

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung – gesellschaftlicher Optimierungsdruck	1
1.1	Die Sozialisation als Ursprung des Habitus.....	3
1.2	Medien und Werte als Einflussfaktoren des Schönheitshandelns.....	4
1.3	Schönheitshandeln – Definition und Motivlage.....	8
1.4	Empirische Überprüfung des Konzeptes Schönheitshandeln ..	12
2	Schönheitshandeln und Habitus?.....	15
2.1	Multioptionalität westlicher Gegenwartsgesellschaften	16
2.2	Schönheitshandeln	23
2.3	Physische Attraktivität.....	34
2.4	Der Habitus, Entstehung und Einfluss auf den Alltag	46
2.5	Habitus und Werte	53
2.6	Habitus und Medienkonsum	57
2.7	Das Selektivitätsprinzip der Medienwirkung.....	59
2.8	Der Habitus und seine (Schönheits-)Handlungsrelevanz.....	79
3	Forschungsstand	85
3.1	Der Habitus – theoretisches Konzept oder Realität?	85
3.2	Physische Attraktivität und Schönheitshandeln.....	88
3.3	Handlungsrelevanz der Schwartz-Werte.....	93
3.4	Medienwirkung auf den Alltag.....	96
4	Hypothesen.....	103
4.1	Sozialstrukturelle Hypothesen	103
4.2	Wertehypothesen	113
4.3	Angenommene Medienwirkungen.....	120
5	Operationalisierung der Konzepte und Fragebogenkonstruktion	125
5.1	Operationalisierung des Schönheitshandelns.....	125
5.2	Operationalisierung der Soziodemographie.....	130

5.3	Operationalisierung der Werte	131
5.4	Operationalisierung der Mediennutzung	135
5.5	Die Struktur des Fragebogens	138
5.6	Vorstudien	140
6	Datenerfassung und Datenbereinigung	141
6.1	Datenerfassung: Quotierung	141
6.2	Datenerfassung: Feldphase	144
6.3	Datenbereinigung und Datenaufarbeitung	145
6.4	Datenaufarbeitung des Schönheitshandelns	148
6.5	Aufbereitung der Soziodemographie	152
6.6	Datenaufarbeitung der Schwartz-Werte	152
6.7	Datenaufarbeitung der Mediennutzung	153
7	Unterschiede im Schönheitshandeln	157
7.1	Univariate Verteilungen der zentralen Variablen	159
7.2	Bivariate Analysen – unterschiedliche Einflussfaktoren	168
7.3	Explorative Faktoranalysen des Schönheitshandelns	189
7.4	Multivariate Analysen – der Unterschied liegt im Detail	192
7.5	Abschließende Betrachtung: Habitus und Schönheitshandeln	249
8	Schönheitshandeln als Mechanismus der sozialen Positionierung	255
8.1	Theoretische Einschränkungen und Modulationen	263
8.2	Methodische Einschränkungen und Modulationen	268
8.3	Ausblick – nur Panelanalysen geben Gewissheit	273
8.4	Grundlage einer Veränderung ist die Bewusstmachung	277
	Literaturverzeichnis	283