

Inhalt

1. Einleitung: Die Inklusionskraft der Dingwelt	9
2. Kulturkonstitution durch Dinge? Warum die Welt der Objekte sozialwissenschaftlich relevant ist	23
2.1 Das Ding als Symbol	24
2.2 Symbolische Ordnungen	26
2.2.1 Gebrauchsdinge und rituelle Objekte	26
2.2.2 Gabentausch, Warenzirkulation und »heilige Dinge«	30
2.2.3 Exkurs: Nacktheit und Bekleidung – Gesellschaft und Natur?	34
2.3 Sozialstrukturelle Bedeutung der Dinge:	
Status, Anerkennung, Selbstdarstellung	40
2.3.1 Die soziale Differenzierungskraft der Dinge	41
2.3.2 Statusrivalitäten: Thorstein Veblens' Dynamik des sozialen Wettstreits	45
2.3.3 Ein- und Ausschlüsse durch Dingwelten: Simmels Ambivalenzfigur	48
2.3.4 Schichtspezifische Universen: Bourdieus Habitus-Konzept	51
2.3.5 Milieus als Ausdruck spätmoderner Differenzierung	61
2.4 Zur Symbolik der Besitzlosigkeit – Turners Communitas als Anti-Sozialstruktur	68
2.5 Sozialisatorische und biografische Dimensionen der Objekte	73
2.5.1 Dinge als frühe Forschungs- und Übergangsobjekte	73
2.5.2 Dinge als Konstituenten des Selbst	78
2.5.3 Dinge als Zeichen der Selbststeuerung	82
2.6 Dinge als Mittler – Objektivierung des Selbst und Subjektivierung der Welt	86
2.7 Die Ästhetik der Dinge	95
2.7.1 Die Kunst des Handelns und die Ästhetik der Kultur	95
2.7.2 Archäologischer Exkurs: Die Kunst der ersten Dinge	98
2.7.4 Wechselwirkungen zwischen ästhetischen, kognitiven und sozialen Funktionen	100
2.7.4 Ästhetik und Kreativität der Massenkultur	107

3. Die Warenform der Dinge: Konsum und Mode in der Moderne	111
3.1 Mode und modernes Wirtschaftssystem	112
3.2 Kulturindustrie und Mode als »Verblendungszusammenhang«	116
3.3 Die Simulationen der Mode	120
3.4 Die Illusionskraft der Objektwelt – Kapitalismus als Religion?	126
3.4.1 Die sinnliche Aufladung der Waren: Mode als das Neue und Immergleiche	126
3.4.2 Der Kult um den Warenfetisch	130
3.4.3 Problematik der Kulturkritik als Religionskritik	137
3.4.4 Die »instrumentalisierte Transzendenz«: Konsumreligion durch Konsumwissenschaft	140
3.5 Mode als anti-traditionaler Individualisierungsmodus: Die soziale Auflösungskraft der Warenwelt	150
4. Identität und Konsum in der Spätmoderne	163
4.1 Der symbolische Konsum	164
4.2 Kreativität durch »elementare Ästhetiken« des Konsums?	175
4.3 Globalisierung der Dinge	185
4.4 Postmoderne Paradoxien	191
4.5 Visualität und Medien: Bildsymboliken im »kreativen Kapitalismus«	195
5. Die Kehrseite der Moderne: Arbeitslosigkeit, Armut, Exklusion	209
5.1 Zum Begriff der Exklusion	210
5.2 Armutforschung und Armutsdiskurs	216
5.3 Armut als soziale Wechselbeziehung	218
5.4 »Culture of Poverty«?	225
5.5 Die Lücke der Armutforschung – ein Zwischenfazit	230
5.6 Erwerbslosigkeit und soziale Exklusion	234
5.7 Psychosoziale Folgen von Erwerbslosigkeit	241
5.8 Dimensionen der Exklusion	246
6. Forschungsfragen und Methoden	253
6.1 Symbolische Vermittlung von Inklusions- und Exklusionsprozessen	254
6.2 Sprachliche und nicht-sprachliche Wissensformen	257
6.3 Objekte als Schlüssel	261
6.4 Gewählter Zugang und Vorgehensweise im Feld	264
6.5 Ethnographie eines Stadtviertels	267
6.6 Die Interviews und die Fotografien	273
6.7 Auswertung: Hermeneutische Text- und Bildanalyse	278
7. »Sprechende Fälle«: Wie wird Exklusion erfahren und ausgedrückt?	287
7.1 Der lange Arm der Subkultur: Fallbeispiel Frau K.	289
7.2 Kompensation durch »Kitsch« und Medien: Fallbeispiel Frau F.	301
7.3 Zwischen Eigensinn und Resignation: Fallbeispiel Herr B.	318
7.4 Herausgefallen aus allen Schichten und Milieus: Fallbeispiel Herr C.	331
7.5 Soziales Engagement als sinnstiftende Alternative zur Erwerbsarbeit: Herr H.	345

8. Dinge und soziale Inklusion	361
8.1 Kommunikationsmedien und soziale Inklusion	366
8.1.1 Das Handy	367
8.1.2 Fernsehen und Musikmedien	376
8.1.3 Computer und Internet	386
8.1.4 Computerspiele und Spielekonsolen	397
8.1.5 Resümee: Zur Rolle der Kommunikationsmedien	401
8.2 Bekleidung und soziale Inklusion	403
8.3 Kompetenz- und Leistungssymbole	413
8.4 Kreativität und Eigentätigkeit	420
8.5 Sozialer Eigensinn und Dingkritik	425
8.6 Dinge von biografischer Relevanz	429
9. Bewältigungsmuster von Arbeitsmarkt-Exklusion	441
9.1 Versuche der Rückbindung an den Arbeitsmarkt	441
9.2 »Eigensinn« und Gesellschaftskritik	444
9.3 »Erleiden« und sozialer Rückzug	446
9.4 Aktive Strukturierung: Informelle Ökonomie, Eigenarbeit und Kreativität	449
9.5 Passive Strukturierung: Inklusion durch Medien und Konsum	451
9.6 Alternative Inklusionen: Familie, Sport, Subkultur, Ehrenamt	453
10. Schluss: Die Inklusionskraft der Dinge in prekären sozialen Randlagen	459
Literaturverzeichnis	471

