

# Inhalt

<b>Einführung</b>	7
<b>STUDYING THROUGH. METHODOLOGISCHE ÜBERLEGUNGEN</b>	17
<b>Wohin mit dem Postsozialismus?</b>	19
Zur Krise der Postsozialismusforschung	22
Wissenshierarchien	26
<b>(Miss-)Erfolge einer ›einheimischen‹ Ethnographin</b>	29
Zuhause im Feld	31
Staatlich anerkannte Probleme	36
Machtfelder erforschen	39
Fremd und Eigen sein	44
Ich war da!	47
<b>TRANSFORMATIONEN DES INDIVIDUUMS. DINGE ALS AKTEURE IM PROZESS SOZIALER DIFFERENZIERUNG</b>	55
<b>Konsum als Erfahrung der Moderne</b>	61
Konsum im Sozialismus	63
Informelle Konsumnetzwerke	69
Freiluftmärkte als freie Märkte?	74
Shopping is not bad. Malls are for people	84
<b>Vom situativ handelnden zum unternehmerischen Individuum</b>	93
Eine andere Zeitlichkeit	94
Sozialistische Konzeptionen des Individuums	98
Neue Subjektivierungsformen	102
Die Vergangenheit in der Gegenwart	112
<b>Materialität und Körperlichkeit des guten Lebens. Zum Verhältnis von Menschen und Dingen</b>	127
Sozialismus, wie er riecht und schmeckt	128
Eine neue soziale Haut	138
Zwischen Hunger und (gutem) Geschmack	145

Diät Europa	148
Geschmackliche Differenzierung	150
<b>ERFOLGSMODELLE AUF DEM FREIEN MARKT.</b>	
<b>SYMBOLISCHE BEDEUTUNGEN UND KULTURELLE PRAXEN</b>	155
<b>Semantiken des Erfolgs. Mediale Repräsentationen</b>	157
Wer ist (un-)sichtbar?	161
Darstellungen individuellen Erfolgs	164
Zur Ikonologie des guten Lebens	170
Der Erfolg der Geschlechter	173
Performative shift	177
Performing self	180
<b>PlacesBodies. Körperliche und räumliche Zeichen des guten Lebens in der Stadt</b>	183
Stadtkarte im Wandel	184
Körperinvestitionen	190
Rituelle Bereinigungen des Körpers	193
Frauenkörper als Repräsentationsfläche	198
Der Blick der anderen	200
Neue Orte als corporate sphere	203
<b>SCHLUSS: SICHTBARKEIT DER GEWINNER, UNSICHTBARKEIT DER VERLIERER</b>	207
<b>Dank</b>	217
<b>Literatur</b>	219
<b>Abbildungen</b>	235