

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	9
Kapitel 1: Einleitung	11

ERSTER TEIL: DIE RÄUMLICHE DIMENSION

Einleitung: Athen lesen	25
Kapitel 2: Rolle und Wahrnehmung von öffentlichen Interaktionsräumen	27
2.1 Straßen	27
2.2 Agora	48
2.3 Barbierläden	63
2.4 Parfümerien	69
2.5 Schuhmachereien	77
2.6 Banken	84
2.7 Walkereien	86
2.8 Wirtshäuser, Gasthäuser und Weinverkaufsstände	92
2.9 Spielhäuser	110
2.10 Freudenhäuser und andere Vergnügungsorte	113
2.11 Bäder	139
2.12 Gymnasien und Palästreten	153
2.13 Andere Soziabilitätsräume?	169
Zwischenfazit	174

ZWEITER TEIL: DIE SOZIALE DIMENSION

Einleitung: Zur kommunikativen Sinnbildung	179
Kapitel 3: Normierung des öffentlichen Auftretens:	
Der Körper als Kommunikationsmedium	180
3.1 Gestik und körperliches Aussehen	180
3.2 Gehweise	210
3.3 Sprechweise	218
3.4 Sonstige Verhaltensnormen	224

Kapitel 4: Selbstinszenierung in der Öffentlichkeit:	
Artefakte als Kommunikationsmedien	234
4.1 Kleider	234
4.2 Kleidungszubehör: Der Stock	254
4.3 Häuser	257
4.4 Gräber	266
Kapitel 5: Die Macht der PHEME. Zur Bedeutung von Reputation und Anerkennung	276
Schlussbemerkungen	290
Literaturverzeichnis	296
Indices	343
Orts- und Personenregister	343
Stellenregister	352
Abbildungen	371