

Inhalt

Vorwort	9
Kapitel 1: Nichts – Eine kurze Einführung	
(Länge ist hier überflüssig)	23
Nichts	25
Eine anschauliche Exkursion in die Filmwelt	37
Nichts (und Etwas): Weitere Klärung	40
Nichts ist Nichts	41
In Verteidigung des Nichts	43
Die Produktion des Nichts	45
Kapitel 2: Skizzierung des Nichts (und des Etwas)	49
Einzigartig–generisch, einmalig–austauschbar	51
Lokale geografische Bindungen – Fehlen von lokalen Bindungen	57
Zeitspezifisch–Relativ zeit-los	62
Vermenschlicht–Entmenschlicht	68
Verzaubert–Entzaubert	72
In welcher Beziehung steht das zur Globalisierung?	75
Objektiv, oder?	76
Kapitel Drei: Lernen Sie die Nichtigkeiten kennen	79
Nicht-Orte (und Orte)	79
Nicht-Dinge (und Dinge)	105
Nicht-Personen (und Personen)	111
Nicht-Dienst (und Dienst)	116
Die Beziehung zwischen Formen des Nichts (und des Etwas)	120
Kapitel Vier: Globalisierung	127
Glokalisierung und Grobalisierung	131
Glokalisierung	137
Grobalisierung	139
Einige Komplexitäten	163

Kapitel Fünf:

Globalisierung–Glokalisierung und Etwas–Nichts	167
Die Globalisierung des Etwas	169
Die Globalisierung des Nichts	172
Die Glokalisierung des Nichts	178
Die Glokalisierung des Etwas	179
Teure, global erhältliche Formen des Nichts	182
Lockere Kulturmodelle, enge Strukturmodelle	183
Wie steht es mit dem Lokalen?	184
Warum jetzt?	185
Was kommt zuerst: Nichts oder seine Globalisierung?	190

Kapitel Sechs: Das ultimative Beispiel für Nichts und seine

Globalisierung? Groß angelegte Konsum-Sites im Internet .	195
Einige wichtige Vorbehalte	196
Zurück zur Hauptargumentation	199
Lernen Sie die Nichtigkeiten im Internet kennen	204
Groß angelegte kommerzielle Internetseiten im Internet als Nicht-Orte	205
Die Nicht-Dinge, die auf umfangreichen Konsum-Websites verkauft werden . .	215
Nicht-Personen auf umfangreichen Internet Konsum-Sites . .	217
Nicht-Dienste auf diesen umfangreichen Konsum-Websites .	219
Globalisierung	221

Kapitel Sieben: Einige (notwendige) abschließende Gedanken

über das Nichts (und seine Globalisierung)	225
Der Aufstieg des Nichts! Der Abstieg des Etwas?	225
Die positive Seite des Nichts und seiner Verbreitung	229
Die negative Seite der Verbreitung des Nichts	231
Globalisierung und Verlust	241
Erklärung der Lücke	242
Nostalgie?	243
Änderungen im Laufe der Zeit	245
Wie können wir so viel aus so wenig machen?	249
Verwandlung des Nichts in Etwas im Internet	256
Die Wirtschaft der Nichtheit	258
Eine Menge Nichts ist immer noch Nichts	261

Kapitel Acht: Abschließende Gedanken zur Globalisierung

(und zum Nichts)	267
Grobalisierung versus Glokalisierung	270
Lässt sich das Lokale wiederbeleben?	272
Die Globalisierung des Nichts und der 11. September 2001 ..	274
Konsum und Mehr	279
Die Rolle der Marken	285
Reaktion auf die Grobalisierung des Nichts	291

Anhang: Nichts –

Theoretische und methodologische Fragen	299
Nichts: Frühere Arbeiten	299
Einige moderne methodologische (epistemologische) Probleme	312
Moderne Begriffe in einer postmodernen Zeit	316
Rettung eines (semi-)modernen Ansatzes	322
Eine (allgemeine) Standpunkttheorie	326
Alternative Perspektiven	330
Potenzielle Kritik	333
Rational Choice?	335
Sind die Urteile der Konsumenten dummes Zeug?	338

Anmerkungen	341
zu Kapitel 1	341
zu Kapitel 2	345
zu Kapitel 3	349
zu Kapitel 4	354
zu Kapitel 5	362
zu Kapitel 6	364
zu Kapitel 7	366
zu Kapitel 8	369
zum Anhang	370