

# Inhalt

<b>1. Einleitung: Die Inklusionskraft der Dingwelt</b>	<b>9</b>
<b>2. Kulturkonstitution durch Dinge? Warum die Welt der Objekte sozialwissenschaftlich relevant ist</b>	<b>23</b>
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
2.7.3 Wechselwirkungen zwischen ästhetischen, kognitiven und sozialen Funktionen	100
2.7.4 Ästhetik und Kreativität der Massenkultur	107

<b>3. Die Warenform der Dinge: Konsum und Mode in der Moderne</b>	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 Objektewelt – Kapitalismus als Religion?	126
3.4.1 Die sinnliche Aufladung der Waren: Mode als das Neue und Immergeleiche	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
<b>4. Identität und Konsum in der Spätmoderne</b>	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
<b>5. Die Kehrseite der Moderne: Arbeitslosigkeit, Armut, Exklusion</b>	209
5.1 Zum Begriff der Exklusion	210
5.2 Armutsforschung und Armutsdiskurs	216
5.3 Armut als soziale Wechselbeziehung	218
5.4 »Culture of Poverty«?	225
5.5 Die Lücke der Armutsforschung – ein Zwischenfazit	230
5.6 Erwerbslosigkeit und soziale Exklusion	234
5.7 Psychosoziale Folgen von Erwerbslosigkeit	241
5.8 Dimensionen der Exklusion	246
<b>6. Forschungsfragen und Methoden</b>	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
<b>7. »Sprechende Fälle«: Wie wird Exklusion erfahren und ausgedrückt?</b>	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

<b>8. Dinge und soziale Inklusion</b>	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
<b>9. Bewältigungsmuster von Arbeitsmarkt-Exklusion</b>	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
<b>10. Schluss: Die Inklusionskraft der Dinge in prekären sozialen Randlagen</b>	459
<b>Literaturverzeichnis</b>	471

