

Inhalt

<i>Einleitung</i>	9
Die Sprache der Gegenstände	21
<i>Die Ausgestaltung des Wohnraums</i>	23
Das überlieferte Milieu.	23
Der moderne Gegenstand – von seiner Funktion befreit	25
Das Modell-Interieur	28
Vor einer Soziologie der Ausgestaltung?	34
Der Raumgestalter	37
<i>Die Strukturen der Stimmung</i>	42
Stimmungswert Farbe	42
Stimmungswert Material	50
Persönliche Beziehungen und Stimmung	57
Stimmungswerte: Gebärden und Formen	62
Stilisierung – Handlichkeit – Verhüllung	69
<i>Naturalität und Funktionalität</i>	83
<i>Nachtrag: Wohnung und Wagen</i>	86
Der subjektive Ausdruck	93
<i>Das alte Objekt – Zeit und Dauer</i>	95
»Stimmungswert« Historizität.	95
Symbolischer Wert: Mythos des Ursprungs	96
Die »Authentizität«	98
Die »Beseelung« des Hauses.	99
Legende und Nützlichkeit.	103
Kontrapunkt: das technische Objekt und die Primitiven	106
Der Antiquitätenmarkt	108
Der kulturelle Neo-Imperialismus	109

<i>Die Sammlung</i>	110
Gegenstand ohne Funktion	110
Die Sammelleidenschaft	112
Das schönste Haustier	114
Das Spiel mit der Serie	116
Von der Quantität zur Qualität: das Unikat	117
Gegenstände und Gewohnheiten: die Uhr	120
Gegenstand und Zeit: der geregelte Kreislauf	122
Gegenstand im Gewahrsam: die Eifersucht	126
Entstrukturiertes Objekt: die Perversion	128
Freude an der Freude	132
Selbstgespräch	135
Gadgets und Roboter	137
Technische Konnotation: Automatismus	139
Der Automatismus	140
Der funktionelle Rausch	143
Das Trugbild des Automaten	145
Der Roboter als Supergegenstand	150
Metamorphose der Technik	156
Technik und System des Unbewußten	161
Gegenstände und Verbrauch	169
<i>Modelle und Serien</i>	171
Vorindustrieller Gegenstand und industrielles Modell	171
Der »verpersönlichte« Gegenstand	174
Die Idealität des Modells	178
Vom Modell zur Serie	180
<i>Der Kredit</i>	194
Rechte und Pflichten des Konsumenten	194
Eine neue Ethik: Verbrauch vor Erzeugung	197
Der Kaufzwang	199
Der wunderbare Einkauf	200
Die Doppeldeutigkeit der Haushaltswaren	201

<i>Die Werbung</i>	203
Gespräch über den Gegenstand und Gesprächsgegenstand.	203
Befehl und Aussage im Werbegespräch	204
Die Logik des Weihnachtsmanns.	205
Die mütterliche Instanz: das moderne Sitzmöbel.	207
Kaufkraftfestival	212
Doppelte Instanz: Belohnung und Strafe	216
Die kollektive Annahme	220
Ein neuer Humanismus?	225
Eine neue Sprache?	231
<i>Vor einer neuen Definition des »Verbrauchs«</i>	243
 Die Rache der Dinge und der Terror des Systems	
<i>Nachwort von Florian Rötzer (2007)</i>	250