

Inhalt

Das Nationale als Ressource und Argument in Kulturen
populärer Unterhaltung und Vergnügung
Thematische Einführung 9
Manuel Trummer & Marketa Spiritova

I Theoretische Rahmungen

Die Wiederentdeckung der „nationalen Identitäten“ im
Kontext Wiedervereinigung und Einwanderung
Ethnos und *Demos* als konfligierende Konzepte symbolischer Politik 27
Irene Götz

Die antinationale Mikropolitik der Popkultur als Schreckbild und Verheißung
Über Pop-Figurationen und gespaltene Gesellschaften 43
Moritz Ege

II Performing the nation

Amor patriae nostra lex
Das Nationale als Identitätsmarker und ästhetische Ressource am
Beispiel der Rechtsrock-Szene in Polen 75
Agnieszka Balcerzak

Populäre Musik als nationalistische Ressource?
Vergleichende Schlaglichter auf AfD, FPÖ und die Schwedendemokraten (SD) 93
Kai Ginkel, Anna Schwenck, Melanie Schiller, André Doehring & Mario Dunkel

Pop the Heartland?
Ein kulturanalytischer Versuch zu Andreas Gabalier 113
Jens Wietschorke

„Inzwischen bin ich kosmopolitischer“
Bezugnahmen in der Living History zwischen persönlicher Biografie und
Transnationalität 131
Stefanie Samida & Miriam Sénécheau

Die chinesische Nation als pop-kulturelles Konzept und Identitätsmarker
Internet-Praktiken der neuen Generation chinesischer Online-NationalistInnen ... 149
Chenyang Song

III Narrating the nation

„Nazis! I hate these guys.“
Indiana Jones, das „Dritte Reich“ und die westdeutsche Erinnerungskultur der
1980er Jahre 171
Timo Saalmann

Alpen, Schwarzwald, Fachwerkhäuser
Zum *othering* von Deutschland in US-SuperheldInnencomics 189
Matthias Harbeck

Zwischen Alman-Memes und nationalen Stärke-Inszenierungen
Deutschsein als Thema des Internet-„Humors“ 215
Jelena Jazo & Niklas von Reischach

Redefreiheit, Nation und die Konstruktion des Anderen
Eine Analyse der Online-Berichterstattung zur *Blitzchung*-Kontroverse in
US-amerikanischen Tageszeitungen 233
Lisa Kienzl

Monumentale Bilder von China
Repräsentationen nationaler Geschichte im
chinesischen Historienfilm (1998–2008) 251
Monika Lehner

IV (Re-)Branding the nation

Brand the Nation!
Die Popkulturalisierung der Nation in der *Neuen Rechten* 273
Felix Schilk

Red is Bad
Ein Modelabel als Akteur einer nationalistischen *Public History* in Polen 289
Jos Stübner

| | |
|--|-----|
| „Words are long range artillery!“ Der ARFS und das US-amerikanische V-Disc Programm in Musikobjekten (1943–1949) | 307 |
| <i>Laura Niebling</i> | |
| | |
| Autorinnen und Autoren | 321 |