

Felicidad Romero-Tejedor

DESIGN TRIFFT LEUTE

Soziologie für ein
urbanes Designdenken

[transcript] Design

Felicidad Romero-Tejedor
Design trifft Leute

Felicidad Romero-Tejedor (Prof. Dr.), geb. 1967 in Barcelona, lehrt Design digitaler Medien an der Technischen Hochschule Lübeck. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Designwissenschaft.

Felicidad Romero-Tejedor

Design trifft Leute

Soziologie für ein urbanes Designdenken

[transcript]

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://dnb.dnb.de/> abrufbar.



Dieses Werk ist unter der Creative-Commons-Lizenz BY 4.0 lizenziert. Für die ausformulierten Lizenzbedingungen besuchen Sie bitte die URL <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

2026 © Felicidad Romero-Tejedor

transcript Verlag | Hermannstraße 26 | D-33602 Bielefeld | live@transcript-verlag.de

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus

Druck: Elanders Waiblingen GmbH, Waiblingen

<https://doi.org/10.14361/9783839478684>

Print-ISBN: 978-3-8376-8266-3 | PDF-ISBN: 978-3-8394-7868-4

Buchreihen-ISSN: 2702-8801 | Buchreihen-eISSN: 2702-881X

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Kein Projekt ohne Projektion in die Gesellschaft!
Holger van den Boom

Inhalt

Vorwort	9
Prolog	11
1. Das Narrative verbindet uns	21
1.1. Narrative erklären die Realität	21
1.2. Stellenwert des Narrativen in der Soziologie – und im Design: Soziologie analysiert gesellschaftlichen Sinn	24
1.3. Mythen	34
1.4. Die Spaßgesellschaft: Homo Ludens	45
1.5. Theater auf der Bühne: Das Szenarische	51
1.6. Das Theatralische als Topos der Soziologie	55
2. Das Rationale optimiert uns	61
2.1. Disneyfizierung	61
2.2. McDonaldisierung	64
2.3. Arbeitswelt: McJobs	76
2.4. Gamification: Ein Entertainment?	81
3. Das Virtuelle beschleunigt uns	87
3.1. Realität oder Fiktion?	88
3.2. Fakes	91
3.3. Vertrauen	95
3.4. Lebensformen, Identitäten	99
3.5. Nachhaltigkeit	105
3.6. Manipulation	113
3.7. Postmoderne	119
4. Das Kulturelle orientiert uns	127
4.1. Zivilisation und Kultur	128
4.2. Essen und Trinken	131

4.3. Geschenke	138
4.4. Mode	140
4.5. Influencer	151
4.6. Demonstrativer Konsum	153
4.7. Sichtbarkeit in den sozialen Medien	158
4.8. Geld	161
4.9. Zukunft der Orientierung	169
 5. Das Semantische braucht uns	173
5.1. Sinn: Grundkategorie der Soziologie	174
5.2. Die Habermas-Luhmann-Debatte	177
5.3. Semantik des orientierenden Zeigens	182
5.4. Urbanes Design	187
5.5. Eine Heuristik in zehn Postulaten	198
 Epilog: Barbies Welt	201
 Literatur	209