

# 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
2.7.4 Wechselwirkungen zwischen ästhetischen, kognitiven und sozialen Funktionen	101
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 Objektwelt – Kapitalismus als Religion?	126
3.4.1 Die sinnliche Aufladung der Waren – Mode als das Neue und Immergleiche	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 Armutforschung und Armutsdiskurs	216
5.3 Armut als soziale Wechselbeziehung	218
5.4 »Culture of Poverty«?	225
5.5 Die Lücke der Armutforschung – 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	430
<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



# 1. Einleitung: Die Inklusionskraft der Dingwelt

---

»Nichts ist bloß äußerlich.«  
Hugo v. Hoffmannsthal

Das vorliegende Buch handelt von den symbolischen Formen der Inklusion und Exklusion der spätmodernen Gesellschaft, in der Konsum und Besitz bestimmter modischer Dinge und ihrer symbolischen »Aura« so bedeutend für die gesellschaftliche Integration und für Prozesse der Identitätsbildung geworden sind. Das urbane Großstadtleben ist geprägt von gewissen »Lifestyles«, die sich aus dem Konsum von Dingen, Räumen und Ereignissen zusammensetzen. Soziale Identitäten werden durch die Kombination von Markenimages kreiert, soziale Zugehörigkeit durch den Besitz bestimmter Dinge symbolisiert. Von einem spätmodernen »Fetischismus« (Böhme 2006) ist heute die Rede, von quasi-religiöser Aufladung der Warenwelt, die in der entzauberten Moderne einen Ersatz in der Transzendenz des Immanenten, im »goldenen Kalb« des Konsums bieten soll. Ist nach dem »Ende der Arbeit« der Konsum zum zentralen gesellschaftlichen Integrationsmechanismus geworden? Sind es die bunte Warenwelt, die »Magie« der Werbung und des Konsums, der Fetisch der Dinge, die die Gesellschaft nach der säkularen »Entzauberung« der Religion im Innersten zusammenhalten? Nach dem Bedeutungsverlust des »Religiösen« in Europa blieb immerhin noch sein bürgerliches Erbe in Form des Weberschen Pflichtethos, das Arbeit und Beruflichkeit ins Zentrum des Lebens und der sozialen Gemeinschaft stellt. Arbeit wurde zum zentralen sozialen Strukturierungsmodus, die Lebensphasen eines Großteils der Menschen gliederten sich in ein Vor, Während und Nach der Arbeit, die sozialen Institutionen wurden um Arbeit herum aufgebaut, und auch der Alltag der Menschen wurde wesentlich von Arbeit und ihren zeitlichen, sozialen und räumlichen Strukturierungsleistungen geformt und geprägt. Doch das Webersche Pflichtethos wurde seit der Nachkriegszeit immer wieder schwer erschüttert durch kulturelle Revolutionen nachwachsender Generationen, die eine

Kultur der Befreiung und Selbstverwirklichung anstreben und dafür immer wieder neue Symbolsprachen in der Bekleidung und in der Musik fanden, und einer mächtigen Kulturindustrie mit immer neuen symbolischen »Revolutionen« der Mode zum Aufstieg verhelfen.

»Entzaubert« wurde nicht nur die Religion, sondern auch die Fortschrittsversprechen der bürgerlichen Gesellschaft, die auf Vernunft und Arbeit beruhen. Der Arbeitsmarkt und seine Wohlstands- und Fortschrittsversprechen für die *ganze* Gesellschaft wurden durch strukturelle Arbeitslosigkeit auf hohem Niveau, durch Lohnkonkurrenz auf globalisierten Waren- und Arbeitsmärkten und durch neue Verschärfungen sozialer Ungleichheit erschüttert. Bedarf die nüchterne Spätmoderne mit ihren weitausgreifenden und hochdifferenzierten, anonymen und kalten Funktionsabläufen des symbolischen, wärmenden »Klebstoffs« der bunten Bilder und der verführerischen Dinge? Bedarf sie der Fetische des Konsums, um als soziales Gebilde zu existieren – wie neuerdings von Seiten der Kultursoziologie behauptet? Sind die kollektiven Träume der Spätmoderne in erster Linie von den fluktuierenden Bildern der Medien und den aufgeladenen Konsumobjekten genährt? Sind selbst die intimsten Gefühle der Menschen eng mit Konsum verbunden, gehen vielleicht sogar im Konsum auf – wie etwa die israelische Soziologin Eva Illouz behauptet? Besteht die soziale Identität der Menschen nun vor allem im Zusammenspiel verschiedener, symbolisch stark aufgeladener Waren, die im semiotischen Zusammenklang einen Lifestyle repräsentieren sollen, der soziale (Wieder)Erkennbarkeit garantiert? Ist die soziale Identität dann in erster Linie eine gekaufte? Besteht die soziale Gemeinsamkeit der Mili-eus nur noch im Konsum?

Sollten diese Behauptungen tatsächlich zutreffen, so liegt die Frage nahe: Was passiert dann mit den Personen, die in mehrfacher Hinsicht »abgehängt« und »ausgegrenzt« werden? Die am »Goldenen Kalb« des Konsums kaum partizipieren können? Die kaum oder systematisch falsch ausgebildet sind für die Qualifikationsanforderungen der »Wissensgesellschaft« und deshalb entweder ganz aus dem Arbeitsmarkt ausgeschlossen werden, oder an seinen Rändern als prekäre Existenzen im Niedrigstlohnbereich oder im zweiten Arbeitsmarkt ihr Dasein fristen? In Einkommensbereichen, die bei Lichte besehen keine Träume erlauben, und in denen der »Geschmack der Notwendigkeit« dominiert? Diese provozierenden Fragen gilt es zu klären und zu prüfen, die Bedeutung der sozialen Wirkungen der Dingwelt, des Konsums und der sozialen Performanz differenziert zu betrachten, auch im Hinblick auf die soziale und kulturelle Integration des Einzelnen in Gemeinschaft und Gesellschaft, auf Prozesse der kulturellen Inklusion und Exklusion. Dies soll empirisch mit Hilfe von Beobachtungen und Befragungen von Arbeitslosen und anderen Bevölkerungsgruppen geschehen, deren »Dingwelt« untersucht wird. Soziale Inklusionen und Exklusionen manifestieren sich auf einer symbolischen Ebene. Innerhalb von Kommunikationsprozessen, sprachlicher wie nicht-sprachlicher Art, wird entschieden, wer »inkludiert« und wer »exkludiert« ist.

In Deutschland hat sich eine qualitative, kultursoziologisch angelegte Armuts- oder Arbeitslosenforschung bislang eher schlecht etablieren können. Weitgehend allein steht die Studie zur »Armutsfalle« von Gebauer u. a. (2003), die sich der Rekonstruktion von Rationalitäten und Handlungszwängen in Armutshaushalten unter den Rahmenbedingungen der institutionellen Regulierung widmet, die die Entstehung erwerbsferner Praktiken begünstigen. Seit der fehlgeleiteten Rezeption des ›culture of poverty‹-Ansatzes von Lewis (1959, 1968) schien eine kultursoziologische Armutsforschung diskreditiert. Lewis identifizierte aufgrund seiner Studien in den Armutspopulationen von Mexico und Puerto die Entstehung von armutstypischen Subkulturen, deren Eigenlogik sich so weit von der Mehrheitsgesellschaft bzw. von der Mittelschichtkultur entfernt, dass sie Mobilität und Integration blockieren und ein generationenübergreifendes Verbleiben in der Armut bewirken. Insbesondere in der populären amerikanischen Diskussion um Sozialpolitik wurde der ›culture of poverty‹-Ansatz von interessierter Seite so ausgelegt, dass die Armen für ihre Lage selbst verantwortlich seien und der Sinn sozialpolitischer Interventionen aufgrund des subkulturellen Beharrungsvermögens fraglich sei; es kam gar zu einem von Stigmatisierungen geprägten ›war against the poor‹ (vgl. Gans 1995, Barlösius/Ludwig-Mayerhofer 2001). Diese ›inverse‹ Rezeption – Lewis selbst hatte eigentlich großangelegte Bildungsprogramme gefordert – sollte sich noch einige Male wiederholen, so etwa in der Diskussion um die Armutsfalle (kritisch Gebauer/Petschauer/Vobruba 2003) und führte letztlich dazu, dass dieser Forschungsansatz sich trotz seiner Potentiale nicht stärker entwickeln konnte. Während es in Großbritannien eine stärkere Forschungstradition der Rekonstruktion informeller Ökonomien (z.B. Jordan et al. 1992), ethnographisch-rekonstruktiver Arbeitslosenforschung (z.B. Howe 1990) und dynamischer, biografisch orientierter Armutsforschung (Millar 2007), die auf Anpassungs- oder Überwindungsprozesse der Armut innerhalb ihrer Handlungskontexte zielt, ist Armutsforschung in Deutschland trotz punktuell anderer Ansätze (vgl. Hirsland/Wenzel/Promberger 2006) immer noch stark quantitativ geprägt.

Sofern es qualitative Armuts- und Arbeitslosenforschung in Deutschland gibt, beschränkt sie sich auf biografische Ansätze, auf subkulturelle Handlungsrationitäten und Verarbeitungsformen, die mit Hilfe von offenen Interviews rekonstruiert werden. Beobachtungen, wie sie etwa in den Subkulturforschung der Chicagoer Schule noch gang und gäbe waren, werden heute beispielsweise kaum mehr praktiziert. Doch gerade in einer wenig literaten Untersuchungspopulation, bei Gesprächssituationen, in denen Bildung und Sprachkompetenz häufig asymmetrisch verteilt ist, in Subkulturen, die vom modernen Bildungssystem potentiell genauso abgekoppelt sind wie von traditionellen Narrationskompetenzen vorindustriell-bäuerlicher Alltagskulturen, bei denen Sozialbehörden die Lebensbedingungen immer wieder untersuchen und auf verbale ›Selbstdarstellungsfehler‹ der Hilfebedürftigen potentiell auch mit Sanktionen reagieren können, erscheint es wenig wahrscheinlich, dass der ausschließliche analytische Rekurs auf Inter-

viewtexte – bei allen hermeneutischen Feinheiten – ein Optimum an Validität sicherstellen soll. Man muss nicht den vielstrapazierten Begriff der ›Triangulation‹ bemühen, um die Notwendigkeit ergänzender Erhebungsverfahren zu postulieren. Es ist eher erstaunlich, dass die Armutsforschung bislang kaum jemals Ansätze der Bildanalyse, der Videoanalyse oder der Raumanalyse (mit Ausnahme der Segregationsforschung) aufgenommen hat. Auch die Analyse von Artefakten, von Gebrauchsdingen und persönlichen Objekten, wie sie in der Archäologie, Ethnologie und Kulturanthropologie gebräuchlich ist, und wie sie in dieser vorliegenden Arbeit für eine soziologische und sozialstrukturelle Fragestellung nutzbar gemacht werden soll, ist bislang nicht gebräuchlich – trotz der großen Studie von Pierre Bourdieu zu den symbolischen Formen der sozialstrukturbedingten »feinen Unterschiede« (Bourdieu 1983, 1984), die theoretische und kategoriale Grundlagen für ein solches methodisches Vorgehen schon gelegt hat.

Erfahrungen von Inklusion und Exklusion zeigen sich in der Performanz der Menschen, in der expressiven Gestaltung ihres Körperumfeldes, in ihren Tätigkeiten und Vorlieben, in ihrem Geschmack und »Habitus«. Mithin wird in dieser Arbeit die methodische Hintergrundthese verfolgt, dass symbolische Beziehungen zwischen der Dingwelt, der Sozialstruktur und der Identität der Menschen existieren, die es aufzuklären gilt. Die visuelle und verbale Selbstpräsentation sowie die Dingbeziehungen der Menschen »erzählen« von ihren sozialen Erfahrungen und Verortungen, wenn man sie nur zum Sprechen bringen kann. Sie erzählen nicht nur von ästhetischen Präferenzen und »Lebensstilen«, sondern auch von der eigenen Platzierung auf der sozialen Landkarte, von Identität, die nach außen und nach innen symbolisiert wird, von Erfolgen und Misserfolgen, von Anerkennung und Missachtung, von Handlungsmustern und von Bewältigungsstrategien sozialer Ausgrenzung. *Die Hauptfragen der vorliegenden Untersuchung sind: 1. Welche Rolle spielen Dinge in der Alltagspraxis und in der kulturellen Performanz der Akteure im Hinblick auf die Frage der sozialen Ungleichheit? 2. Wie drücken sich Prozesse der sozialen Inklusion und Exklusion in den Dingen, den persönlichen Objekten der Akteure aus? 3. Was kann ein »objektsoziologischer Zugang« zur Erforschung von Inklusions- und Exklusionsprozessen leisten?*

Um auf diese Fragen angemessene Antworten zu finden, gliedert sich diese Arbeit in zwei Teile. Im ersten Teil wird in einem allgemeineren Zugriff auf das Thema, und unter Rückgriff auf verschiedene soziologische, ethnologische sowie sozialpsychologische Ansätze, ein Entwurf einer ›Soziologie der Dinge‹ entwickelt (Kap. 2 bis 4). Dabei widmet sich das zweite Kapitel der Frage nach der Relevanz der dinglichen Objekte für die Sozialwissenschaften; es beginnt mit einer Diskussion anthropologischer und ethnologischer Ansätze zur »Dingwelt«, zum Gabentausch und zu rituellen Objekten, wird fortgesetzt mit der Frage nach der Bedeutung der dinglichen Objekte für die symbolische Codierung der Sozialstruktur, und beschäftigt sich mit der Rolle der Dinge für Prozesse der Sozialisation und Identitätsbildung sowie mit der Frage nach der sozialen Bedeutung der



Ästhetik der dinglichen Objekte. Das dritte Kapitel beschäftigt sich mit der Warenform der Dinge und ihrer Rolle für das moderne Wirtschaftssystem. Darin wird die Frage aufgeworfen, ob die »magische Aufladung« der Dingwelt, der vollendete »Warenfetisch«, als sozialer »Klebstoff« der späten Moderne fungieren und ob sie als Religionsersatz »funktionieren«. Im vierten Kapitel geht es um den Zusammenhang von Identität und Konsum in einer globalisierten, von Visualität geprägten kulturellen Umwelt. Im *zweiten Teil* wird die vorher entwickelte Theorie der Dinge *an einem konkreten Forschungsgegenstand analytisch verwendet und empirisch erprobt* (Kap. 4 bis 9). Im Kern der empirischen Fragestellung stehen dabei *Dinge, Alltagspraxis und Formen sozialer Inklusion von Menschen mit problematischen Erwerbzzusammenhängen und in schwierigen Lebenslagen*. Die hierzu entwickelte Soziologie der Dinge soll dabei sowohl in inhaltlicher wie in methodischer Hinsicht neue Erkenntnisse anregen. Zunächst wird in Kapitel 5 die Forschungslage zum Themenfeld Arbeitslosigkeit, Armut und Exklusion rezipiert. In Kapitel 6 werden Forschungsfragen und das methodische Vorgehen der vorliegenden Studie dargestellt. Kapitel 7 widmet sich fünf »sprechenden« Fallbeispielen, an denen auf der Basis des hier entwickelten objektsoziologischen Zugangs exemplarisch Prozesse der Inklusion und Exklusion nachgezeichnet werden. In Kapitel 8 wird eine querdimensionale Analyse des empirischen Materials im Hinblick auf den symbolischen Zusammenhang von dinglichen Objekten und sozialer Exklusion unternommen. In Kapitel 9 werden typisierend verschiedene Bewältigungsmuster von Arbeitsmarkt-Exklusion skizziert, die auf Basis des vorliegenden empirischen Materials gewonnen wurden. In Kapitel 10 werden die Ergebnisse dieser Arbeit zusammenfassend diskutiert und inhaltliche und methodische Schlussfolgerungen in Bezug auf eine Soziologie der Dinge gezogen.

### **Vorklärung I: Was ist überhaupt ein Ding?**

Um einen »objektsoziologischen Zugang« zu unserem Forschungsfeld zu entwickeln, muss zunächst einmal diese Frage nach dem Ding und seinen Funktionen für die Sozialwelt geklärt werden – gerade angesichts der spärlichen Forschungslage zur Welt der dinglichen Objekte. Deshalb werden in den ersten vier Kapiteln dieser Arbeit verschiedene sozialwissenschaftliche Ansätze zu Funktionen und zur Kultur der Objektwelt rezipiert, bevor wir an die Analyse des empirischen Materials gehen können.

Der Begriff des »Dings« stellt im alltagssprachlichen Gebrauch eine weite Kategorie aller möglichen Gegenstände dar. Objekte wie Werkzeuge, Hilfsmittel, rituelle Gegenstände, sogar Immaterielles, Ideen können gemeint sein, wenn von Dingen gesprochen wird. Dinge sind Hilfsmittel des Menschen, Werkzeuge, Gegenstände, die den Alltag erleichtern und Handlungen strukturieren. Mit dem Ding-Begriff können Naturobjekte gemeint sein, in der Regel werden jedoch Produkte menschlicher Arbeit, die natürliche Stoffe zum menschlichen Gebrauch

umgeformt hat, angesprochen. Für unseren Forschungskontext wollen wir den Dingbegriff so definieren, dass er nur auf materielle Objekte mit einem »Doppelcharakter« bezogen wird. Diesen dinglichen Objekten sind spezifische stoffliche, materielle Eigenschaften und Qualitäten eigen. Andererseits weisen sie auch ideelle, symbolische Gehalte auf. Das Ding ist ähnlich ambivalent und vielschichtig wie das Bild, über dessen Bestimmung und Eigenschaften gerade eine lebhafteste, disziplinübergreifende Diskussion im Gange ist (vgl. z.B. Belting 2007, Mitchell 2008). Dinge sind, ähnlich wie Bilder, zum einen stofflich beschaffen (sie haben zumeist ein Trägermedium), zum anderen transportieren sie gesellschaftliche Ideen und Zeichen. Und so müssen wir zwei grundlegende Aspekte der Dinge zu unterscheiden: ihre *Dinglichkeit* und ihren *Symbolcharakter*. Diese Unterscheidung heißt, einerseits das Ding als Ding zu betrachten: als stofflich präsente und konkrete Form und Materie mit bestimmten, zum Teil nützlichen Eigenschaften, und andererseits das Ding als Symbol zu sehen: als Repräsentanz von Zeichen, Ideen und symbolischen Vorstellungen. Spricht man vom Ding als Ding, so sind seine Stofflichkeit, seine materiellen Eigenschaften, die sinnlich wahrgenommen werden können, seine konkreten Funktionen und sein Nutzen für den Menschen angesprochen. Das Ding als solches bietet durch seine Beschaffenheit und sein Material eine bestimmte Form der Handhabung an (wie zum Beispiel der Faustkeil oder der Hammer), legt bestimmte Handlungen nahe sowie bestimmt und formt diese mit. Seine Dinghaftigkeit, seine Materie und seine Gestaltung weisen bestimmte Eigenarten auf, die dem menschlichen Körper und seiner Praxis einerseits angepasst sind, diese andererseits aber auch formen. Die Dinge wirken auf menschliches Handeln ein. Selbstverständlich kann man einen Hammer auch anders als auf die übliche (und eingeübte) Weise gebrauchen, aber dann wird man weder die Effizienz noch die Ästhetik der Handlung erreichen, die erreicht wird, wenn Hammer und Hand eine – lange geübte und perfektionierte – Einheit eingehen. Das Ding als Ding bietet dem Menschen einen erprobten taktilen und sinnhaften Zugriff auf die Welt, es sichert ihm Handlungsmöglichkeiten und eine relative Beständigkeit seiner materiellen Umwelt. Die Dinge verschwinden nicht einfach oder wechseln ihre Formen, sie garantieren mit ihrem Ding-Sein die Berechenbarkeit des Handlungskontextes. Das Ding und seine konkreten Eigenschaften fügen sich allerdings nicht vollständig dem menschlichen Zugriff, sondern ihm wohnt eine Widerständigkeit inne, an der der Mensch lernen oder scheitern kann. Das Ding will richtig gebraucht und richtig behandelt werden, sonst bleibt es eine »black box« und sein Nutzen oder seine Faszination unerweckt. Die Widerständigkeit der Dinge, die in ihrer materiellen Dinghaftigkeit begründet ist, bietet Lernchancen für den Handelnden und weist über ihren reinen Objektcharakter hinaus. Gerade durch ihre stofflichen Seiten fordern die Dinge den Menschen, seine Lernfähigkeit und seine Kreativität heraus – und dies gilt für ein breites Spektrum der menschlichen Handlungskonstellationen, sowohl für die kindliche Sozialisation und die Bewältigung von Alltagsproblemen erwachsener

Gesellschaftsmitglieder wie für das experimentelle Vorgehen in der Wissenschaft.

Das Ding als Symbol weist ebenfalls vielfältige Eigenschaften auf. Es gibt Dinge, deren symbolische oder rituelle Bedeutung von vorneherein bestimmend ist, und die nur zu einem symbolischen Zweck hergestellt wurden, zum Beispiel Gegenstände religiöser Zeremonien wie der Weinkelch oder die Hostie. Auch Kunstgegenstände oder Dekorationsobjekte zählen zu diesen in erster Linie »zeichenhaften« Dingen. Ihre Stofflichkeit ist reine Metapher, das Trägermedium für das religiöse (oder weltliche) Zeichen. Doch als solche ist die Stofflichkeit auch nicht zu vernachlässigen, denn der Trägerstoff drückt die Idee nicht nur aus, sondern formt sie mit. Das Brot (Hostie) und das Blut (Wein) der religiösen Zeremonie ist ein eindringliches göttliches Symbol nicht trotz, sondern wegen seiner Stofflichkeit, weil es durch die verwendete Materie (Nahrung und Blut) Verbindung zum »Urgrund«, zu Grundtatsachen des menschlichen Daseins aufnimmt. Auch bei Kunstobjekten bestimmt das verwendete Material die symbolische Aussage bzw. Wirkung mit. Es macht einen Unterschied für Aussage und Wirkung eines Bildes, ob die Farben mit Acryl, mit Lehm oder Elefantendung angemischt wurden – sofern diese Information vom Künstler textlich mitgeliefert wird. Es macht ebenfalls einen ikonologischen Unterschied, ob ein Objekt in Bronze gegossen oder aus Schrottmaterialien von Industrieprodukten konstruiert wurde. Das Trägermedium ist also Teil des Symbols.

Doch nicht nur religiöse, rituelle oder künstlerische Objekte sind hochsymbolische Dinge; auch den »banaleren« Alltagsdingen können neben ihren funktionalen Eigenschaften, ihrem schlichten Nützlichsein, symbolische Aussagen »zuwachsen«. Das Auto kann neben seinem praktischen Nutzen zum Symbol für Mobilität, für Reichtum oder Männlichkeit (und für vieles mehr) werden, die Kleidung zum Symbol für Individualität oder Jugendlichkeit (oder anderes), die Nahrung zum Symbol für ökologisches Bewusstsein oder einen verfeinerten Lebensstil. Die symbolische Repräsentation eines Dings und seine stoffliche Präsenz können in einer engen Wechselbeziehung stehen und sich gegenseitig befördern, Materie und Idee in einer stimmigen Weise zusammenwirken, sie können sich zuweilen aber auch voneinander entfernen. Zufälle und Koinzidenzen – oder auch geplante Inszenierungen – können Dinge zum Symbol für Ideen oder Ereignisse werden lassen, die mit ihrer Beschaffenheit ursprünglich keine Verbindung hatten. Damit werden neue Sinnverweise geschaffen und den kulturellen »Beständen« an sinnhaften Bezügen und symbolischen Verweisen hinzugefügt. Dieser Vorgang kann auf der kollektiven Ebene stattfinden oder auch individuell, wo spezifische, zuweilen banale Dinge zu einem wichtigen Symbol für biografische Ereignisse oder Wendepunkte werden können. Für Dinge gilt allgemein, was W.J.T. Mitchell über Bilder und Bildverstehen geschrieben hat: »Sie weisen sowohl physische als auch virtuelle Körper auf; sie sprechen zu uns – manchmal im buchstäblichen, manchmal im übertragenen Sinne.« (Mitchell 2005: 48). Das Ding als Symbol und das Ding als Ding – jede Analyse über gegenständliche Ob-

jekte sollte diese zwei Ebenen der Interpretation unterscheiden *und* sie aufeinander beziehen.

## **Vorklärung II: Mode in der Moderne – Dinge als Waren**

Das vorliegende Buch handelt auch von spezifischen, zeitlich einzugrenzenden Dingen: von den Objekten im Kapitalismus, die als Waren der Mode unterworfen sind. Es handelt von der Bedeutung der Mode für die wirtschaftlichen Kreisläufe der späten Moderne, von der symbolischen Kommunikation mithilfe der Mode in sozialen Gruppen und Gesellschaften und von der mehrfachen Verstrickung der Mode in globale Kreisläufe. Behandelt werden die verschiedenen Paradoxien der Mode: Die Mode ist ein kreatives Kulturprodukt und steht doch ohne Einschränkung im Dienste der kapitalistischen Ökonomie. Die Mode ist des »Capitalismus liebstes Kind«, wie Werner Sombart 1902 schrieb, und ist doch ein Phänomen, das fast so alt wie die Menschheitsgeschichte selbst ist. Kleidung dient der schnöden, säkularen Funktion der Bedeckung des nackten Körpers und bietet ihm Schutz; andererseits wohnen ihr durch die Möglichkeit der Verkleidung und Verwandlung rituelle und performative Aspekte inne. Kleidung, das Lieblingsobjekt der Mode, dient der Symbolisierung der sozialen Zugehörigkeit und der Integration in soziale Gruppen, gleichzeitig aber der individuellen Abgrenzung von den Mitmenschen. Kleidung und Mode bringt soziale Differenzierung zum Ausdruck und strebt doch nach Verbreitung und allgemeiner Geltung, womit Differenzierung wieder nivelliert wird. Jede Mode strebt nach ihrer Verbreitung und schafft sich selbst dabei ab, wenn sie auf dem Höhepunkt angekommen ist. Die Mode soll Distinktionsmöglichkeiten für die Eliten schaffen, ist aber in der »Demokratie der Warenproduktion« alsbald für die Massen – in jeder Preislage und Ausführung – verfügbar. Mode befriedigt unser Bedürfnis nach Ästhetik im Alltag, indem sie zeitlose ästhetische Prinzipien nutzt, und indem sie ästhetische Erwartungen immer wieder radikal bricht und neue Normen der Schönheit »erfindet«. Die Mode will jeweils neu und ungesehen sein, und schöpft doch immer nur aus dem historischen und ethnischen Fundus der schon vorhandenen Kulturprodukte. Sie befriedigt unser Bedürfnis nach Neuem, nach dem süchtigmachenden Zauber des Anfangs im Kleinen, nach der permanenten Neuerfindung der eigenen Identität im Alltag und kommt diesem Bedürfnis doch nur mit sehr oberflächlichen Mitteln, mit äußerlichen Erscheinungsformen entgegen.

Doch noch nicht genug der Paradoxien: Die Mode ist eine Art fortlaufende ästhetische Revolution, die aber von den Kunden angenommen und saisonal verkauft werden soll. Die Mode der Jugend will jeweils revolutionär sein und sich von Vorhandenem abgrenzen und wird doch bald von der Industrie und der Massenproduktion vereinnahmt. Mit der Mode soll ganz Individuelles und Persönliches ausgedrückt werden, auch wenn sie paradoxerweise über den Mechanismus der sozialen Nachahmung funktioniert. Die Mode soll unter Zuhilfenahme der Waren der Massenproduktion dem Einzelnen zu seiner Identität verhelfen und

schafft damit eine »Massenindividualisierung«. Sie befriedigt unser Bedürfnis nach dem Außeralltäglichen im Alltag mit banalen Mitteln, schafft Transzendenz, wo andere Handlungssysteme dies nicht mehr oder nicht mehr zureichend leisten können (die Religion, die Politik, die Liebe etc.). Die Mode schafft Transzendenz im Immanenten und tut dies doch nur mit den Mitteln der Oberfläche. Mode ist Verführung und mobilisiert *alle* Kräfte der Verführung, sie ist aber auch Verführung zum Kauf und dient letztlich dem schnöden Zweck des Kommerzes.

Die Mode ist ein soziologisch und kulturell äußerst vielschichtiges Phänomen. Unter dem Begriff Mode verstehen wir in einer ersten Definition die periodisch *wechselnden ästhetischen Stile von Kleidung und anderen Gebrauchsgegenständen*. »Mode ist ein Allgemeinbegriff für einen Komplex zeitweise gültiger Kulturformen«, so lautet eine über 120 Jahre alte Definition, die auch heute noch aktuell ist (Vischer 1878, zitiert nach Sombart 1902). Jede Mode ist also ein »zeitbegrenzter Geschmack«, selbst wenn sie in einem Augenblick noch so unbedingt und verbindlich daherkommt. Mode in diesem Sinne bedeutet kulturelle Innovation auf der Ebene der verwendeten Phänomene und Symbole. Mode ist das ewige Spiel mit ästhetischen Regeln und ihrem Bruch. Dabei ist davon auszugehen, dass der Wandel der Form nicht lediglich ästhetischen Gesetzen folgt, sondern in Korrespondenz zu sozialen Strukturen und ihrem historischem Wandel steht. In den Erscheinungen der Mode spiegeln sich soziale Fragen von Status und Macht, Vorstellungen und Konzepte über die Geschlechter, das zeitgemäße Verständnis und Bild des Körpers, Fragen der Identität und ihrer Beziehung zur sozialen Umwelt. Auch menschlich-existenzielle Fragen werden in der Mode und ihrem formalen Spiel »verarbeitet« und finden dort ihren ästhetischen Ausdruck: Liebe, Eros und Sexualität, Rationalität und Emotionen, Vitalität und Gesundheit, Konkurrenz und Solidarität, Macht und Abhängigkeit, kulturelle Einheit und Differenz, Jugend und Altern, sowie die zeitgemäßen Vorstellungen von Transzendenz, Tod und Todesbilder – das alles findet Eingang in die »Äußerlichkeiten« der Mode. Neben den Bekleidungsstilen und Accessoires, die häufig gemeint sind, wenn von Mode in engerem Sinne die Rede ist, unterliegen auch Sitten und Gebräuche sowie Verhaltens-, Wahrnehmungs- und Denkstile, einem modischen Wandel: etwa Konzepte für Organisationsreformen, »Psycho- und Beratungstrends«, Erziehungsstile, die zwar verbindlich gelten, sich mit der Zeit jedoch wandeln. Heute ist zu beobachten, dass immer mehr Gegenstände des Alltags, immer mehr Handlungs- und Lebensbereiche, immer mehr Phänomene der Kultur und des Wissens der Mode und ihrem schnellen Diktat unterworfen werden. Auf die Gründe wird noch einzugehen sein. Die Mode greift heute auf die vielfältigen historischen Formen der Vergangenheit zurück und schöpft aus dem kulturellen Reichtum der Menschheit. Geschichte und kulturelle Vielfalt ist in der Mode wieder präsent, nicht alles wird dem ästhetischen Diktat der Moderne unterworfen, sondern es existieren vielfältige romantische Strömungen der »Wiederverzauberung« in der Mode, die Vergangenes und Anti-Modernes neu beleben und interpretieren, zuweilen neu erfinden. Mode trägt somit – neben der

Einebnung kultureller Differenzen – zur kulturellen Vielfalt bei und bildet einen Motor der Belebung, Transformation und Vervielfältigung des kulturellen Erbes. Gleichzeitig ist die Mode aber elementarer Teil der kapitalistischen Warenproduktion und folgt deren Gesetzen – und damit ist die Mode mit globalen Mechanismen der Konkurrenz, der möglichst »billigen« Produktion und der Überausbeutung elementar verbunden. Mode erhält und schafft Kultur. Mode vernichtet Kultur. Eine weitere Paradoxie der Spätmoderne.

### **Vorklärung III: Expressivität und kulturelle Performanz**

Dieses Buch handelt von unserem Verhältnis zu Dingen. Der Gebrauch von Werkzeugen und anderen Dingen gehört von jeher zur Lebensweise des Menschen, der seine körperliche Ausstattung damit vielfältig ergänzt. Ohne Objekte, ohne Werkzeug, Kleidung und Behausung wäre der Mensch in seiner natürlichen Umgebung völlig hilflos. Persönliche Dinge bestimmen unsere intimste Umgebung, ebenso strukturieren dingliche Objekte auch die öffentlichen Räume. Dinge prägen unsere frühesten Sozialisationserfahrungen. An den Dingen, an ihrer Materie, ihrer Greif- und Handhabbarkeit bilden sich unser Tastsinn, unsere Motorik und unser Denken aus. In der Auseinandersetzung mit Dingen, an ihrem manipulierbaren Objekt-Sein, aber auch an der Widerständigkeit der Materie, formt sich unser »Ich«, in Abgrenzung zur Umwelt. An den Dingen wachsen wir, erfahren unsere Grenzen und lernen, Probleme zu lösen. Die Persistenz der Dinge, ihre Stabilität und Benutzbarkeit bilden den Sockel unserer Existenz, unser »Weltvertrauen« basiert auf der Stabilität unserer sozial geschaffenen dinglichen Umwelt. Die Dinge der Menschen bilden ein Symbolsystem, das die soziale Welt, die Sozialstruktur prägt und stabilisiert, und gewissermaßen den »Klebstoff« des sozialen Lebens darstellt. Gerade in der Moderne ist diese symbolisch-integrative Funktion der Dinge und Waren ungeheuer wichtig geworden, und weil die »magische« Aufladung der Dinge, die gemeinhin als »Fetischismus« bezeichnet wird, eigentlich vormodernen Gesellschaften zugeschrieben bzw. auf diese projiziert wird, ist diese Verstrickung der Moderne in die symbolische Welt der Dinge in ihrer Bedeutung noch relativ unbekannt bzw. wenig durchleuchtet: »Noch immer nicht sind wir das Staunen losgeworden, wie spärlich die Forschungslage hinsichtlich der Dinge ist,« schreibt der Kulturwissenschaftler Hartmut Böhme (2006: 35). Und diese Aussage gilt, obwohl sich die Dinge in der Umgebung des Menschen in den letzten zweihundert Jahren geradezu exponentiell vermehrt haben. Die Dinge überfluten geradezu die Haushalte, eine Vielzahl von Dingen aller möglichen Sorten und Varianten. Ihre Fülle ist kaum zu ermessen. Die kompetente Auswahl der beim Kauf, ihre Pflege und vor allem ihre umweltgerechte Entsorgung sind zum Problem geworden, individuell und auch gesellschaftlich. Und dennoch wird unser Verhältnis zu den Dingen in der Regel kaum thematisiert, kaum begriffen. Gerade weil die Dinge so zahlreich sind und ihre Benutzung so selbstverständlich ist, tritt die soziale Abhängigkeit

des Menschen und der sozialen Systeme von den Dingen kaum noch ins Bewusstsein. In ihrem Verhältnis zu den Gegenständen hat die Moderne eine tiefe Ambivalenz ausgebildet: Die Fülle der Gegenstände und ihre beständige Erneuerung bilden das Fundament der Ökonomie der Moderne. In westlichen Gesellschaften wird die emotionale und magische Aufladung der Objekte anderer Völker, das was Ethnologen unter dem Begriff »Fetischismus« verstehen, als primitiv und abergläubisch abgelehnt. Gleichzeitig existiert aber in den reichen Ländern der Moderne eine neue, omnipräsente Objektmagie, die als »Warenfetisch« bezeichnet werden kann: Die sinnliche Aufladung der Waren und performativen Objekte, die für bestimmte Identitäten stehen, und der vielschichtige Zeichencharakter der modischen Objekte stellen eine Art moderner, unbegriffener und deshalb legitimer »Selbstverzauberung« dar. »Kapitalismus ist Götzendienst. Im Konsum erweisen wir uns alle als Fetischdiener« (ebd.: 114). Heute gilt das vermutlich für die Reichen wie für die Armen.

Dieses Buch handelt nicht nur von der Mode und den gestalteten Objekten unserer Umgebung, sondern auch von sozialer Ungleichheit, von Konflikten, sozialen Spannungen, von Aus- und Eingrenzungen sowie Fragen der sozialen und kulturellen Integration. Es soll die kulturelle Performanz und Symbolik verschiedener Gruppen untersucht werden, speziell diejenige der Erwerbslosen und Armen. Unsere Hypothese lautet: Konsum integriert symbolisch. Auch die Armen, und Armut ist als ein relativer Begriff zu verstehen, können hierzulande am Konsum teilhaben, wenn auch in eingeschränktem Maße. Doch können die heute differenzierten und vielfältigen Konsummöglichkeiten über die verschlechternden Chancen zur aktiven Teilhabe an der Gesellschaft, am Arbeitsmarkt, hinweghelfen bzw. hinwegtrösten? Kann man mangelnden Erfolg, Absagen, mangelnde Perspektiven, das Gefühl der Nutzlosigkeit und den zugleich ein- wie ausschließenden Druck des Arbeitsmarktes durch Teilhabe am Konsum kompensieren? Hält wirklich der Konsum unsere Gesellschaft zusammen?

Empirisch wird die kulturelle Performanz verschiedener sozialer Gruppen untersucht, ihre Strategien, mit der symbolischen Inklusion und Exklusion umzugehen und sie für die eigene soziale Expressivität zu nutzen. Performanz ist zunächst einmal etwas Äußerliches, ein Erscheinungsbild, Verhaltensformen, eine soziale Rolle, ein »image« im Goffmanschen Sinne. Dieses Image wird durch gesellschaftliche Moden bestimmt sowie durch bestimmte Eindrücke, die ein jeder von sich erwecken möchte – ist also durchaus überlegt und strategisch sowie »dramaturgisch« gestaltet. Mit Goffman ist der Begriff Performanz aber noch lange nicht ausgeschöpft. Das nach außen kommunizierte Bild und das »innere Bild« eines Imagos sind im Prinzip nicht zu trennen: Beide sind sozial geformt und durch die individuelle Auseinandersetzung mit dem Sozialen entstanden. Deshalb ist unter Performanz nicht etwas rein Äußerliches, Aufgesetztes zu verstehen, eine soziale Maske, die von den »eigentlichen« inneren Entwicklungen, Erlebnissen und Verhaltensweisen scharf zu trennen ist. Wir verstehen Performanz als den »notwendigen und geeigneten Abschluss eines Erlebnisses«, ähn-

lich wie Victor Turner den Begriff Performanz unter Zuhilfenahme von Diltheys Konzept des Erlebens bestimmt (Turner 1989: 18). Die Darstellung oder Performanz ist in diesem Verständnis ein Phänomen, das vom Erleben und seiner inneren Verarbeitung nicht abgelöst werden kann, sondern im Gegenteil den notwendigen Schlusspunkt bildet, der den Erlebnissen erst ihren Sinn gibt. Ein Erlebnis ist nicht wirklich abgeschlossen, wenn es nicht »ausgedrückt« wird, d. h. anderen in verständlicher Weise in einer der verschiedenen kulturellen Sprachen (der Musik, der Symbole, der Mode, der Dichtung etc.) mitgeteilt wird. Ein Erlebnis, das man anderen »erzählt«, wird dadurch erst wirklich. Eine Identität ist keine Identität, wenn sie nicht mit anderen geteilt und zumindest partiell von anderen bestätigt wird. In diesem Schritt der Performanz, im Ausdruck des eigenen Erlebens, ist zudem nichts weniger als das Geheimnis der Kulturproduktion eingeschlossen; Dichter, Musiker, Maler und Schriftsteller greifen auf diesen Prozess zurück. »Gerade durch den Prozess der Darstellung wird das, was normalerweise hermetisch in den Tiefen des soziokulturellen Lebens verschlossen, der Alltagsbeobachtung und dem Verstand nicht zugänglich ist, ans Licht befördert.« (ebd.: 17). Kultur im Ganzen ist in diesem Verständnis »objektivierter Geist«, das Ensemble solcher Äußerungen und Darstellungen, die Summe des transzendenten und »ausgedrückten« Erlebens Einzelner, das anderen zugänglich und – zumindest potenziell und teilweise – verständlich gemacht wird. In der Kunst wirkt dieser Prozess in seiner reinen Form; hier wird Erleben verdichtet und in eine ästhetische Form gebracht. Jedoch ist davon auszugehen, dass im Alltag jeder Mensch »Darsteller« seiner selbst und seines Erlebens ist und dazu kulturelle Elemente und Symbole in der ihm eigenen Weise nutzt und dabei eine eigene Ästhetik – *grounded aesthetics* – entwickelt.

Die Frage der kulturellen Performanz verschiedener sozialer Gruppen wird in der vorliegenden Arbeit empirisch anhand von »Lieblingsobjekten« untersucht. Unsere Probanden sollten mehrere Lieblingsstücke – Kleidung und anderes – zu den Interviews mitbringen und erzählen, welche Gefühle, Geschichten und Bedeutungen sich mit diesen Objekten verbinden. In dieser Arbeit zeigt sich, dass »Lieblingsobjekte« einen aussagekräftigen und konkreten (und damit analysierbaren) Schnittpunkt zwischen Sozialstruktur, Kultur und Individuum darstellen. Schließlich werden der Geschmack und der Habitus eines Menschen durch sein Elternhaus und die Schicht, in die er hineingeboren wird, geprägt – das wissen wir seit den Analysen von Pierre Bourdieu. Deshalb müssten »geliebte Objekte« Rückschlüsse auf das soziale Milieu ermöglichen – selbst wenn die Gliederung der Sozialstruktur heute durch fortgeschrittene Prozesse der Differenzierung der Lebensstile äußerst komplex geworden ist. Daneben sind »Lieblingsstücke« individuell besonders bedeutsam – das heißt, sie müssten Hinweise auf biografisch relevante Fragen und Entwicklungen enthalten. Da sie kulturelle Zeichen individuell oder milieuspezifisch nutzen, die verfügbare Symbolik der Gesellschaft(en) verwenden, sollten sie auch kollektiv bedeutsame Sinnverweise enthalten. Fragen des Zeitgeistes, der Entwicklung der Kultur, müssten sich darin



spiegeln. »Lieblingsobjekte« sind durch die Mode geprägt, unterwerfen sich der Mode allerdings nicht. Die Objekte des Alltags wurden mehr und mehr von den Gesetzen der Massenproduktion, von der Mode, der Semiotisierung der Waren und ihrer – eindrucklichen, aber vorübergehenden – Aufladung mit Sinn erfasst. Sie dienen – wie Kleidung – der Kommunikation mit anderen, zur Befestigung des sozialen Status und transportieren semiotische Codes, die auf soziale Differenzierungen verweisen. Andererseits folgen die »Lieblingsobjekte« nur zum Teil dieser Logik. Daneben greifen sie im Zeithorizont weiter aus als die kurzlebige Mode; in den »Lieblingsobjekten« sind häufig längerfristige biografische Entwicklungen und Kontexte repräsentiert. So wie das Kuscheltier des Kindes, das überallhin mitgenommen wird, die Vertrautheit und Stabilität der Welt sichern soll, ermöglichen die persönlichen Lieblingsgegenstände der Erwachsenen einen sicheren und beherrschbaren Weltausschnitt. Die Objekte seiner Umgebung schützen den Menschen vor der (gerade in der Moderne) allgegenwärtig lauernernden Erfahrung der Kontingenz und Unsicherheit. Objekte sichern also personale Identität und geben ihr Ausdruck. Sie dienen darüber hinaus der Kommunikation mit anderen: Welcher Preisklasse gehören sie an und was sagt das über die finanzielle Leistungsfähigkeit des Besitzers aus? Welches Image transportieren sie? Welche Symbolik wird genutzt – welche Farben, Formen, Zitate, Verweise? Welcher Subtext wird mitgeführt? Was für ein »kultureller Ausdruck« steckt also im Objekt?

Objekte sind Artefakte der Kultur, die mit persönlicher Bedeutung aufgeladen werden – in der Kommunikation mit anderen und in der Kommunikation mit sich selbst. Wenn die persönlichen Gegenstände beschädigt werden oder abhanden kommen – etwa durch Einbruch, Diebstahl oder durch »höhere Umstände«, reagieren Menschen stark emotional und es wird deutlich, welchen nachhaltigen Eingriff in die Intimsphäre die Beschädigung ihrer persönlichen Ding-Umwelt mit sich bringt. Objekte sind also hochgradig identitätsrelevant, und das obwohl ihre Herstellung heute in der Regel sehr »unpersönlich« ist. Sie sind zumeist Bestandteil der kapitalistischen Warenproduktion und tragen nicht nur Spuren der ökonomischen und technischen Rationalität in sich, sondern sind durch diese Rationalitäten von Grund auf gestaltet. Eine zeitgemäße Soziologie der Objekte sollte folgerichtig den Fokus nicht nur auf das Individuum und seine Identität, sondern auch auf das »System der Dinge« und seine ökonomischen wie technischen Eigengesetzlichkeiten richten.

Eine soziologische Analyse der Alltagsobjekte kann heute nicht angemessen sein, ohne die Visualität der spätmodernen Kultur zu berücksichtigen. Durch visuell ausgerichtete Medien, die eine immer größere Rolle im Prozess der Kommunikation spielen, ist das Bild und seine massenhafte Verbreitung ein immer wichtigerer, weil ubiquitärer, aber nicht immer verstandener Bestandteil der Kulturproduktion geworden. Bilder haben eigene Mittel der Kommunikation, die an anderen Gesetzen ausgerichtet sind als sprachliche Texte und sie bieten zusätzliche Möglichkeiten des Ausdrucks und der Performanz. Text und Bild repräsen-

tieren Sagbares und Sichtbares, sie folgen unterschiedlichen Logiken und sind in jeweils ganz anderer Weise »lesbar«. Sie sind nur bedingt, nicht vollständig in das jeweils andere Medium »übersetzbar«. Bilder enthalten zusätzliche, andere Informationen als Texte. Das »Abbild« eines Dings transportiert einen Teil seiner materiellen und ästhetisch-sinnlichen Eigenschaften in Form visueller Informationen. In dieser Perspektive erscheint es geradezu zwingend, neben textlichen auch visuelle Daten in den Forschungsprozess mit einzubeziehen. In der vorliegenden Arbeit geschieht dies, indem neben offenen Interviews Fotografien als Daten in der Feldforschung generiert und, wie die Interviewtexte, unter Zuhilfenahme hermeneutischer Verfahren ausgewertet wurden.

Doch zunächst geht es um die sozialen Bedeutungen der Dinge: Welche Funktionen haben die Dinge für menschliche Kultur und welche Wirkungen entfalten sie auf soziale Beziehungen? Die symbolischen (und materiell-stofflichen) Funktionen der Objekte für die Sozialwelt sind Thema des nächsten Kapitels.

## 2. Kulturkonstitution durch Dinge?

### Warum die Welt der Objekte

### sozialwissenschaftlich relevant ist

---

Für den empirischen Ansatz dieser Arbeit wurde ein »objektesozilogischer Zugang« gewählt. Das heißt, im Focus der Empirie stehen »Lieblingsobjekte« der Befragten und ihre symbolischen Bedeutungen und Bezüge. Die Dinge fungieren dabei als ein Schlüssel zu Interpretationsmustern sowie zu biografischen Handlungstypen und Erleidensprozessen. Im Hintergrund dieses methodischen Zugangs steht die Behauptung der fachlichen Relevanz einer »Soziologie der Dinge«, was an dieser Stelle begründet werden soll.

Eine soziologische »Phänomenologie der Dingwelt« muss mehrfach dimensioniert werden und ist in verschiedener Hinsicht soziologisch relevant. Die Dinge, die den Menschen umgeben und die er zu verschiedenen praktischen und symbolischen Zwecken benutzt, sind in Funktion und Gestaltung *sozial konstituiert* – damit spiegeln sich in den Dingen soziales Wissen, soziale Relevanzen sowie Ziel- und Wertsetzungen. Die Dingwelt des Menschen erweitert seine praktische und technische Handlungsfähigkeit um ein Vielfaches. Die Dinge des Menschen können insofern als körperliche, mentale oder psychische *Erweiterungen und Repräsentationen des Körpers und des Selbst* gelten und sind damit relevant für das soziologische Verständnis des menschlichen Körpers und seiner Identität. Doch die Welt der Dinge wiederum ist nicht nur Funktion und Ergebnis menschlicher Entwürfe und menschlicher Arbeit, sondern wirkt auf die Handlungen der Akteure zurück. Die Dinge repräsentieren strukturelle Verfestigungen von praktischem, explizitem wie implizitem Wissen, ebenso wie sie materielle Manifestationen von sozialen Strukturen und kultureller Symbolik darstellen. Der Gebrauch bestimmter Dinge zum Erreichen spezifischer Handlungsziele legt bestimmte Handlungen nahe, die eher zum Erfolg führen als andere Handlungen. Die Dinge besitzen einen Aufforderungscharakter für Handlungen, sie strukturieren Handlungen, wirken auf sie ein und konstituieren sie mit. Um einen Hammer, einen

Stift oder einen Computer effektiv zu gebrauchen, kann man sie nicht irgendwie und zu irgendetwas einsetzen, sondern in einer bestimmten, erlernten und eingeübten Praxis. Im Hinblick auf die spezifischen Handlungsziele und zum richtigen, effektiven und »formvollendeten« Gebrauch bedarf es eines mehrschichtigen und voraussetzungsvollen Handlungssettings und Körpereinsatzes; beides wird kulturell geformt und erlernt. Insofern bestimmen die Dinge die Handlungsformen mit, und wirken – im eigenen Interesse der Akteure – leitend und normierend auf die Handlungen. Die an Handlungen und Entscheidungen beteiligten Dinge kann man deshalb mit Bruno Latour als *Aktanten* bezeichnen, da sie *auf das Handlungsergebnis in einem praxeologischen Sinne einwirken*. Über diese praxisbezogene Macht hinaus wohnt den Dingen symbolische soziale Macht inne. Die Dinge, die der Mensch besitzt und benutzt, inkorporieren *soziale Bedeutungen und Sinnstrukturierungen symbolischer Art*: Sie repräsentieren den Status und den sozialen Erfolg des Individuums in der Gesellschaft sowie seine ästhetisch-sinnhaften und sozialen Selbstverortungen.

## 2.1 Das Ding als Symbol

Die Dingwelt des Menschen und ihre symbolischen Verweise und Beziehungen stehen in dieser Arbeit im Mittelpunkt der Analysen, deshalb seine am Beginn einige Überlegungen zum *Symbolbegriff* erlaubt. Wir schließen uns der Auffassung von Ernst Cassirer an, der die *menschliche Kultur als symbolisierte, sinnhaft gegliederte Formgebung* begreift. Symbol und Symbolisierung sind Schlüsselbegriffe in Cassirers Schriften. Menschliches Tun bedeutet für ihn Gestalten, Bilden und Formen innerhalb einer gewachsenen Kultur und ihrem Symbolsystem, und diesem symbolgeleiteten Tun entspringt die Erfahrung des menschlichen Seins, und nicht primär dem analytischen Beobachten. »Das Tun bildet vielmehr den Mittelpunkt, von dem für den Menschen die geistige Organisation der Wirklichkeit ihren Ausgang nimmt«, schreibt Ernst Cassirer in seiner »Philosophie der symbolischen Formen« (1925/1977: 187) Das menschliche Schaffen folgt dabei kulturell sinnhaften Regeln.

Dem Tun geht ein sinnlich gegliedertes Wahrnehmen voraus, das durch die symbolische Form eine sinnhafte Ordnung erhält. Diese immanente Gliederung der sinnlichen Wahrnehmung durch die kulturelle Symbolwelt ist von grundlegender Bedeutung, denn sie bewirkt, dass die Welt dem Menschen nicht als amorphe Masse aus chaotischen Sinnesreizen begegnet; dadurch entsteht kein »Rauschen« in der Wahrnehmung, um es modern auszudrücken, sondern eine stimmige Ordnung, die als Handlungsgrundlage dienen kann. Im Symbolbegriff kumulieren deshalb Wahrnehmung, Handlung und formale Gestalt: »Unter ›symbolischer Prägnanz‹ soll also die Art verstanden werden, in der ein Wahrnehmungserlebnis, als ›sinnliches‹ Erlebnis, zugleich einen bestimmten nicht-anschaulichen ›Sinn‹ in sich fasst und ihn zur unmittelbaren konkreten Darstel-

lung bringt.« (Cassirer 1929/1982: 235) Durch Herauslösung und Verdichtung bilden sich Formen, Kontraste und Gestalten, welche identifizierbar werden; und die einzelnen Formen erhalten Dauerhaftigkeit durch ihre Repräsentation und Einordnung innerhalb eines Sinnganzen. Durch Symbole und ihre sinnhafte Verknüpfung werden sinnliche Einzelinhalte zu Trägern allgemeiner geistiger Bedeutungen. Durch die symbolische Form wird ein geistiger Bedeutungsgehalt an ein konkretes sinnliches Zeichen geknüpft. Mit der Formgebung geht zugleich eine Sinnggebung einher, erst Formen lassen Strukturen und Zusammenhänge der wahrgenommenen Welt erkennen. Die symbolische Form, die sinnlich vermittelt ist, ermöglicht so Orientierung in der Welt. Symbolische Formen sind somit als Grundformen des Verstehens zu denken, mit denen der Mensch Wirklichkeit erfasst und gliedert, sich in der Welt zurechtfindet und diese gegliederte Wahrnehmung als Folie für seine Handlungsentwürfe nutzt. Die symbolischen Formen erlangen im Zeitverlauf eine gewisse Dauerhaftigkeit und sind intersubjektiv gültig. Doch erhalten die Kulturgüter, die universellen symbolischen Formen erst Lebendigkeit durch das tätige, gestaltende Individuum. Symbole sind daher immer zugleich individuell und universell; das Universelle lässt sich nicht anders als in der Handlung, im Werk von Individuen anschauen, weil es nur in dieser Aktualisierung Verwirklichung finden kann. Dieses Verhältnis von Universellem und Individuellem kennzeichnet die kulturelle Existenz des Menschen.

Kultur ist demnach die Art und Weise, wie der Mensch durch Symbole Sinn erzeugt und Sinn wahrnimmt. Symbole entstehen in Verbindung mit der Sinnlichkeit der Wahrnehmung, haben aber einen Sinn, eine Ordnung, die über die sinnliche Wahrnehmung und das unmittelbare Erleben weit hinaus geht. Die symbolische Formwelt erwächst und erlangt Stabilität aus eben dieser Verbindung von Sinn und Sinnlichkeit, aus dem Zusammentreffen von Bedeutung und ästhetisch gegliederter Wahrnehmung. Der menschliche Geist hat nach Cassirer nicht die Möglichkeit, sich selbst zu ergreifen, sondern ist auf eine Vermittlung von Sinn durch einen sinnlichen Gehalt und eine Form angewiesen. Jede symbolische Form bringt eine kulturelle Objektivierung mit sich. Dadurch erlangt der Mensch eine kulturelle Distanz zu seinen eigenen unmittelbaren Antrieben, zu Wünschen und Emotionen, diese Distanz verschafft ihm wiederum Handlungs- und Gestaltungsspielräume. Der historische Ursprung für alle symbolischen Formen ist der Mythos; er stellt die früheste Form der sinnlichen Weltgliederung dar. Menschliche Kultur lässt sich nach Cassirer als einen fortschreitenden Prozess der Befreiung des Menschen von sich selbst, von seiner eigenen Unmittelbarkeit, mit Hilfe von Symbolwelten beschreiben. Mythos, Sprache, Kunst, Religion und Wissenschaft bilden unterschiedliche Phasen innerhalb dieses Prozesses.

Die Dinge des Menschen haben, wie oben ausgeführt, verschiedene Funktionen für die menschliche Kultur. Neben ihren praktischen Funktionen, die bestimmten Problemlösungen oder dem behaglicheren Leben dienen, haben die Dinge für den Menschen symbolische und rituelle Bedeutungen. Dinge sind ver-

dichtete Kultur. In ihnen vereinen sich zum einen handwerkliches oder praktisches Wissen und Erfahrung. Zum anderen enthalten die Dinge verdichtete Kultur in Form von Cassirers Symbolen: ästhetische Ordnungen und ›Sinneskulturen‹, magische oder religiöse Bilder als Chiffren der Weltwahrnehmung, oder wissenschaftliche Auffassungen und Gesetze, auf deren Basis die »Dinge«, die »Geräte« und »Maschinen« entwickelt wurden (vgl. Latour 1995).

Die Dinge unserer Zeit enthalten nach Bruno Latour die verdichteten Werte und Überzeugungen der Aufklärung und treiben sie gleichzeitig ad absurdum, da die moderne Trennung von Subjekt und Objekt, von Mensch und Ding eine elementare Selbsttäuschung der Moderne sei. Das Funktionieren der Laboratorien und der experimentellen Mensch-Ding-Hybriden, welches die Basis für den wissenschaftlichen Fortschritt und den entsprechenden praktischen Dinggebrauch des Menschen bildet, sei letztlich nicht einsehbar, nicht transparent, und die Rationalität dieser Mensch-Ding-Arrangements nicht überprüfbar. Der unmittelbare Zugang zur Natur ist nach Latour gerade durch das nur scheinbar rationale Arrangement der Dinge – sowie der unscharfen Mensch-Ding-Beziehungen – versperrt. Das »Parlament der Dinge« stellt sich Latour als Versammlung »stummer Wesen« vor, bestehend aus wissenschaftlichen Geräten und Laboratorien »in dem die Wissenschaftler, bloße Zwischenglieder, ganz allein im Namen der Dinge sprechen« und als Mandatsträger der Dinge entweder »Verrat üben oder getreu übersetzen« könnten – was letztlich von außen nicht überprüfbar ist (vgl. Latour 1995:190f.) Doch von den Dingen und Geräten der modernen wissenschaftlichen Laboratorien und Latours Konzept soll hier nicht in erster Linie die Rede sein, denn unser Focus liegt auf der Untersuchung der Dinge der Alltagskultur und ihrer Funktionen im Hinblick auf soziale Inklusion und Exklusion.

Dinge figurieren als kulturelle Symbole. In ihnen verdichten sich stoffliche und sinnliche Erfahrung sowie körperliches und abstraktes Wissen. In den Dingen materialisieren sich zum anderen symbolische Formwelten, die sinnhaft gegliederte ästhetische und semantische Systeme enthalten. Im Folgenden soll es um die symbolischen Ordnungen der Dinge sowie um die kulturkonstituierenden und -tradierenden Aspekte des Dinggebrauchs gehen.

## 2.2 Symbolische Ordnungen

### 2.2.1 Gebrauchsdinge und rituelle Objekte

Der Gebrauch von Dingen in Form von Werkzeugen, Waffen, Bekleidung, Kochgeräten etc. begleitet den Menschen seit Urzeiten und kann als Spezifikum der menschlichen Gattung gelten. Der Mensch gilt als *toolmaking animal*. Der Mensch zeigte sich anpassungsfähig an verschiedene Umwelten und Klimazonen, weil er es vermochte, seine durch Triebe unterbestimmten und insofern biologisch noch ungeformten Energien zur kreativen Problemlösung, zum »kultur-

schaffenden Tun« in Cassirers Sinne zu nutzen. Die Kreativität des Menschen äußert sich zuerst im Dinggebrauch, im Handlungsentwurf, in der Planung und Ausführung hilfreicher und sinnlich ansprechender Objekte sowie ihrem vielseitigen Einsatz. Der Mangel an biologischer, spezifischer Anpassung und Festlegung gab die Möglichkeit zur Kultur, zur Kontingenz und Kreativität des problemlösenden Handelns und zu dessen kultureller Überformung und Institutionalisierung. Die Fähigkeit des Menschen zur Kreativität, zur Anpassung und Problemlösung, zum Gestalten und zur Arbeit im Sinne der Transformation der natürlichen Umwelt zum Zwecke des Überlebens und der besseren Anpassung äußert sich historisch und systematisch zuerst im Gebrauch von Dingen, etwa von Werkzeugen. Für Marx war von Bedeutung, dass die Dinge akkumulierte menschliche Arbeit repräsentieren. Dies bestimmt sowohl den Gebrauchswert wie später den Tauschwert der Dinge am Markt. Die Dinge sind jedoch in einem noch grundsätzlicheren Sinne von Bedeutung, denn sie repräsentieren die Anpassungsfähigkeit, die menschliche Kreativität und den Erfindungsgeist, das kulturschaffende Tun des Menschen. Sie repräsentieren daneben die verfeinerten und differenzierten kulturelle Kenntnisse und Fähigkeiten, das Wissen und die Praxis, die überliefert werden, sowie die Distanz und Verfügung, die der Mensch mit Hilfe von Objekten über die Natur, über natürliche Prozesse und Abläufe gewinnt.

Die »Dingwelten« des Menschen sind bislang wissenschaftlich vor allem in den frühen Geschichtswissenschaften, daneben in der Ethnologie und Anthropologie von Bedeutung (vgl. zur Einführung Hahn 2005). Je weiter man in der Menschheitsgeschichte zurückgeht und je weniger schriftliche Quellen existieren, desto mehr stützt sich unser Wissen über die historischen Menschheitskulturen auf archäologische Objekte, auf Dinge und »Dingwelten«, die es zu interpretieren gilt. Die Dinge, ihre Gestaltung, ihre stofflichen und sinnlichen Eigenschaften vermögen es, als Datum eine symbolische Brücke zwischen den Zeiten zu schaffen, eine Brücke, die mehr als unsicher und wackelig ist, wenn kaum Kontextwissen überliefert wurde, das man für eine sichere Interpretation benötigte. In jüngerer Zeit bauen Prähistoriker, zuweilen gemeinsam mit Ethnologen oder Anthropologen, diese Werkzeuge nach und versuchen sich in ihrem Gebrauch, üben sich in der geschickten und gekonnten Verwendung, um sie besser verstehen und interpretieren zu können. Weiß man sie zu nutzen, so erzählen die Dinge von den Praktiken, von Möglichkeiten, Handlungsreichweiten und den ganz alltäglichen Handlungen. Die Dinge des Gebrauchs führen, da sie als Typus entwickelt, gebraucht und tradiert wurden (der Faustkeil, der Hammer, die Nadel) historisch zu einer Vereinheitlichung menschlichen Handelns und menschlicher Praxis, die durch kulturelle Gebrauchsnormen und praktische Überlieferungen noch verstärkt wurde. Auch normatives Wissen ist in den Dingen gespeichert, die symbolische Ordnung der Wahrnehmung der Welt bildet sich darin ab, die allerdings ohne Kontextwissen noch schwerer als die Praktiken zu entschlüsseln ist.

Die Menschheitsgeschichte kann als Exteriorisierung körperlicher Funktionen in Werkzeugen beschrieben werden, ebenso als Exteriorisierung des Gedächtnisses und der Zeit (vgl. Leroi-Gourhan 1964). Werkzeuge, Instrumente und Maschinen haben im Laufe der Zeit nicht nur die Hand, das Gebiss, die Beine und die Muskeln des Menschen ergänzt und effektiviert, sondern sie speichern auch Wissen, fassen Handlungsabläufe, Sequenzen und Funktionsweisen zusammen und standardisieren diese. Das in Gebrauchsgegenständen gespeicherte Wissen und die damit verbundenen Praxisformen und Gebrauchsweisen müssen allerdings im Nachhinein entschlüsselt und »freigesetzt« werden. Nach Halbwachs (1984) reflektieren Objekte und die Organisation der Objekte im Raum die Identität einer Kultur, historische Ereignisse und ihre Deutung bilden sich symbolisch in den Dingen – in Räumen, Plätzen, Interieurs, im Werkzeug und Kochgerät sowie in anderen Gegenständen ab. Die Dinge und ihre Organisation im Raum fungieren als kulturelles Gedächtnis und repräsentieren ausschnittshaft, aber auf symbolisch verdichtete Weise menschliche Geschichte, vergangenes Geschehen, Kultur und kollektive Identität.

Neben den historischen Gebrauchsdingen wurden rituelle Objekte überliefert bzw. in Grabungen gefunden; häufig muss erst einmal entschlüsselt werden, ob es sich um alltägliche Gebrauchsgegenstände oder um kultische Objekte handelt. Symbolische und rituelle Objekte speichern Vorstellungswelten, lenken Handlung und intensivieren soziale Erfahrung. Dinge sind insofern sinnkonstitutiv; ohne sie wäre die Welt nicht sinnhaft zu strukturieren. Mary Douglas wies darauf hin, dass die zentrale Bedeutung von Riten und rituellen Objekten vor allem in der Artikulation und Konstitution von kollektiv-kultureller Erfahrung liege. Ein Kollektiv konstituiert sich über und in seinen Ritualen. Gemeinsame Erfahrungen und gemeinsame Vorstellungswelten werden darin inszeniert und erhalten eine sozial-kognitive Geltung. Rituale und rituelle Objekte sind in diesem Sinne zu verstehen als »fixierte Kommunikationsformen, denen magische Wirksamkeit zugeschrieben wird« (Douglas 1981: 202). Im Gebrauch bzw. in der Ausführung strukturieren sie auf konkrete, sinnlich erfahrbare und sinnhaft geordnete Weise Zeit und Aufmerksamkeit. Sie lenken Denken, Handeln und Fühlen; damit dienen sie – ganz in der Denkweise und Tradition Durkheims – der sinnlich-emotionalen Erfahrbarkeit von kollektiver Kultur und der affektiven Stabilisierung und Erneuerung von Gemeinschaften und sozialen Strukturen.

Die Moderne hat einen Prozess der Deritualisierung durchgemacht, doch auch wenn Rituale hier seltener geworden sind, existieren sie immer noch. Der moderne Mensch benötigt eine Ordnung des Wissens und der Wahrnehmung ebenso wie der vormoderne, er benötigt symbolische Strukturen und ritualisierte Praktiken zur kognitiven und kulturellen Orientierung. Douglas findet diese ritualisierten Praktiken, die in der Moderne weiterexistieren, etwa in Form der zeitlichen Gestaltung der Wochenstruktur, der sozialen, regelhaften Gestaltung von Mahlzeiten, in Form von Körperpflegeritualen oder biografischen Übergangsritualen wie Taufe, Kommunion, Hochzeiten und Beerdigungen. In diesen Prakti-



ken spielen rituelle Objekte nach wie vor eine Rolle, Objekte wie Sonntags- oder Berufskleidung, differenziertes Tafelgeschirr, Badezusätze und Deodorants, Taufbecken, Ehering oder Grabstein (Douglas 1988). Ergänzen könnte man, dass bestimmte Warenmarken mit ihren sinnhaft aufgeladenen Bedeutungsräumen symbolische, möglicherweise rituelle Aspekte aufnehmen – nicht wenige Konsumgegenstände werden vor allem aufgrund ihrer sinnhaften, symbolische Bedeutung konsumiert, der praktische Nutzen tritt in den Hintergrund. Douglas und Isherwood weisen, ähnlich wie Veblen und Bourdieu, auf die soziale Distinktionskraft des modernen Konsums und der erworbenen Dinge hin, auf in diesen Dingen repräsentierten Reichtum, auf Geschmacksmuster und deren kulturelle Verbindung zu bestimmten sozialen Schichten. Dennoch ist für sie im Konsum nicht die Symbolisierung von Status, Prestige und kulturellem Kapital primär, wie für Veblen und Bourdieu, sondern die grundlegende Funktion der Objekte, für das Individuum ein sinnhaft strukturiertes und sinnlich erfahrbares Universum zu begründen – und dies in die soziale Umwelt zu kommunizieren. Die Dingwelt symbolisiert die Vorstellungswelt der Person bzw. des Milieus: »Im Rahmen des ihm Möglichen benutzt das Individuum seinen Konsum, um etwas über sich selbst, seine Familie, seine momentane Position zu sagen. [...] Seine Aussagen sind solche über seine Welt, in der er lebt.« (Douglas/Isherwood 1980: 68) Damit enthalten die Dinge und Geschmackspräferenzen nicht vorrangig eine Aussage über soziale Schichtzugehörigkeiten, wie bei Bourdieu, sondern in erster Linie Aussagen über kulturelle, ästhetische und symbolische Selbstverortungen, die in einer gewissen Freiheit und Souveränität vorgenommen werden, über die eigene Identität zu bestimmen und zu verfügen – innerhalb des abgesteckten Rahmens der ökonomischen Möglichkeiten. Bei Douglas und Isherwood gibt es nicht den »Kurzschluss« von der Schichtzugehörigkeit auf die kulturell-symbolische Ebene und umgekehrt, wie Bourdieu von Kritikern vorgeworfen wird – nicht ganz zu Recht, da auch Bourdieu menschliche Freiheit und ihre Begrenzungen thematisiert, mit umgekehrter Gewichtung allerdings. Der Einfluss des sozialen Umfeldes, des Milieus wird bei Douglas/Isherwood durch Freiheit und ästhetische Selbstbestimmung des Subjekts, durch seine sinnhaft-symbolische Welt, »gebrochen« und »geformt«. Dies gilt allerdings auch in diesem Konzept in erster Linie für »offene Gesellschaften«, denn je stabiler und geschlossener, je weniger durchlässig die Gesellschaftsform und die Formierung ihrer Sozialstruktur, desto eindeutiger und zuverlässiger fungieren die Objekte als soziale Statusanzeiger – und desto stärker wird das Individuum kulturell durch seine Klasse fremdbestimmt, seine Freiheit nicht nur in ökonomischer, sondern auch in ästhetischer und symbolischer Hinsicht beschränkt.

### 2.2.2 Gabentausch, Warenzirkulation und »heilige Dinge«

Nicht nur rituelle und symbolische Objekte fungieren als soziales Bindemittel, mit denen sich Individuen kulturell identifizieren können. Auch alle anderen »Dinge«, die im Gabentausch als Geschenke ausgetauscht werden, die im sozialen Geflecht hin- und herwandern, schaffen ein Netz von gegenseitigen Verpflichtungen. Dieses Netz der Verpflichtung (und der Schuld) wirkt in hohem Maße stabilisierend auf die sozialen Beziehungen einer Gruppe, auf das reibungslose, positive Funktionieren der Beziehungen, und somit auf den sozialen Zusammenhalt insgesamt (vgl. Marcel Mauss 1989). Der Austausch von Gaben fördert die Stabilität von Netzwerken und Gesellschaften, seine informell bedeutende Wirkung unterstützt und ergänzt die formalen gesellschaftlichen Regeln und Gesetze des sozialen Umgangs, füllt diese erst mit lebendigem sozialen Geschehen, mit einem vitalen sozialen Austausch. Aus dem Gabentausch entstehen konkrete Rechte und Pflichten für die Mitglieder der Gemeinschaft, ihr sozialer Austausch vollzieht sich über das Bindemittel der Gaben.

Besonders sozial bindend ist das Schenken von Nahrung, etwa durch Einladungen zum Gastmahl. Die gemeinsame Mahlzeit stiftet ein imaginiertes, aber hochsymbolisches körperliches Band der gegenseitigen Verbundenheit und Verpflichtung. »Von der gleichen Speise zu essen, der gleichen Flüssigkeit zu trinken und die gleiche Pfeife zu rauchen sind Handlungen, die in allen Gesellschaften eine Gemeinschaft herstellen, also eine Gruppe, deren Mitglieder Gemeinsamkeiten aufweisen, die sich nicht auf die Identität des Magen- oder Lungeninhalts beschränkt, sondern durch sie symbolisiert wird, wie auch im *christlichen Abendmahl*. Der gemeinsame Verzehr stiftet eine gemeinsame Identität und damit Frieden – *das Gastmahl, die Friedenspfeife, das Versöhnungessen* oder auch *das Geschäftsessen*. Er stellt die elementarste, da körperlichste Form der Identitätsstiftung durch Dinge dar: Durch die Aufnahme von Substanzen verändert sich die materielle Substanz der Person.« (Habermas 1999: 188) Die körperliche Transformation durch die Nahrung symbolisiert die durch die Speise gestiftete soziale Veränderung, das soziale Band.

Abstrakte soziale Beziehungen, zum Beispiel ökonomischer Art, werden durch Geschenke und Vertrauensvorschüsse – und Vertrauen ist hier gedacht als ergebnisoffener Austausch von materiellen und immateriellen Gaben – in konkrete, funktionierende soziale Beziehungsformen verwandelt. Im Gabentausch, und besonders hervorzuheben ist dabei der *potlatch* – der großzügige, verschwenderische, zuweilen geradezu ruinöse Gabenwettbewerb sozialer Eliten, der in verschiedenen traditionellen Kulturen vorzufinden ist –, werden nach Mauss Identitäten und Rangfolgen ausgehandelt (vgl. Mauss 1989). Soziale Hierarchien und Rangfolgen, das soziale Machtgefüge und die symbolische Ordnung der Gemeinschaft oder Gesellschaft werden in diesem Gabentausch erzeugt. Ökonomische, rechtliche, soziale und religiöse Aspekte der archaischen Gesellschaft werden in den Gabentausch integriert, seine kollektive Bindekraft ist deshalb

sehr hoch. Wer sich Ansehen verschaffen, erhalten oder ausbauen will, ist zu großzügigen Gaben verpflichtet. Für die Empfänger besteht ebenfalls eine soziale Verpflichtung, angebotene Gaben anzunehmen. Mit den dargebotenen Gaben ist allerdings die implizite, zeitlich und sachlich nicht festgelegte Verpflichtung zur Gegengabe verbunden, sonst kann ein Gesichtsverlust drohen. Eine offene, ungetilgte Verschuldung, kann mit einer Gegengabe beglichen werden. Aus dieser Pflicht zur Reziprozität ergibt sich die gesellschaftliche Zirkulation der Gaben, sowie die sozialen Rechte und Pflichten, die damit verbunden sind: »Im Gabenwettstreit verschuldet der Gebende permanent den Beschenkten. Daraus entsteht der soziale Zusammenhang, auf einem latenten Grund von Schuld« (vgl. Böhme 2006: 291)

Dem Gabenwettstreit haftet deshalb, insbesondere in der ausgeprägten Form des *potlatch*, ein Aspekt der Zerstörung an, eine »kreative Zerstörung« eigenen Reichtums, aus der neue soziale Strukturen erwachsen. Aus dem in der Rivalität und im Wettbewerb verausgabtem Wohlstand, aus der Zerstörung und Verausgabung, wird die soziale Ordnung produziert. Doch um die Zerstörung und Verausgabung der Dinge zu begrenzen und damit das Risiko der Selbstzerstörung der Gesellschaft zu bannen, braucht es ein ausgleichendes Element, eine Art Anti-Entropie. Eine Schlussfolgerung von Mauss, die von Maurice Godelier weiter ausgeführt wurde, war, dass es in den Gesellschaften des Gabentauschs im Verhältnis zu den Objekten, die zirkulieren, zum Ausgleich exklusive, dem Tausch entzogene Objekte geben muss, die beharren und Beständigkeit symbolisieren. Diese vom Austausch ausgeschlossenen Objekte bilden den sozial geschützten Kern, die entzogene Mitte, auf die alle sozialen Prozesse bezogen sind, sie bilden das Unveräußerliche, das Heilige. Die *Sacra*, wie Mauss diese heiligen Dinge nennt, sind der ruhende Pol, der Bezugspunkt aller sozialer Austauschprozesse. Die »heiligen Dinge« sind Verkörperungen und Voraussetzungen der Identität einer Gesellschaft, Symbole ihrer transzendenten Sphäre, und dürfen deshalb nicht verausgabt werden, nicht in die Zirkulation der profanen Dinge eintreten. Indem die Gesellschaftsmitglieder eine Balance zwischen zerstörerischer Verausgabung der Güter im Austausch und der Wahrung der unveräußerlichen und heiligen Dinge schaffen, erwerben sie einen Namen, soziales Ansehen und gesellschaftlichen Rang im Kontext der Identität und der Traditionen der Gesellschaft. Die Mythen und die heiligen Dinge bilden den Kern einer Gesellschaft, verorten sie in der Zeit und im transzendentalen Vorstellungsraum und verleihen der Kultur Dauer, Legitimität und Bindekraft.

Die Frage, ob nicht auch in der modernen Gesellschaft diese Unterscheidung der Objekte in heilige und profane Dinge weiter existiert, liegt nahe. Der Kulturwissenschaftler Hartmut Böhme etwa stellt die These auf, dass es auch im Kapitalismus Sphären der Substanz, des Heiligen geben müsse, »auf dass das Warenprinzip und damit die Entsubstanzialisierung, die Profanierung, die Entauratisierung jene Zügellosigkeit erhalten, wie sie für die Moderne kennzeichnend ist. Im kapitalistischen Warenverkehr hat nichts mehr ›Substanz‹, weil einiges nichts

als Substanz ist.« (Böhme 2006: 300, Hervorh. im Original) Auf der Grundlage der beständigen, der heiligen Dinge, kann die zügellose, zerstörerische Veräußerung der Waren, der Orte, der Menschen nach dieser These erst stattfinden, denn »wo es kein ›Anderes‹ der Zirkulation mehr gibt, kollabiert diese selbst.« (ebd.: 301). Es gebe einen Zusammenhang zwischen der Zunahme an Konsum, an Verschleiß, an Müll auf der einen Seite und dem Konservieren, dem »Verheiligen« der Dinge andererseits. Die Dinge, die zu solch stillgestellten Identitätskernen einer Kultur werden, sind stark verdichtete Symbole, etwa unverkäufliche Gemälde, alte Gebäude, historische Memorialobjekte oder uralte Überreste früherer historischer Epochen.<sup>1</sup> Die Dinge, die der Zirkulation entzogen werden, verdichten und konservieren das Geschehen in der Zeitdimension. Ihr Charakter ist dinglich, und als Dinge werden sie an »heiligen Orten« aufbewahrt – in Museen, Kirchen, Tempeln, Sammlungen, Archiven. Der Zugang zu diesen Orten und das Verhalten an diesen Orten sind streng geregelt und ritualisiert. Die räumliche und zeitliche Struktur dieser Orte, der formale Gebrauch der Architektur und des Lichts, ihre Inszenierung verleiht den darin gezeigten Dingen einen dem Alltag enthobenen Kontext und einen zeremoniellen Ausstellungswert.

Letztlich sind in diesem Argumentationszusammenhang zwei verschiedene Arten von Fetischismus zu unterscheiden: Zum einen der Fetischismus, der dem »System der Waren« innewohnt und die Zirkulation, indem er die Dinge mit dem Glanz des Mehrwerts auflädt, mit den Wünschen, Lüsten und Träumen der Menschen spielt und den Konsumkreislauf antreibt. Der andere Typus des Fetischismus liegt außerhalb der Warenzirkulation und bildet ihre Grundlage und Voraussetzung. Dieser Fetischismus macht bestimmte artifizielle, historische oder heilige Dinge zu »inkompossiblen Unikaten«, die als »heilige Objekte« geschützt und zurückgehalten werden müssen, damit die Gesellschaft und der Markt als solches überhaupt funktioniert, damit es so etwas wie »Personen« mit einer Identität, die an Kultur gebunden ist, auf der Bühne des Warenverkehrs operieren, es sie überhaupt geben kann (ebd.). Sowohl kollektive Identität als auch die des Individuums sind abhängig von diesem kulturellen Kern, von den »heiligen« Dingen, die der menschlichen Kultur eine sinnhafte Geschichte verleihen. In dieser Form des Fetischismus inkorporieren die Dinge eine Unverlierbarkeit, die es den Gesellschaftsmitgliedern erlaubt, sich selbst und alle übrigen Werte im Tausch zu riskieren und »auf Spiel« zu setzen. »Die stillgestellten, unveräußerlichen Dinge können nicht enttäuschen. Sie sind. Sie bleiben. Sie zeigen sich. Sie zeigen uns – die wir sie direkt (als Besitzer) oder indirekt (z. B. als Museums- oder Tempelbesucher) zu unserem ›Bestand‹ zählen – unsere Zugehörigkeit zum Sein. Wir sind nicht aus uns selbst. [...] Doch diese prekäre Zugehörigkeit zum Sein wird uns

1 In neuerer Zeit werden selbst triviale Designobjekte jüngst zurückliegender Epochen museal konserviert, ob es sich um »Plastikmöbel« oder den Inhalt von »Überraschungseiern« handelt. Man denke in diesem Zusammenhang an das berühmte Wort von Marcel Duchamp, wenn ein Objekt erst ein Alter von 30 Jahren überschritten habe, dann gewinne es an Schönheit, gleichgültig, wie es beschaffen sei.

umso unsicherer, als wir selbst in den Warenverkehr eingeschlossen sind. Wir sind dann keine Unikate, sondern Serien. Sie aber, die stillgestellten Dinge, sind da, sie sind schön, sie sind ergreifend, sie haben einen unsagbaren, unschätzbaren Wert. [...] Sie verankern uns in der Tiefe der Zeit. Besonders die historischen Sammlungen haben die mythische Funktion, ein Kollektiv in der Zeit zu verankern.« (ebd.: 302 f.).

Der Warenfetischismus enthält und erzeugt Glanz und eine scheinbare, immanente Transzendenz, ist aber letztlich dem Verfall und Verschleiß unterworfen. Die neuen, zunächst begehrten Objekte (neues Auto, neue Möbel, neue Kleidung) verschleißen mit der Zeit, ihr symbolisch-sozialer, und in der Regel auch ihr narzisstischer Wert, sinken damit. Mit verstreichender Zeit funktionieren diese Dinge nicht mehr als Distinktionsmittel – ein alterndes Auto etwa verliert an Prestigewert, ein neues muss her, will man seinen Status halten.<sup>2</sup> Der Alterungsprozess und der symbolische Verfall gelten nur für Waren, nicht aber für die besonderen, die stillgestellten Dinge, für Kunst, für historische und »sakrale« Objekte. In ihren materiellen Erhalt wird ein hoher Aufwand an Zeit, Arbeit und Expertenwissen investiert. Symbolisch aber altern diese Objekte nicht, im Gegenteil, mit verstreichender Zeit gewinnen sie an symbolischem Wert. »Da sie dem Warentausch und der funktionalen Gebrauchslogik nicht unterstellt sind, können sie als Resonanzkörper unserer Erwartungen und Wünsche funktionieren, sie können zur Ausstattung eines Ich werden, sie können die Zeit konservieren und Garantien gegen den Verfall darstellen: durch ihre Authentizität, ihre Originalität, ihre Einzigartigkeit.« (ebd.: 305 f.) Die Kritik an der Verdinglichung der Moderne, das Streben nach Authentizität und Eigentlichkeit, das sich durch die abendländische Geistes- und Philosophiegeschichte zieht, habe laut Böhme den doppelten Charakter der Verdinglichung übersehen: Der Verdinglichung des Warenfetischismus in der Moderne könne man nicht durch Rückzug aus den Dingen, nicht durch den Rückzug auf den reinen Geist entkommen. Nur durch eine andere, historisch und systematisch davor liegende Form der Verdinglichung könne man der Ubiquität des Warenfetischismus aufheben: durch die primäre Verdinglichung, durch die kulturschaffenden und kulturverankernden Objekte, die kein zerfallendes und zerstörerisches, sondern ein stabilisiertes, gestärktes Selbst des Menschen und seiner Kultur zurückspeigeln.

---

2 Erst wenn die Gebrauchsdinge alt genug geworden sind, um Seltenheitswert zu erreichen, erst wenn ihr Besitz, ihr Gebrauch und ihre Pflege unpraktisch, unvernünftig und kostspielig geworden sind, sind sie als Distinktionsmittel wieder zu gebrauchen, denn dann zeigen sie einen Überschuss, einen »Luxus« an Geld und Zeit an. Durch die Patina der Zeit inkorporieren sie sogar eine besondere Portion »Stil«.

### 2.2.3 Exkurs: Nacktheit und Bekleidung – Gesellschaft und Natur?

Da die Bekleidung in dieser Arbeit eine etwas herausgehobene Rolle unter den verschiedenen Objekten in der Umwelt des Menschen einnimmt, sollen ihre sozialen und symbolischen Funktionen an dieser Stelle etwas ausführlicher betrachtet werden.

Bekleidung und Schmuck sind dem menschlichen Körper besonders nah, sie umhüllen ihn, gestalten seine Oberfläche und gehen mit ihm eine visuelle, sichtbare Verbindung ein – auch dieser Umstand macht sie zu einer besonderen Gruppe innerhalb der Objektwelt. Die Oberfläche des Körpers hat eine Art »Scharnierfunktion« zwischen sozialem Außenraum und persönlichem Innenraum, sie bildet ein »visuelles Scharnier« zwischen folgenden drei Polen: a) dem sozialen System und den inhärenten Institutionen-, Rollen- und Erwartungsstrukturen, b) dem Entwurf der eigenen Identität und c) dem kulturellen und aktuell gängigen Vorrat an Symbolen. Diese drei Pole sind selbstverständlich nicht unabhängig voneinander, sondern stehen in Wechselwirkung, durchdringen sich und beeinflussen sich gegenseitig. Der persönliche Geschmack etwa wird vom kulturellen Hintergrund sowie von der gesellschaftlichen Klasse, der man angehört, geformt, wie Pierre Bourdieu mit seinem Habitus-Konzept herausgearbeitet hat. Durch persönliche ästhetische Vorlieben werden gesellschaftliche, konventionell vorgegebene Stilelemente interpretiert und gestaltet. Bekleidung, Bemalung des Körpers und Schmuck bestimmen die äußere Erscheinung des Menschen und vermitteln einen Eindruck des Individuums nach außen. Der Körper, das äußere Bild des Menschen ist durch Kleidung, Frisur, Bemalung und Schmuck sehr vielseitig gestaltbar und kann die unterschiedlichsten optischen Eindrücke und einen ganz unterschiedlichen »Ausdruck« einer Persönlichkeit vermitteln. Die gestaltete, »künstliche« Oberfläche des Körpers enthält kulturelle Symboliken und vermittelt Kommunikationssignale in die soziale Umwelt. Gleichzeitig bestimmt die Bekleidung die Grenzen des Körpers, sie umhüllt ihn und kann als eine Art »zweite Haut« beschrieben werden. Der Mensch, der an Bekleidung gewöhnt ist, dehnt sein Ich in der Regel auf die Kleidung aus und unterscheidet in der alltäglichen, selbstverständlichen Wahrnehmung seiner selbst nicht zwischen der stofflichen Hülle und dem darin befindlichen Körper – vorausgesetzt, man fühlt sich in seiner Kleidung, als Person sowie bezüglich der sozialen Rolle, die es darzustellen gilt, »authentisch« und die Verbindung von Körper und Bekleidung »funktioniert« (vgl. auch Kiener 1956). Kleidung vermittelt somit ein bestimmtes Bild, ein sichtbares, gestaltetes Abbild der Persönlichkeit und ihrer sozialen Position, und zwar sowohl nach außen wie auch nach »innen«. Auch sich selbst vermittelt man mit den Symbolwerten, die in der Kleidung eingesetzt und genutzt wird, ein bestimmtes Bild der eigenen Person. Kleidung dient, neben ihren sozialen Funktionen, auch der Selbstkommunikation und Selbstvergewisserung.

Die Spielräume des Individuums bei der Gestaltung der Regeln und Symbole der Gesellschaft, um seine Einzigartigkeit zu bezeugen, sind heute vergleichsweise groß. Eine Vielzahl an symbolischen Ausdrucksformen stehen dem Individuum zur Verfügung, die durch die soziale Rolle, das Alter und andere soziale Merkmale nicht mehr so stark restringiert werden, wie dies in der Geschichte des Menschen zumeist der Fall war. Historische Beispiele für soziale Restriktionen, wie explizite oder implizite Kleidervorschriften und -verbote, die den Eliten den exklusiven Zugang zu bestimmten Stoffen, Materialien und Symbolen sicherten, gibt es vielfach. Es ist aber nicht unwahrscheinlich, dass der kreative Erfindungsreichtum des Menschen bei der Lösung bestimmter Probleme im Rahmen des sozial und stofflich-materiell Gegebenen schon immer eine Rolle gespielt hat; selbst starre Regeln bieten Möglichkeiten der Interpretation bzw. des vorsichtigen »Herantastens« an die Grenzen dieser Regeln. Die Erfindung der Kleidung ist plausibel denkbar als ein Resultat der menschlichen Kreativität, der Gestaltung formbarer, biologisch nicht festgelegter »Überschüsse« des Menschen, die in Kultur transformiert werden können. Kreative, nicht festgelegte Energien des Menschen finden in der Gestaltung der eigenen Körperoberfläche ihren Ausdruck. Kleidung ist Ausdruck und primäres Objekt der Kreativität des Menschen, sie symbolisiert individuelle Eigenschaften, Erfolge und sozialen Status ebenso wie sie das Kollektiv und seine Kultur, seine religiösen Vorstellungen und sozialen Regeln vergegenständlicht. Kleidung hat damit vielfältige soziale und psychologische Funktionen. Ihr Ausgangspunkt aber ist die Besonderheit des Menschen, ein »Mängelwesen« im Sinne von Gehlen zu sein, also ohne spezifische Verteidigungsorgane oder einer spezialisierten Ausrüstung zum Nahrungserwerb, ohne Schutz, ohne ausgeprägte, determinierende Instinkte, der Natur ausgeliefert. Aus dieser Mangelsituation heraus, die biologisch unterdeterminiert ist, ist es das Schicksal des Menschen, »erfinderisch« zu sein, und seine kreativen, biologisch nicht festgelegten Energien einzusetzen, um sich verschiedenen klimatischen Bedingungen und einer unterschiedlichen Nahrungssituationen anzupassen. In diesem Sinne ist wohl die Bedeutung der Kleidung zu verstehen, als »Kompensation« des Menschen, der seine Mangelsituation, in diesem Fall die Nacktheit und Schutzlosigkeit, überwinden will. Bekleidung bietet klimatischen Schutz, sie schützt vor Kälte, Nässe oder Hitze, sie schützt empfindliche Körperteile und Hautpartien vor Verletzungen durch Dornen und andere spitze Gegenstände auf langen Wanderungen, sie schützt auf der Jagd und bei vielzähligen Verrichtungen. »Die menschliche Haut ist ein hochempfindliches Gebilde. Darin liegt ihr Mangel, aber auch ihre spezifische Qualität« (Wolter 2001: 11). Der Mensch verfügt nicht von Natur aus über einen Kälteschutz, in seiner biologischen Ausstattung ist das ebenso wenig enthalten wie spezialisierte Verteidigungs- oder Angriffsorgane. Ohne Hilfsmittel kann der Mensch in seiner Umwelt nur schwer überleben, seine Exzentrizität (nach Plessner) bedingt, dass er eine technische und symbolische Objektkultur benötigt, um in der Natur zu überleben. Dadurch ist die Gattung jedoch nicht auf bestimmte Lebensräume festgelegt, sondern

konnte sich, äußerst flexibel und anpassungsfähig, an die verschiedensten ökologischen Bedingungen anpassen und die unterschiedlichsten Lebensräume erobern. Nicht zuletzt mit Hilfe einer selbstgefertigten »zweiten Haut« kann sich der Mensch seiner Umwelt anpassen, sich gegen Kälte oder Hitze, gegen Nässe und gegen »Angriffe« aller Art schützen.

Gleichzeitig verschafft die Kleidung dem Gattungswesen Mensch große soziale Spielräume. Man kann ohne Übertreibung feststellen: Mit der Bekleidung beginnt die »Gesellschaft«. Bekleidung schafft Gestaltungsmöglichkeiten für soziale Beziehungen und eröffnet damit einen Raum für die Differenzierung von Kultur. Ohne Bekleidung sind Menschen zunächst Naturwesen, biologische Wesen, alle gleich nackt und schutzlos, ihr Erscheinungsbild sozial undifferenziert. Auch heute noch ist gerade dies der symbolische Bedeutungsraum von Nacktheit, der für uns Kulturmenschen mit Mangel und Faszination gleichermaßen belegt ist: Statusindifferenz, die Dominanz des Körperlichen und archaische Wildheit. Die symbolische Bedeutung und performative Kraft der Nacktheit ist heute noch groß und wird in der Kunst (Theater, Tanz, Performances) gerne eingesetzt – jenseits der möglichen erotischen Wirkung bedeutet Nacktheit auch heute: Schutzlosigkeit, Ausgesetztsein und die Abwesenheit von sozialen Rollen und Verpflichtungen. Nacktheit bedeutet auch die Kraft der Reduktion auf etwas Wesentliches. Dies wird performativ im Theater und Tanz genutzt. »Nacktheit ist die größte Ausgesetztheit: Das Subjekt, das dieser Körper ist, verzichtet auf alle ihm zustehenden Versteckmöglichkeiten« (Gerz, zitiert nach Wolter 2001: 15). Nackt ist der Körper seiner sozialen Rollen »entkleidet«, er stellt in erster Linie ein natürliches und kein soziales Wesen dar. In der Kunst wird versucht, das natürliche Wesen Mensch unter all den sozialen Schichten »wiederzufinden« bzw. als archaisches Gegenbild zum modernen, als entfremdet empfundenen Lebensstil zu konstruieren. Im modernen Tanz wird der nackte Körper gezielt eingesetzt, um bestimmte Wirkungen zu erreichen: Die gleichen Bewegungsabläufe wirken völlig anders, wenn der Tänzer/die Tänzerin nackt ist. Der Einsatz der Nacktheit im Tanz kann jedoch, je nach Kontext und persönlicher Ausstrahlung, völlig unterschiedliche Wirkungen hervorrufen: Schutzlosigkeit, Sensibilität, Unschuld, Zerbrechlichkeit oder Zurückgenommenheit, Wildheit, Dominanz, Präsenz oder emotionale Expressivität können dadurch hervorgehoben und gesteigert werden.

Doch erst die Kleidung schafft Möglichkeiten für die Differenzierung von Nähe und Distanz sowie Ausdrucksmöglichkeiten von sozialen Positionen, von Status, Leistung und Erfolg. Mit der Kleidung gewinnt die Sexualität und die Fortpflanzung an Wahlchancen und Gestaltungsspielräumen, wird von der reinen Naturnotwendigkeit zu einer sozial gestaltbaren Tatsache. Kleidung schafft im Prinzip erst Intimität, indem die körperliche Nähe und Distanzlosigkeit begrenzt und somit der Normalität enthoben wird. Die Sinnlichkeit des nackten Körpers kann so, in den sozialen Nischen, als etwas Besonderes erlebt und erfahren werden, denn der Körper ist im Normalfall bedeckt und die Entblößung, der Distanzabbau, wird nicht selbstverständlich gewährt, sondern ist besonderen Situationen



des Vertrauens und der Vertrautheit vorbehalten. Bekleidung bedeutet den Aufbau sozialer Distanzen, Nacktheit den Abbau. Dieses Privileg der Kultiviertheit galt häufig ganz besonders für im Rang höher stehende Personen; Rangniedere mussten in vielen Kulturen weniger bekleidet den Statushöheren gegenüber treten – ein Symbol ihrer Unterlegenheit (vgl. Kiener 1956 und Flügel 1966). In verschiedenen Gesellschaftsformen gilt: Je vielfältiger und je ausdifferenzierter, je raumgreifender und formal starrer die Bekleidung einer gesellschaftlichen Gruppe ist, je weiter sie den Körper vom »Naturzustand« der Nacktheit, der Weichheit und Bequemlichkeit, entfernt, desto höher in der Regel der soziale Status, den das Erscheinungsbild ausdrückt. Die Kontrolle des Körpers (und des Verhaltens) ist die symbolische Voraussetzung für einen legitimen sozialen Machtgewinn.

Durch Kleidung entstehen soziale Spielräume, horizontale und vertikale Differenzen zwischen den Menschen. Differenzen, die als Kulturgewinn, oder auch als »Sündenfall«, als Abfallen von der ursprünglichen »Einheit« und »unschuldigen Naturverbundenheit« dargestellt werden können. Beide Interpretationen treten historisch auf und konkurrieren miteinander. Die Bekleidung spielt im christlichen Ursprungsmythos eine symbolische Rolle, sie markiert auch hier den »Beginn der Kultur«, doch eher im negativen Sinne: Sie symbolisiert die Vertreibung aus dem Paradies, aus dem unschuldigen Naturzustand der Menschen, nachdem sie sich des Wissensdurstes und der Selbstermächtigung »schuldig« gemacht hatten. Die Bedeckung der Geschlechtsteile von Adam und Eva symbolisiert den Verlust von Unschuld und Sorglosigkeit, markiert den »Sündenfall« des Menschen und den Anfang der – in dieser Sichtweise unvollkommenen und durch die Erbsünde belasteten – menschlichen Kultur, nachdem die Menschen die ursprüngliche Einheit mit der Natur, das Paradies, das symbiotische Gefühl der fraglosen Verbundenheit verlassen mussten. Die Bekleidung symbolisiert damit die Entstehung des Individuums (mitsamt den Vorstellungen von Schuld und Verstrickung) – in Form seiner Trennung und Distanzierung von der unbewussten Verbundenheit mit der Umwelt. Der Zustand der Unschuld kennt keine Distanznahme, keine »Exzentrizität« des Menschen gegenüber der Natur und den Mitmenschen. Erst die Kleidung symbolisiert diese Exzentrizität, sie zeigt sichtbar die Trennung des Menschen von seiner sozialen und natürlichen Umwelt ebenso wie die Gestaltbarkeit der sozialen Beziehungen. Doch mit der Gestaltbarkeit ziehen soziale Differenzierung und soziale Ungleichheit in die Geschichte ein. Darüber hinaus symbolisiert in der christlichen Mythologie die Kleidung die Macht des Menschen, Verbote zu schaffen und zu übertreten. In diesem Kontext erhält die Kleidung symbolisch einen hochambivalenten Charakter: Sie bedeckt zwar, aber durch die Bedeckung hebt sie auch hervor und steigert die Wirkung, schafft geheime Zonen und Verborgenes – Zonen des verbotenen Begehrens, die ein unschuldiger Zustand gar nicht kennt.

Die Nacktheit des Menschen ist nicht nur Mangel und Schutzlosigkeit, sondern hat ihre eigenen Qualitäten. Durch die Haarlosigkeit verfügt die menschliche Haut über eine gesteigerte Sinnesleistung; die Hände etwa werden dadurch

zu einem besonders sensiblen Organ des Tastens und die manuell-motorischen Möglichkeiten wachsen. Durch die gesteigerte Sensibilität der Haut kann der Mensch ein Gefühl der Weltoffenheit erfahren, das negativ als Schutzlosigkeit erlebt werden kann, positiv jedoch als sinnlich besonders intensive Wahrnehmung der Umwelt: »Es erwacht im Menschen ein eigenartiges Gefühl kosmischer Verbundenheit, wenn er seinen nackten Körper dem Spiel des Windes oder der Wellen und den Strahlen der Sonne aussetzt.« (Kiener: 14 f.) Diese Erfahrung befördere ein Ich-Bewusstsein, das sowohl auf Loslösung von der Umwelt, auf Freiheit und Distanzgewinn zielt, wie auf Verbundenheit mit der Gemeinschaft: »Das Ich führt zur Einsamkeit und zu all den Ängsten, die damit aufbrechen. Es entwickelt sich daher mit dem Ichbewußtsein auch ein Streben, sich in der Gemeinschaft von Mitmenschen zu bergen.« (ebd.: 15). Mit der Kleidung beginnt die Individualisierung, aber auch ihr Gegenteil, die Sehnsucht nach Gemeinschaft. Distanz lässt sich mit Kleidung betonen, während das Ablegen von Kleidung Distanz abbaut, die Lockerung sozialer Regeln symbolisiert und engere freundschaftliche oder erotische Beziehungen ermöglicht. Kleidung vervielfältigt also die Möglichkeiten des sozialen Spiels und des sozialen Austausches, indem es diese Möglichkeiten zunächst begrenzt, um ein soziales Spiel mit diesen Grenzen in Gang zu setzen. Bekleidung steigert soziale Kontingenz und Kreativität: »Das Kleid ist eines der Mittel des Menschen, sich in die Umwelt besser einzupassen und zugleich den Raum zwischen dem ihm Gegebenen und dem von der Umwelt Verlangten auf seine eigene Weise auszufüllen. Es ist eine von der Natur unterdeterminierte Sphäre der Freiheit, der Bestimmbarkeit durch den Menschen.« (Wiederkehr-Benz 1973: 6) Neben der funktionalen Lösung bestimmter Probleme eröffnen sich dem Menschen kulturell definierte Sphären, in denen er sich entwickeln kann, die ihm verschiedene Lösungen erlauben, in der er kreativ und erfinderisch werden kann. Im Mythos des Sündenfalls eignet sich der Mensch symbolisch einen Anteil an der göttlichen Schöpferkraft an (und wird mit der Erbsünde belegt); sein Körper und seine Umwelt werden ein Stück mehr »die nach seinem Bilde geformte Materie«.

So wichtig die funktionalen Aspekte von Kleidung sind – Schutz der empfindlichen, sensitiven Hautoberfläche vor klimatischen Bedingungen oder Verletzungen, Tarnung oder Panzerung – so erschöpft sich die soziale Bedeutung von Kleidung längst nicht in ihren praktischen Funktionen. Bei Kleidung geht es auch um »Ausdruck«, um soziale und symbolische Aspekte der Kommunikation. Die älteste Kleidung bestand nach heutigem Stand des Wissens aus den Fellen der Tiere, die für die Nahrungsbeschaffung gejagt wurden sowie aus Blättern, Binsen und Basten. Eine der ältesten Kulturtätigkeiten des Menschen bezieht sich auf die Verarbeitung dieser natürlichen Rohstoffe zu Kleidung. Aus der Steinzeit sind – aufgrund der geringen Haltbarkeit der Materialien – zwar keine Überreste von Kleidung erhalten geblieben, jedoch wurden aus Stein und Knochen gefertigte Werkzeuge gefunden, die offensichtlich der Herstellung und Bearbeitung von Kleidung dienten: Schaber, Pfrieme, Bohrer, Kratzer und jede Menge Knochen-

adeln in allen Größen. Zu den ältesten Funden überhaupt gehören Faustkeile und Schaber, die zur Bearbeitung von Fellen gedient haben könnten. Daneben fand man Kratzer, Pfrieme und Stichel, sowie schon entwickelte Nähnadeln der Altsteinzeit. »Das Ohr dieser aus Knochen bestehenden Nadeln konnte bereits so fein sein wie das unserer Stahlnadeln. Die Nadeln wurde in mit Deckeln verschlossenen Büchsen aufbewahrt, die aus Röhrenknochen hergestellt wurden und bisweilen mit schönen Gravierungen verziert sind.« (Thiel 2004: 9) Schon vor etwa 30.000 Jahren verfügte der Mensch über basale Techniken zur Herstellung von Kleidung und trieb erheblichen Aufwand, um Felle und Naturstoffe zu Kleidung und Schmuck zu verarbeiten und zu verzieren. In der Höhle von Cromagnon in der Dordogne fand man Schmuck, Muschelketten und Elfenbeinplättchen, die aus der Alt- und Mittelsteinzeit stammen (vgl. ebd.: 15). Diese Funde und ihre stoffliche und ästhetische Beschaffenheit stützen die Vermutung, dass Schmuck und Bekleidung schon sehr früh nicht nur funktionalen Schutzaspekten dienten, sondern darüber hinaus ästhetische, soziale und magisch-religiöse Funktionen hatten, die mit schamanistischen Vorstellungswelten der Wildbeutergesellschaft verbunden waren. »Schon der Mensch der Altsteinzeit bemalte seinen Körper mit Farbe und schmückte sich mit Steinen, Muscheln und Perlen. Allerdings wurde der Schmuck ursprünglich nicht nur seines Materials, seiner Formen und Farben wegen gesammelt, bearbeitet und getragen. Er stand zugleich im Dienste magischer Vorstellungen, das heißt, er besaß Fetisch- und Amulettcharakter und sollte den Menschen vor den noch unerkannten Naturkräften und vor der »Geisterwelt« schützen; durch das Anlegen der Zähne oder anderer Körperteile getöteter Tiere oder menschlicher Gegner glaubte man, sich die Kräfte der Besiegten dienstbar machen zu können« (ebd.: 6). Diese Vermutung wird durch frühgeschichtliche Felsmalereien in Spanien und Frankreich gestützt, die Menschen zeigen, die sich vollständig in Tierfelle gehüllt haben; zum Teil sind die Fellverkleidungen sichtbar aus Fellen, Klauen, Geweih und Schwänzen unterschiedlicher Tiere gefertigt (etwa Hirschen, Bären, Wildpferde). Die hohe ästhetische Qualität der Zeichnungen zeigt auf, dass die rituellen Aspekte mit den ästhetisch-sinnlichen verbunden waren und so ihre besondere Wirkung entfalten konnten.

Die Bekleidung diente vermutlich schon früh in der Geschichte des Menschen gleichermaßen funktionalen, rituellen wie ästhetischen Aspekten: »In welchem Verhältnis Zweckhaftigkeit und Ausdruck stehen, ist umstritten und hängt nicht zuletzt vom Kulturkreis ab [...] Kleidung war jedenfalls nie ausschließlich zweckmäßig. Unabhängig von Kulturkreis und Zeit weist immer etwas über das rein Pragmatische hinaus, manchmal scheint das Unzweckmäßige das Zweckhafte sogar völlig verdrängt zu haben.« (Wolter 2001, 14) Das Schmuckmotiv der Kleidung ist ebenfalls sehr wichtig, zuweilen dominiert es die Gestaltung des Körpers auch da, wo es völlig unzweckmäßig scheint: »Darwin fand auf seiner großen Forschungsreise die Feuerländer unbekleidet in ihrem feuchten, stürmischen und frostigen Land vor. Als er einem von ihnen, der ihm zu frieren schien,

ein rotes Tuch gab, damit er sich bekleide, riss der Beschenkte es in Fetzen, die er sich als Schmuck um die Glieder wand.« (Kiener: 28) Dieses Beispiel mag eine Ausnahme sein, denn in der Regel lassen sich das Schutz-, das Schmuckmotiv und die sozial-rituellen Bedeutungen von Kleidung kaum voneinander trennen, sondern fallen zusammen bzw. bilden mehrfache Motive. Es zeigt aber, wie andere Beispiele aus jüngeren historischen Phasen, dass die praktischen Aspekte der Kleidung nicht unbedingt überwiegen.

Die Nacktheit dagegen wurde als Mittel bei Initiations- und Übergangsritualen indigener Stämme eingesetzt, um die Außergewöhnlichkeit und Transzendenz der Situation zu symbolisieren, die Loslösung von den alltäglichen Strukturen, dem sozialen Rollengefüge und von Machtressourcen (vgl. etwa Turner 1989, siehe auch den Abschnitt über Besitz und Besitzlosigkeit). Wie ein weißes Blatt, das neu beschrieben werden kann, gehen die Beteiligten in das Ritual hinein. Mit der Kleidung legt man die sozialen Rollen und »Schutzhüllen« ab, um elementares Geschehen zu ermöglichen. Durch die Nacktheit tritt der Mensch den existenziellen Fragen und Gefahren ungeschützt gegenüber, er kann sich durch keinen Besitz, keine Rolle schützen: »Ihre Nacktheit soll zum Ausdruck bringen, dass sie Säuglingen oder Leichnamen gleichen. Die Kulteingeweihten dagegen tragen Kleidung«, schreibt Victor Turner über den Prozess des Isoma-Rituals bei den Ndembu in Afrika (Turner 1989, 37). Durch die Nacktheit sind alle gleich, die sozialen Unterschiede sind aufgehoben, und alle müssen die gleichen Herausforderungen bewältigen, die gleichen rituellen Prozesse durchlaufen. Heute noch beginnt die Aufnahme in eine totale Institution, wie in das Gefängnis, das Krankenhaus oder das Militär, mit einer symbolischen Entkleidung, in der das Individuum seine alltäglichen Rollen, Rechte und Pflichten ablegt. Mit der Einkleidung in Uniformen oder in die Anstaltskleidung legt der Mensch seine Rechte als Individuum ab und wird – äußerlich sichtbar – zum Soldaten, zum Häftling oder zum Patienten. Mit der Bekleidung beginnt nicht nur die Geschichte der funktionalen Anpassung des Menschen an seine Umwelt, nicht nur die Geschichte der – sichtbaren – sozialen Ungleichheit, der sich das nächste Kapitel widmen wird. Mit der Gestaltung des Körpers, mit Kleidung und Schmuck beginnt auch die Geschichte des Individuums, es entsteht die Vorstellung einer Person.

### **2.3 Sozialstrukturelle Bedeutung der Dinge: Status, Anerkennung, Selbstdarstellung**

Die durch Arbeit und Kreativität geschaffenen Dinge, die »Dingwelt« der Bekleidung, Behausung, der Werkzeuge und der »magischen Utensilien« – bieten, wie oben beschrieben, Möglichkeiten zur symbolischen Gestaltung des Gemeinschaftslebens, sie strukturieren gemeinsame Praktiken und symbolisierten gemeinsame Denkwelten. Sie machen jede/n auf den ersten Blick durch seine äuße-

re Gestaltung, seinen persönlichen Besitz und seine Handhabung der Dinge als Mitglied der eigenen oder einer fremden Gruppe erkennbar und erfüllen damit eine wichtige Orientierungsfunktionen im Alltagsleben. *Die Dingwelt dient der sozialen Inklusion und Exklusion*, der symbolischen Scheidung und Grenzziehung – und damit der Selbstdefinition, der Entstehung und der Sichtbarkeit einer sozialen Gruppe. Doch die persönlichen Dinge dienen und dienen nicht nur der Abgrenzung nach außen, sondern auch zur sozialen Binnendifferenzierung. Sie symbolisieren Arbeitsteilung, Autorität und soziale Macht. Am Beginn der Kultur schon lassen sich besondere Auszeichnungen und Hervorhebungen, etwa von besonders guten Jägern, von Anführern in praktischen Belangen oder von spirituell-geistigen Führern durch Schmuck und Bekleidung, durch die äußere Gestaltung von Gesicht, Haaren und Körper symbolisch darstellen. Es lässt sich sichtbar und ästhetisch erfahrbar machen, welche Mitglieder einer Gruppe höheren Rang, Status und Einfluss, welche Mitglieder über besonderes magische oder praktische Fertigkeiten verfügen und wie die verschiedenen Positionen symbolisch miteinander verbunden werden. Das äußere Erscheinungsbild der Menschen ist in vielen traditionellen Gesellschaften ein perfektes Abbild der sozialen Struktur, ein Abbild der Differenzen bezüglich Autorität, Macht, Einfluss und Besitz. Jedoch werden auch horizontale Differenzen der Arbeitsteilung, etwa unterschiedliche Aufgaben, unterschiedliche Berufe, unterschiedliche Positionen im Lebenszyklus in der Bekleidung und in der Gestaltung des Körpers dargestellt. Am Beispiel von Schmuck und Bekleidung, Dinge, die dem Körper räumlich am nächsten sind und in wahrnehmungspsychologischer Hinsicht eine enge Verbindung mit diesem eingehen, sollen deshalb im Folgenden die sozial differenzierenden Funktionen der »persönlichen Dinge« herausgearbeitet werden.

### **2.3.1 Die soziale Differenzierungskraft der Dinge**

Über die funktionalen und rituellen Aspekte hinaus dienten die Gebrauchsobjekte, und hier ganz besonders die Kleidung, in der Menschheitsgeschichte seit je der sozialen Gliederung der Gesellschaft – sonst wäre der Arbeits- und Transportaufwand, den der Mensch schon sehr früh für Schmuck und Bekleidung trieb, nur schwer zu erklären. Anzunehmen ist, dass die soziale Differenzierung in der Frühgeschichte des Menschen schrittweise einsetzte und symbolische Hervorhebungen und Auszeichnungen zunächst nur wenige Personen, etwa religiöse oder »praktische« Führer betrafen. Das sogenannte »Urkleid« des Menschen dürfte nach bisherigen Erkenntnissen ein Schurz aus Pflanzenfasern oder Tierfellen gewesen sein, wie er bei einigen Völkern noch lange üblich war – die »kultivierten« Wickelgewänder der griechischen und römischen Bekleidung werden als entwickeltere »Nachfahren« dieses Schurzes beschrieben. In der einschlägigen Literatur wird vermutet, dass zunächst in der Menschheitsgeschichte nur feine soziale Abstufungen entstanden, die mit ästhetischen Nuancen einhergingen – oder umgekehrt, dass ästhetische Hervorhebungen zu solchen sozialer Art führ-

ten: »Ein besonders schönes Fell dürfte seit jeher nicht nur als Schutz, sondern zugleich als Schmuck und Auszeichnung gedient haben. [...] Außerdem wird der Tüchtigere oder Erfindungsreichere seine Kleidung sorgfältiger hergestellt oder gar durch eigene Erfindungen verbessert haben.« (Thiel 2004, 7) René König, der nach den sozialen Wurzeln der Mode sucht, nimmt eine allgemeine Tendenz des Menschen an, auf der Suche nach Neuem eine Art Selbsttranszendenz anzustreben, um sich auszuzeichnen und hervorzuheben, – eine Möglichkeit der Verwandlung, die in dem Moment beginnt, »da der Mensch irgend etwas ergreift und sich an den Körper heftet, um sich damit zu schmücken« (König 1985: 125) Ein geschickter Jäger etwa, der einen besonders schönen Vogel geschossen hat und sich eine Feder ins Haar steckt und damit seinen Erfolg als Ereignis symbolisch ausgestaltet und anderen mitteilt. »Er bestätigt damit sein Jagdglück und verleiht dem momentanen und einmaligem Erfolg eine gewisse Dauer; zugleich aber teilt er den anderen mit, was ihm gelungen ist, und gewinnt durch diese Kommunikation eine Auszeichnung.« (Ebd.).

Schmuck wurde in nahezu allen Kulturen verwendet und schon früh in der Menschheitsgeschichte eingesetzt, denn Schmuck eignet sich aufgrund der seltenen Materialien wie aufgrund seiner praktischen »Nutzlosigkeit« besonders gut dafür, das Übliche und Alltägliche zu transzendieren und Personen oder Situationen hervorzuheben. Schmuck und soziale Auszeichnung gehen häufig Hand in Hand, auch wenn es andere Formen der Auszeichnung gibt, etwa durch Respektsbezeugungen oder rituelle Handlungen. Gleichzeitig entfaltet die Auszeichnung durch Schmuck, nicht zuletzt wegen ihrer ästhetischen, sichtbaren Qualität, einen starken Sog auf andere, der Rivalität und Wettbewerb hervorrufen oder verstärken kann. Ausgrabungen in allen Teilen der Welt brachten sehr viel Schmuck, häufig sogar mehr als Werkzeuge, hervor, dessen Varietät sehr groß ist. Schmuck in allen Formen zu tragen, und dafür einen sehr großen Aufwand für Beschaffung, Handel und Verarbeitung zu treiben, ist offensichtlich ein kulturübergreifendes Phänomen, wie König zusammenfasst: »Solange die Menschheit auf unserer Erde lebt, und sei es unter noch so primitiven Umständen, haben die Menschen Schmuck getragen.« (ebd.: 127). Alle möglichen Materialien wurden zu Schmuck verarbeitet: Federn, Felle, Zähne, Klauen, Hörner, Haarbüschel, Knochen, Muscheln, Korallen, Steine, daneben Hölzer, Blüten, Früchte, Blätter, Tätowierungen nicht zu vergessen. Man nahm lange an, dass die sogenannten primitiven Gesellschaften sich ausschließlich auf kleine lokale Märkte bezogen, doch zeigten Grabungen jüngerer Datums, dass viele Schmuckmaterialien über lange Strecken transportiert, d. h. im Fernhandel vertrieben wurden. So fand man etwa Kauri-Muscheln aus dem Indischen Ozean in prähistorischen europäischen Grabstätten. Seide aus China wurde schon in vorchristlicher Zeit bis in den Mittelmeerraum gehandelt. Auch mit Halbedelsteinen wurde sehr früh Fernhandel betrieben (ebd.: vgl. auch Thiel 2004).

Vom Schmuck geht eine besondere soziale Wirkung aus, die der Farbigkeit und der bearbeiteten Form der Materialien, der Steine, Federn u.ä. zugeschrieben

werden kann. Durch die Kraft der Farben, den Glanz des Materials, kann Schmuck soziale Macht und Überlegenheit zu symbolisieren. Er kann eine soziale Fernwirkungen entfalten, wie Simmel beschrieb, seine Farb- und Glanzkraft wirkt auch auf räumliche Distanzen und erhöht die Strahlkraft der Persönlichkeit, verleiht sichtbares und »glänzendes« Charisma, eine besondere Magie, die eine »Massenwirkung« entfalten kann. Insofern stellt Schmuck eine der besten und glanzvollsten Möglichkeiten dar, Personen sozial hervor- und herauszuheben und ihnen etwas Überalltägliches, im Falle von rituellem Schmuck auch etwas Übermenschliches zu verleihen. »Schmuck verleiht nicht nur Rang, der einmal erworbene Rang strebt auch danach, sich in Schmuck zu dokumentieren.« (König 1985: 129). Das Auszeichnungsbedürfnis ist dabei Ausdruck eines Willens, sich hervorzuheben; dieses Ziel zu erreichen, liegt jedoch nicht in der Hand des Individuums, sondern ist ein genuin sozialer Prozess. »Die anderen müssen nämlich die Auszeichnung nicht nur ›verstehen‹, sondern überdies auch ›anerkennen‹ « (ebd.: 131). Auszeichnung ist ein soziales Phänomen, nie gänzlich für sich alleine anzustreben und zu gewinnen: »Auszeichnung ist immer vor und für andere Menschen« (ebd.). Auch wenn das Motiv individueller Natur sein kann – möglich wird dieser Prozess der Anerkennung nur durch einen kollektiven Akt. Deshalb ist Schmuck gleichermaßen dem individuellen ästhetischen Ausdruck und Empfinden geschuldet wie seiner Funktion eines sozialen Kommunikationsmittels der Macht und Auszeichnung.

Mit diesen zunächst noch recht »unschuldigen« Formen der ästhetischen Auszeichnung begann wohl der Prozess, in welchem den Dingen, ganz besonders der Kleidung und dem Körperschmuck, eine wichtige symbolische Funktion zukommt, in dem sie die Stellung, die Bedeutung und Anerkennung des Menschen innerhalb des sozialen Zusammenhangs sichtbar zum Ausdruck bringen. In dieser Funktion des Schmuckes und der Bekleidung, die soziale Stellung des Menschen innerhalb seiner Gesellschaft visuell und symbolisch deutlich zu machen, dürfte eine der wichtigsten Triebkräfte für den riesigen Aufwand und den beständigen Wandel der Formen gelegen haben, den wir in der Geschichte feststellen können. Die Kleidung der Mächtigen und Herrschenden wirkte immer als Leit- und Vorbild für die anderen Gesellschaftsmitglieder, diese Kleidung wurde, sofern nicht durch Privilegien geschützt, und sofern es die Mittel des Einzelnen erlaubten, nachgeahmt und dadurch zur allgemeinen Mode. Die Eliten streben durch neue Formen nach Besonderung und Anerkennung, der Rest der Gesellschaft folgt ihnen dabei – sofern dies Gesetze und Ressourcen zuließen –, um einen Abglanz dieser Besonderung und sozialen Anerkennung zu bekommen. »Als ›zoon politicon‹ strebte der Mensch von jeher nach gesellschaftlicher Anerkennung; von jeher hat diese auch in der Kleidung ihren Ausdruck gesucht und gefunden.« (Thiel 2004: 7) Durch die Jahrhunderte lässt sich nachvollziehen, dass die sozialen Eliten die Entwicklung der Kleidungsstile bestimmten und beeinflussten, »so dass die herrschende Mode im Grunde eine Mode der Herrschenden war« (ebd.). Anerkennung, betrachtet als soziologische Grundkategorie zur Be-

schreibung der Sozialstruktur, stellt tatsächlich eine der wichtigsten symbolischen Ressourcen einer Gesellschaft dar (vgl. Honneth 1992). Die Verteilung anderer Ressourcen wie Macht und Einfluss, Güter, Geld und Wissen, ist mit den sozialen Anerkennungsstrukturen verknüpft und folgt diesen zum größten Teil. Deshalb kann »Anerkennung« als Generalressource angesehen werden, in die andere Ressourcen übersetzbar sind. Güter und Geld zu erhalten, bedeutet Anerkennung zu erhalten, und nur wer Anerkennung und Legitimität besitzt, darf in rechtsstaatlichen oder traditional legitimierten Herrschaftsformen Macht ausüben. Anerkennung geht der Macht in der Regel voraus, wobei aber andererseits die Ausübung von Macht nicht immer Anerkennung nach sich zieht, bzw. bei einem Mangel an Legitimierung des Macht-Handelns eine reduzierte Form der Anerkennung, etwa das Akzeptieren der Macht des Stärkeren, gewährt wird. Ebenso setzt der Zufluss von Geldressourcen Anerkennung voraus und bringt wiederum Anerkennung mit sich; in der modernen Gesellschaft eine prozedurale Form der Anerkennung als Bürger und vertrauenswürdiger oder erfolgreicher Geschäftspartner. Soziale Anerkennung äußert sich in der Gratifikation der Leistungen eines Arbeitnehmers oder in einer sozialen Anerkennung als geschäftstüchtiger Unternehmer. Ebenso ist der Zugang zu Wissensressourcen über Anerkennungsstrukturen geregelt – entweder paternalistisch, was bedeutet, dass der Nachwuchs der (anerkannten) Eliten relevantes Wissen erwerben darf oder stratifikatorisch, d. h. der Zugang zu Wissensquellen wird über die Anerkennung von Leistungen (Noten) restringiert. Das Modell von Pierre Bourdieu macht exemplarisch den Zusammenhang zwischen Anerkennung, Wohlstand und Erfolg deutlich: Bei ihm ist soziales Kapital (Kontakte plus Anerkennung), ebenso wie kulturelles (Wissen, Stil plus Anerkennung desselben), in ökonomisches Kapital (Geld) überführbar, indem die sozialen Netzwerke ebenso wie das Wissen und die anerkannten Umgangsformen zum Gelderwerb bzw. für die Verbesserung der beruflichen Position genutzt werden. Ebenso gilt hier auch umgekehrt, dass ökonomisches Kapital beim Erwerb von kulturellem und sozialem Kapital durchaus hilfreich ist – ganz ohne dieses geht es nicht.

Die Ressource Anerkennung ist zwar sozial von großer Bedeutung, jedoch eine abstrakte, in der Alltagswahrnehmung keine sichtbare Kategorie. Sie wird durch symbolische Markierungen erst sichtbar gemacht – durch ritualisierte Verhaltensformen des Respekts etwa, aber entscheidend durch die Objektwelt der Menschen, mit Hilfe von Kleidung, Schmuck, Fahrzeugen sowie durch sonstige Utensilien (Hüte, Zepter, Taschen, Werkzeug etc.). Diese Objektwelt kann als Spiegelung der sozialen Anerkennungsstruktur der Gesellschaft gelesen werden, allerdings als Spiegelung mit möglichen Abweichungen, denn die Symbolisierung durch Objekte muss zunächst durch das Nadelöhr des individuellen Wohlstands und des persönlichen Stilempfindens – und durch diesen Prozess ist natürlich auch der Täuschung, den Missverständnissen und der »Hochstapelei«, des Spielens »über den Verhältnissen«, eine Tür geöffnet.



### 2.3.2 Statusrivalitäten: Thorstein Veblens' Dynamik des sozialen Wettstreits

Im Modell von Thorstein Veblen ist die »Hochstapelei« schon fast systematisch angelegt, denn er sieht es als einen hochrelevanten sozialen Impuls des Menschen an, seine Macht und seine finanzielle Leistungsfähigkeit durch expressive Verhaltensformen, primär durch demonstrativen Müßiggang sowie durch den demonstrativen Konsum von Objekten, zur Schau zu stellen, um gesellschaftliche Anerkennung und Macht zu vermehren (Veblen 1899/1958). Dieses rivalisierende Verhalten soll der eigenen gesellschaftlichen Anerkennung, dem Status und Wohlstand, nicht nur zum Ausdruck verhelfen, sondern es ermöglicht darüber hinaus, sich gesellschaftlich im eigenen sozialen Glanz zu sonnen und durch die demonstrative Betonung desselben einen Prozess der Wahrnehmung und Anerkennung der finanziellen Leistungsfähigkeit in Gang zu setzen, der zusätzliches Prestige verschafft.

Mit dem »demonstrativen Konsum« und dem »demonstrativen Müßiggang« unterscheidet Veblen zwei Grundkategorien dieses Strebens nach Anerkennung und Macht. Während historisch, von der Antike bis in die höfischen Gesellschaften hinein, der »demonstrative Müßiggang« sehr viel Prestige einbrachte, zumal wenn man eine zusätzlich große Familie und Dienerschaft im »stellvertretenden Müßiggang« unterhalten konnte, so ist es in modernen Zeiten eher der demonstrative Konsum, welcher der Prestigemaximierung dient. Je vielfältiger und anonymere die menschlichen Kontakte, je urbaner der Lebensstil, je höher die soziale Mobilität, desto mehr übernehmen der Konsum und die Zurschaustellung von Objekten diese Rolle, denn der Konsum ist bei steigender Anonymität der sozialen Verhältnisse »sichtbarer« als der Müßiggang. Die Mode eigne sich als Phänomen in mehrfacher Weise zum »demonstrativen Konsum«, schreibt Veblen, da sie erstens die Bekleidung und andere Gebrauchsgegenstände nur für kurze Zeit brauchbar macht, weil der kulturelle Verschleiß der Objekte schnell einsetzt – und durch das gesteigerte Tempo des Konsums ein höheres Maß an demonstrativer Verschwendung aufgebracht werden kann, was sich günstig auf den Prestigegewinn auswirke. Zweitens ließen sich mit Hilfe der Mode selbst die größten funktionalen und praktischen »Sünden« rechtfertigen – etwa Kleidung, die einschnürt und zur Bewegung eigentlich untauglich ist, wie die Frauenmode des europäischen Adels, die aber damit gleichzeitig sichtbar macht, dass man es nicht nötig hat, zu arbeiten. Der Umstand der Nutzlosigkeit und Dysfunktionalität vermag den Prestige- und Luxus-Effekt sogar noch zu steigern. Die Bekleidung der herrschenden Klassen wird so in mehrfacher Hinsicht dem Diktat des demonstrativen Konsums und der Verschwendung von Dingen gerecht, denn die Kleider sind nicht nur teuer, sondern müssen daneben vor der Zeit durch neue, modischere, ersetzt werden, und machen zudem allen Beobachtern von vorneherein klar, dass ihre Träger nicht produktiv zu arbeiten brauchen: »Die gefällige Wirkung untadeliger Kleider ist hauptsächlich, wenn nicht vollständig dem Um-

stand zuzuschreiben, dass sie die Vorstellung eines müßigen Lebens wachrufen, also auf die Befreiung vom persönlichen Kontakt mit irgendwelcher handwerklicher oder gewerblicher Arbeit hinweisen. Viel von der Anziehungskraft, die Lackschuhe, blütenweißes Leinen, ein glänzender Zylinder oder ein Spazierstock – die Symbole des geborenen Gentleman – ausüben, ist dem deutlichen Hinweis zu verdanken, dass die so ausgestattete Person unmöglich einer Beschäftigung nachgehen kann, die irgendeinen unmittelbaren Nutzen bringt.« (Ebd.: 167). Elegante Kleidung ist nicht nur teuer, sondern habe noch den zusätzlichen Vorteil, dass sie auf viel Freizeit und Muße hinweise und sichtbar beweise, dass ihre Träger es vermögen, verhältnismäßig große Werte zu konsumieren, ohne zu produzieren.

In ganz besonderem Maße gelte dies für Frauenkleider, deren Aufgabe in Veblens Sicht ausschließlich in der »stellvertretenden« Prestigesteigerung des Mannes liege und die daher die Expressivität, die Verschwendungssucht und die Symbolik des Müßigganges auf die Spitze trieben. Eine Spitze, die Veblen in geradezu satirischer Weise aufnimmt: »Frauenkleider gehen in dieser Hinsicht sogar noch weiter. [...] Neben dem Glanz als Zeugnis erzwungener Muße weist der Damenschuh außerdem den sogenannten französischen Absatz auf, und dieser hohe Absatz gestaltet nun offensichtlich jede, auch die einfachste und notwendigste Handarbeit äußerst schwierig. [...] Von der ökonomischen Theorie her betrachtet, kommt das Korsett einem Instrument der Verstümmelung gleich, das dazu dient, die Vitalität der Trägerin zu vermindern und sie dauernd und sichtbar arbeitsunfähig zu machen. Nun trifft es zwar zu, dass das Korsett die persönliche Anziehungskraft beeinträchtigt, doch wird dieser Nachteil durch einen Prestigegewinn ausgeglichen, der aus der größeren Kostspieligkeit und der sichtbar erhöhten Gebrechlichkeit stammt« (ebd.). Seine Beobachtung, dass Luxus und Müßiggang nicht immer »leicht« sind, sondern ihnen soziale Anstrengungen innewohnen, und dass soziale Macht durchaus mit Unbequemlichkeiten und Einschränkungen, mit unsinnigen, eng reglementierten Verhaltensnormen und Körperpraktiken, zuweilen mit Körperqualen erkaufte wird, ist zwar durchaus richtig und wird von anderen großen Denkern wie zum Beispiel Norbert Elias geteilt. Doch kommt es Veblen nicht, wie etwa Elias, auf diese soziologische Dimension seines Ansatzes an, sondern einzig auf das widersinnige, egoistische Streben des Individuums nach Anerkennung und Prestige, das er gewissermaßen als eine historische Konstante festsetzt, die das soziale Leben und den sozialen Austausch vollkommen bestimmt. Das von Veblen beobachtete und zugespitzt beschriebene Ressourcen verschleudernde und sozial wie ästhetisch rücksichts- und skrupellose Mode- und Konsumverhalten hat in diesem Ansatz seinen Antrieb in individuellen, egoistischen Geltungsimpulsen. Als sehr häufige, geradezu massenhafte Erscheinung der gesellschaftlich Bessergestellten führe dieses Verhalten zu den kapriziösen kollektiven Mode-Sünden und zur ökonomisch sinnlosen Verschwendungskultur der Eliten. Nur Verschwendung bringt Prestige und Anerkennung; die Frage nach religiöser oder politischer Legitimität der Macht und

des Handelns stellt sich in diesem Ansatz gar nicht. Das historische Paradebeispiel Veblens ist der europäische Adel, jedoch verwendet er auch viele Beispiele aus anderen Kulturen.

Veblen sieht einen grundsätzlichen Konflikt zwischen den egoistischen Interessen der Machtdemonstration und des Machtzugewinns und substanziellen gesellschaftlichen Interessen, seien sie sittlicher, materieller oder ästhetischer Art. Er wirft mit diesem Ansatz ein anderes Licht auf Bekleidungsgehnheiten und Mode-Stile der »herrschenden Klassen«: Darin spielt Ästhetik keine Rolle, lediglich das Sozialprestige, das aus dem »demonstrativen Konsum« sowie aus der »demonstrativen Muße« zu ziehen ist, wirkt handlungsleitend auf die Eliten. In den von ihm beschriebenen Beobachtungen und »sozialen Gesetzen« beschleunigen sich die Mode-Zyklen, je geringer ihr ästhetischer Wert und je abstoßender die Stile werden. Die Bereitschaft, sich etwas Neuem zuzuwenden, wachse in gleichem Maße mit dem Selbstbetrug, dieses Neue sei besser, schöner oder praktischer: »Dass man die jeweils herrschende Mode für schön hält, verdankt sie teils der Erleichterung, die man empfindet, wenn die alte endlich von einer anderen Mode abgelöst wird, und teils dem Umstand, dass sie Prestige besitzt« (ebd.: 173).

In einer Umkehrung gängiger ökonomischer Theorien schlussfolgert Veblen, in den obersten und teuersten Marktsegmenten steige die Nachfrage mit dem Preis eines Produktes, da auch der symbolische Wert der Waren steige. Die Jagd nach prestigeträchtigen Objekten der Verschwendung überträgt sich jedoch auf andere gesellschaftliche Schichten, die diesen »Trieb« im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten nachgehen. In der entwickelten Industriegesellschaft ziehe sich der Hang zur Vergeudung schließlich durch alle Klassen, denn die gestiegene Arbeitsproduktivität führe zu gestiegenem Wohlstand. Die reichste Klasse, die »feinen Leute« setzten die Verhaltensideale, an denen sich die anderen Klassen entsprechend ihren finanziellen Möglichkeiten orientierten. Die unteren Schichten ahmen das Verhalten der oberen Klasse nach, sobald es ihre Ressourcen ermöglichen; die Nachahmung verschärft wiederum das Verschwendungsverhalten der Oberklassen, die ihren Prestigevorteil halten wollen. Aus dieser Verschwendungssucht – eine Art moderner *potlatch* – entstünden in den entwickelten Industriegesellschaften ganze Wirtschaftszweige, und schließlich werde es kein einziges Gut mehr geben, prognostizierte Veblen seinerzeit, das nicht wegen seines symbolischen Prestigewertes gekauft werde. Er kommt mit dieser frühen These »spätmodernen« Beobachtungen über die Semiotik der Dinge schon erstaunlich nahe, wie etwa der Theorie von Jean Baudrillard, bei dem der Gebrauchswert der Dinge ebenfalls zugunsten ihres Zeichencharakters verschwindet.

In der Perspektive von Veblen beugen sich die Dinge und ihre Gestaltung einzig und allein ihrer Brauchbarkeit zur Verschwendung, und damit dem Zweck des demonstrativen Prestigegewinns. Was die Dinge sonst noch können oder bewirken, zu was sie zu gebrauchen sind, ist letztlich irrelevant. Die Dinge sind le-

diglich Mittel zum Zweck der Verschwendungssucht und des Prestigegewinns, der dadurch erlangt werden kann. Die extreme Verschwendung aus sozialen Motiven heraus, der *potlatch*, ist bei Veblen eigentlich Handlungsmodell und gesellschaftliche »Normalität«. Die Akteure opfern bei ihm in der Regel die produktiven menschlichen Impulse auf dem Altar der Egoisten und der zerstörerischen und letztlich sinnlosen Verschwendungssucht. Doch durch seine Beobachtungen spricht neben dem scharfsinnigen Analytiker auch der enttäuschte Menschenfeind Veblen. So zielsicher er manches soziale Phänomen beschreibt und analysiert, bleibt er letztlich einer Perspektive verhaftet, die es nicht vermag, die ökonomisch auf Vermehrung von Prestige und Macht orientierte individuelle Handlungslogik zu überschreiten. Die Subjekte handeln zwar nicht vernünftig, aber aus egoistischen, nutzenmaximierenden Antrieben heraus; zwar konkurrieren ihr kreativer und innovativer Werksinn mit den niederen Geltungsimpulsen, am Ende setzt sich in seinem Ansatz jedoch immer der »räuberische Instinkt«, das stilistische »Muskelspiel« und der sinnlose Protz und Pomp durch. Nicht ganz ohne Berechtigung, lassen sich doch viele eindrucksvolle historische Beispiele für seine Theorie der demonstrativen Verschwendung finden. Jedoch kann sich eine »Soziologie der Dinge« nicht in dem Aspekt des Statusgewinns durch bloße Verschwendung erschöpfen, dies ist – bei aller rhetorischen Brillanz Veblens – letztlich viel zu einfach gedacht. Den Dingen wohnen weitere symbolische (und materielle) Aussagewerte inne, die kulturell verankert und für die gesellschaftlichen Interaktionen bzw. die Wechselwirkungen zwischen Personen und Gruppen von Bedeutung sind. Veblen kommt nicht in den Blick, dass jenseits des Wettstreits Einzelner um Prestige die Dinge eine symbolische, sinnhaft strukturierte Ordnung haben könnten, die weitere soziale Impulse und Wirkungen hervorruft.

### **2.3.3 Ein- und Ausschlüsse durch Dingwelten: Simmels Ambivalenzfigur**

Unter ästhetischen oder praktischen Aspekten sieht Georg Simmel, ganz ähnlich wie Thorstein Veblen, die Mode und die Welt der Dinge durchaus kritisch, auch er ist der Ansicht, dass die Mode »ein bloßes Erzeugnis sozialer Bedürfnisse ist« und dass »in sachlicher, ästhetischer oder sonstiger Zweckmäßighkeitsbeziehung unzählige Male nicht der geringste Grund für ihre Gestaltungen auffindbar ist«. Die Mode ist also vielfach nutzlos und wenig ästhetisch gestaltet, zwingt sich aber dennoch oder gerade deswegen mit Macht auf: »So häßliche und widrige Dinge sind manchmal modern, als wollte die Mode ihre Macht gerade dadurch zeigen, dass wir ihretwegen das Abscheulichste auf uns nehmen« (Simmel 1905: 13). Die sozialen Antriebe, die Simmel jedoch hinter der ganzen Pracht der Mode, hinter der dem sozialen Aufwand der symbolischen Objektwelt des Menschen verortet, sind allerdings wesentlich komplexer als die von Veblen angenommenen. Für Georg Simmel hängt die äußere Gestaltung des Körperbildes, die Trachten und Moden, mit ambivalenten sozialen Tendenzen des Menschen zu-

sammen. Die Ambivalenzen des Menschen, die auch andere Formen seines Handelns bestimmen, hängen mit seinem in sich widersprüchlichen Bedürfnis nach Zusammenschluss und Nachahmung einerseits und dem Bedürfnis nach Besonderung andererseits zusammen. Diese Impulse rufen komplexe Verhaltensformen hervor, die dann empirisch beobachtet werden können: »Die ganze Geschichte der Gesellschaft lässt sich an dem Kampf, dem Kompromiß, den langsam gewonnen und schnell verlorenen Versöhnungen abrollen, die zwischen der Verschmelzung mit unserer sozialen Gruppe und der individuellen Heraushebung aus ihr auftreten.« (Simmel 1905: 9).

Der Mensch ist für Simmel ein »dualistisches Wesen von Anbeginn an« (ebd.), sein Handeln speist sich aus vielerlei Motiven und Antrieben und ist dennoch konsistent und gerade wegen der hohen Varianz der inneren Motive reich und komplex. Das Gefühlsleben des Menschen ist von der beschriebenen grundsätzlichen Ambivalenz zwischen Individualität und Kollektivität, zwischen Hervorhebung und Einordnung, zwischen Kreativität und Nachahmung geprägt, eine Ambivalenz, die sich im Verhältnis des Menschen zu den Dingen und in seinem äußeren Erscheinungsbild niederschlägt. »Wir suchen nicht weniger die ruhige Hingabe an Menschen und Dinge, wie die energische Selbstbehauptung beider gegenüber« (ebd.). Durch die Tendenz zur Nachahmung wird das Gruppenleben in das Innenleben des Individuums übernommen, und dieses gewinnt dadurch an Sicherheit und soziale Stabilität, ebenso wie die soziale Gruppe. Deshalb ist die Nachahmung nach Simmel nicht gering zu schätzen, sondern ein durchaus sinnvolles soziales Phänomen, das vielen alltäglichen Handlungen Routine und Entlastung bietet: »Ihr Reiz ist zunächst der, dass sie uns ein zweckmäßiges und sinnvolles Tun auch da ermöglicht, wo nichts Persönliches und Schöpferisches auf den Plan tritt. [...] Sie gibt dem Individuum die Beruhigung, bei seinem Handeln nicht allein zu stehen, sondern erhebt sich über den bisherigen Ausübungen derselben Tätigkeit wie auf einem festen Unterbau, der die jetzige von der Schwierigkeit, sich selbst zu tragen, entlastet.« (Ebd.: 11). Die soziale Tendenz zur Nachahmung sichert damit den Zusammenhalt der Gruppe, die Gleichförmigkeit und Sicherheit des Handelns der Einzelnen und die Erkennbarkeit der äußeren Gestalt als Gleichgesinnter einer Gruppe – man fühlt sich sichtbar zugehörig und erkennt dies auf den ersten Blick. Gleichzeitig existiert aber ein soziales Bedürfnis nach Unterscheidung, nach Abhebung und Differenzierung. Dieses Bedürfnis wird einerseits durch den Wechsel der Moden befriedigt, noch nachhaltiger jedoch dadurch, dass man sich – um Bourdieus Metapher des »sozialen Raumes« aufzugreifen – vor allem nach unten unterscheidet, dadurch, dass »Moden immer Klassenmoden sind, dass die Moden der höheren Schichten sich von der tieferen unterscheiden und in dem Augenblick verlassen werden, in dem diese letztere sie sich anzueignen beginnt« (ebd.: 12). Man differenziert sich in der Regel, indem man sich nach unten unterscheidet und man hebt sich ab, indem man sich hervorhebt, auch in Bezug auf den sozialen Status. Durch die Mode wird so zum einen der Anschluss an Gleichgestellte erreicht, die Einheit

eines Kreises, wie ein Abschluss dieses Kreises von tieferstehenden Schichten, und damit Exklusivität und Gruppenanschluss, Besonderheit und soziale Einbindung gleichzeitig gesichert.

Die Veränderlichkeit und Dynamik der Dingwelt in der Mode entspricht auf diese Weise paradoxerweise gerade der Stabilität der Sozialstruktur. Beständige Neuerungen der Moden erlauben das Sich-Abheben der oberen Schichten immer wieder aufs Neue. Das äußere Erscheinungsbild, die Bekleidung und die persönlichen Dinge, haben die Doppelfunktion, einen sozialen Kreis gleichzeitig in sich zusammenzuschließen, wie ihn anderen gegenüber abzugrenzen. Simmel zollt der Welt der Objekte an dieser Stelle viel Respekt, die Objekte symbolisieren die sozialen Kreise, ja sie konstituieren diese erst, indem sie sie zum Ausdruck bringen. Die Objekte offenbaren die ambivalente Innenwelt des Menschen, die feinen Nuancierungen und Kompromisse zwischen den verschiedenen psychologischen und sozialen Antrieben. Durch Äußerliches, durch die Welt der Dinge verorten sich die Individuen in den sozialen Kreisen und bewahren dennoch ihr eigenes Ich. Die Objekte stellen so zugleich ein Abbild der Sozialstruktur dar wie der individuellen Persönlichkeit, wenn auch in beiden Fällen ein unscharfes Abbild, denn durch ihre Veränderlichkeit, durch ihren modischen Wandel stehen sie in einem produktiven Spannungsverhältnis zu den kontinuierlichen, stabilen Anteilen der Persönlichkeit (und der Sozialstruktur). Die Mode ergreift nie den ganzen Menschen, schrieb Simmel, »sie bleibt ihm doch immer etwas Äußerliches«, denn »die Form der Veränderlichkeit, in der sie sich ihm bietet, ist doch unter allen Umständen ein Gegensatz gegen die Beständigkeit des Ichgefühles, ja dieses letztere muß gerade an diesem Gegensatz sich seiner relativen Dauer bewußt werden, nur an diesem Dauernden kann die Veränderlichkeit jener Inhalte sich überhaupt als Veränderlichkeit zeigen und ihren Reiz entfalten« (ebd.: 25). Der Wandel der Mode und die Beständigkeit des Selbst bilden in diesem Gedanken einen reizvollen Kontrast, sie konturieren sich gegeneinander und erlauben dem Individuum die Erfahrung von Beständigkeit und Dauer ebenso wie von Wandlungsfähigkeit. Ebenso stehen die Dynamik der Mode und die Stabilität der Klassenstruktur in einem sich ergänzenden Spannungsverhältnis, der Wandel der Mode trägt letztlich zur Stabilität der Sozialstruktur bei, indem er Bewegung in das Strukturmuster der sozialen Ungleichheit bringt, an der sich die Grenzen immer wieder aufs Neue herausbilden und konturieren können.

Doch dient für Simmel die Welt der Dinge nicht nur als Projektionsfläche für soziale Ungleichheit, als Symbol für etwas Anderes, Wichtigeres; in seinem Ansatz finden sich immer wieder Passagen, in denen er den notwendigen Respekt gegenüber der Beschaffenheit und Eigenart der Dinge betont. Die Dinge beugen sich nicht dem Begriff und dem oberflächlichen, geringschätzigen Zugriff des Menschen. So spricht Simmel beispielsweise verächtlich von der »Vergewaltigung der Dinge«, deren Eigenart von »banalen Menschen« nicht anerkannt wird, sondern die unter ein unpassendes, pauschalisierendes Schema gebeugt werden. Den Dingen werde Gewalt angetan und »indem sie alle in eine von uns an sie

herangebrachte Kategorie eingekleidet werden, übt das Individuum einen Machtanspruch über sie, es gewinnt ein individuelles Kraftgefühl, eine Betonung des Ich ihnen gegenüber, [...] wodurch es denn freilich im letzten Grunde keine Herrschaft über die Dinge, sondern nur über sein eigenes, gefälschtes Phantasiebild ihrer gewonnen hat« (ebd.: 30 f.). Doch diese Überlegungen werden von Simmel in einer für ihn typischen Gedankenfigur der Ambivalenz aufgelöst: Der schnelle gedankliche Zugriff auf die Dinge, der Herrschaftsanspruch über diese ist letztlich ein leeres Trugbild, denn tatsächlich hat die Welt der Dinge mit dem beschleunigten Wechsel der Moden in der Moderne umgekehrt an Macht über die Menschen gewonnen. Die Mode, die Dingwelt und ihr rascher Wandel, wurde zur Tyrannei, führte zur Knechtung des Individuums und kompensierte damit die neu gewonnenen Freiheiten in anderen Lebensbereichen, im sozialen und politischen Leben, »denn der Mensch bedarf eines ephemeren Tyrannen, wenn er sich des dauernden und absoluten entledigt hat« (ebd.: 32).

Simmel verknüpft die Welt der Dinge, die Mode, auf erstaunliche Weise mit den Grenzen und Bewegungen der sozialen Kreise, ebenso wie er sie mit den inneren Antrieben und Motiven des Menschen verbindet. Die Objekte, die Moden stellen ein Spiegelbild der Sozialstruktur der Gesellschaft dar, wenn auch ein gebrochenes, möglicherweise verzerrtes Spiegelbild, denn die Struktur muss sich erst durch die Handlungen und Wahlentscheidungen der Individuen, die ihren »eigenen Kopf« haben können, in die erfahrbare Wirklichkeit »übersetzen«. Ebenso stellen die Objekte ein Abbild der Persönlichkeit dar, wenn auch ein ebenfalls gebrochenes, denn sie drücken vor allem die veränderlichen Persönlichkeitsanteile aus, die auf den kulturellen Wandel reagieren und diesen aufnehmen.

### **2.3.4 Schichtspezifische Universen: Bourdieus Habitus-Konzept**

Das sozialstrukturell verankerte Stilempfinden und die symbolische Reproduktion sozialer Ungleichheit ist auch das Thema von Pierre Bourdieus Analysen. Für ihn ist die schichtspezifische Sozialisation ausschlaggebend bei der Formung der Persönlichkeit, das Eingewöhnen und das Aufnehmen einer schichtspezifischen Lebensform: die Art zu leben, zu sprechen, zu essen, zu gehen und zu konsumieren, die in einem bestimmten Milieu gepflegt wird. Mit der familiären schichtspezifischen Sozialisation werden Verhaltensformen, Körperpraktiken, Geschmacksmuster und Vorlieben für eine bestimmte Objektkultur eingeübt und internalisiert. Pierre Bourdieu, dessen Ansatz hier weniger ausführlich als es ihm gebühren würde geschildert wird, da er in Deutschland wohlbekannt und -rezipiert ist, unterscheidet verschiedene Kapitalformen, die den Menschen als systematische Handlungsressourcen zur Verfügung stehen: ökonomisches, soziales, kulturelles und symbolisches Kapital. Diese verschiedenen Kapitalformen werden erworben und es kann mit ihnen »gewirtschaftet« werden. Sie lassen sich untereinander transformieren, dieser Prozess setzt jedoch Arbeit und Kapitalveraus-

gabung voraus. Bourdieus Ansatz beinhaltet neben der analytischen eine politische Dimension: Die Differenzen bezüglich des sozialen und des kulturellen Kapitals, in der Sozialisation im Elternhaus, in den Bildungseinrichtungen sowie durch Kontakte innerhalb des eigenen Milieus erworben, bewirken auf unsichtbare aber effektive Weise, dass die demokratischen Bestrebungen, Chancengleichheit durch gleiche Rechte und Zugänge herzustellen, letztlich ins Leere laufen. Die kulturellen Distinktionsmechanismen werden von diesen institutionellen Maßnahmen nicht berührt, können sich auf dem Hintergrund der formalen Chancengleichheit sogar ungesehen noch besser entfalten. Die schichtspezifischen Kulturformen werden schon in der Kindheit im Elternhaus bzw. im Milieu des Umfeldes aufgenommen und in Form von Körperpraktiken, Verhaltensweisen, Stilvorlieben und Geschmack verinnerlicht bzw. »habitualisiert«, d. h. diese Praktiken und Vorlieben lagern sich als implizites Wissen und als Routinen des Wahrnehmens, des Empfindens, des Bewegens und des Sprechens im Körper und im Verhaltensrepertoire ab.

Empirisch lasse sich, so Bourdieus These, anhand der Kleidungsgewohnheiten, dem Musik- oder Kunstgeschmack, der Wohnungseinrichtung, den Essensvorlieben und Tischsitten recht zuverlässig eine Zuordnung der Haushalte und Personen zu bestimmten Schichten und Milieus vornehmen. Durch die Analyse der verschiedenen »Stilelemente« hat Bourdieu in der empirischen Untersuchung der »feinen Unterschiede« ein gesellschaftliches Tableau der sozialen Schichten in der französischen Gesellschaft aufgespannt. Der gesamte Lebensstil mit all seinen Details, seinen Feinheiten, ist letztlich von der Positionierung im sozialen Raum bestimmt. »Es gibt mit anderen Worten tatsächlich [...] einen Zusammenhang zwischen höchst disparaten Dingen: wie einer spricht, tanzt, lacht, liest, was er liest, was er mag, welche Bekannte und Freunde er hat usw. – all das ist eng miteinander verknüpft.«, sagte Bourdieu in einem Interview (zitiert nach Baumgart 2000: 206) Ein bestimmter Stil gilt als Ausdruck des durch Sozialisation erworbenen »kulturellen Kapitals«. Der Einfluss der sozialen Strukturen auf Einstellungen und Stil ist in Bourdieus Konzept empirisch und theoretisch sehr stark, aber letztlich nicht determinierend. Der strukturelle Rahmen, die Sozialstruktur macht nur bestimmte Stilformen und Ausprägungen wahrscheinlicher und sozial naheliegender und nachvollziehbarer als andere. Ein stilistisches Handeln gegen die eigene soziale Herkunft ist in Bourdieus Ansatz nie ganz auszuschließen, kostet die Individuen aber deutlich mehr Anstrengung und Selbstaufklärung. Jemand, der im gesellschaftlichen Schichtgefüge aufstieg, muss sehr viel Zeit investieren, um die Kulturformen seiner neuen Schicht zu erlernen – und er muss andauernd gegen seinen ersten Impuls, seinen Habitus handeln. Bourdieu vergleicht die kulturelle Mühsal des sozialen Aufstiegs im Interview mit einem Aufstieg im Raum und erläutert dies mit der Metapher eines Bergsteigers, der, völlig außer Atem auf dem Gipfel angekommen, feststellen muss, dass andere längst schon hier angekommen sind und sich über den Aufsteiger, der nicht wirklich souverän, nicht entspannt bei der Sache ist, mokieren. Seinen sozialen Erfolgen



wird man die Anstrengung ansehen, da die Leichtigkeit des frühzeitig erworbenen passenden Habitus fehlt.

Das Verhältnis zum eigenen Körper, zu seinem äußeren Erscheinungsbild etwa, oder – um ein Beispiel näher zu betrachten – zu den aufgenommenen Speisen, die Art diese zu servieren und anzubieten, ist durch die kulturelle Schichtzugehörigkeit geprägt. Jedes Detail des Habitus und des Geschmacks steht in einem sinnhaften Zusammenhang mit den anderen Verhaltensformen der Schicht. In Bezug auf die Unterschichten spricht Bourdieu vom »freimütigem Essen«, das im Zeichen von Fülle und Überfluss steht; auf den Tisch kommen vor allem »elastische« und reichlich vorhandene Speisen. Die »Fülle« gelte jedoch vor allem für die Männer, während die Frauen sich Selbstbeschränkung auferlegen und Verzicht üben, sich »zu zweit ein Stück teilen oder die Reste vom Vortag essen« (Bourdieu 1984: 311 f.). Auf die Übergänge zwischen den einzelnen Gängen, auf die strengen Regeln des Servierens werde nicht genau geachtet, die Lockerung dieser Regeln gelte geradezu als Beweis von Familiarität und vertraulichem Einschluss der Nachbarn oder Gäste, die zu Besuch sind. Geselligkeit und Gemeinschaft stehen im Vordergrund, nicht die strenge Einhaltung zeremonieller Regeln. Die Gänge kommen auch mal gleichzeitig auf den Tisch, wenn es zur geselligen Stimmung passt. Insistiert die Hausfrau auf der genauen Einhaltung der Tischsitten, zum Beispiel auf der Regel, zu jedem Gang neues Geschirr aufzutischen, so »wäre leider der Eindruck nicht mehr von der Hand zu weisen, es ginge ihr lediglich darum, ihr Geschirr zur Schau zu stellen [...], oder sie wolle ihre Gäste wie Fremde behandeln, so wie manchmal ganz bewußt mit ungebetenen Gästen oder notorischen Schnorrern verfahren wird, die man auf Abstand halten möchte« (ebd.: 315).

Ganz anders stellt sich diese soziale Situation im Bürgertum dar: Hier geht es nicht um Ungezwungenheit, auch nicht in erster Linie um Geselligkeit, sondern um »formvollendetes Essen«. Der Eindruck, man stürze sich auf die Speisen, muss um jeden Preis vermieden werden, man wartet, bis auch der Letzte sich Essen aufgetan hat, bevor man zu essen beginnt; diskret bedient man sich gegenseitig. Es ist genau geregelt, was zusammen auf den Tisch kommen darf und was nicht. Die Nachspeise kann nicht serviert werden, bevor die Reste der Gänge davor, »einschließlich Salzstreuer«, vollständig weggeräumt wurden. Eine Trennung von Öffentlichkeit und privater Sphäre, in der eine Lockerung des Verhaltens herrscht, existiert im Bürgertum nicht. In den Unterschichten gründet sich die Zwanglosigkeit des Verhaltens in dem gemeinsamen Gefühl, »angesichts all der Not und all der Zwänge des tagtäglichen Daseins, denen man ohnehin auf Gedeih und Verderb ausgesetzt ist, sich nicht auch noch im häuslichen Leben, der einzigen Freiheitsinsel, selbstaufgelegten Verhaltensnormen und -kontrollen zu beugen, und das gerade in Bezug auf Essen und Trinken, die doch gleichermaßen Primärbedürfnis wie Kompensation sind« (ebd.: 315). Dies gilt nicht für das Bürgertum; hier ist das streng reglementierte Verhalten Ausdruck eines nicht ablegbaren Habitus, dem Ordnungsverhalten und Selbstkontrolle konstitutiv ein-

geschrieben sind und der selbstverständlich auch in der häuslichen, familiären Sphäre gilt. Essen als Primärbedürfnis tritt hier in den Hintergrund, die Ästhetisierung der Praxis in den Vordergrund. Die körperlichen Anteile sowie die gemeinschaftlichen Funktionen und Bedeutungen des Essens werden negiert bzw. in den Hintergrund gedrängt, um es zu einer gesellschaftlichen Zeremonie zu stilisieren, bei der ästhetisches Raffinement präsentiert wird. Die genaue Regulation dieser Essenszeremonie samt Speisenfolge und -präsentation, Sitzordnung und peinlich einzuhaltendem Verhalten bei Tische verschiebt den Akzent von der Substanz zur Form, vom Bedürfnis zur ästhetischen Durchdringung und Beherrschung und mündet in der Verleugnung der materialistischen Wirklichkeit des Essens und Trinkens.

Beide Ritualformen, die gesellige der Arbeiterschicht und die zeremonielle des Bürgertums, konstituieren soziale Gemeinschaften, doch sind es unterschiedliche Formen von Sozialität, die dabei praktiziert werden: Die gesellige Runde praktiziert eine direkte, emotionale und sinnliche erfahrbare Gemeinschaftlichkeit, während die zeremonielle, bürgerliche Runde eine ständig bedrohte und verteidigte Kulturform inszeniert, die über die Natur des Menschen, über alles Rohe und Unzivilisierte, über das Bedürfnis und die Materie zu siegen hat. Mit diesem ständig aufs Neue errungenen Sieg über das Körperliche, das Rohe und Archaische, bei dem die Mühsal der Disziplinierung allerdings nicht sichtbar werden darf, konstituiert sich die Gruppe der herrschenden Elite und erzeugt eine scharfe Grenze zwischen dem Innen und dem Außen der Gruppe, eine Grenze, die selbstverständlich in erster Linie nach unten wirkt.

Ähnliche Unterschiede zwischen den Schichten stellt Bourdieu in Bezug auf die Bekleidung fest: Während bei den unteren Klassen ein eher realistischer, funktionsbezogener, »zweckmäßiger« Bezug zur Kleidung herrscht, der zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre trennt – zu Hause darf zum Beispiel auch mal die Unterwäsche (oder die Jogging-Hose) getragen werden –, sorgt sich das Bürgertum mehr um die soziale Wirkung als um die Funktionalität der Bekleidung. Substanz tritt gegenüber der Form zurück, die Materie gegenüber dem Prestigewert des Symbols. Wie viel Wert auf Selbstdarstellung gelegt, wie viel Mühe, Zeit und finanzielle Ressourcen darauf verwendet werden – dies unterscheidet sich in den verschiedenen Klassen erheblich, nicht zuletzt deshalb, weil die davon zu erwartenden materiellen und symbolischen Vorteile sich ebenfalls erheblich unterscheiden.

Besonders interessant ist in diesem Zusammenhang Bourdieus Analyse des »Schönheitsverhaltens« von Frauen der verschiedenen Schichten. Seine empirische Untersuchung zeigt, dass die Frauen der oberen Schichten sich selbst in Bezug auf ihr Erscheinungsbild, auf ihre Attraktivität und Schönheit durchweg wesentlich besser beurteilen als die Frauen der Landwirtschaft und der Fabriken, und dies, obwohl die gleichen Körper- und Schönheitsideale gelten, in den oberen Klassen die Ansprüche sogar höher sind. Die genannten Unterschiede sind vermutlich weniger auf subjektive Verzerrungen zurückzuführen, denn in den

oberen Schichten ist die normative Strenge gegenüber dem eigenen Körper in der Regel stärker ausgeprägt. Die Frauen der unteren Klassen haben nach eigenen Angaben häufiger Kleidergrößen über 42, sie schätzen sich in Bourdieus Untersuchung eklatant häufiger als »unterdurchschnittlich schön« und denken von sich selbst deutlich öfter als die Frauen der oberen Klassen, dass sie älter aussehen, als sie sind. Die befragten Frauen gaben gar ihren diversen Körperteilen umso bessere Noten, je höher ihre soziale Stellung war. Dieser schichtspezifische Effekt ist noch stärker ausgeprägt, wenn man die Variable Berufstätigkeit einbezieht: Die nicht berufstätigen Frauen bewerteten sich selbst in Bezug auf Schönheit und Attraktivität deutlich günstiger. (vgl. Bourdieu 1984: 326 f.) Da es sehr unwahrscheinlich ist, dass Schönheit qua Geburt statistisch häufiger den Wohlhabenden in die Wiege gelegt worden ist als den Frauen der ärmeren Bevölkerungsteile, sprechen die Daten wohl eher von dem sehr unterschiedlichen »zivilisatorischen« Aufwand an Kosmetik, Diäten, Sport und Bekleidung, der in den einzelnen Schichten betrieben wird und betrieben werden kann. Ausschlaggebend dabei ist nach Lage der Daten vermutlich der unterschiedliche Vorrat an vorhandenen Ressourcen, an Zeit und Geld. Doch das Ergebnis der Bemühungen erscheint paradoxerweise als Wirkung einer »natürlichen« Ausstrahlung und Schönheit, denn auch in diesem Bereich der Körpergestaltung sollten die Bemühungen nicht sichtbar sein. Nach der Lektüre von Bourdieus Untersuchung muss man zu dem eindeutigen Schluss kommen, dass Selbstbewusstsein und Attraktivität entgegen der landläufigen Meinung keine Frage des Charakters oder der »Gaben der Natur« sind (auch wenn diese Einflussgrößen die Varianzen innerhalb der Schichten zum großen Teil erklären mögen), sondern eng an den Sozialstatus geknüpft ist. Ob der eigene Körper als Quelle von Selbstwertgefühl und Ästhetik oder als Quelle von Beklemmung und Müdigkeit, von Strenge oder Sinnlichkeit, von Stolz oder Schmerz und Unzufriedenheit erlebt wird, wird durch die Schichtzugehörigkeit nachhaltig beeinflusst.

Das Bürgertum ist in Bezug auf das Verhältnis zum Körper nochmals zu differenzieren: Die für das Kleinbürgertum typische soziale Erfahrung der Gezwungenheit und Gehemtheit zum Beispiel stamme laut Bourdieu daher, dass Kleinbürger und Bourgeoisie die gleichen Ansprüche in Bezug auf Körpergestalt und Haltungen haben, doch nicht über die gleichen Mittel verfügen, diese zu realisieren. Der Kleinbürger sehe sich aufgrund dieser Diskrepanz ständig von außen, mit den Augen der Anderen und fühle sich deshalb in seinem Körper und in seiner Sprache nicht souverän, nicht bei sich selbst. Er kontrolliert und überwacht das eigene Verhalten ständig, doch die Korrektheit wirkt gezwungen und verrät Unsicherheit und Ungeschicklichkeit. Ganz anders der Bourgeois, die sich seiner sozialen Macht gewiss ist und diese Haltung in körperliche Sicherheit und Souveränität umsetzen kann. Die Ungezwungenheit der Bourgeoisie entstehe aus einer Art Gleichgültigkeit gegenüber dem vergegenständlichenden Blick der anderen, aus der Gewissheit heraus, Macht neutralisieren zu können, und »diese Vergegenständlichung selbst wieder vergegenständlichen, der Bemächtigung durch

den anderen wieder Herr werden zu können, in der Lage zu sein, die Normen der Wahrnehmung des eigenen Körpers durchzusetzen, kurzum über alle Machtmittel zu verfügen, die zwar – wie stattliche Erscheinung und Charme – ihren Sitz im Körper haben können und sich dessen besonderer ›Waffen‹ zu bedienen scheinen, im Kern gleichwohl nicht auf ihn zurückzuführen sind« (ebd.: 331).

Dem hohen Sozialprestige der Eliten, ihrer sozialen Autorität, wohnt eine Art »Verführungskraft«, ein Zauber inne, so Bourdieus Schlussfolgerung, in das er sein Verständnis von Charme und Charisma einfügt. Während diese Fähigkeiten oder Eigenschaften landläufig als etwas Gegebenes oder Angeborenes betrachtet werden, beruhen sie in der Perspektive Bourdieus ebenso wie viele andere Merkmale des Habitus auf sozialer Macht. Charisma beruht auf der Macht, »das eigene Körper- und Selbstbild als kollektives und objektives aller anderen festzuschreiben, und vom Anderen, wie in der Liebe oder im Glauben, den Verzicht auf dessen gattungsspezifisches Vermögen der Objektivierung zu erwirken, um es dem zu überantworten, der doch ihr Objekt sein sollte, sich auf diese Weise nun aber gleichsam als absolutes Subjekt wiederfindet, frei von Äußerlichem (da selbst der Andere), in seiner Existenz vollkommen gerechtfertigt und legitimiert« (ebd.: 332). Kraft einer Symbolik der Macht, die sich in den Habitus körperlich eingeschrieben hat, konstituiert und legitimiert sich das Charisma selbst, die eigene Objektivierung wird autonom erzeugt und sozial durchgesetzt. Der Sieger im symbolischen Kampf kann für andere sein, was er für sich selbst ist und nicht umgekehrt, er befreit sich von Fremddefinition, indem er seinen Identitätsentwurf – und den seiner Klasse – zu objektivieren vermag, »er ›macht‹ die Meinung, die ihn macht«. (ebd.: 332). Symbolische Macht dringt in die Körper der Individuen ein, manifestiert sich dort und wird »naturalisiert«, wird zu etwas Selbstverständlichem und von der Umwelt als ›natürlich‹ gegeben hingenommen.

Der Repressionsgehalt symbolischer Macht ist weder den Eliten noch den Anderen bewusst. Die symbolische Macht tritt nicht offen zutage, sie ist eine Herrschaft über »Kopf und Herz«. Bourdieu spricht an anderer Stelle von »symbolischer Alchemie« (1998: 169). »Jeder erkennt diese Herrschaft an, obwohl er sie gleichzeitig verkennt« (Moebius/Quadflieg 2006: 53). Indem das »symbolische Kapital« (Bourdieu 1998) inkorporiert wurde und in Form von körperlicher Anziehungskraft oder Charisma sichtbar wird, erhält es erst seinen subtilen Zauber und seine blinde, der Vernunft nicht vollständig zugängliche Überzeugungskraft. Eine »magische Grenze zwischen Herrschenden und Beherrschten« (Bourdieu 2001: 216 f.) wird mit Hilfe des symbolischen Kapitals errichtet, und ihr Ursprung gleichzeitig verschleiert, indem symbolische Macht einen bildlichen, dinglichen und leiblichen Ausdruck erhält. Das symbolische Kapital, die Gewandtheit und Überzeugungskraft, die dem Charisma innewohnen, beruhen also letztlich ebenso auf kulturell und schichtspezifisch vermittelten Verhaltensweisen und Fähigkeiten, auf klassenspezifischer sozialer Ungleichheit, wie viele andere Äußerungsformen und Details des Habitus.

Angehörige der Unterschichten können sich zwar in langwieriger Kleinarbeit kulturelles und symbolisches Kapital, und damit eine soziale Ausstrahlung aneignen, die über ihr eigenes Milieu hinausweist. Tatsächlich ist dies jedoch so aufwendig und mühevoll, dass es empirisch selten vorkommt. Der Habitus manifestiert sich vor allem im Körper, in bestimmten Gesten, Blicken, Bewegungen, auch in der Art, den Körper zu gestalten mit Hilfe von Bekleidung, Kosmetik, Ernährung und Sport. Der Habitus benötigt bestimmte *Objekte*, um sich entfalten zu können, Objekte, die in einer Beziehung zum Körper aufweisen und die zu einer schichtenspezifischen Kultur gehören. Körper und Objektbezug sind aber keine »natürlichen Tatsachen«, sondern kulturell geprägt und stehen im Zentrum des Habitus-Begriffes.

Die Stärke des Bourdieuschen Ansatzes liegt darin, dass er den Körper einbezieht. Er zeigt, dass nicht nur die funktionalisierten Objekte sind – die Kutsche, die Kleider etc., die Wohlstand und soziale Macht anzeigen, wie etwa bei Veblen, sondern die schichtspezifische Praxis schreibt sich in den Körper ein und formt den Habitus. Fortan haben die Körper bestimmte implizite sinnliche und ästhetische Vorlieben, sie ziehen manche Dinge anderen vor, ebenso wie sie bestimmte Gesten anderen vorziehen. Im Unterschied zu Veblen geht es Bourdieu nicht einfach darum, inwieweit sich die Dinge zum »demonstrativen Konsum«, zur Verschwendung und damit zur Prestigeerzeugung eignen; er behandelt die Objekte, die Gesten und den Körper als Teil eines sinnhaften und strukturierten schichtenspezifischen Mikrokosmos, der von handlungsleitenden Werten und Überzeugungen durchzogen ist. Bourdieu versucht, die schichtenspezifische Semiotik zu entschlüsseln, Kulturen nicht nur in legitime und illegitime, in ein oben und unten einzuteilen, sondern die Bedeutungen der Dinge, der Gesten, der Interaktionsformen zu rekonstruieren und die dahinterstehenden normativen Handlungsparadigmen zu finden. Deshalb wendet er sich – im Unterschied zu Simmel – ganz konkret und empirisch den schichtspezifischen Kulturformen in allen Details zu und versucht diese Mikrokosmen anhand einzelner Gesten oder bestimmter Objekte zu verstehen und zu enträtseln.

Und dennoch: Die Dinge, der Geschmack an den Dingen, selbst der Körper beugen sich bei Bourdieu vollständig der Schichtzugehörigkeit und den jeweiligen kulturellen Universen, die jede Schicht für sich, und doch in Beziehung zu den anderen Schichten, kreierte. Was sich aus der Perspektive der Handelnden als freie Entscheidung, als individuelle Vorliebe darstellt, ist in Bourdieus Perspektive durch ihre schichtspezifische Sozialisation schon mehr oder weniger festgelegt. Handlungsformen, Stil und Geschmack sind in diesem Modell – wenn nicht eine eher unwahrscheinliche, sehr energie- und zeitaufwendige individuelle Gegenstrategie betrieben wird – durch das Milieu, in das man hineingeboren wurde, nahezu vorherbestimmt. Von Kritikern wurde der Einwand des sozialen Determinismus gegen den Bourdieuschen Ansatz erhoben. Er selbst räumt zwar – vereinzelte – empirische Ausnahmen ein: Personen, die Inkonsistenzen in den Kapitalformen aufweisen, die ihre Freiheitschancen vermehren oder Aufsteiger wie er

selbst, die ihre schichtspezifische Sozialisation mit ganz besonderen Anstrengungen kompensieren müssen, um sich die »legitime Hochkultur« zu inkorporieren. Diese Ausnahmen setzen in Bourdieus Modell jedoch die Determination nicht vollständig außer Kraft: »Der gesellschaftliche Raum ist – wie der geographische – in höchstem Maße determinierend; wenn ich sozial aufsteigen möchte, habe ich eine enorme Steigung vor mir, die ich nur mit äußerstem Kraftaufwand erklimmen kann; einmal oben, wird mir die Plackerei auch anzusehen sein, und angesichts meiner Verkrampftheit wird es dann heißen: ›Der ist doch nicht wirklich distinguiert!‹ « (ebd.: 210).

Die Kultur der Herrschenden ist immer distinktiv, das heißt, neben klassischen Bildungsgütern enthält sie immer wieder neue Elemente, die sich von der sie nachahmenden Volks- oder Populärkultur absetzen. Sich die »feinen Unterschiede«, die Distinktionsmerkmale der Herrschenden anzueignen, erfordert deshalb einen hohen kognitiven und materiellen Aufwand, da sie erstens hohe implizite Voraussetzungen in Form von inkorporiertem Bildungsgut enthalten und zweitens, durch die Moden der herrschenden Klassen, permanent im Fluss, in Bewegung sind. Die Klassenzugehörigkeit bekommt durch den »Habitus« ihren kulturellen Ausdruck und wird durch diesen reproduziert, wobei Bourdieu betont, dass nicht alle Verhaltensformen dadurch im Einzelnen schon festgelegt sind, sondern vielmehr Möglichkeitsräume und Grenzen innerhalb der Schichten und Milieus eröffnet und abgesteckt werden. Der Habitus umgrenzt ein milieuspezifisches Sinnsystem mit spezifischen Verhaltens- und Geschmacksnormen, ein System von Grenzen des Verhaltens und des Denkens wird durch ihn abgesteckt: »Wer den Habitus einer Person kennt, der spürt oder weiß intuitiv, welches Verhalten dieser Person verwehrt ist. Mit anderen Worten: Der Habitus ist ein System von Grenzen. Wer z. B. über einen kleinbürgerlichen Habitus verfügt, der hat eben auch, [...] Grenzen seines Hirns, die er nicht überschreiten kann. Deshalb sind für ihn bestimmte Dinge einfach undenkbar, unmöglich; es gibt Sachen, die ihn aufbringen oder schockieren. Aber innerhalb dieser seiner Grenzen ist er durchaus erfinderisch, sind seine Reaktionen keineswegs immer schon im Voraus bekannt. [...] Das Gleiche gilt für jeden von uns: wir haben alle unsere Grenzen. Allerdings gibt es die Möglichkeit, sich dessen bewußt zu werden« (ebd.: 207).

Bourdies Analyse, theoretisch überzeugend und empirisch faszinierend wie detailreich zugleich ausgeführt, ist sicher als Modell ungeschlagen bei der Betrachtung der schichtspezifischen kulturellen »Universen«, ihrer Sinnstrukturen, ihrer Geschmacksmuster, der stilmäßigen Präferenzen, der kulturellen Umgangsformen und der Körperpraxen. Doch für den Differenzierungs- und Individualisierungsgrad der spätmodernen, spätindustriellen und dienstleistungsorientierten Gesellschaft erweist sie sich letztlich als zu inflexibel. Sein analytisches Modell, sehr einleuchtend in der Ästhetik der Theorie wie in der Überzeugungskraft der Empirie, hat ebenfalls seine Erklärungsgrenzen. Es ist zu Recht eingewendet worden, in Frankreich stellten sich die von Bourdieu beschriebenen kulturellen »Unterscheidungen« der schichtspezifischen Verkehrsmuster und Geschmacks-

formen besonders eindeutig dar, da gerade hier von den Oberklassen viel Wert auf eine *sichtbare* Abgrenzung, in Form von Stil, von Bildung, von Umgangsformen und Kultur gelegt werde. Als Gegenbeispiel dazu dienen die Vereinigten Staaten, in denen der stärkere Bruch mit dem europäischen Adel, die anders gelagerten Traditionen sowie die Prozesse des kulturellen »melting pot« die schichtspezifischen Grenzen des kulturellen »Habitus« durchlässiger gemacht haben. Während in den USA derartige Nivellierungstendenzen für Grenzverwischungen zwischen den Schichten sorgten, sind es in Deutschland historische Brüche und Großereignisse wie der (intellektuellen- und bourgeoisiefindliche) Nationalsozialismus sowie der auch in den Kulturformen bewusst demokratisch gestaltete Neuaufbau nach dem Krieg, die auf ganz andere Weise die historischen Einflüsse der (groß)bürgerlichen »Schichtkultur« gebrochen und relativiert haben.

Man muss darüber hinaus in Betracht ziehen, dass seit Bourdieus großer Untersuchung der »feinen Unterschiede« in den 70er Jahren einige Jahrzehnte vergangen sind, in denen sich die untersuchten Kulturformen stark verändert und ausdifferenziert, in der Tendenz »kulturell demokratisiert« haben, in denen sich etwa Bildungszugänge und -voraussetzungen stark verbesserten, der allgemeine Wohlstand stieg und Prozesse der Individualisierung mehr soziale und kulturelle Wahlmöglichkeiten mit sich brachten. Die »Mittelschichtsgesellschaft« und nicht zuletzt die allgemein zugänglichen Massenmedien führten in der Tendenz zu gewissen, wenn auch nicht vollständigen, Einebnungsprozessen der kulturellen Differenzen. Das »trickle-down« Modell der Mode, das besagt, dass Mode durch Abgrenzung der oberen Schichten und Nachahmung der anderen Schichten zustande kommt, dem sowohl Simmel wie Bourdieu folgen, wurde deshalb von Charles W. King gänzlich in Frage gestellt: Kulturelle Nivellierungstendenzen, wachsender Wohlstand, moderne Massenkommunikation und die Absatzstrategien der Hersteller würden für eine schnelle Ausbreitung aller modischen Neuerungen in alle Schichten hinein sorgen und ein modisches Distinktionsverhalten der Oberschicht verhindern, so King (1976). Zudem wurden die schichtspezifischen Kulturformen und ihre Grenzen – in den USA, in Frankreich, und mehr noch in Deutschland – aufgrund der Auseinandersetzung mit der jüngeren Vergangenheit und damit verbundenen Generationenkonflikten – durch die kulturellen Revolutionen der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts (Rock'n Roll, Jazz, die Revolte von 68 etc.) stark in Frage gestellt. Diese kulturellen Revolutionen erfassten am stärksten den Nachwuchs der Wohlhabenden, die Jugendlichen »aus gutem Hause« und begründeten hier ein komplexes System neuer Differenzierungen, neue Lebensstile, die sich vom klassischen Bürgertum absetzten.

Bourdies Modell sieht zwar Wandel vor, der durch den Prozess der Distinktion sowie der Nachahmung der oberen Klassen zustande kommt und immer neue Distinktionsformen – und damit kulturellen Wandel – produziert. Jedoch erweist es sich empirisch in dieser Form als kaum mehr umsetzbar, sind doch die realen Kulturphänomene zu vielgestaltig und vielschichtig, und ihr Wandel zu

temporeich geworden, um sie in einem zweidimensionalen sozialen Raum von »oben« und »unten« eindeutig zu verorten. Die kulturellen Verschiebungen der späten Moderne haben das von Bourdieu so sorgfältig gezeichnete stilistische Tableau in hohem Maße »durcheinandergebracht«: Die kulturellen Stilmittel der Eliten sind auf den Märkten allen zugänglich gemacht worden (wenn auch häufig nur als »billigere« Kopien), während Kinder aus gutem Hause sich aus modischen Gründen bzw. aus dem Impuls heraus, ihre Individualität neu zu erfinden, bewusst Stilelemente aus der proletarischen Kultur, aus den Rand- und Subkulturen, selbst aus kriminellen Milieus (siehe zum Beispiel die Mode der Tätowierungen oder Stilmittel des HipHop) aneignen. Die Kenntnis klassischer Literatur und klassischer Musik, die entsprechende Bildung, gilt allein nicht mehr als Distinktionsmittel, vielmehr muss Identität in den Eliten beständig neu erfunden werden, Althergebrachtes und Ehrwürdiges immer wieder neu, zeitangepasst und »lebendig« interpretiert werden. Zudem erfordern die Prozesse der Globalisierung und Internationalisierung das Aufweichen der strengen Verhaltenskorsetts des Bürgertums, eine neue Offenheit im Umgang mit anderen Kulturen, ein Weltbürgertum, auf das die Nachkommen der oberen Schichten durch ihre »Weltläufigkeit« sicher besser vorbereitet und eingestellt sind, das allerdings eine gewisse Aufhebung klassischer Distinktions- und Überlegenheitsgesten und ein Einlassen auf andere Kulturformen mit sich bringt.

Auf der anderen Seite der sozialen Skala haben sich auch die kulturellen Formen der unteren Klassen tendenziell aufgelöst: Gemeinschaft und Solidarität wirken in den Unterschichten schon längst nicht mehr allgemein stilbildend. Die Verdrängungsprozesse auf dem Arbeitsmarkt, der Rückbau des industriellen Sektors, der allgegenwärtige Konsum sowie der individualisiert-kollektive Medienkonsum haben die von Bourdieu manchmal liebevoll beschriebenen gemeinschaftsorientierten Verhaltensmuster erodieren lassen. Auch wenn Selbstkontrolle und langfristige Orientierungen und Lebensplanungen nach wie vor die Kultur der oberen Schichten bestimmen (eine Ausnahme bildete hier schon immer die kulturelle Avantgarde, die Bohème), und kurzfristig orientierter Genuss und Kollektivität stärker die Kultur der unteren Schichten prägen, so haben sich doch die möglichen Phänotypen, die konkreten Musik-, Bekleidungs-, Essens- und Verhaltensformen, zu stark ausdifferenziert, um sich in ein so übersichtliches, zweidimensionales hierarchisches Kulturmodell gut einzufügen. Folgt man der neueren Forschung, so scheint man tatsächlich mit Bourdieus Tableau der gesellschaftlichen Schichten und ihrer Kultur nicht mehr weit zu kommen; zu stark haben sich die Vorlieben und kulturellen Formen, ebenso wie die Dingwelten, innerhalb der einzelnen Schichten durch Prozesse der »Individualisierung« ausdifferenziert. Nicht mehr nur die Schicht, in die man hineingeboren wurde, spielt für Stil und Geschmack die prägende Rolle, sondern vielmehr auch die selbst gewählten Milieus, die durch politische Bewegungen, durch Jugendkulturen oder durch medieninduzierte Kommunikationsformen und Selbstverortungen entstanden sind.



### 2.3.5 Milieus als Ausdruck spätmoderner Differenzierung

Ein analytisches Modell »jenseits von Bourdieu«, das die Milieus der Bundesrepublik seit den 80er Jahren einfangen soll, entwirft etwa Gerhard Schulze (2005: XIX), aufbauend auf die neuere Debatte um soziale Ungleichheit, wie etwa von Berger und Hradil geführt. Bei Schulze geht es um symbolische Bedeutungen des Konsums und die soziale Expressivität der persönlichen Dingwelten für die Konstitution von Milieus. Die klassischen Modelle des Lebensstils, die an die soziale Lage, und damit an die vertikale soziale Ungleichheit gebunden sind, sollen in Schulzes Modell um das Element der Wahlfreiheit erweitert werden. Er will eine Perspektive der »Aufklärung, Befreiung und Selbstbestimmung« verfolgen (ebd.: XXII), anstatt eine der Fürsorge und Entmündigung einzunehmen. Er plädiert deshalb für eine Untersuchungsperspektive, die die selbst gesetzten Ziele und Lebensphilosophien der Menschen, ihr Streben nach einem guten Leben, ihre Orientierung auf eine selbst gewählte Ästhetik als Ausdruck ihrer Identität ernst nimmt – anstatt einen sozial determinierten Menschen in den Mittelpunkt der Analyse zu stellen. Dabei soll die Forschungsdimension der sozialen Ungleichheit keineswegs verabschiedet, ihre konstitutive Kraft für Kultur allerdings relativiert und durch andere Einflussgrößen ergänzt werden. An dem im soziologischen Diskurs nach wie vor sehr präsenten Bourdieuschen Modell kritisiert Schulze spezifische Restriktionen, allen voran die umfassende »Vertikalisierung«, die Dominanz der vertikalen Dimension bei der Analyse von Lebensstilen und sozialer Netzwerke, der deshalb evidente neuere empirische Phänomene entgehen: »Die Kultur des Westens ist bevölkert von Stiltypen und Milieus, die sich deutlich voneinander abheben, ohne dass sich dies mit einem vertikalen Modell erklären ließe.« (ebd.: XX). Der Ausgangspunkt Schulzes für seine Theorie sozialer Milieus ist die Erkenntnis, dass je mehr Menschen eine Wahl haben – und dies ist aufgrund der Wohlstandsvermehrung und des kulturellen Wandels seit den 60er Jahren in der Bundesrepublik zunehmend der Fall –, desto weniger sind in der Folge Milieus etwas strukturell Gegebenes und Verfestigtes. Außerdem sei Bourdieus Annahme, es ginge den Menschen im sozialen Kontakt und in der ästhetischen Äußerungen ihrer Lebensphilosophien lediglich oder vorrangig um das Motiv der Distinktion, um das Streben nach sozialem Rang und Dominanz, theoretisch eingeschränkt und empirisch nicht abgedeckt. Es gehöre, wie Schulze plausibel darlegt, zu den empirisch erfahrbaren Phänomenen des Alltags, dass es eben nicht immer darum geht, auf andere herabzuschauen, sondern »dass Menschen uns auf eine Weise fremd sein können, bei der wir nicht zu sagen wissen, ob sie ›über‹ oder ›unter‹ uns zu lokalisieren sind.« (ebd.: XXI).

Soziale Milieus im Sinne von Schulze sind nicht nur übereinandergeschichtete Statusgruppen, sondern vertikal und horizontal gelagerte, sinnhaft strukturierte Teilkulturen, die sich inhaltlich aufeinander beziehen und abgrenzen. Neben der Lokalisierung im »sozialen Raum« kommen »horizontale« Wertepositionen in den Stilen zum Ausdruck: etwa Nonkonformismus, Hedonismus, Narzissmus,

Geschlechterrollentypisierungen und vieles andere. Bei der Selbstinterpretation der Menschen steht nicht immer die Distinktionskraft ihres Stils, sondern auch persönliches Vergnügen oder normative Identifikation im Vordergrund. In die Konstruktion der Milieus fließt ein, dass soziale Beziehungen und Verortungen nicht nur durch die Schichtzugehörigkeiten gegeben sind, sondern auch selbst gewählt werden können, dass daneben Alter, Lebensphase und Bildungsvoraussetzungen zu wichtigen Indikatoren und Unterscheidungskriterien von Stilen werden können, jenseits der reinen Schichtzugehörigkeit. Schulze isoliert zunächst drei »alltagsästhetische Schemata« als Stiltypen, die sich aus verschiedenen Ausprägungen der Dimensionen Genussorientierung, Distinktion und Lebensphilosophie zusammensetzen: das Hochkulturschema, das Trivialschema und das Spannungsschema. Diese drei Grundschemata setzt er wiederum, in verschiedenen empirischen Kombinationen und Variationen, zu fünf Milieus der Bundesrepublik zusammen: dem Niveaumilieu, dem Harmoniemilieu, dem Integrationsmilieu, dem Selbstverwirklichungsmilieu und dem Unterhaltungsmilieu<sup>3</sup>.

Der Konstruktion der Milieus geht die Annahme einer subjektiven und aktiven Aneignung von Kultur voraus, die sich allerdings nicht nur an individuellen Eigenarten, sondern vor allem an kollektiven Mustern orientiert. Die im Buchtitel angesprochene These einer zunehmenden, kulturübergreifenden »Erlebnisorientierung« bedeutet ihm eine Verschiebung der Lebensziele und der normativen Orientierungen, weg von extrinsischen Orientierungen (Wohlstand, Status) und hin zu intrinsischen (Sinn, Gefühl, Authentizität, Faszination, Konzentration). Die Erlebnisorientierung der Menschen sei Ausdruck ihrer individuellen Suche nach Glück und nach einem Lebenssinn und kann etwa ehrenamtliches soziales Engagement beinhalten; sie lässt sich keineswegs generell auf die flache und verflachende Formel der »Spaßgesellschaft« bringen, als die sie oft missverstanden wurde.

---

3 An dieser Stelle ist sei angemerkt, dass bei der Konstruktion der Schemata, ebenso wie bei den Milieus letztlich doch in erheblichem Maße Annahmen über schichttypische Kulturformen einfließen. Ganz eindeutig liegen derartige Annahmen dem »Hochkulturschema« zugrunde, während das »Trivial-« sowie das »Spannungsschema« in ihren hauptsächlichen Parametern auf die Mittel- und Unterschichten hin konstruiert sind – daneben noch geschlechterrollenspezifische Kodierungen enthalten. Auch die komplexer konstruierten Milieus lassen sich letztlich unschwer der »klassischen« vertikalen Dimension sozialer Ungleichheit zuordnen: Niveaumilieu (Bourgeoisie), Integrationsmilieu (Kleinbürgertum), Selbstverwirklichungsmilieu (Bohème), Harmoniemilieu (Proletariat und untere Mittelschicht, vorwiegend weiblich) und Unterhaltungsmilieu (vorwiegend männliches und jüngeres Proletariat). Trotz dieser schichtspezifischen »Erkennbarkeit« müssen in der Konstruktion von Schulze die Schemata/Milieus als individuelle Vorlieben und Orientierungen erst einmal gewählt werden und sind nicht durch die reine Milieuzugehörigkeit schon gegeben; zudem spielen das Alter und das Geschlecht eine stärkere konstitutive Rolle als bei Bourdieu. In späteren Milieustudien (vgl. Kalka/Allgayer 2006) löst sich die Konstruktion der Milieus stärker von der vertikalen hin zur »Kultur«-Dimension, ohne sie allerdings gänzlich zu verlassen.

Erlebnisse und »alltagsästhetische Schemata«, die sich aus »alltagsästhetischen Episoden« zusammensetzen, verankert Schulze nicht nur kognitiv, sondern auch leiblich und behandelt sie als psychophysische Konstruktionen. Ästhetik geht bei Schulze durch den Körper und ist nicht nur eine kognitive Konstruktion. Auch wenn die kulturellen Zeichensysteme kognitiv aufgebaut und mit Assoziationen, Erinnerungen und Bedeutungen verknüpft werden, so ist das Erleben der Welt immer auch ein körperliches »Erfühlen«. Ohne die Beteiligung der Sinne und der körperlichen Reaktionsfähigkeit bleibt das Erleben leer und die Erwartungen können sich nicht erfüllen. Beim Aufbau ihrer Erlebnismuster, die aus kognitiven (und sinnlichen) Konstruktionsleistungen bestehen, die durch Redundanz verfestigt werden, in einer Art bedeutungsaufbauender Arbeit der Subjekte, werden Objekte mit bestimmten Inhalten und Sinnesreizen verbunden und zu umfassenden Zeichensystemen, zu Zeichenuniversen, zusammengesetzt. Erlebnisse hängen dabei nicht nur von der Qualität der Dinge und der Zeichen ab, an die sie gebunden sind, sondern auch vom persönlichen Können und der individuellen Leistung beim Aufbau von Bedeutungen. Dieser Prozess wird allerdings erschwert durch die Fluktuation und Inflation der Dinge und Zeichen: »Immer neue Zeichen müssen auf psychische Strukturen des Erlebens bezogen werden, die wir nicht ständig ändern können, wenn wir überhaupt noch etwas erleben wollen.« (ebd.: 117). Die allgemeine Erlebnisorientierung droht, sich selbst das Wasser abzugraben, denn wenn die kulturellen Decodierungskapazitäten und –fähigkeiten überzogen werden, so bleiben die symbolischen Angebote äußerlich und das Enttäuschungsrisiko der Subjekte wächst. So stehen die zahlreichen Objekte der Alltagsästhetik häufig in Wohnungen herum, füllen Regale und Kleiderschränke, flimmern an Auge und Ohr vorbei, ohne dass sie in ihrer Vielzahl und Eigenart psychisch angeeignet werden können. Mit der Verdichtung und Inflation alltagsästhetischer Episoden seit den 50er Jahren sinkt die Fähigkeit, dem einzelnen Zeichen noch Bedeutungen abringen zu können, so Schulze. »Rasche Zeichenfluktuation steigert das Enttäuschungsrisiko, Enttäuschungsangst steigert die Nachfrage. Auf das Besondere soll nun möglichst viel vom ganz Besonderen folgen.« (Ebd.). Die einzig adäquate Reaktion auf diese Entwicklung ist die kulturelle Askese und Konzentration, um die Erlebnisleistung zu erhalten. Indem man versucht, die Zahl der konsumierten Objekte und Zeichen zu reduzieren, kann man auf Qualität sowohl bei der Produktion wie bei der Konsumtion der Objekte setzen und damit die mit den Dingen verbundenen Bedeutungen, die abstrakten Werte wie Gesundheit, Umweltverträglichkeit, Lebensqualität, Ästhetik, Authentizität, Glück und Sinn erweitern und intensivieren. In den Konzepten der Entschleunigung und Nachhaltigkeit kommt eine derartige kulturasketische Haltung zum Ausdruck; allerdings werden diese Lebensphilosophien bislang vor allem von einer – meist gut ausgebildeten und kritisch orientierten – Minderheit praktiziert.

Schulze geht davon aus, dass die gewählten Stile nicht nur auf die Verortungen der Subjekte im sozialen Raum hinweisen, um den Bourdieuschen Begriff

noch einmal zu verwenden, sondern die gewählten ästhetischen Muster identitätsrelevant für die Person sind. »Der Handelnde selbst erlebt seinen Stil als Konkretisierung von Identität, während er den anderen, den Beobachtern, als Anhaltspunkt alltagssoziologischer Typisierungen dient.« (ebd.: 104) – und aus dieser Diskrepanz können durchaus schmerzliche Konflikte erwachsen. Das psychische Selbst kann über ästhetische Handlungen ebenso rückwirkend konstruiert werden, wie es sich mit Wandlungen des Stils verändert. *Stil drückt in dieser Sichtweise nicht nur etwas aus, sondern auch etwas ein: Das Zeichen gewinnt Eigenmächtigkeit gegenüber demjenigen, der es verwendet*, nicht zuletzt aufgrund der Typisierungsleistungen der sozialen Umwelt und der Wahrnehmungs- und Definitionsmacht der Anderen über die soziale Identität. Die gewählten individuellen Muster bilden nicht nur persönliche ästhetische und normative Standpunkte ab – dies tun sie auch, aber nur zum Teil – sondern orientieren sich, wie bei Simmel, an gewissen kollektiven Schemata, an sozialen Gruppen. Die kollektiv schematisierten Anteile des individuellen Stils lassen sich in der Alltagskommunikation erstaunlich schnell ablesen – gewissermaßen mit dem ersten Blick auf die Körperoberfläche und die persönliche »Dingwelt«. Sie sind kulturelles Allgemeingut, während die persönlichen Anteile nur aufwändiger Interpretationsarbeit zugänglich sind, viel Geduld, Zeit und genaue Kenntnis der Person und ihrer Biografie erfordern. Schulze geht es primär um die Erfassung der kollektiven Schemata, nicht um die individuell, biografisch bedingten Variationen. Ähnlich wie bei Bourdieu, lassen sich diese Schemata durch ihre Negationen und Abgrenzungen, durch ihre Grenzen und Begrenzungen, charakterisieren. Die Stile grenzen sich meist gegen etwas ab, bei Schulze sind sie entweder »antibarbarisch« (Hochkulturschema, ähnlich wie bei Bourdieu), anti-exzentrisch (Trivialschema, vergleichbar mit Bourdieus proletarischer »Gemütlichkeit« und »Geselligkeit«) oder antikonventionell (Spannungsschema – dieses kommt bei Bourdieu eindeutig noch nicht vor).

Mit der begrifflichen Trennung von alltagsästhetischen Schemata und konkreten Milieus gewinnt das Modell an Dynamisierungsmöglichkeiten. Auch wenn sich die fünf genannten Milieus durch kulturellen Wandel überleben sollten, so bleiben immer noch die drei alltagsästhetischen Schemata, die sich mit neuen Nuancierungen zu anderen Milieu-Mustern zusammensetzen lassen. Und tatsächlich hat sich seit Schulzes Untersuchung die Milieulandschaft offenbar nochmals ausdifferenziert. In der Markt- und Zielgruppenforschung, in welcher das Milieukonzept von Schulze aufgenommen und weiterentwickelt wurde, differenziert man mittlerweile nicht weniger als zehn voneinander unterscheidbarer, mehr oder weniger gut abgegrenzter Milieus, die etwa als Grundlage für zielgruppenspezifisches Marketing und für Produktentwicklungen der Wirtschaft dienen (vgl. Kalka/Allgayer 2006). Die Milieus der bekannten und häufig verwendeten Sinus-Studie zum Beispiel lassen sich auf einem Tableau mit zwei Achsen auftragen: die vertikale Achse ist durch ein dreigliedriges Schichtenmodell, also klassisch durch Lebenslage und Einkommen, bestimmt, während auf

der horizontalen die Werte-Dimension erfasst wird, die von traditionellen Werten, über moderne bis hin zu postmodernen/postmateriellen Werten reicht. In der Lagerung einer »klassischen« Schicht finden sich so verschiedene horizontale Milieus. In der Oberschicht etwa finden sich vier Milieus, die sich teilweise in die mittlere Schicht hinein erstrecken: die Konservativen, die Etablierten, die Postmateriellen und die modernen Performer. Während die Konservativen (mit etwa 5 Prozent Anteil) das alte deutsche Bildungsbürgertum repräsentieren, mit einem Altersschwerpunkt von über 60 Jahren, die Etablierten (10 Prozent) das selbstbewusste, erfolgreiche Establishment in den mittleren Jahren, das gutbetucht und experimentierfreudig, für teure Autos, teuren Schmuck und Einrichtungsgegenstände zugänglich ist, die Postmateriellen dagegen (10 Prozent) dem (konsum)kritischen Nach-68-Milieu angehören, das nach Selbstverwirklichung strebt, sind die Modernen Performer (9 Prozent) Protagonisten ihrer eigenen Ich-AG, in der Regel unter 30, flexibel, multioptional, und verfügen im Schnitt über ein relativ hohes Haushaltseinkommen.

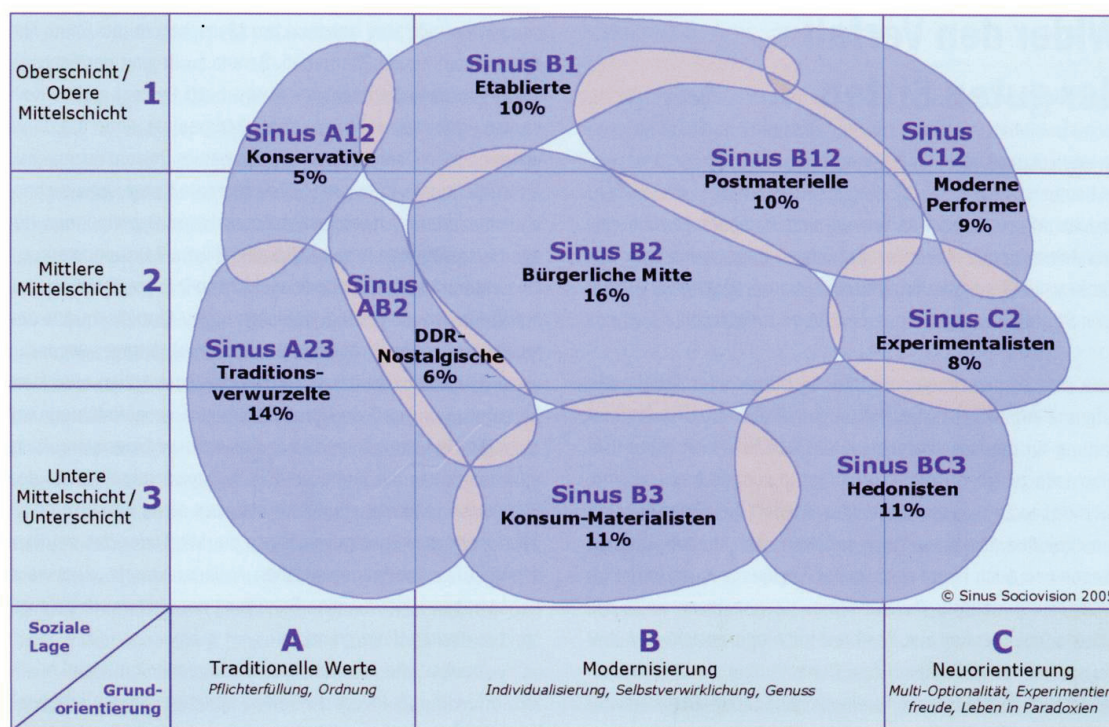


Abbildung 1: Sinus-Milieus in Deutschland (vgl. Kalka/Allgayer 2006)

In der unteren Schicht (inkl. untere Mittelschicht) finden sich die Milieus der Traditionsverwurzelten (14 Prozent), der DDR-Nostalgischen (6 Prozent), der Konsum-Materialisten (11 Prozent) und der Hedonisten (ebenfalls 11 Prozent). Auch hier reichen die Milieus zum Teil weit in die Mittelschicht hinein – die »unscharfen« Milieugrenzen entsprechen in diesem Modell nicht den Schichtgrenzen, da sie nach sozialen *und* kulturellen Ähnlichkeiten gebildet sind. Die Traditionsverwurzelten, die Schulzes Harmonie-Milieu gleichen und in ästhetischer Hinsicht das Trivialschema bevorzugen, sind in der Regel über 60, ent-

stammen der kleinbürgerlichen Welt oder der traditionellen Arbeiterkultur, lieben Sicherheit und Ordnung ebenso wie Heile-Welt-Inszenierungen und praktizieren überwiegend den Rückzug in die eigenen vier Wände. Die DDR-Nostalgischen sind in diesem Modell in der Regel Wende-Verlierer mit einem Altersschwerpunkt von über 50 Jahren, die früher privilegierte Positionen innehatten, sich heute aber in einfachen Tätigkeiten wiederfinden. Abgesehen von der DDR-Nostalgie, die sich auf Ost-Marken erstreckt, haben Sie ähnliche Interessen und Vorlieben wie die Traditionsverwurzelten. Die Konsum-Materialisten der Sinus-Studie gleichen Schulzes Unterhaltungsmilieu: Sie versuchen Anschluss an die Konsum-Standards der Mittelschicht zu halten, nicht zuletzt um soziale Nachteile durch Konsum zu kompensieren. Sie sind in der Regel sehr konsumfreudig, aber einkommensschwach, und zeichnen sich in dieser Studie durch hohen Bildmedienkonsum sowie durch die gern praktizierte Flucht in Traum-, Action- oder Erotikwelten aus. Die Hedonisten wiederum bilden den Spaß-orientierten Teil der modernen Unterschichten, eher jung (unter 40), experimentierfreudig und durch Jugendkulturen geprägt. Sie verweigern Konventionen und Leistungsstandards, sind auf kurzfristige Bedürfnisbefriedigung orientiert und lieben alles, was »kickt«: Techno-Events, Extremsportarten, Videospiele etc. Diese Gruppe hat eine extreme ästhetische Vorliebe für Schulzes »Spannungsschema«, die noch wesentlich ausgeprägter ist als in seinem »Unterhaltungsmilieu«. Obwohl sehr konsumfreudig, ist diese Gruppe laut Sinus-Studie für die Werber problematisch, da sie sich einerseits durch einen eher grellen, in die anderen Milieus nicht vermittelbaren Geschmack, andererseits aber durch begrenzte Kaufkraft auszeichnet.

So plakativ die meisten Milieus in der Sinus-Studie beschrieben werden, so blass bleibt doch die größte Gruppe der »bürgerlichen Mitte« (16 Prozent). Sie stellt den familien- und statusorientierten Mainstream der Gesellschaft, in der Regel zwischen 30 und 40, kinderfreundlich, selbstbewusst und nach einem angenehmen, sicheren Leben strebend. Harmonie und Sicherheit sind in diesem Milieu von Bedeutung, die Orientierung auf Familie und Freundeskreis sehr ausgeprägt. Die Experimentalisten stellen mit 8 Prozent den postmaterialistischen Rand der Mittelschicht; ihr Kern ist eine junge, noch nicht etablierte und extrem individualistisch orientierte neue kulturelle Boheme: »Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde«. Diese Gruppe bildet geradezu ein neues »Paradebeispiel« für die von Schulze beschriebene zunehmende »Erlebnisorientierung«: Die individuelle Freiheit und Experimentierfreudigkeit ist hier von größerer Bedeutung als die Karriere. Sowohl im Beruf wie in der Freizeit werden Abwechslung und neue Erfahrungen gesucht. Erlebnis, Herausforderung, Selbstbestimmung, Aktivität und Lebenssinn sind in diesem Milieu am wichtigsten.

Die verschiedenen Milieus lassen sich anhand ihrer Vorliebe für bestimmte Objekte beschreiben, sie haben eigene »Objektkulturen«, die für Marketingstrategien von Bedeutung sind: Hedonisten etwa lieben Videospiele, Hi-Fi- und Videogeräte, Modeschmuck, Spirituosen, Fertiggerichte und Süßwaren – aber auch

Sportartikel und Sportkleidung. Die Modernen Performer haben eine Vorliebe für Telekommunikationsmedien, für Computer, für Online-Dienste, für Sportartikel und für Outdoor-Kleidung. Die Postmateriellen interessieren sich für Naturkosmetik, Reformkost und Aktienfonds sowie für Reisen und Hausbau. Die Traditionsverwurzelten hingegen mögen vor allem Gesundheitsartikel, Pflanzen und Garten, ihre Haustiere, auch Putzmittel sollen ihnen wichtig sein – behauptet die Sinus-Studie. Die Schnittmenge der bevorzugten Objekte ist zuweilen groß, und die Grenzen zwischen den Milieus sind in jeder Hinsicht unscharf. Und dennoch besitzen diese Milieus eine plakative Erklärungskraft, und einen Grad an Differenzierung, den man bei der Beschreibung kultureller Gruppen in der Bundesrepublik nicht ohne Verluste an »Feldnähe«, Konkretion und Anschaulichkeit unterschreiten kann.

Andere Milieustudien, wie etwa das Semiometrie-Modell von Infratest, lösen die Milieukonstruktion ganz von der Schichtenzugehörigkeit und konstruieren diese ausschließlich nach den kulturellen Selbstbeschreibungen der Befragten. Hier arbeitet man mit Wort- und Bedeutungsfeldern, die zu bestimmten Milieu- und Orientierungsprofilen führen sollen, z. B. die Kulturellen, die Lustorientierten, die Materiellen etc. Die Konstruktion der Milieus ist stärker psychologisch angelegt, im Hintergrund sind dennoch ähnliche Wertemuster zu erkennen wie bei den vorangegangenen Untersuchungen.

Die Milieustudien der postmodernen Wirklichkeit zeigen, dass Objekte nicht länger als eindeutige Indikatoren für soziale Positionen wirken, wie dies in traditionellen und traditionell modernen Gesellschaften eher der Fall ist. Zwischen das Objekt und die soziale Position tritt eine vermittelnde Sphäre von sich ausdifferenzierenden Bedeutungskonstruktionen, die an die Produkte und Objekte geheftet werden. Objekte, obwohl sie nach wie vor der sozialen Distinktion dienen, sind nur noch lose mit den Milieus und sozialen Positionen verbunden – und die Konstrukte, Bedeutungsräume und Phantasiegebilde des Subjekts, die zwischen Objekt und sozialer Position stehen, gewinnen an Bedeutung. Die Dinge figurieren zwar mehr und mehr als fluktuierende Zeichen für selbstgewählte Identität, als materielle Orte und Objekte, an denen sich Phantasie, Erlebnis, Herausforderung, Erfolg und Spaß manifestieren kann. Kein Milieu kommt aber ohne die Beschreibung der sozialen Objekte-Umwelt aus, denn die Bedeutungsräume und -konstruktionen existieren nicht im luftleeren Raum, sondern müssen sich an die Objekte, an konkrete Materie haften. Die Welt der Dinge gibt somit nach wie vor, wenn auch deutlich weniger zuverlässig und weniger dauerhaft, Auskunft über soziale Verortungen, über finanzielle Möglichkeitsräume ebenso wie über Identitätswürfe. Die Zeichenhaftigkeit der Dinge, ihre Erlebnisqualitäten, werden ohne Zweifel wichtiger und dominieren zunehmend die Materialität, die stoffliche Beschaffenheit der Dinge. Die Vorstellungen und Phantasien, die an die Objekte geheftet werden, werden wichtiger als ihre Funktionalität. Doch trotz aller Differenzierung ist die Welt der Objekte nach wie vor – zu interpretierender – Ausdruck der Sozialstruktur: Welche Phantasien und Wertvorstellungen je-

mand entwickelt und an Objekte hängt, mag auch mit selbstgewählter Kultur, mit Lebensalter, Bildung und politischer Selbstsozialisation zu tun haben. Welche Phantasien man sich leisten und in einen spezifischen Lebensstil umsetzen kann, ist allerdings immer noch eine Frage des Geldbeutels.

## **2.4 Zur Symbolik der Besitzlosigkeit – Turners *Communitas* als Anti-Sozialstruktur**

Im vorangegangenen Kapitel wurden Ansätze beschrieben, die dingliche Objekte als Ausdruck der Sozialstruktur betrachten. Die Dinge, die man besitzt, drücken Wohlstand, Erfolg und soziale Anerkennung aus und binden das Individuum in ganz spezifischer Weise in das gesellschaftliche Statusgefüge ein. Sozialer Status und Anerkennung manifestiert sich über die Welt der persönlichen Dinge. Die Dingwelt figuriert dabei sowohl als sichtbarer Ausdruck des Stratifikationsgefüges wie als soziales Bindemittel. Besitz ist mit der Sozialstruktur verbunden, gibt der sozialen Ungleichheit Gesicht und Gestalt, Symbolik und Dynamik. Besitz erzeugt und festigt das Gefüge sozialer Ungleichheit.

Doch auch das Gegenteil – die Dimension der Besitzlosigkeit – hat eine relevante Beziehung zur sozialen Kohäsion einer Gruppe oder Gesellschaft. Von besonderem Interesse ist in diesem Zusammenhang der Ansatz des Anthropologen Victor Turner: Für ihn stiftet der Besitz von Dingen soziale Ordnung und stabilisiert diese. Im Unterschied zu anderen Autoren hebt Turner daneben den gemeinschaftsbildenden Charakter der *Besitzlosigkeit* hervor. Der Kontrast und der Übergang zwischen der Ordnung des Besitzes und der aufgehobenen Ordnung der Besitzlosigkeit kennzeichne das kulturelle Gefüge vieler Gesellschaften und ermögliche gesellschaftlich-kulturellen Wandel und Erneuerung. Die Besitzlosigkeit ermögliche den sozialen Zugang zu »außer- oder meta-strukturellen« Dimensionen des kollektiven Lebens (vgl. Turner 1989a und b). Turner beschreibt Besitz, die Ansammlung von persönlichen Dingen, als ein Ensemble, das selbst von grundlegender symbolischer Bedeutung ist: Der persönliche Besitz binde an die Sozialstruktur, an eine Position, die erreicht wurde, an konkrete Beziehungen, an Handlungsziele und Interessen. Er symbolisiert und stabilisiert damit die Hierarchie der Sozialstruktur, die Macht- und Rangfolge des profanen Lebens, verschafft innerhalb dieses Statusgefüges dem Individuum Möglichkeiten und Pflichten, strukturiert den Alltag und gibt einen »vernünftigen« Korridor von Handlungen vor.

Besitzlosigkeit hingegen negiere symbolisch die gesellschaftlichen Strukturen und verleihe Mut zu davon abweichenden, existenziellen Handlungsformen. Wer nichts besitzt, hat auch nichts zu verlieren und ist deshalb bereit, seine alltägliche Vorstellungswelt zu verlassen und ein höheres Handlungs- und Identitätsrisiko einzugehen. Für Rollenwechsel und Statuspassagen ist ein derartiges Verlassen der alltäglichen Vorstellungswelt und die Übernahmbereitschaft neu-



er Handlungsrisiken funktional und sinnvoll. In vielen Kulturen gebe es Übergangsrituale für biografische Statuspassagen, in denen die – vorübergehende – Loslösung von bindendem Besitz, von Rollen und von der Beharrlichkeit der sozialen Strukturen von großer Bedeutung sind. Turner identifiziert, in Anlehnung an van Gennep (1981) drei typische Phasen in Ritualen: eine Trennungs-, eine Schwellen- oder Übergangsphase und eine Phase der Angliederung. In der Trennungsphase lösen sich die Beteiligten von ihren Rollen und ihrem Besitz, symbolisch markiert etwa durch Entkleidungen oder durch das Einkleiden in einfache, rituelle Kleidung. In der mittleren Schwellenphase wird die soziale Ordnung im Rahmen des Rituals aufgelöst, zuweilen sogar in ihr Gegenteil verkehrt, indem z. B. sexuelle Tabus (zeitlich begrenzt) aufgehoben sind, oder soziale Machtstrukturen zeitweise umgedreht werden, indem der zukünftige Häuptling etwa beschimpft und/oder verprügelt werden darf. In der Phase der Angliederung wird die Statuspassage endgültig vollzogen und die neuen sozialen Rollen sowie die damit verbundenen alltäglichen Bindungen und Verpflichtungen angenommen.

Die liminale Gruppe des Rituals ist symbolisch eine spirituelle Gemeinschaft der Gleichberechtigten. Es unterscheidet sie kein Besitz, keine profane Objektwelt und keine Differenz in der sozialen Anerkennung. Die Statusdifferenzen des Alltags sind hier gänzlich außer Kraft gesetzt. Für Schwellensituationen in diversen Ritualen unterschiedlicher Kulturen sei das Abstreifen aller Eigenschaften, die vor und nach dem Schwellenzustand gelten, charakteristisch (Turner 1989a: 102). Weitere charakteristische Merkmale seien Demut und Schweigen: »Der Neophyt im Schwellenzustand muß einer tabula rasa, einer leeren Tafel gleichen, auf die man das seinen neuen Status betreffende Wissen und die Weisheit der Gruppe schreibt. Die oft körperlichen Torturen und Demütigungen, denen Neophyten unterworfen sind, stellen teilweise die Zerstörung des früheren Status, teilweise Härtetests dar, die sie auf ihre neue Verantwortung vorbereiten und an einem späteren Mißbrauch ihrer neuen Privilegien hindern sollen.« (ebd.: 102 f.).

Die durch die Rituale angestossene kathartische Befreiung und Erregung ermöglicht ein kulturell erlaubtes und gelenktes »Freilassen« der starken und chaotischen Triebenergien. Auf diese Weise können die starken emotionalen Kräfte der Individuen eine Verbindung mit dem Kollektiv eingehen, und für das Kollektiv zugänglich und nutzbar gemacht werden. Im letzten Schritt führt dies zur Integration der starken, im Alltag oft verdrängten oder verschütteten individuellen Antriebe und Energien mit der ethisch-moralischen Ordnung des Kollektivs. Die sozialen Strukturen werden aber nach Abschluss des Rituals wieder hergestellt und erweisen sich sogar als gefestigt und erneuert. Eine intensive sinnliche und emotionale Beteiligung verstärkt die soziale Wirksamkeit dieser Rituale entscheidend. Durch das kollektive, gleichermaßen chaotische wie sozial eingebundene Ausleben emotionaler und körperlicher Triebenergien wird die Gemeinschaft mit Leben gefüllt und kulturell stabilisiert und erneuert. Die von Freud beschriebene leidvolle Lücke zwischen Subjekt und Kultur wird damit geschlossen

und die Schattenseite der Sublimation, das große emotionale Opfer des Individuums für die Kulturleistung, durch das Ritual gelindert.

Rituale sind für Turner »kulturelle Laboratorien für gleichermaßen persönlich-existenzielle wie für kollektive Transformationsvorgänge« (Bräunlein 2006: 95) Es ist laut Turner nur folgerichtig, dass Besitzlosigkeit in der Regel symbolisch mit dem Wagnis der romantischen Liebe verbunden werde, während auf der anderen Seite Ehe, Stabilität und Besitz eine gedachte Einheit eingehen. In nahezu allen Kulturen gelte ein Armutsideal für religiös intensive Schwellenzustände, etwa für den geistig-religiösen Kern von Glaubensgemeinschaften, für ihre Begründer und »besonders Auserwählten«, für Erweckungs- und Erneuerungsbewegungen. Turner hebt aber hervor, dass religiöse Liminalität nicht die einzige kulturelle Erscheinungsform der besitz- und statuslosen emotional-rituellen Gemeinschaftserfahrung ist: »In den meisten Gesellschaften gibt es auch andere Ausdrucksformen, die man leicht an den mit ihnen verbundenen Symbolen und Vorstellungen wie ›die Macht der Schwachen‹ oder, mit anderen Worten, die – wenn vielleicht auch nur zeitweiligen – Sakraleigenschaften des geringen Status oder der geringen Position erkennt.« (Ebd.: 107 f.). Als Beispiele für die soziale Macht der Besitzlosen nennt Turner so unterschiedliche Phänomene wie die Figur des »Hofnarren« im europäischen Mittelalter, mythische und literarische Figuren, die für eine »offene Moral« im Sinne Henri Bergsons eintraten und in Gestalt von »Einfaltspinseln«, Bettlern, »kleinen Schneiderleins« oder historisch verfolgte und deprivilegierte Gruppen in Erzählungen Eingang fanden. Gründungsfiguren religiöser oder politischer Bewegungen wurden häufig durch »Armutphasen« geläutert; sie konnten psychisch reifen und Legitimität und soziales Charisma durch die Armut gewinnen. Turner zählt auch millenarische Bewegungen, revolutionäre Gruppen oder die Kultur der »Hippies« zu diesen Erscheinungsformen der »Communitas«. Er identifiziert moderne »Schwellenzustände« in verschiedenen Bereichen des kulturellen Lebens. Allerdings hätten die Schwellenzustände der Moderne in der Regel nicht die Form des Religiös-Liminalen, sondern treten in einer säkularisierten, der sogenannten liminoiden Form auf. Typische liminoide Muster fände man etwa in der kollektiven Erregung revolutionärer Bewegungen, in hochbesetzten kollektiven Sportereignissen (z. B. Fußball) oder in der Massenhysterie der Rock- und Popgeschichte. Auch in diese liminoiden Formen fand das Armuts- und Freiheitsideal (Freiheit von Besitz, Bindungen und/oder sozialen Verpflichtungen) Eingang, in Form von kulturellen Elementen wie Konsumkritik, freie Liebe und Distanz zur sozialen Macht und ihren Eliten.

Die *Erfahrung der »Communitas«* gewinne ihre Konturen vor allem aus der Gegenüberstellung zur *Ordnung der Sozialstruktur*. *Communitas* habe eine existenzielle Qualität, sie betreffe den ganzen Menschen und ist charakterisiert durch die Intensität, Spontaneität und Konkretheit des Erlebens, im Gegensatz zum normengeleiteten institutionalisierten und abstrakten Wesen der stabilen Sozialstruktur: »*Communitas* dringt in der Liminalität durch die Lücken der Struktur,

in der Marginalität an den Rändern der Struktur und in der Inferiorität von unterhalb der Struktur ein. Sie gilt beinahe überall auf der Welt als sakral oder ›heilig‹, vielleicht weil sie die Normen, die strukturierte und institutionalisierte Beziehungen leiten, überschreitet oder aufhebt und von der Erfahrung beispielloser Kraft begleitet ist. Die ›Nivellierungs-‹ und ›Entkleidungsprozesse‹, auf die Goffman uns aufmerksam gemacht hat, scheinen bei den Betroffenen oft mit einer Affektüberflutung einherzugehen. Sicherlich werden durch diese Prozesse Triebenergien freigesetzt, doch neige ich dazu, *Communitas* nicht allein für das Produkt von kulturellen Zwängen befreiter biologischer Triebe zu halten. Vielmehr ist sie das Produkt spezifisch menschlicher Fähigkeiten, zu denen Vernunft, Wollen und Erinnerung gehören« (ebd.: 125).

Die Erfahrung der »*Communitas*« sollte deshalb nicht als »triebhaft« gebrandmarkt werden, denn sie bilde letztlich, jenseits von Besitz und Ordnung, eine Quelle des Humanen, aus der jede Gesellschaft sinnstiftende und erneuernde Kraft gewinnt. In seinem Spätwerk hebt Turner die Bedeutung menschlicher Kreativität hervor, die sich in den rituellen und symbolischen Prozessen entfaltet. Kreativität ist der eigentliche Kern der rituellen Erfahrung und der *Communitas*, so Turner; und sie kann sich sowohl in den liminalen Phasen von Riten vormoderne Gesellschaften wie in den liminoiden Praktiken der Moderne finden.

Sozialstruktur und *Communitas* stehen in einer dialektischen Beziehung, beide Zustände bedürfen des anderen; die Struktur weicht der Unmittelbarkeit der *Communitas* im Schwellenzustand, nur um, von dieser Erfahrung revitalisiert, wieder zur stabilen Struktur zurückzukehren. In der Moderne ist dieses Gleichgewicht zwischen Struktur und *Communitas* labil geworden, die Übergänge zwischen diesen Seinszuständen vollziehen sich nicht mehr fließend und gesellschaftlich gewollt und inszeniert, sondern als Brüche, Transformationen, die in emergenter Weise, scheinbar zufällig, hervorbrechen. Die Verbindlichkeit des Zustandswechsels, die soziale Form der Übergänge, wurde in der Moderne aufgelöst. Doch kann diesem Ansatz gemäß, weder der eine noch der andere soziale Zustand ohne gravierende gesellschaftliche Schäden zementiert werden. Turner dachte wohl an die politische Entgleisungen von Revolutionen, und an nachrevolutionäre Erstarrungen der Macht, als er formulierte: »Sollen die materiellen und organisatorischen Bedürfnisse der Menschen befriedigt werden, kann es nicht nur *Communitas* geben. Eine zum Höchstmaß gesteigerte *Communitas* provoziert eine zum Höchstmaß gesteigerte Struktur, die wiederum revolutionäre Bestrebungen nach erneuter *Communitas* entstehen lässt« (ebd.: 126).

Turners Konzept von *Communitas* und Sozialstruktur ist mit Tönnies Begriffen von Gemeinschaft und Gesellschaft verglichen worden. Trotz einiger begrifflicher Differenzen gibt es strukturelle Ähnlichkeiten in der begrifflichen Fassung der kollektiven Erfahrung und Organisation von Solidarität und Ordnung. In beiden Konzepten lösen sich humanitäre Gemeinschaft und hierarchische Struktur im kollektiven Leben der menschlichen Geschichte ab; in der Moderne gibt es jedoch keinen Rhythmus, kein Gleichgewicht zwischen diesen beiden Sozialfor-

men mehr, die »Struktur« überwiegt (laut Tönnies) über die Gemeinschafts- und Gleichheitserfahrung und produziert (laut Turner) neben liminoiden, sozialverträglichen Formen auch pathologische Formen oder gewaltsame Entgleisungen von »Communitas« (vgl. Bräunlein 2006). Die »Communitas« ergänzt die Sozialstruktur nicht mehr in verbindlichen Ritualen, indem sie diese vorübergehend aufhebt, sondern bahnt sich eigene, emergente Wege, äußert sich zuweilen in Eruptionen, die gesellschaftlich nicht unter Kontrolle zu bringen und letztlich auch nicht zu prognostizieren sind.

Nach Turner benötigen also menschliche Gesellschaften beide Formen des kollektiven Lebens: sowohl die Stabilität der sozialen Strukturen, wie die liminalen Schwellenzustände, die erregenden emotionalen Zustände der *Communitas*, in der alle frei von Statusdifferenzen kommunizieren. Die *Besitzlosigkeit*, symbolisch etwa in der *Entkleidung* dargestellt, schafft Abstand zu den alltäglichen Pflichten und Rechten, die binden. Mit dem Besitz wird die soziale Struktur abgestreift, und der Zugang zu rituellen kollektiven Seinszuständen ermöglicht. Nicht nur der Besitz, auch die Besitzlosigkeit ist in dieser Interpretation ein starkes soziales Bindemittel. Die Besitzlosigkeit kann eine eigene, intensive erneuernde Kraft für das Individuum (in Übergangsritualen) und/oder für die Gesellschaft entfalten. Der Besitzlose kann zum Heiligen werden, der bestehende Herrschaftsstrukturen in Frage stellt. Besitzlosigkeit wird zum Teil bewusst gesucht und erwählt, um die besondere Kraft, das besondere Charisma und die symbolische Legitimität des Armen, des Reinen oder des Außenseiters zu erlangen. Der Arme, der Außenseiter hat einen besonderen, durch materielle Interessen wenig getrübbten Blick auf gesellschaftliche Prozesse, er ähnelt in dieser Möglichkeit der objektivierenden Distanznahme der Figur des »Fremden« bei Simmel. Das gleichzeitige »drinnen« und »draußen« in Bezug auf Gesellschaft kann der Figur des Armen eine kraftvolle symbolische Legitimität verleihen. Nicht nur die privilegierten Eliten verfügen über Charisma und soziale Ausstrahlung, die durch inkorporiertes symbolisches Kapital erzeugt werden (siehe den Abschnitt 2.4.4.). Auch die Armut verfügt über symbolisches Kapital. Der Armut kann eine vitale Kraft der Erneuerung innewohnen, die Herrschaftsstrukturen in Frage zu stellen vermag und eine starke charismatische Wirkung auf die Massen, auf das Kollektiv entfalten kann.

Besitz festigt und symbolisiert die sozialen Strukturen. Armut hat, in Verbindung mit hoher ethischer Glaubwürdigkeit, die legitimatorische Kraft, die Herrschaftsstrukturen in Frage zu stellen. Diese symbolische Kraft der Armut, die verschiedenen kulturellen Bedeutungen, die Armut haben kann, sind für die hier verfolgte Fragestellung von besonderem Belang, geht es doch um die Untersuchung der kulturellen Expression von Erwerbslosen, von Armen und gesellschaftlichen Außenseitern. Wichtig ist dabei, sich zu vergegenwärtigen, dass Armut in dieser Perspektive nicht nur Mangel, Unterprivilegierung und soziale Ungerechtigkeit bedeuten kann, sondern auch »offensive« kulturelle oder individuelle Bedeutungen annehmen kann. Auch können mit Armut biografische Pha-

sen des Wandels, der individuellen Transformation verbunden sein, oder gar eine Art zweiter Adoleszenz (vgl. Habermas 1999). Beschäftigt man sich mit Armutsforschung, sollte man insofern nicht nur auf Negativphänomene, auf Erscheinungen des Mangels und der Deprivilegierung gefasst sein, sondern sollte die Augen öffnen für vitale, rebellische oder eigensinnig-kreative kulturelle Ausdrucksformen.

## **2.5 Sozialisatorische und biografische Dimensionen der Objekte**

Dinge konstituieren soziale Strukturen und wirken als Katalysatoren in der menschheitsgeschichtlichen Entwicklung, parallel dazu aber auch im sozialisatorischen und entwicklungsgenetischen Prozess. Dinge sind als Symbole und Instrumente der Identitätsbildung zu begreifen (vgl. Habermas 1999): Sie befördern persönliche Entwicklungen, dienen als Symbole der Selbstvergewisserung und stützen Identität. Sie drücken bestimmte Einstellungen und Lebenshaltungen aus, stehen symbolisch für offene, identitätsrelevante Fragen oder sollen ein bestimmten Lebensgefühl vermitteln. Dieser Prozess beginnt mit den ersten Spielsachen und endet mit dem teuren Auto, den Kunst-Objekten oder dem Designer-Outfit des Erwachsenen.

### **2.5.1 Dinge als frühe Forschungs- und Übergangsobjekte**

Wie grundlegend der Sozialisationsprozess mit der dinglichen Umwelt verbunden ist, wie wichtig die Auseinandersetzung mit den Objekten für die Entwicklung der Person ist, zeigten schon die klassischen Studien von Jean Piaget. Durch seine lebenslangen Forschungen mit Kindern bewies er, dass mit dem Beobachten, dem Greifen und der Manipulation von Objekten bei Säuglingen und Kleinkindern nicht nur der motorische Muskelapparat, sondern auch die Grundstrukturen des menschlichen Denkens aufgebaut werden. Mit die ersten aktiven Handlungen gelten den Dingen der Umgebung, der Rassel, dem Bauklotz, der Stoffpuppe. Um etwas zu lernen, müssen Kinder zunächst über entsprechende innere Bedingungen verfügen, die ihnen die Sicht logischer Zusammenhänge erlauben, über Vorformen von Begriffen und Handlungen. Die Aktivität des Kindes, die sich in der Auseinandersetzung mit der materiellen Umwelt und den dinglichen Objekten zeigt, bildet den Motor für den Aufbau innerer Ordnungsschemata, für die kognitiven Strukturen und für die Subjektentwicklung. Die Festigkeit und »Begreifbarkeit« der Objekte, ihre Regelmäßigkeiten und ihr Widerstand gegen Willen und Phantasie, ermöglichen die Erfahrungen, die man zum Erlernen der basalen logischen Denkschritte benötigt. Die inneren Ordnungsschemata werden dabei schrittweise, aufeinander aufbauend gebildet; die entstehenden kognitiven Strukturen bilden unterschiedliche Niveaus, die nacheinander erreicht werden

können, und die im Menschen kognitiv angelegten Möglichkeiten können sich entfalten und differenzieren. Im Umgang mit Objekten eignet sich das Kind seine Umwelt spielerisch an, es begreift Schritt für Schritt die Reaktionen und die Gesetze der Dingwelt und entwickelt nach und nach konsistente Begriffe und die Fähigkeit zu logischen Denkopoperationen.

Ein erster Entwicklungsschritt wird mit der sogenannten Objektpermanenz erreicht, wenn der Säugling entdeckt, dass ein Ding auch dann noch existiert, wenn es aus dem Blickfeld verschwunden ist. Das Kind, das nach dem Gegenstand Ausschau hält, hat eine innere Vorstellung, eine Repräsentanz dieses Objektes entwickelt – die Voraussetzung aller Abstraktionsfähigkeit und damit letztlich allen Denkens. Die gelernten kognitiven Operationen werden auf Soziales übertragen. Im Falle der Objektpermanenz bedeutet dies, dass das Kind lernt, dass die Bezugsperson, die Mutter etwa, weiterexistiert und wiederkommen wird, auch wenn sie gerade nicht zu sehen ist, weil sie das Zimmer verlassen hat. Die in diesem Schritt gewonnene Abstraktionsfähigkeit wird in der Entwicklung schrittweise erweitert, immer in der Auseinandersetzung mit Objekten, mit Spielzeugen, Hindernissen u. a., und auf komplexere symbolische Vorstellungen für abwesende Dinge oder Ereignisse bezogen. Im Denken Piagets vollzieht sich die soziale Entwicklung des Kindes Hand in Hand mit dem Aufbau der kognitiven Strukturen, bzw. folgt diesen nach. Die kognitiven Lernprozesse bilden dabei etwas einseitig die Voraussetzung für die sozialen Fähigkeiten. Bei George Herbert Mead ist es genau umgekehrt: In seiner Denkweise überträgt das Kind die Regeln, die es in der symbolischen Interaktion mit den ersten Bezugspersonen erlernt hat, auch auf den Umgang mit Dingen. Die in der Interaktion mit Menschen erworbene Fähigkeit zur Perspektivübernahme wird auf Dinge angewendet, um ihre Reaktionen auf bestimmte Manipulationen zu antizipieren; der Mensch lernt also, mit Dingen zielgerichtet zu hantieren, ähnlich wie er mit Menschen kommuniziert. Mead meint: »Die frühesten Objekte sind soziale Objekte, und alle Objekte sind anfangs soziale Objekte.« (Mead 1983: 164) Die Vorstellung vom Gegenstand entwickle sich aus der Abstraktion vom sozialen Objekt. Kinder reagieren unmittelbar emotional auf Objekte und auch wenn Menschen im Laufe ihrer Entwicklung lernen, soziale und dingliche Objekte zu differenzieren, würden selbst Erwachsene noch manchmal wütend reagieren, wenn sie etwa über einen Stuhl stolpern oder zärtliche und fürsorgliche Gefühle »kleinen« Gegenständen gegenüber entwickeln.

Die Diskussion darüber, was zuerst und bestimmend war, die Interaktion mit Dingen oder die mit signifikanten Menschen, erscheint so müßig wie die Frage nach der Henne und dem Ei – denn wahrscheinlich ist, dass beide Entwicklungslinien durchaus unterschiedliche Qualitäten aufweisen, aber im Sozialisationsprozess Hand in Hand verlaufen und sich gegenseitig bedingen und anregen. Doch muss man konstatieren, dass der von Mead angenommene Ursprung der Interaktion mit der Welt der wahrscheinlichere ist, denn die ersten existenziellen Fragen sind sozialer Natur: Die Symbiose mit und die Ablösung von der Mutter

steht logisch am Anfang eines jeden Menschenlebens. Die zweite existenzielle Frage, die der Nahrungsaufnahme und der Regulation der basalen Körperfunktionen, ist zunächst ebenso mit der Mutter verknüpft, kann jedoch teilweise durch ein Objekt ersetzt werden: durch die Flasche bzw. durch wenig komplexe, breiförmige Nahrung. Auch die elementare Erfahrung von Liebe und Zuwendung, das Bedürfnis nach Wärme und Nähe, ist an Menschen geknüpft, und das Interesse für dingliche Objekte und Spielzeuge ist diesem Bedürfnis erst nachgeordnet. Piaget mag die Bedeutung der sozialen Aspekte der primären Sozialbeziehungen für die kognitive Entwicklung des Kindes unterschätzt haben; die emotionale Entwicklung des Kindes hat er jedoch ganz ausgeblendet – diese ist bestenfalls implizit, zwischen den Zeilen »mitzulesen«. Nach neueren Erkenntnissen ist die Bindungssicherheit und damit die emotionale Reife des Kindes aber durchaus von entscheidender Bedeutung für die Entwicklung des Kindes, selbst für die kognitiven Fähigkeiten und deren Realisationsmöglichkeiten, etwa für den Schulerfolg (vgl. Bowlby/Seemann 2005, Grossmann/Grossmann 2003).

Im Unterschied zu Piaget zeigt Winnicott die Bedeutung von Objekten gerade für die emotionale und soziale Reifung, für Dimensionen wie Vertrauen, Bindungsfähigkeit, Sicherheit und Selbständigkeit. In seinem Konzept sind nicht nur die Abstraktionen von Bedeutung, die anhand der Erfahrungen mit den Objekten entwickelt werden, sondern die Materialität und die Gegenständlichkeit der Objekte spielt eine wichtige Rolle. Winnicott entwickelt den Begriff des Übergangsjektes, der sich auf ersten Besitz bezieht, den das Kleinkind als getrennt von der eigenen Person erlebt. Übergangsjektes können für Kinder eine lebenswichtige Bedeutung erhalten, indem sie etwa die Ängste vor dem Einschlafen überbrücken helfen. Vor allem Trennungsängste, aber auch andere negative Gefühle wie Fremdheit oder Erschöpfung können mit Hilfe von Übergangsjektes – Deckenzipfeln, Stofftieren oder Puppen – überwunden werden. Das Objekt dient als eine Art Ersatz für die wichtige Bezugsperson und hilft, sich in kleinen Schritten von ihr zu lösen. Seine Funktion ist allerdings nicht nur der Ersatz, es ist nicht nur ein Objekt zweiter Wahl, sondern bietet mehr. Anders als die Mutter etwa kann es zärtlich geliebt und zugleich manipuliert und malträtiert werden. Wenn es alle Behandlungen unbeschadet übersteht, können sich die Ängste des Kindes vor der Zerstörung des Geliebten beruhigen. Doch auch wenn das dingliche Objekt geduldig alles mitmacht, so ist es doch ein eigenständiges Ding, das bestimmte Eigenschaften aufweist und das auf bestimmte Handlungen auf seine eigene, stoffliche Weise reagiert. Diese Eigenheit der Materialität bietet Widerstand und zeigt dem Kind Grenzen seiner Phantasien, seiner Macht. Das Ersatzobjekt ist deshalb nicht nur zweite Wahl, sondern ergänzt die Bindungen zu den Bezugspersonen, es hat eigene Qualitäten, weist bestimmte taktile und olfaktorische Eigenschaften auf, die von den Eltern nicht verändert werden dürfen (etwa nicht gewaschen); es erfüllt damit psychische Funktionen, die die Mutter bzw. die Eltern gerade nicht erfüllen können.

Das Übergangsobjekt ist im Zwischenraum anzusiedeln, zwischen Mutter und Kind, zwischen Projektion und Realität, zwischen der Macht der eigenen Person und stofflicher Widerständigkeit: »Der springende Punkt des Übergangsobjektes ist weniger seine symbolische Bedeutung als seine Gegenwärtigkeit«, schreibt Winnicott und: »Der Analytiker muß die Natur des Gegenstandes selbst berücksichtigen, nicht als eine Projektion, sondern als ein Ding für sich.« (Winnicott 1971, zitiert nach Habermas 1999). Ein Ding ist leichter zu beeinflussen und zu manipulieren als selbst einfühlsame Bezugspersonen, es macht einfach mehr mit; seine Materialität setzt aber gleichzeitig Grenzen. Die Bindung an Objekte ist deshalb mehr als Ergänzung und weniger als Ersatz für die primären sozialen Beziehungen zu sehen. Sie mildert und dämpft die Abhängigkeit von den Bezugspersonen und erleichtert eine schrittweise erlangte Ablösung und Selbstständigkeit, die die Realität der Trennung etwa nicht verleugnen muss, sondern gestalten kann. Die Beziehung zu einem solchen Übergangsobjekt setzt nach Winnicott allerdings eine stabile Bindung voraus: Ein verinnerlichtes Bild einer »guten Mutter« oder eines »guten Vaters« muss vorhanden sein, sonst kann ein Übergangsobjekt seine Funktionen nicht erfüllen. Das Objekt begründet eine Art kreativen Übergangsraum, weder ganz der eigenen Person noch der Umwelt zugehörig, weder allein Phantasieobjekt noch ganz manifeste Realität. Dieser Übergangsraum ermöglicht Kreativität, ermöglicht versunkenes und vertieftes Spiel, und damit Situationen, in denen sich das Kind in einem unintegrierten Zustand äußern und anschließend über diese Äußerungen staunen und sich diese aneignen kann. Der durch das Objekt konstituierte Übergangsraum macht eine Art kreativer Selbstkommunikation möglich, der die Integration von Verdrängtem, seelische Entwicklung und symbolische Problemlösung begünstigt. Wird das Kind älter, so verlieren die Übergangsobjekte an Bedeutung, verschwinden aber nicht ganz, sie können zum Beispiel vorübergehend wieder auftauchen. In der darauffolgenden Entwicklung geben die Übergangsobjekte ihre Funktion an einen erweiterten Raum von Dingen ab, an einen Raum, der »weder objektiv noch subjektiv ist« (ebd.), an den Bereich der Kultur, etwa an die Kunst, die Poesie oder die Literatur. Das Übergangsobjekt kann als eine Art Zwischenstufe beim Aufbau des Weltvertrauens, bei der Ablösung des grundlegenden Vertrauens von der Mutter- (oder Vaterfigur) und dessen Übertragung auf abstrakte Räume gesehen werden, eine Zwischenstufe bei der Generalisierung von Vertrauen. Tillmann Habermas führt die Idee Winnicotts weiter, wenn er schreibt: »Ich meine hier die Funktion von Übergangsobjekten, einen intermediären Raum bzw. [...] Spielraum zu eröffnen, in dem die Person nicht reagieren und sich einstellen muß wie auf andere Personen, sondern den eigenen Handlungs- und Denktendenzen freien Lauf lassen kann und die Realität ihnen unterordnet. Diese träumerische, spiele- rische Haltung wirkt zugleich erholsam und erlaubt die Reintegration der Person.« (Ebd.: 363) Als drittes Element zwischen Ich und Mutter, abstrakt gesehen als Drittes zwischen Phantasien und beschränkender Realität, führen Übergangsobjekte die Dimension des Virtuellen ein. Möglichkeits- und Handlungsräume



werden durch diese Einklammerung der Realität erschlossen, die eine eigene Haltung zu entwickeln helfen. Realität wird dabei nicht verleugnet, sondern akzeptabler gemacht, indem sich der Spielraum des Kindes vergrößert.

Damit kommen den persönlichen Objekten eine ganze Reihe von Funktionen im Sozialisationsprozess zu: *materiale wie symbolische Eigenschaften, bewusste wie unbewusste*. Sie dienen der Bewältigung von negativen Gefühlen wie Angst, Unsicherheit und Bedrohung, helfen bei Trennung, Fremdheit oder Erschöpfung. Sie unterstützen beim Aufbau von Vertrauen und Handlungssicherheit und ermöglichen, abgelehnte Gefühle spielerisch zuzulassen und zu integrieren, ein Selbst-Gefühl und Selbstsicherheit zu entwickeln und zu verbessern. Sie ermöglichen es, persönliche Spielräume zu erkennen und zu schaffen sowie eigenständige Handlungsentwürfe auszuprobieren. Sie schaffen einen kreativen Raum, und legen damit die Grundlage für die Fähigkeit zur Kreativität und zur Unabhängigkeit des Denkens. Berücksichtigt man, dass die Adoleszenz einen grundlegenden Wandel der Rollen, der Bezugspersonen und evtl. auch des Lebensumfeldes und damit einen großen biografischen Einschnitt, eine Erschütterung der gesamten bis dahin gewonnenen Bestandteile von Identität mit sich bringt, so wird es plausibel, dass Übergangsobjekte in diesem krisenhaften Lebensabschnitt wieder besondere Bedeutung gewinnen können. Schon Simmel beschrieb, wie später René König, dass Jugendliche aus einer grundsätzlichen Unsicherheit heraus, da sie ihren Platz, ihre Aufgabe und ihren sozialen Status noch nicht gefunden hätten, besonders »anfällig« für Mode seien. Die Objekte, die Bindung und Besetzung von neuen, modischen Dingen, mit denen man sich ausstattet und umgibt, erlauben eine Selbstidentifikation, möglicherweise innerhalb einer Gruppe oder Szene und helfen, Ängste und Unsicherheiten, die das zukünftige Leben betreffen, zu überbrücken. Dies kann sich nicht nur auf Kleidung, sondern auch auf andere Symbole beziehen: auf das Motorrad, das Mobilität und Männlichkeitsbilder symbolisiert oder das Handy, das Kommunikation, soziale Anschlussfähigkeit und »Beliebtheit« anzeigt.

Übergangsobjekte können in späteren Lebensabschnitten, bei Erwachsenen, noch eine Rolle spielen: Der Künstler etwa ist der Prototyp des kreativ Schaffenden, der Emotionen, auch solche negativer Art, in selbst geschaffene Objekte verwandelt und damit bewältigt. Menschen in psychischen Krisen greifen zuweilen auf Übergangsobjekte zurück; in dem für diese Untersuchung erhobenen Material wurde beispielsweise eine Frau interviewt, die sich in einem sehr prekären Lebensabschnitt befand und die immer ihre Puppe als »ständigen Begleiter« bei sich hatte; die Puppe sollte ihr ein Gefühl der Stabilität geben und ihren Mut und ihre Offenheit befördern, sich bestimmten – für sie schwierigen – Situationen zu stellen. Eine andere Frau trägt zu Hause ständig eine Strickjacke, die früher ihrer Mutter gehörte, und betrachtet diese als einen Lieblingsgegenstand, der ihr Geborgenheit und Heimatgefühl vermittelt und der umso wichtiger ist, da sie jetzt selbst Mutter ist – ein typisches Übergangsobjekt, das sogar ganz explizit auf die primäre Bindung an die Mutter verweist. Auch Dinge, die für den Beginn einer

Liebesbeziehung stehen oder symbolisch auf sie verweisen, wurden in Interviews genannt; diese Dinge helfen, die Abwesenheit des geliebten Menschen und die Sehnsucht, die damit verbunden ist, zu ertragen. Oder sie sind Teil der gemeinsamen Beziehungswelt, der Geschichte, die sich das Paar geschaffen hat und erinnern an den Anfang der Liebe, als sie noch frisch und intensiv war.

In einer ersten Zusammenfassung lässt sich festhalten, dass Objekte vielfältige persönliche Funktionen haben: Objekte stehen für einen geordneten und beherrschbaren Weltausschnitt, bei Kindern wie bei Erwachsenen. Sie begrenzen und ordnen das Chaos der Welt, helfen, sich darin zu orientieren und erfolgversprechend zu handeln. Mit Hilfe von Objekten, zum Beispiel von Werkzeugen kann sich das Kind Welt aneignen und seinen Erfahrungsraum und seine Selbständigkeit vergrößern, indem es zum Beispiel lernt, alleine mit Besteck zu essen, Fahrrad zu fahren, ein Buch zu lesen oder sich mit Hilfe eines Computers Informationen von weither zu beschaffen. Objekte dienen dem Aufbau der Persönlichkeit wie dem Aufbau der Kultur. Durch ihre stoffliche Stabilität und Widerständigkeit sorgen die Objekte der dinglichen Umwelt, wie aus den Forschungen Piagets und Winnicotts ersichtlich, für eine stabile und begrenzt manipulierbare Umwelt. Die Konstanz und die sachliche Eigenständigkeit der Dinge sind doppelt wichtig für den Aufbau der Persönlichkeit: in kognitiver und emotionaler Hinsicht. Kinder können aktiv forschend und mit den Dingen experimentierend innere Repräsentationen der dinglichen Welt und damit die Grundstrukturen logischen Denkens aufbauen. Übergangsobjekte, die zunächst als Ersatz für die Mutter oder eine andere zentrale Bezugsperson dienen, in diesem Prozess aber eigene Qualitäten gewinnen, helfen negative Gefühle, vor allem Ängste zu überwinden. Die Übergangsobjekte helfen Kindern bei der emotionalen Stabilisierung; sie ermöglichen, einen Weg zu finden, (negative) Realität nicht zu verleugnen, sondern diese durch Erschließung eigenständiger Handlungsspielräume kreativ mitzugestalten.

### **2.5.2 Dinge als Konstituenten des Selbst**

Doch Objekte dienen nicht nur Kindern bei der Selbstkommunikation und bei der Entwicklung eines Selbstgefühls, einer Identität, sondern auch Erwachsenen. Dinge können als eine Erweiterung der Person aufgefasst werden, in einem instrumentellen wie in einem emotionalen Sinne. Für William James, den Begründer der amerikanischen Psychologie, sind Objekte als Konstituenten des Selbst sogar Teil der Person (James 1890/1950). James entwickelte eine Konzeption der Persönlichkeit und des Selbst (self), die reflexive Bezüge auf den unmittelbaren Bewusstseinsstrom (I) betont, und die bis heute im Wesentlichen gültig ist. Als empirische Wissenschaft habe die Psychologie beim empirischen Selbst zu beginnen, und dieses erstreckt sich nach James in der Regel auch auf Dinge, die der Person zugehören. Der materielle Teil des Selbst besteht nach James im Kern aus dem Körper samt den Kleidern, die es sich aneignet und mit denen es sich identi-

fiziert, sodann aus der Familie, mit der man sich ebenfalls stark identifiziert. Teil des materiellen Selbst ist auch das eigene Haus und seine Einrichtung: Fremden, die sich darüber mokieren, kann das sehr übel genommen werden. Auch andere Objekte des persönlichen Besitzes, vor allem solche, in denen persönliche Arbeit oder soziale Anerkennung steckt oder für die man starkes Interesse hegt, können Teil des Selbst werden. Verlieren Menschen Besitz oder ihnen teure Gegenstände, so schrumpfe ihre Person, so James, verlören sie das Ergebnis lebenslanger Arbeit, so fühlten sie sich wie vernichtet.

Das soziale Selbst wird gebildet durch die Anerkennung, die man von anderen Personen erfährt, auch aus der Anerkennung, die sich in bestimmten Dingen manifestiert. Der Mensch verfügt über so viele soziale Selbstaspekte, wie es Personen und Gruppen gibt, mit denen er interagiert und die ihn anerkennen. Daneben gibt es noch einen Kern des Selbst, der Handlungen und Ereignisse reflektiert und bewertet. Die wichtigsten auf sich selbst bezogenen Gefühle, die durch soziale Ereignisse, durch Erfolge und Misserfolge ausgelöst oder beeinflusst werden, sind Zufriedenheit oder Unzufriedenheit mit sich selbst. Diese selbstbezogenen Emotionen korrelieren eng mit der Lebensqualität und Lebenszufriedenheit. Sie lassen sich, je nach Grad und Intensität differenzieren: in Selbstbewusstsein, Stolz, Einbildung, Eitelkeit, und Überheblichkeit, andererseits in Schüchternheit, Kränkung, Verwirrung, Scham, Reue und Verzweiflung. Diese selbstbezogenen Gefühle können durch Ereignisse, oder durch Dinge, die man als relevant für sich ansieht, ausgelöst werden. Durch Dinge zum Beispiel, in denen persönliche Arbeit steckt, auf die man stolz ist, oder durch Dinge, die man sich leidenschaftlich wünschte und über deren Erwerb man sich freut, sowie durch Dinge, die Wohlstand, Erfolg und soziale Anerkennung aufgrund ihres materiellen oder symbolischen Wertes inkorporiert haben und dies in ihrer ständigen Präsenz zeigen.

Das Selbst kann sich in der Konzeption von James ausdehnen und zusammenziehen, sich mehr oder weniger Objekte aneignen, sowie – je nach emotionaler Risikobereitschaft – stärkere oder schwächere Grenzen haben. Auf welche Objekte sich das Selbst ausdehnt, welche Objekte Teil der Person werden, kann von verschiedenen Faktoren abhängen, die diesen Prozess begünstigen: Wenn sie ein positives Selbstgefühl auslösen, wenn sie Interesse oder Leidenschaft wecken, wenn sie vertraut oder wenn sie nah am Körper sind, werden sie eher integriert als Dinge, die nicht positiv wirken, für die wenig Interesse besteht oder die nicht vertraut sind. Interessierende Objekte sind in James' Denkweise wichtig für das Selbstgefühl, denn sie motivieren zur Aktivität, zum Streben nach etwas, zur Aneignung der Welt. Durch den Anreiz zur Aktivität erhöhen sie das Wirklichkeitsgefühl der Person. Objekte, die das stärkste Wirklichkeitsgefühl hervorrufen, müssen gleichermaßen die emotionalen und pragmatischen Handlungsbedürfnisse sowie die intellektuellen und ästhetischen Bedürfnisse ansprechen. Objekte, die die Sinne anregen und emotionale Reaktionen hervorrufen, das Interesse anstacheln und Reaktionen provozieren, dabei aber auch Eigenschaften wie Ein-

heitlichkeit, Permanenz und Eigenständigkeit besitzen, lösen die stärksten Präsenz- und Wirklichkeitsgefühle im Subjekt aus. Die Lebendigkeit des Wahrgenommenen und Begehrten korrespondiert laut William James dabei mit der Lebendigkeit der Person. Ein Mangel des Wirklichkeitsgefühls kann sich als psychische Erkrankung äußern bzw. in eine solche münden. Entfremdungszustände, wie sie in Depressionen und Psychosen auftreten können, bilden die andere, negative Seite des Wirklichkeitsgefühls; das grundlegende Gefühl der Lebendigkeit, das Gefühl präreflexiven Erlebens und Wahrnehmens ist hier beeinträchtigt oder ganz verloren.

In Ergänzung zu Winnicotts These der emotional bedeutsamen Übergangsobjekte bei Kindern kann man im Anschluss an die Überlegungen von William James sagen: Begehrte und emotional besetzte Objekte bleiben lebenslang wichtig für das Identitätsgefühl einer Person (vgl. Winnicott 1979). Das Gefühl der eigenen Lebendigkeit und Aktivität bleibt lebenslang an den Anreizgehalt von Dingen, an das Interesse für Dinge (oder Personen), die außerhalb des eigenen Selbst stehen, gebunden. Einerseits ist dabei der Anreizgehalt der Objekte von Bedeutung, der mit materiellen, symbolischen und ästhetischen Eigenschaften zusammenhängt; andererseits aber auch die Erlebnisdispositionen der Person, des Selbst und seinen Grenzen, seiner Bereitschaft, sich zu interessieren und einzulassen, und dabei auch Kosten oder Risiken zu akzeptieren. Für die Aneignung der Objekte ist wichtig, dass sie subjektiv entweder Interesse und Begehren auslösen oder emotional bedeutsam sind, als Identifikations- oder auch als Bindungsobjekt. Vertrautheit oder Interesse sind somit zentrale Dimensionen für die psychische Aneignung von Objekten, für die Ausdehnung des Selbst auf diese Objekte. Für das Lebendigkeitsgefühl und die Aktivität einer Person ist, wie Harbermas zusammenfasst, die Kategorie der Objekte, die zwischen vertraut und fremd stehen, am anregendsten. Die komplett unvertrauten Objekte können ängstigen und Übererregung hervorrufen, und deshalb zu passiven, »toten« Emotionen führen, die das Wirklichkeitsgefühl nicht anregen. Die allzu vertrauten Dinge dagegen werden als eher langweilig empfunden und führen zur Unterstimulation und Passivität – damit zu Entfremdung und einem eingeschränkten Wirklichkeitsgefühl. Die Dinge, die im mittleren Bereich der Vertrautheitsskala liegen, bringen Entspannung, Aufmerksamkeit und Erregung mit sich und stimulieren den Wirklichkeitssinn nachhaltig. Dinge können auch zur Kompensation von Befindlichkeitsstörungen herangezogen werden. Bei Identitätsverlust in der Emigration etwa, in Situationen übergroßer Fremdheitsgefühle, können sehr vertraute Dinge für Entspannung sorgen und die Übererregung kompensieren (vgl. hierzu die Rolle von Übergangsobjekten). Zu diesen Überlegungen ist allerdings einschränkend zu sagen, dass Begriffe wie Bekanntheit, Vertrautheit und der damit einhergehende Anregungsgehalt von Dingen nicht allein Eigenschaften der Objekte sind, sondern Verhältnisse zwischen Personen und Objekten beschreiben und damit von subjektiven Konstruktionsleistungen der Personen abhängen. James spricht in diesem Zusammenhang von der Beschaffenheit der Grenzen des

Selbst und von der Bereitschaft, Bindungen an Objekte und damit soziale Risiken einzugehen: Während der Typus der engherzigen Person eher eine stoische Haltung an den Tag legen wird, und sein Selbst von allem zurückzieht, das mit Risiken behaftet ist oder das von anderen beeinflusst werden könnte, also auch auf Besitz verzichtet, öffnet der Typus der weitherzige Person sein Selbst und schließt viele Objekte ein, so dass die Grenzen drohen unscharf zu werden. Weitherzige und offene Personen dehnen ihr Selbst auf viele Objekte aus – und haben in der Folge viel Besitz und eine reiche Erfahrungswelt, tragen aber höhere soziale Risiken.

Kritisch kann man gegen James einwenden, dass in dieser Sichtweise Besitz mit Bindung gleichgesetzt wird, was problematisch sein kann. Der Verlust von Besitz bedeutet in diesem Ansatz auch den Verlust von Identität, was in vielen Fällen zwar einleuchtet, aber nicht alle empirischen Fälle abdeckt. Besitz korreliert nicht immer mit einer reichen Psyche und einer vielfältigen Erlebnis- und Erfahrungswelt. Systematisch vernachlässigt werden in dieser Sichtweise »Identitäten auf der Suche« (vgl. Erikson 1970), zum Beispiel im Wechsel von Statuspassagen oder in der bewussten Askese: Der ewig Reisende, der nichts besitzt, aber Erfahrungen sammelt; der religiös Orientierte, der Besitz ablehnt und ganz in seinem Glauben und/oder in seinem sozialen Engagement aufgeht; derjenige, der Besitz und Bindung ablegt, um sich aus alten Rollenmustern zu befreien und eine neue Identität aufzubauen. Die symbolische, identitätsstiftende Kraft der Besitzlosigkeit, wie sie Victor Turner beschreibt, hat William James nicht berücksichtigt.

Ein zweiter Einwand bezieht sich auf den erweiterten »Objektbegriff« von James: Objekt bedeutet bei ihm nicht immer gleich Ding. Ähnlich wie bei Mead, der in diesem Zusammenhang schon erwähnt wurde, ist auch bei James der Ursprung der Dingbeziehung in der Interaktion mit sozialen Objekten zu suchen. Wenn er von Objekten spricht, so kann es sich auch um ein »Liebesobjekt«, also um eine Person, etwa einen Liebespartner oder ein Familienmitglied, handeln. Der Besitz und der Verlust von Objekten wird hier parallel zum »Besitz« und Verlust von Personen gesehen, das Verhalten des Selbst gegenüber Dingen ähnlich und in die gleiche Richtungweisend wie das Verhalten des Selbst gegenüber Personen. An dieser Behauptung kann man allerdings Zweifel anmelden. Der Ursprung des Umgangs mit Dingen mag zunächst dem Modell der Interaktion mit Menschen folgen, doch der Dinggebrauch entwickelt einen eigenen Charakter und folgt eigenen Regeln. Dinge besitzen im Gegensatz zu Menschen keine Subjektivität, sondern einen stofflichen, materiellen Charakter, und ihre Reaktionen auf menschlichen Handlungen beruhen in der Regel auf überschaubaren, vorhersehbaren logischen Gesetzen. Die Bindungen an Objekte funktionieren nicht auf die gleiche Weise wie die Bindungen an Personen, auch wenn sie an ähnliche Eigenschaften des Subjekts, wie Interesse, Weltzugewandtheit und Motivations- und Begeisterungsfähigkeit anschließen mögen. Doch wohnt dem Umgang mit Dingen weniger Potenzial zu Glück und Enttäuschung, weniger Risiko, aber in

der Regel auch weniger lebendige Liebe inne. Dinge haben dafür anderes zu bieten: Sie sind weniger reagibel, doch dafür zuverlässiger. Da sie weniger »übel nehmen«, ermöglichen sie kreatives Ausprobieren sowie die partielle Zulassung von verdrängten emotionalen Inhalten. Die Beziehung zu den Dingen ermöglicht Selbständigkeit, Freiraum und Ablösung von sozialen Objekten. Dinge erlauben eine sinnhaft, stofflich und symbolisch gegliederte Aneignung von Welt. Sie sorgen für eine erlebte Stabilität der Umwelt und können eine Barriere gegen Gefühlschaos, gegen Unsicherheit und (Trennungs-)Ängste bilden.

Zwar zeigte James, dass Interesse und Offenheit gegenüber Menschen häufig mit Interesse und Aneignung gegenüber Dingen korrespondiert. Empirisch denkbar sind aber daneben Personen, die die Bindung an Menschen durch Bindung an Besitz substituieren, die zum Beispiel reich sind, aber nicht vertrauen. Schließlich gibt es pathologische Abweichungen der Dingbeziehung, zum Beispiel in der Form des krankhaften Fetischismus, wenn Dinge affektiv und sexuell aufgeladen werden, und damit Dimensionen, die »normalerweise« sozialen Beziehungen vorbehalten sind, aufgrund einer sozialen Fehlentwicklung, frühen Enttäuschungen, emotionaler Risikovermeidung, übersteigerten Machtphantasien etc., auf Dinge übertragen werden, die eben nicht affektiv oder sexuell reagieren können (vgl. Habermas 1999: 365 f.). Auch dieses Beispiel zeigt, dass die Interaktion mit Menschen und die Interaktion mit Dingen zwar in ihrer Entwicklungsgenese aufeinander bezogen sind, sich aber nicht unbedingt parallel, in die gleiche Richtungweisend, entwickeln. Umgekehrt gibt es, wie an Beispielen oben dargelegt, auch Personen die zwar intensive soziale Bindungen eingehen, ihre Bindungen an Objekte jedoch – aus freiwilligen oder unfreiwilligen Gründen – möglichst gering halten, zum Beispiel weil sie arm sind, oder weil sie einer religiösen Gruppierung mit bestimmten Grundsätzen angehören. So scheint der Ansatz von William James zwar einige grundlegende Dimensionen der Beziehung zwischen Mensch und Objekt zu beschreiben, jedoch nicht alle wichtigen Spielarten dieser Beziehung erfassen zu können. James entgeht in seiner sonst sehr überzeugenden Konzeption des Selbst die soziale und symbolische Bedeutung der Besitzlosigkeit und der Krise, des biografischen Übergangs und der Suche, wie sie zum Beispiel Turner beschreibt oder wie sie sich im identitätstheoretischen Konzept von Erikson andeutet.

### **2.5.3 Dinge als Zeichen der Selbststeuerung**

Die Dinge als drittes Element zwischen Person und Realität, ein Element, das Handlungsspielräume eröffnet – diesen Gedanken haben wir in Winnicotts Theorie der Übergangsobjekte kennen gelernt. Auch der russische »Pionier« der Psychologie Lev Vygotsky sah Dinge, persönliche Objekte in dieser Funktion des dritten Elements. Dinge und dingliche Zeichen fungieren für Vygotsky, ähnlich wie für Mead, als Brücke zwischen Individuum und Kultur. Mit Hilfe von Objekten internalisiert das Kind kulturelles Wissen und kulturelle Praxis über die Nut-

zung und die Bedeutung dieser Objekte. Der Mensch nutzt dingliche Reize zur Kommunikation – auch um mit sich selbst zu kommunizieren und das eigene Verhalten zu steuern. Mit Hilfe von Objekten kann man sich seiner Ziele und Lebensphilosophien vergewissern und dem Gedächtnis auf die Sprünge helfen. Man kann etwa das Erinnerungsvermögen steigern, indem man dingliche Hilfsmittel benutzt – einfache Beispiele sind der Knoten im Taschentuch, der Kieselstein in der Tasche oder das Souvenir, das von einer Reise mitgebracht wurde (vgl. Vygotsky 1985). Auch andere kognitive Operationen werden mit dinglichen Zeichen unterstützt: Für das Erlernen des Rechnens werden zunächst die Finger als gegenständliches Hilfsmittel benutzt – dies kann auch heute bei Kindern beobachtet werden. Das Gedächtnis sei zunächst fokussiert auf Konkretes, Materielles, mit Hilfe von dinglichen Zeichen lassen sich Brücken und Assoziationen zu abstrakten Operationen bauen. In der Linie dieser Funktion als Gedächtnisstütze sieht Vygotsky die Entwicklung von Bildersprachen und letztlich auch die Schriftsprache. Diese verschiedenen dinglichen, selbstgeschaffenen Reize zur Selbststeuerung bezeichnet Vygotsky als *Zeichen*. Die artifiziellen, vom Menschen selbst geschaffenen Zeichen dienen der Verhaltenssteuerung und bilden die Grundlage der höheren mentalen Funktionen, die Grundlage der Kultur. Der Mensch exteriorisiert seine Fähigkeiten im Laufe der Geschichte immer effektiver in Form von Maschinen und Wissensspeichern wie Büchern und Computern. Kinder lernen von Erwachsenen den Gebrauch von Dingen, diese werden von den Erwachsenen in ihrer Umgebung mit bestimmten Bedeutungen verbunden und in mehr oder weniger festgelegten Kontexten verwendet. Das Kind reagiert auf diese Beobachtungen, indem es lernt, die Objekte, dingliche ebenso wie immaterielle, symbolische (wie etwa die Sprache), in gleicher Weise wie die Erwachsenen, als Zeichen zur eigenen Verhaltenssteuerung zu nutzen.

Der Ansatz Vygotskys konzipiert die Beziehung zwischen Person und Umwelt vermittelt durch ein drittes Element: durch ein Objekt, ein Werkzeug oder ein Zeichen. Diese Konzeption erlaubt der Person eine gewisse Unabhängigkeit vom Umfeld, eine Eigenentwicklung und Eigensteuerung. Damit entwirft Vygotsky einen Mechanismus der Vermittlung von Kultur, bei dem das Individuum nicht in den kulturellen Zwängen und sozialen Strukturen aufgeht, sondern mit der Enkulturation gleichzeitig die Fähigkeit erwirbt, die Instrumente und Zeichen der Kultur umzuformen und weiterzuentwickeln. Das von der Kultur übernommene Zeichen kann das Kind in der gleichen Weise zur Verhaltenssteuerung benutzen wie es die beobachteten Erwachsenen tun, und in der Regel wird dies auch der Fall sein. Mit fortschreitender Entwicklung jedoch erlaubt der souveräne Umgang mit dem Zeichen die Herrschaft über die eigene Situation und über sich selbst; die Fähigkeit wächst, den Gebrauch der Zeichen und damit ihre Bedeutung zu interpretieren und modifizieren.

Sprachliche und dingliche Zeichen haben unterschiedliche Eigenschaften. Während sprachliche Zeichen zunächst in hohem Maße dekontextualisiert, also in den unterschiedlichsten Kontexten und Situationen, zwischen verschiedensten

Sprechern verwendbar sind, und in diesem Prozess spezifische Bedeutungen und Färbungen annehmen können, sind die Dinge weniger manipulierbar. Dinge sind konkret, ihnen wohnt eine Eigenart, eine gewisse Stofflichkeit und Widerstandsfähigkeit inne. Zudem ist häufig eine praktische Funktion an sie geknüpft, die nicht beliebig austauschbar ist, und an die sich weitere symbolische Funktionen knüpfen können. Die sprachlichen Zeichen sind aufgrund ihrer Allgemeinheit und Abstraktionsfähigkeit für die öffentliche wie für die private Kommunikation gleichermaßen geeignet. Sprachliche Zeichen sind allgemein und abstrakt und können an verschiedene Kontexte angepasst werden. Spezifische Bedeutungen können allerdings nur mit spezifischem Hintergrund- und Kontextwissen richtig gedeutet werden. Tilmann Habermas stellt nun heraus, dass die dinglichen Zeichen sich besonders für die private Kommunikation eignen, denn Gegenstände erhalten in der Kommunikation zwischen vertrauten Partnern oder im Dialog einer Person mit sich selbst versteckte Bedeutungen, die nur Eingeweihte kennen. Objekte haben zwar kulturell vorgegebene Funktionen, lassen sich individuell aber auch anders gebrauchen, in andere Handlungsmuster einfügen, und damit wird ein spezifischer, eigener Kontext erzeugt. Hier sollte man allerdings sehen, dass nur die besonders personalisierten und vertrauten dinglichen Zeichen wirklich der privaten Kommunikation mit dem nahen Umfeld dienen. Eine Vielzahl der dinglichen Symbole, besonders begehrte und identitätsrelevante Konsumobjekte, richten sich an eine mehr oder weniger anonyme (Teil-) Öffentlichkeit: zum Beispiel berufliche Kleidung, das prestigeträchtige Auto, die besonders »hippen« Sportschuhe. Die meisten Gegenstände des Gebrauchs bilden ein Stück »objektivierter Kultur«, und gerade darin liegt ihr sozialer Prestigewert. Die alte, schäbige Strickjacke, die man schon von der Mutter bekommen hat, hat zwar einen hohen Wohlfühl- und Geborgenheitswert, aber nur die Person selbst und das nahe Umfeld kennt ihre Bedeutung. Durch ihre Geschichte, ihren Gebrauch wird sie im Rahmen der biografischen Identität personalisiert und es entsteht ihr besonderer Wert. Doch trägt sie auch die Nutzungsspuren eines langen und intensiven Gebrauchs, was sie unter sozialen Prestige-Aspekten wertlos macht. In der Regel wird sie deshalb nur im privatem Rahmen getragen, nicht im öffentlichen. Im öffentlichen Raum dominieren die »objektivierten« Gegenstände, deren Prestigewert besonders hoch ist. Das neue Kleidungsstück hat in der Öffentlichkeit einen höheren Status, deutlich mehr Prestigewert als das alte, personalisierte. Je formeller der Anlass, desto mehr entsprechen in der Regel die getragenen und zur Schau gestellten Objekte der »objektivierten Kultur«, desto weniger sind sie personalisiert. Bei formellen Zeremonien, Feierlichkeiten etc. wird in der Regel formalisierte Kleidung mit hohem Prestigewert getragen, wie Uniformen, rituellen Gewänder, Smokings, Designer-Abendroben, echter Schmuck, der sich schon durch Beständigkeit und Härte der Materialien wenig personalisieren und individualisieren lässt, sondern lange Zeit von Generation zu Generation vererbt wurde. Wobei die höchste Kunst in der Paradoxie besteht, »objektivierte Kultur« auf personalisierte Weise zu tragen, den öffentlichen Raum nach den dort geltenden



dekontextuierten Regeln und doch ganz als Person, als Individuum, das sich die Dinge und die Regeln aneignet, zu nutzen. Das herrschende Ding-Ideal ist eine Paradoxie: ganz objektivierte Kultur *und* doch ganz angeeignet, viel Prestige *und* viel Inhalt, Originalität *und* Authentizität. Nur wenige, besonders exklusive Dinge können diesem paradoxen Ideal gerecht werden: das unglaublich teure Originalbild eines Impressionisten, der aufwändig restaurierte und mit moderner Technik ausgestattete Oldtimer, die neueste, noch nicht oder kaum erhältliche Streetwear. Jedoch wird versucht, viele Produkte so auszustatten, dass sie sowohl ein Stück objektiver Kultur als auch scheinbar personalisiert sind: die Designer-Jeans, die used-Spuren bekommt, das technische Gerät, das »menschlich« bzw. biologisch abgerundete Formen erhält, das T-Shirt mit einem »authentischen« Druck, die Produkte, für die man eine Geschichte erfindet. Abstrakte Massenware bekommt damit einen Kontext, wird lokalisiert oder in eine Historie eingebettet und damit scheinbar personalisiert – was sie noch attraktiver macht.

Sowohl für die Sprache wie für dingliche Zeichen gilt zusammenfassend: Sie eignen sich für verschiedenen Gebrauch, für verschiedene »Bühnen«. Sowohl für eine öffentliche, anonyme, dekontextualisierte und »objektivierte« Kommunikationsweise, wo die Zeichen von einer Vielzahl unterschiedlicher Empfänger verstanden werden sollten, als auch für den Gebrauch im privaten, individualisierten und hochpersonalisierten Rahmen. »In einem Symbol verdichten sich verschiedene Bedeutungen, es sind immer multiple Lektüren möglich«, schreibt Tillmann Habermas (1999), und dieser Satz ist nicht nur objektsoziologisch interessant, sondern auch bestimmend für das methodische Vorgehen dieser Arbeit: Er legt nahe, dass bei der Auswertung und Interpretation eines empirischen Materials, das sich mit dinglichen Symbolen befasst, auf die unterschiedlichen Bedeutungsebenen in verschiedenen Kontexten eingegangen werden sollte, auf öffentliche wie private Wissenskontexte, auf allgemein verfügbare wie auf persönliche Symbolisierungen. Der Interpretationsprozess ist offen zu halten für die Mehrfachlektüre von dinglichen Zeichen.

Zusammenfassend stellen wir fest, dass dingliche Objekte auf verschiedene Weise relevant für das Selbstgefühl sind:

- Die dinglichen Objekte der Umwelt dienen als *Garanten für die Stabilität und Beherrschbarkeit der Welt*. Dinge beugen sich den Naturgesetzen, ihr Verhalten ist in logischen Kategorien voraus- und vorhersagbar. Nur auf dieser Basis kann sich *Weltvertrauen* entwickeln.
- Als Instrumente und Werkzeuge verlängern und ergänzen die Dinge den Körper und *erweitern den eigenen Handlungsbereich*.

Als »sperrige«, eigenlogische Übungsobjekte ermöglichen sie manuelle Manipulationen sowie logische Operationen und sorgen damit auf passive Weise für den *Aufbau der kognitiven Strukturen*.

Dinge dienen als Übergangsobjekte, an denen man Bindungsverhalten trainieren und Abhängigkeit und Unabhängigkeit, Nähe und Distanz in eine Balance bringen kann: Einerseits *symbolisieren sie eine stabile Bindung* an eine bestimm-

te Person, gleichzeitig eröffnen sie aber auch Lücken des Sozialen und damit *kreative Räume des Experimentierens*.

Die Aneignung und Internalisierung der dinglichen Objekte und ihrer Repräsentationen, die Aneignung der Zeichen ist die Voraussetzung sowohl für *soziale und kulturelle Zugehörigkeit wie für Selbständigkeit und Kreativität*.

Dinge können ein *Produkt der eigenen Arbeit*, der eigenen Kreativität sein und positive Selbstgefühle wie Stolz und Selbststabilisierung bewirken.

Dinge sind Teil der *sozialen Identität*, die der Person von der Umwelt zugeordnet wird und dienen entsprechend der *Darstellung* der eigenen Person im sozialen Kontext – als zugehörig und individuell gleichzeitig.

Dinge symbolisieren *soziale Beziehungen*. Ein Ding verweist selten nur auf eine Person (seinen Besitzer), häufig bezieht es sich auf eine weitere Person oder für ein soziales Feld. In der Regel beschreiben die Mensch-Ding-Beziehungen eine Dreiecksbeziehung aus den Elementen Person-Ding-Person.

Dinge können als »*heilige*« *Objekte*, die an bestimmte biografische Schlüsselereignisse, an Übergänge, an Lern- oder Schaffensprozesse erinnern, ein fester, *unveräußerlicher Bestandteil der Person* werden.

Diese verschiedenen Aspekte der Dinge für Identität und Selbstgefühl sollten festgehalten werden, da sie für die empirische Untersuchung der Beziehung der Befragten zu ihren Dingen, speziell zu ihren »Lieblingsobjekten« von Bedeutung sein könnten.

## **2.6 Dinge als Mittler – Objektivierung des Selbst und Subjektivierung der Welt**

Objekte sind nicht nur als Schlüssel zu individuellen Biografien zu verstehen, sondern öffnen auch den Zugang zu Kulturen. Gerade in der historischen Rückschau auf lang vergangene Kulturformen des Menschen wird dies besonders deutlich; die verschiedenen historischen Epochen lassen sich durch die Art von Objekten charakterisieren, die die Menschen anfertigen konnten – von den frühen Steinwerkzeugen bis zu den industriellen Massenprodukten.

Die Welt der Dinge ist als vermittelnde Instanz zwischen Kultur und Individuum zu verstehen. Durch die Herstellung von Objekten verwirklicht sich der Mensch als Gattungswesen wie als Individuum, er nutzt die Techniken, den Wissensstand und den Symbolvorrat seiner Kultur, um seine eigenen Fertigkeiten, Fähigkeiten und Überzeugungen in den Dingen zu objektivieren, und sie dabei in dieser Handlung zugleich weiterzuentwickeln und zu kultivieren. In diesem Prozess wird durch das Objekt als Ziel und Ergebnis der Handlung das Subjekt gleichermaßen »kultiviert« wie Kultur »subjektiviert«. Die Herstellung von Dingen ist eine kreative Ordnungsleistung, auf der materiellen wie der symbolischen Ebene, auf der individuellen wie der kollektiv-kulturellen Ebene. Diese Ord-

nungsleistung in der Schaffung von dinglichen Objekten bleibt für eine gewisse Zeitdauer manifest; sie überdauert in der Regel die Menschen als Zeitzeugen und bleibt relativ lange als Kulturprodukt »lesbar« – zumindest wenn man über das notwendige Kontextwissen verfügt. Die stoffliche und symbolische Ordnungsleistung in den Dingen bleibt materiell für eine bestimmte Zeitspanne erhalten, die häufig die Lebensdauer ihrer »Schöpfer« überdauert – bis zum stofflichen Zerfallsprozess, dessen Zeitpunkt und Dauer durch die Art der verwendeten Materialien bestimmt ist. In der Ansicht, in der sinnlich-ästhetischen »Wahrnehmung« sowie im Verstehen dieser geschaffenen Objekte ist wiederum Interpretation gefragt – und damit, sofern vorhanden, kulturelles Kontextwissen, das der Entschlüsselung von Bedeutungen der geschaffenen Dinge dient.

In den durch Menschen gefertigten Objekten spiegeln sich in doppelter Weise Intentionen – zum einen kann das Objekt, wie jedes andere auch, durch geistige und psychische Aktivität des Interpreten gedeutet werden, zum anderen verdankt das Objekt seine physische Beschaffenheit den investierten Ideen und der gerichteten Arbeit und Konzentration, den psychischen Energien seines Herstellers. Dinge fungieren als Zeichen, und wie andere Zeichen sind sie in der Lage, kohärente Bedeutungen zu vermitteln und zur Auslösung einer vorhersehbaren Wahrnehmung und eines berechenbaren Verhaltens beizutragen. Dinge als Zeichen können Rollenstrukturen und strukturierte Erwartungshaltungen der Gesellschaft vermitteln. Jedoch sind die sachlichen Objekte durch ihre besondere Materialität gekennzeichnet, sie sind eine Klasse von Zeichen, die, im Vergleich zu anderen Symbolen, besonders konkret und permanent ist: »Diese Eigenart von dinglichen Objekten gründet augenscheinlich in ihrer physischen Struktur, so dass auch ein prähistorisches Artefakt noch immer in der Lage ist, uns eine Vorstellung von der damaligen Ideenkultur zu vermitteln, auch wenn keine anderweitigen Zeugnisse über die Sprache oder die Mentalität dieser Menschen vorliegen.« (Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989: 33).

Als Mittler zwischen Kultur und Individuum dient das Objekt aber nicht nur im historischen Rahmen, sondern auch im alltäglichen, fraglosen Gebrauch von Dingen. In der wie selbstverständlichen Nutzung von Dingen schreibt sich Kultur unhinterfragt in Handlungen ein. Versteckt innerhalb des impliziten praktischen und symbolischen Wissensvorrats, der zum Dinggebrauch notwendig ist, realisiert sich Kultur ganz selbstverständlich, hinter dem Rücken der Subjekte, und damit umso wirkungsvoller. Die Beziehung zwischen Mensch und Objekt ist als zentraler Bestandteil der menschlichen Kultur und der menschlichen Existenz zu sehen. In der Herstellung von Dingen ebenso wie in der Interaktion mit den Objekten verkörpern sich Ziele, Erinnerungen und Erfahrungen der Menschen. »Physische Dinge »ver-körpern« Ziele, machen Fertigkeiten manifest und gestalten die Identität ihrer Benutzer« (Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989: 21). Durch den Gebrauch von Dingen nutzt der Mensch kulturell Vorhandenes auf seine eigene individuelle Weise und legt eigene Bedeutungen in sie hinein. Durch die Herstellung von Dingen formt der Mensch die kulturellen Muster mit,

gibt subjektive Interpretationen hinzu und verhilft diesen Mustern zu gegenständlichen »Objektivierungen«. Dieser wechselseitige Formungsprozess von Kultur und Subjekt durch die Objekte wurde von den Sozialpsychologen Mihaly Csikszentmihalyi und Eugene Rochberg-Halton als »*Kultivation*« bezeichnet. Der Begriff der Kultivation beschreibt *die komplementären Aspekte dieses Prozesses: die Objektivierung der Person und die Subjektivierung der Kultur*. Die Dinge dienen als Mittler zwischen Kultur und Person. Der Mensch schafft Objektivierungen in Form von Dingen, die ihrerseits in die Bestände der Kultur aufgenommen werden. Durch die Kultur werden die Formen der Nutzung von Dingen zwar vorgegeben, darüber hinaus werden die Objekte aber auch mit persönlichen Bedeutungsverweisungen aufgeladen. »Was innerhalb einer Kultur als ein und dasselbe Objekt gilt, bringt für den einen Menschen bloß flüchtiges Wohlbehagen, wogegen es für den anderen komplexe emotionale und kognitive Bindungen an andere Personen und Ideen beinhaltet. Wir schlossen daraus, dass die potentielle Bedeutsamkeit von Dingen in einem Prozess der aktiven Kultivation eines Bedeutungsuniversums realisiert wird; dieses reflektiert die existenziellen Ziel-Werte eines Menschen und fördert zugleich ihre Hervorbringung.« (Ebd.: 14)

In Anlehnung an die Schule des Pragmatismus von William James und John Dewey, an die dort entwickelten Grundlagen der Psychologie und Theorie der Ästhetik, erarbeiten Mihaly Csikszentmihalyi und Eugene Rochberg-Halton ein Konzept des »Selbst«, das auf der Fähigkeit der Menschen zur fokussierten Aufmerksamkeitszuweisung bei der Steuerung seiner Lebensvollzüge sowie der Verfolgung von Zielen aufbaut. Das Selbst des Menschen wird hier nicht als eine feste Substanz hinter allen Rollen und Erfahrungen begriffen, sondern als dynamische Instanz, die sich durch Kultivation – der aktiven Aneignung von Kultur – entwickelt, indem es sich durch Selbstlenkung und die Gestaltung von Aufmerksamkeitsstrukturen, die ihrerseits in Form bestimmter Objekte gerinnen und auf das Subjekt zurückwirken, beständig selbst formt. Psychische Aktivität wird insofern als strukturiertes Muster von Intentionen verstanden, das die Aufmerksamkeit steuert, indem Informationen selektiert und verarbeitet werden: »In der Außenwelt-Ordnung gibt es Millionen von Items, die meinen Sinnen zur Verfügung stehen, die aber nie eigentlich in meine Erfahrung Eingang finden. Warum? Weil sie für mich ohne Bedeutung sind. Meine Erfahrung besteht aus Sachverhalten, denen ich *bewusst Aufmerksamkeit* zuweise. Nur die von mir *wahrgenommenen* Dinge formen meinen Geist – und ohne selektive Aufmerksamkeit wird Erfahrung zu einem ausgesprochenen Chaos« (James 1890, zit. nach Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989: 24)

Betrachtet man die biografische Entwicklung des Selbst als Ergebnis eines Selektions-, Interpretations- und Selbstlenkungsprozess, der mehr durch Ziele als durch Ursachen gesteuert wird, so bezeichnet der Begriff der *Kultivation die selbstorganisierte Entwicklung der Identität*, in deren Verlauf kulturelle und individuelle Ziele selektiert, differenziert und symbolisch dargestellt werden. An-

ders als bei Sigmund Freud wird in diesem Ansatz Kultivation nicht als Prozess der Unterdrückung oder Sublimierung ursprünglicher Triebimpulse, die nicht ins Bewusstsein treten dürfen, verstanden, sondern als »Kultivierung« im Sinne einer selbstgesteuerten Entwicklung, als Selektion, Ausdruck und Verfeinerung von kulturellen und individuellen Impulsen und Intentionen. Dabei wird von Annahmen über vorgegebene Triebstrukturen abgesehen und von einer grundsätzlichen kulturellen Formung und Bestimmung des Menschen und seiner Handlungen ausgegangen: »Nie finden wir beim Menschen das Auftreten ›roher‹ Instinkte: Sogar der Hunger und der Geschlechtstrieb treten immer nur ins Bewusstsein, nachdem sie durch ein während der Enkulturation erworbenes Netzwerk von Zeichen transformiert und interpretiert worden sind.« (Ebd.: 25) Die Kultivation von Intentionen verlangt die Steuerung und Fokussierung von Aufmerksamkeit. Jeder intentionale Akt erfordert Aufmerksamkeit als Einsatz von »psychischer Energie«; durch den Einsatz und die Lenkung psychischer Energie werden geordnete Informations- und Handlungsstrukturen organisiert und reorganisiert. Der Vorrat an Aufmerksamkeit und an »psychischer Energie« stellt jedoch eine begrenzte Ressource dar (zum Begriff der Aufmerksamkeit vgl. auch Waldenfels 2005, Franck 1998 und Crary 2002). Die Menschen als Subjekte unterscheiden sich zwar darin, wie gut sie Aufmerksamkeitssteuerung erlernen können, wie intensiv und wie lange sie sich auf die zu selengierenden Informationsmengen und -strukturen konzentrieren können, aber letztlich ist das Reservoir an Aufmerksamkeit immer begrenzt, sogar »der ›göttliche‹ Michelangelo litt zeitlebens unter geradezu teuflisch rivalisierenden Bedürfnissen, welche seine Aufmerksamkeit zwischen verschiedenen Aufgaben hin und her schweifen ließen, und deshalb blieb er, gemessen an seinem Potential, mit der Vollendung von Projekten sehr weit hinter seinen Plänen zurück« (ebd.).

In diesem Ansatz werden soziale Systeme ebenfalls als Muster geordneter Informationsflüsse verstanden, deren Auftreten und Stabilität von *kollektiven Aufmerksamkeitsprozessen* abhängig ist. Ein soziales System wäre demnach ein vorhersagbares, interpersonales, verfestigtes Muster von Interaktionen, welches auf konvergierenden Aufmerksamkeitsstrukturen einer Gruppe von Individuen aufbaut. Ein dyadisches System etwa wie eine Freundschafts- oder Liebesbeziehung beruht auf der Kongruenz des Bewusstseins zweier Personen – je ähnlicher die Aufmerksamkeitsstrukturen, desto stärker die Dyade. Zur Erzielung der Kongruenz muss allerdings ebenso wie zu ihrer Aufrechterhaltung ein bestimmtes Quantum an verfügbarer psychischer Energie eingesetzt werden. Dies gilt in gleicher Weise für größere soziale Systeme: Auch Systeme, die aus mehr als zwei Interaktionsteilnehmern bestehen, entstehen und überleben nur, wenn eine gewisse Kongruenz der Ziele und Wertsetzungen zwischen den Individuen und der Gemeinschaft durch bewusste Aufmerksamkeitslenkung in Form von Institutionen, Werten und Handlungsnormen (Erziehung, Rituale, Recht, Wissenschaft, Kommunikation) hergestellt und erhalten wird.

Alle Ordnungsstrukturen, auch die soziale Ordnung, sind beständig von Entropie bedroht; sozialen Ordnungssystemen ist deshalb die gleiche Vorläufigkeit der Existenz zu eigen wie anderen Formen von Ordnungen. Entropie bedroht beständig ihre Struktur, die nur durch weiteren Einsatz von kollektiver und oder individueller Aufmerksamkeit und Fokussierung aufrechterhalten werden kann. In diesem Ansatz von Csikszentmihalyi und Rochberg-Halton existieren eine Firma, eine Armee oder eine Nation nur so lange, wie die Mitglieder dieser sozialen Einheiten für die Ziele des Systems Aufmerksamkeitsleistungen erbringen. Die Organisation sozialer Systeme verdankt sich in dieser Perspektive gerichteten Prozessen kollektiver Aufmerksamkeit, die sich in Regeln und Statuten niederschlagen können, und damit die Aufmerksamkeitsleistungen stützen und entlasten (vgl. ebd.: 26). Die Ziele des sozialen Systems wiederum strukturieren ihrerseits die Aufmerksamkeit der beteiligten Mitglieder, indem sie deren Selbst gestalten – zum Beispiel mittels attraktiver Ziele und Handlungsmöglichkeiten, mittels Anreizstrukturen – oder alternativ über Verbote und Sanktionen. Die Beziehung zwischen sozialen Systemen und personalem Bewusstsein ist auf subtile Weise durch wechselseitiges Strukturieren und Strukturiertwerden gekennzeichnet. Individuen formen ihre Persönlichkeit durch Kultivation von kulturellen Zielsetzungen mittels dosierten Aufmerksamkeitsleistungen und entsprechender Kommunikations- und Handlungssteuerung. Andererseits veräußern sie ihre psychische Energie, indem sie diese im Arbeitsprozess in der Herstellung von Dingen objektivieren und damit zur Schaffung und Bereicherung des kulturellen Vorrats einsetzen. Wenn eine Person aufgabenorientiert arbeitet, so investiert sie dabei ein bestimmtes Quantum an gerichteter Aufmerksamkeit, an psychischer Energie für die Aufgabe – die dann für andere Ziele oder Objekte nicht mehr zur Verfügung steht. Der Akteur transferiert Teile seiner Erfahrungs-, Informationsverarbeitungs- und Zielverfolgungskapazität, und damit Teile seiner Lebenszeit in das Fokus-Objekt. Die psychische Energie wird kanalisiert und in die zu bestehende Aufgabe, in den Schaffens- bzw. Arbeitsprozess geleitet. Die verausgabte Energie kann teilweise zurückgewonnen werden, wenn infolge der »Investition« von Aufmerksamkeit eine positive soziale Rückkopplung, zum Beispiel in Form von sozialer Anerkennung, von gewonnenem Status oder gewonnener Autorität erfolgt, – oder wenn durch die Verausgabung individuelle Ziele erreicht werden, die neue Entwicklungspotenziale beinhalten.

Menschliche Energie und Schaffenskraft kondensiert also in Aufgaben und in Objekten, deren soziale Zurechnung und Anerkennung jedoch nicht durch das tätige Individuum, sondern durch den sozialstrukturellen Rahmen bestimmt ist. Enteignete oder entfremdete Objekte der Arbeit können in dieser Perspektive als enteignete oder entfremdete psychische Energie betrachtet werden – und beeinträchtigen somit die individuellen Entwicklungsmöglichkeiten.

Csikszentmihalyi und Rochberg-Halton sprechen von »entfremdeter Aufmerksamkeit«, wenn psychische Energie ohne Rückkopplung verausgabt wird, oder ohne einen Beitrag zum Kultivationsprozess zu leisten. Als Beispiele für

»entfremdete Aufmerksamkeit« dient ihnen einerseits die von Marx beschriebene Form der entfremdeten Arbeit, bei der der Entfremdungsbegriff sich sowohl auf das Arbeitsprodukt wie auf den Arbeitsprozess beziehen kann. Zum anderen nennen sie das Beispiel des entfremdeten Konsumierens – entfremdet, weil auf falscher Wahrnehmung und falschen Versprechungen beruhend. Entfremdete Aufmerksamkeit bedeutet eine verschwenderische Verausgabung an Aufmerksamkeit, bei der kein Beitrag zum Kultivationsprozess geleistet wird. Wenn die Kultur dazu anhält, mehr die attraktive Aufmachung und die immateriellen, verführerischen Werbebotschaften zu beachten als die spezifischen Eigenschaften und Funktionen des Produktes selbst, so könnte man ebenfalls von entfremdeter Aufmerksamkeit sprechen. »Entfremdet ist sie, weil letzten Endes nicht wirklich das Objekt konsumiert wird, sondern lediglich die psychische Energie des Konsumierenden.« (Ebd.: 197)

Interaktionen des Menschen mit dinglichen Objekten prägen und verändern die Lebensverhältnisse der Menschen – die Beispiele Kühlschranks und Automobil, die große Rationalisierungen des Alltagslebens in Zeit und Raum ermöglichen, machen dies besonders deutlich, doch gilt es im Prinzip für alle Objekte, die täglich gebraucht werden. *Die tägliche Nutzung persönlicher Objekte hinterlässt zeichenhafte Spuren in der Bewusstseinsorganisation*, und damit auch in der Persönlichkeit. Der Mensch gestaltet sein Selbst, indem er eine materielle »Welt« herstellt, um anschließend mit dieser zu interagieren. Die Art und Weise dieser Interaktionen zwischen Mensch und Ding beeinflusst in hohem Masse die Persönlichkeit. Ein einleuchtendes Beispiel der Autoren ist: »Jemand, der zuhause eine Schusswaffe hat, ist ipso facto ein anderer Mensch als jemand, der keine Waffe besitzt.« (Ebd.)

Der Mensch konkretisiert sich in den Dingen, die er erschafft oder erzeugt, aber auch in den Dingen, die er beachtet, die er gerne hat oder die er täglich benutzt. Besonders die Dinge in der persönlichen Wohn-Umgebung bilden ein Zeichensystem, das die Persönlichkeit ihrer Besitzer sowohl abbildet als auch formt. Die Bedeutung eines Dings erschließt sich aus dem Kontext der persönlichen Erfahrung, sie ist dem Benutzer bewusst oder bleibt implizit, in Form einer Gewohnheit. Dinge tragen zur Kultivation bei, indem sie die kognitive Ordnung des Individuums oder der sozialen Gemeinschaft unterstützen. Ein jedes bedeutungsvolles Ding ist in den Horizont des persönlichen und kollektiven Wertesystems eingelagert und erschließt seine volle Bedeutung erst vor diesem Hintergrund. Die Gefühle, die vertraute Objekte wachrufen können, sind Interpretationen der erlebten Interaktionen mit den Dingen; sie erschließen sich ebenfalls aus identitätsrelevanten Einstellungen.

Doch verfügen dingliche Symbole nicht nur über einen stabilisierenden, vertrauensstiftenden Einfluss auf das Selbst, indem sie eine kontinuierliche, stabile, selbstgewählte Umgebung schaffen, sondern ebenso über ein kulturelles Transformationspotenzial. Symbole sind in der Sichtweise des Psychoanalytikers C.G. Jung, auf den sich die Autoren hier berufen, nicht gänzlich reduzierbar auf all-

gemein Bekanntes, auf gewissermaßen »standardisierte« und standardisierende Bedeutungsverweise. Aus der Perspektive der Jung'schen Psychologie spielen Symbole für die Individualentwicklung eine formative Rolle und dienen nicht nur der – gewissermaßen mechanischen – kulturellen Anpassung. Das Kulturelle formiert sich durch den individuellen Entwicklungsprozess, das Individuelle findet sich gerade durch die Bearbeitung des Kulturellen sowie des abstrakt Menschlichen (vgl. hierzu auch die Ausführungen in Abschnitt 2.1 über Cassirers Symbolbegriff). Der Wert und Sinn von Symbolen konstituiere sich erst dadurch, dass sie Unbekanntes und werdendes enthalten, das nur hermeneutisch, in einem mehrschichtigen Prozess, erschlossen werden kann. Im Unterschied zu Freud geht die Jung'sche Psychoanalyse nicht von einer eindeutig erotischen Codierung, sondern von einer Mehrdeutigkeit der Symbole und der durch sie bewirkten psychischen Transformationen aus: »Und es macht einen Unterschied, ob die Brust durch einen Daumen, ein Schmusetuch oder ein Kaninchen repräsentiert wird. Die Analytiker haben eine entscheidende Dimension des psychischen Geschehens übersehen, insoweit sie ihr Interesse auf die Genese, anstatt auf die Funktion von Objektbeziehungen konzentrierten.« (Ebd.: 41) Ein Objekt etwa, das eine frühere Beziehung repräsentiert, habe in der Regel zusätzlich eine aktuelle sowie eine projektive, auf die Zukunft weisende Bedeutung. Dingliche Symbole erhalten ihr Transformationspotenzial aus ihrer Mehrdeutigkeit, und ebenjenes Bedeutungsgehalte und Bedeutungsschichten, die nicht gänzlich bekannt oder nicht gänzlich bewusst sind, spielen dabei eine wichtige Rolle: »Ein Symbol enthält demnach psychische Energie und transformatorisches Potenzial genau aus dem Grunde, weil ein Großteil seiner Bedeutung unbekannt oder unbewusst ist.« (Ebd.) Diese Symbole repräsentieren die Entwicklungsziele, die erst geahnt, aber noch nicht gewusst werden.

Zusammenfassend kann man zur Rolle der Dinge als Mittler zwischen Kultur und Individuum sagen: Dingliche Objekte spielen eine besondere Rolle bei der »Kultivation«: *der Subjektivierung der Kultur und der Objektivierung des Selbst*. Zum einen realisiert sich der Mensch als individuelles Selbst und kulturelles Wesen in der Herstellung von dinglichen Objekten, indem er in diesem Prozess individuelle und kulturelle Fertigkeiten und Ziele weiterentwickelt. In der Herstellung von Dingen stellt er einerseits kulturelle symbolische Ordnungen her, andererseits formt er seine (bzw. sie ihre) eigene Identität. Die Schaffung eines dinglichen Objekts ist eine kreative Ordnungsleistung stofflicher sowie symbolischer Art. Kognitive und kulturelle Ordnung wird in dieser Handlung gebraucht und verwandelt, individualisiert und stabilisiert. Dieser Aspekt stellt auf den Menschen als bewussten Schöpfer von Dingen – sowie von kultureller Ordnung und personaler Identität ab.

Zum anderen äußert sich in der Selbstverständlichkeit des Gebrauchs der alltäglichen Objekte das zutiefst kulturelle Wesen des Menschen. In der nicht hinterfragten alltäglichen Interaktion zwischen Subjekt und Objekt vermittelt sich Kultur auf oberflächlich nicht sichtbare Weise, denn die Vitalität einer Kultur be-



ruht zu einem großen Anteil darauf, »einen großen Vorrat an Gedanken und Einstellungen zur Verfügung zu stellen, die als nicht hinterfragte Annahmen existieren und die es dem Individuum ermöglichen, komplexe Informationen bei relativ geringem Grad an Selbst-Reflexion und geringer fokaler Aufmerksamkeit aufzunehmen« (ebd.: 196). Im alltäglichen, fraglosen Gebrauch von Dingen schreibt sich Kultur durch implizites Wissen über Gebrauch und Bedeutung von Objekten sowie ihre Wertsetzungen und »Aufmerksamkeitsstrukturen« hinter dem Rücken der Subjekte in ihre Handlungen ein. Hier erscheint uns der Mensch als – häufig passiver – Vollzieher von kulturellem, implizitem Wissen. Auch dieser Aspekt vermittelt sich durch die fraglose Interaktion mit Objekten.

Darüber hinaus ist die symbolische Dimension der dinglichen Objekte von besonderer Bedeutung. Dingliche Objekte dienen als Ausdrucksmittel des Selbst, häufig aber auch dem Ausdruck der nur geahnten oder angestrebten Potenziale der Person, ebenso wie Objekte der Kunst und des Kunstschaffens zuweilen nur den geahnten oder den angestrebten Potenzialen einer Kultur dienen. Csikzentmihalyi und Rochberg-Halton weisen darauf hin, dass bislang nur die statusverleihende Funktion von dinglichen Objekten, die in nahezu allen Kulturen aufträte, besonders gut untersucht sei, die symbolische Dimension von Objekten dagegen häufig vernachlässigt werde. »Obwohl also Status-Symbole einen extrem wichtigen Aspekt des ganzen Prozesses der Person-Objekt-Interaktion darstellen, ist dennoch zu bedauern, dass die Statusdimension alle anderen Prozessaspekte derart aus dem Blickfeld verdrängt hat und es somit fast unmöglich geworden ist, sich unter dem persönlichen Besitz der Menschen etwas anderes als soziale Status-Symbole vorzustellen.« (Ebd.: 46) Die Autoren kritisieren den verengten Objektbegriff der freudianischen Psychoanalyse, der eine Objektbeziehung sofort und ausschließlich in den Bezugsrahmen sexueller Symbolisation stellt, ebenso wie den häufig verengten soziologischen Blickwinkel, der in derselben Objektbeziehung fast ausschließlich eine statusspezifische Symbolik dargestellt sieht. Die zugestandene Bedeutung dieser Perspektiven sollte nicht den Blick dafür verstellen, dass die Interaktion zwischen Personen und Dingen wesentlich komplexer und dynamischer ist.

In fast allen Kulturen gibt es Objekte als Darstellungsmittel für persönliche Eigenschaften – zum Beispiel für die Kraft der Person, für Stärke, Tapferkeit, Klugheit, Kühnheit, Wissen oder Ausdauer. Dingliche Objekte können aber auch die Attraktivität, die Fruchtbarkeit oder die Fürsorglichkeit einer Person darstellen. In der Ethnologie wurde eine Fülle von Beispielen für den symbolischen Objektgebrauch in verschiedenen Kulturen zusammengetragen. Victor Turner etwa stellte bei seinen Beobachtungen der Ndembu in Afrika einen großen Symbolreichtum fest, wobei gewisse Objekte (z. B. eine bestimmte Baumart) dominante Leitsymbole darstellen. In vielen Kulturen wählt man Objekte zur Darstellung der Macht ihrer Träger, ihres Energiepotenzials, ihrer Stärke oder Klugheit. Bei den Nuer zum Beispiel ist der Speer ein zentrales Symbol für das männliche Selbst, wie Evans-Pritchard beschreibt: »Die Männer des Stammes tragen ihren

Kampf-Speer (mut) beständig in der Hand, dieser stellt einen Teil ihrer Identität dar und sie sind sehr stolz auf ihn. Sie schärfen und polieren ihn unermüdlich. »In gewisser Hinsicht ist dieses Objekt lebendig, denn es ist eine Extension und ein wahrnehmbares Symbol [...] der Stärke, Vitalität und Tugend des Individuums. Es ist eine Erweiterung des Selbst.« (Evans-Pritchard, zit. nach Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989: 44) Der Speer ist nun ein Objekt, das eine eindimensionale, psychoanalytische Interpretation als Symbol der Sexualität nahe zu legen scheint, und doch gelingt es Evans-Pritchard zu zeigen, dass seine Symbolik sich keineswegs darin erschöpft, sondern wesentlich vielschichtiger ist: Der Speer ist nicht nur eine Abstraktion und stellt nicht nur verdrängte Wünsche dar, er ist ebenfalls ein sehr konkretes, schweres und scharfes, langes und spitzes Objekt, das man zur Jagd gebrauchen, das man werfen, jonglieren oder kunstvoll herumwirbeln kann. Beim Tragen spürt man sein Gewicht; und man kann die Schönheit des Objekts sowie die Geschmeidigkeit und Anmut seines Trägers zur Schau stellen. Der Speer demonstriert persönliche Eigenschaften: Stärke, Schnelligkeit, Macht und Ausdauer sowie die Fähigkeit, Respekt einzuflößen und Kontrolle über seine Umwelt auszuüben. Doch symbolisiert der Speer nicht nur all diese Eigenschaften, er wirkt auch bei ihrer Herstellung mit: Durch das ständige Herumtragen des schweren Speers unter der heißen Sonne wird die Kraft und Ausdauer auch derjenigen trainiert, die möglicherweise nicht besonders kräftig gebaut sind. Das ständige Hantieren mit dem Speer und die Übungen, die demonstrativ zur Schau gestellt werden, verbessern ohne Zweifel die Koordination und Geschmeidigkeit ihrer Träger. Der Speer stellt somit nicht nur dar, was ist, sondern er stellt es auch her, er symbolisiert das, was sein könnte, was angestrebt und mit seiner Hilfe verwirklicht werden kann. Nach Geertz (1966) können Symbole nicht nur für die »Darstellung von« etwas dienen, sondern auch als »Modell für« vorgestellte Realität, die es erst noch zu verwirklichen gilt. Dingliche Objekte wirken aktiv auf das Selbstbild von Personen ein; dabei können sie sowohl eine produktive wie auch eine reflexive Rolle spielen.

Analoges zur Speer-Symbolik der Nuer scheint für die große symbolische Bedeutsamkeit von Automobilen in unserer eigenen Kultur zu gelten. Von Kindesbeinen an wird, vom Dreirad bis zum Motorrad oder Auto, das physische Kraftpotenzial und die Mobilität des Besitzers durch immer mächtigere Maschinen dargestellt. Die ausdauernde und symbolträchtige Pflege von Automobilen und ihre soziale Zurschaustellung in der westlichen Gegenwart lässt sich ähnlich wie den Speer-Kult der Nuer interpretieren. Man kann darin begründet ein primär narzisstisches Interesse sowie eine libidinöse, phallische Haltung sehen. Vermutlich greift diese Interpretation aber zu kurz, und der Besitzer will nicht nur seine physische, sexuelle Überlegenheit darstellen, sondern sucht einen Ausdruck für sein Selbst, das ein aktives Subjekt und nicht Objekt sein will, das auto-mobil ist und den Raum beherrscht, das viele Möglichkeiten unter Kontrolle hat. Ganz allgemein manifestiert sich darin der »Ausdruck des Eros im weitesten Sinn: Das Bedürfnis zu zeigen, dass man lebendig, bedeutsam und an seinem Platz in der

Welt nicht austauschbar ist« (ebd.: 45). Genauso wie jemand in einem neuen Kleid oder Anzug sich plötzlich attraktiv fühlen kann, so ist es möglich, sich unterwegs im eigenen Auto frei zu fühlen – dies sind bekannte Beispiele und Erfahrungen. Symbol-Objekte können nicht nur der Darstellung von vorhandenen Eigenschaften, sondern zum Ausdruck von geahnten oder angestrebten Entwicklungspotenzialen dienen. Sie können als Vorgaben für persönliche Ziele eingesetzt werden – und die meisten Menschen machen Gebrauch von dieser Möglichkeit.

## **2.7 Die Ästhetik der Dinge**

In der Herstellung und im Gebrauch von Dingen manifestiert sich Kultur: Symbolische Ordnung fließt in die Materie der dinglichen Objekten. Durch Kultivation wird Allgemeines subjektiviert und subjektive Intentionen werden objektiviert. Die Dinge fungieren dabei als Mittler im Prozess der Kultivation – ein Prozess, der Subjektivierung und Objektivierung gleichermaßen umfasst. Die symbolischen Ordnungen, die in den kulturellen Produktionsakten entstehen, sind in der Regel auch ästhetische Ordnungen – und dies ist ein Aspekt, der nicht zu vernachlässigen ist, denn gerade durch die Ästhetik der Objekte vermitteln sich die kognitiven und sinnhaften Ordnungsleistungen einer Kultur.

### **2.7.1 Die Kunst des Handelns und die Ästhetik der Kultur**

Für den Menschen als Gattungswesen ist es typisch, Probleme und Schwierigkeiten, die seine Umwelt ihm stellt, lösen zu müssen, will er als Individuum und als Kollektiv überleben. Der Mensch muss aus einer anthropologischen »Mangelsituation« heraus kreativ sein, als Individuum und als Kollektiv, da ihm qua Geburt zur Anpassung an seine natürliche Umwelt keine spezialisierten Organe für Nahrungssuche und Verteidigung, jedoch eine große Gehirnmasse mit der Möglichkeit komplexer Schaltungen mitgegeben wurde. Weder hat der Mensch spezialisierte Verteidigungs- oder Angriffsorgane noch verfügt er über ausgeprägte Instinkte, die ihm eine optimale Anpassung an seine Umwelt erlauben (vgl. Gehlen 1940). Selbst ein schützendes Haarkleid fehlt ihm am Körper (bis auf übriggebliebene Reste) – was nahezu einzigartig unter den landbewohnenden Säugetieren ist. Zudem hat der Mensch eine ziemlich lange »Aufzucht«- und Sozialisierungsphase, eine Besonderheit, die komplexe Kulturformen mit vielschichtigen Wissens- und Symbolbeständen ermöglicht, aber einige Schwierigkeiten in der Bewältigung der langwierigen und zeitintensiven Kindererziehung und -sozialisation mit sich bringt, die auch heute noch nicht befriedigend bewältigt sind, wie anhaltende Diskussionen um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zeigen. Je komplexer die Gesellschaftsform, das System der Arbeitsteilung und das Rollensystem, desto länger ist in der Regel die notwendige Sozialisations-

phase, um die kulturellen Wissensbestände zu vermitteln. Arnold Gehlen argumentierte, an die Stelle spezialisierter Organe und spezialisierter Instinkte treten beim Menschen die Institutionen der Kultur, die eine Handlungsregulierung im Sinne einer Anpassung an die Umwelt ermöglichen. Kultur und ihre Institutionen ist jedoch weniger festgelegt, deutlich weniger fixiert als Organe und Instinkte. Kultur und ihre Institutionen müssen vom Menschen aufgebaut, kollektiv geteilt und mit »Leben« gefüllt werden – nur dann »funktionieren« die kulturellen Institutionen.

Der Mensch mit seiner Ausstattung und seiner exzentrischen Positionalität gegenüber der Natur ist auf seine Fähigkeit zur Kreativität und Kooperation angewiesen – mehr als auf körperliche Stärke und die Fähigkeiten zum Kampf und zur Aggressivität. Menschen sind aufgrund der »mangelhaften« biologischen Anpassung soziale und kulturelle Wesen, sie erschaffen sich eine kulturelle Umwelt, die an ihre Bedürfnisse angepasst ist. Deshalb sind sie in der Lage, unterschiedliche Umwelt- und Lebensbedingungen zu bewältigen und verschiedenste Kulturen zu entwickeln. Soziale Strukturen und Institutionen werden etabliert und sorgen für Entlastung des Handelns, damit nicht jedes Problem des menschlichen Lebens sich im Alltag jedes Mal neu, in der gleichen Weise stellt; für viele Handlungsformen existieren somit kulturell erprobte Lösungen. In der gleichen Weise sorgen Dinge für Handlungsentlastung, da sich zum Gebrauch der Dinge in der Regel zweckmäßige Routinen herausbilden und die Dinge einen Aufforderungscharakter zu bestimmten Handlungsformen erhalten. Vor dem Hintergrund der entlastenden kulturellen Institutionen und der sozial herausgebildeten Routinen verfügen Menschen über Kapazitäten und Energien, um sich neu stellende, komplexere Probleme zu lösen. Der Energieüberschuss des Menschen, seine »formbare Energie«, um einen Ausdruck von Gehlen zu verwenden, wird nicht vollständig von kulturellen Institutionen kompensiert und geformt – sonst wäre der Mensch unfähig zu gesellschaftlichem Wandel und zur Anpassung an neue Umweltbedingungen. Ein Teil dieser formbaren Energie steht als Kreativitätsressource zur Verfügung, zur Lösung neuer oder komplexerer Probleme, ebenso wie zur symbolverwendenden, kulturschaffenden Leistung. Die *Kreativität des Handelns* ist konstitutiv in menschliche Handlungsformen, in Interaktionen und in den Wandel sozialer Strukturen eingelagert<sup>4</sup>. Durch die Interpretation und die situative Ausgestaltung struktureller Anforderungen und Aushandlungsprozesse (negotiated orders) werden die Strukturen und Symbole zum einen reproduziert und zum anderen variiert und verändert (vgl. auch Dewey 2003, Strauss 1985). Menschen sind kulturschaffende Wesen, ihre individuellen und kollektiven Handlungsweisen sind von Wissensbeständen und Symbolen geleitet, die entwickelt, interpretiert und verändert werden, um aktuelle Probleme zu lösen oder auf eine neue historische Situation zu reagieren (siehe auch Vygotsky 1978 und Mead 1980). Kreativität als Ressource ist nicht nur für Individuen, sondern auch

---

4 Zur Kreativität des Handelns vgl. grundlegend Joas 1992 und 1996.

für Kulturen überlebensnotwendig; erstarrte Gesellschaften sind an wechselnde Umweltbedingungen nicht anpassungsfähig. Kultur lebt von Kreativität innerhalb der Strukturen, von der Dynamik der Veränderung im – mehr oder weniger weitgesteckten – Rahmen der Tradition. Die Geschichte des Menschen ist voll der Zeugnisse menschlicher Kreativität, sie ist kulturell vielfältig und reich. Dies ist sie, weil schon die frühen Menschen, sobald nicht mehr die nackte Notwendigkeit des Überlebens dominierte, sondern ein Minimum an Zeit und Energie frei war, Kultur in Form von ästhetischen Objekten, Malereien, Riten oder (später) Texten schufen. Diese materielle Kultur ermöglicht Orientierung und ein sinnlich-ästhetisches Erleben; sie schafft kollektive Vorstellungswelten. Der Überschuss an formbarer Energie des Menschen, Energie, die nicht durch Triebe festgelegt ist, wie es Gehlen formulierte, manifestiert sich einerseits in entlastenden, fixierten sozialen Institutionen und andererseits in gestaltbarer und gestalteter Kultur, in Ästhetik und Kunst.

Soziale Institutionen haben die Funktion, das Handeln des Menschen zu entlasten, die soziale Ordnung zu stabilisieren und die Kooperation innerhalb des Kollektivs zu sichern. Symbolsysteme werden – passend zu den Institutionen – gebildet, um das »Chaos« der Welt geistig zu ordnen und diese Ordnung kognitiv und sinnlich vermitteln und erfassen zu können. Ästhetik ordnet die kognitive Wahrnehmung auf sinnlich erfahrbare und überzeugende Weise und besitzt deshalb kulturkonstituierende Kraft. Die unmittelbare, sinnliche Erfahrung von Kunst und Ästhetik besitzt laut Dewey »die unbegrenzte Fähigkeit, Bedeutungen und Werte aufzunehmen, die an sich und von sich aus, d. h. abstrakt gesehen, als ›ideal‹ und ›geistig‹ bezeichnet würden.« (Dewey 1998: 39) Kunst und Ästhetik, so unterschiedlich ihre Formen in den Menschheitskulturen auch sein mögen, erlauben so das unmittelbare, sinnliche Erleben kultureller Werte und kultureller Ordnung. Gleichzeitig ermöglichen sie die Erfahrung von Variation und Wandel innerhalb der Rhythmen, und das ist ebenso elementar, denn laut Dewey strebt alles Leben nach Variation, ja, der Prozess des Lebens ist Variation, denn der Mensch und seine Kultur verlange wie alles Lebendige »ebenso nach Mannigfaltigkeit wie nach Ordnung« (ebd.: 195). Die Erfahrung der Ästhetik vereint so die Widersprüche der Kultur, die Ambivalenzen des Menschen (vgl. hierzu auch Simmel 1905): Rhythmus und Variation, Struktur und Kreativität, Ethik und Sinnlichkeit. Ästhetik schafft symbolische, sinnlich erfahrbare Ordnungen, die es vermögen, das Chaos der Welt und das Chaos der Wahrnehmung zu bändigen und in eine Ordnung, einen *Rhythmus* zu überführen, in eine individuell als schön empfundene Form und in eine kollektiv geteilte Erfahrung. Nicht nur die symbolischen Inhalte sind dabei von Bedeutung, sondern in wesentlichen Anteilen vermag es *die ästhetische Form*, das vorsoziale »Chaos«, das die Kultur und Psyche des Menschen immer bedroht, zu bändigen. Ästhetik vermag es, die Wahrnehmung durch rhythmische Gliederung und die Relationierung von Formen, Farben oder Tönen, auf ansprechende Figurationen zu fokussieren und *kollektiv geteilte zeitlich-räumliche Ordnungen* zu schaffen bzw. zu stabilisieren (vgl. hierzu auch

Dewey 1998 sowie Böhme 2006). Rhythmus und Variation sind basale ästhetische Ausdrucksformen, sie binden menschliche Kultur an die Sinnlichkeit der Wahrnehmung sowie an die Ordnung der Natur und des menschlichen Körpers zurück und verleihen ihr kollektive Legitimität, Vitalität und Überzeugungskraft.

Nicht nur die *Semantik* der Symbolsysteme, auch ihre *Ästhetik* ist von Bedeutung für den Aufbau von Kultur, da durch sie kognitive Ordnungen geschaffen und sinnlich vermittelt werden. Damit kommt ihr eine grundlegende soziale Relevanz beim Aufbau, bei der Stabilisierung und der »Vermittlung« von Kultur sowie bei der Frage der sozialen Inklusion und Integration zu. Kreativität und Ästhetik sind eine Art der existenziellen kollektiven Daseinsbewältigung, die über das reine ästhetisch-sinnliche Vergnügen, das damit auch verbunden ist, hinausgeht. Deshalb gehört die Ästhetik nicht nur in den Gegenstandsbereich der Kunst und Kunstwissenschaften, sondern auch in den Forschungszusammenhang der Sozialwissenschaften. Ästhetik ist keine geisteswissenschaftliche »Luxusfrage«. Mit Ästhetik wird Kultur im sozialwissenschaftlichen Sinne überhaupt erst möglich.

### 2.7.2 Archäologischer Exkurs: Die Kunst der ersten Dinge

Das kreative Schaffen ist eine frühe Errungenschaft des Menschen, wie neuere archäologische Funde zeigen. Erst seit wenigen Jahrzehnten ist bekannt, dass die Menschen der Steinzeit nicht nur eine differenzierte Objektwelt hatten, sondern auch künstlerisch tätig waren. Obgleich anzunehmen ist, dass sich die meisten Objekte, zumal diejenigen aus vergänglichen Materialien wie Holz, Rinde, Lehm u.ä. nicht erhalten haben, gibt es einige beeindruckende Funde aus dem Jungpaläolithikum – aus der jüngsten Phase der Altsteinzeit, die in Europa auf den Zeitraum von etwa 40.000 bis 10.000 Jahren v. C. datiert wird (vgl. Müller-Beck u. a. 2001). Damit gehören nach unserem Stand der Erkenntnis ästhetische Techniken und kreative Ausdrucksweisen seit »Urzeiten« zum angestammten Handlungsrepertoire des Menschen – er verfügt seit mindestens 30.000 Jahren, seit der sogenannten »Eiszeitkunst« über ästhetisch-rituelle Ausdrucksformen. Die Ästhetik, die sich in diesen Objekten äußert, war allerdings kein reiner Selbstzweck, sondern, soweit dies heute erschlossen werden kann, mit praktischen und kultischen Motiven verbunden (ebd.; vgl. auch Floss 2005; Schürle/Conard 2005).

Die derzeit ältesten bekannten Funde von Kunstwerken stammen aus der Schwäbischen Alb und werden auf ein Alter von etwa 32.000 Jahren («Eiszeitkunst») geschätzt. Besonders beeindruckend ist der sog. Löwenmensch, eine etwa 28 cm große Elfenbein-Figur, halb Tier, halb Mensch, die sehr fein, kraftvoll und gleichzeitig in sich ruhend dargestellt ist. Daneben fand man in der gleichen Fundstätte und in der Region ästhetisch ähnlich anspruchsvoll ausgeführte Statuetten verschiedener Tiere: Pferd, Löwe, Bison, Mammut, Bär. Die Darstellung der Tiere ist gleichermaßen abstrahierend wie naturnah im Ausdruck, die Statuetten scheinen paradoxerweise Bewegung und Kontemplation zu vereinen. Die

Fundstücke werden der Periode des Aurignacien zugeordnet, eine Periode, in der der moderne Mensch (*homo sapiens sapiens*) schon in Mitteleuropa auftrat und, das ist nach heutigem Erkenntnisstand durch Knochenfunde gesichert, für einige Tausend Jahre gleichzeitig neben dem Neandertaler-Menschen lebte, bis dieser von der Bildfläche verschwand. Das Aurignacien brachte nach der derzeitigen Fundlage eine plötzliche, überraschende Blütezeit der Kunst hervor: »Am Beginn der Kunstentwicklung können durchaus Botschaften in vergänglichen Materialien gestanden haben, die nicht erhalten geblieben sind. [...] Im Aurignacien, dessen Beginn rund 40.000 Jahre zurückreicht, scheint die Eiszeitkunst plötzlich und voll entwickelt aufzutreten.« (Müller-Beck u. a. 2001: 46) Ein anderer Archäologe urteilt: »Die Kunst des Aurignacien ist komplex und – lassen wir uns einmal zu einem emotionalen Statement hinreißen – von vollendeter Schönheit.« (Floss 2005: 16) Auch das älteste gefundene Musikinstrument – eine zierliche Knochenflöte aus einem Schwanenknochen, stammt aus der gleichen Fundregion und wird auf ein Alter von etwa 38.000 Jahren geschätzt. Selbst dem Neandertaler trauen Archäologen nach neueren Funden kreatives, ästhetisches Schaffen zu: Aus dem französischen Mittelpaläolithikum gibt es Funde von Schmuckgegenständen und Farbstoffen: »Auf den Neandertaler geht intentioneller Farbgebrauch zurück« (Floss 2005: 14). Am Ende der Zeit des Neandertalers häufen sich auch die Funde von Schmuckgegenständen. Die gefundenen Farbpigmente müssen jedoch nicht ursächlich mit Malerei in Zusammenhang gebracht werden. Sie könnten auch für das Imprägnieren von Häuten und Fellen, um sie gegen Witterungseinflüsse zu schützen oder für rituelle Bemalungen des Körpers oder der Kleidung eingesetzt worden sein, wie es Ethnologen bei verschiedenen Stämmen noch in unserer Zeit vorfanden (vgl. ebd.: 32 f.; vgl. auch Levi-Strauss 1978). Praktische Aspekte bei der Gestaltung der Kleidung sowie rituelle und ästhetische könnten sich Hand in Hand entwickelt haben. Ohnehin trennt sich die Kunst von den anderen Dimensionen des Handelns, von den praktischen Zwecken oder gar der Religion, erst sehr viel später in der Geschichte. Bemerkenswert ist, dass die erste, in ihrer Art für lange Zeit einmalig gebliebene Blüte der Kunst in der Eiszeit entstand, die sicher keine optimalen Lebensbedingungen für den Menschen bot. Zudem existierten in dieser Phase zwei Menschengattungen nebeneinander – *Homo sapiens neanderthalensis* und *homo sapiens sapiens* – wobei noch nicht geklärt ist, ob diese Werke vor allem von der neuen Menschengattung »einggebracht« wurden, oder ob die Spannungen und Rivalitäten zwischen beiden Gattungen gewissermaßen katalytisch wirkten und zu einem emergenten Sprung der Kulturentwicklung führten. Die widrigen klimatischen Bedingungen der Eiszeit und die (angenommene) Rivalität zwischen den verschiedenen Menschenformen scheinen die künstlerische Betätigung nicht unmöglich gemacht, sondern sie sogar noch beflügelt zu haben – man denke an die Ausgangsthese: Der Mensch muss kreativ sein, um Probleme zu lösen. Für unser Thema ist darüber hinaus von Bedeutung, dass in dieser letzten Eiszeit, der sogenannten Würm-Eiszeit, die vor etwa 80.000 Jahren begann und vor etwa 10.000 Jahren endete,

der Mensch schon Felle für Bekleidung und Behausungen genutzt haben muss, sonst hätte er nicht in dieser sich nach Süden hin ausweitenden arktischen Klimazonen ausgeharrt und überlebt: »Ihre vielfältigen zum Kürschnern notwendigen Steinmesserformen dokumentieren dies eindeutig.« (Müller-Beck u. a. 2001: 14).

Die gefundenen Eiszeitobjekte sind ästhetisch anspruchsvoll und ausgereift, man verwendete verschiedene entwickelte Techniken und Materialien. Die Statuetten scheinen keine praktischen Zwecke gehabt zu haben, es ist jedoch ein kultureller Hintergrund zu vermuten. Eine schamanistische Vorstellungswelt der Menschen der Steinzeit scheint nahe zu liegen, da diese Formen der Weltwahrnehmung offenbar typisch für Jäger- und Sammlergesellschaften sind. Auch die dargestellten Inhalte (Tierdarstellungen und Tier-Mensch-Mischwesen) sowie die ästhetische Formensprache der grafischen Elemente (Ritzungen abstrakter Formen wie parallele Linien, Wellen- und Pfeilmuster etc. in der Oberfläche der Tiere oder an Höhlenwänden) weisen viele Ähnlichkeiten zu bekannten ästhetischen Formen und Symbolen von Jäger- und Sammlergesellschaften auf, die eine schamanistische Weltvorstellung haben (vgl. ebd.: 95 ff.). Diese Interpretationen mögen einleuchtend begründet sein, aber letztlich sind sie doch nicht mehr als Rückprojektionen und Vermutungen. In der jüngsten Diskussion wird darauf hingewiesen, dass eine monokausale Interpretation der Eiszeitkunst nicht angemessen sei: »Eine einfache Erklärung der Eiszeitkunst gibt es nicht, es gibt aber verschiedene Facetten der Interpretation, die verfolgenswert sind.« (Floss 2005: 57). Verschiedene Lebensbereiche und Werte können sich darin widerspiegeln, »seien sie emotionaler, intuitiver, sozialer, wirtschaftlicher, spiritueller oder anderer Natur, [...] die man auch unseren jungpaläolithischen Vorfahren nicht grundsätzlich absprechen sollte.« (Ebd.: 56) Weder sei eine Interpretation dieser Objekte im Sinne einer rein an der Ästhetik ausgerichteten Ausdrucksweise, wie sie in der Mitte des 19. Jahrhunderts vertreten wurde, angemessen, noch sei es angebracht, die Bedeutung der Objekte zwingend nur auf der Ebene des Transzendentalen zu suchen, vielmehr sind komplexe Motive und Kontexte denkbar. Die Eiszeitobjekte sind faszinierend als sehr früher Beleg für die Kreativität und das ästhetische Empfinden und Schaffen des Menschen, aber sie sind »auch 170 Jahre nach den ersten Entdeckungen noch weit davon entfernt, verstanden zu werden« (ebd.: 63). Erwiesen ist jedoch: Schon der steinzeitliche Mensch war künstlerisch tätig. Kreatives, symbolisches Schaffen und ästhetischer Ausdruck, die sich unter anderem auch in nützlichen Objekten manifestieren, gehören wohl zum anthropologischen Grundbestand, zum kulturell notwendigen Handlungsrepertoire des Menschen.



### 2.7.4 Wechselwirkungen zwischen ästhetischen, kognitiven und sozialen Funktionen

Kunst wurde erst in der Moderne als eigenes Handlungssystem ausdifferenziert. Im größten Teil der Geschichte des Menschen haben sich künstlerische Ausdrucksformen im engen Zusammenhang mit anderen, nicht-ästhetischen Motiven entwickelt – mit praktischen Zwecken etwa bei der Gestaltung des Werkzeugs und der Kleidung, mit religiösen und mythischen Motiven bei der Gestaltung von Kultplätzen und -objekten. Bei den historischen Funden von Bekleidung und Werkzeug wird in der Regel eine Mischung verschiedener Handlungsmotive angenommen – praktische Funktionen, kulturelle Symbolik und ästhetische Ausführungen wirkten zusammen und »arbeiteten« Hand in Hand für den gleichen sozialen Zweck. Die sinnlichen, ästhetischen Elemente sollten nach der heutigen Erkenntnislage die praktischen und rituellen Wirkungen (Abwehr, Schutz, Gelingen, Macht etc.) symbolisch und sinnlich unterstützen. Dies führt uns zu der These, dass ästhetische Ordnungen es vermögen, kognitive und damit auch soziale Ordnung zu stabilisieren. *Durch die sinnlich erfahrbare, ordnungsstiftende Kraft der Ästhetik können außerästhetische Werte und Funktionen vermittelt und in ihrer Wirkung gesteigert werden.* Kunst wurde selten als Selbstzweck, sondern in Verbindung und zur Unterstützung sozialer und funktionaler Ziele praktiziert – man beachte nur die ästhetisch erstaunlich »vollkommenen« Formen der frühen Werkzeuge aus der Stein- oder Bronzezeit, sicher ein Produkt langer Erfahrung und ausführlicher Versuchsreihen, Formen, die auch aus heutiger Sicht ästhetisch kaum mehr optimiert werden könnten. In der frühen Geschichte waren praktische, rituelle und ästhetische Aspekte ungetrennt, sie wurden nicht differenziert praktiziert. Neben den Objekten des Gebrauchs, in denen mehrere Funktionen zusammenfließen, findet sich dieser Zusammenhang auch in Ritualen, wo ästhetische Aspekte ebenfalls konstituierend für Ablauf und Sinnzusammenhang sind und zur Steigerung und Intensivierung von transzendenten kollektiven Erfahrungen eingesetzt wurden. Die Kunst wurde erst in der Neuzeit von den anderen gesellschaftlichen Feldern als Subsystem getrennt. Erst in der jüngeren Geschichte wurde sie zu einem eigenen System mit besonderem Geltungsanspruch und eigenständigen ästhetischen Regeln. So schreibt Dewey in seinem Buch zur ästhetischen Theorie, es sei ein Fehlschluss und Missverständnis, anzunehmen, »Riten und Zeremonien seien rein technische Hilfsmittel gewesen, um Regen, die Geburt von Söhnen, die Ernte und den Kriegserfolg zu garantieren. Natürlich hatten sie diesen magischen Sinn. Aber wir dürfen sicher sein, dass ihre Ausübung ungeachtet praktischer Misserfolge fortgesetzt wurde, denn sie brachten eine direkte Steigerung des Lebensgefühls mit sich.« (Dewey 1988: 40) Ähnlich argumentiert letztlich auch Malinowski in seiner funktionalistischen Begründung von Magie: letztlich zähle nicht der praktische Erfolg der Regenbeschwörung, sondern die soziale und kulturelle Integration, die sozio-kulturelle

Ordnung, die durch die magische Praxis gefestigt werde (vgl. Malinowski 1986, ähnlich auch bei Levi-Strauss 1978).

Die Sinnlichkeit der Ästhetik ist nach Deweys ästhetischer Theorie der Erfahrung elementar sowohl für den Kunstgenuss wie auch für religiöse Rituale und Zeremonien. Er behauptet, nicht die Magie oder die Religion sei der Ursprung dessen, was der archaische wie der moderne Mensch sucht, sondern umgekehrt sei die Sinnlichkeit des Erlebens in beiden Zusammenhängen handlungsleitend. In beiden Fällen werde in Ritualen oder in Objekten eine Transzendenz gesucht, die den Alltag überwindet, während die Religion selbst, die Magie oder auch andere zweckgerichtete Erwägungen eher nachgeordnet seien. Doch die Bewertung dieser Frage des »Ursprungs« hängt sicher vom Standpunkt und der »religiösen Musikalität« des Betrachters ab. Dewey weist jedenfalls dem sinnlichen Erleben in Ritual und Kunst diese ursächliche soziale Funktion zu: Selbst die religiös-vergeistigte Kunst des europäischen Mittelalters sei von einer starken, leidenschaftlichen Sinnlichkeit durchdrungen gewesen, argumentiert er – und die Wirkungen des Christentums im Mittelalter beruhten nicht zuletzt »auf dessen ästhetischer Schönheit, (die) die Dichter des lateinischen Kirchengesangs, die für ein einziges moralisches oder geistliches Gefühl hundert verschiedene sinnliche Bilder erfanden, so tief empfanden« (ebd.: 42). Der sinnliche, ästhetische Gehalt der menschlichen Praxis werde in der Moderne generell und systematisch unterschätzt, da sich die Wissenschaft in der Regel auf rein kognitive Aspekte der Praxis und des Wissens konzentriere und Sinnlichkeit und Ästhetik ausblende bzw. abtrenne und an die zuständigen randständigen Fachwissenschaften wie etwa die Kunstgeschichte verweisen.

Der Moralist habe laut Dewey noch eine Ahnung von der Leistungsfähigkeit der Sinne, auch wenn seine Moraltheorie »schief« ist – er verurteile die sinnliche Wahrnehmung, da er sie fälschlicherweise als Niederlage des Geistes und nicht als seine Bereicherung und Steigerung interpretiert. Doch Dewey beharrt auf der konstitutiven Kraft des Ästhetischen auch außerhalb der Kunst, die unerkannt auch in den »Höhenflügen der heutigen Physiker und Astronomen« stecke. Er widerspricht in diesem Punkt Kants philosophischer Fassung der ästhetischen Urteilskraft als »interessenloses Wohlgefallen«, die die ästhetische Wahrnehmung systematisch vom logischen Weltzugang trennt und plädiert für die Sichtbarkeit von Sinnlichkeit und Leidenschaft auch innerhalb der abstrakten Betrachtung und Wissenschaft sowie innerhalb der »reinen« Kunst. Seit Kant werde der Geschmacksbegriff in den Bereich der Theorie geschoben, wo er nach strengen Regeln analysiert werde – damit verschwände allerdings auch ein großer Teil des psychologischen Reizes der Objekte. Deweys Absicht ist es, das Gestaltungs- und Erkenntnispotenzial der Ästhetik sowie das ästhetische Potenzial der Erkenntnis zu reintegrieren. In der Renaissance war die Einheit von Ästhetik und Erkenntnis noch sichtbar, und gerade aus dieser Einheit gewann die Renaissance ihren kraftvollen kulturellen Schub. Im Zuge der Aufklärung wurden diese beiden Aspekte des Weltzugangs aber geschieden, die Erkenntnis wurde begrifflich als »reine

Erkenntnis« gefasst und die Ästhetik emanzipierte sich vom »Wahren« und »Guten«. Die Kunst verband sich, rebellierend gegen eingefahrene kognitive Systeme, mehr und mehr mit anderen Daseinsaspekten: mit dem »Erhabenen« (Romantik), dem »Niedrigen« (Naturalismus), dem »Häßlichen« (Realismus), dem »Formalen« (Konstruktivismus) und dem »Zufall« (Surrealismus) (vgl. Illing 2006, auch Hauser 1970).

Alle Dinge der menschlichen Objektwelt haben auch einen ästhetischen Gehalt, werden als mehr oder weniger schön erlebt. Alle Erfahrung, alles Erleben hat für den Menschen auch sinnliche und ästhetische Dimensionen. Alle Objekte und Erlebnisse werden potenziell auch in ihren ästhetischen Aspekten wahrgenommen. Doch dies ist nicht die Folge einer abstrakten, in der Moderne entwickelten oder vervollkommneten »hohen Ästhetik«, die sich von Sinnlichkeit und Emotion emanzipiert und gelöst habe. Die später entwickelten ästhetischen Prinzipien sind lediglich die »Ausdifferenzierung des in der Tiefe der Vorgeschichte wurzelnden ästhetischen Sinns, der sich schon an sehr alten Werkzeugen zeigt. *Die Schönheit (oder Unschönheit) der Gebrauchsdinge ist die Wurzel aller Kunst.* Design ist nicht die niedrige Verwandte der Kunst, sondern ihr Ursprung und Grund« (Böhme 2006: 110, Hervorh. durch A.B.). Wer sich davon überzeugen möchte, kann dies in einem Museum der Ur- und Frühgeschichte. Dort finden sich Faustkeile, Hämmer und andere Werkzeuge, die mehrere tausend Jahre alt sind, und die in sich ästhetisch (und praktisch) ausgewogen und vollkommen sind. Formen, die nicht mehr verbessert, sondern nur noch differenziert – im Sinne eines spezifischeren Gebrauchs – werden können. Ästhetische Form und praktische Funktion fielen in der Frühgeschichte zusammen (dieses Prinzip wurde nicht im Bauhaus erfunden, sondern lediglich »neu erfunden« und industriell interpretiert), beide Gegenstandsaspekte waren optimal gestaltet, mit viel Sinn für das Detail, hohem handwerklichen Können und hohem Einsatz von Arbeitszeit. »Instrumente sind nicht nur Mittel zur Beherrschung eines Natursegments, sondern sie figurieren auch diese Beherrschung.« (Ebd.: 112) Deshalb waren die Werkzeuge technisch effektiv *und* symbolisch expressiv, Technik und Ästhetik als zwei Seiten des Gleichen, beides zusammen Form und Ausdruck der Daseinsbewältigung. »Die Hand kann mithin seit der mittleren Steinzeit zwanglos in zwei Matrizes operieren: der technischen Matrix des operativen Handelns und der ästhetischen Matrix der bedeutungsvollen Figuration. Die Trennung in diese zwei Seiten erfolgt kulturgeschichtlich erst spät.« (Ebd.) Ästhetik ist somit als eine Kulturtechnik zu sehen, die durch gestaltete Form und rhythmische Gliederung zeitlich-räumliche Ordnungen schafft; diese Ordnungen werden in die Gegenstände »eingeschrieben«. Die kulturelle Ordnung manifestiert sich über die Verwendung ästhetischer Gestaltungsprinzipien in den Objekten und teilt sich ihrem Nutzer und Betrachter alltäglich und selbstverständlich auf bildlich-haptische Weise mit.

Doch in welchem Verhältnis stehen solch frühe Praktiken zu dem, was wir heute als Kunst verstehen? Wir wollen uns an dieser Stelle auf eine kurze Dis-

kussion des Begriffs »Kunst« einlassen. Vielfach wird von den Kunstexperten der Moderne der Beginn der »richtigen« Kunst erst in der Renaissance gesehen, als sich das ästhetische Schaffen des Menschen von den klerikalen Fesseln befreite und seine Eigengesetzlichkeit entwickeln konnte. In der Moderne wurde diese Entwicklung weitergeführt und führte zu vielen Stufen der ästhetischen Innovation. Die Provokation und Auflösung der als etabliert und klassisch geltenden Regeln war dabei durchaus treibendes Motiv und führte zu einer schrittweisen Befreiung aus Traditionen und Konventionen, später zu einem Angriff auf verschiedene soziale Tabus (vgl. Geschichte der Schönheit und der Schönheitsbegriffe z. B. Eco 2004). Der Kunstbegriff der Moderne betont die Innovation, den Selbstzweck des Ästhetischen, den permanenten Regelbruch sowie die immerwährende »Neuerfindung« dessen, was Schönheit und Ästhetik ist. Zudem propagiert der bürgerliche Kunstbegriff der (Hoch-)Moderne eine entsinnlichte Kunst, die rein »geistig« rezipiert wird, mit der von Kant beschriebenen Haltung des »interesselosen Wohlgefallens«, losgelöst ist von allen Zwecken. In einer Reaktion auf diese Entwicklung werden heute, in der späten Moderne, wieder das Ritual in der Kunst inszeniert, die Emotion und der Exzess gesucht (vgl. ebd.). Der Kunstbegriff der Moderne scheint vielfach allzu eng und einschränkend gefasst zu sein; heute sucht man wiederum seine Grenzen zu überwinden. Angemessener und einleuchtender sind kunstsoziologische Analysen, die mehr Spielraum für verschiedene Beziehungen zwischen Ästhetik einerseits und außerästhetischen Funktionen und Werten andererseits vorgesehen haben und damit auch beschreiben können.

Die strukturalistische Kunstsoziologie von Jan Mukařovský etwa unterscheidet zwischen ästhetischer Funktion und außerästhetischen Motiven und Rezeptionskontexten. Sie beschreibt die verschiedenen Möglichkeiten der Verknüpfungen zwischen ästhetischen und sozialen Regeln sowie die Dynamiken, die sich daraus ergeben (vgl. Mukařovský 1970). Neben »praktischen Funktionen« unterscheidet Mukařovský eine »theoretische«, auf Erkenntnis zielende und eine »symbolische«, eine mittelbar wirkende Funktion von Objekten. Jeder beliebige Gegenstand und jedes beliebige Geschehen kann zum Träger ästhetischer Funktionen werden und, möglicherweise neben anderen Funktionen, in seiner ästhetischen Dimension wahrgenommen werden. Der Bereich des Ästhetischen ist dabei nicht mit Kunst gleichzusetzen. In der Kunst überwiegen zwar die ästhetischen Funktionen der Werke, oft sind daneben aber auch andere Funktionen (zum Beispiel sakrale) vorhanden. Die reine Kunst, die von allem »Ballast« befreit wurde, die *l'art pour l'art* des Ästhetizismus, die Kunst als Selbstzweck und gleichzeitig als Lebensform propagierte, ist nach Mukařovský nur eine Möglichkeit unter mehreren, die Beziehung zwischen Ästhetischem und Außerästhetischem zu fassen, eine Extremform und historische Ausnahme, die dem »Wesen« der Kunst nicht näher oder weiter stünde als andere Konzepte von Kunst. Daneben gibt es viele weitere Varianten der Beziehung von Ästhetik und außerästhetischen Werten und Normen. Im Bereich der sakralen Kunst etwa muss sich das

Ästhetische dem religiösen Gedanken unterordnen, im Bereich der Portraitmalerei muss es sich der Darstellungsabsicht sowie sozialen Erwartungen fügen. Auch Alltagsobjekte wie Kleidung, Möbel, Automobile oder Essen haben ästhetische Komponenten – nahezu alle Lebensbereiche können potenziell zum Träger ästhetischer Funktionen werden. In Mukařovskýs Modell ist die menschliche Tätigkeit »polyfunktional« gefasst, sie ist von verschiedenen Motiven und Funktionen bestimmt. Auch der Umgang mit Objekten ist polyfunktional, das heißt, dass bestimmte Objekte, die praktischen Zwecken dienen, ästhetische Aspekte beinhalten können, oder auch entgegen ihren ursprünglichen Funktionen »zweckentfremdet« werden können. Nicht alles lässt sich aus den materiellen Eigenschaften des Objektes ableiten, der Rezeptionskontext und die Regeln der Rezeption und des Gebrauchs spielen eine große Rolle dabei. Objekte können »verfremdet« werden, indem sie in einen völlig anderen sozialen Kontext mit differnten Regeln gestellt werden, wie zum Beispiel die »objects trouvés« von Marcel Duchamp. Mukařovský unterscheidet die ästhetischen Funktionen eines Objekts von der ästhetischen Norm: Dies sind ästhetische Regeln, die Anspruch auf allgemeine Gültigkeit erheben, etwa Rezeptionsbedingungen, die definieren, was als Kunst betrachtet und was ausgeschlossen wird. Die ästhetische Norm befindet sich in einem Spannungsverhältnis zwischen Geltung und Normbruch, speziell in der Moderne, wo Ästhetik immer wieder neu erfunden wird, indem die Regeln der Konstruktion und Rezeption laufend und systematisch gebrochen und verschoben werden.

Daneben ist in Mukařovskýs kunstsoziologischem Modell der Begriff des »ästhetischen Werts« von Bedeutung, der sich aus einer zeitbezogenen und einer zeitunabhängigen Komponente zusammensetzt. Schon Baudelaire unterschied die beiden Komponenten der Ästhetik: das ewig Schöne und das »vergänglich« Schöne. Das »ewig Schöne« kann sich nur in zeitbezogener, »modischer« Gestalt zeigen, ohne diese variable, in ihrer Zeit verwurzelte Komponente wäre es als »Essenz« nicht goutierbar, nicht zugänglich und nicht verständlich: »Das Schöne besteht aus einem ewigen, unveränderlichen Element, dessen Anteil äußerst schwierig zu bestimmen ist, und aus einem relativen, zufälligen Element, das man wechselweise oder zusammen als Epoche, Mode, Geist, Leidenschaft bezeichnen mag...« (Baudelaire, zitiert nach Bovenschen 1986: 22) Kunstwerke, deren Bedeutung und Schönheit ihre Epoche überdauern, müssen vielschichtig sein, und über viele Sinn- und Bedeutungsanschlüsse verfügen. Sie werden immer wieder neu in zeitbezogenen Kontexten interpretierbar, immer neu im Zeitgeist platziert – das erkannten beide, Baudelaire wie auch Mukařovský. Die ästhetische Theorie Mukařovskýs sieht in Kunstwerken, die als Kunst dauerhaft, scheinbar zeitunabhängig, geschätzt werden, einen hohen »unabhängigen ästhetischen Wert«. Wenn im Objekt außerästhetische Konflikte verarbeitet werden, die sich immer wieder neu und zeitbezogen lesen lassen, so sei eine Spannung vorhanden, die auch in neuen Kontexten überlebt und auf neue Weise »sprechen« kann. Damit sei der unabhängige ästhetische Wert des Werks hoch. Je spektaku-

lärer und »modischer« ein Kunstwerk zum Zeitpunkt seines Erscheinens, desto schneller kann es auch veralten, wenn der Zeitgeist sich wieder ändert. Autoren und Künstler, die von ihrem sozialen Kontext unabhängiger sind, die sich wenig an das Zeitbezogene, an die Moden ihres Umfelds, anpassen, haben somit eine höhere Chance, mit ihrem Werk zu überdauern. Auch diese Künstler können sich nur in der Sprache und Symbolwelt ihrer Zeit äußern, sonst werden sie nicht verstanden, allerdings sind die im Werk eingebauten und verarbeiteten Spannungen und Konflikte gewissermaßen tiefer liegend und eröffnen größere Rezeptionsspielräume. Jeder Zeitkontext wirft ein anderes Licht auf das Werk, neue Tönungen und Schattierungen können daran entdeckt werden. Dies wird deutlich am Beispiel der Werke von Shakespeare, die sich immer wieder neu interpretieren lassen und in jedem Kontext neue Bedeutungsvarianten gewinnen können.

Mukařovský stellte schon zu seiner Zeit – in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts – schnelle Veränderungen der ästhetischen Wertordnungen fest, seitdem hat sich das Tempo unbestritten nochmals beschleunigt. Nachdem die enge Bindung und die Abhängigkeit des Künstlers von seiner auftraggebenden Trägerschicht gelockert wurde, gewann die Kunst Autonomie und konnte sich als eigenständiges Reflexionssystem etablieren. Erst als sich die Kunst von der vormals bestehenden Einheit zwischen Künstler und Publikum löste, konnte die autonome Kunst der Moderne entstehen. Auch die moderne Kunst braucht eine Trägerschicht, ein Milieu, in dem sie sich entwickeln kann – wie die Boheme, die ihre Identität aus der Abgrenzung von der wohlgeordneten bürgerlichen Lebensweise schöpft und deren Mitglieder sich gegenseitig in einer möglichst extravaganter Kunstauffassung und Lebensführung bestärken. Hier konnte eine exzessive Kreativität gedeihen, die ständige, sich beschleunigende Innovationen hervorbringt (vgl. Featherstone 1991) und somit einerseits in Widerspruch zur gängigen Populärkultur geriet, andererseits aber durch das Prinzip der Innovation auch zum Motor und Vorbild von Mode und Kulturindustrie wurde.

»Das ästhetisch »Schöne« wurde in der Menschheitsgeschichte lange an das normativ »Gute« geknüpft, an die »gute« und »sittliche« Lebensform im Denken der Antike beispielsweise. Das Schöne und das normativ Richtige fielen zusammen. Seit der Herauslösung der Kunst aus ihrer religiösen Einbindung und aus der Verpflichtung auf religiöse Symbolik, die in der Renaissance geschehen ist, gilt dies nicht mehr. Jedoch ist die Kunst auch seitdem durchaus in der Lage, immer wieder neue und vorübergehende Verbindungen mit quasi-religiösen, normativ begründeten Denkformen einzugehen und schöpft aus diesen, in ihrem Gehalt häufig sogar anti-modernen Impulsen, ihre Vitalität. Umberto Eco schreibt etwa in seiner »Geschichte der Schönheit« über die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts: »So nimmt eine regelrechte Religion Gestalt an, und unter der Devise *l'art pour l'art* setzt sich die Idee durch, dass die Schönheit ein erstrangiger, um jeden Preis zu verwirklichender Wert ist, was so weit geht, dass für viele das Leben selbst als Kunstwerk gelebt werden muß. [...] Die Bühne betritt eine Generation von Priestern der Schönheit, welche die romantische Sensibilität zu extremen Konsequenzen

führen, indem sie all ihre Aspekte verschärfen und zu einem Punkt der Auszehrung führen« (Eco 2004: 330).

Die Kunst hat sich zwar von der einengenden Moral, aber nicht von existenziellen Inhalten getrennt und versucht in einer Übersteigerung romantischer Impulse, die beunruhigendsten Seiten des Lebens, wie Krankheit, Tod, das Dunkle, das Dämonische und das Entsetzliche in die Ästhetik zu integrieren und »all diese Aspekte im Lichte der Schönheit (zu) erlösen« (ebd.). Auch für das 20. Jahrhundert, als dessen vorantreibenden ästhetischen Grundwiderspruch die Spannung zwischen der Ästhetik der Provokation und der Ästhetik des Konsums gelten kann, sind dominante quasi-religiöse Strömungen in der Kunst festzustellen. Wenn der Künstler bei Performances oder Happenings seinen eigenen Körper inszeniert, indem er ihn zum Beispiel ritzt oder verstümmelt, oder wenn das Publikum in ambitionierte Licht- und Klangereignisse einbezogen wird, würden in Ecos Sicht »Zeremonien ritueller Natur veranstaltet [...], nicht unähnlich den antiken Mysterienriten, die nicht die Betrachtung von etwas Schönerem, sondern eine quasi religiöse Erfahrung bezwecken, wenn auch im Namen einer primitiven und fleischlichen Religiosität, der die Götter fehlen« (ebd.: 417). Die Kunst der Moderne enthält eine subkutane Auseinandersetzung mit religiösen Fragen, zum Teil mit den eigenen religiösen Traditionen, zum Teil mit der Religion außereuropäischer Kulturen. Immer wieder spannend sind die neuen Verbindungen (und Auflösungen) zwischen Kunst als Konstruktion und Dekonstruktion (sowie Destruktion im Tabubruch), aber auch von Kunst als These und Antithese sowie von Kunst als Religion und Anti-Religion.

#### **2.7.4 Ästhetik und Kreativität der Massenkultur**

Im 20. Jahrhundert mit seiner sich ausbreitenden Populärkultur, der Massenproduktion und dem wachsenden Wohlstand werden die Bedeutung und der Avantgarde-Anspruch der Boheme nach und nach unterlaufen, nicht zuletzt unter dem Einfluss der amerikanischen Kultur in Musik und Film. Hochkultur und Massenkultur beginnen sich an vielen Stellen zu kreuzen und zu überschneiden. »Der elitären Hochkultur tritt eine immer breiter wirksame Massenkultur gegenüber.« (vgl. Münch 2000) Die Populärkultur distanziert sich teilweise von der Hochkultur, gewinnt ihr gegenüber Eigenständigkeit und Legitimität. Die Massenkultur befindet sich wiederum in engen wirtschaftlichen Zwängen; sie steht in Abhängigkeit von der Kulturindustrie und muss sich finanziell unter allen Umständen lohnen – insofern löst sich damit eine mögliche Erwartung einer relativen Freiheit und Unabhängigkeit der Entwicklung der modernen Kultur sogleich wieder auf. Geblieben sind der Tabubruch, die Innovationen in der Kunst und in der Mode, von denen die Objekte der Populärkultur zehren, denn alles Modische nutzt sich bei seiner massenhaften Verbreitung schnell wieder ab und muss durch Neues, durch scheinbar »Niegesehenes« ersetzt werden. Insofern gebrauchen die

Mode und die Objekte der Massenkultur Mechanismen, die in der modernen Kunst entwickelt und erprobt wurden. Die Innovationskraft der Kunst wirkt vorbildhaft auf die Massenkultur: Kulturelle Innovationen, ästhetische Provokationen, die Befreiung der Seh- und Hörgewohnheiten aus traditionellen Fesseln, auch der inszenierte »Bedeutungsüberschuss« künstlerischer Objekte, die sich deshalb besonders gut als Projektionsfläche für Sehnsüchte und Illusionen eignen, figurieren als Vorbild (vgl. hierzu auch Ullrich 2006).

Auf der anderen Seite macht aber die Massenkultur, im Gegensatz zur Kunst, die Verschränkung von Ästhetik mit anderen Lebensbereichen deutlich: In den Objekten der Populärkultur treten ästhetische Aspekte nach wie vor ungetrennt von praktischen und sinnlichen auf. Die begehrte Dingwelt, die Musik, die Literatur, die Kleidermode der Massenkultur erhebt nicht – wie Kunstobjekte, die gerade dadurch definiert sind, dass sie dem Alltag »entrückt« werden – den Anspruch, von allen Bedürfnissen, von allen Urteilen, von allen Handlungsformen des Alltags frei zu sein, auch nicht »interessenlos« im Sinne Kants zu sein und weit über der alltäglichen Praxis zu stehen. Der künstlerische Wert von Alltagsobjekten und Produkten der Populärkultur ist in Fachkreisen umstritten, weil nicht ästhetisches Experimentieren ihr Zweck ist, nicht die radikal neue Form, sondern – neben der Provokation, dem Neuen, das in der Mode aufscheint und in der Massenkultur sogleich ästhetisch »gezähmt« wird – eben auch das Gefällige, das Massentaugliche und Verkaufbare, die ästhetisch risikolose Wiederholung. Der modernen Massenkultur und ihren Moden scheint somit eine weitere Paradoxie innezuwohnen: die Verbindung der ästhetischen Provokation mit dem kleinsten ästhetischen Nenner der Massentauglichkeit, die Mischung aus normativer Kritik eines Rebellentums meist jugendlicher Subkulturen und der verkaufsfördernden Geborgenheit bekannter und weitverbreiteter Formen.

Die ästhetische Qualität der Produkte der Massenkultur wird deshalb häufig bestritten, als »Kitsch« etwa im Gegensatz zur »Kunst« bezeichnet (vgl. Illing 2006). Doch der englische Forscher Paul Willis sieht gerade in der Verbindung von ästhetischen und praktischen Zwecken, die sich in der Massenkultur repräsentiert, ihre großen Vorteile, denn dadurch erlaube sie auch den barrierefreien Zugang. Im Gegensatz zur Hochkultur sei die Populärkultur nicht in »elitären«, inhaltsleeren Formen erstarrt, die vor allem der Distinktion dienen und – häufig genug – ästhetisch und semantisch nicht wirklich verstanden und aufgenommen werden, sondern bleibe immer in die menschliche Praxis, in die Alltagswirklichkeit eingebettet. Die Massenkultur ist nach Willis symbolisch reich und komplex – und sie ist im Unterschied zur Hochkultur dem Alltag und seinen Handlungsweisen wesentlich zugänglicher. Die Waren der Kulturindustrie seien für das »Volk« hergestellt, um Tauschwerte zu realisieren, und damit müssen sie sich für den materiellen oder symbolischen Gebrauch eignen, sonst böten sie keine Kaufanreize, keiner würde sie sonst konsumieren. Andererseits sind sie als Waren hergestellt und von dieser Warenform geprägt – und unterliegen damit spezifischen Restriktionen: Die Ästhetik der Objekte und die Möglichkeiten des Ge-



brauchs stehen nicht unbedingt im Vordergrund, sondern müssen sich Faktoren wie Produktionskosten, Absatzmärkten und Gewinnchancen unterordnen.

Doch bieten laut Willis die Produkte der Massenkultur, da sie keine Zugangsbarrieren errichten, wesentlich mehr Möglichkeiten für die »symbolische Vermittlung« und stärkere Ansatzpunkte für die »elementaren Ästhetiken« und damit für die Kreativität des Alltags – fernab von Distinktionsmotiven. Damit wird die Massenkultur lebendiger, sie bietet sich für symbolische Arbeit und symbolisches Vergnügen an – im Gegensatz zur »offiziellen Kultur«, die außerhalb ihrer Zeit stehe, und jeder sinnlichen Vermittlung, jedem Gebrauch und damit auch der Kreativität des Handelns entrückt sei, so Willis. »Die Institutionen und Praxen, auf denen »Kunst« beruht, scheinen geradezu darauf angelegt, all jene lebendigen Zusammenhänge oder Möglichkeiten abzuschneiden, die eine elementar-ästhetische Aneignung erlauben würden«, schrieb Paul Willis vor mehr als zwanzig Jahren (ebd. 1991: 43).

Diese Beobachtungen von Willis sind wohl nicht mehr ganz aktuell: In den vergangenen 20 Jahren hat ein Wandel in der Interpretations- und Rezeptionspraxis, eine Aktualisierung der »Hochkultur« stattgefunden, die diese Kulturbestände wieder dem breiten Publikum zuführen möchte – angefangen von der »historischen Aufführungspraxis« klassischer Musik bis zu einer Reihe von Neuverfilmungen Shakespearscher Stücke, die ein Massenpublikum fanden. Diese Aktualisierung und der Anschluss an massentaugliche Events und Kulturformen mag man zum Teil beklagen, zum Teil begrüßen – die Grenzen zwischen Hochkultur und Populärkultur werden auf jeden Fall neu ausgelotet. Auch in den Museen hat sich an den Formen der Darbietung und Präsentation vielerlei verändert: Durch neue Methoden der »museumspädagogischen Vermittlung« werden Objekte und Kunstwerke weit sinnlicher, praxisbezogener und anschaulicher sowie weniger textorientiert dem Betrachter dargeboten – oftmals attraktiver, doch nicht immer unbedingt an der Kunst, am Gegenstand und seinen eigenen Regeln und Forderungen orientiert. Willis' Kritik läuft heute ein Stück weit ins Leere. Die Impulse für die veränderte Praxis der Hochkultur, für eine aktuellere, erneuerte Lesart der »Hochkultur«, die bildlicher, farbiger und alltagsnäher, gleichzeitig aber auch als »authentischer« und »historischer« angesehen wird und einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden soll, stammen ohne Zweifel aus der Populärkultur – was nicht nur von Nachteil ist. Durch diesen Prozess gewinnt die Rezeption Distanz zu überlebten Distinktionsansprüchen, zur erstarrten Rezeption einer elitären Trägerschicht. Durch die symbolische Übersetzungsleistung, die zum Teil für das größere Publikum, zum Teil zugunsten historischer Neuinterpretation oder historischen Neuentdeckungen Anpassung und Aktualisierung vorgenommen werden, gewinnen die Objekte an Ausstrahlungskraft, an neuen Färbungen und Attraktivität. Andererseits verschwimmen aber die Grenzen und damit der Schutzraum der »Hochkultur« und die Logik der Ökonomie gewinnt auch hier Dominanz. Markt- und Image-Überlegungen dringen mehr und mehr in die Sphäre der »klassischen Bildungsbestände«, der Kunst und der

historischen »Schätze« ein und drohen die Besonderheit dieser Objekte und die Abgeschlossenheit ihrer »heiligen« Sphäre zu zerstören. Die Impulse aus der Populärkultur, ihre expressiven Mittel, können zwar helfen, die Hochkultur zu erneuern und sie einem breiteren Publikum nahe zu bringen, doch andererseits wird der eigenlogische Raum der Kunst gegenüber dem Regiment des reinen Marktes verkleinert; in diesem schwierigen Dilemma stecken heute wohl viele Kulturschaffende und -verwaltende.

Willis jedenfalls beharrte darauf, dass nicht unbedingt alles an der Populärkultur und ihrer Objektwelt zu verurteilen sei: »Dieser kommerzielle Prozess mag, euphemistisch formuliert, seine Nachteile haben, aber er bietet den elementaren Ästhetiken wesentlich mehr, als es die Offizialkultur tut.« (ebd.: 44). Gerade die Einheit von ästhetischen, praktischen, rituellen und sinnlichen Motiven, die vielerlei Ansatzpunkte für die symbolische Kreativität des Alltags bietet, sei der große Vorteil der Populärkultur. Der Geist, den der Kommerz aus der Flasche ließ, stößt bei allen Nachteilen und Risiken vielfach kreative Prozesse an.

Doch bevor die Frage nach der Kreativität der Massenkultur abschließend aufgegriffen wird, geht es im nächsten Kapitel zunächst einmal um die *Dinge der Moderne, die durch die Warenform geprägt und der Mode unterworfen sind*. Es wird die spannungsreiche Wechselbeziehung von Mode und Moderne zum Thema und die Frage nach der ökonomischen Rolle der Mode im Kapitalismus gestellt. Dienen die Mode und ihre Warenwelt sowie die Produkte der Kulturindustrie lediglich dem ökonomischen und symbolischen Erhalt und der Reproduktion des Kapitalismus und halten die Subjekte unmündig, wie etwa Horkheimer und Adorno («Alles ist eins»), oder auch Baudrillard («Der Tod des Subjekts») meinten? Erzeugt die kapitalistische Warenwelt Phantasmagorien und eine Art säkularer Religion, einen »nicht entsöhnenden Kultus«, wie Walter Benjamin schrieb? Oder ist die innovative Kraft der Mode befreiend, da sie Individualisierung und einen souveränen Umgang mit Traditionen ermöglicht? Ist sie sogar untrennbar mit der Kreativität des Menschen, mit autonomen Schöpfungsprozessen im Alltag und der Dynamik eines eigenständigen, authentischen kulturellen Wandels verbunden, wie Paul Willis und mit ihm die englischen Cultural Studies behaupten?

### **3. Die Warenform der Dinge: Konsum und Mode in der Moderne**

---

In der Moderne sind die dinglichen Objekte durch eine Doppelform gekennzeichnet: Zum einen sind sie nach wie vor Dinge, die man gebrauchen kann, und die neben dem Nutzwert möglicherweise auch einen symbolischen oder rituellen Wert haben. Zum anderen sind sie innerhalb kapitalistischer Strukturen als Waren produziert worden. Der Warencharakter schreibt sich den Dingen materiell und symbolisch ein, bestimmt ihre Beschaffenheit – Material, Formen und Farben – sowie den Arbeits-, Gestaltungs- und Fertigungsprozess in der Massenproduktion. Die Objektwelt unterliegt damit ökonomischen Gesetzen und spezifischen Bedingungen und Restriktionen. Auch die Kultur der Dinge, ihre symbolische Ausgestaltung und Wirkung bleibt keineswegs frei von den Signaturen der kapitalistischen Produktion: Die Welt der dinglichen Objekte ist in nie gekanntem Ausmaß dem Prozess der Mode unterworfen, einem kulturellen Prozess, der für beständige formale Neuerungen und für eine sich erneuernde Nachfrage nach den Produkten der kapitalistischen Massenproduktion sorgt.

Eine der »grundlegend strittigen« Fragen in der Fachdiskussion um die »Mode« ist die Frage der Beziehung zwischen Mode und Kapitalismus. Viele einschlägige Autoren meinen, Mode sei eine Erfindung der Moderne und grenzen diese ab gegen »traditionelle« Formen der Bekleidung wie etwa die Tracht oder die Arbeitskleidung (vgl. etwa Lehnert 1999, Hollander 1994, Esposito 2004). Mehrfach wurde schon auf die etymologische Verwandtschaft der beiden Worte »Mode« und »Moderne« hingewiesen und dies als Hinweis auf die enge Verknüpfung der beiden Phänomene genommen. Die Verknüpfung von Kapitalismus und Mode wird unterschiedlich begründet: Das erste Argument lautet, ohne Mode keine Märkte; die Mode als Anreizmechanismus für ökonomische Gewinnrealisierung sei zentral für den späten Kapitalismus (3.1.). Die Kulturindustrie und die Mode sei darüber hinaus als Herrschaftsinstrument und »Verblendungszusammenhang« notwendig für den Kapitalismus und die Legitimation seiner Herrschaft, so die Position der Kritischen Theorie (3.2.). Ganz ähnlich eine neuere

Position der Theoriediskussion von Jean Baudrillard, der die Prozesse der Mode für selbstreferentielle Codes und Simulationen hält, in einer Gesellschaft, der die Realität abhanden gekommen sei (3.3.). Eine ideologiekritische Sichtweise auf die Mode, die die durch den Kapitalismus erzeugten Phantasmagorien beleuchtet, findet sich auch bei Walter Benjamin, der gewissermaßen das historische Bindeglied zwischen den beiden davor diskutierten Ansätzen bildet. Im Anschluss daran werden die Illusionskraft der Warenwelt und ihre Funktion als Projektionsfläche für Wünsche und Sehnsüchte, die an die Verführungen eines geschickten Marketings anknüpfen, diskutiert: Kapitalismus als Religion? (3.4.) In einer positiv-affirmativen Variante einer theoretischen Verbindung von Mode und Moderne, die daran anschließend rezipiert wird (3.5.), werden Innovation und Kontinuität für die Kultur der Moderne als zentral angesehen.

### 3.1 Mode und modernes Wirtschaftssystem

Eines der grundsätzlichen Argumente für die Verknüpfung der Mode mit der Moderne besagt, dass die Mode eng mit der Entstehung des Kapitalismus und mit den ökonomischen Interessen an aufnahmefähigen Märkten und steigenden Absatzmöglichkeiten verbunden sei. Stellvertretend für diesen Ansatz soll hier die schon etwas ältere, aber durchaus einleuchtende Argumentation von Werner Sombart skizziert werden. Sombart hat als einer der Ersten den Begriff »Kapitalismus« verwendet und den »terminologischen Durchbruch« für diesen Begriff in der wissenschaftlichen Diskussion erreicht<sup>1</sup>. Sombart unterschied 1902 in seinem Hauptwerk »Der moderne Kapitalismus« verschiedene Phasen des Kapitalismus, die heute noch geläufig sind: den Früh-, Hoch- und Spätkapitalismus. Von besonderer Bedeutung sind auch seine 1922 veröffentlichten Studien zum Thema »Luxus und Kapitalismus«, worin er Luxus und Verschwendung – wohl in einem bewusst gesetzten Kontrapunkt zu Max Webers Schrift über die »Protestantische Ethik und den Geist des Kapitalismus« – als eine zentrale Ursache und gewissermaßen als Geburtshelfer des modernen Kapitalismus betrachtet. Im ausgehenden Mittelalter, so seine These, wandle sich das Verhältnis der Geschlechter, romantische Leitbilder entstehen und die Liebe, die vorher in der göttlichen Ordnung einen festen Platz hatte, wurde säkularisiert. In der Folge treten Liebe und Ehe auseinander. Damit werde die Grundlage geschaffen für die erotische Liebe, die Figur der Maitresse trete auf die historische Bühne, und mit ihr Prunk, Verschwendung und Luxus sowie eine besondere »Anfälligkeit« für Mode. Eine

---

1 Vgl. zur Begriffsgeschichte Hilger 1995: Zuerst findet sich der Begriff Kapitalismus in der wirtschaftsreformerischen Literatur der französischen Revolutionszeit (Erstbeleg im Lexikon von Richard 1842), in England ist sein Auftauchen spätestens 1854 belegt. In Deutschland taucht er zum ersten Mal bei Rodbertus 1869 auf, in Form eines Adjektivs allerdings schon ab 1864 (kapitalistischer Betrieb, kapitalistische Hilfsmittel). Sombart schaffte mit seinem Werk »Der moderne Kapitalismus« 1902 den großen Durchbruch für diesen Begriff.

Tendenz der »Verhäuslichung« und »Feminisierung« des Luxus werde dominant, und durch die weibliche Prägung des Luxuskonsums komme es zu einer Versinnlichung und Verfeinerung der Kultur. Auch sei der vermehrte Konsum exotischer Waren wie Zucker, Schokolade, Kaffee und Tee durch die »Feminisierung« des Luxus zu erklären, und mit diesen Waren blühe der Fernhandel einerseits und die Raffinerien als Proto-Industrien in Europa. Im 18. Jahrhundert steigerte sich der Luxus, gerade in der öffentlichen Zurschaustellung, »ins Maßlose« – das ist auch die Zeit der kapriziösesten Mode und des aufwendigsten Putzes. Die ersten »blühenden« Industriezweige waren eng mit dem Luxus verbunden: die Seidenindustrie, die Spitzenindustrie, die Spiegelfabrikation und die Porzellanindustrie; daneben waren noch von Bedeutung die Glasindustrie, die Zuckerindustrie und großbetriebliche Gold- und Silbermanufakturen (vgl. Sombart 1983/1922: 171 ff.). Alle diese Gewerbezüge wurden »spätestens im Laufe des 18. Jahrhunderts in die kapitalistische und sehr häufig auch großbetriebliche Form überführt« (ebd.: 177). Die Herausbildung des modernen Wirtschaftssystems sei somit aufs Engste verbunden mit dem wachsenden Luxuskonsum. Ein Grund dafür liegt in der Absatzstruktur: Weil der Luxuskonsum einem starken Wechsel des Geschmacks, der Mode unterliegt, komme es oft zu Absatzstockungen, auch sei die Produktion immer wieder neuen Anforderungen ausgesetzt. »Die kapitalistische Organisation ist nun aber viel eher als das Handwerk imstande, sowohl ungünstigen Konjunkturen standzuhalten, als günstige auszunutzen.« (Ebd.: 193). Hinzu kommt, dass der Fernhandel mit Luxusgütern häufig von Kosmopoliten betrieben wurde bzw. es oft zu industriellen Gründungen in der Fremde kam. »Der Fremde spielt bei der Entstehung der modernen Industrie [...] die entscheidende Rolle« (ebd.), denn diese Neugründungen entstanden oft außerhalb der alten Zunft-Schranken und außerhalb der Netzwerke der ortsansässigen Handwerker, die Unternehmen konnten damit leichter auf eine neue, »rationale« Planung und Betriebsweise umgestellt werden. Somit sind nach Sombart der Luxus und die Mode entscheidend an der »Geburt des Kapitalismus« beteiligt.

Im Jahr 1902 erschien von Sombart nicht nur sein Hauptwerk »Der moderne Kapitalismus«, sondern auch der Aufsatz »Mode und Wirtschaft«, worin er die Bedeutung des Phänomens der Mode in der nun entfalteten kapitalistischen Produktionsweise untersucht. Der Kapitalismus habe die Muster und Gewohnheiten des Bedarfsgüterverbrauchs stark verändert. Die großindustrielle Herstellungsweise der Güter sowie die Herausbildung breiter Schichten mit einer jeweils ähnlichen Lebensweise habe zu einer Standardisierung der Produkte, zu einer Vereinheitlichung des Bedarfs und letztlich auch zu einer »Uniformierung des Geschmacks« geführt. »Die Auflösung alles ständischen und landschaftlichen Wesens durch die moderne kapitalistische Entwicklung führt auch zu einer Nivellierung alles Geschmacks« so Sombart 1902 (S. 5 f.), wobei der urbane Stil die Oberhand über den bäuerlich-funktionale oder das ländlich-kleinstädtische gewinne. Sombart spricht auch von der »Urbanisierung des Consums«. Für den großstädtischen Bedarf charakteristisch sei seine aufgrund der Anonymität des

Lebens und der zahlreichen, aber unpersönlichen sozialen Kontakte viel größere Unstetigkeit und Wandlungsfähigkeit (vgl. hierzu auch Simmels Ausführungen zur Großstadt). Mit den Veränderungen der Technik und der äußeren Lebensbedingungen sowie einer größeren Mobilität im Leben der Menschen habe die Lust am Dauerhaften, Festen, Soliden abgenommen. Es sei deshalb eine Tendenz entstanden, die Gegenstände »leichter, weniger für die Ewigkeit berechnet« zu fertigen. Schließlich sei auch ein neuer Menschenschlag herangewachsen, der die innere Rastlosigkeit und Unruhe verstärkt auch in der äußeren Gestaltung des Lebens ausdrücken möchte. »Überall rascher Wechsel der Gebrauchsgegenstände, der Möbel, der Kleider, der Schmucksachen. Man ist heute schon ein konservativer Mann, wenn man seine Stiefel zweimal besohlen lässt, und über die Braut wird gespöttelt, die noch wie ehemals die Hemden und Tischtücher von starkem Leinen dutzendweise in ihrem Wäscheschranke aufstapelt.« (Ebd.: 8 f.).

Sombart scheint dieser Entwicklung durchaus kritisch gegenüberzustehen, wie es in der Soziologie gute Tradition ist (vgl. z. B. auch Simmel über die Rückwirkungen des Geldes als abstraktes Tauschmittel auf die Lebensweise und Beziehungen der Menschen), wenn er schließlich konstatiert: »Wir wollen den Wechsel unserer Gebrauchsgegenstände. Es macht uns nervös, wenn wir ewig ein und dasselbe Kleidungsstück an uns oder unserer Umgebung sehen sollen. Ein Abwechslungsbedürfnis beherrscht die Menschen, das oft geradezu zur Rohheit in der Behandlung alter Gebrauchsgegenstände ausartet.« Die Beziehungen der Menschen zu den Gegenständen entbehren mehr und mehr einer starken, gemütvollen Bindung. Jedoch sei diese Entwicklung kein Ausdruck der freien Entscheidung der Menschen mehr, sondern eine »soziale Tatsache« im Durkheim'schen Sinne geworden, die sich dem Einzelnen aufzwingt: »Er wechselt, weil er wechseln muss.« (Ebd.: 10). Die Mode sei demzufolge keine individuelle Erscheinung, sondern eine kollektiv-soziale, die Wandel *und* Uniformität hervorbringe: »Jede Mode zwingt immer eine große Anzahl von Personen, ihren Bedarf zu unificieren, ebenso wie sie sie nötigt, ihn früher zu ändern, als es der einzelne Konsument, wäre er unabhängig, für erforderlich halten würde.« (ebd.: 11).

Sombart folgert aus den beschriebenen Phänomenen, dass es einer Theorie der Mode bedarf, welche nicht nur ihre Irrationalität, ihre Zufälligkeit und ihre willkürliche Idiolatrie thematisiert, wie bis dato üblich, sondern ihre ökonomische Bedeutung systematisch auszuleuchten in der Lage ist. Er beginnt sogleich eine derartige Theorie der Mode zu entwerfen. Zweifellos sei die Mode keine Erfindung des 19. Jahrhunderts, sondern viel früher entstanden, jedoch habe sich die Mode erst »seit einem Menschenalter« voll entfalten können. Diese moderne Mode sei charakterisiert durch folgendes: Erstens durch die Fülle von Gebrauchsgegenständen, auf die sie sich erstreckt, zweitens durch die absolute Allgemeinheit der Mode, die sich nicht mehr auf bestimmte Stände und Klassen beschränkt und drittens durch »das rasende Tempo des Modewechsels« (ebd.). Der Wechsel der Damenmode bis zu fünf Mal pro Saison sei keine Seltenheit mehr, schreibt Sombart. Als treibende Kraft des Wechsels der Mode verortet Sombart

den »capitalistischen Unternehmer«, der, will er in der Konkurrenz mithalten, seinen Kunden stets das Neueste bieten muss. Bei den Herstellern und Verkäufern werde ein »wahres Neuerungsfeber« geschaffen. »Man saugt sich das Blut aus den Nägeln, martert das Hirn, wie es denn möglich zu machen sei, immer wieder und wieder etwas ›Neues‹ [...] auf den Markt zu werfen.« (Ebd.: 20). Zum Beweis zitiert Sombart aus den einschlägigen Schriften der Textilbranche, worin über die erschwerten, weil beständig »Neuerungen« fordernden Bedingungen der Musterung berichtet wird, wo doch alles Neue doch schon durchgespielt sei. Doch trotz dieser Klagen, so Sombart, liege der rasche Wandel im Interesse der Hersteller, denn durch die Mode werde ein fiktiver Vorsprung der Produkte erzeugt, wo ein wirklicher Vorsprung nicht oder nur schwer zu realisieren wäre. »Es ist immerhin noch leichter, eine Sache anders, als sie besser oder billiger herzustellen.« (Ebd.: 21) Außerdem werde die Kaufneigung der Kunden enorm vergrößert, wenn das neue Angebot Abweichungen in Formen und Farben gegenüber dem früheren enthält. Dann werde gekauft, auch wenn das alte Kleid oder das alte Jackett eigentlich noch gut ist. Schließlich sei der Kaufanreiz noch zu steigern, wenn der Ware der Anschein höherer Eleganz verliehen werde, indem der Stil der höheren Schichten kopiert werde. Von diesem Verfahren machten Industrielle ausführlich und in zügigem Tempo Gebrauch, um ihren Absatz zu steigern.

An dieser Stelle seiner Argumentation formuliert Werner Sombart wohl als Erster die Grundzüge einer Theorie der Mode, die noch heute sehr gebräuchlich und unter dem Begriff »trickle-down-theory« bekannt geworden ist. Dieser Ansatz, den etwa auch Pierre Bourdieu verwendet und weiterentwickelt hat, beschreibt den modischen Wechsel als Ergebnis eines Spiels der Distinktion und Nachahmung zwischen den gesellschaftlichen Schichten: »Denn da es eine bekannte Eigenart der Mode ist, dass sie in dem Augenblick ihren Wert einbüßt, in dem sie in minderwertiger Ausführung nachgeahmt wird, so zwingt diese unausgesetzte Verallgemeinerung einer Neuheit diejenigen Schichten der Bevölkerung, die etwas auf sich halten, unausgesetzt auf Abänderungen ihrer Bedarfsartikel zu sinnen. Es entsteht ein wildes Jagen, dessen Tempo in dem Maße rascher wird, als die Productions- und Verkehrstechnik sich vervollkommen, nach ewig neuen Formen. Kaum ist in der obersten Schicht der Gesellschaft eine Mode aufgetaucht, so ist sie auch schon entwertet dadurch, dass sie die tiefer stehende Schicht zu der ihrigen macht: ein unterbrochener Kreislauf beständiger Revolutionierung des Geschmacks, des Consums, der Production.« (Sombart 1902: 23) Nicht nur die Hersteller, auch die Händler bedienen diesen Mechanismus der sozialen Nachahmung der oberen Schichten. So sei es beispielsweise eines der beliebtesten Manöver der »Grands magasins«, Kleiderstoffe oder sonstige Modartikel, »nachdem die allererste Hochfluth der Nachfrage in den führenden Kreisen der ganzen und halben Welt vorüber ist, in grossen Posten bei den Fabrikanten zu bestellen, so dass sie ihn erheblich billiger beziehen, und ihn dann als Lockartikel zum Selbstkostenpreise abzugeben: die Folge ist, dass alle Damen, die gerne à la

mode sich kleiden oder einrichten möchten [...] nun die Gelegenheit begierig ergreifen, [...] die dann natürlich aufgehört hat, überhaupt noch von »anständigen« Menschen benutzt werden zu können« (ebd.). Doch neben diesem – letztlich unpersönlichen – Kreislauf von Nachahmung und Absetzung, neben diesem Spiel der Schichten um Eleganz, Innovation und Einfluss, sei der Konsument am Spiel und am raschen Wechsel der Mode eher wenig beteiligt. Die eigentliche, *die treibende Kraft im Spiel der Mode sei der kapitalistische Unternehmer*, der die statusbezogenen und ästhetischen Bedürfnisse der Kunden zu bedienen und für sich zu nutzen wisse. Auch die stilprägende Rolle der Eliten oder von »impulsgebenden« Randgruppen sei eher zufällig und marginal: »Die Leistungen der Pariser Cocotte und des Prinzen von Wales tragen durchaus nur den Character der vermittelnden Beihilfe« (ebd.: S. 19); die Grundzüge der modernen Mode seien jedoch aus dem Wesen der kapitalistischen Wirtschaftsordnung heraus zu erklären.

Sombarts Theorie der Mode besteht aus einem Geflecht von sozio-kulturellen Faktoren und ökonomischen Interessen und Anreizen. Die soziokulturellen Elemente seiner Erklärung wie etwa die schichtenspezifischen Geschmacks- und Konsummuster, die Mobilität und Anonymität des Lebens in den Großstädten und das Spiel zwischen Eliten und den ihnen nacheifernden ärmeren Schichten, sind zwar anschaulich und treffend geschildert, besitzen jedoch lediglich einen untergeordneten systematischen Erklärungswert. Die ökonomischen Interessen am Absatz der Produkte bestimmen letztlich die Mode und das Spiel des Geschmackswandels und stehen in dieser Perspektive als treibende Kraft des Wandels an erster Stelle. Und so schließt Werner Sombart seinen Aufsatz »Wirtschaft und Mode« mit den berühmten, häufig zitierten Worten: »Die Mode ist des Capitalismus liebstes Kind: sie ist aus seinem innersten Wesen heraus entsprungen und bringt seine Eigenart zum Ausdruck wie wenig andere Phänomene des socialen Lebens unserer Zeit.« (Ebd.: 23)

### **3.2 Kulturindustrie und Mode als »Verblendungszusammenhang«**

Die Auffassung, dass die Mode und moderne Kulturerzeugnisse in erster Linie den Interessen des kapitalistischen Wirtschaftssystems dienen, wurde in der Nachkriegszeit aufgegriffen und zugespitzt. In der Perspektive der Kritischen Theorie etwa, die hier stellvertretend etwas ausführlicher dargestellt werden soll, bildet die Kulturindustrie ein mehr oder weniger geschlossenes System, das vorgefertigte Kost für die Massen herstellt und letztlich die realen Ausbeutungsverhältnisse stabilisiert. Der Individualismus der modernen Kultur und der Freiheitsbegriff werden als lediglich oberflächliche Phänomene angesehen, als eine Ideologie, die der Verschleierung der tatsächlichen Verhältnisse dient. Eine ähnliche Perspektive findet sich auch im französischen Poststrukturalismus. Bei



Baudrillard etwa, der diesen Gedanken noch radikalisiert, ist von der Abschaffung des Individuums und der Verflüchtigung der Realität die Rede; das Individuum in seinem Narzissmus wird nur noch als Knotenpunkt in den Kulturströmen betrachtet und ist dem übermächtigen System ohne Widerstand ausgeliefert.

Doch zunächst zur Perspektive der Kritischen Theorie, die die Wirkungsweise der Kulturindustrie und ihrer Erzeugnisse analysiert. »Alle Massenkultur unterm Monopol ist identisch, und ihr Skelett, das von jenem fabrizierte begriffliche Gerippe, beginnt sich abzuzeichnen,« schreiben Horkheimer und Adorno in der Dialektik der Aufklärung – ein Buch, das im Exil in Amerika in den letzten Jahren des zweiten Weltkriegs entstand, unter dem Eindruck der nationalsozialistischen Herrschaft in Deutschland einerseits und der amerikanischen Kulturindustrie und ihrer Produkte andererseits (Horkheimer/Adorno 1988, erstmals 1947 veröffentlicht: 128). In der Perspektive von Horkheimer und Adorno sind die Mode und die Produkte der Kulturindustrie im Kapitalismus eine Art Opium für das Volk, das sich mit deren Hilfe über die realen Ausbeutungsverhältnisse hinwegzutäuschen vermag. Gerade diejenigen Produkte, die »demokratisch« für die Massen produziert werden, dienen letztlich am meisten der Kontrolle der arbeitenden Schichten und »kleinen Leute«. Die Selbstverständlichkeit und Geläufigkeit der Kulturprodukte und ihr blinder Konsum verschleierte ihre tatsächliche Wirkung auf die betrogenen Massen: »Kultur ist eine paradoxe Ware. Sie steht so völlig unterm Tauschgesetz, dass sie nicht mehr getauscht wird; sie geht so blind im Gebrauch auf, dass man sie nicht mehr gebrauchen kann. Daher verschmilzt sie mit der Reklame. Je sinnloser diese unterm Monopol scheint, umso allmächtiger wird sie.« (ebd.: 171). Die Kulturprodukte werden fraglos konsumiert, ihr Warencharakter werde trotz seiner Offensichtlichkeit nicht mehr erkannt, da die Masse das blinde Vergnügen und die Ablenkung von der harten Arbeitsrealität suche. Kultur und Werbung gehen im Spätkapitalismus tendenziell eine Einheit ein (aus heutiger Sicht eine geradezu prophetische Erkenntnis), gerade deshalb treten der kommerzielle Charakter und die ökonomischen Interessen an der Kultur nach und nach in den Hintergrund und werden als solche nicht mehr erkannt.

Der Wechsel der Moden, der den Eindruck des Wandels erzeuge, sei in diesem Prozess nur die ewige Wiederkehr der immer gleichen, normierten Ideen und Gedanken, die sich mit den allgemein konsumierten Kulturprodukten dem individuellen Bewusstsein gewissermaßen zwingend aufdrängen. Die Kontrolle des im System Erlaubten und Legitimen sei durch den Konsum der standardisierten Kulturprodukte gewissermaßen von einer zentralen Instanz in das Bewusstsein des Individuums verlagert worden und dadurch umso wirksamer. »Das Bedürfnis, das der zentralen Kontrolle etwa sich entziehen könnte, wird schon von der des individuellen Bewusstseins verdrängt.« (Ebd.: 129). Die propagierte Selbstständigkeit des Individuums, die sich beispielsweise in den städtebaulichen Projekten ausdrückt, die jedem seinen eigenen genormten, individuellen Lebensraum zubillige, habe ideologischen Charakter und unterwerfe das Individuum aufgrund der Verschleierung der Herrschaftsverhältnisse um so gründlicher der

Macht des Kapitals. Der Individualismus in der modernen Kultur sei nur ein vor-dergründiger, vorgeschobener, in Wahrheit ist nichts individuell. Das Individuum und seine Freiheit, zu entscheiden und zu wählen, sei letztlich bloße Illusion, es herrsche eher eine Art »Pseudoindividualität«. An anderer Stelle heißt es bei Horkheimer und Adorno, die Individuen seien eigentlich gar keine solchen, »sondern bloße Verkehrsknotenpunkte der Tendenzen des Allgemeinen« (ebd.: 164). Die individuelle Abweichung werde in Wirklichkeit nicht goutiert, zumal eine Abweichung, die von mangelnder Integration ins System zeuge: »Wer hungrt und friert, gar wenn er einmal gute Aussichten hatte, ist gezeichnet. Er ist ein Outsider, und, von Kapitalverbrechen abgesehen, ist es die schwerste Schuld, Outsider zu sein« (ebd.: 159). Das Individuum werde nur soweit »geduldet«, wie seine rückhaltlose Identität mit der Allgemeinheit nicht in Frage stehe. »Die Kulturindustrie hat den Menschen als Gattungswesen hämisch verwirklicht. Jeder ist nur noch, wodurch er jeden anderen ersetzen kann: fungibel, ein Exemplar. Er selbst, als Individuum, ist das absolut Ersetzbare, das reine Nichts, und eben das bekommt er zu spüren, wenn er mit der Zeit der Ähnlichkeit verlustig geht.« (Ebd.: 154)

In einer für die Beobachter merkwürdigen Umkehrung der Dinge und in scheinbarer Offenheit dienen die kommerziellen Interessen noch zur Erklärung und Legitimation des im kulturellen Sinne »billigsten« Produktes. Die Wahrheit, dass sie nichts sind als Geschäft, werde offengelegt und als Ideologie verwendet, die »den Schund legitimieren soll, den sie vorsätzlich herstellen« (ebd.: 128 f.). Die Kulturprodukte wirken dabei zugunsten der Herrschenden effektiver, als jedes andere Mittel es könnte: »Die Konsumenten sind die Arbeiter und Angestellten, die Farmer und Kleinbürger. Die kapitalistische Produktion hält sie mit Leib und Seele so eingeschlossen, dass sie dem, was ihnen geboten wird, widerstandslos verfallen. [...] Unbeirrbar bestehen sie auf der Ideologie, durch die man sie verklavt. Die böse Liebe des Volks zu dem, was man ihm antut, eilt der Klugheit der Instanzen noch voraus.« (Ebd.: 141 f.) Die Flucht des Volkes in die irrealen Welten der Kulturindustrie sei keine Flucht aus der Realität, sondern Flucht vor dem letzten Gedanken an Widerstand: »Vergnügtsein heißt Einverständnis« (ebd.: 153).

Die Mode und die Kulturprodukte sind in dieser Perspektive eine Art Betäubungsmittel für das Volk. Filme und Cartoons sollen die Konsumenten an die »harte Realität« der Arbeit und der Ökonomie gewöhnen: »Sofern die Trickfilme neben Gewöhnung der Sinne ans neue Tempo noch etwas leisten, hämmern sie die alte Weisheit in alle Hirne, dass die kontinuierliche Abreibung, die Brechung allen individuellen Widerstandes, die Bedingung des Lebens in dieser Gesellschaft ist. Donald Duck in den Cartoons wie die Unglücklichen in der Realität erhalten ihre Prügel, damit die Zuschauer sich an die eigenen gewöhnen.« (Ebd.: 147) Freizeit und Amusement stellen unter der Hand gar die Verlängerung des Arbeitsprozesses dar, denn sie werden von Menschen gesucht und konsumiert, die den Anforderungen der mechanischen Arbeitsprozesse ausweichen wollen,

um ihnen von neuem gewachsen zu sein. Was sich beim Konsum der Kulturprodukte einprägen, sei die *automatisierte Abfolge genormter Verrichtungen*, eigentlich Abbilder der Arbeitsvorgänge, die nur vordergründig etwas anderes darstellen. »Das Vergnügen erstarrt zur Langeweile, weil es, um Vergnügen zu bleiben, nicht wieder Anstrengung kosten soll und daher streng in den ausgefahrenen Assoziationsgeleisen sich bewegt. Der Zuschauer soll keiner eigenen Gedanken bedürfen: das Produkt zeichnet jede Reaktion vor.« (Ebd.: 145)

Letztlich werde in den Kulturprodukten und in der Mode nur das Immergleiche reproduziert, der Wandel der Mode sei nur ein oberflächlicher, scheinbarer. »Das Neue an der massenkulturellen Phase [...] ist der Ausschluss des Neuen. Die Maschine rotiert auf der gleichen Stelle.« (Ebd.: 142) Das Unerprobte werde als ökonomisches Risiko ausgeschaltet, jede Differenz zugunsten einer »Selbstähnlichkeit« ausgemerzt. In diesem System dominiere das Vordergründige, der handwerkliche Effekt und das technische Detail. Der Effekt, der Aufmerksamkeit heische und den »Geist« durch die übermäßige Strapaze *einer* Grundidee ausmerze, stehe im Zentrum. Vorher, in der bürgerlichen Kultur, sei das Detail gegenüber dem Ganzen emanzipiert gewesen, und habe etwa harmonische Kontrapunkte in der Musik, einzelne Farbstimmungen in der Malerei oder Sprachbilder in Texte eingebracht, die das Gesamtwerk gleichzeitig komplexer und in sich stimmiger gemacht hätten. Das Detail habe gegen das Ganze und seine Idee verstoßen können, es sei aufsässig gewesen, ein Träger des Einspruchs, der im Ganzen wieder aufgehoben wird. Dieser Grad der Differenzierung sei nun nicht mehr erkennbar: »Dem macht die Kulturindustrie durch Totalität ein Ende. Während sie nichts mehr kennt als die Effekte, bricht sie deren Unbotmäßigkeit und unterwirft sie der Formel, die das Werk ersetzt. Das Ganze tritt unerbittlich und beziehungslos den Details gegenüber, etwa als die Karriere eines Erfolgreichen, der alles als Illustration und Beweisstück dienen soll, während sie doch selbst nichts anderes als die Summe jener idiotischen Ereignisse ist. [...] Gegensatzlos und unverbunden tragen Ganzes und Einzelheit die gleichen Züge. Ihre vorweg garantierte Harmonie verhöhnt die errungene des großen bürgerlichen Kunstwerks.« (Ebd.: 133 f)

Nicht ohne Grund haben die Autoren das Bild der Unterdrückung des Details durch die Totalität des Ganzen gewählt, sondern mit der Absicht, den Gedanken von Freiheit und Individualismus, der den üblichen Kulturprodukten zugrunde liegt, als Ideologie zu entlarven. Aus diesen Zeilen spricht wohl auch ein gewisser Kulturschock, eine Reaktion der Befremdung des bildungsbürgerlich geprägten Europäers nach intensivem Kontakt mit amerikanischen Massenprodukten. That's Hollywood, möchte man vom heutigen Standpunkt aus den Autoren zurufen, was ist daran verwunderlich? Die üblichen, für die breite Masse hergestellten, schlichteren Produkte, sind so gebaut, ja. Und die beschriebene schlichte Wirkung auf das Gemüt entfalten sie sicherlich, das mag man je nach Standpunkt als Verblendung und Unterdrückung oder als seltsame Form der Sozialintegrati-

on bezeichnen. Das alles ist für uns heute selbstverständlich und Bestandteil der modernen Kultur; nichts zum Wundern oder zum »theoretischen Stolpern«, oder?

Die sehr sprachmächtige und analytisch bestechende Kraft der Schrift von Horkheimer und Adorno besitzt auch für den heutigen Leser Faszination, auch wenn sich bei kritischer Lektüre die Frage aufdrängt, wie diese totalitäre, unhinterfragte Herrschaft des Systems über die ihm völlig ausgelieferten Subjekte zustandekommt und welche Akteure diese Herrschaftsmechanismen und Instrumente so absichtsvoll und geschickt installiert haben und in Gang halten. Welche Macht, welcher Herrscher übt diese blinde Herrschaft, die totale Kontrolle der Subjekte, aus? Die Kritik der Autoren distanziert sich so radikal und vollständig von der zeitgenössischen Gesellschaft und Kultur, deren Teil die Autoren schließlich auch sind, dass zu fragen ist, wie denn, grundsätzlich gedacht, innerhalb dieser »totalen« Kultur, die die Individuen so unentrinnbar prägt, eine kritische Position überhaupt möglich ist. Die Erfahrung des Nationalsozialismus, die Stigmatisierung und Verfolgung, die mit dem Exil verbundene Entwurzelung der Autoren mögen hier etwas ermöglicht haben, was in der Logik der Ideologiekritik ein zentrales Paradoxon, etwas empirisch nahezu Unmögliches darstellt: die radikalkritische Position, die sich gewissermaßen *außerhalb der Kultur* befindet, die frei ist von den Prägungen ihrer Zeit bzw. mit diesen nur eine kontrapunktische Verbindung (durch die Kritik) eingeht.

Interessant ist, dass Jean Baudrillard, der im Kontext anderer theoretischer Diskussionen zu verorten ist, in mancher Hinsicht zu ähnlichen Analysen und Schlussfolgerungen kommt, wie im nächsten Abschnitt auszuführen sein wird. Baudrillard wurde nicht sozial stigmatisiert und verfolgt, nimmt jedoch *denkerisch* eine radikale Position jenseits aller klassischen politischen Rechts-links-Einteilungen ein; er bricht in seinen Schriften immer wieder Erwartungen und Normen nicht nur des Wissenschaftssystems, sondern auch zentrale moralische Wertsetzungen seiner Zeit. Baudrillard ist ein philosophischer agent provocateur, er widerspricht den Auffassungen des Zeitgeistes bewusst an vielen Stellen und stellt sich auf *fiktive* Positionen und Beobachtungsorte *außerhalb der Kultur*.

### 3.3 Die Simulationen der Mode

Jean Baudrillard wird den französischen Poststrukturalisten zugeordnet. »Es bleibt jedoch zweifelhaft, was dies bedeutet« (Schetsche/Vähling 2006: 67) angesichts nur geringer Gemeinsamkeiten in den theoretischen Grundpositionen der »Poststrukturalisten«. Sein früher Mentor war Henri Lefebvre, ein »unorthodoxer Marxist«. In Baudrillards Werk finden sich daneben Einflüsse des Existenzialismus, des Strukturalismus, der Psychoanalyse und der Phänomenologie; daneben verweist er selbst auf Affinitäten zum Situationismus – einer Gruppe von Avantgarde-Künstlern und Intellektuellen um Guy Debord. In seinen Schriften finden sich jedoch auch viele andere Stränge und vielfältige Auseinandersetzungen mit

verschiedenen klassischen und modernen Denkern. Baudrillard selbst jedoch geht sehr sparsam um mit expliziten Bezugnahmen, er verzichtet möglichst auf Verweise und das Zitieren anderer wissenschaftlicher Werke. Baudrillard, so scheint es manchmal, »steht theoretisch auf niemandes Schulter, sondern letztlich nur für und in gewisser Weise wohl auch auf sich selbst« (ebd.: 68). Doch die absolute Freiheit und Eigenständigkeit der Analysen ist natürlich nur eine Illusion; Fakt ist, dass Baudrillard den Theoriebestand seiner Disziplin und seiner Zeit kennt und dessen gedankliche Elemente in seinen Schriften (selbstverständlich) verwendet – und diese dabei auf eigenständige und zuweilen auch eigenwillige Weise weiterentwickelt.

Alles ist Teil der Simulation, auch die Moden der Warenwelt. Ein sich selbst produzierendes und selbstbezügliches System gibt alle Wahl- und Antwortmöglichkeiten bereits vor. Kreative Akte können nicht mehr stattfinden, auch gibt es keine wirkliche Entscheidung. Soziale Kontrolle funktioniert in diesem System so geschlossen, dass ein Standpunkt außerhalb nicht mehr möglich ist. Die Neuerungen und Innovationen der Mode sind deshalb nur scheinbare, sie sind in den vorgesehenen Möglichkeiten und Systemzuständen schon eingeschlossen (ähnlich wie bei Horkheimer und Adorno). Zu den Simulationen zählen neben der Mode und der Werbung verschiedene andere Phänomene: die Medien, andere ästhetische Phänomene wie die Architektur und Inneneinrichtung der Häuser, Einkaufszentren und – das System der politischen Ökonomie insgesamt. Die Referenzlosigkeit der Simulakra dehnt sich auf alle Bereiche der Lebenswelt aus. Ähnlich wie bei Horkheimer und Adorno stehen auch bei Baudrillard Medien, Presse, Film und Fernsehen an zentraler Stelle der Analyse, auch bei ihm kommt den Individuen in der spätmodernen Gesellschaft die Freiheit abhanden, sich als souveräne Mitglieder der Gesellschaft zu informieren, zu entscheiden und zu handeln.

Gesellschaftliche Macht wird in Baudrillards Ansatz nicht mehr im sozialen Raum ausgeübt, sondern geht in der späten Moderne auf die Herrschaft der Zeichen über. Modelle und Codes dominieren das soziale Geschehen, diese wiederum sind nur Gegenstände zufälliger Kombinationen und Permutationen. Die Ausbreitung und Variation der Codes erfolgt zufällig und absichtslos, gewissermaßen »blind«, ohne die ordnende Hand eines Subjekts, das Einfluss oder Macht ausübt. In diesem Prozess multiplizieren sich die Codes und vermehren dabei beständig Kontingenzen: »Alle Interpretationen sind wahr; ihre Wahrheit besteht darin, sich in einem erweiterten Kreislauf auszutauschen, und zwar nach Maßgabe von Modellen, denen sie selbst vorgeordnet sind.« (Baudrillard 1978: 31) Im Akt der Vervielfältigung verschwinden Differenzen. Negationen des Bestehenden werden lautlos integriert, ohne das System zu stören oder in Frage zu stellen. Ein Außen oder Gegen existiert nicht mehr. Baudrillard geht von einer mehrfach gegliederten Ordnung von künstlichen Zeichenwelten aus. Das Simulakrum erster Ordnung sei im Wesentlichen ein Abbild, das in direkter Beziehung zum bezeichneten Gegenstand steht, so wie die Karte eine Landschaft abbildet. Diese

erste Phase der Simulationen basiere auf dem Prinzip der Imitation, ihren Höhepunkt sieht Baudrillard in der Renaissance, »par excellence eine Epoche des Theaters« (Baudrillard 1991b: 83). Das Simulakrum zweiter Ordnung sei kein Abbild mehr, sondern ersetze den simulierten Vorgang mit neuen Formen der Produktion und Reproduktion. Das Simulakrum zweiter Ordnung und seine Herrschaft beginnen laut Baudrillard mit der industriellen Revolution. Die Logik der Gesellschaft werde auf Arbeit und Produktion gegründet, Natur ist nicht mehr Gegenstand der Imitation, sondern das zu beherrschende Objekt. Mit den dabei entstandenen dominanten Mechanismen der Produktion und Reproduktion beginne die Auflösung des Realen. Das Simulakrum dritter Ordnung beherrsche unsere spätmoderne Zeit und treibe die »Agonie des Realen« weiter voran. Weder Nachahmung noch Serialität spielen noch eine große Rolle, die Codes haben sich jetzt vollständig verselbstständigt. In der selbstreferentiellen Reproduktion der Zeichenwelten entstehen unendliche Variationen der Codes, die überzeugender, klarer und strukturierter wirken als die Realität. Die Codes sind hyperreal und verdrängen – zum Beispiel durch ihre Allgegenwart und Überzeugungskraft der Massenmedien – das Reale. Künstlich produzierte und reproduzierte Welten gewinnen damit die Oberhand, Baudrillard nennt diese Welten *Hyperrealität*. Das Individuum ist nicht mehr länger handelndes Subjekt, sondern nur noch Teil eines Netzwerks von Codes und Simulationen, ähnlich wie ein Computerterminal nur noch Abrufstation der Informationen aus dem Netz ist.

*Auch die Dinge verflüchtigen sich in die immaterielle Welt der Zeichen.* Konsumiert werden letztlich keine materiellen Objekte mehr, sondern nur noch immaterielle Güter, deren Träger die Warenobjekte sind. Baudrillard sieht Konsum und Verbrauch als einen Prozess der systematischen Manipulation von Zeichen, als eine vorrangig idealistische Praxis an. Die Marke oder das Image des Produktes transportiere mit Hilfe der Werbung Affekte, die das Unterbewusstsein der Konsumenten ansprechen wie der Weihnachtsmann die kindliche Phantasie berühre, selbst wenn das Kind nicht mehr daran glaubt. Ganz ähnlich werden auch die Erwachsenen von den Medien und der Werbung verführt, indem Affekte geweckt und angesprochen werden. Selbst wenn man kritisch ist und der Werbung distanziert gegenüber steht, kann man sich ihrer Verführungskraft kaum entziehen – wer wird schon nicht gerne verführt und verbal umsorgt? Die Manipulation von Zeichen und Affekten sei der wichtigste Teil des Konsums, so Baudrillard (1991a). Denn trotz der riesigen Auswahl auf den Märkten seien die Produkte materiell letztlich gleichwertig, die gebotene Auswahl also eine fiktive – die Unternehmen müssen technisch schließlich auf der Höhe ihrer Zeit sein. Differenz schaffe deshalb vor allem das Immaterielle, die Gefühle, die mit dem Produkt konsumiert werden. Das eigentliche Objekt des Verbrauchs ist also der Affekt, das Immaterielle. Es sind nicht »die Objekte, die konsumiert werden, sondern es ist die Idee der Relation, die in einer Serie von Gegenständen, die diese Idee eröffnen, konsumiert wird.« (Baudrillard 1991b: 125) Die Konsumobjekte bilden eine Welt von Ideen und Zeichen, anhand derer die Subjektivität der Menschen

hergestellt wird – aus der Kombination der Objekte und der darin verkörperten Ideen. Mit ihrer Hilfe werden Hierarchien, Differenzen und Identitäten markiert und produziert. Der Konsum mit seinem geschlossenen Zeichensystem bilde eine Art »paralangu« und ist Teil der »Simulationsgesellschaft dritter Ordnung«.

In dieser Welt der Simulationen ist kein Platz mehr für die Realität, es entstehe eine Hyperrealität: »Jegliche Realität wird von der Hyperrealität des Codes und der Simulation aufgesogen. Anstelle des alten Realitätsprinzips beherrscht uns von nun an ein Simulationsprinzip.« (Ebd.: 8) Doch nicht nur die Realität werde von der Hyperrealität neutralisiert, sondern auch Illusion, Phantasie und Kreativität, also das, was das Subjekt und das Subjektive letztlich bestimmt. Auch die Wahrnehmung der menschlichen Historie verändert sich: Angesichts ihrer tausendfachen Abbildung verflüchtige sich die Geschichte in die Hyperrealität. Selbst eine der letzten Bastionen des Realen, der Krieg, mutiere zum Videoclip; er findet auf Bildschirmen und elektronischen Zielvorrichtungen statt und unterscheide sich nur noch wenig von Computersimulationen, die dem Spiel und der »Entspannung« dienen sollen. In der Hyperrealität der Medien verfließt die Grenze zwischen Realität und Fiktion, zwischen Information und Unterhaltung, zwischen Ernst und Spiel. »Jedes politische, historische oder kulturelle Merkmal erhält bei seiner Verbreitung durch die Medien eine kinetische Energie, die es für immer seinem eigenen Raum entreißt und in einen Hyperraum vorantreibt.« (Baudrillard 1990: 9) Die Medien beschleunigen die Ereignisse derart und stellen sie so zusammenhanglos dar, dass Geschichte sich auflöse in tausendfach zerstückelte Bilder – in Hyperrealität eben. Durch die Einseitigkeit der Kommunikation wird die Masse zum Schweigen gebracht – sie implodiert und existiert nur noch als statistisches Phänomen. Was immer auch passiert und in Bildern dargestellt werde, die Masse erstarre in Betäubung und Indifferenz, sie schweigt und absorbiert politische und soziale Ereignisse. Was immer auch passiert, Geschichte kommt gar nicht mehr dazu, sich abzuspielen, »sie verpufft in ihrer unmittelbarer Wirkung, sie erschöpft sich im Schaulusteffekt, sie fällt auf sich selbst zurück und implodiert in Aktualität. [...] Ihre Wirkungen jagen einander, doch unabwendbar erlahmt ihr Sinn. Schließlich wird sie stillstehen und erlöschen« (ebd.: 13). Die Massen werden also durch Informationsüberfluss sowie die gesichtslose und unentrinnbare Dominanz der sich selbst multiplizierenden Codes zum Schweigen gebracht. Dieses Schweigen impliziert zugleich Apathie und Trotz, Anpassung und Zynismus, einen Widerstand, der keiner mehr ist. Die Massen interessieren sich nicht mehr für Kultur, auch nicht mehr für Realität, sie sind laut Baudrillard vollständig im Universum der Bilder, Zeichen und Simulationen aufgegangen.

Die Mode, ein vorantreibender Teil der simulierten Welten, ist in diesem Ansatz ein völlig blinder, zufälliger Prozess, der aus der selbstbezüglichen Multiplikation der Codes entsteht – ähnlich den Permutationen der DNA. Ein kreatives oder steuerndes Subjekt braucht es dazu nicht – höchstens als einen Umschlagplatz bzw. als ausführende Hand der treibenden, referenzlosen Codes. So faszinierend Baudrillards Zeitdiagnose an vielen Stellen ist, und so treffend sie so

manches Gegenwartsphänomen beschreibt, menschliche Kreativität und Handlungsfreiheit werden hier theoretisch der Übermacht des allgegenwärtigen, blinden Systems geopfert. Dieser Gedanke verbindet seinen Ansatz mit den Analysen der Kritischen Theorie, auch wenn die Autoren eine ganz unterschiedliche theoretische Herkunft auszeichnet. Baudrillard ist in mancher Hinsicht radikaler, weniger stringent und natürlich »postmoderner« als die Vertreter der Kritischen Theorie, seine Diagnose der Gegenwartsgesellschaft sowie der Medien- und Kulturindustrie kommt allerdings an vielen Stellen zu überraschend ähnlichen Schlüssen.<sup>2</sup>

Trotz Baudrillards faszinierender Zeitdiagnose muss man gegenüber dem Herauskürzen des Subjekts aus dem theoretischen Modell kritisch bleiben, das sich deswegen auch nur begrenzt als Rahmen einer empirischen Analyse eignet – Empirie muss die Subjekte ernst nehmen, sonst hat sie keinen Ansatzpunkt in der Realität, und sonst verfehlt sie ihren Zweck. Menschliches Handeln steht immer in Systemzusammenhängen und somit in handlungseinschränkenden, aber in unserem Verständnis auch handlungsermöglichenden sozialen Strukturen. Das ist nicht erst seit der Moderne der Fall, auch wenn in der Moderne die Handlungsketten und Systemverflechtungen länger, ausgreifender und komplexer werden, also schwerer zu durchschauen und schwerer zu gestalten sind. Die Handlungsstrukturen können gegenüber dem Individuum dominant sein, die Handlungsmöglichkeiten begrenzt, dennoch ist der Mensch ein Kulturwesen; er kann und muss (mit Hilfe der sozialen und kulturellen Institutionen) handeln, entscheiden und verantworten. Sicher ist der Mensch dabei manipulierbar. Doch wenn man die menschliche Handlungsfreiheit schon im theoretischen Modell aufgibt, dann kann sie empirisch gar nicht mehr auftreten, dann ist sie gewissermaßen vorzeitig aus der wissenschaftlichen Analyse herausgekürzt.

Baudrillards selbstbezügliche und sich selbst reproduzierende Codes stellen hier einen wenig überzeugenden Mechanismus dar, sie sind in Analogie zu naturwissenschaftlichen Modellen gedacht – Kultur und ihre Bestandteile reproduzieren sich gewissermaßen durch zufällige Permutationen. Ein ähnliches Konzept

---

2 Diese Ähnlichkeiten und Analogien zwischen Horkheimer/Adorno und Baudrillard sind nicht zufällig, sondern auf ein gedankliches Bindeglied, eine »Brücke« zurückzuführen. Walter Benjamins Arbeiten zur Kultur und »Archäologie« des Kapitalismus, auf die an späterer Stelle noch genauer einzugehen sein wird, bilden diese »Theorie-Brücke«. In seinen Jahren im Pariser Exil von 1933 bis 1939 schrieb er an den »Passagen«, die leider fragmentarisch blieben, da Benjamin krank, finanziell mittellos und verzweifelt war; dennoch hinterließ er textliche und soziale Spuren in Frankreich, die dort in den intellektuellen Theoriebestand eingingen. Benjamin stand in Kontakt mit George Bataille und war Mitglied der von diesem gegründeten Collège de Sociologie sowie Mitglied der Geheimgesellschaft von Bataille, der Acéphale. Auf der anderen Seite stand er seit seiner Studienzeit in Frankfurt in engem (wenn auch spannungsreichen) gedanklichen Austausch mit Adorno, mit dem er befreundet war. Das Werk von Benjamin enthält viele theoretische Elemente, die dem Kreis der »Frankfurter Schule« nahe stehen, und schafft andererseits Theorielinien, die später im Poststrukturalismus weitergeführt werden.



ist in der Soziobiologie mit dem Konzept der »memes« verbunden. Richard Dawkins, einer der einflussreichsten Biologen seiner Zeit, hat dieses Konzept entwickelt und den Begriff der »memes« eingeführt (vgl. Dawkins 1976). Memes entsprechen in der kulturellen Entwicklung dem, was Gene in der biologischen Evolution sind. Memes sind kleinste kulturelle Einheiten, Kultursplitter, die sich vervielfältigen und dabei neu mischen: Bilder, Symbole, Sprachwendungen etc. Memes verbreiten sich durch Mutation und Selektion, analog zu den Genen, in einem ungesteuerten und unbewussten, kontinuierlichen Prozess. Auch Dawkins meint, dass der blinde Zufall nicht nur die Natur regiere, sondern ebenso die Kultur. Zu diesem Konzept ist allerdings kritisch anzumerken, dass Dawkins die kulturellen Prozesse »naturalisiert«, indem er sie dem unpersönlichen Zufall unterwirft, während er den Genen eine eigene Motivation zur Reproduktion gibt, sie also belebt und »vermenschlicht«. Die Gene, die sich fortpflanzen wollen, nutzen die Subjekte in diesem Konzept, beeinflussen die Verhaltensweisen ihrer Träger, »tricksen« sie zuweilen aus und schieben ihnen andere Motive unter.

Die evolutionstheoretische Gedankenfigur der zufälligen Mutation und Selektion in der Kulturentwicklung mag einen gewissen Reiz und an manchen Stellen auch einen gewissen Erklärungswert besitzen, sind doch die kulturellen Entwicklungen in der Moderne äußerst komplex und vielschichtig; mit den Handlungsweisen einzelner Akteure sind sie nicht mehr zu erklären. Radikalisiert man diesen Ansatz aber zur allein gültigen Theorie, so verfehlt er letztlich die Besonderheit des Gegenstands der Sozialwissenschaften, der eben ein anderer ist als derjenige der Naturwissenschaften. Der Gegenstand der Naturwissenschaft ist letztlich beliebig modellierbar, während der Gegenstand der Sozialwissenschaften in sich schon sozial, normativ und affektiv strukturiert ist. Eine angemessene Theorie der Sozialwelt, will sie ihren Gegenstand nicht verfehlen, sollte die »Konstruktionen erster Ordnung«, die alltagsweltlichen und handlungsleitenden Muster, nicht außer acht lassen (vgl. hierzu klassisch Alfred Schütz 1932). Bei aller Faszination, die vor allem die zuweilen bestechend scharfen und sprachmächtigen Analysen von Horkheimer/Adorno und von Baudrillard ausüben: Die alltagsweltlich Handelnden sollten nicht schon in der Theorie entmündigt werden, denn wie soll man sonst die Logik ihres Handelns empirisch rekonstruieren können? Die Mode und ihre Bedeutung sind eng verknüpft mit der Ökonomie und den Systemmechanismen des Kapitalismus und insbesondere der späten Moderne. So weit sind die Analysen überzeugend. Es reicht allerdings für unser Vorhaben nicht, die Mode aus den Systemerfordernissen oder aus der Eigenlogik der Codes heraus zu rekonstruieren. Auf den »Umweg« über die Subjekte, den die Kultur und ihre Entwicklung nehmen, sollte schon näher eingegangen werden.

### 3.4 Die Illusionskraft der Objektwelt – Kapitalismus als Religion?

#### 3.4.1 Die sinnliche Aufladung der Waren – Mode als das Neue und Immergleiche

Wie Adorno und Baudrillard untersuchte auch Walter Benjamin den Zusammenhang von Kapitalismus und Kultur. Benjamin, der Adorno und der Kritischen Theorie in einem nicht spannungsfreien Verhältnis nahe stand, bildet mit hoher Wahrscheinlichkeit den historischen »missing link« zwischen Adorno/Horkheimer und Baudrillard, der bestimmte theoretische Argumentationsfiguren in die Emigration nach Frankreich mitnahm und dort subkutan in die intellektuelle Diskussion einbrachte, was die Ähnlichkeiten in der Argumentation der vorgenannten Autoren, die eigentlich aus ganz verschiedenen intellektuellen Kontexten stammen, erklärt. Benjamin war auf der Suche nach der »Archäologie« des Kapitalismus, nach den kulturellen Wurzeln, dem Ursprung der Moderne. Er versteht sich dabei als eine Art »ästhetischer Ingenieur«, der die Wurzeln des »kritischen Zustandes der Gegenwart« in den Blick nimmt, dabei die historischen Großereignisse in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts vor Augen: der Erste Weltkrieg, die Russische Revolution, das Aufkommen von Faschismus und Rassenhass. Benjamin ist in seiner intellektuellen Haltung wohl selbst dem Flaneur – einer häufig auftauchenden Figur in seinen Schriften – vergleichbar. Die besondere Begabung des Flaneurs ist, aus den kaum beachteten und überwiegend vergessenen Zeugnissen des Vergangenen eine Geschichte herauszulesen. »Ihm nämlich ist jede Spur verlässlicher Hinweis darauf, dass alles, Dinge wie Personen, seinen Abdruck in der Geschichte hinterlassen hat.« (Opitz, zitiert nach Hetmann 2004)

Das 19. Jahrhundert war laut Benjamin von besonderer kultureller Bedeutung für den modernen Kapitalismus. In seinem Passagen-Werk, das er in den 20er Jahren begann und an dem er vor allem im französischen Exil, auf der Flucht vor dem Nationalsozialismus, von 1933 bis 1939 gearbeitet hat, beschäftigt er sich intensiv mit dem Thema Kapitalismus und Kultur. Zu dieser Zeit war er finanziell fast mittellos und in einer verzweifelten Lage, weshalb das Werk leider fragmentarisch blieb. Benjamin wollte die Träume, Mythen und »Phantasmagorien« des 19. Jahrhunderts entschlüsseln; dazu versuchte er den »Ausdruckscharakter« der frühesten Industrieerzeugnisse, der Industriebauten, Maschinen, Warenhäuser, Reklamen und ähnlichem zu rekonstruieren (vgl. Benjamin 1991/V,1: 493). Benjamin sah den Kapitalismus als ein mythisches und religiöses Phänomen an – im Unterschied zu Max Weber, der Religion als Voraussetzung, aber nicht als Teil der kapitalistischen Kultur begriff. Benjamin schrieb dazu, »der Kapitalismus ist eine reine Kultreligion, vielleicht die extremste, die es je gegeben hat.« (Benjamin 1991/VI: 100)

Er definiert die Moderne als »Dialektik des Neuen und Immergleichen« (Benjamin 1991/II: 793). Modernität sieht er eng verknüpft mit der Mode: »Die

Mode ist die ewige Wiederkehr des Neuen« (Benjamin 1991/ I,2: 677), sie bilde das »jeweils Allerneueste« im Medium »des Gewesenen« (Benjamin 1991/V,1: 112). Ähnlich wie Sombart sieht Benjamin, dass die Mode im Hochkapitalismus eine nie gekannte wirtschaftliche Bedeutung für die Aufrechterhaltung der Nachfrage und ergo für die Erzeugung von Industrieprodukten bekommt. Darin sei die zentrale ökonomische Bedeutung der Mode und ihrer Objekte zu sehen. Zudem aber habe sie noch eine weitere Funktion: die »sinnliche Verklärung« des neuen Produkts und der neuen Technik. Dabei werde das jeweils Neueste nicht nur gegen das gerade Veraltete und Vergangene kontrastiert, sondern laut Benjamin auch mit archaischen Bildern aufgeladen. Das Neue und die Mode sei eine vom Gebrauchswert der Objekte unabhängige Qualität: »Es ist der Ursprung des Scheins, der den Bildern unveräußerlich ist, die das kollektive Unbewusste hervorbringt. Es ist die Quintessenz des falschen Bewusstseins, dessen nimmermüde Agentin die Mode ist.« (Ebd. V,1: 422) Das Neue werde dabei zum Fetisch, Modernität sei eine verklärende »Einführung in den Tauschwert« (ebd.).

Der ideologische Kern der Modernität sei der Fortschrittsglaube, der sowohl die vorkapitalistische Vergangenheit als auch die Natur des Menschen und die Natur seiner Umwelt leugne. Die Moderne und ihr Kapitalismus sehe sich als eine Neuerfindung, in einem Bruch zur Vormoderne, zu allem, was vorher da war. Die Unterdrückung der Vergangenheit und die Verdrängung der Natur begünstigen Überlegenheits- und Fortschrittsphantasien, die die zugespitzten Herrschaftsverhältnisse und die Ausbeutung der Natur legitimieren sollen. Auch die Kritik des Kapitalismus, z. B. der Vulgärmarxismus, sei nicht frei von der Ideologie des Fortschritts und der Modernität und könne »in der Entwicklung der Technik nur die Fortschritte der Naturwissenschaft, nicht die Rückschritte der Gesellschaft erkennen« (Benjamin 1991/II,2: 474). Trotz ihrer technischen Möglichkeiten, die wesentlich zum sozialen Fortschritt beitragen könnten, werde in der Moderne die Herrschaft über Mensch und Natur intensiviert: »Das Jahrhundert hat den neuen technischen Möglichkeiten nicht mit einer neuen gesellschaftlichen Ordnung zu entsprechen vermocht« (Benjamin 1991/V,2: 1257).

Die Moderne sehe sich in einem unwiderruflichen Bruch zur Tradition und nehme Vernunft und Aufklärung für sich in Anspruch, die fortgeführten Traditionen blieben dabei aber unbegriffen, und so verharre die Moderne in einem merkwürdig geschichtslosen Geschichtsbewusstsein und *produziere deshalb Trugbilder und Phantasmagorien*. Die Verdrängung von Tradition und Natur erzeuge eine fatale Entwicklung; die sich verschärfende Differenz zwischen Phantasma und Wirklichkeit treibe auf eine Katastrophe zu, so schrieb Benjamin am Ende der 20er Jahre. Durch eine verunglückte gesellschaftliche »Rezeption der Technik« einerseits und die durch Mode und Warentempel aufgereizte Sinne der Menschen andererseits wurden im 19. Jahrhundert destruktive Kräfte entfesselt, die sich erst im folgenden Jahrhundert manifestieren sollten, so Benjamin im Angesicht des aufsteigenden Nationalsozialismus in Deutschland. Die Technik überflügele die Bedürfnisse der Menschen, und jenseits dieser Schwelle entwi-

cke sie zerstörerische Energien: »Sie fördern in erster Linie die Technik des Kriegs und die seiner publizistischen Vorbereitung.« (Benjamin 1991/II,2: 475)

Die Moderne habe eine Krise der Erfahrung, einen »Prozess der Verkümmern der Erfahrung« hervorgebracht, die das Individuum von sich selbst und vom Kollektiv entfremde, denn »wo Erfahrung im strikten Sinn obwaltet, treten im Gedächtnis gewisse Inhalte der individuellen Vergangenheit mit solchen der kollektiven in Konjunktion« (Benjamin 1991/I,2: 611). Erfahrung sei an Kontinuitäten gebunden, in den geschichtslosen, beschleunigten und diskontinuierlichen Lebensprozessen des industriellen Kapitalismus, vor allem in der Großstadt, zerfalle diese Kontinuität jedoch. An die Stelle der Erfahrung trete das zusammenhanglose Erlebnis, ausgehend von den Fabriken und Großstädten (vgl. hierzu auch Simmel zur Lebensweise in der Großstadt). Das Erlebnis sei nicht mehr eingebettet in einen übergeordneten Sinn- und Deutungszusammenhang. Die zugespitzte, radikalisierte Form des Erlebnisses sei der Schock. Der Schock berge das stärkste und eindrücklichste Erlebnis. Je mehr Sensationen der Sinne aufeinandergehäuft werden, und je schneller das geschehe, je »größer der Anteil des Chockmoments an den einzelnen Eindrücken ist, je unablässiger das Bewusstsein im Interesse des Reizschutzes auf dem Plan sein muß, je größer der Erfolg ist, mit dem es operiert, desto weniger gehen sie in die Erfahrung ein, desto eher erfüllen sie den Begriff des Erlebnisses.« (Benjamin 1991/I, 2: 615)

Ein Vergleich mit der jüngeren Veröffentlichung von Gerhard Schulze zur »Erlebnisgesellschaft« drängt sich an dieser Stelle auf. Auch Schulze sieht den Erlebnisbegriff für unsere Zeit als zentral an, nicht nur für den Bereich des Konsums: »Das Leben schlechthin ist zum Erlebnisprojekt geworden.« (Schulze 1992: 13) Schulze argumentiert jedoch nicht im Spannungsfeld zwischen den Begriffen Erlebnis und Erfahrung, wie Benjamin, sondern thematisiert Widersprüche zwischen Erlebnisbedarf und Erlebnisfähigkeit. Charakteristisch für den Erlebnisbegriff ist, dass ein Mehrbedarf und ein Mehrkonsum nicht unbedingt eine Steigerung des inneren Erlebens mit sich bringen, sondern im Gegenteil sich die inneren Eindrücke mit dem Überangebot »abnutzen« und inflationieren können. Etwas zu erleben, werde damit immer schwieriger, trotz oder gerade wegen des großen Angebots an Waren mit Erlebnischarakter: »Mit der Verdichtung alltagsästhetischer Episoden sank die Fähigkeit, dem einzelnen Zeichen noch Bedeutung abzugewinnen. Darauf nicht mit Askese zu reagieren, um die Erlebnisfähigkeit wieder herzustellen, sondern mit Mehrnachfrage, ist zwar verständlich, aber kontraproduktiv.« (Ebd.: 117)

Doch zurück zu Benjamin: Ihn interessieren letztlich vor allem die kollektiven, historischen Auswirkungen der Verwandlung von Erfahrung in Erlebnis. Die Erfahrung verkümmere beim Individuum und damit auch beim Kollektiv zusehends, denn sie werde vom Erlebnis verdrängt. Diese Entwicklungslinie habe eine fatale historische Logik: Das »Ideal des chockförmigen Erlebnisses ist die Katastrophe«, denn hier sind die sinnlichen Eindrücke am größten und intensivsten (Benjamin 1991/V,1: 642). Die Vorherrschaft des Erlebnisses gegenüber der

Erfahrung mache den Menschen empfänglich für die Metaphern des »Schicksals«, für die autoritäre Mobilisierung, schließlich für den Krieg als das »totale Erlebnis« (Benjamin 1991/V,2: 962). In der Entwicklungslogik des Kapitalismus liege deshalb die Möglichkeit der Katastrophe, des Untergangs begründet. Dass Benjamin hier nicht nur Überlegungen anstellte, sondern auch ein sensibler Beobachter seiner Zeit war, sieht man, wenn man die historischen Kontexte seiner eigenen, leidvollen Lebensgeschichte mit einbezieht – den Aufstieg und die Herrschaft des Nationalsozialismus. Die abstrakt und unsichtbar gewordenen Herrschaftsverhältnisse sowie die Verdinglichung der sozialen Beziehungen regen die Gesellschaft laut Walter Benjamin zur *verstärkten Produktion von Bildern an, zu kulturellen Phantasmagorien*. Diese Phantasmagorien stellen die Wiederkehr des Verdrängten dar. Der moderne Antisemitismus sei Teil dieser Bilder- und Phantasmenproduktion. In diesem Sinne führe der Kapitalismus und sein Waren- und Bilderkultus unter einer scheinbar rationalen Oberfläche der Gesellschaft unter der Hand zu einer Reaktivierung archaischer und mythischer Kräfte, die jetzt allerdings nicht mehr durch die engen sozialen Regeln archaischer Gesellschaften begrenzt sind.

Die zentralisierten Warenhäuser und »Passagen« sieht Benjamin als »Tempel des Warenkapitals«. Sie seien als idealer Ort inszeniert, in dem die Transformation der nüchternen Gegenstände in Phantasieobjekte des Begehrens vor sich gehen kann. Die Phantasmagorien, die Trugbilder der Moderne entstünden hier – und heute in der allgegenwärtigen Werbung, könnte man den Gedanken verlängern. Das Überangebot der für alle Sinne inszenierten Waren verführe zum Kauf, ja zum Kaufrausch, der durch den Erwerb großer Stückzahlen verhältnismäßig preiswerten Waren. Opulent inszeniert innerhalb prunkvoller Architektur, innen mit Marmor, kostspieligen Säulen, Details aus Gold und Bronze, kostbaren Leuchtern und Spiegeln, Restaurants, Lese- und Ruheräumen ausgestattet, kann das Warenhaus des 19. Jahrhunderts als Vorläufer der heutigen Erlebnisparks angesehen werden. Seine prachtvolle und umsichtige Gestaltung kam allen Sinnen und Bedürfnissen entgegen und lud dazu ein, sich möglichst lange darin aufzuhalten und zwischen öffentlichen und privaten Verrichtungen – flanieren, auswählen, einkaufen, ruhen, essen, lesen – abzuwechseln (vgl. hierzu auch Lehnert 1999). Im Zentrum des Warenhauses befand sich meist ein imposanter Lichthof, von dem aus die verschiedenen Galerien und Etagen einsehbar waren. »An ihm verrät nichts, aber auch nichts mehr den Arbeitscharakter; an ihm ist alles Schmuck, Fest, Feier« schrieb Paul Göhre (1907) über einen besonders großen und eindrucksvollen Lichthof.

Das Erlebnis des Konsums, prachtvoll inszeniert, als Teil kultureller Phantasmagorien, erhält so zentralen Stellenwert in der modernen Lebensweise. Durch Planung, üppige Ausstattung und sorgfältige Gestaltung der Umgebung und Auswahl der Waren, vor allem jedoch durch die Hilfe der »Mode«, die die Waren mit einem jeweils neuen Glanz versieht, werden Begehrlichkeiten erzeugt

sowie Emotionen, Sinnlichkeit und Energien der Menschen auf die Warenwelt gelenkt und dort fokussiert.

### 3.4.2 Der Kult um den Warenfetisch

Walter Benjamin sah den Kapitalismus nicht als rationales, vollständig säkularisiertes Gesellschaftssystem an, sondern als religiöses und kultisches System. Er entwickelte in dem Fragment »Kapitalismus als Religion« einen neuen Blick auf das Phänomen Kapitalismus: »Im Kapitalismus ist eine Religion zu erblicken, d. h. der Kapitalismus dient essentiell der Befriedigung derselben Sorgen, Qualen, Unruhen, auf die ehemals die sogenannten Religionen Antwort gaben.« (Benjamin 1991/VI: 100) Benjamin hat hier Gedanken zugespitzt, die im Kern bei Marx angelegt sind – dort allerdings mit einer anderen »metaphysischen« Grundposition verbunden. Im Kapitel zum Warenfetisch im ersten Band des Kapitals spricht Marx von der Ware als »gesellschaftliche Hieroglyphe«, als »Zeichen einer sozialen Bilderschrift« (Marx 1972, Bd.1: 88). Der »Charakter des Arbeitsprodukts, sobald es die Warenform annimmt, (ist) rätselhaft«, die Warenform selbst »geheimnisvoll« und »mystisch«, sie ist geradezu »voll metaphysischer Spitzfindigkeiten und theologischer Mucken«. Die Welt der Waren sei ein Reich von »Zauber und Spuk« (ebd.: 85-90, siehe dazu auch Hörisch 1985). Die Verschiebung der Bedeutung von den sozialen Beziehungen auf die Ding-Beziehungen schaffe »Verrücktheiten«, eine zwar ökonomisch produktive, doch sozial und kulturell verwirrende Verblendung. Die Beziehungen zwischen den Subjekten unterliegen durch die Herrschaft der Warenform einem gespenstischen Bann: »Die Warenform und das Wertverhältnis der Arbeitsprodukte, worin sie sich darstellt, (hat) mit ihrer physischen Natur und den daraus entspringenden dinglichen Beziehungen absolut nichts zu schaffen. Es ist nur das bestimmte gesellschaftliche Verhältnis der Menschen selbst, welches hier für sie die phantasmagorische Form eines Verhältnisses von Dingen annimmt.« (Ebd.: 86) Soziale Beziehungen werden durch die »Universalität der Warenform« geprägt, also in Analogie zu den Waren- bzw. Dingbeziehungen gesehen, was das spezifisch moderne Phänomen der »Verdinglichung« der intersubjektiven Beziehungen begründet. Soziale Beziehungen funktionieren wie Dingverhältnisse und Dingbeziehungen wie Beziehungen zwischen Subjekten. Jochen Hörisch schrieb dazu:

»Die von Max Weber stets erneut verkannte Rationalisierung ist zauberhafter als jene vermeinte Irrationalität, der sie den Zauber nahm; und der Geist des Protestantismus ist eher ein Geisterreich als die bilderreichen Denk- und Wahrnehmungsformen, denen er die Geister austrieb. Denn der gefeierte Rationalisierungsschub der Moderne machte – wie Marx pointiert herausstellte – die ›Personifizierung der Sachen und (die) Versachlichung der Produktionsverhältnisse‹ zur ›Religion des Alltagslebens‹ im Kapitalismus. Und diese Religion des Alltagslebens ist ein buchstäblicher Fetischglaube, da sie ›die Verdinglichung der gesellschaftlichen Produktionsbestimmungen und Versubjektivierung der materi-

ellen Grundlagen der Produktion« geradezu kultisch feiert.« (Hörisch 1985: 10; darin zitiert: Marx, das Kapital III: 838)

Auch Max Weber kannte in seiner Analyse der Moderne die engen Grenzen der Rationalisierung, die blinden Flecken der instrumentellen, geteilten Vernunft der bürokratischen Herrschaftsform der Moderne, auch wenn er vom Prinzip der Rationalität und Rationalisierung innerhalb dieser Grenzen ausging. Doch für Marx ist die moderne Welt gerade nicht entzaubert, sondern »die verzauberte, verkehrte und auf den Kopf gestellte Welt, wo Monsieur le Capital und Madame la Terre als soziale Charaktere und zugleich unmittelbar als bloße Dinge ihren Spuk treiben.« (Marx, Kapital III: 838) Einige Jahrzehnte später schreibt Georg Simmel in seiner Philosophie des Geldes, dass das Geld als universales Symbol und universaler Schlüssel für alle Bedürfnisse nahezu religiöse Züge in der Moderne erhält. Das Geld werde zum Äquivalent der Religion in der modernen Welt. Simmel ging es nicht nur um die nationalökonomischen Entwicklungen der Geldwirtschaft, sondern um die Auswirkungen des Geldes auf die Affekte und das Seelenleben, auf die Lebensweise der Menschen. An späterer Stelle führt Georg Simmel aus, dass das Geld als abstraktes Mittel für alle »Wünschbarkeiten« in der Neuzeit nicht nur zum materialistischen Geld- und Endzweck der Menschen wird, sondern zuweilen eine »Steigerung in das Objektive und Metaphysische« erfährt durch »die Anbetung des Geldes und des Geldwertes der Dinge, ganz gelöst von dem eigentlich Praktischen und dem persönlich Begehrlichen«, »sozusagen selbstlos, in reiner Ehrfurcht.« Diese Entwicklung scheint ihm eine »feinere und tiefere Gefahr als alle jene mehr materialistischen, mehr habsüchtigen Begleitschatten der Geldwirtschaft« (Simmel 1996: 17 f.). Das Geld als Götze, als Mammon (Simmel spricht in diesen Notizen von »Mammonismus« und »Mammonisten«), der in die Leere des entzauberten Seelenlebens des modernen Menschen vorstößt und dort alle andere Metaphysik, alle Werte und Kräfte zu verdrängen mag. Der entseelte Mensch, der anfällig ist für entseelte Götter als eigentliche, subkutane Gefahr der Moderne. Ein Gedanke, der aus der Perspektive des 21. Jahrhunderts ein interessantes Licht auf die »entseelten« Gräueltaten, auf die geradezu barbarischen Kehrseiten der Moderne, die im 20. Jahrhundert in Europa aufgetreten sind, zu werfen und die Widersprüchlichkeit der Wahrnehmung dieses Jahrhunderts möglicherweise ein Stück weit zu erklären vermag.

An Marx und Simmel knüpft Benjamin an, wenn er seine Idee vom »Kapitalismus als Religion« entwickelt und von der »Kultur der warenproduzierenden Gesellschaft als Phantasmagorie« spricht (Benjamin 1991/V,2: 1172). Auch in Adornos Werk finden sich ähnliche Passagen; auch er begreift den Warenfetisch als »struktive Tatsache«, nicht allein eine Frage des Bewusstseins, sondern auch des Seelenlebens. Die »affektive Besetzung des Tauschwertes« wird zu dem »Kitt [...], der die Warengesellschaft noch zusammenhält« (Adorno 1982: 20 f.) Im Unterschied zu Adorno aber ist für Benjamin der »kulturelle Überbau« weder eine Spiegelung der ökonomischen Gesetze, noch ist sie von diesen kausal verur-

sacht, sondern sie ist »Ausdruck« der ökonomischen Verhältnisse, ein Ausdruck, der allerdings eigenen, eben kulturellen Gesetzmäßigkeiten folgt: »Die ökonomischen Bedingungen, unter denen die Gesellschaft existiert, kommen im Überbau zum Ausdruck; genau wie beim Schläfer ein übervoller Magen im Trauminhalt, obwohl er ihn kausal ›bedingen‹ mag, nicht seine Abspiegelung, sondern seinen Ausdruck findet.« (Benjamin 1991/V,1: 495) Bezeichnend ist, dass Benjamin – ebenso wie Simmel – in den verwendeten Sprachbildern nicht den Mangel und die Armut thematisiert, obwohl diese zu seiner Zeit auch massiv auftraten, sondern den Überfluss des Kapitalismus, der sich vor allem als ökologisches, aber auch als kulturelles Problem erst noch erweisen sollte. Er sah den Menschen der Moderne in einer schuldhaften Verstrickung in die Netze einer ausbeuterischen, alles verschlingenden und alles zerstörenden Ökonomie. Durch die Schuldverstrickung werden die Menschen immer tiefer in den Erlebnishunger und die Phantasmagorien der Moderne getrieben: »Der Kapitalismus ist vermutlich der erste Fall eines nicht entsühnenden, sondern verschuldenden Kultus.« (Benjamin 1991/VI: 100) Dieser Kult kenne keine zeitlichen Pausen, er dauere ununterbrochen an, »sans treve et sans merci«, es gebe da »keinen Wochentag, keinen Tag, der nicht Festtag« ist (ebd.). Das Schuldbewusstsein, das durch die Verstrickungen des Kapitalismus – und, so ist man heute versucht hinzuzufügen, durch die übermäßige Konsumtion und den Verbrauch der Ressourcen – erzeugt werde, sei letztlich so allumfassend, dass es nur noch in der äußersten Verzweiflung, in der Katastrophe Erlösung finden könne. Der Kapitalismus kenne keine Rituale der Entsöhnung mehr, sondern treibe tendenziell die ganze Welt in den Zustand der metaphysischen Verschuldung, die sich nur noch in einem destruktiven Akt lösen könne.

Der Kapitalismus sei historisch präzedenzlos, da er nicht mehr eine »Reform des Seins« enthalte, sondern dessen »Zertrümmerung«. Dies habe als erster Nietzsche begriffen, dessen Figur des Übermenschen den neuen religiösen Kult und seine Gebote personifiziere. Die Anmaßung des modernen Subjekts, an die Stelle Gottes zu treten und über Natur und Schicksal zu bestimmen und frei zu walten, löse den Menschen aus seinem sozialen und ökologischen Kontext und trage zu seiner Verschuldung bei. Die Selbstvergöttlichung, »diese Sprengung des Himmels durch gesteigerte Menschhaftigkeit« (ebd.: 101) überlasse den modernen Menschen seiner Verstrickung und Verlassenheit, und trotz beziehungsweise wegen der imaginierten Macht sei der Mensch unfähig geworden, sein Schicksal wirklich selbst zu lenken. Ein interessanter Gedanke Benjamins ist, dass der Kapitalismus als ein Parasit des Christentums auf die historische Bühne trat. Das Christentum zur Reformationszeit habe nicht das Aufkommen des Kapitalismus begünstigt, wie Max Weber schrieb, sondern es habe sich in den Kapitalismus umgewandelt. »Methodisch wäre zunächst zu untersuchen, welche Verbindungen mit dem Mythos das Geld im Laufe der Geschichte jeweils eingegangen ist, bis es aus dem Christentum soviel mythische Elemente an sich ziehen konnte, um den eigenen Mythos zu konstituieren.« (Ebd.: 102) Benjamin hielt



den Kapitalismus und die Geldwirtschaft selbst für Religion, für *eine radikal immanente Spielart von Religion*. Der Kapitalismus sei also »eine reine Kultreligion« (...), vielleicht die extremste, die es je gegeben hat. Es hat in ihm alles nur unmittelbar mit Beziehung auf den Kultus Bedeutung«, eine Kultreligion, die »keine spezielle Dogmatik, keine Theologie« (Benjamin 1991/ VI: 100) kenne.

Gegenstand des Kultus ist die Warenwelt, die gegenständlichen Dinge, auf die Bedeutungen verschoben werden und die sinnlich aufgeladen werden. Die jeweils neuesten Waren, z. B. auf den Weltausstellungen »eröffnen eine Phantasmagorie, in die der Mensch eintritt, um sich zerstreuen zu lassen. Die Vergnügungsindustrie erleichtert ihm das, indem sie ihn auf die Höhe der Ware hebt. Er überlässt sich ihren Manipulationen....« (Benjamin 1991/V,1: 50 f.) Der Kapitalismus stellt also eine Art von Religion dar, die kein Dogma kennt, sondern nur das *Erlebnis* des Kultus. Die Transzendenz dieser Religion muss notwendigerweise sehr brüchig sein, da sie auf profanen Dingen beruht – ein durch radikale Immanenz in die Transzendenz gesteigerter Kultus. Gegenstand des Kultes sind die neuesten Waren und Objekte, die den Gesetzen der scheinbaren Innovationen folgen. Benjamins Ausführungen zum Kult der Waren und Objekte erinnern fast zwingend an die heutige Redensart, besonders begehrte modische Objekte, Filme, Musik etc. seien »Kult« und sind so wohl aktueller denn je.

Alle denkerischen Versuche, den Kapitalismus zu überwinden, sind bei Benjamin zum Scheitern verurteilt: ob die von Nietzsche, von Freud oder selbst die von Marx. »Die Freudsche Theorie gehört auch zur Priesterherrschaft von diesem Kult. Sie ist ganz kapitalistisch gedacht« und schlage in Analogie zum Kapital Gewinn aus der »Hölle des Unbewussten« (Benjamin 1991/VI: 102). Auch Marx hätte eine Lösung, einen Ausgang gesehen, wo es keinen gab, da er die grundsätzlich religiöse Natur des Kapitalismus nicht erfasst hätte. Die »Auswege« der großen kritischen Analysen des Kapitalismus und der Moderne seien allesamt nur weitere »Eingänge«, in »ein und dieselbe Kathedrale der kapitalistischen Religion« (Ryklin 2004: 63). Benjamins Kritik, sein Ansatz des »Kapitalismus als Religion« erhält auf diese Weise einen sehr hermetischen, abgeschlossenen Charakter, einen fatalistischen Zug, der in seiner Ausweglosigkeit theoretisch wie praktisch unaufhaltbar auf die Katastrophe zusteuert. Dabei war er mit Blick auf die russische Revolution nicht ganz ohne Hoffnung. In Italien traf er Asja Lazić, eine Revolutionärin aus Riga. An ihr faszinierte Benjamin offenbar das Neutranszendente, das Revolutionäre, das sie als Persönlichkeit verinnerlicht hatte und ausstrahlte. Er verliebte sich in sie, möglicherweise nicht zuletzt auch, so wird zumindest aus russischen Quellen überliefert, weil sie für ihn eine Hoffnung, einen Ausweg aus der unerträglichen Immanenz des Kapitalismus verkörperte. »Merkwürdigerweise aber glaubte Benjamin vor Antritt seiner Pilgerfahrt nach Moskau stärker an einen solchen Ausweg als nach seiner Rückkehr«, schreibt Mikhail Ryklin (ebd.: 64). 1926 reiste Benjamin mit Lazić für zwei Monate in die Sowjetunion, dort führte er das »Moskauer Tagebuch« über seine Beobachtungen der revolutionären Entwicklung. Zwar sah er viele Grundzüge der

kapitalistischen Religion in Moskau stark erschüttert, konnte sich aber dennoch nicht, trotz einer grundsätzlich abwartenden Haltung, für das neue System begeistern, denn in dem raschen Wandel konnte die Entwicklung noch so unterschiedliche Richtungen nehmen. Er sieht neue kultische Elemente, eine neue Transzendenz im Kommunismus entstehen, denen er sich nicht fügen kann – z. B. die Lenin-Verehrung, auch die Rolle der Partei und der kommunistischen Dogmatik. Er bemerkt auch die Angst in seiner Umgebung, die Angst, seine Meinung zu äußern und etwas zu sagen, das nicht von der Partei gebilligt wird. Auch wenn Walter Benjamin sich außerstande sieht, die Entwicklung schon zu bewerten, so sieht er doch, dass der Kommunismus »die völlige Preisgabe der privaten Unabhängigkeit« ist (Benjamin, zitiert nach Ryklin: 64). Der Preis, das Opfer der Revolutionäre, sei sehr hoch zu bewerten, auch wenn sie dies selbst vielleicht noch nicht bemerkt hätten. 75 Jahre nach den Aufzeichnungen Benjamins im Moskauer Tagebuch schreibt der russische Sozialwissenschaftler Ryklin nach der Analyse von Benjamins Niederschrift: »Durch seine Wandlungsfähigkeit, unter anderem auch die in eine sozialistische Richtung, erwies sich der Kapitalismus als das längerlebiger und lebensfähiger Gebilde. Seine Selbstimmunität aber ist im Zuge dessen nur noch mehr gewachsen. Und eben deshalb ist Benjamins Fragment heute so aktuell wie nie zuvor.« (Ebd.: 75)

Benjamins Analyse kann man auch auf den Kommunismus anwenden, und ganz leise tut dies schon Benjamin selbst in seinen russischen Tagebüchern. Noch zaghaft, da er der neuen Gesellschaft Zeit geben wollte, sich zu entwickeln, misstraut er seiner eigenen Wahrnehmung, in der Hoffnung auf eine dennoch gelingende Realisierung der sozialistischen Utopie. Aus heutiger Sicht aber gilt Benjamins Analyse des »heimlich kultischen« Charakters des Kapitalismus aber ebenso für die ehemals sozialistischen Staaten: Die Verdrängung und Leugnung der sinnlichen Ding-Beziehungen, die man mit der Revolution zu überwinden glaubte, führte in die Vergötzung neuer Kult-Objekte. In der Kunst und in der Architektur der Sowjetunion zeichnet sich diese Entwicklung im Laufe der 20er Jahre immer deutlicher ab. Am stärksten und zugleich historisch am fragwürdigsten ist aber der Personenkult, der um Lenin und später um Stalin betrieben wird. Dieser Prozess der falschen Kulte mündet – ganz »benjaminisch« gedacht – in die politische Katastrophe des Stalinismus, in eine barbarische und außerordentlich grausame Herrschaftsform. Und so scheint der Kommentar eines Kulturwissenschaftlers in der historischen Rückschau durchaus berechtigt, wenn er angesichts der Historie des real existierenden Sozialismus folgert, die Herrschaft der Warenwelt könne nicht ohne hohen Preis für die Menschheit zerschlagen werden. Denn verdränge man die Dingbeziehungen und Dingabhängigkeiten des Menschen, so bedränge man damit auch die Sinnlichkeit, den Realitätsbezug und das menschliche Maß der Gesellschaft und des alltäglichen Lebens, und riskiere noch Schlimmeres als die Abhängigkeit von der Warenwelt: »Die Revolution zerschlägt den Fetischismus. Das ist ihre Pointe. Historisch aber trat das Gegenteil ein: Man zerschlug nicht, sondern unterdrückte den Warenfetischismus (und da-

mit die Konsumlust der Menschen); und man betrieb nicht den Sturz, sondern die Verkultung der (politischen) Idole. Es gibt kein stärkeres Lehrstück über den Fetischismus als dieses: Indem man ihn revolutionär zu zerschlagen glaubt, verdrängt man ihn ins kollektive Unbewusste und erzeugt furchtbarere Götter als die, die man vertrieben zu haben glaubte. Das ist eine bittere Stunde der Moderne.« (Böhme 2006: 337)

Die »heimlichen«, säkularen Formen der Religion, die in der Moderne auftreten, sind offensichtlich nicht ohne kognitive Risikopotentiale. Das Projekt der Moderne trat mit dem Anspruch der Aufklärung an, die Welt zu entzaubern und vernünftig zu gestalten, zum Wohle, zum Glück und zur gebildeten Eigenverantwortlichkeit der Menschen. Sehr bald jedoch war die Moderne von kritischen Stimmen begleitet, die in Frage stellten, ob die sozialen und ökonomischen Strukturen der Moderne selbst »vernünftig« seien. Schon Marx offenbarte, dass in der modernen Ökonomie Strukturen stecken, die sich gegenüber dem handelnden Menschen verselbständigen und ihm gegenüber eine strukturelle, nicht greifbare und oft »heimliche« Macht ausüben, obwohl doch der Mensch als Produzent der Waren die Macht in der Hand haben sollte. Auch wenn der Begriff des Warenfetischs bei Marx durchaus noch den Charakter einer Metapher hatte, so war er doch nicht zufällig gewählt, sondern entstammte den Diskursen seiner Zeit. Zudem fungierte die Metapher des Warenfetischs als deutlicher Hinweis auf das Gegenteil der Vernunft, die die Moderne eben auch charakterisierte, die, am eigenen aufklärerischen Anspruch gemessen, durch die Strukturen der Ökonomie und die darin eingelagerten Irrationalitäten, in ihren politischen Zielen scheitern muss.

Benjamins Überlegungen über das Verhältnis von Kapitalismus und Religion werden in jüngster Zeit wieder häufiger rezipiert und diskutiert. Die Modernisierungskritik armer Länder sowie die Kritik an der Machtpolitik der USA nimmt vielfach Bezug auf religiöse Motive, in friedlichen wie auch in extremistischen Varianten. In Reaktion auf die terroristische Bedrohung eines radikalisierten Flügels des Islam besinnt man sich auch in westlichen Ländern auf die eigenen kulturellen und religiösen Wurzeln sowie generell auf das Thema Religion. Religion und religiöse Fragen, die für Jahrzehnte in die Nischen der Theologie, der Kunst und Literatur verbannt waren, werden in der Öffentlichkeit wieder verstärkt diskutiert. Der neue Kapitalismus ist religiös, wenn man der Werbung glauben will, genauso wie er grün ist und die Menschen glücklich machen soll – sofern man einigen, idealistisch angehauchten Ökonomen folgt – auch wenn dies wohl zu schön ist, um wahr zu sein. Doch gerade in der Werbung ist ein zunehmender Gebrauch religiöser Motive und Symbole zu verzeichnen. Auch wenn die Kirchen gesellschaftlich an Bedeutung verloren haben, gibt es eine Art »Boom« des Religiösen, in allen gesellschaftlichen Bereichen, auch in der Werbung, in der das Immaterielle, das Ideelle und Symbolische so wichtig geworden sind gegenüber den materiellen Eigenschaften der Produkte (vgl. hierzu Baudrillard, s. o., auch Bolz/Bosshart 1995). Auch die Theologie setzt sich offenbar mit dem Phä-

nomen Werbung und Religion auseinander und versucht zu deuten, was es mit den religiösen Motiven in der profanen Welt der Werbung auf sich hat. Andreas Fuchs und Hagen Horoba, ein Lehrer und ein Theologe, haben auf einer Website über vierhundert Bilder mit religiösen Bezügen, die aus der Werbung stammen, gesammelt, digitalisiert und zur Weiterverwendung ins Internet gestellt (vgl. Fuchs/Horoba 2008). Dazu haben sie Thesen formuliert, die das Verhältnis von Werbung und Religion reflektieren. Die Werbung versuche eine Lücke zu füllen, die im modernen Leben durch das Fehlen einer selbstverständlichen, in den Alltag eingebetteten religiös-spirituellen Praxis entstanden sei: »In der spirituellen Wüste der Moderne besetzen Marketingstrategen die vakant gewordene Stelle der Religion mit Werbung im allgemeinen und die Stellen, die bisher Gott und das Heilige innehatten, mit Produkten im speziellen und allem, was mit dem Gebrauch eben eines solchen Produktes in Verbindung steht: statt Religionsausübung Konsum, statt 'Göttern' Idole des Konsums [...] Durch den um eine Marke entstehenden Mythos erhalten deren Produkte einen spirituellen Mehrwert, der sie aus der Masse qualitativ gleichwertiger Konkurrenzprodukte herausheben soll.« (Ebd.)

Ähnlich wie die Religion verspricht auch die Werbung ein gelingendes Leben. Dabei werden religiöse Motive gewiss zum Teil instrumentalisiert, um der Werbung mehr Bedeutung zu verleihen und unbewusste Wünsche der Konsumenten zu erreichen, vermeintlich tiefere Schichten des Bewusstseins, die möglicherweise noch nicht durch die vielen optischen und semantischen Reize übersättigt sind. Man muss jedoch nicht immer bewusste Strategie, Manipulation und Missbrauch der Symbole hinter diesen Werbebotschaften vermuten. Sieht man sich die Bilder und Werbetexte auf der Website im einzelnen an, so muss man feststellen, dass viele der hier auftauchenden Begriffe und Symbole derart tief im abendländischen Kulturkreis verankert sind, dass sie nicht mehr nur in einem spezifisch religiösen Kontext gedeutet werden können – sie sind eher »nebenbei« religiös: Der Begriff »Sünde« wird etwa in der Werbung gern im Zusammenhang mit Nahrungsmitteln und Essen gebraucht, der Begriff »Teufel« oft mit erotischer Attraktivität, Verlockung und Versuchung in Zusammenhang gebracht, das Wort »Paradies« tritt häufig im Zusammenhang mit Reise-Angeboten auf, und das Wort »Gott« findet sich oft in der Werbung, wird aber selbst in profanen bayerischen Begrüßungsfloskeln verwendet. Wörter wie Wunder oder Versuchung, die ebenfalls auftauchen, sind vollständig in die Alltagssprache »herabgesunken«. Diese Beispiele zeigen, dass unsere Kultur durchsetzt ist von Wörtern und Symbolen, die ursprünglich religiös-christlich motiviert waren, und es in den tieferen, langlebigen Schichten der Kultur möglicherweise auch noch sind. Diese kognitiven Muster und Inhalte finden sich eben auch in der Werbung und werden dort instrumentell und mehr oder weniger kreativ eingesetzt. Nicht immer werden mit diesen Metaphern spezifisch religiöse Absichten oder Sinnzusammenhänge angesprochen, trotz der religiösen Metapher ist der semantische Inhalt oft säkularisiert. Neben diesem ganz selbstverständlichen Gebrauch der religiösen

Sprache des westlichen Kulturkreises finden sich in der religiösen Werbungs-Sammlung von Fuchs und Horoba aber auch vermehrt Bilder und Symbole aus religiösen Kontexten anderer Kulturen: buddhistische Mönche, Menschen in Meditationsstellung, Medizinmänner, Shiva, die Moschee, Begriffe wie Erleuchtung usw. Zum Teil entstammen diese Symbole wohl aus dem Bewusstsein und der Alltagspraxis der Werbemacher, die sich mit zeitgenössischen Fragen auseinandersetzen, Trends aufgreifen und Ideen und Bilder einbringen, die sie selbst gut, »trendy« oder irgendwie bemerkenswert finden. Personen, die vielleicht ab und zu auch der Tatsache überdrüssig sind, dass sie neue und aussagekräftige Bilder und Texte für das hundertfünfzigste Duschgel auf dem Markt finden sollen. Vielleicht möchte man, der Duschgels müde geworden, lieber mal etwas Existentielles, etwas von Bedeutung kreieren. Das wäre eine mögliche, eher pragmatische, weniger theoretisch und »religiös« aufgeladene Wahrnehmung und Interpretation dieser Formen der Werbung. Andererseits: Im Marketing wird in der Regel nichts mehr dem Zufall, auch nicht dem Zufall des kreativen Prozesses überlassen. Deshalb kann man annehmen, dass nicht nur die Motive und Werte der kreativ Schaffenden in die Werbebotschaften hineingelegt werden, sondern dass ein bestimmtes Milieu, bestimmte Wünsche von eingrenzbaren, gut erforschten Zielgruppen mit den religiösen Metaphern angesprochen werden sollen. In der Praxis der Werbeschaffenden sind vermutlich beide Motive gekoppelt und gehen eine empirische Einheit ein, mit dem einen Motiv lässt sich hervorragend das andere legitimieren und rationalisieren. Schlussfolgernd kann man annehmen, dass die gewählten Motive, Bilder und Anspielungen nicht zufällig gewählt sind, sondern bestimmte Fragen des aktuellen Zeitgeistes und Topoi der Kulturentwicklung ansprechen.

### **3.4.3 Problematik der Kulturkritik als Religionskritik**

Die Geschichte der Kulturosoziologie ist in ihren breiten Strömen eine Geschichte der Kulturkritik. Dem »Unbehagen an der (modernen) Kultur« wurde in der Soziologie immer wieder von großen Autoren wie Durkheim, Simmel, Benjamin oder Adorno Ausdruck verliehen. Die Kulturkritik knüpft sich an die verschiedenen gesellschaftlichen Wirkungen des Geldes, der kapitalistischen Warenwirtschaft und des Konsums. Ökonomische Strukturen und Mechanismen und sozial-kulturelle Phänomene wurden dabei immer in einem engen Zusammenhang gesehen. Das Geld, die Arbeit und der Warenkreislauf wurden nicht als rein wirtschaftliche Größen angesehen, sondern waren gerade in ihren gesellschaftlichen Verstrickungen und kulturellen Auswirkungen von besonderem Interesse. Schon bei Marx finden sich religiöse Begriffsanleihen bei der Analyse des Kapitals und des Warenkreislaufs, wie oben ausführlich dargestellt. Die »religiösen Färbungen« werden wieder aufgenommen und weitergeknüpft bei Benjamin. In der heutigen Diskussion spielen diese Aspekte, nach einer längeren Pause bzw. einem Dasein als Randthematik, wieder eine starke Rolle: In den Kulturwissenschaften

ist es »*en vogue*«, moderne Erscheinungen und »Konsumrituale« als religiöse Phänomene anzusehen und zu analysieren. In jüngster Zeit wird sehr häufig mit religiösen Vergleichen gearbeitet, eine Reihe von Veröffentlichungen liegen hierzu vor (vgl. etwa Deutschmann 2001, Kohl 2003, Baecker 2004, Bolz/Bosshart 1995, Böhme 2006 etc.) Der Warenfetisch, das Geld wird als eine Art religiöses Objekt analysiert, der Kult um den Körper, selbst Fußballspiele werden mit religiösen Ereignissen verglichen (vgl. Böhme in der ZEIT Nr.33/2006). Im Zentrum der Analyse steht die quasi-religiöse Aufladung bestimmter Objekte oder Handlungen des modernen Lebens. Im Hintergrund spielt die Annahme eine Rolle, religiöse Bedürfnisse des Menschen ließen sich nicht völlig rationalisieren, nicht in den modernen Lebensformen auflösen, sondern schleichen sich gewissermaßen »durch die Hintertür« in scheinbar rationale, moderne Kollektivpraktiken ein – in den Konsum, in Werbung und Film, in Kollektivereignisse wie Fußball, in politische Ziele wie »Wirtschaftswachstum« oder »Markt«. Die Kritik am Warenfetischismus ist dabei die älteste und häufigste Form dieser Argumentationsweise, in jüngster Zeit wird sie in der Tendenz auf andere Erscheinungen des modernen Kollektivlebens ausgedehnt. Solche Vergleiche mögen ihren Reiz und einen gewissen Erkenntniswert haben – so ist es möglich, einige verdrängte Motive und Antriebskräfte in der Moderne damit sichtbar zu machen. Andererseits hat ein derartiger Vergleich höchst alltäglicher moderner Praktiken mit religiösen Ereignissen seine Grenzen. Der Begriff der Religion droht überstrapaziert und zugleich verwässert zu werden. Ein wesentliches Merkmal von Religionen ist, dass sie durch die angebotenen Bilder und Metaphern, durch Transzendenz und durch einen (projizierten) Kontakt zu einer weiteren Seinsebene Antworten auf existentielle Fragen der Menschen anbietet. An die Ausformung und Gestaltung der Existenzfragen knüpfen sich jeweils ethische Vorstellungen, die soziales Leben und individuelle Entwicklung steuern. Diese bestimmenden Elemente – existentielle Fragen und ethische Normen – bieten die beschriebenen Phänomene der Moderne in der Regel jedoch nicht: Geld, Konsum, Fußball etc. werden sinnlich und magisch aufgeladen, und werden damit möglicherweise zu eindrucklichen Ereignissen, die kollektive Emotionen zu steuern vermögen – einen existenziell normativen Gehalt verfehlen sie jedoch. Genau an diesen Sachverhalt knüpft meist die populäre Kulturkritik an, die trotz allen Überflusses Mangel, Leere und Sinnlosigkeit konstatiert. Wie Walter Benjamin bemerkte, kenne der Kapitalismus »keine spezielle Dogmatik, keine Theologie«, sondern sei »eine reine Kultreligion« (Benjamin 1991/VI: 100). Doch was bleibt vom Religionsbegriff übrig, wenn man ihn auf den reinen Kult reduziert? Ist der »Götzendienst« nicht gerade durch die Abwesenheit von Religion bestimmt?

In den üblichen sozialwissenschaftlichen Definitionen von Religion spielen drei elementare Perspektiven eine Rolle. Erstens: Der Begriff des »Heiligen« als Teil des Religiösen, womit Riten, Kulte, Rollen und Institutionen bezeichnet sind, durch die man sich sozial des kollektiv Transzendenten versichert. Zweitens

wird der Religionsbegriff in einer funktionalistischen Perspektive auf die Lösung bestimmter gesellschaftlicher Probleme bezogen, zum Beispiel der normativen Integration der Gesellschaft (Durkheim) oder der sozialen Chiffrierung des Unbestimmbaren (Luhmann), »kurzum der symbolischen Stabilisierung des gesellschaftlichen Gesamtzusammenhangs«. Ein drittes Element des Religionsbegriffes verweist auf die anthropologische Frage nach der biophysischen Transzendenz des individuellen Lebens, auf die Elemente der Kultur, die überindividuellen Sinn vermitteln (nach Schäfers 1986: 246 f.). Der Kult des Konsums und der Waren weist nur wenige Elemente der oben genannten Definition auf. Es gibt sicher Phänomene des Kultes um den neuen BMW oder Jaguar, um die neuen Prada-Schuhe und Gucci-Roben. Man spricht alltagsweltlich auch davon, dass bestimmte Gegenstände »Kult« sind. Sind diese Objekte deswegen aber »heilig« bzw. »religiös« im Sinne der obengenannten Definition? Wenn dies zutrifft, dann nur in einem sehr profanen, abgeschwächten Sinne – Kult eben im modernen Wortsinne, der mit den alten, tieferen Bedeutungen dieses Wortes nur spielt, aber nicht ernst macht. Dieser Kult ist kurzlebig, schon bald von einer neuen Mode oder einem neuen Modell überholt. Das »Heilige« ist im kulturwissenschaftlichen Verständnis in einem weit ausgreifenden Zeithorizont verankert. Das »Heilige«, nimmt man den Begriff kulturhistorisch ernst, sollte nicht binnen Monatsfrist veralten, sondern (zumindest der Idee nach) längeren Bestand haben. Auch wird durch die genannten Waren nicht unbedingt überindividueller Sinn vermittelt, wie es die Definition von Religion vorsieht, sondern lediglich persönliches »Habenwollen«, soziales Statusbedürfnis und ästhetische Ansprüche des Subjekts befriedigt. In der Ästhetik der erworbenen Objekte liegt zwar durchaus Potential zu überindividuellen, allgemein menschlichen Fragen. Ästhetik ist kein Oberflächenphänomen, sondern hat vielfältige soziale und soziologische Implikationen; darauf wird an späterer Stelle noch einzugehen sein. Dennoch, auch wenn jede Religion ästhetisch-sinnliche Aspekte inne hat (vgl. Dewey 1988: 41) und soziale Kraft (sowie soziale Macht) daraus bezieht, reicht die Ästhetik umgekehrt nicht aus, um Religion zu begründen.

Doch zurück zur Definition von Religion: Allein das oben aufgeführte zweite Definitionsmerkmal von Religion in Bezug auf den »Erlebnisgehalt« der Dinge und der Konsumrituale ist es wert, näher darauf einzugehen: die funktionale Lösung gesellschaftlicher Probleme, zum Beispiel des Integrationsproblems bzw. die symbolische Codierung und Stabilisierung der sozialen Strukturen. Dieses Element ist bei der Betrachtung der modernen quasi-religiös beschriebenen Phänomene (Fußball, Rockkonzerte, »Konsumtempel« etc.) von Bedeutung. Die moderne Konsumwelt ermöglicht eine kollektive, affektive Codierung des Soziallebens. Dinge und Handlungen des Konsums vermitteln Emotionen und Erlebnisse, die kollektiv verarbeitet werden. Damit werden Bilder, Symbole und Emotionsangebote geschaffen, die auch in der »entzauberten« westlichen Welt magisch-sinnliche Angebote enthalten, die das emotionale Leben des Kollektivs nähren. Die bunte Warenwelt und die damit verbundene Ästhetik hat mehr als

nur eine ökonomische Bedeutung, sie hält mehr als die Wirtschaftskreisläufe am laufen. Welche politische Bedeutung die Konsum- und Warenwelt haben kann, lässt sich bei der Betrachtung der Faktoren feststellen, die beim Zusammenbruch des real existierenden Sozialismus eine Rolle spielten: In Ostdeutschland war die gegenwärtige und phantasieanregende Präsenz der Konsumchancen des deutschen Nachbarstaates und die im Vergleich dazu sehr schmal ausfallenden realen Konsummöglichkeiten ein wesentliches Moment der politischen Destabilisierung des Systems. Die Oberfläche der Warenwelt vermittelt den Eindruck und die Illusion eines leichten, bequemen und erfüllten Lebens, in dem man aus der Fülle des Gegebenen nur auszuwählen braucht. Doch die Warenwelt bestimmt nicht nur die Oberfläche der Gesellschaft mit Hilfe verschiedener Medien, nicht nur das Gesicht der Städte mit den bunten Plakaten, nicht nur die optische Fülle unserer Zivilisation, die sinnlich beeindruckend ist, kommt man etwa aus ärmeren Ländern – oder früher aus den sozialistischen Staaten – von einer Reise zurück. Sie wirkt auch »in die Tiefe« der Psyche und damit in die Tiefe der Gesellschaft, indem den Bildern und Dingen emotionale Färbungen, symbolhafte Konnotationen, scheinbar archaische und quasi-religiöse Bedeutungen verliehen werden. Konsum vermag mit dieser »Tiefenwirkung« Gesellschaft trotz Spannungen zu stabilisieren, gerade wenn breite Schichten am Konsum teilhaben können. Konsum und Werbung vermitteln die Wahrnehmung, alles sei im Prinzip möglich und erreichbar, man müsse nur zugreifen. Konsum vermittelt Emotionen, die an die Waren angekoppelt werden, dazu auch noch die Befriedigung, sich etwas leisten zu können, die eigene Persönlichkeit mit einer Vielzahl von Dingen arrondieren und ausdrücken zu können. Konsum beschäftigt die Menschen und macht ihnen Angebote, das tägliche Leben zu gestalten und ihre Persönlichkeit mit bestimmten Attributen und Symbolelementen, die der Konsumwelt entliehen sind, auszuschnücken. »In unheimlicher Weise sind wir als Subjekte und ist unsere Kultur auf eine dauernde Verzauberung angewiesen, um sich vor Dissoziation, Anomie und Zugehörigkeitsverlust zu schützen,« schreibt Hartmut Böhme treffend zu diesem Thema (Böhme 2006: 25). Konsum und die in der Konsumwelt vorherrschende Ästhetik sichern und stabilisieren das Sozialleben, indem sie es symbolisch codieren.

#### **3.4.4 Die »instrumentalisierte Transzendenz«: Konsumreligion durch Konsumwissenschaft**

Konsum und Werbung bieten bestimmte »Persönlichkeitsattribute« an und versuchen dabei an (heimliche) Wünsche, Emotionen und Affekte der potentiellen Kunden anzuknüpfen. Doch sind diese »Persönlichkeitsattribute« in der Regel nicht nur durch das »intuitive Einfühlen« in die Konsumenten entworfen und entwickelt worden. Vielmehr entsteht die symbolische Aufladung der Waren durch den Einsatz verschiedener Mittel und Instrumente der »Schattenwissenschaften« (Ullrich 2006), durch die akribische Erforschung des Konsumenten,



seiner Milieus, seiner Psyche und seiner geheimen Wünsche mit Hilfe verschiedener Disziplinen und Forschungsmethoden. In der Marktforschung werden Forschungsinstrumente und -ergebnisse der Soziologie, der Psychologie und der Neurowissenschaften eingesetzt. Die verbesserten Möglichkeiten der kollektiven und individuellen Datensammlung ermöglichen, immer näher an die Kunden, an ihre soziale Umgebung und ihren Lebensstil, ihre Bedürfnisse und ihre Wünsche heranzukommen. Durch die möglichst passgenaue Gestaltung von Produktfunktionen, von Design und Marketing sollen die Wünsche des Kunden immer besser erraten werden, am besten schon bevor er sie selbst kognitiv realisiert. Mit psychologisch differenzierten Methoden kommt man unbewussten Inhalten der Konsumenten auf die Spur, denn kennt man diese, so vervielfältigen sich die Möglichkeiten, heimliche Sehnsüchte anzusprechen oder neues Begehren anzuregen. Mit Hilfe modernster wissenschaftlicher Methoden findet eine »Auratisierung der gesamten Konsumwelt« statt (Ullrich 2006: 124). Folgerichtig hat mittlerweile die Psychologie der Soziologie ihren Rang als »Leitwissenschaft« der Marktforschung abgerungen, denn während die Soziologie eher äußere Faktoren des Milieus und Lebensstils erforscht, widmet sich die Psychologie dem Inneren des Menschen und liefert deshalb Anhaltspunkte für unbefriedigte Wünsche, an die es sich vielleicht anzuknüpfen lohnt.

In jüngster Zeit tritt gar die Neurologie vermehrt auf den Plan und versucht der Psychologie diesen Rang als »Leitwissenschaft« des Marketing streitig zu machen: »Das Feld des Konsums hat die Gehirnforschung mit Neuromarketing erobert. [...] Viele Unternehmen sind dazu übergegangen, im Vorfeld einer Produktentwicklung oder eines Marken-Relaunches verschiedene Alternativen daraufhin zu testen, welche Empfindungen sie auslösen.« (Ebd.: 146) Man erstellt etwa »Limbic Maps«, arbeitet mit »Limbic Types«, die durch bestimmte hormonelle Merkmale identifizierbar sein sollen: Genießer, Hedonisten, Abenteurer, Performer, Bewahrer und Disziplinierte (erstellt von der Gruppe Nymphenburg, zitiert nach Ullrich 2006). Bei den »Bewahrern« etwa soll das Stresshormon Cortisol leicht erhöht sein, ebenso Noradrenalin, ein Erregungshormon. Der Hormonspiegel soll also Hinweise auf die Motivationslagen der Konsumenten geben. Nicht alle Anbieter des »Neuro-Marketings« gehen dabei wissenschaftlich seriös vor, zuweilen wird unterschlagen, dass durchaus nicht alle Probleme der wissenschaftlichen Durchdringung des Gegenstands, etwa der Verortung bestimmter Emotionen im Gehirn gelöst, und ergo einer praktikablen Nutzung schon zuführbar sind (vgl. ebd.).

Verwertet werden diese Ergebnisse dann folgendermaßen: Mit Hilfe des sogenannten »Cue-Managements« wird das Produkt umfassend auf die Sinnenswahrnehmungen des Menschen zugeschnitten und in diesem Sinne einem optisch, akustisch, olfaktorisch und haptischen Design sowie einer choreographischen Gesamtkomposition unterworfen. »Die Zugabe hormoneller Duftstoffe oder die synthetische Entwicklung von Substanzen, die wie Babys riechen, gehört schon zu den Standards. Vor allem soll der Neuwagen so angenehm riechen,

dass der Käufer ein Verlustgefühl erleidet, wenn der Geruch sich nach einigen Wochen oder Monaten verflüchtigt: Aus Sehnsucht danach reift der Entschluss, beim nächsten Mal unbedingt wieder ein Auto derselben Marke zu kaufen.« (Ebd.: 149) *Erzeugung von Magie mit den Mitteln der Wissenschaft(en)* – so könnte man diesen Prozess beschreiben. Die Palette der Wissenschaften und ihrer Forschungskulturen kommen hier zum Einsatz: harte und weiche, quantitative und qualitative, natur- und geisteswissenschaftliche. Die Ergebnisse der Neurobiologie etwa wären nicht so wertvoll, könnten andere Wissenschaften sie nicht in Form von Produktinnovationen umsetzen. Insbesondere der Chemie kommt die wichtige Rolle zu, immer wieder neue Stoffe und Materialeigenschaften zu entwickeln. »Auf diese Weise wird die Welt der Konsumgüter nach und nach den geheimsten Wünschen der Verbraucher angepasst, wobei diese sich kaum klar machen, was sich innerhalb weniger Jahrzehnte alles verändert hat. Daher wundern sie sich auch fast nie, wie umfassend sie verwöhnt werden.« (Ebd.: 150) Der Kunsthistoriker Wolfgang Ullrich weist hier zu Recht darauf hin, dass die verfeinerten Methoden der Erforschung der Wünsche des Konsumenten nicht nur der Industrie, sondern auch dem Komfort und dem Lebensstil der breiten Bevölkerung zugute kommen. Nicht nur die Realisierung und Steigerung ökonomischen Profits ist die Folge dieser Entwicklung, sondern auch die Steigerung der Lebensqualität, so Ullrich. Dennoch sollte die Frage erlaubt sein, was davon der Kunde wirklich braucht, welche dieser Finessen dem Konsumenten zugute kommen und welche eher ein »fake« sind, die etwas vorgaukeln, was letztlich nicht eingelöst werden kann.

Die Neurologie liegt offensichtlich im Trend und ist möglicherweise dabei, eine neurologische neue »Leitwissenschaft des Marketing« zu werden, doch bislang ist die Forschung höchst aufwendig und in ihrer Verwertbarkeit unsicher. Zwar machen sich manche Anbieter von Neuromarketing die Unwissenheit ihrer Auftraggeber zunutze und tun so, als sei gewiss, an welcher Stelle im Gehirn was passiert und wie dies zu interpretieren sei. Doch ist die wissenschaftliche Forschung längst nicht eindeutig und zudem sehr apparate- und kostenintensiv. Andere Methoden arbeiten eher »geisteswissenschaftlich« und versuchen qualitativ, mit Hilfe von Metaphern und Bildern, die Assoziationsketten und -landschaften, Wünsche und Erregungen, die sich an bestimmte Produkte haften, zu analysieren, um sie ihrer strategischen Bearbeitung zugänglich zu machen (mind mapping). Marx würde staunen angesichts der heutigen Möglichkeiten, Waren symbolisch aufzuladen und ihren Fetischcharakter zu konstruieren, indem man die tiefen Schichten des menschlichen Bewusstseins zielgerichtet erforscht und anspricht. Auch die klassisch sozialwissenschaftlich angeleiteten Analysen der Zielgruppen haben sich weiterentwickelt, zum Beispiel das Konzept der Sinus-Milieus von Sinus Sociovision oder die Semiometrie von TNS Infratest. Diesen Ansätzen ist der Anspruch gemeinsam, »Konsumenten nicht nach soziodemografischen Merkmalen wie Alter, Schulabschluss oder Einkommen einzuordnen, sondern nach psychografischen Aspekten.« (Kalka/Allgayer 2006: 7) Die Analyse der Si-

nus-Studie etwa umfasst auch grundlegende Wertorientierungen, den Lebensstil und Lebensplanungen, Alltagseinstellungen, Wünsche und Ängste. Die klassische Einteilung in Ober-, Mittel- und Unterschicht wird in diesem Modell ergänzt durch eine Charakterisierung der Werte: ob eine Person nach traditionellen Werten lebt, der Modernisierung gegenüber aufgeschlossen, oder eher postmodern, multi-optional ausgerichtet ist (ebd.: 13). In diesem Feld identifizierte die Sinus-Studie zunächst acht Milieus, seit der Wiedervereinigung sind es zehn geworden, ergänzt um DDR-Nostalgische (vgl. die Grafik des Sinus-Modells auf S. 60 dieser Arbeit in Kap. 2.3.5). Die Größe und Lagerung der Milieus scheint Exaktheit der Messung zu implizieren, als könne man genau eingrenzen, wie groß die jeweilige Gruppe ist, und wo sie materiell zu verorten ist. Tatsächlich treten in der Forschung aber Mehrdeutigkeiten, Überschneidungen und mögliche Mehrfachzuordnungen auf.

Dazu werden neben quantitativen Untersuchungsinstrumenten auch qualitative Methoden wie die Gruppendiskussion genutzt. So werden Profile von Konsumentengruppen erstellt, die dann spezifisch angesprochen werden können, denn: »Die eingesetzten Werbebudgets machen sich nur dann bezahlt, wenn die richtigen Konsumenten in den richtigen Medien in der richtigen Tonalität angesprochen werden.« (Ebd.: 9) Das Semiometrie-Modell von Infratest kombiniert soziologische mit psychologischen Methoden, es geht davon aus, dass mit etwa 210 Begriffen das individuelle Wertesystem einer Person abgebildet werden kann. Abgefragt wird die emotionale Bewertung dieser 210 Begriffe, die in mehrstufigen Vorstudien ausgewählt wurden. »Ausgangspunkt war eine Literaturanalyse von Werken, die nachhaltigen Einfluss auf die westliche Zivilisation hatten (unter anderem die Bibel).« (Ebd.: 91) Die Begriffe werden 14 Wertefeldern zugeordnet, Felder wie »familiär«, »sozial«, »materiell«, »religiös«, »rational«, »dominant«, »pflichtbewusst« etc. Mit der Zusammensetzung dieser Wertefelder lassen sich verschiedene Gruppen beschreiben; aktuell wurden mit diesem Modell zehn Gruppen identifiziert. Die »Kulturellen« etwa werden mit den Begriffen »Buch«, »Kunst«, »Lebenskünstler«, »Eleganz«, »Musik«, »Leichtigkeit«, »Zeremonie« usw. beschrieben. Für die Gruppe der »Erlebnisorientierten« sollen folgende Worte ihre typischen Orientierungen beschreiben: »Herausforderung«, »Berg«, »Abenteuer«, »wild«, »Geschwindigkeit«, »Labyrinth« etc. Dieses Modell bietet schon Metaphern an, aus denen Marketing und Werbung sich direkt bedienen kann. Auch können Markenimages in Analogie zu Personen entwickelt werden, durch die Zuschreibung von »Charaktereigenschaften« wie »sensibel«, »aggressiv« oder »kritisch«.

Doch den Zielgruppenforschern scheint selbst klar zu sein, dass ihr Modell trotz der beklemmend »dichten Beschreibung« ihrer Zielgruppen mit Hilfe von Zahlen, mit Interviewausschnitten und Metaphernkarten seine Grenzen hat. Weder können Sie sich selbst klar einem der beschriebenen Typen zuordnen: »Passt er doch gleich in einige. Zum Beispiel in die Postmaterialisten. oder in die der Kulturell-orientierten. Oder doch eher in die der Modernen Performer« (im »Ab-

spann« des Buches über den Autor Jochen Kalka, ebd.: 251). Noch scheinen sich die Konsumenten ihrer Einteilung in Milieus fügen zu wollen, wozu die Autoren der Sinus-Studie Jens Lönneker vom Institut Rheingold zitieren: »Die Konsumenten von heute sind schizophrene, multiple Persönlichkeiten, die sich gegenüber Produkten und Marken immer weniger konstant und loyal verhalten, das Ausleben möglichst vieler Verfassungen und Stimmungen präge ihr Konsumverhalten. Da konkurriert der Mars-Riegel dann plötzlich mit der Mini-Salami von Bifi oder dem Käsebrötchen vom Bäcker, oder der Autokauf steht im Wettbewerb mit Urlaubsplanungen oder dem Hausumbau« (ebd.: 248). Sieh an, der Konsument folgt nicht der Typ-Einteilung der Forscher, das dürfte außerhalb des Marketing nicht eine wirklich neue Erkenntnis sein. Die Forschungsinstrumente scheinen in der Branche ein Eigenleben bekommen, eine Verdinglichung erfahren zu haben, sonst wäre dieser Einwand eines Marketing-Spezialisten wohl unnötig. Sind die Menschen schon schizophren, wenn Sie Mars und/oder Bifi, Käse und/oder Wurst essen? Doch nur, weil der konstruierte »Homunculus« sich nicht den Erwartungen der Forscher und Hersteller fügt. Der einfache Konsument mag sich deshalb damit trösten, dass trotz aller Raffinesse und trotz des Einsatzes des ganzen Arsenal verschieden wissenschaftlicher Methoden sein Verhalten noch nicht vollständig durchdrungen, nicht immer vorhersehbar ist. Denn die Realität scheint den Milieu-Forschern erst mal Recht zu geben: Je mehr mit Milieu-Studien gearbeitet wird, desto eher scheinen ihre Definitionen auch Realität zu strukturieren. So tauchen in den erhobenen Daten zunehmend Produkte auf, die ihrerseits schon mit Hilfe der Milieu-Studien einem bestimmten Feld zugeordnet wurden. »Die Gesellschaft passt sich ihren Einteilungen an. Da es kaum noch Waren gibt, die nicht irgendwelchen Typologien folgen, hat sich der Kunde jedes Mal zu entscheiden, welcher Mentalität, welchem Lebensstil und welchen Werten er den Vorzug gibt. Selbst wenn keine Produktvariante genau passt, muß er sich auf etwas festlegen. Studien, die Menschen typologisieren, besitzen somit nicht nur deskriptiven Charakter, sondern üben normierenden Einfluss aus.« (Ulrich: 133) Dies gilt nicht nur für die sozialwissenschaftlichen Milieu-Studien, sondern auch für die psychologischen oder neurologischen Untersuchungen am Konsumenten. Auch die Sozialwissenschaften und ihre Instrumente sind selten unschuldig oder neutral in Bezug auf die gesellschaftliche Realitätskonstruktion; sie hinterlassen Spuren im »Feld«, erst recht, wenn ihre Ergebnisse nicht nur in der Zeitung diskutiert werden, sondern die Konsumentenwelt aktiv (mit)gestalten und strukturieren. Zudem ist festzustellen, dass in der Marktforschung gerade die neuen kritisch-alternativen Milieus, alles was Anti-, Gegen- oder Subkultur ist, von Trendscouts und der Marktforschung geradezu übersteigert und damit möglicherweise in seiner Entwicklung überhaupt gefördert wird. Die »Zielgruppen Galaxie« der GIM (Gesellschaft für Innovative Marktforschung) konzentriert sich ausschließlich auf die überwiegend jüngere Gruppen, die neue Trends setzen. Werden die neuen Trends dann nach diesen Forschungsergebnissen vermarktet und in neue Produkte und deren Image umgesetzt, so verbreitet der

Markt diese Ideen und verhilft ihnen zu breiterer Durchsetzung. Dieser Prozess mag durchaus im Sinne der Industrie sein, halten doch neue Moden auch die Märkte und den Konsum am Laufen, eine Neutralität der Marktforschung ist damit natürlich nicht gegeben. *Die Marktforschung formt die Gesellschaft nach ihrem Bilde*, zum Glück jedoch gelingt ihr das aber nicht umfassend und vollständig, wie oben bemerkt.

Doch trotz allen Forschens im Verborgenen, in den geheimen Schichten des menschlichen Bewusstseins, wo unbewusste und archetypische, quasi-religiöse Bilder und Symbole verankert sind, trotz aller »magischer Aufladung« der angebotenen Objekte, scheint es kaum gerechtfertigt zu sein, von »heiligen Dingen« zu sprechen. Die Waren, die käuflich erworben werden können, sind trotz allem nicht »heilig«, weder für die Hersteller noch für die Konsumenten. Der Versuch, sie in die Nähe des Sakralen zu rücken, bleibt, auch wenn er die Attraktivität der Objekte und ihre Bedeutungsaura enorm erhöhen kann, letztlich nur ein Versuch »Heiliges« zu beschwören, ein manipulatives Surrogat. Die Waren werden für den Verkauf hergestellt, die Hersteller und Händler wollen damit Profit realisieren, auch das weiß jeder Bürger. Heilig sind Dinge, die selten und kostbar, historisch einmalig und dazu von besonderer Bedeutung sind, ausgestattet mit einem außergewöhnlichen Sinnzusammenhang. Dinge, die stabil und nicht fluide sind, Objekte, die dem Warenhandel entzogen oder für diesen nur schwer zugänglich sind. Wie Marcel Mauss bei seiner Analyse des Gabentauschs in »primitiven« Gesellschaften bemerkte, ist eine Zirkulation von Dingen nur möglich, wenn es heilige, nicht bewegliche Objekte gebe, die den Kern einer Kultur und ihre symbolische Ordnung sichern. Die heiligen Objekte bewirken eine Art Anti-Entropie, einen stabilisierenden Mechanismus in der Gabenzirkulation und im *potlatch*, dem auch ein Moment der Zerstörung innewohnt. In Gabengesellschaften muss es zu allen Objekten, die zirkulieren, ein Gegengewicht geben – exklusive Objekte, die dem Tausch entzogen sind, die Mitte, auf das alles Zirkulierende bezogen ist. Mauss bezeichnet diese unveräußerlichen, heiligen Dinge als »sacra«. Diese Dinge werden mit dem Geist des Clans, mit dem Gründungsmythos, dem kulturellen Ursprung identisch gesetzt, deswegen werden sie zurückgehalten und gehütet. Sie sichern so die symbolische Ordnung der Gemeinschaft, deshalb manifestiert sich in diesen Dingen eine besondere Macht, eine besondere Anziehung und ein besonderer Sinn. »All diese Realien, die der Gabe und dem Austausch grundsätzlich entzogen sind, stellen die ideelle und ideologische Grundlage der Machtbeziehungen, der politisch-religiösen Beziehungen« (Godelier 1999: 204 f.). Die heiligen Dinge halten die Ökonomie des Gabentauschs zusammen und stützen sie symbolisch, verleihen der Zirkulation der Gaben zentrifugale Kräfte. Diese Objekte manifestieren kulturelle Legitimität, von ihnen geht alle Legitimität aus, symbolisch wie materiell, manifest wie unbewusst. Ihre kulturell zentrierende Wirksamkeit bleibt aber aus guten Gründen »Geheimnis« des Clans: »Letztlich muss das Heilige immer geheim, unentzifferbar bleiben, sich jenseits des Sagbaren und des Vorstellbaren erahnen lassen.« (Ebd.: 173) Mauss selbst

bezog diese Beobachtungen auf einfache, proto-ökonomische Gesellschaften des Gabentauschs. Godelier, der befand, dass Mauss seine Entdeckung nicht hinreichend ausgewertet habe, bezog dieses Konzept auf alle Gesellschaften: Seine These ist, dass in allen Gesellschaften die Balance zwischen der Zirkulation tauschbarer Güter und der Zurückhaltung der heiligen Dinge gewahrt werden muss. Die Zirkulation von Gaben und Waren kann nur auf einem stabilen Bestand von unveräußerlichen Dingen stattfinden. In diesem Prozess, im Spannungsverhältnis von Tausch und Reservierung des Nicht-Tauschbaren werde Selbstbezüglichkeit *und* Wandel, Zirkulation *und* Verankerung im Ursprungsmythos hervorgebracht. Die heiligen Dinge legitimieren letztlich die Gesellschaft und ihre Strukturen, die Zirkulation allein vermag das nicht. Nach dieser These könnte unsere rasante, verflüssigte, globalisierte Welt des Kapitals und der zirkulierenden Waren nur existieren, weil es einen quasi-sakralen, nicht-verkäuflichen und nicht-zirkulierbaren kulturellen Kern gibt: Der kulturelle Bestand an Wissen, Bildern und Musik in den Archiven und Museen. Das hieße, je globaler und moderner der Kapitalismus, desto wichtiger wären die »heiligen« Dinge der Kultur: Objekte, Schriften, Bilder. Je älter diese Kulturelemente sind, desto einmaliger und kostbarer, da sie Zeugnisse der menschlichen Vergangenheit sind, häufige einzige Artefakte, aus denen die Gesellschaftsstrukturen und die Kultur vergangener Zivilisationen erschlossen werden kann. »Besonders die historischen Sammlungen haben die mythische Funktion, ein Kollektiv in der Zeit zu verankern« (Böhme 2006: 303), denn sie sind dem üblichen Prozess der alltäglichen Dinge, die verbraucht werden, die altern und wertlos werden, entzogen. Diese alltäglichen Dinge, die erworben, verbraucht und entsorgt werden, erinnern an Vergänglichkeit und Tod. »Sie aber, die stillgestellten Dinge, sind da, sie sind schön, sie sind ergreifend, sie haben einen unsagbaren, unschätzbaren Wert. Sie haben ein Geheimnis.« (Ebd.: 302)

Es ist empirisch evident, dass auch der spätmoderne Kapitalismus nicht ohne diese kulturellen Zeugnisse, ohne diese heiligen Dinge überleben kann. Zwar sind sie nicht völlig dem Marktgeschehen, der Zirkulation entzogen, auf dem einen oder anderen Weg gelangen Objekte auf den Markt und werden verkauft. Jedoch wird streng darüber gewacht, werden die Schätze gehütet, ihre Veräußerung oder Zerstörung ein Politikum, der scharfen Beobachtung der Öffentlichkeit ausgesetzt. Diese Objekte sind keine Waren wie andere, und dort wo sie es werden und Preise erzielen, die nahezu jenseits der Vorstellungskraft liegen, gilt dieser Akt als »soziale Ausnahme«, die durch besondere Umstände legitimiert ist oder auch nicht – dies wird jedenfalls heiß diskutiert. Ihr Verkauf ist nichts Gewöhnliches, Selbstverständliches, sondern nur unter besonderen Bedingungen möglich bzw. wird als potentiell und möglicherweise illegale Handlung sozial überwacht und verfolgt. Gerade im globalisierten Turbo-Kapitalismus bekommt das »Weltkulturerbe«, der kulturelle Reichtum der verschiedenen Nationen und Ethnien, eine noch wichtigere und zentralere Bedeutung. Ohne den Kern der kulturellen Identität und Historie, die sich in den »heiligen Objekten« manifestieren, sind die

Kulturen selbst herkunftslos und der Zerstörung preisgegeben – symbolisch wie real. Hartmut Böhme folgert sehr richtig: »Wenn allerdings unveräußerliche Dinge mit Fetischcharakter in die Tauschzirkulation reintegriert werden, so niemals durch normalisierte Markt- oder Gabenmechanismen, sondern durch Raubzüge, Kriege, Katastrophen, Kriminalität oder, wie angedeutet, durch umfassende Revolutionen kultureller Weltbilder und Werthierarchien. Sie sind ›Ereignisse‹, in denen die geltende symbolische Ordnung außer Kraft gesetzt oder punktuell negiert wird, sodass Gegenstände aus den ›geheiligten Beständen‹ einer Kultur oder Person wieder Tauschwertcharakter gewinnen können.« (Böhme 2006: 299)

Auch im Kapitalismus muss es also bei aller Fluidität und Flexibilität der Waren, des Wissens und der Identitäten Sphären von kultureller »Substanz« geben, Orte des kulturell »Heiligen« (wie Museen und Kulturdenkmäler). Auf dieser kulturellen Substanz kann das heute radikalisierte Warenprinzip basieren, und die Entsubstanzialisierung, die ökonomische Zügellosigkeit der Moderne durch den unveräußerlichen Kern erst stattfinden. »Unverkäufliche Gemälde, Heiligtümer oder Memorialobjekte gehören zur »Substanz« einer Stadt, eines Besitzers, einer Kultur; sie bilden deren dinglich-symbolische Identitätskerne.« (Ebd.) Gerade dass sie der Zirkulation entzogen sind, verleiht ihnen eine besondere Kraft, macht sie singulär. Für die heiligen Dinge ist aber entscheidend, dass sie sowohl dinglich sind, wie symbolisch mit einer außergewöhnlichen Ausstrahlung ausgestattet, dass sie an besonderen Orten aufbewahrt werden, die ihnen zeremoniellen Ausstellungswert verleihen (Museen, Kirchen, Sammlungen) und dass sie Objekte der Verehrung und Hochschätzung sind. Und so unterscheidet Böhme zu Recht zwei verschiedene Arten des (modernen) Fetischismus: Erstens den Fetischismus, der den Konsum beflügelt, die Ökonomie in Gang hält und die Waren mit Glanz und Lustwerten versieht. Zweitens den Fetischismus, welcher der Ökonomie vorausgeht und ihren stillgestellten kulturellen Bezugspunkt bildet; dieser liegt außerhalb der Warenzirkulation. Diese Form des Fetischismus gehört zu den nicht-ökonomischen Voraussetzungen der Ökonomie, denn: »Wo es kein Anderes der Zirkulation mehr gibt, kollabiert diese selbst« (ebd.: 301).

Die beiden Formen des Fetischismus, die zwei Varianten der besonderen Ding-Aura, dürfen nicht verwechselt werden, auch wenn es von Seiten der Warenwelt Übergriffe gibt, Anleihen an Kunstwerke, die den Waren besondere Ausstrahlung verleihen sollen; auch Anleihen an den Mechanismen des Kunst-Schaffens, des kreativen Prozesses, um die Dinge mit überschießenden Möglichkeitsräumen und vielfältigen Sinnverweisungen auszustatten. Und so verwischt sich heute für viele Autoren die Grenzziehung zwischen Kunst- und Konsumwelt (dieser Ansicht ist zum Beispiel Ullrich 2006). Tatsächlich arbeiten viele kreativ Schaffende (Designer) im Grenzbereich zwischen Kommerz und Kunst und versuchen, kommerzielle Produkte der Populärkultur mit künstlerischem Anspruch bzw. mit kreativen Werten zu schaffen. Empirisch gesehen, dürfte die exakte Unterscheidung zwischen der einen und der anderen Art des Fetischismus nicht immer einfach sein, ist doch der Markt und die dort kreativ Schaffenden lernbereit

und -willig, wenn es um die Aneignung neuer, auch elaborierter Kenntnisse und Mechanismen geht. Freilich ist der künstlerische bzw. der «heilige» Charakter der Dinge bei historischen Objekten eindeutiger zu erkennen. Je älter die Dinge sind, desto höher ist ihr kultureller Wert an sich, ganz abgesehen von dem Grad ihrer ästhetischen Vollendung.

Doch nicht alle Kunst ist heilig. Kunst ist selbst ein Phänomen, das gesellschaftlich definiert wird und von dem man historisch nicht immer das gleiche Verständnis hatte. In der Moderne steht der Kunstbegriff immer wieder zur Debatte, am Beginn der modernen Kunst steht die Dekonstruktion und Überwindung der »klassischen« Malerei, steht die Entwicklung einer neuen Formen- und Farbensprache, die scheinbar losgelöst von ihrer Geschichte, von der Entwicklung der Kunst ist. Heute wird immer wieder diskutiert, was Kunst eigentlich ist und sein kann, an welche Kriterien sie gebunden ist. An die Fertigkeiten der Technik? An die Innovationsfähigkeit der Idee? An den Kontext, den Ausstellungsrahmen? An die Übereinkünfte der Kunst-Kenner? An den Marktwert, der erzielt wird? Heute steht zur Debatte, wo Kunst aufhört und Populärkultur beginnt, die Grenzen sind scheinbar fließend geworden. Zeitgenössische Kunst hat in der Regel noch nicht den unbezweifelten Wert des Sakralen, erst in der Rückschau wird die Spreu vom Weizen getrennt. Die Kunst der klassischen Moderne (Bauhaus, Impressionismus, Expressionismus, Kubismus usw.) dagegen ist kanonisiert und sakralisiert; ihre Objekte gehören unzweifelhaft zum Bestand der Schätze der abendländischen Kultur. Je älter die Objekte, desto größer ist ihr Wert in kultureller Hinsicht. Je älter, desto heiliger, denn die Zeugnisse der Menschheit werden immer rarer, je weiter man in der Geschichte zurückgeht. Je älter die Objekte, desto mehr verankern sie den modernen Menschen, der sich scheinbar über die Geschichte erhebt, in der Tiefe der Zeit und verleihen seiner Entwicklung Wert, Substanz und Identität.

Deshalb macht es wenig Sinn, unterschiedslos von Heiligem oder von Religion zu sprechen, wenn man Artefakte der Konsumkultur oder andere moderne Phänomene meint. Der spätmoderne Mensch ist wohl auf der Suche nach religiösen Bildern, nach religiösem Sinn, nach Verankerung außerhalb der materiellen Welt der Waren und Erfolge – wie anders sollte man die verschiedenen, scheinbar beliebigen, »esoterischen« Richtungen und Bewegungen deuten. Aus der religiösen Selbstverständlichkeit der eigenen Kultur herausgehoben durch Entzauberung und Rationalisierung der Moderne, gehen viele Menschen auf die Suche nach anderen Ausdrucksformen, die sie selbstgewählt und selbstbestimmt kombinieren – man kann sie wählen, man kann sie in neue Kontexte setzen und man kann sie auch wieder abwählen, im Unterschied zur »Religion« im traditionellen, institutionalisierten Sinn. Der Begriff der »Religion« sollte nicht unterschiedslos auf verschiedenste Phänomene der modernen Kultur angewendet werden, sonst schwindet seine Erklärungskraft. Der Begriff des »Warenfetischs« bringt gewisse Konnotationen mit sich, ist eine hilfreiche Metapher, aber eben nicht mehr als das. »Warenfetisch« meint letztlich »Götzendienst«, also eine scheinbare Religi-



on, keine vollständige, im ursprünglichen Sinn des Wortes. Selbst der skrupelloste Spekulant, selbst der unberührteste Manager würde im Profit, im Kapital nicht seinen Gott sehen, sondern höchstens einen bestimmenden Dämon, eine Form der Besessenheit. Gerade diese Akteure sind von Zeit zu Zeit ganz besonders auf Kunst, Kultur und Natur(erlebnisse) angewiesen, um in einem existentiellen Sinn die humanen Anteile ihrer Persönlichkeit zu erneuern.

In der Konsumkultur Religiöses zu sehen, trifft also den Sachverhalt nicht richtig, bzw. erschwert die Unterscheidung zwischen dem Fluiden, dem auf den Märkten Zirkulierenden und dem Kern der kulturellen und persönlichen Identität. Die Dinge des Menschen, die Objekte werden nicht erst in der Moderne magisch aufgeladen, es gab schon lange davor besondere, unveräußerliche Objekte, religiöse Fetische, kulturell symbolisch Bedeutsames oder persönlich »Heiliges«. »Heilige Dinge« können religiöse Bedeutungen haben oder säkulare, sie können auf einen Ursprungsmythos, auf besondere Ereignisse oder auf Kern-Werte der Gesellschaft verweisen. In der Moderne haben die Kunst und die Wissenschaft das »religiös Heilige« an vielen Stellen ersetzt, da die Religion nicht mehr die verbindliche Quelle von Legitimation und Ethik ist. Die »Kunst« und die Wissenschaft sichern in der Moderne den ideellen Kernbestand der Gesellschaft, das nicht Veräußerliche. Beide Sphären sind in jüngster Zeit allerdings heftigen Angriffen und Dominanzansprüchen der Ökonomie ausgesetzt; ihr »Ausverkauf« erzeugt heftige Diskussionen sowie neue Bemühungen, nicht-ökonomische Standards in veränderten Verfahrensformen zu halten und Qualität in einem klassischen Sinne zu sichern. An der Bildung und Kunst, an der Geschichte und Kultur, am »heiligen« Kern hält der Mensch zu Recht auf eigensinnige Weise fest, auch gegen Versuche, Marktgesetze in diesen Bereichen unumschränkt zu etablieren.

Der Versuch, Waren symbolisch aufzuladen durch die Nutzung unbewusster kollektiver Denk- und Glaubensinhalte, hat also strukturelle und empirische Grenzen. Durch diesen Prozess werden Fragen des Zeitgeistes, ähnlich wie in der Kunst, aufgeworfen – hier allerdings limitiert durch die Vermarktungsfähigkeit der Ideen. Die kreativ Schaffenden stellen ihre Sensibilität für die offenen Fragen ihrer Zeit vermutlich nicht deshalb ein, weil sie in der Werbung oder im Design anstatt in der Kunstbranche arbeiten. Jedoch werden die Waren für den Markt gestaltet und hergestellt und unterliegen damit von Anfang an einer zentralen Leitdifferenz, wenn nicht *der* zentralen Leitdifferenz der modernen Kultur: Ökonomie versus Lebenswelt, Markt versus Substanz und Authentizität, Geld versus kulturelle Werte. Auch Versuche, diese Leitdifferenz zu überschreiten, und etwas vom Glanz und der Magie des Außerökonomischen in die Warenwelt hineinzu nehmen, können die grundsätzliche Grenze zwischen Markt und substantieller Kultur nicht aufheben.

Daher ist der Versuch, in der Welt der Waren Transzendenz im Immanenten zu erreichen bzw. die Warenwelt zu fiktionalisieren, nie mehr als ein Versuch. Transzendenz kann auf diesem Weg nur momentweise gelingen. Wichtige Leer-

stellen bleiben hier offen, wie man an der nicht verstummen wollenden Konsum- und Kulturkritik ebenso wie an den esoterischen Trends ablesen kann. Die Zirkulation der Waren funktioniert auf der Basis der heiligen Dinge, die kulturelle und personale Identität sichern. Wo die Ökonomie ihre kulturellen Grundlagen gänzlich aufzehren würde – und gerade vom Nicht-Ökonomischen und seiner Verwandlung, seiner Vermarktung zehrt sie vielfach -, da würde eben auch der Markt, die Zirkulation kollabieren.

### **3.5 Mode als anti-traditionaler Individualisierungsmodus: Die soziale Auflösungskraft der Warenwelt**

Bis jetzt haben wir in erster Linie kultur- oder kapitalismuskritische Theorien zur Mode und zur Warenwelt in der Moderne diskutiert. Nun wollen wir aber Denkansätze betrachten, die die Mode und die Innovationen der Warenwelt als positiven Bestandteil der Moderne ansehen, die für kulturellen Fortschritt, Befreiung, Dynamik und Fülle stehen. Auch in dieser Perspektive sind Mode und Moderne ein zusammengehöriges Begriffspaar – die Mode sei in der Moderne gewissermaßen erfunden worden. Ein häufiges Argumentationsmuster sieht dabei Wandel und Innovation, vorangetrieben durch »kulturelle Revolutionen« in Wissenschaft und Kunst als grundlegende Prinzipien der Moderne an, während sich die Vormoderne durch Stabilität, die Abwesenheit von Wandlungsprozessen und eine holistische Kosmologie auszeichne, in die alle (sozialen) Phänomene eingeordnet werden können und ihren festen Platz hätten. Mode wird hier als vorantreibendes und innovatives Prinzip der Moderne angesehen, während in traditionellen Gesellschaften alles gleich und an seinem Platz geblieben sei. So wird auch bezüglich der Kleidermode auf spezifische *Vergemeinschaftungsmuster* der Moderne rekurriert, deren Kennzeichen es ist, alle stabilen, traditionellen Vergemeinschaftungsformen aufzulösen.

Dieser Modus der Auflösung von Traditionen mache die Mode erst zur Mode, meint etwa die New Yorker Kunstwissenschaftlerin Anne Hollander, eine Anhängerin der »klassischen Moderne«. Ihre Argumentationsweise wollen wir als gutes Beispiel für ein modernes Theorem der Mode und Ästhetik näher betrachten und mit ähnlichen Argumentationsweisen in der Soziologie anreichern und vergleichen. Hollander (1994) konzentriert sich bei ihrer Analyse moderner Kulturformen auf die Bekleidung. Sie vergleicht dabei vormoderne und moderne Bekleidungsformen, aus diesem Vergleich heraus definiert sie den Begriff der »Mode« und der »Nicht-Mode«. Die Bekleidung der Vormoderne bzw. die »Nicht-Mode« finde im Rahmen einer festen Kosmologie statt und vermittele das Ideal der Gewissheit, während die moderne Mode auf kulturellen Wandel und Dynamik ausgelegt sei und allein den Prinzipien des ästhetischen Wechsels und der Suche nach dem »Neuen« folge: »Nicht-Mode legt nahe, dass ihre Träger seit langem alle fundamentalen Fragen gelöst und das aktive Leben des Zweifels und

der Fragen ausgelöscht haben; statt dessen bietet sie große Schönheit und Authentizität der Form, große Subtilität der Farben und Muster und viele Varianten und Ebenen symbolischer Bedeutung, die über Generationen hinweg verfeinert wurden« (Hollander 1994: 37). Traditionelle Bekleidung sei normativ, selbst im Wandel werde die Sehnsucht nach Stabilität betont, während modische Kleidung einen immanent kontingenten und mehrdeutigen Charakter habe. »In traditionellen Gesellschaften kann Kleidung eine unmittelbar nachvollziehbare Bedeutung haben, in ihren Formen, ihrer Art, getragen zu werden« (ebd.), während die Bekleidung der Moderne sich gegen den semantischen Zugriff sperrt, da sie nur ihren eigenen ästhetischen Prinzipien, die sich aus der Opposition, aus dem Widerspruch entwickeln, folge. In der vormodernen Kleidung, die vor allem aus dem Gegensatz zur Moderne konstruiert wird und nicht aus ihren eigenen Bedeutungssystemen heraus, hätten die formalen Details der Kleidung eher traditionelle und stabile als assoziative Ursprünge, die traditionelle Form sei für alle lesbar und beziehe sich immer auf die Vergangenheit – genau dies mache ihren Reiz und ihre Bedeutung aus. Die stabile Schönheit traditioneller Kleidung, die von keiner Mode beeinflusst sei, könnte man in ihrer ästhetischen Qualität und in ihren sozialen Funktionen zunächst für überlegen halten, so Hollander, »aber in Wahrheit haben die flüchtigen, nervösen visuellen Vorstöße der Mode einen echten ästhetischen Fortschritt herbeigeführt, einen kulturellen Sprung, vergleichbar mit anderen Fortschritten in der Geschichte der westlichen Kunst, des Handelns und des Denkens, etwa der Polyphonie und der Perspektive, der doppelten Buchführung und der wissenschaftlichen Methode, um nur einige zu nennen« (ebd.: 42). Der Sprung der modernen Mode liege vor allem in ihrer Innovationskraft. Die Mode der Moderne verabscheue jede Fixierung, sei es der Form oder der Bedeutung, des Wissens, des Gefühls oder der Vergangenheit. Die Mode erwachse aus der Spannung des formalen Vokabulars und sei keinem Inhalt, keiner Tradition und auch keinem ästhetischen Prinzip verpflichtet, sondern einzig und allein »dem Risiko, der Subversion und der ungleichmäßigen Vorwärtsbewegung« (ebd.: 36).

Analog argumentiert auch Elena Esposito, allerdings, anders als Hollander, systemtheoretisch begründet, wenn sie beschreibt, wie die Mode mit ihrem Aufkommen im 17. Jahrhundert Systemkomplexität und Kontingenz erhöht und damit die Auflösung ontologischer Weltbilder betreibt. Die Mode sei damit prototypisch für das Funktionieren der Moderne und die Komplexität ihrer Formen typisch für die Mehrdeutigkeit der neuen sozialen Strukturen: »Die Mode führt eine bislang unbekannte Variabilität ein: die Verselbständigung der Welt des Scheins und allgemein die Kontingenz der Erscheinungsweise (sowie der Seinsweise). Damit stellt sie in jener Epoche ein komplexes Phänomen dar, das auf eine grundlegende Umstellung der Gesellschaft und des Weltbezugs hinweist.« (Esposito 2004: 24) Die vorübergehende, fragile Stabilität der Mode stelle sich nur durch eine Kombination verschiedener Instabilitäten her. Sie stelle eine semantische Lösung für das Problem des Einbruchs von Kontingenz dar, in-

dem sie Kontingenz zu ihrem Prinzip macht und diese gleichzeitig – vorübergehend – stillstellt. Wer der Mode folgt, folgt ihr nicht, weil die Dinge schön oder gut sind, oder weil sie Ausdruck von Prinzipien sind, die er/sie teilt, sondern lediglich, weil sie neu sind. Die Mode verlangt keine religiösen oder moralischen Überzeugungen, im Gegenteil, sie stellt diese still und löst sie auf. Die Mode ist amoralisch und gerade deswegen modern, so die systemtheoretische Argumentation.

Im Ergebnis ähnlich sieht Anne Hollander die Mode und ihre Beziehung zur Moderne, auch wenn sie ihre Ausführungen nicht systemtheoretisch, sondern kunsthistorisch begründet. Sie sieht die Mode ebenfalls im Widerspruch zu allen religiösen Vorstellungen und Weltbildern. Die Mode habe die Tendenz, Religion und Moral aufzulösen: »Von ihrem Wesen her unzuverlässig, ist sie gleichzeitig gnadenlos weltlich – im Kampf mit den zeremoniellen und vereinheitlichenden ästhetischen Triebkräften, die Gewänder wie den Schador oder den Sari hervorbringen – und sie sieht alles Ehrwürdige immer mit ironischem Blick« (Hollander 1994: 31). Mit ihren Launen und Capricen, dem Vorläufigen und Suchenden, mit der Komik und der Ungenauigkeit biete die westliche Mode einen visuellen Weg aus der Falle der Tradition, sie gestatte ein Bild der Skepsis, von alternativen Deutungen und vielfältigen Chancen. Daher – und das ist sehr nachvollziehbar – sei sie so attraktiv für viele Angehörige traditionaler Kulturen, vor allem für die jungen, die auf dem Wege der Mode Freiheit suchten, Freiheit von eindeutigen Zuschreibungen und Rollen, Freiheit von Vergangenen. Das ästhetische Prinzip der Moderne sei das Vorantreibende, die Spannung der Innovation, das Unruhige, das sich plötzlich in einer überraschend ausbalancierten, vorübergehenden Harmonie der Elemente auflöse. Die Formensprache suche beständig neue Wege und diese Spannung der Veränderung mache den Reiz der modernen Ästhetik aus: »Wann immer das Begehren des Auges sich auf zeitlose Formen richtet, ist der herrschende ästhetische Geist nicht modern. Um visuelle Befriedigung zu erzielen, benötigt Modernität Konflikt und Dialektik, unruhige Kombinationen, Zweideutigkeit, Spannung und Ironie, die Form unbefriedigter Suche. Jede klare und stabile moderne visuelle Harmonie beruht also, wenn sie denn erreicht wird, auf Spannung und Opfer, auf der Pose imaginativer Wachsamkeit.« (Hollander 1994: 55) Hier erkennen wir das Vorbild der Kunst für die moderne Warenwelt, die produktiv außerästhetische Konflikte bzw. konfligierende Werte zu verarbeiten hat. Allerdings bietet auch die Mode, bei aller ästhetischen Offenheit für Neues und für Spannungen, nicht völlige Freiheit und Individualität. Sie ersetzt die Kontrolle durch Tradition und Einheitlichkeit der Weltwahrnehmung durch die Kontrolle einer – jetzt wankelmütigen – Öffentlichkeit, wie Esposito hervorhebt: »Die Mode hat also nicht direkt mit dem Schönen, dem Wahren oder mit irgendeiner Form von Authentizität zu tun, sondern ist eher auf einer Ebene anzusiedeln, auf der die reflexive Beobachtung die Orientierungsfunktion ersetzt, die zuvor durch den Bezug auf die Einheit der Welt (und der Wahrheit) sichergestellt war: die spezifisch moderne Ebene der öffentlichen Meinung.« (Esposito

2004: 30 f.) Die Mode verlangt insofern eine absolute Folgebereitschaft; ihr muss, als positiver oder negativer Bezugspunkt, gefolgt werden (siehe dazu auch Bovenschen 1986), und zwar in jede Richtung, ganz unabhängig von Überzeugungen und Inhalten. Die überwachende Kontrollinstanz ist die öffentliche Meinung, die Macht über Ansehen und Anerkennung des Individuums sowie über seinen beanspruchten sozialen Rang ausübt.

Das Grundelement in der »modernen Kunst der Kleidung« sei die Abwechslung; nicht die kohärente Bedeutung, sondern der permanente Wandel sei das Prinzip der Mode. Die Mode entwickle sich aus der Negation des Bestehenden, selbst die neuen formalen Linien entwickelten sich weniger aus sich heraus, sondern aus der Ablehnung der alten Formen: Jede Form müsse sich aus der Opposition gegen die alte entwickeln, diese verzerren oder bestätigen (vgl. ebd.: 49). Ein Look löse so den anderen ab, allein aus Opposition und Neuerungskunst – dabei regierten keine Gesetze oder Regeln, sondern nur ästhetische Lust und Ermüdung: »Die Vorliebe für eine besondere Form wird erzeugt durch das Nachlassen eines starken Verlangens nach einer früheren Form, eine Art ästhetische Müdigkeit, die häufig unbewusst ist und erst bewusst wird, wenn eine neue Form angeboten wird.« (Ebd.: 48). Ganz ähnlich argumentiert auch René König in seinen berühmten modesoziologischen Schriften. Zwar hält er als Soziologe, im Gegensatz zu Hollander, die die Mode inhaltlich und kulturell nicht gebunden sieht, ihre ästhetische Formensprache für ein Phänomen, das nicht losgelöst von sozialen Strukturen zu sehen und deshalb durchaus semantisch interpretierbar ist. Auch für ihn ist jedoch die kulturelle und ästhetische Innovationskraft zentral und ein bestimmendes Moment der Mode. König argumentiert einerseits, die Mode bringe eine Art Selbstreinigung der Geschichte mit sich, da sie die Gegenwart von der Vergangenheit löse und damit Freiheit und Entscheidungsspielraum schaffe. Dieser Vorgang sei jedoch ambivalent zu bewerten, da Innovation und Zerstörung – ganz im Schumpeterschen Sinne des »Unternehmerischen« – im gleichen Prozess fest miteinander verbunden seien: »Der Prozess der modischen Neuerung und Innovation wird zum Schauplatz einer ständigen Kulturzerstörung – in kleinen und kleinsten Portionen, gewiß, aber Zerstörung bleibt trotzdem Zerstörung und wird damit zur Voraussetzung für die Erneuerung des Neuen.« (König 1985: 95) Die positive Seite dieses Prozesses sei die Befreiung von kulturellen »Altlasten«, die historisch und institutionell allzu oft mitgeschleppt würden, obwohl ihr Anlass und ihre Funktion längst verloren gingen: »In der Geschichte der großen Kollektivgebilde lebt vieles weiter, bis der Tag des Scherbengerichtes kommt. Die Last der Akkumulation wird hier jeweils größer und größer von Generation zu Generation.« (Ebd.) Diese Last könne im Kleinen durch Prozesse des modischen Wandels verringert werden, in extremen historischen Situationen werde diese »Selbstreinigung« durch »historische Katastrophen und Kulturrevolutionen« vorgenommen, die blind über vieles hinwegfegen (vgl. ebd.). Damit kommt der Mode eine historische Funktion zu, in kleiner und »sozialvertäglicher« Dosierung Platz zu schaffen für neue Lösungen und Entwicklungen. Jedoch ist auch

dieser Prozess der Reinigung durch die Mode kein vernünftiger, sondern ein launenhafter, blinder. Dass das Neue besser sein soll als das Alte, kann keiner garantieren, da es lediglich um Innovation geht, nicht aber um die Frage, welcher Art die Innovationen sind. Dennoch, so kann man aus Königs Ausführungen schlussfolgern, mag es sein, dass die Mode einen gewissen »Veränderungsdruck« aus der Geschichte nimmt, indem sie Formen und Angebote des Wandels »im Kleinen«, ästhetisch-sinnlich erfahrbar, anbietet und damit verhindert, dass es zu einem kollektiven »Lebensgefühl« des Stillstands komme, das riskante politische Möglichkeiten enthalten würde. Die Kehrseite dieser kulturellen »Reinigungsfunktion« der Mode formuliert König mit Marcel Proust: Der beständige, sprunghafte Wandel bewirke, »dass die Allgegenwart und Kontinuität des Gedächtnisses unter den Anforderungen der Alltagspraxis verlorengelut. Wo immerfort entschieden werden muß, vergeht der Zusammenhang des Lebens.« (Ebd.) Damit spricht König eine Problematik an, die später im Zusammenhang mit Identitätsfragen in der »Spät-« oder »Postmoderne« viel diskutiert wird: Zersplitterung der Erfahrung des Erlebens und der Identität, zunehmende Unsicherheit und Enttäuschungsrisiko.

Die generelle Idee der Mode ist subversiv, ihr Prinzip die permanente Revolution. Dabei steht, so wiederum die Kunsthistorikerin Anne Hollander, nicht mehr nur der Schöpfungs-, sondern auch der Zerstörungsprozess der Mode im Vordergrund und bilde die eigentliche Triebkraft. Die Mode müsse alle Werte, alle Anschauungen, alle Prinzipien beständig unterminieren, um sich selbst treu zu bleiben. Einige Komponenten der Mode »mögen metaphorische und andere direkt sein, einige neu und andere in die Konvention eingebunden. In der Mode wandeln sie sich im Laufe der Zeit alle und ziehen den Körper mit in diesen Wandel. Die generelle Idee der Subversion bleibt fundamental. Der idealisierende, normative Impuls muß immer unterminiert werden und das Drama seinen nächsten Akt anstreben, sei er groß oder klein, oder, wie so häufig, von einem gewissen Skandal begleitet. Aber das vollzieht sich einfach und kann nicht vorausgesagt werden, denn auch das würde eine Stabilität herstellen, die den Bedürfnissen der Mode fremd ist.« (Hollander 1994: 52) Deshalb ist auch nicht unbedingt Schönheit das Ziel der Mode, und erst recht nicht die Harmonie von Form und Material – gerade dies sei nicht modern, obwohl dieses Prinzip der Schönheit und Harmonie in vielen nicht-modernen, traditionellen Künsten und im Handwerk noch immer vorhanden sei und dort eine Randexistenz führe (vgl. ebd.: 59). Die Schönheit der Moderne entstehe aus der Spannung und der Überraschung, aus dem Gegensätzlichen und Widersprüchlichen, nicht aus der Harmonie der Proportionen, Materialien und Farben.

Hier geht Hollander partiell d'accord mit Thorstein Veblen, der in seiner zuweilen satirisch angehauchten Analyse modischer Phänomene ebenfalls wenig Schönheit entdecken kann. Allerdings bietet er eine andere Interpretation für diesen Umstand an. In Veblens' Ansatz (siehe auch Kapitel 2.4.2) ist die Mode Teil eines Lebensstils, der auf die soziale Symbolisierung persönlichen Reichtums

und sozialer Macht zielt, und der durch »demonstrative Verschwendung« in Form von zurschaugestellten Konsumgütern oder im konkurrierenden Prinzip des »demonstrativen Müßiggangs« manifestiert wird. Die Mode ist gerade in Gesellschaftsformen, »in denen sich das Prinzip der demonstrativen Verschwendung am gebieterischsten durchsetzt – wie der unsrigen –, am wenigsten dauerhaft und am wenigsten schön.« (Veblen 1958: 172). Nach Veblen liegt dies daran, dass das Prinzip der demonstrativen Verschwendung einen offensichtlich sinnlosen Aufwand erfordert. Die Kulturen, in denen schöne und dauerhaftere Kleider entstanden seien, seien solche gewesen, in denen die demonstrative Verschwendung eine untergeordnete Rolle gespielt habe und der soziale Wettbewerb eher in Form des demonstrativen Müßigganges ausgelebt worden sei – etwa in der griechischen Antike, im alten Japan und China etc. Die moderne Mode spiegele Nützlichkeit und Schönheit nur vor, die Neuerungen seien nur ein Anlass für neuen Prunk und Ausmusterung des Alten und ihre Nützlichkeit nur sehr vordergründig, ihre »Sinnlosigkeit liegt so offen zutage, dass sie alsbald unerträglich wird, weshalb man Zuflucht bei einer neuen Mode sucht« (ebd.). Doch auch dieser Mode werde man aufgrund ihrer ästhetischen Minderwertigkeit alsbald überdrüssig, so dass das Feld bereit ist für die nächste Mode und das Spiel weitergehen kann, »weshalb das Heilmittel, das uns das Gesetz der Verschwendung als einziges anzuwenden erlaubt, notwendigerweise darin besteht, Hilfe bei neuen, ebenso sinnlosen und ebenso vergänglichen Erfindungen zu suchen. Daher die wesentliche Häßlichkeit und der ewige Wechsel der modischen Kleidung« (ebd.: 173). Auch Veblen sieht die ständige Innovation als dominantes Prinzip der Mode an, begründet sie jedoch anders als die Vertreter der klassischen Moderne – nicht ästhetische Prinzipien dominieren hier den Wandel, sondern soziale Konkurrenz und die Symbolisierung von Macht und Reichtum sowie der Überdruß an der Sinnlosigkeit dieses Handelns treiben ihn an. Anne Hollander würde dazu vermutlich sagen, Veblen strebe noch traditionellen Harmonievorstellungen in der Ästhetik nach. Sie macht im Gegensatz dazu die Wandlungskraft der Mode, ihre Unberechenbarkeit gerade zu einem ästhetischen Prinzip, eine Ästhetik, die nicht auf Schönheit, sondern auf Überraschung ausgerichtet ist und deshalb um so mehr dafür geeignet ist, Aufmerksamkeit zu erregen – damit wiederum wäre Veblen mit seiner Analyse ganz einverstanden.

Elementar für die moderne Mode ist ihre Präsentation im bildlichen Medium, das ihre Aufmerksamkeitswerte enorm verstärkt und ihre Resonanz multipliziert – darin sind sich viele zeitgenössische Autoren einig. Die Bilder unterstreichen und konstituieren das Begehrenswerte der modischen Form, die Wirkung der Form wird verstärkt, ihre Oberfläche aufpoliert und ihr flüchtiger Glanz unterstrichen. Anne Hollander behauptet, ohne die Abbildung gäbe es keine Mode, eine Auffassung, die sich vielfach in der einschlägigen Literatur, beispielsweise auch bei Jean Baudrillard oder Roland Barthes findet. Die Bedeutung des Bildes und des Multiplikationseffekts wurde schon an der Schwelle zur Moderne, in der Renaissance, sichtbar: Es sei offensichtlich, »dass zur Zeit Dürers die modisch

abfallenden Schultern und der aufregende Wurf der Falten nicht so modisch erschienen wären ohne seine bezaubernden Kupferstiche und die seiner Kollegen, durch die elegante Leute den Blick dafür gewannen, was sie elegant machte.« (Hollander 1994: 50 f.) Nicht das Ding an sich ist begehrenswert, sondern seine tausendfache Abbildung konstituiert erst ein begehrenswertes Objekt. Die neuen, realistischen Darstellungsweisen in der Portraitmalerei, die im 15. Jahrhundert eine bis heute erstaunliche und einmalige Perfektion erreichten, gaben der Entwicklung der Kleidung einen großen Schub. Nach 1500 nahmen dann auch die gedruckten Bilder zu und konnten neue Maßstäbe für Kleidung setzen und »der Idee Nahrung geben, dass eine reale bekleidete Gestalt dann am meisten den Wunschvorstellungen entsprach, wenn sie wie ein ideales realistisches Bild aussah. Schließlich erzeugte jede moderne bekleidete Person ein Bild, das sich auf andere Bilder bezog, und keine formale Botschaft konnte je wieder eine direkte sein« (ebd.: 51 f.). Die Selbstreferenz der Bilder nahm mit der technischen Perfektion der Abbildungen zu und beeinflusste die Mode sowie die Wahrnehmung des Szenischen allgemein. Das reale Leben beginnt, die Abbildung, die zweidimensionale Imagination, nachzuahmen. Mit den Abbildungstechniken war die Grundlage spätmoderner Prinzipien wie Selbstreferenz, Reflexivität und Komplexität geschaffen worden, sowie für die Vervielfältigung der Codes und Simulakren, um in den Begriffen Jean Baudrillards zu sprechen (siehe auch Kapitel 3.3).

Heute, in Zeiten des modischen »Samplings« und der »Post-Produktion« (vgl. Gaugele 2005) hat sich diese Wirkung des medialen Bildes noch erweitert: »Dabei entsteht ein Begriff von ›Schönheit‹, der sich in der Vermischung, der Aneignung und Uniformität mit medial repräsentierten Körpern konstituiert.« (Ebd.: 234) Die starke Präsenz der technisch erzeugten und bearbeiteten Bilder wirkt auf die ästhetischen Leitkriterien der Konsumenten, vor allem der jungen, zurück, so dass »dreidimensionale Körper« mit »zweidimensionalen Bildern« verglichen werden und dabei oft schlechter abschneiden (müssen) als das flüchtige, durchgestylte, mediale Bild: körperlicher, substantieller und fleischlicher. Aus den Widersprüchen der Wahrnehmung des Bildes und der körperlichen Realität erwachsen wohl immer wieder neue Impulse für Körpertechniken und modischen Wandel. Elke Gaugele bezeichnet diese Spannung zwischen Bild und Körper als zentrales kulturelles Paradoxon der Spätmoderne, »dass die materielle Existenz des Körpers gesellschaftlich immer von Bildformen überlagert wird und damit die Spannung schafft, Fleisch in Bild zu transformieren« (ebd.). Wolfgang Ullrich weist darauf hin, dass auch die Gestaltung der Ding-Oberflächen – technisch, glatt, geschmeidig, unberührt und virgin – auf die Ästhetik allgemein und die Körpervorstellungen im besonderen zurückwirkt und den Schönheitsbegriff verändert. Das sei etwa in der Werbung sichtbar, wo Models abgebildet und technisch gestylt werden, »für die die Gesetze des Materiellen nicht zu gelten scheinen: Sie sind nicht ›materia‹ und ›mater‹, nicht über Fruchtbarkeit oder Fleisch definiert, sondern bestehen aus makellos-neuen Oberflächen. Sie wirken



technoid....« (Ullrich 2006: 91). Dinge und Menschen werden für die Vermarktung so gestaltet, dass sie scheinbar dem Prozess des Alterns, dem Tod und der Erfahrung insgesamt »in sorgloser Unfruchtbarkeit« (ebd.) entzogen sind, in einer ewigen Verheißung des Anfangs, der immer alle Möglichkeiten bietet.

Doch sind die »angesagten Stile«, die Moden so vielfältig geworden, dass man kaum mehr von Mode im Singular sprechen kann. Die klassisch-modernen Regeln der Mode, die darauf beruhen, dass ein neuer Stil einem alten ästhetisch widerspricht, opponiert und diesen ablöst, werden heute wieder verlassen. Es herrscht kein »einheitlich moderner« Stil mehr, der jeweils durch Innovationen abgelöst wird, sondern eine Vielfalt der Stile zur gleichen Zeit. Auch habe die Innovationskraft der Mode nachgelassen oder sei zumindest im Alltag wenig wahrnehmbar, so einschlägige Autoren (vgl. z. B. Jenß 2005). Die Differenzierung der ästhetischen Formen, das Schwinden der Verbindlichkeit der Mode, das »Sampling« der Retro-Stile und der Einfluss der medialen Bilder lässt Beobachter von einer neuen Phase in der Mode sprechen. Kulturelle und ethnische Vielfalt werden wieder aufgenommen und konturiert, nicht mehr zu einem »modernen« Stil vereinheitlicht. So schreibt auch Anne Hollander über heutige Mode: »Nicht vorhersagbar war, dass die Mode in viele simultane Strömungen aufbrechen würde, dass Kriege und Erschütterungen an der Börse vielfältige und sogar widersprüchliche visuelle Nachklänge und Vorhut-Fanfaren haben konnten; die Mode-Szene eine neue Art von Diversifikation schuf, die nicht einfach auf Klasse oder Beruf basierte, sondern auf unterschiedlichen imaginativen Stilen, und zwar häufig in derselben sozio-ökonomischen Gruppe. Es kann sogar sein, dass die heutige modische Landkarte der früheren ethnischen Landkarte der europäischen Volkstrachten nahekommt. Es ist ganz deutlich, wie allgemein das integrative Bedürfnis der klassischen modernen Mode, von einem neuen Bedürfnis nach unzusammenhängender Vielfalt unterwandert wurde, von dem visuellen Zustand, den man einst für »primitiv« hielt« (Hollander 1994: 53). Der modische Hang zur Fragmentierung stelle ein visuelles Ergebnis her, das optisch und symbolisch verwirrend und unübersichtlich sei. Genau das sei aber im Moment gewünscht, so Hollander. Mischt man viele verschiedene Elemente, so verhindert man, dass eines davon die anderen dominiert und erreicht Neuheitseffekte durch die Spannungen der widersprüchlichen Teile. Die scharfe Grenzlinie zwischen (moderner) Mode und traditioneller Bekleidung als Nicht-Mode verwischt also, wenn man heutige, spätmoderne Kleidungsstile betrachtet. Die heute angesagte Mode plündert durchaus in verschiedenen Traditionen, wie Hollander sehr richtig feststellt: »Sie zitiert aus alten Traditionen, ihren eigenen oder anderen, neigt dazu, unaufrecht und ungenau zu sein, skandalös und komisch. Die Mode zelebriert visuell das Irrationale...« (ebd.: 32).

Neben der Fragmentierung und den Techniken des »Samplings« spiegeln sich wieder verstärkt internationale Spannungen in der Formensprache der Mode – etwa auch durch das vielfache Aufgreifen militärischer Stoffe sowie Schnitte, die Uniformen entlehnt sind (vgl. dazu Hollander 1994 sowie Mentges 2005 und

Jenß 2005). Die militärische Uniform wirke in vielerlei Hinsicht als Vorbild für unsere heutige Kleidung, so die Kunsthistorikerin und Modespezialistin Heike Jenß: »Gerade die aktuell bevorzugten Basics und die sogenannten »Klassiker« wie T-Shirt, Parka, Trenchcoat, Cargohose oder Fliegerjacke haben ihren Ursprung im Militär.« (Jenß 2005: 200) Nicht nur die Formensprache, auch die Produktionsweise, die standardisierten Größen und die Massenfertigung, seien beim Militär erprobt worden. Als eine Art Uniform gilt auch die »klassische« Bekleidung des modernen Mannes – der Anzug, der die »Uniform des Geschäftsmannes« ist, und der seit Jahrhunderten in den Grundformen nur wenig verändert, immer nur in Details variiert wurde. Anne Hollander hält den männlichen Anzug für den ästhetischen Höhepunkt der modernen Mode. Er veralte nie, auch wenn er manchmal scheinbar zurücktritt in der aktuellen Mode. Der moderne Anzug passe sich unauffällig dem Individuum an, er schmeichele dem Träger in jeder Hinsicht, weil er »nicht auf spezifischen körperlichen Details besteht« (ebd.: 19). Der Anzug des Mannes reflektiere die modernen ästhetischen Prinzipien und die modernen demokratischen Triebkräfte. Er »propagiert das Ideal der sich selbst perpetuierenden Ordnung, die flexibel und fast unbegrenzt variabel ist« (ebd.: 20). Anzüge sind laut Hollander immer sexy, genauso wie Autos und Flugzeuge (vgl. ebd.: 14) – eine Ansicht, von der man mit gutem Recht auch behaupten könnte, sie enthalte sehr manifeste Verdinglichungen. Die strikte Trennung zwischen moderner Mode und traditionaler Nicht-Mode, auf der die Autorin systematisch immer wieder besteht, zerrinnt ihr bei der Betrachtung des männlichen Anzugs jedoch. Sie muss zugestehen, dass die Bekleidung des modernen Mannes, auf die sie ein so überzeugendes Loblied singt, dass man versucht ist, nie etwas anderes zu tragen als einen Hosenanzug, sich über die letzten Jahrhunderte kaum gewandelt hat (zur Geschichte des männlichen Anzugs siehe z. B. König 1985: 24, 223 f. sowie Wolter 2001). Die Dauerhaftigkeit der Herrenschneiderei und die »große männliche Verweigerung« gegenüber der Mode (nach J. C. Flügel) haben einen seit langer Zeit bestehenden Charakter der Nicht-Mode angenommen.

Relativ konstante Bekleidungsformen mit hoher symbolischer Aussagekraft existieren also auch in der Moderne weiter und gelten sogar als höchste Form moderner Bekleidung. Umgekehrt gibt es bei näherer Betrachtung auch in den traditionellen Bekleidungsformen Wandel, ja manch bedeutungsvolle historische Form von Trachten sei seinerzeit sogar »von modischer Kleidung gestohlen worden [...] und sich dann weiterentwickelt, als ob sie immer traditionell gewesen sei.« (Hollander 1994: 37) Damit wird jedoch Hollanders Unterscheidung zwischen Mode der Moderne und der Nicht-Mode der Vormoderne obsolet. Überzeugender in Bezug auf Trachten ist die Darstellung von René König, der argumentiert, historische Trachten seien in den meisten Fällen stehen gebliebene Moden: in kulturellen Nischen (Vereine, Berufsgruppen etc.) hielten sich damit symbolische Formen, die in den allgemeinen Verkehrsformen längst ausgestorben seien (vgl. König 1985). Die grundsätzliche Unterscheidung zwischen der

innovativen, auf Individualität zielenden Symbolik der Moderne und der konservativ auf eine Kosmologie ausgerichteten Bekleidung der Vormoderne ist letztlich schwer aufrechtzuerhalten. Anne Hollander kommt mit ihrem Konstrukt des Gegensatzes von moderner Mode und traditioneller Nicht-Mode in starke Argumentationsnöte und widerspricht sich schließlich an vielen Stellen selbst: »Außerdem gab es in traditionellen Gesellschaften bei der Güterproduktion immer viel Raum für individuelle kreative Phantasie; wir sehen das bei Teppichen und Keramik, und das gleiche traf auf die Kleidung zu [...] In Gesellschaften, die ihre Körper bemalen, kann der rein persönlichen Erfindung der Bemalung des ganzen Körpers an einem Tag freier Lauf gelassen werden, während rituelle Ansprüche die des nächsten Tages streng beherrschen. In anderen Kulturen wieder zeigt die Anordnung von Narben auf dem Gesicht eines Mädchens, dass es die Menarche passiert hat, während ein anderes Muster auf seiner Brust rein ornamental ist.« (Hollander 1994: 38) Individualität und Kreativität können offensichtlich nicht erst in der Moderne in die Bekleidung einfließen, auch in den symbolischen Ordnungen der Vormoderne existieren Räume dafür, wie Hollander richtig erkennt. Damit wird die Frage aufgeworfen, ob die Unterscheidung zwischen der vormodernen und der modernen Bekleidung wirklich eine exakte und trennscharfe Differenz markiert.

Die Position von Sombart oder von König, die beide davon ausgehen, dass das Phänomen Mode schon vor der Moderne existierte, seine Kraft und seine Eigengesetzlichkeit jedoch erst mit der modernen kapitalistischen Wirtschaftsform, mit der Massenproduktion von Waren und einer mittelschichtorientierten Demokratie vollständig entfalten konnte, ist da schon einleuchtender. Auch Gertrud Lehnert schreibt, das Phänomen Mode habe zwar alte kulturelle Wurzeln, jedoch moderne wirtschaftliche und sozialstrukturelle Voraussetzungen: »Mode kann nur aufblühen und zu einem Massenphänomen werden in einer industrialisierten Gesellschaft mit entwickeltem technologischem Können, hohem ästhetischen Anspruch und ausgeprägter Individualität sowie einem nicht unbeträchtlichen Wohlstand.« (Lehnert 2003: 10) Erika Thiel, anerkannte DDR-Kunsthistorikerin, behält den Begriff der Mode nicht ausschließlich der Neuzeit vor. In ihrem auch heute noch viel gelesenen Standard-Werk »Geschichte des Kostüms«, das erstmals 1960 publiziert wurde, schreibt sie zur Historie der Mode: »In der Klassengesellschaft bestimmten die jeweils privilegierten Schichten die Entwicklung der Mode, so dass die herrschende Mode im Grund die Mode der Herrschenden war. Andererseits führte jede ›Demokratisierung‹ der Gesellschaft dazu, dass breitere Schichten an der Mode teilnehmen konnten.« (Thiel 1980: 6) Im gesellschaftlichen Spiel mit der Mode und den angesagten Bekleidungsstilen gab es auch in der Vormoderne reichlich soziale Anstöße und Bewegungen, die eine dynamische Entwicklung der Formen, Farben und Materialien bewirkten: »In dieser Funktion der Kleidung, Bedeutung und Stellung des Menschen innerhalb der Gesellschaft sichtbar zu machen, dürfte die Haupttriebkraft für den riesigen Aufwand und für jenen unaufhörlichen Wandel der Formen und der Ausstattung zu

finden sein, von dem die Geschichte der Mode berichtet.« (Ebd.) Soziale Spannungen und Kämpfe um Privilegien, Güter und Ressourcen trieben auch die Entwicklung der Mode voran: »Daher war mit den Kämpfen um soziale Gleichstellung immer auch das Streben nach modischer Gleichberechtigung verbunden. Nicht zufällig sind Zeiten mit einer relativ konstanten Gesellschaftsordnung – wie das Altertum – zugleich Zeiten einer relativ konstanten Mode gewesen; um so größeren Veränderungen aber war die Mode in Zeiten sozialer Unruhe unterworfen, wenn mit den sozialen auch die modischen Privilegien der Herrschenden ins Wanken gerieten, das heißt, wenn die zuvor gesellschaftlich und modisch Deklassierten die gleiche Kleidung wie die Privilegierten zu tragen begannen und letztere ihrer Kleidung – sollte diese weiterhin eine Standesauszeichnung bleiben – immer neue Formen, Farben und Muster geben mußten.« (Ebd.) Mag sein, dass in diesen Formulierungen eine gewisse Revolutionsromantik mitschwingt, dennoch ist Thiel grundsätzlich zuzustimmen, dass die modischen Privilegien der Eliten nicht immer unumstritten und die religiös legitimierte soziale Ordnung mit ihren (auch ästhetischen) Ungleichheiten nicht immer ohne Zwang und Widerstand durchgesetzt werden konnte. Privilegien wurden in manchen »heißen« historischen Phasen angegriffen und verteidigt, so zeigt etwa die Fixierung der ständischen Kleiderordnung eine gewisse Notwendigkeit, die ästhetischen Vorrechte auf die teuren Schmuckmaterialien, auf Stoffe wie Samt und Seide und auf bestimmte Farben mit viel Symbol- und Fernwirkung wie etwa Purpurrot, festzulegen und schriftlich zu fixieren. Wo eine schriftliche Kodierung notwendig wird, da sind die Privilegien nicht mehr selbstverständlich, nicht mehr implizit gültig, sondern müssen sozial eingegrenzt und verteidigt werden. In diesem Sinne gab es Mode und auch das (zuweilen verbotene oder eingegrenzte) soziale Spiel von Distinktion und Nachahmung auch schon in der Vormoderne, in traditionellen Gesellschaften, nur war die Mode in der Regel nicht allen zugänglich, sondern lediglich den konkurrierenden Eliten und Sub-Eliten, während die wenig begünstigten Schichten sich mit funktionaler Bekleidung, die nicht ständig erneuert werden konnte, zufriedengeben mussten. In der Moderne werden allerdings immer breitere Schichten in das Spiel der Mode einbezogen – auch René König spricht in diesem Zusammenhang von einer »Demokratisierung der Mode« (König 1985: 23).

Eine begrifflich scharfe Abgrenzung zwischen moderner Mode und vormoderne Nicht-Mode ist letztlich wenig sinnvoll, vielmehr hat sich das Phänomen in seiner Ausbreitung und im Tempo des Wechsels verändert. Das Bild der Vormoderne – immerhin eine lang ausgreifende und sehr wechselhafte Phase der Menschheitsgeschichte vor der Neuzeit – auf ein paar wenige, vor allem als Kontrastfolie zur Moderne dienende Charakteristika zusammenzuziehen, so dass diese lange Phase im Unterschied zur Moderne sehr stabil, in einen festen Horizont eingebunden und nur von langsamen Veränderungen der Sozialstruktur gekennzeichnet scheint, ist zu einfach. Diese uns nahezu selbstverständliche Sichtweise ist nicht völlig »ideologiefrei«, denn nimmt man einzelne historische Phasen nä-

her in den Blick (etwa die Völkerwanderung, die Zeit der römischen Expansion oder den 30-jährigen Krieg), so sieht man, gewissermaßen in der Nahaussicht, wie dynamisch, wie konflikt- und spannungsreich die menschliche Geschichte auch vor der Neuzeit war und wie viele Veränderungen auch in relativ kurzen Zeitspannen stattgefunden haben. Veränderungen – die sich auch in den Bekleidungsstilen niederschlugen und dort ihren Ausdruck fanden, denn die Veränderungen der symbolischen Welten hängen in der Regel mit strukturellen Veränderungen zusammen; um wiederum mit René König zu sprechen: »Mode geht mit der Macht.« (König 1985: 367) Dieser Umstand ist in der Entwicklung der historischen Formen sichtbar: »Im Zeitalter der Vorherrschaft Spaniens galt die spanische, im Zeitalter der Vorherrschaft Frankreichs die französische und schließlich im Zeitalter der Vorherrschaft Englands die englische Mode als die einzig akzeptable über weite Teile Europas.« (Ebd.) Im Namen der Mode wird nicht nur um die ästhetische Selbstdarstellung des Individuums, sondern auch um eine globale symbolische Dominanz gekämpft – und dies gilt wohl auch heute noch.



## 4. Identität und Konsum in der Spätmoderne

---

Der Konsum und Besitz von Waren ist nicht nur ein Symbol für die sozialstrukturelle Position, sondern die symbolische Dimension des Konsums wirkt auch in hohem Maße auf die Identität des Individuums zurück, ja, wirkt mit bei der Konstruktion der sozialen und personalen Identität des Menschen. Die Dinge einer Person, die gewählte Ästhetik, der Geschmack, der den Dingen innewohnt, drücken nicht nur die gesellschaftliche Position, den erworbenen Status, das Ansehen, das jemand genießt aus, nicht nur eine schichtspezifische Kultur, sondern stehen auch für individuelle Präferenzen und Wertsetzungen, ästhetischer, kognitiver und moralischer Art. In der bevorzugten ästhetischen Orientierung eines Individuums spiegeln sich seine Orientierungen, Wertsetzungen und die aufgeschichteten Sinnstrukturen wieder. Der Konsum und der Gebrauch von Dingen haben somit mehrfache symbolische Dimensionen – für die Gesellschaft und für das Individuum selbst. Konsum prägt heute den Alltag und die Alltagsästhetik in starkem Maße. Alle Schichten haben Zugang zur Welt des Warenkonsums erhalten, in der Tendenz konsumiert man heute mehr, schneller und ausgiebiger als vor hundert Jahren. Mehr Dinge und Bereiche des Alltags als jemals vorher sind dem Konsum sowie dem raschen Wandel der Mode unterworfen. Doch hat die Konsumkultur nicht nur die Produktstrukturen und den Absatz stark verändert, sondern greift in die Alltagskultur insgesamt stark ein. Mittels der kommerziellen Werbung, aufgrund der baulichen Strukturen und den vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten der Spätmoderne bestimmt die Konsumkultur in hohem Maße das visuelle Bild der Städte und Landschaften. Konsum und Werbung sind überall präsent, in der »echten« und in der virtuellen Wirklichkeit, und vermitteln dort nicht nur beständig »Kaufbotschaften«, sondern zahlreiche weitere symbolische Mitteilungen zu verschiedensten Themenbereichen: Liebe, Arbeit, Erfolg, Familie, Entspannung, Offenheit, Geborgenheit, Individualität, Sex, Weiblichkeit und Männlichkeit, etc. Die Behauptung, dass Konsum in hohem Maße kulturprägend wirkt (vgl. Ullrich 2006) und auf andere, auch und gerade auf die vermeint-

lich privaten Lebens- und Gesellschaftsbereiche einwirkt (vgl. etwa Illouz 2005), ist vor diesem Hintergrund durchaus überzeugend.

#### 4.1 Der symbolische Konsum

Schon frühe Studien weisen darauf hin, dass Konsum nicht nur eine ökonomische Dimension, sondern auch symbolische Funktionen hat. Thorstein Veblen strich zum Beispiel schon die demonstrative, statusbetonende und statussichernde Funktion des demonstrativen Verbrauchs von Gütern heraus (Veblen 1894/1858). Die gesellschaftsstabilisierenden Funktionen des Statuskonsums wurden nicht nur in der Soziologie, sondern auch in der Ökonomie beschrieben – neben seiner zumeist angesprochenen wachstumsfördernden Wirkungen (vgl. z. B. Falkinger 1986). Mit Hilfe von Konsum erreichen die Mitglieder der Gesellschaft eine symbolische Inklusion – mittels eines bestimmten Stils der Kleidung und anderer »Imageprodukte« zeigt man etwa seine Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen sowie zur Gesellschaft insgesamt an (vgl. Kap. 2 dieser Arbeit). Bourdieu hat mit dem Buch »Die feinen Unterschiede« (1982) gezeigt, dass die kulturelle Bedeutung der Dinge und des »Stils« nichts rein Persönliches, sondern schichtspezifisch geprägt ist (vgl. auch Kap. 2.5). Die gebrauchten Dinge und geschmacklichen Vorlieben können Hinweise auf die sozio-ökonomische Zugehörigkeiten geben. Der Einfluss der sozialen Strukturen auf Einstellungen und Stil ist in Bourdieus Konzept zwar empirisch und theoretisch stark, aber letztlich nicht determinierend – der strukturelle Rahmen macht nur bestimmte Stilformen und Ausprägungen wahrscheinlicher und sozial naheliegender und nachvollziehbarer als andere. Ein stilistisches Handeln gegen die eigene soziale Herkunft ist in Bourdieus Ansatz nie auszuschließen, kostet das Individuum aber deutlich mehr Anstrengung und Selbstaufklärung – zum Beispiel bei sozialen Aufstiegsprozessen. Ein bestimmter Stil gilt als Ausdruck des durch Sozialisation erworbenen »kulturellen Kapitals«. Die Distinktionsmechanismen, die durch die »feine« und gekonnte Demonstration des kulturellen Kapitals funktionieren, haben eine stabilisierende Funktion auf die hierarchischen Strukturen der Gesellschaft. Sie dienen der kulturellen Markierung und Abgrenzung der sozialen Eliten, diese müssen allerdings aufgrund der Nachahmungsprozesse der Mittel- und Unterschichten immer wieder neue symbolische Ausdrucksformen finden, um die Distinktion aufrechtzuerhalten.

Der Konsum hat sich allerdings, seit Sombart und Simmel diese Zusammenhänge erkannten und Bourdieu sie detailliert beschrieb, stark ausdifferenziert: Es gibt nicht mehr nur einen Stil der Ober-, der Mittel- und der Arbeiterschicht, sondern die Stile haben sich pluralisiert. Nicht mehr nur die ökonomischen Möglichkeiten und die Schichtzugehörigkeit wirken sich auf den Stil aus, sondern eine »kulturelle Selbstverortung« der Gesellschaftsmitglieder in verschiedene Milieus kommt hinzu (vgl. Schulze 1990; Ullrich 2006). Auch sind nicht mehr nur



die Eliten »Impulsgeber« für neue Moden, sondern Ideen und Impulse gehen von verschiedensten sozialen Gruppen aus, gerade auch aus Randbereichen der Gesellschaft, von jungen und/oder »exotischen« Milieus (vgl. Gaugele/Reiss 2003). Die Trickle-Down Theorie gilt in ihrer klassischen Form also nicht mehr. Dennoch existiert eine Beziehung zwischen Dingen und ihren symbolischen Aussagewerten einerseits und den Menschen als »Dingbesitzer« sowie den sozialen, schichtspezifischen Inklusions- und Exklusionsmechanismen andererseits. Eine Beziehung, die aufgrund der soziokulturellen Differenzierungsprozesse mittlerweile allerdings schwerer, bzw. empirisch komplexer zu beschreiben ist (vgl. die Studien zu »sozialen Milieus« etwa bei Schulze 1990).

Dinge sind materialisierte Kultur, sie fungieren als Zeichen zwischen Kultur und Individuum (vgl. Habermas 1996; Böhme 2006). Sie sind nicht nur Waren, nicht nur Produkte einer kapitalistischen Ökonomie, sondern sie vermitteln und aktualisieren kulturelle Normen und Praktiken. Dinge fungieren, neben Textmitteilungen und anderen Speichermedien, als soziales Gedächtnis der Gesellschaft. Soziale Praktiken und ihr Gehalt an »tacit knowledge«, das Nicht-Explizierte und häufig Nicht-Explizierbare der kulturellen Praxis wird über die benutzen Objekte weitergegeben. Doch die Dinge trage, wie in Kapitel 2 ausgeführt, weitere Bedeutungen in sich: Für das Subjekt stellen sie einen »geordneten und beherrschbaren Weltausschnitt« dar, sie bilden eine vertraute Welt, eine Schutzschicht gegen Kontingenz (vgl. Habermas 1996). Persönliche Objekte sind auch als »Erweiterung der Person« verstanden, bestimmte Identitätsaspekte werden in Objekte verlagert bzw. manifestieren sich in Objekten (z. B. im Grundbesitz manifestiert sich Verwurzelung, im Auto Mobilität etc.). Die Dinge verfügen für die Subjekte über funktionale und über symbolische Eigenschaften, zum Teil haben sie auch rituelle Bedeutungen (z. B. Freundschaftsbändchen, Eheringe). Kleidung und Schmuckgegenstände werden direkt auf dem Körper getragen, sie bilden die Grenzen des Individuums und besitzen Ausstrahlungskraft sowohl nach außen (soziale Kommunikation) wie auch nach innen (Selbstvergewisserung). Die Gestaltung des Körpers und der Körperoberfläche ist eine Möglichkeit der nonverbalen Kommunikation des Individuums mit seiner sozialen Umwelt – eine direkte, visuelle Form der Kommunikation, die kulturelle Symboliken nutzt, um sowohl individuelle Identität wie soziale Zugehörigkeiten und soziale Verortung auszudrücken. Über den sozialen Prozess der Nachahmung finden bestimmte Stile massenhafte Verbreitung, obwohl sie Individualität anzeigen sollen – ein Paradoxon der Mode, das schon Georg Simmel (vgl. Simmel 1905) beschäftigte. Persönliche Dinge sind also auf engste mit Fragen der personalen Identität verbunden, gleichzeitig sind sie aber »individualisierte Waren« und verbinden persönlichste Bezüge mit den allgemeinsten (Produktion, Warenzirkulation, globale Kultur). Dingliche Objekte kommunizieren symbolische Botschaften Wirkungen an die soziale Umwelt, aber sie entfalten auch symbolische Rückwirkungen auf das Selbst, auf die Identität des Menschen.

Das Konzept des »symbolischen Konsums«, das letztlich – wie oben beschrieben – auf Sombart, Simmel und Veblen zurückgeht, wurde in den 50er Jahren von Levy in seinem Aufsatz »Symbols for Sale« (1959) konzeptionell weitergeführt und seit den 80er Jahren intensiver in verschiedenen Disziplinen ausgebaut. In kulturanthropologischen Ansätzen fungiert der rituelle Tausch von Objekten als kulturell sinnstiftender Prozess, der den kulturellen Kommunikationsrahmen und die soziale und symbolische Ordnung stützt und reproduziert (vgl. Kap. 2.3, dazu auch Mauss 1989; Godelier 1999 sowie Douglas/Isherwood 1979). Die kulturelle Bedeutung der Objekte habe zwar tradierende Funktionen, wandle sich dabei aber auch ständig, heute vor allem beeinflusst durch Mode, Werbung – und globale Kommunikationsprozesse, wie man hinzufügen kann. Tausch- und Besitzrituale stabilisieren die Praktiken der Gemeinschaft und stiften sozialen Sinn – darin unterscheiden sich moderne Gesellschaften letztlich wenig von traditionellen, auch wenn die symbolischen Formen der Waren und des Warentausches wesentlich komplexer und dynamischer verlaufen (vgl. auch McCracken 1986). Die konsumhistorische Forschung konnte zeigen, dass der Besitz und Konsum bestimmter Waren nicht nur der klassischen Statusdemonstration dient, wie Veblen mit seinem Konzept des »demonstrativen Konsums« und des »demonstrativen Müßiggangs« herausarbeitete, sondern mit der sozialen Differenzierung des Bürgertums im 18. (England) und 19. Jahrhundert (Deutschland) sich das Spektrum der symbolischen Funktionen des Konsums erweiterte und nun auch Modernität, Exotik, Exklusivität oder Avantgarde mit Hilfe bestimmter Waren und eines bestimmten Lebensstils ausgedrückt wurden (vgl. auch McKendrick et al 1997, Stihler 1998). Damit setzt im Prinzip schon früh kulturelle Differenzierung, die nicht nur von soziostrukturellen Faktoren abhängig ist, ein – vor allem im Bürgertum, das sich einen extravaganten Lebensstil auch leisten kann.

Reisch (2002) schlug ein Modell des »symbolischen Konsums« vor, das fünf soziologische und sozialpsychologische Funktionen des demonstrativen Warengebrauchs sinnvoll unterscheidet: *Position, Kompetenz, Expression, Hedonismus und Kompensation*. Die Funktionen des Konsums sind dabei teilweise nach außen, auf die soziale Umgebung gerichtet, teilweise nach innen, zur Stabilisierung und Konstruktion von sozialer Identität – wobei empirisch wohl davon auszugehen ist, dass die nach außen gerichteten Funktionen und diejenigen, die vor allem nach innen wirken, in der Regel in enger Wechselwirkung stehen. Die Funktionen des Konsums können damit auch in öffentliche und private unterschieden werden; zum einen in symbolische Dimensionen, die mehr oder weniger demonstrativ für ein Publikum inszeniert werden, zum anderen in die selbstbezogenen, selbst-verstärkenden und selbst-vergewissernden Dimensionen des Konsums und Warenbesitzes. Inszenierte, nach außen gerichtete symbolische Formen können etwa das offensichtliche Protzen mit Dingen oder Snob-Verhalten, aber auch subtilere Formen der Statussicherung oder des angestrebten Statusaufstiegs sein, etwa das Kleiden über der eigenen Schicht, Kompetenzin-

szenierungen, oder Mitläuferverhalten sein. Auch sichtbare Demonstrationen von subkulturellen Gruppenzugehörigkeiten, die nicht statusbetont agieren, aber dennoch enge Grenzziehungen nach außen vornehmen, fallen darunter. Nach innen gerichtete symbolische Funktionen des Konsums können zum Beispiel kontemplative Zwecke erfüllen, indem sie Genuss an Erlebnissen vermitteln. Auch die Lust an der Beherrschung der Objektwelt oder des Selbst, das Motiv der Begierde nach Aneignung von begehrten Dingen gehört zu diesen Funktionen, ebenso wie das der Selbstvergewisserung, der Selbsterweiterung oder des expressiven äußeren Ausdrucks von inneren Bildern (vgl. Reisch 2002: 232). Laut Haubl dient der Gütergebrauch vor allem der Selbsterfahrung einer Person, der dadurch zu einem Erlebnis und/oder zu einem bestimmten sozialen »Image« verholfen wird. *Letztlich findet im Gütergebrauch und -besitz eine bestimmte, komplex strukturierte Ich-Identität ihren äußeren, sozialen Ausdruck* (vgl. auch Haubl 1998). Die symbolischen Funktionen des Konsums können darum ebenso bedeutungsvoll sein wie die praktischen Aspekte bestimmter Güter (vgl. Kleidung, Automobile), in der spätmodernen Gesellschaft überwiegen gar die symbolischen Aspekte gar (vgl. auch Baudrillard 1991a). *Personale Identität ist heute mehr denn je mit der Zeichenwelt der Waren verknüpft* – und schöpft zum Teil aus dieser. Der Besitz von bestimmten Objekten sowie Techniken der Körpergestaltung impliziert Zugehörigkeiten, bezeichnet einen sozialen Status sowie politische oder soziale Einstellungen bzw. Konstruktionen von Weltwahrnehmung.

Die nach außen gerichteten Funktionen des Konsums besitzen Signalcharakter für die Umwelt und müssen sich deshalb eines Zeichensystems bedienen, die sichtbar und von allen verstanden werden muss – die verwendeten Symbole müssen sich zur kollektiven Mitteilung eignen. Die nach innen gerichteten Funktionen des Konsums beruhen auf der »Internalisierung (sub)kollektiver Symbole, allerdings brauchen sie nicht augenfällig zu sein.« (Reisch 2002) Die symbolischen Funktionen können dabei sowohl absichtsvoll, strategisch intentional inszeniert, oder auch eher beiläufig, wenig intentional bis selbstverständlich bedient werden. Bei der Nutzung erlesener Güter zum Beispiel gehört die paradoxe Form der »gekonnten Beiläufigkeit«, die selbstverständliche und implizite Regelkenntnis zeigt, zum kulturellen Kapital.

Betrachtet man die von Reisch unterschiedenen symbolischen Funktionen des Konsums im Einzelnen, so ist zu sagen, dass die *Positionsfunktion* die bekannteste und meistbeschriebene und -zitierte Funktion des Konsums ist, die die Wahrnehmung der anderen symbolischen Formen der Beziehung zwischen Mensch und Ding oft überlagert. Eine traditionelle Form der Selbstpositionierung durch Verbrauch von Gütern ist der *potlatch*, wie oben beschrieben (Kap. 2.2), eine Form, in der Ehre und soziales Ansehen durch verschwenderischen Konsum gewonnen werden und der den Rivalitätswettstreit um die größte zur Schau gestellte wirtschaftliche Potenz im Extremfall bis zur ökonomischen Selbstvernichtung der Teilnehmer treiben kann. Der *potlatch* ist eine Form der sozialen Positionierung, bei dem die Qualitäten der Dinge und ihre symbolischen Aussagewerte zu-

rücktretten können gegenüber der reinen Quantität der Verschwendung. Doch seit der Ausdifferenzierung der höfischen Gesellschaft (vgl. Elias) ist für einen Distinktionsgewinn nicht nur die schiere Masse der verausgabten Güter von Bedeutung, sondern auch die stilistische Form ihres Einsatzes, mit dem man die Zugehörigkeit zu einer höheren, gebildeten Schicht beweist, ausschlaggebend.

Die *Positionsfunktion* des symbolischen Konsums dient ganz allgemein der Darstellung oder dem Erreichen einer Zugehörigkeit zu einer »bestimmten Sozialschicht, Berufsgruppe, Subkultur oder Bezugsgruppe durch entsprechende Homogenisierung und Anpassung an Normen und Werte dieser Referenzgruppen« (Wiswede 2000: 49). Andererseits dient diese Funktion auch der Distinktion, der Abgrenzung von anderen, meist schwächeren, sozialen Gruppen. Besonders die kostspieligen und die sozial knappen Güter eignen sich für die Darstellung einer (hohen) sozialen Position. Sie spiegeln zum einen besondere Konsumchancen aufgrund privilegierter finanzieller Mittel und/oder Zugänge wider; zum anderen sind sie aber allein »schon deshalb attraktiv, weil sie knapp sind und damit – nach außen – eine vorteilhafte Position signalisieren und – nach innen – dem Selbstwert zuträglich sind, indem ihr Besitz Einzigartigkeit, Überlegenheit und Macht konnotiert.« (Reisch 2002: 234) So erfüllen teure und seltene Güter in doppeltem Sinne die Distinktionsbedürfnisse der höhergestellten sozialen Gruppierungen, durch richtiges Kontextverhalten und den nonchalanten Gebrauch dieser exklusiven Güter kann der Distinktionsgewinn nochmals gesteigert werden.

Die *Kompetenzfunktion* des symbolischen Konsums bezieht sich sowohl auf das Kauf- wie auch auf das Nutzungsverhalten der Objekte. Mit dem normativ »richtigen« Konsum zeigt man sich als kompetenter Bürger, der auf der Höhe seiner Zeit ist – der sich technisch, sozial und politisch »auskennt«. Umfangreiches Hintergrundwissen wird u. U. für den »richtigen« Konsum benötigt. Personen können sich beim Kauf als kompetent erleben, wenn sie die »richtige« Entscheidung treffen, zum Beispiel im Hinblick auf die eingesetzte Technik, auf Differenzen der Qualität oder auf Standards der Produktion hinsichtlich Umweltbelastung oder Sozialverträglichkeit. Der Konsum technischer Objekte erfordert darüber hinaus heute nicht nur die Inanspruchnahme von Informations- und Beratungsleistungen, sondern auch einen relativ großen Zeitaufwand zum Studium der zumeist technisch sehr mannigfaltigen und komplexen Funktionen der Produkte. Trotz fortschreitender Bedienungsfreundlichkeit, die allerdings mit den ständigen Optionssteigerungen der Geräte kaum Schritt hält – der richtige Gebrauch von Handy, MP3-Player, Computer oder DVD-Spieler will gelernt sein. Die Geräte binden erst einmal viel Zeit des Konsumenten, bevor sie ihr Versprechen auf Multioptionalität entfalten können. Das Wissen über diese Hintergründe der Herstellung der Waren ist häufig komplex und kann oft nur über eine spezielle Beratungsinstitutionen oder Fachliteratur erworben werden (Verbraucherorganisationen, Test-Zeitschriften etc.). Von einem »verunsicherten« Konsumenten, der der Information und Orientierung bedarf, ist in der Diskussion die Rede. Wer »richtig« konsumieren will im Hinblick auf umweltschonende und sozialgerechte

Herstellung der Produkte, muss sich durch Lektüre von entsprechenden Büchern oder Zeitschriften aufwendig informieren und diese Informationen aktuell halten. Mit dem »richtigen«, sozial- und umweltgerechten Konsum kann man sich als Zugehöriger einer nicht nur relativ kaufkräftigen, sondern auch intelligenten und aufgeklärt-kritischen Konsumentenschicht erweisen. Doch nicht nur technische Kenntnisse, Qualitäts- oder Umweltbewusstsein können Kriterien für kompetenten Konsum sein – auch hinsichtlich subtiler Geschmacksfragen, in welchem Kontext etwa welche Waren richtig eingesetzt sind oder Hintergrundkenntnisse über die symbolische Bedeutung bestimmter Waren – sind in manchen sozialen Gruppierungen für kompetente Konsumententscheidungen und den »richtigen Gebrauch« notwendig. Feine Differenzen in Geschmack und Alltagsästhetik können zur Demonstration kultureller Kompetenz, als Zeichen für Elitenbewusstsein oder als subkulturelles Statement, zur Distinktion oder zur Demonstration von (sub)kulturellen Zugehörigkeiten verwendet werden.

Die *Expressionsfunktion* des symbolischen Konsums bezieht sich darauf, dass Personen ein bestimmtes Selbstwertgefühl, eine Identität oder ein Selbstkonzept mit Hilfe von Gütern zum Ausdruck bringen wollen. Der Ausdruck der Identität kann sich primär nach innen richten, zum Zwecke der Selbstaufmerksamkeit, oder auch nach außen, als Versuch der Imageproduktion, als bestimmtes Bild des Selbst, das in der sozialen Umwelt hinterlassen werden soll. Persönliche Objekte spielen für das Selbstkonzept sowie die Entwicklung einer Person eine konstitutive und stabilisierende Rolle – mithilfe von Dingen im Gebrauch (sowie im Schaffen von Dingen) konstituiert sich der Mensch und seine Identität selbst im Rahmen seiner Kultur, die sich ebenfalls implizit über die Objekte vermittelt (vgl. Kap. 2.7 und 2.8). Objekte und symbolischer Konsum spielen besonders bei Veränderungen oder Brüchen von Identität eine große Rolle – siehe zum Beispiel die Bedeutung bestimmter, gerade sehr angesagter, häufig »rebellischer« Modeartikel im Jugendalter. Objekte werden symbolisch aufgeladen und sollen Aspekte der Identität ausdrücken. In der Adoleszenz oder in anderen einschneidenden Wandlungsphasen personaler Identität kann diese expressive Aufladung der Dinge eine große Bedeutung gewinnen. Nachgewiesen ist die Bedeutung symbolischer Objekte und symbolischen Konsums für die Stabilisierung von Identität aber auch für ethnische und religiöse Migranten; der symbolische Gebrauch von Dingen kann dabei sowohl für den Innenbezug der Gruppe relevant sein, im Sinne von Bewahrung ihrer Ursprungskultur, wie auch für den Außenbezug der betroffenen ethnischen Gruppe, im Sinne von Anzeigen der Zugehörigkeit zur neuen, aufnehmenden Kultur. Heinze (1990) zeigte am Beispiel der osteuropäischen Juden im amerikanischen urbanen Umfeld der 30er und 40er Jahre, welche große Bedeutung die modernen Güter des *american way of life* für diese Gruppe hatten – die modische Kleidung, der Salon, das Piano, die Urlaubsreisen. Diese Dinge musste man sich geradezu leisten, um dazuzugehören, notfalls auf Kredit.

*In der postmodernen Konsumkultur scheint die Expressionsfunktion des Konsums wichtiger denn je zu sein* – durch Prozesse der Individualisierung und die

Auflösung eindeutiger kultureller Symbole, zum Beispiel schichtspezifischer Art, wird jeder zum »Sinn- und Existenzbastler« (Hitzler 1994) an der eigenen Identität, die sich nicht zuletzt im Konsum bestimmter Produkte oder bestimmter Image vermittelnder Marken ausdrückt. Der Erfolg von Markenkonzepten wird darauf zurückgeführt, dass sie nicht nur ein Produkt oder einen Aspekt des Lebensstils abdecken, sondern mit ihren holistischen Versuchen quasi-ganzheitliche Lebensentwürfe, gar funktionierende Modelle von Identität und Ordnung anbieten – zumindest anzubieten versuchen. Zudem sollen durch raffiniert und psychologisch durchdacht aufgebaute Bild- und Textbotschaften quasi-religiöse Warenkulte konstituiert und der Konsum mit ritualhaften Zügen aufgeladen werden – *Wiederverzauberung durch Konsum!* »Tatsächlich scheint im Prozess postmoderner Differenzierung, Pluralisierung und Säkularisierung dem Konsum die Aufgabe zuzuwachsen, in Kult und Ritualen Existenzerhellung und Existenzvergewisserung zu bieten und damit religiöse Funktionen zu übernehmen« – schreibt Lucia Reisch (2002: 237) hierzu euphemistisch, denn es ist wohl davon auszugehen, dass dem Konsum diese postsäkularen Aufgaben nicht einfach zuzuwachsen, sondern die Sphäre der Öffentlichkeit mit entsprechenden Botschaften bewusst und marketingstrategisch bestens durchdacht gefüllt wird, um Konsumanreize zu erhöhen und das Konsumerlebnis zu steigern. Konsum wird auf diese Weise mit wesentlich höheren symbolischen Bedeutungen aufgeladen, als es die rein materialen und funktionalen Aspekte der Dinge hergeben; der Tausch- und Kaufakt wird überhöht, um Emotionssteigerung, Erlebnisgewinne oder Sinnversprechen abzuwerfen. Der Konsum von Gütern bekommt Aspekte eines Kultus, eines religiös gefärbten Rituals. Das radikal Säkulare, das Sinnliche und Weltliche, das im Warenverbrauch enthalten ist, soll paradoxerweise Momente der Transzendenz bieten. Der Konsum verspricht »Momente des Glücks«, Momente der Selbstübersteigerung innerhalb des Alltags und soll in die Lücke der verlorenen Transzendenz vorstoßen. Das Zeichensystem der Markenwaren soll Funktionen übernehmen, die vormals von religiösen Systemen erfüllt worden sind – und kann dies doch nur sehr begrenzt (vgl. Kap. 3.4).

Ritual und Kult sind nichtsdestotrotz wichtige Momente des postmodernen Marketings geworden, Markenartikel werden »mythisch« aufgeladen und als »Ersatzfetische« präsentiert. Gerade in den angesagtesten innovativen und teuren Segmenten des Modemarktes, die als »Geheimtipp« gehandelt werden, ist modernes »Kultmarketing« an der Tagesordnung, zum Beispiel beim Avantgarde-Segment der Streetwear (vgl. hierzu Kirschner 2008). Bei diesen Formen des Marketings wird die Ware symbolisch aufgeladen, indem etwa bekannte Figuren der Szene die entsprechenden »Kultschuhe« oder Bekleidungsstücke tragen; für »Normalsterbliche« sind diese Waren zunächst nicht zu haben. Die Produkte werden im nächsten Schritt nur wenigen »Kennern« auf versteckten »Geheimplätzen« in Internetblogs präsentiert; sodann nur in speziellen »Tempeln«, die nur ein enges Warensortiment führen und die nicht jedem zugänglich sind, versteckt in einigen urbanen Zentren liegen oder nur für kurze Zeit als *Pop-up-store*

eröffnet werden, einer begrenzten Szene zugänglich gemacht. Kaum ein anderes Genre scheint es besser zu können, einen Hype um ein Produkt zu generieren als die Streetwear-Hersteller: »Die geringen Stückzahlen der ersten Produkte im Streetwear-Segment erzeugten zwar eine gewisse Exklusivität, die aber auf das knappe Budget der Produzenten zurückzuführen ist. Die heutigen Produkt-Limits dagegen sind marketing-technisch künstlich generiert, um eben diese Exklusivität zu wahren und den Kunden einen weiteren Kaufgrund zu vermitteln. Der Gedanke, dass ein Produkt ausverkauft sein könnte, bereitet einigen Szene-Anhängern anscheinend schlaflose Nächte. Anders sind die langen Warteschlangen vor den Streetwear-Läden bei bestimmten Produkterscheinungen nicht zu erklären (vgl. Kirschner 2008: 57). Das Image der Träger dieser Mode verschiebt sich unter Umständen mehr und mehr in Richtung des Images der Marken, die sie tragen. Die Marken verkörpern dabei ein komplexes Imago, das von den Herstellern aufwendig entworfen und »kommuniziert« wurde. Die Hauptaufgabe einer Marke besteht dabei nicht nur in der Produktion hochwertiger Dinge, als vielmehr in der Produktion hochwertiger Lebensgefühle. »Brand Lands« verkaufen nicht in erster Linie Waren, sondern vor allem Gefühle, Visionen und Werte (vgl. Altenhöner 2000). Die Marken werden so zum Bestandteil der Identität und übernehmen zum Teil Aufgaben der Persönlichkeit, sie werden »vermenschlicht«. Sie versprechen darüber hinaus, ihren Nutzern ein Stück »Identitätsarbeit« abzunehmen, indem sie nicht nur Orientierung, sondern dazu auch die richtigen Sinnverbindungen schaffen und dazugehörige Bilder und Assoziationen wecken. Um die – vorübergehend – »richtigen« Kulturtechniken und ästhetischen Ordnungen, um die angesagten Marken, werden Stilkriege geführt, die frühere gesellschaftliche und politische Auseinandersetzungen zuweilen zu ersetzen scheinen.

Die neuen symbolischen Codes und Stiltrends werden zum einen durch globalisierte Markenanbieter geprägt. Zum anderen aber entstehen immer neue symbolische Codes in virtuellen Gemeinden, Fangruppen, User Groups etc. – in »authentischen« Zirkeln Gleichgesinnter. Dies geschieht teilweise in Form gezielter Inversion und Rekontextualisierungen bekannter Symbolinhalte, durch Techniken wie Sampling, Cross-Over, Remix, Surfen, Customizing usw. (vgl. Liebl 2000). Die symbolischen Codes der Marken knüpfen, um erfolgreich an die jugendkulturellen Werte andocken zu können, an vermeintlich authentische szenespezifische »Geheimcodes« der subkulturellen Jugendszenen an. »Gerade für jugendliche Zielgruppen wurden und werden Produkte bewusst als Träger von Nonkonformismus, Eskapismus, Widerstand, Differenz oder gar Devianz positioniert; der Konsum dieser Güter erlaubt dann gewissermaßen eine konsequenzfreie »Kapitalismuskritik light« (Reisch 2002: 238). Die Produkte tragen dann in sich schon die jugendkulturellen Orientierungen des Neuen, der Abweichung und der Innovation und nehmen ihren Träger damit symbolische Arbeit ab – zumindest solange, bis die Dinge, der Stil für den Massenmarkt adaptiert werden und die Suche nach originärem jugendkulturellem Ausdruck als Zeichen des ästhetischen Protests und der Neuorientierung von Neuem beginnt.

Auch bei der *Hedonismusfunktion* des Konsums spielen durch Werbung und Medien symbolisch aufgeladene Güter eine große Rolle. Die Objekte und die dazugehörigen Bilder bieten eine Projektionsfläche für »imaginativen Hedonismus« (Campbell 1987) und für das Phänomen des *daydreaming*: für die Fähigkeit, angenehme Gefühle zu imaginieren, zu verstärken, zu verlängern oder mittels visueller Stimulation zu kreieren. Die immateriellen Wünsche des Konsumenten sind die Voraussetzung dafür, dass er verführbar ist und angesprochen werden kann – und damit seiner Verführbarkeit für das Marketing. Auf der Basis der Imagination, der Wünsche und Träume, der virtuellen Möglichkeiten kann das Phänomen überhaupt erst entstehen, dass immer neue Konsumwünsche, die auf immer neue Dinge und die dazugehörigen Versprechen gerichtet sind, generiert werden können. Versuchen die Konsumenten, sich die immateriellen Versprechen der Produkte anzueignen, so kommt es unweigerlich zu einer Entzauberung der Dinge durch ihren Gebrauch, zu Desillusionierungen und Enttäuschungen – denn ist ein Ding erst einmal meines, so ist es nach dem Abklingen des ersten Kaufrasches eben mein Ding und nicht mehr – und sein Versprechen auf Glück, Freiheit, Abenteuer, Liebe oder Sexualität entzaubert. Durch den Gebrauch verflüchtigen sich die immateriellen Versprechen der Warenwelt – was wiederum zu neuen Tagträumen und neuen Kaufbedürfnissen führen kann. Produkte mit einem Neuigkeitsversprechen bieten nun die Möglichkeit, erneut zu versuchen, »Träume wahr werden zu lassen«. Da dies aber niemals geschehen kann, und zwischen Realität und Tagtraum bei jedem Kauf eine Lücke bestehen bleibt, entsteht eine ständige Sehnsucht, derer sich der Kapitalismus bedient, so Campbell. Stimulation, Imagination und Enttäuschung sind die psychologischen Mechanismen, die die Beschleunigung des modernen Konsums und die ständige Suche der Subjekte nach neuen Stimuli erklären, und die das konsumorientierte Wachstum der spätmodernen Wirtschaft am Leben erhalten. Im Unterschied zur Expressionsfunktion des Konsums ist die Hedonismusfunktion vor allem nach innen gerichtet, auf das eigene Erleben. Dabei interessiert weniger, welches Image in der sozialen Umgebung bedient wird, als vielmehr die eigene Gefühlswelt, die Träume, Wünsche und Versprechen, die sich an die Objekte knüpfen. Das Käuferlebnis und die imaginierte Erfüllung der heimlichen Wünsche ist der entscheidende Akt, nach dem Kauf und der Entzauberung des begehrten Objektes binden sich die Wünsche an neue Güter.

Eng verwandt mit der Hedonismusfunktion des Konsums ist die *Kompensationsfunktion*: Das Kaufen zur Kompensation dient ebenfalls Tagträumen und heimlichen Wünschen, die sich an die Dinge heften. Auch hier ist der Akt des Konsums, die Handlung des Erwerbs von Dingen entscheidend. Der Unterschied zwischen beiden liegt im Grad der Bewusstheit und Freiwilligkeit des Verhaltens: »Kompensatorisch wird ein Verhalten dann genannt, wenn es nicht vorrangig den Zwecken dient, denen das gleiche Verhalten normalerweise gewidmet ist, sondern wenn es Defizite ausgleichen soll, die daraus entstanden sind, dass andere Probleme nicht gelöst wurden. Kompensatorischer Konsum zielt damit



nicht auf Bedarfsdeckung, sondern auf den Ausgleich und Stabilisierung psychischer Defizite.« (Reisch 2002: 239) In Untersuchungen mit Kaufsüchtigen konnte gezeigt werden, dass das Käuferlebnis eine herausragende Bedeutung einnimmt, die Objekte der Begierde selbst allerdings in ihrer Eigenart zu vernachlässigen sind, da sie nach dem Kauf kaum mehr eine Rolle spielen (vgl. Scherhorn u. a. 1990). Kaufsüchtige stapeln zu Hause häufig unausgepackte Tüten mit Kleidung, Wäsche und anderen Artikeln. Die Dinge an sich gewinnen nicht das Interesse des Kaufsüchtigen, sondern lediglich der Akt ihrer Aneignung. Kompensatorisches Kaufverhalten ist tendenziell ein pathologisches, eines, das soziale und psychische Probleme positiv überdecken soll. In der Tendenz allerdings ist dieses Kaufmuster – in geringerer Intensitätsformen bei großen Teilen der »normalen«, sozial nicht auffälligen Bevölkerung verbreitet und gilt in der Fachliteratur gar als »Teil des ›heimlichen Lehrplans‹ der Konsumgesellschaft. Kompensatorische Käufe finden sich selbst innerhalb der Sozialisation von kleinen Kindern (»zum Trost«, »zur Ablenkung«, für »bessere Laune«), wie auch bei einem beträchtlichen Teil der erwachsenen Mitglieder der Gesellschaft (aus den gleichen Motiven).

Bei Kaufsüchtigen allerdings gerät das kompensatorische Kaufverhalten außer Kontrolle, es unterliegt nicht mehr der bewusst getroffenen Entscheidung, sondern wird zwanghaft, als Suchtverhalten, vollzogen. »Kaufsüchtige träumen sich beim Kaufen reich, schön, selbstsicher und beliebt, und werden von den positiven Gefühlen, die diese Illusionen verschaffen, abhängig.« (Ebd.: 240) Mit dem zwanghaften Kaufverhalten soll ein unsicherer Selbstwert stabilisiert und kompensiert werden, indem durch den Kauf Eigenschaften imaginiert werden, die man sich sehnlichst wünscht, über die man aber (vermeintlich) nicht verfügt: »Nicht akzeptierte Teile des Selbst oder unerreichbare Idealvorstellungen der eigenen Identität werden durch die übertriebene Betonung erwünschter Züge und wahrgenommener Kompetenzen auszugleichen versucht. Die Kompensation hat die Funktion der Beruhigung, Dämpfung und Ablenkung und damit der (kurzfristigen) Stabilisierung, nicht jedoch der Beseitigung des Defizits.« (Ebd.) Die empirische Forschung konnte zeigen, dass der Kauf von Waren vor allem dann kompensatorisch eingesetzt wird, wenn eine große Diskrepanz zwischen Selbstidealen und tatsächlichem Rollenverhalten (Real-Selbst) vorliegt und wenn die erwünschten Eigenschaften oder Aktivitäten zudem eine hohe Relevanz für das Individuum haben. Das Kaufverhalten wird dann zur »symbolischen Selbstergänzung«, auf die unter Umständen nicht mehr verzichtet werden kann, wenn die Diskrepanz zwischen Wunschtraum und Realität auf schmerzhaft, aber nicht bewusste Weise weiter bestehen bleibt. *Fazit ist, dass das kompensatorische Kaufverhalten mit den anderen Formen des symbolischen Konsums eng verwandt bzw. verbunden bleibt* – kompensatorisch kann durch Konsum von Waren etwa ein Statusverlust verdeckt (Positionsfunktion), nicht vorhandene, aber schmerzlich ersehnte Kompetenz demonstriert (Kompetenzfunktion), ein erträumtes, wenig realitätshaltige Ich-Ideal verfolgt (Hedonismusfunktion) oder eine nicht wirk-

lich gedeckte Identität nach außen ausgedrückt werden (Expressionsfunktion). Entzieht sich das kompensatorische Kaufverhalten allerdings der freien Entscheidung, wird es zwanghaft und nimmt die Züge einer Sucht an.

Zusammenfassend kann man sagen, dass das Modell von Reisch verschiedene symbolische Funktionen des Konsums für das Individuum, bezogen auf das Selbst und bezogen auf die soziale Umwelt, einleuchtend und übersichtlich zusammenfasst. Allerdings enthält es durchaus einige Überschneidungen und Inkonsistenzen – zum Beispiel ist die Grenze zwischen der expressiven und hedonistischen Funktion nicht immer scharf zu ziehen, ebenso kann mancher Akt des symbolischen Konsums sowohl dem Hedonismus als auch der Kompensation dienen. Die Kompensationsfunktion des Konsums, die für unser Anliegen von Interesse ist, zielt auf Ausgleich und Stabilisierung prekärer Lebensstile oder psychischer Defizite und spielt vor allem bei pathologischen Konsumformen eine Rolle, gilt jedoch in schwächerer Form als weit verbreitet und ist deshalb nicht trennscharf von den anderen Formen des symbolischen Konsums zu scheiden (vgl. auch Scherhorn 1994). Reisch kann jedoch überzeugend darlegen, dass Sozialisation heute auch eine alltagspraktische und allgegenwärtige Sozialisation zum Konsum bedeutet, bei der Vorbilder in den *peer groups* und in den Massenmedien sowie geschickte Marketingstrategien, die sich speziell an Kinder und Jugendliche richten, eine große Rolle spielen. Der »heimliche Lehrplan« des Konsumismus, dem letztlich keiner entgehen kann, lehrt dabei, dass immaterielle Befriedigung im Kauf von dinglichen Symbolen erzielt werden kann, dass Konsum froh macht und »dass die Güter den Menschen beleben und nicht die Menschen die Güter, und es daher sinnvoll ist, sich an äußeren Anreizen zu orientieren«. (Reisch 2002: 241) Je stärker und je mehr Waren mit symbolischen Bedeutungen aufgeladen werden, je allgegenwärtiger dieses Phänomen wird und je mehr Aufgaben die Bedeutungskonstrukte des Konsums in den privaten Lebenswelten übernehmen, desto wichtiger erscheint es auch, Elemente einer kritischen Konsumkompetenz und Konsumsouveränität in den Erziehungsprozessen zu verankern. Dabei kann jedoch kaum gelehrt werden, nicht zu konsumieren, sondern lediglich anders, souveräner zu konsumieren. »Letztlich geht es darum, von den Befriedigungen des symbolischen Konsums nicht abhängig zu werden, sondern alternative Wege der Positionsbestimmung, Kompetenzerfahrung, des Selbstaustauschs, der Imagination und Stimulation sowie der Kompensation zu erlernen oder zu erhalten – und dabei die Möglichkeit, die die Symbole der Konsumwelt bieten, spielerisch nach Belieben einsetzen zu können.« (Ebd.). Eine kritische Konsumerziehung inkludiert selbstverständlich die Vermittlung von *Kompetenz im Umgang mit Geld*. Das Geld selbst kann ähnliche Funktionen erfüllen wie der Konsum, indem es symbolisch mit Erlebnismöglichkeiten aufgeladen und von Finanzdienstleistern entsprechend vermarktet wird (vgl. z. B. die »goldene Kreditkarte« oder »die Freiheit nimm ich mir!«). Auch das Geld gilt, da es Sicherheit, Macht und Freiheit symbolisiert (vgl. hierzu Simmel 1983/1896a) sowie den Erwerb von Dingen ermöglicht, die das Selbst darstellen, definieren und reflek-

tieren, als Teil der Identität des Besitzers. Das Geld an sich kann also ähnliche Funktionen für die Identität einer Person erfüllen wie der Konsum – Kompetenzen im Umgang mit Geld sind daher umso mehr von Bedeutung.

## 4.2 Kreativität durch »elementare Ästhetiken« des Konsums?

Die britischen »*Cultural Studies*« wenden sich entschieden gegen die postmoderne Deutung des Konsums und ihren fatalistischen Kulturpessimismus, der Konsumenten als entmündigt und ihrer Subjektivität beraubt sieht. Das Forschungsprogramm der Cultural Studies ist verbunden mit »der Etablierung des Populären als legitimen Forschungsgegenstand« (Winter 2006: 382, vgl. auch Winter 2001). Vertreter der Cultural Studies wie Raymond Williams, John Fiske, Stuart Hall oder Paul Willis lehnen die Unterscheidung zwischen »legitimer Hochkultur« und »entfremdeter Massenkultur« ab; in ihrem Programm werden die Bedeutungen von Kultur (meanings) als Alltagspraxis (everyday practice) erforscht. Die kulturellen Symboliken und Bedeutungen werden als sozial konstituiert begriffen, als Prozess, an dem alle Gesellschaftsschichten gleichermaßen beteiligt sind. Auch mit der Konsumtion von Kulturelementen verändern sich, so die Autoren, die Bedeutungen von kulturellen Symboliken. Produktion und Konsumtion von Kultur sind dabei ein wichtiger, konstituierender Bestandteil von Identität. Die kulturellen Bedeutungen sind nicht fixierbar, sondern ständig im Fluss, sie unterliegen Verschiebungsprozessen, bei welchen soziale Macht – als Macht, die Veränderung von Kultur zu beeinflussen – eine große Bedeutung hat. Ursprünglich durch die marxistische Systemkritik beeinflusst, beschreiben sich die Cultural Studies als eine »Kritische Theorie«, grenzen sich jedoch von der Kulturkritik der Frankfurter Schule oder auch von Baudrillard deutlich ab. Das kapitalistische System sei nicht durch revolutionäre Umwälzungen zu verändern, sondern habe sich als äußerst flexibel und anpassungsfähig erwiesen. Ideologische Bewusstseinsprozesse würden laut John Fiske im Marxismus als zu sehr homogen und »von oben nach unten« herrschend konzipiert (vgl. Fiske 1999); die Trennung in ein »richtiges« und ein »falsches« Bewusstsein greife viel zu kurz. Vielmehr sei dem Foucaultschen Ansatz soweit zu folgen, dass man Macht als Netz begreift, das den Gesellschaftskörper auf diffuse Weise vollständig durchdringt. Der Widerstand gegen die Macht, gegen die offiziellen Lesarten und Deutungen, äußere sich nicht nur in politischen Aktionen, sondern finde seine Nische auch in der Populärkultur, die alternative Identitätsentwürfe zur herrschenden Ideologie erlaube – so die Cultural Studies. Die Herrschaft über die Konstruktion der symbolischen Deutungen sind dabei ein wichtiges Element der Macht – sie spiegeln die Machtstrukturen nicht nur wider, sondern sind auch in der Lage, sie zu verändern. Symbolische Deutungsmacht wird als elementarer Bestandteil gesellschaftlicher Macht begriffen. John Fiske schreibt dazu: »Als

Semiotiker bin ich davon überzeugt, dass Bedeutungen das Wichtigste an unserer Sozialstruktur sind und dass potentiell jeglicher Impetus zu einer Veränderung dieser Struktur hauptsächlich von diesen Bedeutungen ausgeht.« (Fiske 2001: 37) Fiske unterscheidet die analytischen Kategorien *power-bloc* und *people*, beides oppositionelle Interessengruppen, die sich empirisch jedoch überlappen oder durchdringen können. Während der *power-bloc* nach Erweiterung seiner symbolischen Dominanz strebt und seine Interessenlagen und Definitionen der Wirklichkeitswahrnehmung als common sense gesellschaftlich durchzusetzen trachtet, bezeichnet der Begriff *people* die symbolisch machtarmen Gesellschaftsmitglieder. Die Machtlosen streben danach, Kontrolle über sich selbst und ihre eigene Identität zu erlangen und zu wahren. Doch während die offiziell anerkannten Wissensformen sich leichter durchsetzen und die Legitimität besitzen, andere Wissensformen als unwahr abzutun, können es sich alternative, untergeordnete Lesarten der Realität nicht leisten, dominantes symbolisches Wissen als unwahr zu verwerfen, tun sie es doch, so werden sie leicht selbst für ›unwahr‹ erklärt. Symbolischer Widerstand in direkter Form kann sich deshalb nur schwer artikulieren; meist findet ein ›indirekter Widerstand‹ statt, der sich in Form von alternativen Identitätsentwürfen artikuliert, die Elemente der Populärkultur enthalten oder aus diesen aufgebaut sind. Es sei eine Art sozialer Widerstand, seinen Identitätsentwurf, die gelebten Sinnstrukturen und Bedeutungen zumindest zeitweise der Kontrolle des *power-blocs* zu entziehen: »Eine der lebenswichtigen Funktionen der Populärkultur ist die Aufrechterhaltung und Ausweitung jener Bereich der sozialen Identität, die die Leute vom Einfluss des Machtblocks fernhalten können.« (Fiske, zitiert nach Niekisch 2004: 249)

Für die vorliegende Arbeit sind die *Cultural Studies* nicht nur aufgrund ihres vom symbolischen Interaktionismus geprägten theoretischen Ansatzes in hohem Maße »anschlussfähig«, sondern auch aufgrund methodischer Fragen. Im Programm der *Cultural Studies* werden gesellschaftliche Alltagspraktiken untersucht, vermittelt über Texte im weitesten Sinne; darunter werden nicht nur geschriebene Texte verstanden, sondern – wie in dieser Arbeit auch – Bilder (Fotografien, Filme), Körpersprache, Elemente des Habitus sowie Bekleidung und persönliche Gegenstände. Alle kulturellen Phänomene des Alltags können prinzipiell in die Forschung miteinbezogen werden, alles was eine Botschaft enthält, kann auch als Text gelesen werden. Die untersuchten Texte, Bilder und Symboliken sind lediglich dadurch definiert, dass sie kulturelle Bedeutungen tragen und für ihre Nutzer in Sinnstrukturen eingebettet sind. Texte dieser Art dürfen aber nicht isoliert, aus den Kontexten ihrer Nutzer gelöst, betrachtet werden, denn nur innerhalb ihres Bedeutungsrahmens erschließt sich ihr Sinn. Je genauere Kenntnisse vom Kontext vorliegen, desto besser kann ihr Sinngehalt entschlüsselt werden, und desto genauer kann auch die empirische Untersuchung auf den Geschmack, die Motivationen und die Nutzungsart der Symboliken eingehen. Zur Entschlüsselung der »Texte« werden in den *Cultural Studies* ethnographische Methoden sowie eine semiotisch-strukturalistische Textanalyse verwendet, die

die gefundenen *meanings* auf die Strukturen des sozialen Systems bezieht (vgl. Fiske 2001). Die ethnographischen Untersuchungen rekonstruieren in den Texten historisch und sozial verortete Bedeutungen, die in der Produktion und Reproduktion kultureller Symboliken *erzeugt* wurden. Die akademische Beschreibung der symbolischen Prozesse hat es dabei mit dem Paradoxon zu tun, dass sie gelebte Praxis in Diskurse verwandelt – und mit diesem »Übersetzungsprozess« die Praxis um wichtige Merkmale beraubt und sie dabei verzerrt. Zudem gehen in diesem Übersetzungsprozess viele Aspekte der sozialen Wirklichkeit verloren, denn die symbolische Kreativität des Alltags ist als ein »breiter Mahlstrom« zu verstehen, der sehr komplex und vielfältig aufgebaut und überdies beständig im Fluss ist. Im Forschungsprozess können nur mehr oder weniger willkürlich einzelne Elemente dieses Stroms ausgewählt und zum Gegenstand der Analyse gemacht werden. Ein weiteres methodisches Problem stellt sich dadurch, dass die Forscher in der Regel einem völlig anderen Lebenskontext entstammen als die untersuchten Probanden – wie können dann die *meanings* des alltäglichen Handelns im Rahmen ihrer Kontexte adäquat verstanden werden? Fiske hält nur partielle, begrenzte Einblicke der Forschung für möglich – durch ethnografische Methoden, durch intensive Feldbeobachtung und -teilnahme kann die soziale und symbolische Kluft partiell überbrückt werden: »Bourdieu's Theorie des Habitus bietet die Chance für eine derartige Bewegung, denn schließlich können wir uns auch in anderen Habitaten aufhalten und diese bewohnen als nur jenes, in welchem wir uns am meisten zu Hause fühlen. Obwohl uns derartige touristische Ausflüge eine gewisse Innenschau ermöglichen, können sie uns doch niemals dieselbe Erfahrung dieser Verhältnisse vermitteln wie denjenigen, die diese Habitate bewohnen oder bewohnt haben.« (Fiske 2001: 142) Die so im Forschungsprozess gewonnenen Daten können sich zwar auf Erfahrungen und Kontextwissen stützen, sie sind allerdings in ihren methodisch bedingten Begrenzungen zu erkennen und nicht als objektives und vollständiges Abbild der kulturellen Realität zu verstehen. Das methodische und theoretische Programm der *Cultural Studies* enthält verschiedene sehr anschlussfähige »Ankerpunkte« für die vorliegende Arbeit. Auch wenn die etwas euphorischen Schlussfolgerungen des Ansatzes bezüglich der emanzipatorischen Wirkungen der Populärkultur hier nicht geteilt werden, so hat sich doch eine Vielzahl von empirischen und methodischen Erkenntnissen der *Cultural Studies* für diese Arbeit als sehr hilfreich erwiesen – zum Beispiel zur Frage der Kreativität der »elementaren Ästhetiken« des kulturellen Alltagslebens sowie deren Bedeutung für personale Identität. Diese Aspekte der Arbeiten der *Cultural Studies* sollen im folgenden Abschnitt näher betrachtet werden.

In seinem Buch zur *Common Culture* befasst sich Paul Willis mit der Frage der Kreativität in der Nutzung und Herstellung der Alltagskultur und – den damit verbundenen – Prozessen der Identitätsbildung (Willis 1991, vgl. dazu auch Göttlich 2006). In den *Cultural Studies* sind, gemäß dem handlungstheoretischen Paradigma, alle Gesellschaftsmitglieder, auch die bildungsfernen, Kulturproduzenten-

ten, die die *Common Culture* in Form von elementaren ästhetische Praktiken, in einer Art Proto-Gemeinschaften herstellen. Die Idee der *Common Culture* ist zu tiefst demokratisch geprägt: Populärkultur wird nicht als Massenkultur verstanden, sondern als eine gemeinsame, gewissermaßen »von unten« geprägte Kultur.

Willis will eine Lanze für diese *Common Culture* brechen, sie nicht vom Sockel der Kunst und der etablierten Kultur herab betrachten, sondern ihre »symbolische Kreativität« aufzeigen. Für ihn ist nicht nur die Kunst, sondern auch die Rezeption von Kunst ein kreativer Akt, ebenso wie die aktive Konsumtion aller Kulturformen. Er schlägt den Begriff der »elementaren Ästhetiken« (*grounded aesthetics*) vor, um die besondere Dynamik von symbolischer Arbeit und der Transformation von Kultur zu erfassen. Der Begriff der »elementaren Ästhetiken« bezieht sich auf das kreative Element in jenem Prozess, »der Symbole und Praxen mit Bedeutungen verbindet und in dem Symbole und Praxen mehrfach ausgesucht, in Szene gesetzt und neu angeordnet werden« (ebd.: 38). Willis macht deutlich, dass es ihm nicht primär um jugendliche Subkulturen geht, auch wenn diese ein ergiebiger Forschungsgegenstand sind, sondern um die soziologische Rekonstruktion der Konstitution, Formung und Nutzung der »*grounded aesthetics*«. Gerade die ethnographische Methode ermöglicht die Einbeziehung kultureller Äußerungsformen, die nicht allein durch Worte sprechen, sondern durch ihre ästhetischen Formen – Musik, Gegenstände, kulturelle Symbole (vgl. Willis 2000).

Paul Willis führt die Kategorie der »symbolischen Arbeit« in die Kulturanalyse ein: »Unser Vorhaben ist, die symbolische Kreativität im Alltagsleben zu entdecken, zu erforschen und darzustellen. (...) Wir sind der Auffassung, dass symbolische Kreativität nicht nur Teil, sondern notwendiger Teil des menschlichen Alltagshandelns ist.« (Ebd.: 21). Der Begriff der Kreativität ist im Kontext der Cultural Studies als Teil der alltäglichen Arbeit und der alltäglichen Praxis zu verstehen, nicht als Modus, der nur wenigen Genies oder Kulturschaffenden vorbehalten ist. Die Ursprünge der Kunst sieht man in der Alltagspraxis begründet, Kreativität und Arbeit sind in dieser Sichtweise eng verwandte Begriffe. In der alltäglichen Arbeit werden die elementaren ästhetischen Praktiken hergestellt. Im Prozess der »symbolischen Arbeit« werden die menschlichen Fähigkeiten auf symbolische Ressourcen und Rohmaterialien angewendet, auf Sammlungen von Zeichen und Symbolen, auf Texte, Lieder, Filme, Bilder und Gegenstände aller Art. Durch die symbolische Arbeit werden kulturelle Bedeutungen hergestellt. Doch werde die Kreativität und die symbolische Arbeit, die in das Alltagsleben eingelagert sind, in der Regel von der soziologischen Theorie nicht erkannt: »Die »Kunst« wird als das einzige Feld qualitativen Symbolhandelns aufgefaßt, als das eine Prozent transzendentalen Werts, der die Menschlichkeit bewahrt. Weil das tägliche Leben seiner symbolischen Arbeit beraubt ist, wird die »Kunst« in grotesker Weise aufgebläht, bis ihre Poren reine Einbildung ausschwitzen.« (Ebd.: 23) Die Cultural Studies beharren hingegen darauf, »dass das Schöpferische nicht

außerhalb des täglichen Lebens steht [...] Es ist Bestandteil der Notwendigkeit von symbolischer und kommunikativer Alltagsarbeit.« (Ebd.)

Die *Grundelemente der symbolischen Arbeit* sind zum einen die Sprache, der zweite Faktor ist der handelnde Körper »als Praxis und Symbolvorrat. Der Körper ist sowohl der Ort somatischen Wissens wie eine Ensemble von Zeichen und Symbolen. Drittens das Drama »als Praxis und Symbolvorrat«. [...] Die Kommunikation wird durch Rollen, Rituale und Aufführungen erreicht, die wir mit anderen zusammen produzieren. [...] Viertens, und am wichtigsten, die symbolische Kreativität. [...] Es ist dies die Produktion von neuen (wie geringfügig auch immer differierenden) Bedeutungen, die innerlich mit dem Gefühl, der Energie, der Erregung, und der psychischen Bewegung verknüpft sind. [...] Die symbolische Kreativität kann individuell und/oder kollektiv sein. Sie transformiert, was ihr zur Verfügung steht, und trägt zur Produktion bestimmter Formen von menschlicher Identität und Fähigkeit mit bei.« (Ebd.: 23 f.) Der Begriff der Kreativität ist durch die Transformation der symbolischen Systeme definiert, durch die Herstellung eines bestimmten Musters in einem Strudel von Symbolen oder Ereignissen. Dabei kann kreative Arbeit »seltsame Ruhezentren von erhöhter Aufmerksamkeit schaffe(n), in denen die Zeit stillsteht und eine sonst nicht übliche Kontrolle und Einsicht möglich wird. Die elementaren Ästhetiken sind das, was derartige Augenblicke heraushebt und kennzeichnet« (ebd.: 39). Durch den Einsatz und die Produktion von »elementaren Ästhetiken«, entsteht im Schaffensprozess eine Bedeutungsschärfe, die bestehende kulturelle Symboliken nicht nur widerspiegelt oder wiederholt, sondern sie zu transformieren imstande ist. Das menschliche Leben bedeutet für Willis genuin, kreativ zu sein, indem der Mensch seine kulturelle Welt herstellt, »so wie wir unseren eigenen Ort und unsere Identität herstellen und finden« (ebd.: 24). Dazu gehört die Erwartung, dass man die Welt beeinflussen kann, um sie zu ändern, dass es Gestaltungsmöglichkeiten gibt, wie auch immer sie aussehen mögen. Auch eine Art »Urvertrauen« ist notwendig für die Kreativität der alltäglichen Lebenspraxis, ein Vertrauen, das die Hoffnung auf eine sinnvolle Ordnung ermöglicht, darauf, etwas Einheitliches aus dem Durcheinander und bestimmte Muster aus der Unordnung zu finden und zu formen. Die Kreativität des Alltags beinhaltet zugleich einen kulturellen Sinn für die Feinheiten symbolischer Formen: Sprache, Bilder, Musik, Frisuren, Stile, Kleidung, sowie ein Sinn dafür, welche Formen für das Selbst am effektivsten und kreativsten »funktionieren«, welche Formen das Selbst ausdrücken und verstärken können. »Ein solcher kulturell erworbener Sinn für die Kräfte des Selbst konstruiert zugleich dieses Selbst, indem es mit den anderen und der Welt verbunden wird.« (Ebd.: 25)

Die traditionellen kulturellen Quellen von Identität befänden sich einem raschen Niedergang, zerstört nicht zuletzt durch die vom Kommerzialisierung freigesetzten kulturellen Dynamiken. Die Bedeutung der bezahlten Arbeit und ihrer Institutionen für die Identität der Menschen verändere sich enorm. Gewerkschaften und Arbeiterkultur spielen eine immer geringere Rolle; die kollektive Arbeiter-

kultur erodiere, auch die (körperliche) Art der Verausgabung von Arbeit sei keine Quelle der positiven Selbstdefinition mehr. Da in der bezahlten Arbeit die Kreativität mit der kapitalistischen Produktionskultur und den zerstückelten Produktionsprozessen des Taylorismus stark abgenommen habe, entwickelten sich die kreativen Impulse mehr und mehr in der Freizeit. Gerade bei den ungelerten Beschäftigten spiele deshalb die Konsumkultur eine wichtige Rolle, denn ihre Fertigkeiten seien zuweilen bei der Fahrt zur Arbeit mehr gefordert als bei der Arbeit selbst (ebd.: 28 f.). Bei den wenig qualifizierten Beschäftigten habe die Arbeit keinen inneren Wert mehr, sei nur noch Mittel für den Lebensunterhalt und insbesondere für die vielfältigen Freizeitaktivitäten. Die symbolische Kreativität spiele sich in der Freizeit ab. Dennoch brodeln die sozialen Widersprüche in der Ambivalenz der Erfahrung zwischen symbolischen Reichtum in der Freizeit und fehlender oder stumpfsinniger Arbeit und Mittellosigkeit auf der anderen Seite.

Heute sind diese Ausdrucksformen des Selbst in den Konsumismus eingebunden – so die Cultural Studies. Marktkräfte dominieren die Kreativität des Alltags, und der von Willis skizzierte Aufstieg der Freizeit ist in Wirklichkeit ein Aufstieg der kommerzialisierten Formen der Freizeit. Doch die Cultural Studies kritisieren die Einmütigkeit der Kulturkritiker und Sozialforscher, die in der Regel den Markt als das Profane und die Kunst als das Heilige betrachten. Kreativität könne nach der herkömmlichen Auffassung nicht in der alltäglichen, durch den Konsumismus entfremdeten Lebenspraxis stattfinden, sondern nur in der exceptionellen Arbeitsform der Kunst, die durch andere Rahmenbedingungen gekennzeichnet sei. Die Cultural Studies sind der Auffassung, *dass der Konsumismus als ein aktiver, nicht als ein passiver Vorgang verstanden werden muss. In seinem Spiel stecke kreative Arbeit.* »Die kommerziellen Kulturformen haben zur Produktion einer historischen Gegenwart beigetragen, der wir derzeit nicht entkommen können und in der es – egal, was wir darüber denken – sehr viel mehr Materialien für die notwendige symbolische Arbeit gibt, als dies jemals in der Vergangenheit der Fall war.« (Ebd.: 34) Der Konsumismus der Moderne habe – bei aller Dynamik und Eigengesetzlichkeit der kapitalistischen Märkte – vielfältige Tableaus für individuelle Kreativität geschaffen: ganze Kontinente des Informellen, die kreativ, auch gegen und wider das Vorherrschende, gegen das Erwartete und Erwartbare verwendet werden können. Der Kommerz taucht in dieser These gewissermaßen zweimal auf: Als das Phänomen, dem man entflieht (in der Produktion), und daneben als dasjenige, das die Mittel und das Material für alternative Sinndeutungen und alternative Kulturproduktion liefert (in der Konsumption). »Vielleicht ist dies die grundlegende Komplexität, die es im Sinne unserer Argumentation zu entwirren gilt. Während man wohl sagen kann, dass die Arbeitsbeziehungen und der Effizienzdrang heute von der Unterdrückung der informellen symbolischen Arbeiten bei den meisten Arbeitern abhängig sind, hängt die Logik der Kultur- und Freizeitindustrien von der entgegengesetzten Tendenz ab: von einer bestimmten Form ihrer Instandsetzung und Freisetzung.



[...] *Der moderne Kapitalismus zehrt heute nicht mehr nur parasitär von der puritanischen Ethik, er lebt auch von ihrer Instabilität und sogar von ihrer Subversion.*« (Ebd.: 35)

Während die »offiziellen Künste« einer lebendigen symbolischen Vermittlung in die Alltagspraxis häufig entrückt sind und zu einem großen Teil »außerhalb ihrer Zeit stehen« (ebd.: 43), stellen die Waren der Kommerzkultur keine solchen Hürden für den Zugang auf. Da sie dem Kommerz und damit dem Gebrauch dienen, müssen sie »aus ihren eigenen schlechten Gründen« (ebd.) an die Sinnstrukturen und Kulturformen des Alltags anknüpfen. Auch wenn die Waren der Kulturindustrie der Verdinglichung und symbolischen Rationalisierung sowie einer drastischen Reduktion der eingesetzten symbolischen Stilmittel unterliegen, so bieten sie doch für die Alltagskultur – neben dem besseren und leichteren Zugang – ein reiches Arsenal an symbolischen Mitteln. Die »common culture« sei eben nicht nur wirtschaftlich gesteuert, sondern auch »von unten entwickelt«. Die kreativen Praxen des Alltags produzieren ihre eigenen elementaren Ästhetiken. »Die elitäre oder »offizielle« Kultur hat keinerlei Aussicht mehr, das Alltagsleben zu kolonisieren, zu beherrschen oder in sich aufzunehmen, weil dort schon etwas vorhanden ist.« (Ebd.: 157)

Die Cultural Studies wenden sich bewusst wider den postmodernistischen Pessimismus: Bei dem vieldiskutierten »Glitzern« der Kulturwaren, ihrer Unbeständigkeit und schillernden Natur handele es sich nicht einfach um eine Oberflächenerscheinung des Marktes, sondern um ein Phänomen, bei dem auch »von unten« Kultur produziert werde, indem weitere Formen und Materialien symbolischer Alltagsarbeit und Kreativität angeregt und hervorgebracht werden. Die unablässige Suche des Marktes nach neuen Begierden steigere dabei in hohem Maße die populäre Zirkulation von symbolischen Formen; ihre Vielfalt und das Tempo des kulturellen Wandels wachse enorm. Der schnelle Umlauf der symbolischen Formen als Moden mag mit Entwertung und Inflation der Symboliken einhergehen, aber es würden dabei eben auch neue kulturelle Welten erschaffen. Am Ende seines Buches schreibt Willis gar mit Bezug auf die Marxsche Arbeitswerttheorie, die er auf die Kulturproduktion bezieht: »Die Kapitalakkumulation ist also – wie widersprüchlich auch immer – Kulturakkumulation!« (Ebd.: 162 f.) Die Medientheoretiker und -kritiker konzentrierten sich nur auf die negativen Seiten des Marktglitzerns, die Überhitzung der Marktdynamiken und »warnten uns vor einer immanenten semiotischen Implosion alles Realen.« Die Kulturkritiker übersähen dabei aber die »notwendige Alltagsfunktion der symbolischen Arbeit. Sie sehen nicht, wie aus Struktur und Widerspruch Sinn produziert wird« (ebd.: 45 f.). Willis richtet sich explizit gegen den »Hohepriester der Postmoderne, Jean Baudrillard« (ebd.: 167): Die Beziehung zwischen den Zeichen und dem was sie bezeichnen sei nicht verschwunden, sondern lediglich komplexer geworden. Der entscheidende Punkt liege darin, dass die »Botschaften« mittlerweile weniger »gesendet« und »empfangen« als vielmehr bei der Rezeption aktiv hergestellt werden. »Die Zeichen verknüpfen sich als Signifikanten nicht

mehr einfach mit dem, was in intendierten Botschaften bezeichnet wird. Doch produziert dies faktisch einen erweiterten Spielraum für kommunikative Arbeit.« (Ebd.) Die Beziehung zwischen Signifikant und Signifikat sei nicht zusammengebrochen, aber ihre Differenz verschwinde tendenziell. Die Beziehung zwischen Signifikant und Signifikat könne sich umdrehen, das eine könne als das andere verwendet werden. »Die Kommunikationskette A-B ist komplexer geworden, sie hat sich [...] in A-C-B-C-B etc. transformiert. [...] Es ist völlig hoffnungslos, zu glauben, dass A darüber eine Kontrolle hat.« (Ebd.: 168)

Kommerz und Konsum hätten zu einer »weltlichen Explosion« symbolischen Alltagslebens und -handelns geführt. Der Geist der ›common culture‹ sei durch die kommerziellen Marktdynamiken aus der Flasche gelassen worden und nun nicht mehr einzuholen. Der Markt produziere nun Subversivität – kulturelle Kreativität und Ansprüche auf eine selbstbestimmte Kulturproduktion. Eine Unterscheidung zwischen Markt und der authentischen Kultur für Jugendliche sei dabei hinfällig geworden – der Markt zehre von den symbolischen Formen des Protestes, der immer wieder von jugendlichen Generationen hervorgebracht wird, und die Jugendlichen nutzen die symbolischen Formen der Kulturwaren, die mit Virilität und Protesthaltungen aufgeladen werden. Seit den 60er Jahren habe eine enorme Demokratisierung der symbolischen Formen, in der Mode und im Geschmack des Zeitgeistes stattgefunden, die »trickle-down«-Theorien hätten ausgedient. Die »stilistische Kreativität« von unten sei in hohem Maße angewachsen. Dass etwa auch »shopping« ein kreativer Akt sein kann, sei bislang in der Forschung vernachlässigt worden. Jugendliche würden nicht einfach nur passiv oder unkritisch kaufen, sondern die gekauften Gegenstände stets transformieren, indem sie diese in einen neuen, eigenen kulturellen Kontext stellen. »Sie bringen in der Konsumtion ihre spezifischen und differenzierten Elementarästhetiken zum Tragen, indem sie ihre eigenen Farben und Kombinationen wählen und ihre Erwerbungen »persönlich« machen. Die meisten Jugendlichen kombinieren Elemente der Kleidung, um neue Bedeutungen hervorzubringen.« (Ebd.: 108)

Auf vielfältige Weise verarbeitet die informelle Kulturproduktion, die symbolische Arbeit und die Kreativität des Einzelnen die unmittelbar persönlichen, subjektiven Bedeutungen und Möglichkeiten des sozialen Wandels. Durch die symbolische Arbeit der informellen Kulturproduktion vollzieht sich die Verarbeitung des sozialen Wandels auf eine relativ flexible und humane Weise, humaner, als es in der rationalisierten und bürokratischen »offiziellen« Kommunikation möglich wäre. »Selbst wenn der Markt dabei seine Profite macht, liefert er doch einige der Materialien für alternative oder oppositionelle symbolische Arbeit. Dies ist der bemerkenswerte, instabile und sich immer mehr entfaltende Widerspruch des Kapitalismus, der die Werkzeuge zu seiner eigenen Kritik bereitstellt.« (Ebd.: 172)

Paul Willis hält die aufkommende Dominanz der Common Culture«, die sich gegen die offizielle Hochkultur widerständig durchsetzt, für ein neues und entscheidendes Stadium der kulturellen Modernisierung, in dem die Kulturprodukti-

on und -konsumtion demokratisiert wird. Daher begrüßt er die Tendenz, dass der Konsumismus Tradition und Konvention tendenziell zersetzt und sprengt. Gerade die Unmöglichkeit der Erfüllung seiner Versprechen, die etwa in der Werbung und in der Aufladung der Produkte kommuniziert werden, ließen möglicherweise manche Fragen an die Traditionen der Moderne aufkommen bzw. schärfer zuspitzen. Die Subversivität der Common Culture zersetze in der Tendenz überkommene Machtstrukturen und helfe bei der Befreiung des Individuums aus den Fesseln der Moderne. Der Kernpunkt ist dabei, dass es einfach mehr Spaß macht, innerhalb eines unabhängigen, individualisierten Lebensstils zu konsumieren, als ein traditionelles Leben mit seinen Verpflichtungen zu führen. Die Versprechen des Konsumismus ließen die Defizite der traditionellen Institutionen für das Individuum umso schärfer hervortreten: Ehe, Kinder, Arbeit, Gewerkschaften beinhalten auch Mühsal und auferlegte Pflicht. Ob man Willis in der Bewertung seiner Analyse folgen will, und ob diese Entwicklung vom Standpunkt der Gesellschaft wirklich so positive Folgen hat, mag eine ganz andere Frage sein. Die anomischen Tendenzen, gerade in den unterprivilegierten Bevölkerungsteilen mit schlechten Bildungsvoraussetzungen und schlechten Zugängen zu den Arbeitsmärkten, sind mit den Auflösungsprozessen der klassischen Institutionen verbunden; heute sind sie sichtbarer als zu Zeiten von Willis' Studie. Doch in der Sache selbst irrte Willis wohl nicht: Die Sprengkraft des individualisierten Konsumismus für gesellschaftliche Institutionen hat er richtig beschrieben. Selbstkritisch wendet er ein, dass es keineswegs garantiert sei, dass diese Form der Modernisierung durchweg positiv verlaufen würde. Die symbolische Kulturproduktion und die »elementaren Ästhetiken« des Alltags dienen in erster Linie nicht der Stabilisierung von Identität, sondern sie sind nicht zu trennen von den Formen, die der Kommerzialisierung mit sich bringt und von den zerstörerischen Dynamiken, die er auslöst. Es handele sich im Gegenteil um einen äußerst ungewissen Prozess, der den Einzelnen vor hohe Herausforderungen bei seiner Identitätsarbeit stelle: »In der gemeinsamen Kultur eine Identität zu finden und zu behalten, ist ein riskantes Unternehmen; Sicherheiten vermag nur zu finden, wer noch hinter die zusammenbrechenden traditionellen Werte in einen regressiven, säkularen oder religiösen Fundamentalismus zurückfällt. Auch solche Formen könnten zunehmen...« (ebd.: 158). Dies hat Paul Willis im Jahre 1991 sehr richtig beobachtet. Doch trotz dieser »Risiken« der Populärkultur, die beständig im Fluss ist und keine Sicherheiten mehr bietet, sieht er »die alles entscheidenden Keime der alltäglichen Kulturentwicklung« heute eher in der kreativen Verwendung kommerzieller Kulturwaren und nicht in den »kultivierten Praxen der Kunst, der Politik oder des öffentlichen Lebens.« (Ebd.) Er versucht, die »besten Seiten« dieser Entwicklung zu sehen, wenn er schreibt: »Die kommerziellen Fesseln sind unentrinnbar und ziemlich einschneidend. Alle symbolischen Materialien werden unter bestimmten Bedingungen bereitgestellt, nicht durch göttliche Fügung. Genau wie die wirklichen Ressourcen, sind auch die symbolischen in ihre eigenen historischen Macht-

formen und Produktionslogiken eingebettet, die bloßer Idealismus nicht umwälzen wird.« (Ebd.: 159 f.)

Für die jungen Arbeitslosen erweise es sich laut Willis als sehr schwierig, ihr persönliches Image und ihren eigenen Lebensstil durch gekaufte Elemente zu entwickeln, da ihnen für individualisierten Konsum häufig die dazu notwendigen Mittel fehlen. Dies könne zu Prozessen der Frustration und Entfremdung führen<sup>1</sup>. Während die traditionellen Quellen von kultureller Bedeutung und Identität ebenso wie die traditionellen Institutionen rasch an Bedeutung verlieren, sich die Rolle der bezahlten Arbeit sich zum Beispiel sehr schnell verändere, »obwohl es eine machtvolle Gegenoffensive durch die verschiedensten Agenturen der ›Arbeitgeber‹ und des Staates gibt und auch in Zukunft geben wird« (ebd.: 180), wachsen die Möglichkeiten der symbolischen Produktion und Kreativität in der Freizeit, eben gerade durch die Waren der Kulturindustrie. Für viele habe die Arbeit keinen wirklichen inneren Wert mehr; sie sei nur noch ein Mittel zum Lebensunterhalt und insbesondere für die Freizeitgestaltung relevant, »für die in der freien Zeit sich abspielende Arbeit und symbolische Kreativität« (ebd.). Aus der Kluft zwischen stumpfsinniger oder fehlender Arbeit einerseits und den Möglichkeiten und Verheißungen der Freizeit wachsen heute die Widersprüche des individuellen Lebens: »In der Kluft zwischen kulturellem Reichtum und kulturellen Möglichkeiten auf der einen und fehlender oder stumpfsinniger Arbeit und Mittellosigkeit auf der anderen Seite brodeln die Widersprüche schon ganz ordentlich. Bald werden sie explodieren (oder implodieren)...« (ebd.).

Willis konzentrierte sich bei seiner empirischen Forschung auf jugendliche urbane Subkulturen in England, auch wenn sein theoretischer Rahmen und seine Thesen weit über diese relativ enge empirische Fragestellung hinausgehen. Der analytische und methodische Rahmen seiner Arbeiten ist für die vorliegende Arbeit sehr anschlussfähig. Eine Prüfung seiner brisanten Schlussfolgerungen auf breiterer empirischer Basis bzw. bei breiteren gesellschaftlichen Schichten steht allerdings noch aus. Das hier dargestellte Forschungsprojekt schließt in mancher Hinsicht an seine Forschungen an und geht der Frage nach der symbolischen Kreativität im Verhältnis zu den Dingen des Alltags sowie der Frage nach der Identitätsrelevanz des Konsums nach.

---

1 Die betroffenen arbeitslosen Jugendlichen haben laut Willis die Alternativen: Entweder einen hohen Anteil ihres geringen Einkommens für Kleidung aufzuwenden oder auszuweichen auf »billige Lösungen« wie Second Hand-Waren, Trödelmärkte oder Eigenprodukte durch Schneidern, Stricken und andere handwerkliche Techniken. An dieser Stelle zeigt sich eine gewisse Inkonsistenz in der Argumentation: Knappe Mittel führen nicht notwendigerweise zu Frustrationen und Entfremdung, sondern können Kreativität beflügeln oder sogar in Gang bringen, da sie, bei entsprechender Bereitschaft, zu mehr Eigentätigkeit anregen, anstatt auf die zum Teil kostspieligen vorgefertigten Waren der Kulturindustrie zurückzugreifen. Das kreative Klima im heutigen London, gerade bezüglich der Bekleidung, mag auch mit der Knappheit der Mittel in den jungen urbanen Milieus zu tun haben.

### 4.3 Globalisierung der Dinge

Die symbolischen Formwelten der Mode sind keineswegs als reines Oberflächenphänomen zu betrachten, sondern konstitutiver Bestandteil der spätmodernen Wirtschaftsordnung, wie oben (vgl. Kap. 3.1) ausgeführt. Aufgrund weitgehend gesättigter Märkte gilt in den wohlhabenden Weltregionen: Ohne die kulturellen Innovationen der Mode kein Markt, kein Absatz, keine Realisierung des Tauschwertes, ergo keine wirtschaftlichen Anreize. In der Ökonomie können Absatz und Verkauf nur realisiert werden, wenn Subjekte und ihre verborgenen Wünsche angesprochen werden (vgl. Baudrillard 1991a). Die Verführung des Subjekts und seiner Emotionen mit immer raffinierteren Mitteln ist die wichtigste Aufgabe von Werbung und Mode. Ergo kann die Bedeutung der symbolischen Formensprache der Mode in den globalen Kreisläufen heute gar nicht überschätzt werden.

Mode treibt heute die globalen Kreisläufe der Wirtschaft an und hält sie in Gang. Die Märkte der industrialisierten Länder sind im Prinzip weitgehend gesättigt; Absatzmöglichkeiten für neue Waren gibt es durch den (vorzeitigen) Verschleiß der Produkte oder durch technische und/oder kulturelle Innovationen – damit entstehen neue Kaufanreize auf den Märkten. Sicher wird von der Industrie auch die Stellschraube des vorzeitigen physischen Verschleißes der Produkte genutzt, um Kaufanreize zu setzen. Die Qualität der Dinge kann aber »nur« in den Billigsegmenten beliebig manipuliert werden, sonst droht der Verlust von anspruchsvolleren Kunden. Technische Innovationen werden selbstverständlich vorangetrieben, vor allem im Bereich der mit hohem Tempo entwickelten Kommunikations- und Informationstechnologie, jedoch lassen sich technische Innovationen nicht beliebig beschleunigen, sondern haben auch bei hohem Personal- und Mitteleinsatz noch eine eigene Rationalität und ein eigenes Tempo des Entwickelns und Erprobens. Nicht jedes Produkt ist zudem noch technisch beliebig verbesserbar oder erneuerbar. Während im High-Tech-Bereich das Innovations-tempo hoch ist, sind viele »klassische« Gebrauchsprodukte wie Stühle, Tisch, Uhren schon längst optimiert und kaum mehr technisch verbesserbar. Im Gegenteil, im hochqualitativen Segment kehrt man sogar zu früheren, technisch hochwertigeren Produktionsmethoden zurück. Das deutsche Unternehmen »Manufactum« wirbt mit dem Spruch: »Es gibt sie noch, die »guten Dinge«, und bietet langlebige Gebrauchsgegenstände mit »zeitlosem Design« an, die handwerklich oder mit gering technisierten industriellen Methoden hergestellt und hochwertig verarbeitet sind. Das Unternehmen ist mit diesem Konzept enorm erfolgreich und konnte die Palette der angebotenen Produkte stark erweitern.

Die dritte Möglichkeit, auf dem Markt Kaufanreize zu setzen, ist die kulturelle bzw. symbolische Innovation, sprich die Mode – und diese Möglichkeit ist fast unumschränkt ausdehnbar, Grenzen sind im Prinzip nur durch die Endlichkeit der menschlichen Ressource der Kreativität gesetzt. Die Zyklen der Mode, der symbolischen Innovationen haben sich in den letzten Jahrzehnten enorm beschleunigt.

nigt, nicht etwa, weil die Kunden dies unbedingt verlangen würden, sondern weil die Märkte heiß umkämpft sind, die Konkurrenz enorm, und weil neue Formensprachen Wettbewerbsvorteile und neue Absatzmöglichkeiten schaffen. Sombarts Satz über die Mode als »des Capitalismus liebstes Kind« gilt heute mehr denn je: Immer mehr Produkte und Gegenstände des Gebrauchs sind durch Prozesse der Mode gesteuert, immer mehr Lebensbereiche werden von der Mode regiert. Nicht nur das äußere Outfit und Styling sowie die Gestaltung des Körpers insgesamt sind der Mode unterworfen, nicht nur Gebrauchsgegenstände aller Art, sondern auch Einstellungen, Handlungskonzepte und Lebensstile. Das konsumierende postmoderne Individuum ist verunsichert ob der Fülle der Möglichkeiten (vgl. Bauman 1997) und muss sich über die richtige Lebensführung, die richtige Wohnungs- und Gartengestaltung, die Kindererziehung, die Partnerbeziehung usw. informieren. Dies erfordert wiederum Orientierungshilfen, Verbraucherberatung und -forschung, wissenschaftliche, praktische oder esoterische Ratgeberliteratur zum Beispiel, und hält damit zusätzlich den Buchmarkt in Schwung. Die symbolischen Innovationen der Mode sorgen dafür, dass es immer neue Dinge gibt, die anders aussehen, die die alten Dinge »veraltet« aussehen lassen und die neues Begehren zu wecken vermögen. Die Mode kreiert Dinge, die Verführungskraft entfalten und lädt sie auf mit symbolischen Bedeutungen. So ist sie in der Lage, Handlungsformen wider alle Vernunft zu bewirken. Das irrationale, kapriziöse, voluntaristische Element der Mode, das in einem paradoxen Verhältnis zu ihrer sozialen Verbindlichkeit steht, wird in der Literatur vielfach betont (vgl. etwa Bovenschen 1986: 27, Esposito 2004: 17). Doch sind es nicht immer echte kulturelle Innovationen der Mode, die neues Interesse und neue Kaufanreize generieren, denn immerhin ist es leichter eine Sache anders, als sie besser herzustellen, wie schon Sombart erkannte. Da auch ästhetisch und stilistisch das Rad nicht in jeder Saison neu erfunden werden kann, wird in der Mode der »Postmoderne« immer mehr auf Bekanntes zurückgegriffen. Zitate aus verschiedenen historischen Epochen und verschiedenen Kulturen werden verarbeitet, gemixt, neu kombiniert und in einen anderen Kontext gestellt, damit auch neu interpretiert und mit neuem Glanz versehen. Der Futurismus als ein in die Zukunft gerichtetes Design, als eine formalästhetische Neu-Erfindung, ist nur eine Mode-Strömung unter vielen (vgl. die in Abschnitt 3.5. ausgeführte Argumentation von Hollander 1994). Auch heute ist die Innovationskraft der modischen Formensprache der schwierigste und kniffligste Punkt der modischen Zyklen. Heute ist die »ästhetische Produktion« ein wichtiger Teil der allgemeinen Warenproduktion. »Der ungeheure ökonomische Druck, immer neue Schübe immer neuer Waren (von der Kleidung bis zum Flugzeug) mit steigenden Absatzraten zu produzieren, weist den ästhetischen Innovationen und Experimenten eine immer wichtiger werdende strukturelle Aufgabe und Funktion zu«, so Jameson (1993: 48 f.). Daraus erklärt sich auch die große Aufnahmebereitschaft für kulturell Anderes und symbolisch Abweichendes und für andersartige oder provozierende ästhetische Impulse.

Deshalb ist es nur funktional, wenn die Mode heute nicht nur ein ästhetisches Zentrum hat, das die neuen Stile erfindet, nicht nur eine tragende Schicht, die aus Distinktionsbedürfnissen heraus das Neue sucht, sondern ganz vielfältige Impulse, aus verschiedenen Schichten und Milieus sowie aus verschiedenen Weltregionen aufnimmt und verarbeitet. Zum Teil bezieht die Mode ihre symbolischen Impulse von der Straße, von der Anti-Mode, dem subkulturellen Anti-Establishment und den provozierenden Outfits der heranwachsenden Generationen. Das, was heute provoziert, kann und muss morgen schon die Masse – in etwas abgeschliffener Form – tragen. Gerade die weniger wohlhabenden, bildungsärmeren Schichten sind in der Tendenz sehr »anfällig« für die (zunächst) provozierenden, rasch wechselnden ästhetischen Modestile – die natürlich nicht mehr provozieren, wenn sie tausendfach gesehen wurden. Die Mode macht sich – immer aufs Neue – die ästhetischen Formen und Provokationen der Jugendgenerationen zunutze, da sie sich davon neue Impulse und symbolische Innovation verspricht (vgl. Gaugele/Reiss 2003). In der Folge liefern sich die Anti-Mode und die Mode einen Wettlauf, der die Mode-Industrie zu immer schnelleren Adaptationen und die jungen Generationen zu einer immer verzweifelteren Suche nach dem Noch-nicht-Etablierten, nach dem, was (noch) provozieren kann und (noch) nicht durch die Industrie und den Mainstream vereinnahmt ist. Neben der Jugendkultur bietet auch das »Andere« und Exotische von »fremden« Kulturen neue Impulse, bietet Möglichkeiten der ästhetischen Vielfalt und Erneuerung. Mode ist heute mehr denn je ein globales Phänomen – mit lokaler Ausprägung. Die verschiedenen Kulturen und ihre Geschichte stellen einen weltweiten Kreativitätspool dar, aus dem sich die Mode ebenfalls bedient. Große Modeketten verkaufen heute auf der ganzen Welt und überspringen scheinbar (fast) mühelos Kulturgrenzen, nicht zuletzt, weil sie in vielen Teilen der Welt nicht nur produzieren, sondern zum Teil auch designen lassen und damit das kreative Potential außereuropäischer Kulturen nutzen.

Daher kam es zu einer Intensivierung der »cultural flows«: Ströme von Waren, Bildern, Werten und Symbolen; kulturelle Elemente, die auf dem Globus wandern, von einer Region in die andere, und dabei ihre Bedeutung verändern bzw. neu kontextuieren. Arjun Appadurai unterscheidet verschiedene Ebenen der kulturellen Flüsse und Ein-Flüsse: ethno-, techno-, media-, finance- and ideoscapes (Appadurai 1990). Diese »scapes« sind von Flüssen durchzogen, in denen sich Menschen, Waren, Technik, Bilder, Kapital, Ideen und Informationen durch die Landschaften bewegen. Globalisierungsprozesse ermöglichen intensivere Flüsse dieser kulturellen Elemente durch verschiedene Landschaften.

Diese Ströme von Symbolen und Objekten (bzw. Subjekten) fließen verstärkt von den Zentren in die Peripherie und ersetzen dort teilweise angestammte Produkte und den traditionellen Lebensstil. Doch die kulturellen Ströme und symbolischen Memes (Dawkins 1976) fließen nicht nur in eine Richtung, sie bedeuten nicht nur eine kulturelle Dominanz des Westens, sondern vielfach finden auch Rückflüsse; ein sogenannter »talk back« statt (vgl. z. B. Hannerz 1992: 265).

Hinzu kommt, dass die Werte, die Ästhetik und die Produkte der westlichen Kultur in anderen kulturellen Kontexten nicht einfach fraglos übernommen, sondern innerhalb der gewachsenen kulturellen Vorstellungen lokal gefiltert, gedeutet und verortet werden (vgl. Hondrich 1999). Trotz einer amerikanischen kulturellen Vorherrschaft durch Hollywood gibt es viele verschiedene Adaptionen dieser kulturellen Symbole, unzählige Kombinationsmöglichkeiten sind denkbar. Auch wenn Hollywood (bilder)mächtig ist und der amerikanische Kleidungsstil in Form von Jeans, T-Shirts und Caps aufgrund seiner Unkompliziertheit und Modernität seinen Siegeszug rund um die Welt angetreten hat, so bringen diese Tendenzen der globalen kulturellen Standardisierung häufig genug auch ihr Gegenteil hervor: Die Rückbesinnung auf eigene kulturelle Werte und die indigene Ästhetik – auf das kulturelle Erbe, das Identitätsversicherung und konkrete Verortung in einer komplexen und unübersichtlichen Zeit geben kann. Hollywood bringt also auch Bollywood hervor, der Siegeszug der Jeans ist zwar unbestritten, aber er löst seinerseits eine Re-Vitalisierung des Saris, des arabischen Schleiers und anderer indigener Phänomene aus. Die politische und kulturelle Dominanz des Westens bzw. Amerikas provoziert Re-Ethnisierung auch als Mode-Phänomen.

Der Tribalismus der Postmoderne ist ein Hinweis auf die Suche nach dem Alten, Ewigen, Stablen innerhalb der in jeder Hinsicht fluiden Lebensweise der Zeit. Ganz besonders für diejenigen, die aus den globalen Netzwerken von Macht und Reichtum ausgeschlossen sind, »scheiden kulturelle Kommunen auf religiösem, nationalem oder territorialem Fundament in unserer Gesellschaft die hauptsächliche Alternative zur Konstruktion von Sinn zu bieten«, schreibt Manuel Castells (2002: 70 f.). Diese Kommunen arbeiten »mit dem Rohmaterial aus Geschichte, Geografie, Sprache und Umwelt« und »werden dadurch zu Quellen von Sinn und Identität, dass aus historischen Materialien neue kulturelle Codes konstruiert werden« (ebd.: 71). Die Betonung, Konturierung und »Erfindung« lokaler, ethnischer und vor allem religiöser Differenz wird zur zentralen Sinnressource in einer global vernetzten Welt. Denn das »Alte«, das »Göttliche« und das »Ewige«, auf das hier symbolisch zurückgegriffen wird, ist wohl als »Gegengift« zur Moderne ebenso wie zu den virtualisierten, in Informationshäppchen aufgelösten Wissens- und Sinnprovinzen zu verstehen; es bietet einen Anker für die Identitätsbildung in den globalen symbolischen Strömen.

Und so ist das Negativ-Szenario von Benjamin Barber wenig wahrscheinlich, der eine globale Zukunft mit einer weltweit einheitlichen symbolischen Formensprache und Dingkultur kommen sieht, »in der die nach vorn preschenden Kräfte von Wirtschaft und Technik eine Vernetzung und Vereinheitlichung einfordern und die Menschen allenthalben mit schneller Musik, schnellen Computern und schnellen Essen hypnotisieren, mit MTV, Macintosh und McDonald's, und die Völker zu einem gleichförmigen weltweiten Vergnügungspark vereinen, zum einheitlichen McWorld, vernetzt durch Kommunikation, Datentausch, Entertainment und Kommerz.« (Barber 1999: 8) Die von Barber beschriebene Ten-



denz existiert zwar ohne Zweifel, aber daneben gibt es auch die erwähnten Gegenteilstendenzen: die (Wieder)Belebung der eigenen Kulturen, die Betonung der Widerständigkeit und Langsamkeit, die Suche nach authentischen Wurzeln und die Neu-Erfindung traditioneller Fähigkeiten und Fertigkeiten. Ein Paradoxon der spätmodernen Mode ist, dass sie möglichst verschiedene Quellen von authentischen Kulturelemente benötigt, um sich zu erneuern, gleichzeitig aber die Tendenz hat, diese auszubeuten und ihrer Besonderheiten zu berauben, indem sie diese für den Markt verallgemeinert.

Die symbolische Formensprache der amerikanischen Kultur, selbst ein Amalgam, ist gerade deshalb global so erfolgreich, weil sie schon ein Produkt eines kulturellen Schmelztiegels ist, an verschiedenen Ethnien »erprobt« und abgeschliffen, auf einen möglichen (und zuweilen den kleinsten) gemeinsamen Nenner gebracht wurde. Ihr Versprechen auf Freiheit, auf Aufstieg durch Leistung, auf noch zu gestaltende Möglichkeitsräume, auf Loslösung von althergebrachten Normen sowie festen Positionen und Gefügen mag gerade auf die jungen Generationen verschiedener Völker eine Ausstrahlungskraft gehabt haben und noch haben. Gleichzeitig ist aber in vielen Ländern die Sensibilität gewachsen für die kulturelle Dominanz des Westens und für das eigene kulturelle Erbe, das erhalten werden sollte. Und, davon unabhängig, es findet eine Integration von fremden Ideen, Bildern und Waren immer auf der Folie des eigenen Weltbildes und der eigenen kulturellen Sozialisation statt: »people everywhere look at the world through their own cultural ›lenses‹« (Macionis/Plummer 1998: 118). Allein schon dieser soziale »Mechanismus« erzeugt kulturelle Mischformen und verschiedenartige Dynamiken.

Eine universalisierte Weltkultur, einheitlich modernisierte Werte, Handlungsnormen und ästhetische Muster mit globaler Gültigkeit wären jedenfalls das Ende marktwirtschaftlicher Dynamik und können deshalb kein vernünftiges Ziel des kapitalistischen Wirtschaftens sein. Und so wird wahrscheinlich, um mit Hall zu sprechen, die »exotische« Küche nicht von McDonalds verdrängt werden – und das gilt ganz sicher nicht nur für die Küche (vgl. Hall 1998). Lokale Vielfalt und Widersprüchlichkeit ist der Nährboden für die Kreativität und die Innovationsfähigkeit, die der Markt benötigt. Kreativität aber ist eine fragile, leicht zu erschöpfende Ressource, die ein lebendiges, anregendes Umfeld sowie eine gewisse politische und geistige Freiheit benötigt – und darüber hinaus kulturelle Vielfalt, Dynamik und Bewegung.

Globale symbolische Ströme werden auf dem individuellen Körper sichtbar. Kulturelle Symbolik wird in Form von Kleidung und Schmuck auf dem Leib getragen, kultureller Wandel ist damit immer auch leiblich sichtbar. Gleichzeitig sind diese persönlichen Dinge aber Waren der kapitalistischen Ökonomie – und tragen insofern eine doppelte Signatur. Globale Ströme von Kulturelementen gestalten auch die Leiber weltweit um. Körper und Körperlichkeit sind ein beliebtes Thema geworden und haben Konjunktur nicht nur in den Medien und in der Werbung, sondern auch in der Literatur, Kunst und in der Wissenschaft; »die Po-

lyphonie, die heute »Körper« mit diesem und jenem Motiv variiert«, wäre noch vor 15 Jahren unvorstellbar gewesen (vgl. Duden 2004: 17). Auch in der Soziologie ist der Körper ein beliebtes Thema geworden, »von Ignoranz oder Rezeptionssperre jedenfalls kann hinsichtlich des Körpers schon längst keine Rede mehr sein.« (Degele/Schmitz 2007, vgl. auch Schroer 2005 und Gugutzer 2004) Durch eine beschleunigte Modernisierung und Rationalisierung der Arbeit und der sozialen Kommunikation wird der Körper »zu einer Art bedrohten »Spezies« und gewinnt in diesem Augenblick alle Aufmerksamkeit der Wissenschaft« (Rohr 2004: 11). Der Körper fungiere als letzter Hort der Eigen-Mächtigkeit des Subjekts in Zeiten von Globalisierung, Technisierung und Medialisierung der Gesellschaft, so »verwandelt sich hier die Ohnmacht in die Obsession, zumindest den Körper als ein Therapeutikum zu nutzen [...] und am Körper die verlorenen Kontroll- und Machtphantasien auszuleben« (ebd.: 10 f.). Auch der Körper-Kult ist als eine Art Reaktion auf Prozesse der Modernisierung zu erklären, als eine Rückkehr des »Konkreten, des »Authentischen«, »Natürlichen« und »Unmittelbaren« in die technisierten und medialisierten, global ausgreifenden und abstrakten sozialen Strukturen. Der Körper fungiert als scheinbar stabiles, handgreifliches Element in Zeiten des Flexiblen und Fluiden – auf die Materialität und Sinnlichkeit des Körper kann man sich zurückziehen. Modische Formen der Körpergestaltung wie Tätowierungen oder Piercing verweisen darüber hinaus auf eine Rückkehr archaischer Elemente, auf Tribalismus in der Postmoderne, dem der französische Theoretiker Michel Maffesoli schon 1986 eine wachsende kulturelle Bedeutung vorhersagte – zurecht, wie wir heute sehen (Maffesoli 1986 und 1988). Jugendkulturelle Moden in Form von Kleidung, Musik, Filmen, auch jugendliche Organisationsformen können als eine »Wiederkehr der Stämme in der Postmoderne« (vgl. Keller 2006) gelesen werden. Laut Maffesoli bringen diese stammesförmigen Erscheinungen emotionale Kollektiverfahrungen und -erregungen, soziale Erneuerung und soziale Energie in die stark individualisierte und kulturell leer gewordene und ermüdete Moderne, die ihre Fortschrittsutopien verloren hat, zurück. Vorher Verdrängtes kehrt in die moderne Kultur zurück, körperbezogene archaische kulturelle Elemente, in der sich verdichtete Leidenschaften und neue »vitalistische Energien« spiegeln. Castells bezeichnet diese Phänomene als »Kultur der Dringlichkeit, eine »Kultur des sofortigen Endes des Lebens, nicht seiner Negation, sondern seiner Feier. Deshalb muss alles ausprobiert, gefühlt, vollbracht werden, bevor es zu spät ist, weil es kein Morgen gibt.« (Castells 2002: 69 f.) Man könnte die tribalistischen Erscheinungen allerdings auch als Suche der Individuen nach Kollektiverfahrungen in einer modernen Welt sehen, in der sich kollektive Institutionen und Verbindlichkeiten auflösen. Oder als eine neue Schleife der »Romantik«, die als kontrastierendes Thema die Moderne von Beginn an begleitet hat. In dieser Sichtweise wären sie nichts grundsätzlich Neues – eben nicht post-, sondern spätmodern. Schon Jean Jacques Rousseau verklärte den »edlen Wilden« und seine ursprüngliche Lebensweise, die (angeblich) noch keinen Besitz und keine soziale Ungleichheit im heutigen

Sinne kenne. Die Kultur der Moderne ist beständig auf der Suche nach dem Noch-Authentischen, nach den Dingen, die bislang dem Markt entzogen waren, dem vermeintlich Echten und Natürlichen – nach dem, was durch die instrumentelle Vernunft abhanden kam. Die Aufnahmebereitschaft für vor- oder außermoderne kulturelle Symbolik ist deshalb hoch. Der kulturelle Zufluss von »außen«, von »nicht-modernen« Elementen ist wohl konstitutiv für die Moderne und ihre Kultur.

#### 4.4 Postmoderne Paradoxien

Die Kultur des Konsums steht in einem gewissen Gegensatz zur globalen Ökonomie und ihren Produktionsstrukturen. In der Sphäre der Produktion herrscht die »instrumentelle Vernunft« der Moderne, das eherne Gesetz des ungezügelten bzw. des schwer zu zügelnden Marktes. Das Subjekt und sein sozialer Kontext sind in der Sphäre der Produktion in der Regel belanglos, der Schutz der Menschenwürde und der Grundbedürfnisse zielt – global betrachtet – allzu häufig nur Papier. Ökonomische Abhängigkeitsbeziehungen und Ungleichgewichte regieren nach wie vor den ökonomischen Austausch zwischen reichen und armen Ländern. Durch den Abbau der Bürokratie, durch die Schwächung des Nationalstaates und letztlich aller großer sozialer Institutionen hat die Moderne ein anderes Gesicht bekommen, und wird deshalb heute als späte oder zweite Moderne bezeichnet. Die Dynamik und das Tempo der ökonomischen Prozesse hat sich gesteigert, die »entbettete« (vgl. Giddens 2008) ziellose und zerstörerische Rationalität der Ökonomie ist um so schwerer zu zügeln, um so schwerer in politische und soziale Kriterien einzuordnen.

In der Sphäre der Zirkulation und Konsumtion regiert aber im Gegensatz dazu – zumindest in den reicheren Ländern – die vielfältige, bunte Postmoderne, die am Subjekt, an seinen Wünschen und Träumen ausgerichtet ist. Die postmoderne Konsumkultur versucht die Wünsche der Konsumenten aufzuspüren und diese zu verführen: Sie ist emotional, »magisch«, »authentisch« und erlebnisorientiert. Sinne und Emotionen werden angesprochen und »geweckt«, mit dem Versprechen auf immer tiefere, intensivere Erlebnisse durch Kauf- und Konsumakte. In der Werbung und in Unterhaltungsfilmern sind hinsichtlich der emotionalen Wirkung immer ausgefeiltere visuelle und akustische Techniken entwickelt worden, um Emotionen der Betrachter zu erzeugen und zu lenken. Je nach Zielpublikum werden Gefühle entweder auf standardisierte, eindeutige Weise oder mit raffinierter Mehrdeutigkeit angesprochen. Sowohl technische Mittel (Effekte), wie auch der bewusste Gebrauch von Metaphern, Symbolen und Assoziationen werden eingesetzt, um die emotionale Ebene des Bewusstseins der Konsumenten möglichst überraschend und intensiv zu erreichen.

Selbst für die Baudrillardische »Hyperrealität« der medialen Welt lassen sich empirische Beispiele finden: »Wirklicher als die Wirklichkeit« ist etwa ein Wer-

bespruch für eine »eindrückliche« neue Kino-Form, der den Sachverhalt möglicherweise präzise beschreibt. Das Ziel der medialen Techniken ist, möglichst tiefe Sinneseindrücke, tiefe Erlebnisse zu hinterlassen, die im Kontrast zur oft grauen Alltagswelt des Konsumenten stehen und Alltägliches – möglichst täglich – überschreiten. Dabei sind, um den Alltag zu transzendieren, ähnlich wie in der Nahrungsmittelindustrie, durchaus immer stärkere Geschmacksstoffe notwendig, um diesen emotionalen Effekt beim Konsumenten immer wieder zu erzeugen, denn die Wiederholung stumpft die Sinne ab. Diese virtuell erlebten intensiven Emotionen könnten eine Art »Gegengift« gegen den tristen, vielleicht frustationsreichen Alltag (in der Arbeitswelt oder bei den vom Arbeitsprozess Ausgeschlossenen) bilden. Vermittelt und angesprochen werden verschiedene emotionale Bedürfnisse: Liebe, Angst, Grusel, Transzendenz, Aberglaube, Gewalt und Aggressivität. Die emotional wirksamen Produkte werden in allen Schichten konsumiert, gesteigert jedoch in den unteren Mittel- und Unterschichten (siehe Kap. 2.4.5, vgl. Schulzes Unterhaltungsmilieu und die Konsum-Materialisten der Sinus-Studie). Das Erleben der Zuschauer soll möglichst intensiv sein, eine Art dichte, »gesteigerte Realität« des Erlebens wird virtuell produziert. Geschichten und Mythen hatten historisch wohl schon immer die Funktion, dem Zuhörer auf emotional eindrückliche Weise Dinge und Erlebnismöglichkeiten nahezubringen, die er selbst nur im Ansatz oder auch nie durchlebt hat. Mit den modernen Bild- und Tonmedien sind aber die Möglichkeiten, sinnlich zu vermitteln rasant gesteigert worden. Zudem sind sie alltäglich verfügbar und nicht eingebettet in eine gesellschaftliche Ordnung. Mit diesem Prozess der Durchsetzung und Allgegenwärtigkeit der Bildmedien ist möglicherweise eine Art emotionaler Umformung der Zuschauer verbunden, eine Manipulation und Selbstmanipulation der Gefühle. Die Emotionen müssen sich der sinnlichen Übermacht der eindrücklichen Bilder und Akustik geradezu beugen – und tun dies nur allzu häufig freudig, denn die sinnlich-emotionale Ansprache umgeht Verstand und Vernunft. Sie trifft direkt auf das Implizite, Unausprechliche, Verdrängte und bietet Bilder dafür an.

Emotionen waren jedoch noch nie etwas rein Subjektives – im Gegenteil, Emotionen sind aufs Engste verschränkt mit sozialen Prozessen, mit Ritualen der Gemeinschaft etwa. Es ist eine Illusion der Moderne, Gefühle seien etwas Privates, denn Emotionen sind in hohem Maße kollektiv geprägt, wie schon die Klassiker Durkheim und Simmel zeigten. Lediglich die Mittel, mit denen Kollektive und Gesellschaften Einfluss auf die Gefühle des Individuums nehmen, unterscheiden sich je nach Gesellschaftsform. In vormodernen Gesellschaften werden Emotionen vor allem durch Rituale gesteuert, Rituale des Übergangs, des Rollenwechsels, des Schutzes, des Wachsens und des Heilens. In Ritualen werden die Menschen ihrer sozialstrukturellen Rollen entkleidet, es werden, psychoanalytisch gesehen, mächtige Triebe der Beteiligten entfesselt – Sexualität, Tabus, Tod – und mit prozessualen rituellen Abläufen verbunden. Letztlich werden die kognitiven und sozialen Institutionen der Gesellschaft dadurch erneuert und gestärkt (vgl. Turner 1989a, auch van Gennep 2005, vgl. hierzu auch Kapitel 2.5).

Auf diese Weise wird das Zusammenspiel und die Lebendigkeit des sozialen Lebens gefestigt und eine emotionale Erneuerung von Individuum und Gesellschaft eingeleitet, die den Zusammenhalt und die soziale Integration stärkt. In der Moderne gibt es kaum noch Rituale, die ihre vormalige Kraft behalten haben und auch nur annähernd die Wirkung und Kraft entfalten können, wie Ethnologen es von verschiedenen indigenen Stämmen außerhalb Europas berichtet haben (vgl. ebd.). Turner verweist allerdings auf »liminoide« Prozesse in der Moderne, die ähnlichen Regeln unterliegen wie die »liminalen« Rituale vormoderner Gesellschaften: Kollektive Ereignisse wie Sportveranstaltungen, Musik-Konzerte oder auch revolutionäre Versammlungen.

Das heißt, die mediale Erzeugung, Lenkung und Verstärkung von Emotionen tritt nur an die Stelle anderer Mechanismen, die vorher Emotionen sozial reguliert haben – und also nichts grundsätzlich Neues. Allerdings haben sich die Zwecke und Ziele der Emotionsregulierung enorm verändert. Während die Rituale der Vormoderne dazu dienten, das kollektive Leben mit neuer emotionaler Energie zu füllen, auf neue Rollen innerhalb der Sozialstruktur vorzubereiten und auf kollektive Krisen erneuernd und stärkend zu reagieren, also letztlich zur Festigung der Sozialstruktur und der entsprechenden Rollen führten, dienen die heutigen Konsumrituale in den Medien ganz anderen Zwecken: Kommerz, Imageproduktion und Verführung des Subjekts und seiner regressiven Wünsche. Zwecke, die nicht kollektiv gesetzt sind, sondern dem Individuum dienen, wie Sennett betont – was nicht heißt, dass keine kollektiven Wirkungen entfaltet werden. Die Folgen dieser postmodernen Verbindung von Emotionsregulierung mit kommerziellen Zwecken, sind wohl bei weitem noch nicht ausgeleuchtet. Wir stehen vermutlich am Anfang dessen, zu begreifen, was diese Entwicklung mit Menschen und Gesellschaften ›macht‹: »Wir wissen noch nicht, für welche Bedeutung die Techno-Bilder, die uns umgeben, programmieren.« (Flusser 1978)

Die im virtuellen Raum erzeugte Emotionalität, die Hyperrealität sowie die Dominanz der entleerten Zeichen gelten als Kennzeichen der postmodernen Kultur. Der Stil der Kulturprodukte setzt sich dabei häufig bewusst ab von der Formenwelt der Moderne – dazu werden europäisch-vormoderne oder auch traditionale Elemente anderer Kulturen verwendet. Die Suche nach dem Echten, Authentischen und Bedeutungsvollen sowie der Wunsch nach Wiederverzauberung der Welt stehen wohl auch hinter den vielfältigen kulturellen Erscheinungen, die den modischen Erscheinungen des Neo-Tribalismus zugerechnet werden können – z. B. archaische Zeichen und Runen, kulturell »amalgamierte« Symbole und Muster, die sich überall finden, auf T-Shirts, Autos oder auf den Körper tätowiert. Die Moderne bietet keine eigene Form der »Authentizität«, die originären Rituale und religiösen Institutionen der westlichen Kulturen sind strukturell erstarrt und können dort, wo sie weiter bestehen, die schon entstandene Vielfalt nicht mehr einholen. Die symbolischen Anleihen bei verschiedenen außereuropäischen oder vormodernen Kulturen bereichern die kulturelle Formensprache. Die moderne Kultur, entzaubert und leer, hat trotz des schnellen Mode-Wandels nur

noch wenig Neues zu bieten, wird mit »Bedeutungsvollem«, mit Symbolen, mit »Sinn«, mit Elementen aus anderen Kulturen angereichert. Eine Entwicklung, die einen intensivierten Austausch zwischen den Kulturen befördert, und deshalb positiv einzuschätzen ist. Gleichzeitig besteht die Gefahr, durch diesen Prozess, der ja überwiegend kommerziell gesteuert ist, durch eine kulturelle Form der »ursprünglichen Akkumulation« das zu zerstören, was so dringend gesucht wird. Das Echte, das Authentische, die Symbole und ihre kulturelle Bedeutung könnten durch die modische »Vernutzung« entleert werden und ihren ursprünglichen Sinn verlieren. So wird befürchtet, dass »Tiefe durch Oberfläche bzw. eine Vielzahl von Oberflächen ersetzt wird.« (Jameson 1993: 58) Doch sei darauf verwiesen, dass Symbolen eine kulturelle Kraft und Widerständigkeit innewohnt, die sich der reinen Oberfläche sperrt, die den strategischen und sinnentleerten Gebrauch zu unterlaufen vermag. Auch wenn sie kommerziell genutzt und tausendfach abgebildet werden, auch wenn sie im Gebrauch durch die Mode in ihrer Zeichenhaftigkeit tendenziell »entleert« werden – ihre Ausstrahlungskraft als energetische Bündelung kultureller (und historischer) Bedeutungen verlieren alte Symbole nie vollständig. Um ein Beispiel zu nennen: Auch wenn das Symbol des Kreuzes zum modischen Attribut wurde, das von Madonna wieder in den Zeitgeist eingeführt wurde, wird wohl niemals ein Kreuz betrachtet werden können, ohne dass die »große Historie« der christlichen Religion und der abendländischen Geschichte mit angesprochen wird. Das Kreuz, auch wenn es für seine Trägerin nur mehr ein modisches Attribut ist, wird für den Beobachter kaum zum vollständig leeren Zeichen. Ähnliches gilt für andere Symbole aus anderen Kulturen – auch Buddha, der zum modisch-dekorativen Attribut wurde, das so manches Interieur von Restaurants oder Wellness-Oasen schmückt, transportiert kulturell-religiöse Bedeutungskontexte mit, die beim Betrachter wachgerufen werden. Die reine Oberfläche ist eine Illusion. Darum wirkt der »oberflächliche« Gebrauch kultureller Symboliken durch den Zeitgeist auf den Zeitgeist zurück und formt ihn um.

Und so ist bei der These der Postmoderne, die »relative Autonomie« der Kultur sei durch den Spätkapitalismus und die ihm eigene Logik zerstört worden (Jameson 1993: 93) Skepsis geboten. Trotz der offensichtlichen Dominanz und Macht der Kapitalströme über den Globus, trotz der Wucht der Ausbeutung von Lohn- und Wohlstandsdifferenzen im multinationalen Kapitalismus, ist eben nicht alles eins im System. Es existiert nicht nur eine dominante Kultur, nicht nur eine Form der Ökonomie – und ständig entstehen neue Hybridformen. Verschiedene Handlungslogiken dominieren die öffentliche Diskussion: Die Logik des wirtschaftlichen Handelns und die Logik der Demokratie, diejenige der Kultur und die der Ökologie. Die Dominanz der Logik des globalen Wirtschaftssystems ist nicht zu bestreiten, aber es wird sich nicht dauerhaft und ohne Folgen über die anderen Handlungslogiken hinwegsetzen können. »Man kann in diesem Zusammenhang von einer neuen und historisch einmaligen Durchdringung und Kolonialisierung der Natur und des Unbewussten sprechen, die sich sowohl in der Vernichtung der vorkapitalistischen Landwirtschaft [...] als auch im Aufstieg der

Medien und der Werbeindustrie manifestiert«, schreibt Jameson in einer beliebten Übertreibung der kritischen Emphase (Jameson 1993: 78 f.). Die Natur und das Unbewusste lassen sich kolonisieren und instrumentalisieren, jedoch hat dieser primär ökonomische Vorgang seine kulturellen Grenzen. Stößt man an diese Grenzen, so werden sie entweder neu erfunden oder sie »schlagen« zurück – oder beides.

#### **4.5 Visualität und Medien: Bildsymboliken im »kreativen Kapitalismus«**

Bilder zirkulieren global, sie überschreiten aufgrund der neuen medialen Möglichkeiten leicht alle nationalen Grenzen. Die Frage nach den Bildern hat anthropologische Aspekte, auch wenn das Lesen und Verstehen in hohem Maße kulturabhängig ist. »Der Bedarf, sich die Welt in eigenen Bildern anzueignen, steht im Widerspruch zu dem heutigen Bilderstrom, in dem uns Bilder gleichsam ›aufs Auge gedrückt werden‹ und in einem Tempo an uns vorüber ziehen, das uns daran hindert, sie bewusst zu verstehen und sie zu erinnern«, schreibt Hans Belting (2007: 17 f.). Bilder überschreiten kulturelle Grenzen leichter als Text, da sie nicht an der Sprachbarriere scheitern, sondern ihre Bildsprache unmittelbarer, körperlicher wirkt als Sprache, und deshalb von anderen Kulturen leichter verstanden werden kann. Die Sprache der Bilder ist zwar keine einheitlich-universale, sondern durchaus kulturell codiert und kontextuiert, aber sie stellt einen unmittelbareren und sinnlicheren symbolischen Code dar als die sprachliche Zeichen. Die Bildsprache knüpft direkter an körperliche Schemata (vgl. Merleau-Ponty 1976, Waldenfels 2006), an abgebildete oder nachgebildete »Naturformen« und vor allem an die »inneren Bilder« an, die sich der Mensch von der Welt macht. Die Semiotik des Textes, der Schriftsprache – die ursprünglich aus einer Bildersprache hervorging – ist deutlich abstrakter als es Bilder sind, die, von Ausnahmen abgesehen, etwas Konkretes, sinnlich Fassbares und Vorstellbares abbilden – und damit häufig auf Nicht-Fassbares, Unsichtbares verweisen. Mit Hilfe des Sichtbaren wird das Unsichtbare zum Thema, ob es sich um Röntgenbilder handelt, die das unsichtbare Innere des Körpers sichtbar machen, oder um Reliquien, die eine Repräsentation des Heiligen sein sollen. Durch die sinnliche Darstellung in Bildern soll das Abstrakte, das Heilige oder das Unvorstellbare zugänglich und sichtbar gemacht werden.

Was darstellbar ist und was nicht, was in welchem Zusammenhang abgebildet werden darf und was nicht, kann von Kultur zu Kultur verschieden sein. Die Wahrnehmung und Interpretation von Bildern ist kulturell und religiös geprägt, Bilder spielen nicht überall die gleiche Rolle und sie haben nicht überall die gleiche Bedeutung. Die Frage der verbotenen Abbildungen der »Gottesbilder« und Gottesvorstellungen, das Verbot der Abbildung generell, prägte die monotheistischen Religionen – auch wenn man sich nie konsequent an dieses Gebot gehalten

hat (vgl. Mitchell 2005). Bis heute bringt diese Frage einen unterschiedlichen Umgang mit Bildern in verschiedenen Kulturen mit sich. Dennoch erscheint das Abbilden, der Bildgebrauch der Menschen fast universell – und das trotz des »Bilderverbots« der drei großen monotheistischen Religionen: »Wir stoßen in den ältesten Kulturen der Menschheit, noch bevor die Symbolisierung der Welt durch Schrift begann, auf die Praxis, physische Bilder herzustellen und ihnen Macht über ihr Publikum zu verleihen.« (Belting 2007: 15 f.) Doch kann die Funktion des Bildes je nach kulturellem Kontext unterschiedlich verstanden werden: Als reines Abbild im Sinne einer Kopie, als kreativer Schöpfungsakt wie im modernen Kunstverständnis, das auch auf die Fotografie ausgedehnt wurde oder als direkte Repräsentation eines Objektes im Sinne einer Reliquie wie etwa in der europäischen Bildauffassung des Mittelalters (vgl. Belting/Haustein 1998). Hinzu kommt, dass Bilder trotz ihres scheinbar authentischen Charakters als »direktes Zeugnis«, mit strategischen Absichten »inszeniert«, nachbearbeitet und heute auch gänzlich technisch konstruiert werden, um in strategischer Absicht gewünschte Assoziationen und emotionale Reaktionen hervorzurufen. Obwohl also Bilder leichter und schneller Kulturgrenzen überschreiten denn je, sind Missverständnissen oder Manipulationen Tür und Tor geöffnet.

Ein Bild ist vielschichtig, alles ist auf einmal, alles in einem Augenblick enthalten. Diesen Augenblick, den das Bild einfing, zu verzeitlichen, in ein sprachliches Nacheinander zu überführen, zu »übersetzen« kann bei Bildinterpretationen Seiten über Seiten und Stunden über Stunden füllen. Beim Betrachten des Bildes wird alles auf einmal wahrgenommen, doch die sprachliche »Übersetzung« bewegt sich in der Zeit und ist schwerfällig. Bilder vermögen, wie Musik, den Menschen direkt, ohne Umwege, anzusprechen. Roland Barthes unterscheidet bei einem guten Bild zwei Qualitäten: das »studium« und das »punctum«. Im »studium« erschließt sich der Betrachter das Bild, entschlüsselt Figuren, Gesten und Mimik. Das »studium« findet im Modus des allgemeinen Interesses und des Nachdenkens statt, nicht in dem des Begehrens: »Le studium est de l'ordre du »to like« et non du »to love« (Barthes 1980: 50). Beim »punctum« jedoch geht die Intention nicht vom Betrachter aus, sondern vom Bild, eine Wunde, ein Schnitt wird dem Betrachter zugefügt, wie es Barthes ausdrückt. Das Bild hinterlässt den Betrachter nicht mehr unberührt, so manches Bild auch nicht mehr unschuldig. Die Wirkung von Bildern entspricht subtilen, schnellen und nachhaltigen mentalen Berührungen. Bilder erzeugen »innere Bilder«, die gerahmt werden können, ja häufig nur durch einen »inneren Rahmen« verständlich sind. Als »innere Bilder« rufen sie Wirkungen hervor, und treten in Wechselwirkung mit anderen inneren Repräsentationen. Assoziationen werden in nicht wahrnehmbarer Zeit wachgerufen, zu Ketten und Kontexten verknüpft und verschwinden wieder. Bilder enthalten einen nicht auflösbaren, einen nicht zu versprachlichenden Kern, einen mehrdimensionalen Bedeutungsüberschuss, der in Worte nur begrenzt transferierbar ist. Das gilt um so mehr, je besser das Bild (im ästhetischen bzw. künstlerischen Sinne) ist, um das es sich handelt.



Manche Bilder haben eine nahezu magische, verführerische oder auch im Gegenteil abstoßende Ausstrahlung, die nicht nur aus einem bestimmten Bildthema, einer Aussage, sondern aus der Gesamtkomposition entsteht. »Was will das Bild?« fragt W.J.T. Mitchell und schreibt, dass Bilder Gegenstände sind, »die mit sämtlichen Stigmata des Personhaften und des Beseeltseins gezeichnet worden sind.« (Mitchell 2005: 46 ff.) Doch gebe es keine Heilung für das Phänomen des Fetischismus, für das »personifizierte, subjektivierte, beseelte Objekt«, das schon Marx und Freud mit Misstrauen beschrieben, vielmehr sei es ein »unheilbares Symptom«, das verstanden und nicht geheilt werden will: »Wir sind gegenüber Objekten – und in besonderem Maße gegenüber Bildern – gefangen in magischen, vormodernen Haltungen; und unsere Aufgabe ist nicht, diese Haltungen zu überwinden, sondern sie zu verstehen, sich durch ihre Symptomatologie durchzuarbeiten.« (Ebd.: 48 f.) Menschen werden in ihrem Verhältnis zu Bildern nach Mitchell von einem »doppelten Bewusstsein« geleitet: »Wieso verhalten sie sich so, als wären Bilder lebendig, als verfügten Kunstwerke über eine eigene Seele, als besäßen Bilder die Macht, Menschen zu beeinflussen, Dinge von uns zu fordern, uns zu überzeugen, zu verführen und in die Irre zu leiten. Und was noch rätselhafter ist: Woran liegt es, dass uns dieselben Menschen, [...] wenn man sie danach fragt, versichern, dass sie sich sehr wohl darüber im Klaren sind, dass Bilder nicht lebendig sind, dass Kunstwerke nicht über eine eigene Seele verfügen und dass Bilder in Wirklichkeit ziemlich machtlos sind, auch nur irgendetwas ohne das Zutun ihrer Betrachter zu leisten?« (Mitchell 2005: 22) Der Bildbetrachter schwanke zwischen magischem Glauben und skeptischem Zweifel, zwischen Animismus und Realismus, mystischen und kritischen Haltungen, und das nicht nur in vormodernen Kulturen, denen dieses Verhältnis gerne zugeschrieben wird, sondern auch in der heutigen Moderne. Denken als bewusst-intentionaler Vorgang ist zur Wahrnehmung eines Bildes nicht unbedingt notwendig. Nachdenken ist zwar Teil des »studiums«, es findet im Modus des »punctum« aber nicht statt. »Das *punctum* bzw. die Wunde, die eine Fotografie hinterlässt, übertrumpft stets das *studium*, den Sinn bzw. den semiotischen Inhalt, den sie aufzeigt« (Mitchell 2005: 25). Wer an diesem »magischen« Umgang mit Bildern zweifle, der möge die Probe aufs Exempel machen: »Wenn Studenten sich über die Idee von einer magischen Beziehung zwischen einem Bild und dem, was es darstellt, lustig machen, dann bitte man sie darum, eine Fotografie ihrer Mutter zu nehmen und dieser die Augen auszuschneiden.« (ebd.). Dieses Beispiel führt auf drastische Weise vor, dass das Medium in der menschlichen Wahrnehmung mit dem Gegenstand verbunden zu sein scheint, den es abbildet, nicht nur eine symbolische Repräsentation, ein Zeichen für etwas Abwesendes ist, sondern die Anwesenheit des Abwesenden unabdingbar mit sich trägt. Doch ist hier anzumerken, dass dies weniger einer magischen Praxis geschuldet ist, die bis in die Moderne überlebt hat, wie Mitchell vermutet, sondern vielmehr mit der Beschaffenheit der menschlichen Wahrnehmung zu tun hat, bei der äußere Bilder zu inneren Bildern verarbeitet werden. Ganz gleich, ob die äußeren Bilder vom

Original (etwa der Person) oder einer Kopie (das Bild) »getragen« werden, rufen sie die damit verknüpften inneren Bilder hervor; sie rufen sie auf und verändern sie, fügen neue Aspekte hinzu oder überlagern andere. Auch mit einem Bild, einem Foto, das eine Person etwa in einer unbekanntem Pose oder Haltung zeigt, kann sich das »innere Bild« von dieser Person verändern – das ist zum Beispiel dann der Fall, wenn Politiker ein »Imageproblem« aufgrund eines kompromittierenden Fotos bekommen. Oder auch wenn durch ein Foto eine neue, etwa besonders intime Geste einer Person vermittelt wird. Die menschliche Wahrnehmung reagiert auf Bilder des Originals (Person) und der Kopie (Abbild) zunächst auf ähnliche Weise mit inneren Repräsentationen bzw. deren Ergänzung und Veränderung. Selbstverständlich wird reflexiv zwischen Original und Kopie – die eben auch gefälscht sein kann – unterschieden, aber erst im zweiten Schritt, erst im bewussten Nachdenken, im Modus des »studiums«. Die spontane Wahrnehmung ruft gleichermaßen »innere Bilder« sowie die damit verbundenen sinnlichen und emotionalen Reaktionen auf und leugnet zunächst die angesprochene Differenz.

In der Bilderflut der Spätmoderne, in den symbolischen Strömen der Medien wird dem Nachdenken über das Gesehene nicht unbedingt Zeit und Platz eingeräumt. Vielfach setzt man hier bewusst auf eine eher »schnelle« Wirkung der Bilder. Deshalb kann andererseits mit Hilfe von Bildern leichter als mit Textmitteilungen manipuliert werden – aus unterschiedlichen Motiven heraus, aus politischen, aus kommerziellen oder anderen Motiven. Große Wirtschaftszweige, zum Beispiel die Werbeindustrie, letztlich fast alle Berufe, die mit »Kommunikation« und Imagearbeit befasst sind, setzen auf die spontane Überzeugungskraft von sorgfältig konstruierten Bildern. Bildern, die schnell, spontan und häufig »vorbewusst« wahrgenommen werden, obwohl in komplizierten technischen und ästhetischen Prozessen hergestellt. Das »doppelte Bewusstsein« des Menschen gegenüber Bildern ist, obwohl skeptisch, dennoch manipulierbar, weil die Skepsis mit Hilfe des »punctum« (dessen Herstellung auf einem ästhetischen und technologisch komplexen Prozess beruht und entsprechender Vorbildung bedarf) umgangen werden kann. Der sinnlichen Unschuld des Betrachters entspricht die Raffinesse des Herstellers, oder umgekehrt, durch Raffinesse wird die naive Betrachtung, die Unschuld der Sinne aufgerufen (und verwundet). Und dies ist vielleicht der Punkt, der die »magische Einstellung« innerhalb des »doppelten Bewusstseins« des Menschen gegenüber Bildern zu erhellen mag: Trotz aller Skepsis will man auf das »punctum« nicht verzichten, denn es bereitet sinnlichen und ästhetischen Genuss – und aus dieser »Erlebnisorientierung« speist sich der anti-aufklärerische Zug des spätmodernen Bildergebrauchs. Doch unter dieser zum Teil »unernsten« Schicht des erlebnisorientierten Gebrauchs von Bildern, in der die Manipulation der inneren Bilder »geprobt« wird, liegt eine »ernstere« Schicht der Wahrnehmung und der Erzeugung von inneren Bildern. Diese Schicht wird berührt, wenn Ikonen der eigenen Kultur verletzt (und durch neue, »schändende« Bilder überlagert) werden – zum Beispiel wenn die *twin towers* als Symbol und Ikone der eigenen Kultur zerstört, und mit dem Bild der Zerstörung ein neues,

stärkeres Symbol geschaffen wird, das auf »beiden Seiten« wirkt, oder wenn, wie im obigen Beispiel, das Abbild einer geliebten Person, des persönlich »Heiligen« verletzt – und damit »innere Bilder« ebenfalls durch Schändung überlagert werden (die Beispiele sind Mitchell 2005 entnommen). Manche Symbole, wie etwa die Zwillingstürme (oder das Foto einer geliebten Person), gehen eine geradezu »organische« Verbindung mit ihrem Referenten ein – und durch ihre Zerstörung bzw. durch die Produktion von Bildern der Zerstörung, wird »Heiliges«, verstanden als der unhinterfragte Kern einer Kultur oder Person, auf empfindsame Weise berührt bzw. verletzt.

Bilder sind also global, sie sind nicht innerhalb von nationalen oder Sprachgrenzen zu halten, gleichzeitig werden sie aber nicht global in gleicher Weise verstanden, sondern je nach Kulturkontext anders. Bilder vermögen es zwar, Kulturgrenzen zu überschreiten, dichte Eindrücke von anderen Weltregionen zu vermitteln, aber damit auch Missverständnisse bzw. völlig andere »Rahmungen«. In der Regel transportieren Bilder eine völlig selektive Auswahl der Geschehnisse in anderen Regionen, die sich an meist negativen Aufmerksamkeitswerten, am spektakulären Nicht-Alltäglichen ausrichtet. Die globale Zirkulation von Bildern und Bildsymbolen rückt die Menschen unterschiedliche Regionen auf dem Globus näher zusammen, aber sie bringt damit nicht immer und nicht unbedingt auch ein besseres Verständnis anderer Kulturen mit sich, im Gegenteil, Konflikte können gerade durch den Transport »heikler« Bilder rasch und explosiv eskalieren. Die mediale Bilderflut verändert die gesellschaftliche Wahrnehmung und Konstruktion von Realität. Die »Realität« anderer Weltregionen gelangt über den Bildschirm in unser Wohnzimmer und wird dort mittels immer besserer Bild- und Tontechnologie »authentisch«, d. h. sinnlich wahrnehmbar und eindrucklich reproduziert. Vom Zuschauer wird das Geschehene gleichzeitig als real und nicht-real wahrgenommen, er weiß, dass das Bild von Journalisten vor Ort aufgenommen wurde, aber dennoch ist es gewissermaßen virtuell, keine zugängliche, keine erlebbare Realität für ihn. Eine sonderbare Zwischenwelt, eine »Realität« zwischen den Realitäten, etwas, das real und nicht-real gleichzeitig ist, hat sich hier entwickelt. Baudrillard spricht im Zusammenhang mit der Entwicklung und globalen Verbreitung der Bildmedien von einer Hyperrealität der Postmoderne, die durch die tausendfache Abbildung des Geschehenen in den Medien entsteht und einen eigenen Sog, eine eigene Dynamik erzeugt (Baudrillard 1991b, vgl. auch Abschnitt 3.3.). Die Geschichte entwickle sich durch die mediale Inszenierung in einem aufgeregten, hohen Tempo, dem der Zuschauer fast nicht mehr folgen könne. Gleichzeitig kommt sie aber durch die tausendfachen Medienabbildungen und ihren irrealen Charakter zum Erliegen, nichts passiert mehr wirklich, nichts kann mehr gesteuert werden. Die durch Medien entstandene Hyperrealität führe dazu, dass die Wirklichkeit sich verflüchtige, der Sinn sowie das Soziale generell implodiere und nur noch eine amorphe, manipulierte und trotzige Masse übrigbleibe, die an die Medien- und Konsumpipeline angeschlossen sei wie Terminals an ein Netzwerk (vgl. Baudrillard 1991b).

Gewiss hat Baudrillard die sozial destruktiven Wirkungen der globalen Medienströme zugunsten der theoretischen Brillanz seiner Schriften ein Stück weit übersteigert. Dennoch scheint die Frage berechtigt zu sein, welche Wirkungen die globalen Ströme von Bildern und Symbolen im Einzelnen entfalten? Auch andere Beobachter der Postmoderne sind eher pessimistisch in ihren Analysen: Der Konsum werde zum Maß aller Dinge, das Individuum verunsichert ob der Überfülle der ungenutzten Möglichkeiten, die kurzfristige, wahllose Bedürfnisbefriedigung werde zum einzigen Maßstab des Handelns (vgl. etwa Zygmunt Bauman 1997). Die Globalisierung führe zur Austrocknung der Institutionen der zivilen Gesellschaft, die kollektive Identitäten sichern, diese werden zu leeren Hüllen, so Castells, und »die Auflösung gemeinsamer Identitäten ist gleichbedeutend mit der Auflösung der Gesellschaft als sinngebendes soziales System.« (Castells 2002: 378) Doch sind diese Sichtweisen auf die Postmoderne allzu pessimistisch. Erstens verschwinden kulturelle Differenzen nicht gänzlich, sondern gehen neue Verbindungen und Hybrid-Formen ein, werden sogar betont oder wiederbelebt (siehe oben). Zweitens gibt es neue Gemeinschaften, Kommunen und »tribes«, neue kollektive Identitäten, so fluide sie auch sein mögen im Vergleich zu den klassischen Institutionen der Moderne (und der Vormoderne). Außerdem führt die Bilderflut nicht unbedingt und nicht nur zu einem Realitätsverlust. Prozesse der politischen und emotionalen Abstumpfung des Publikums aufgrund der medialen Übersättigung sind sicherlich zu beobachten, auch etwa die Verwischung der Grenzen zwischen den Genres Information und Unterhaltung, eine Verwischung, die Realitäten verzerrt. Doch wird durch die *global flows* der Medien, der Bilder, der Informationen und der Kulturelemente hier und da auch mehr als nur das bloße Klischee vermittelt. Auch wenn wir die alltägliche Realität der Kulturen in anderen Weltteilen nicht vollständig erfassen können, und diese Ausschnitte zudem anders (und vielfach ganz anders!) »rahmen« als in ihrer eigenen Kultur, dennoch: die Informationsdichte nimmt insgesamt zu, und damit auch die Haltung, dass die Katastrophen in anderen Weltregionen uns etwas angehen, dass das Kulturerbe, dass Tiere und Pflanzen anderer Weltgegenden die Menschheit bereichern, dass globale Belange auch die unseren sind – und Empathie und Handeln anregen. Gerade die »*visual flows*«, die Zirkulation der Bilder, die unmittelbarer ansprechen als Texte, sind für diesen Umstand von Bedeutung. Wir wissen und erfahren heute mehr aus anderen Kulturen als das jemals der Fall war. Auch wenn es nur Ausschnitte sind, die uns zugänglich sind, ist die Informationsdichte so hoch, dass sich in der Regel ein Problem der bewussten Selektion anschließt: Welche Informationen über welche Kultur wird wahrgenommen? Welche Kultur interessiert? Der Bildgebrauch schafft Abkürzungen und Verdichtungen im inflationären »flow« von Informationen, gewissermaßen »Ankerpunkte« der Sinneswahrnehmung. Der intensivierete kulturelle Austausch, die Anregung durch das »Fremde«, das Andere, das herausfordert, befördert nicht nur Missverständnisse, sondern zuvorderst auch Kreativität – und dies nicht selten sogar durch Missverständnisse, denn Missverständnisse können

Kommunikation und Austausch in Gang halten. Das kulturelle Erbe verschiedener Regionen kann dank der Globalisierung und Intensivierung der Kommunikation ungehinderter denn je über den Globus zirkulieren. Durch die Leistungsfähigkeit der neuen Medien und ihren Bildgebrauch wird Realität nicht nur beschleunigt und in eine Art Hyperrealität transformiert, sie wird auch bereichert durch die manchmal tiefsinnigen, manchmal weniger intelligenten »Re-Konstruktionen« der anderen kulturellen Codes.

Die Welt der Bilder ist auch die Welt der Verführung. Verführung ist Magie, wie Jean Baudrillard es so schön in seinem Spätwerk formuliert hat, der es mit der hermetisch-apokalyptischen Geschlossenheit seiner Theorie selbst nicht lange aushielt, und sich wieder auf die Suche nach einem Stück »wahren Leben« begab, indem er die Kategorie der subversiven »Verführung« entwarf, die im Gegensatz steht zur zerstörerischen, aber systemstabilisierenden »Produktion«. Verführung konzipierte er als ein Duell, das in der Schwebelage bleibt, ein Duell, das nicht realisiert wird und das von der Polarität, von der unauflösbaren Differenz lebt. Differenz, auch kulturelle Differenz muss akzeptiert werden, um ihr Potential der Anregung und »Verführung« zu entfalten. Der Kreislauf der Verführung bedeutet Impulse aufnehmen, reagieren, investieren, bedeutet Gabe und Gegengabe, Wechselseitigkeit und Alterität. Er setzt ein dynamisches und kreatives Spiel in Gang, das kein Ende und keine (vollständige) Vereinnahmung oder Vernichtung des Anderen kennt. Die Bedingung dafür ist, Ambiguität, Mehrdeutigkeit und Kontingenz auszuhalten, das Andere, das Differente nicht wegzudefinieren und nicht zu assimilieren, sondern es als Fremdes fremd zu lassen und kreativ zu nutzen (Baudrillard 2006). Baudrillards Begriff der »Verführung« könnte ein Modell sein für den kreativen Austausch der Kulturen. Die Kraft der Verführung besitzen diejenigen Dinge, die man nicht hat, nicht kennt und zum Teil auch nicht versteht. Diese letztlich nicht-verstehbaren Elemente kann man »übersetzen«, aufnehmen und verwandeln. Missverstehen muss nicht zwangsläufig Aggression und Konflikt hervorrufen – das tut es nur, wenn die Schwebelage aufgehoben werden soll, wenn Differenz nicht zugelassen, nicht akzeptiert wird. Auch Missverstehen bzw. partielles Verstehen kann, akzeptiert man die Mehrdeutigkeit von Kommunikation, Kreativität und neue Entwicklungen freisetzen. Genau dies passiert in der Realität des interkulturellen Austausches häufig (vgl. Renn 1999 und 2005).

Doch dabei befinden sich die *global flows* der Bilder nicht in einem machtfreien Raum, im Gegenteil, sie sind Bestandteil der globalen Netzwerke, in denen unpersönliche Macht pulsiert und die kulturellen Codes der Gesellschaft geprägt werden. »Die neue Macht befindet sich in den Informationscodes und in den bildlichen Repräsentationen, um die herum die Gesellschaften ihre Institutionen organisieren und die Menschen ihr Leben aufbauen und über ihr Verhalten entscheiden. [...] Aus diesem Grund ist Macht im Informationszeitalter identifizierbar und diffus zugleich. Wir wissen, was sie ist, aber wir können sie nicht fassen, weil Macht eine Funktion eines endlosen Kampfes ist, der um die kulturellen

Codes der Gesellschaft ausgetragen wird.« (Castells 2002: 383) Die Siege im Kampf um die kulturellen Codes, um die »richtigen« Wahrnehmungen und Interpretationen sowie um die Köpfe und Emotionen der Menschen sind dabei immer nur kurzfristige, denn die Turbulenzen der Informationsflüsse und der Bilderwelten halten die kulturellen Codes stets in schnellem Fluss. Die Intensität und Geschwindigkeit des kulturellen Austausches hat sich enorm gesteigert, ein Austausch, der unter den Rahmenbedingungen von wirtschaftlichen und politischen Abhängigkeiten stattfindet und dennoch nicht vollständig durch diese Machtstrukturen determiniert wird.

Homi Bhabha ist zuzustimmen, wenn er die binären Muster hinterfragt, nach denen kulturelle Unterschiede als Gegensätze zwischen modern und rückständig betrachtet werden. Bhabha entlarvt diese Sichtweise als voreingenommen, als Teil einer westlichen Ideologie, die andersartige Kulturen immer noch abwertet und die Dominanz des Westens mit seinem »Zivilisierungsanspruch« legitimieren soll (Bhabha 2000). Auch Bhabha geht es um die Kreativität und Produktivität am Ort bzw. im »Dritten Raum«, im Raum der Differenz und der Uneinheitlichkeit. Kultur ist kein abgeschlossenes System in dieser Sichtweise, sondern immer in Bewegung. Durch die Geschichte zieht ein ständiger Strom des Wandels von Kulturen, von gegenseitiger Durchdringung und Beeinflussung, sei es durch wissenschaftlichen oder handwerklichen Austausch, durch Kolonisierung oder durch die Entdeckung neuer Weltteile oder Ethnien. Einer der Hauptfaktoren des kulturellen Wandels ist Migration. Die unveränderte Aufrechterhaltung einer Kultur ist eine Fiktion, die am Austausch, ja am bloßen Kontakt, scheitert. Zwar kann es zu Konfrontationen und Missverständnissen zwischen verschiedenen Kulturen, etwa den Einwanderer- und den Einwanderungskulturen kommen, doch es entstehen Hybridformen, die, obwohl nicht immer spannungsfrei, neue Denk- und Gestaltungsräume eröffnen. Im Austausch der Kulturen entsteht der »dritte Raum«, ein Ort der Differenz, der die intensivste Spannung und die größte Kreativität erzeugt. An diesem »dritten«, hybriden Ort kann sich der Kulturkritiker wie der Künstler platzieren, um die Differenz als Chance zu nutzen: »The process of cultural hybridity gives rise to something different, something new and unrecognisable, a new area of negotiation of meaning and representation.« (Bhabha, zitiert nach Rutherford 1990: 211) In diesen Kommunikationsprozessen zwischen den Kulturen sind die Machtressourcen zwar ungleich verteilt, dennoch ist das Ergebnis des Austausches prinzipiell offen und nicht vorherbestimmt. Die kulturellen Ströme und Dominanzen sind so immer vorläufige und ergebnisoffene Prozesse. Im Versuch, die verschiedenen Kultur-elemente zu übersetzen und aufeinander zu beziehen, entstehen Unschärfen, aber auch neue Räume zur Identifikation. An Orten, die stark von Migration beeinflusst sind, finden Kondensation und Differenzierung beinahe gleichzeitig statt und lassen immer neue Identitäten und Gruppen entstehen. Differenzierung verschwindet dabei nicht, sondern wird vielfach betont oder neu konturiert. Diesen Prozess nennt Bhabha kulturelle Hybridisierung (Bhabha 1998). Die kulturelle

Hybridisierung wird von Personen getragen und gefüllt, in systemtheoretischer Perspektive lässt sie sich kaum (bzw. nur sehr umständlich) ausdrücken. Personen als hybride Gebilde sind in der Lage, zwischen Kulturen zu übersetzen, zwischen Unübersetzbarem zu vermitteln und nicht zuletzt – wenn sich nichts mehr vermitteln lässt – Unvermittelbares auszuhalten. Der Hybride stellt sich als Person dar, der sich den Ansprüchen kultureller Totalisierung entzieht. In einem Individuum können sich verschiedene Kulturen, verschiedene Symbolwelten wie verschiedene Sprachen artikulieren, ohne unbedingt einen unauflösbaren Widerspruch produzieren zu müssen. Trotz der Identitätskonflikte, die auftreten können, sind dem einzelnen Individuum die in diesem Prozess entstehenden kulturellen Doppel- oder Mehrdeutigkeiten sinnhaft und können sogar als individuelle Besonderheit oder Kreativitätsressource genutzt werden.

Globalisierung kreiert neue Diversität, eine Diversität, die aus der globalen Vernetzung der Kulturen und der dadurch entstehenden kreativen Impulse hervorgeht: »The world system, rather than creating massive cultural homogeneity on a global scale, is replacing one diversity with another [...] We must be aware that openness to foreign cultural influences need not involve only an impoverishment of local and national culture. It may give people access to technological and symbolic resources for dealing with their own ideas, managing their own culture, in new ways.« (Hannerz 1987: 555, zitiert nach Harmsen 1999) Der globale Strom der Bilder und symbolischen Formen vermag – auch wenn man sein Tempo und seine Allgegenwart beklagen mag und kulturelles Missverstehen immer möglich ist – Neues zu erzeugen. Sinnkammern und -provenienzen verschiedener Art können so innerhalb der Kulturen entstehen. Für die Klagen der Postmoderne über »eines der gängigen Modethemen zeitgenössischer Theorie: den ›Tod‹ des Subjekts als das Ende der autonomen bürgerlichen Monade, des Ichs bzw. des Individuums«, wie Jameson schrieb (1993: 59), gibt es wahrlich wenig Anlass. Lange hat der postmoderne Pessimismus über die Landnahme der Kultur und des Subjekts durch den fortgeschrittenen Kapitalismus den Blick für das differenzierte Geschehen und die vielgestaltigen Möglichkeiten der kulturellen Globalisierung getrübt. Kulturelle Symboliken vervielfachen sich, und mit ihnen die Gestaltungsmöglichkeiten der Subjekte. Wo Kultur vielschichtig und mehrdeutig ist, wo Melangen und Hybridformen entstehen, da braucht es handlungsfähige Subjekte, um »Übersetzungen« vorzunehmen, Spielräume zu interpretieren und Innovationen zu gestalten. Durch die kulturelle Globalisierung erhält das Subjekt mehr Spielräume für Präferenzen und Wertsetzungen, für individuelle Mischungen und »Lebensrezepturen« – vorausgesetzt, die materielle Situation und die politischen Rahmenbedingungen eines Landes ermöglichen einen offenen, experimentellen Lebensstil. Die Vision der Postmoderne von der Auflösung des Subjekts als handelndes Zentrum, als Ort einer Identität, erweist sich damit als haltlose Fiktion. In Zeiten kultureller Vieldeutigkeit braucht es mehr denn je das handlungsfähige, das autonome Individuum, das mit verschiedenen kulturellen Einflüssen, verschiedenen Werte- und Normensystemen, verschiedenen Hand-

lungsanforderungen umzugehen weiß, diese nutzt und sich eben nicht verliert. Das Subjekt, das Präferenzen setzen kann in der kulturellen Komplexität, Wichtiges von Unwichtigem zu trennen und Entscheidungen zu treffen in der Lage ist, wenn vieles möglich, aber nichts verbindlich ist. Das Subjekt, das zwischen verschiedenen sozialen Systemen und Kulturen vermitteln und »übersetzen« kann, und aus der Übersetzung Neues zu erschaffen vermag.

Doch findet der globale Fluss der Bilder und symbolischen Formen nicht als offener, freier Prozess statt, sondern ist vielfach kommerziellen Zwecken unterworfen und gehorcht zudem den Regeln der Medienwelt, deren Bildersprache sich an Erregungs- und Aufmerksamkeitswerten ausrichtet. Das Individuum wird von den Medien stärker denn je angesprochen, und zwar mehr und mehr nicht als informierter Bürger, sondern als verführbares Subjekt. Das Private und das Innerste, das Individuum und seine Emotionen, seine Träume und seine Erlebnismöglichkeiten werden wichtiger denn je genommen, weil man auf gesättigten Märkten nur verkaufen kann, wenn man den Konsumenten verführt, umschmeichelt, seine Gefühle und seine Wünsche anspricht, Projektionsflächen generiert und offene Erlebnishorizonte in Aussicht stellt. Gelingt es, Emotionen wie Autonomie, Freiheit, Geborgenheit, Liebe, Sexualität, Spontaneität, Wohlbefinden, Gesundheit, Authentizität und Tiefe durch Produktwerbung anzusprechen, so kann man auf gesättigten Märkten noch neue (oder bekannte) Produkte unterbringen. Das Subjekt wird umworben und umschmeichelt, seine verborgenen Emotionen, auch seine regressiven Wünsche und Träume werden zum Maß der Dinge. Immer seltener geht es bei der Werbung ums Produkt, meist steht ein transportiertes Gefühl, ein Versprechen auf Lust, auf Jugend, auf Spontaneität, auf ein bestimmtes Sein und Erleben im Vordergrund. Natürlich durchschaut der Konsument den ganzen Zauber, aber es ist damit nach Baudrillard ähnlich wie mit dem Glauben an den Weihnachtsmann: Wie gern lässt man sich doch beschenken und verführen, auch wenn man den wahren Glauben an den Weihnachtsmann längst verloren hat (vgl. auch Baudrillard 1991a). Wie gerne sieht man Angenehmes, Phantasievolles, Erotisches, Dinge, die traumhaft, verborgen sind.

Die Werbung macht kollektive Träume öffentlich und ist insofern im Grunde mit der Kunst verwandt – worauf heute viele »Kreative« drängen. Die Kunst hebt ihre Schätze aus dem kollektiven Unbewussten, so die moderne Psychoanalyse, und stellt die brennenden Fragen der Zeitgeschichte, bevor die meisten Zeitgenossen sie erahnen können. Auch die Werbung kann als Indikator des Zeitgeistes gelten, auch die Werbung ist mal mehr, mal weniger schöpferisch. Häufig entnimmt die Werbung ihre Ideen der Kunst, die ihr in den Ideen voranging. Ohnehin stand die Kunst Modell für die Fiktionalisierungskultur der Werbung, für die Idee, Möglichkeitsräume zu kreieren, einen Überschuss an möglichen Bedeutungen, der sich als Projektionsfläche für unerfüllte Wünsche eignet. »Die Kunst lässt sich als Prototyp und idealer Repräsentant aller Güter begreifen, die »zweckmäßig ohne Zweck« sein sollen, ihren Besitzern ein Maximum an Mög-



lichkeiten verheißen und zudem verschiedenen Menschen jeweils andere Bedürfnisse erfüllen. In der Kunst hat sich erstmals die Ästhetik des Kapitalismus ausgebildet, die mittlerweile die gesamte Konsumkultur bestimmt.« (Ullrich 2006: 116) Der Kunsthistoriker Ullrich verfolgt die These, dass viele der beliebtesten Sujets der Werbung, die heute als Projektionsflächen für die Träume und Fiktionen der Kunden dienen, von der Kunst des 19. Jahrhunderts vorweggenommen wurden: Weite Himmel, Meereswellen, Bergrücken, unbestimmte Landschaften, in die sich jeder hineinräumen kann. Doch während sich der Kunstliebhaber von einst bewusst war, dass er nur träumen konnte, werde der Konsument von heute »die fixe Idee nicht los, das Geträumte durch einen Kaufakt doch Realität werden lassen zu dürfen« (ebd.: 117). Doch die konzeptionellen Anleihen der Werbung gelten nicht nur den Werken der Romantik, sondern ebenso denen der klassischen Moderne. Die Karriere der Abstraktion verdankt sich vor allem der Erwartung, dass sich unbestimmte schöpferische Energien und gebündelte Kraft auf großen Formaten besonders stark zum Ausdruck bringen lassen, und Motive geschaffen werden, in die jeder Rezipient seine eigenen Motive hineinlesen, den unbestimmten Raum in der Betrachtung ausfüllen und selbst kreativ füllen könnte. Auch das Mittel der öffentlichen Provokation, um Aufmerksamkeit zu erregen, hat sich die Werbung von der Kunst abgeschaut. Zudem hat die moderne Kunst eine ästhetische Formensprache geschaffen, die fast überall auf der Welt verstanden wird – zumindest in den urbanen Zentren und ihren Wirkungsräumen. An diese urbanen, modernen Symbolwelten kann Werbung ebenso anknüpfen. In der Werbung ist man sich mittlerweile aber auch der unterschiedlichen kulturellen Voraussetzungen für das Verständnis der visueller Symbole sehr bewusst, und geht mit kulturellen Differenzen aufgeklärt-strategisch um, durch variable, kulturangepasste Werbeformen oder durch eine Bildhaftigkeit, die den kleinsten gemeinsamen Nenner ansprechen und überall verstanden werden soll.

Werbung knüpft an die Mittel und die Motive der Kunst an, ist aber nicht dasselbe wie Kunst. Laut Ullrich fehle es lediglich an einer kulturwissenschaftlich kompetenten Kritik der Markenkultur. Diese könnte helfen, die Konsumkultur zu verbessern, indem man ihre Formensprache besser begriffe. Würde sich diese kulturwissenschaftliche Form der Produktkritik, ähnlich der Kunstkritik erst etablieren, so könnte sie nicht nur intellektuell, sondern auch kommerziell erfolgreich werden. Es könnte laut Ullrich eines Tages sein, dass »es vermutlich sogar als der größte Erfolg der Kunst in der Moderne angesehen werden, das Modell einer Warenästhetik und eines ›Corporate Design‹ entwickelt zu haben, das einer kapitalistischen Marktwirtschaft den Fortbestand garantiert, selbst wenn alle Grundbedürfnisse längst befriedigt sind und statt Gebrauchswerten lieber Fiktionen und Optionen konsumiert werden« (ebd.: 117). Ullrich, der die Nähe von Kunst und Reklame durchaus begrüßt, ist allerdings entgegenzuhalten, dass bei aller Ähnlichkeit der Formen und Motive letztlich ein kleiner, aber wesentlicher Unterschied zwischen Kunst und Werbung besteht: Während die Kunst des Ausdrucks, der Expression wegen auf Wahrnehmungen aufmerksam machen und

neue Sehgewohnheiten provozieren will, neue ästhetische und sinnliche Lesarten der Realität entwerfen will, wohnt der Werbung doch etwas grundsätzlich Unaufrichtiges inne. Denn nicht die reine Expression ist ihr Zweck, sondern letztlich der Verkauf von Träumen und Produkten. Die Träume und die Seelenlage der Menschen werden mit wissenschaftlichen Mitteln, sozialwissenschaftlich, narrativ, psychoanalytisch oder auch mittels Kernspintomograph oder Hormonanalysen, aufgespürt; anschließend für kommerzielle Zwecke verarbeitet und öffentlich ausgestellt – kommt dies nicht einem Missbrauch gleich? Auch wenn ihre Produkte zuweilen hoch kreativ und ästhetisch an der Grenze zur Kunst anzusiedeln sind, auch wenn sich Werbung nicht immer ihrer zentralen Funktion des Anpreisens und Verkaufens der Waren beugt, bzw. diese Funktion manchmal weit zurücklässt, verschwindet dieser Bruch nie vollständig.

Das Subjekt wird also vielfach angesprochen und umschmeichelt, das Subjekt und seine Wünsche, seine Regressionsphantasien werden zum Maß der Dinge. Das Subjekt, das Individuum ist keineswegs tot in der Kultur der Postmoderne, es wird wichtiger denn je genommen. Geschwächt in der post- bzw. spätmodernen Gesellschaft ist jedoch das Kollektiv und die Möglichkeiten zum kollektiven Handeln, darauf haben schon einige Sozialwissenschaftler, insbesondere amerikanischer Herkunft, hingewiesen (vgl. etwa Barber 2008, Sennet 1998). Der Warenkonsum, der als Schlüssel zum postmodernen Zeitalter verstanden werden kann, weil er die Lebenswelten durchdringt, weil seine symbolischen Möglichkeiten unerschöpflich und zugleich ohne Konsequenzen sind, ist eine vollkommen individuelle Angelegenheit, selbst wenn er an öffentlichen Orten stattfindet (vgl. Baumann 2000: 117). Das Individuum wird in seiner allgegenwärtigen Rolle als Konsument auf Kosten des Kollektivs gestärkt.

Welche Hypothesen lassen sich nun für das empirische Programm gewinnen und zuspitzen? Folgt man so unterschiedlichen Autoren wie Jean Baudrillard oder Paul Willis und verlängert ihre Ansätze, so kommt man zu der These: Ökonomie und Psychologie überschneiden sich in der empirischen Wirklichkeit des Alltags, die Produktion der Waren ist mehr und mehr auch zur Produktion von Kultur und Identität geworden. Die Subjekte konstituieren sich, thesenförmig zugespitzt formuliert, als Teil der Warenzirkulation. Je mehr an der Zirkulation teilgenommen wird, desto mehr fühlt sich das Subjekt als eigenständiges Subjekt und wird sozial wahrgenommen. Identität entsteht aus dem Fluss der Waren, das persönliche Geheimnis in der Symbolik der Objekte und Zeichen. Nicht nur der Text dominiert dabei das Zirkulationsgeschehen, sondern auch die Zeichenhaftigkeit des bildlichen Symbols. Subjekte konstituieren sich im »flow« der Waren, Bilder und Symbole. Kaufst Du nicht, so bist Du nicht, die Existenz stockt, ist nicht mehr im Fluss. Die soziale Existenz, die Anerkennung und Gemeinschaft ist an den Konsum von Waren geknüpft. Der Kapitalismus vollendet sich somit in der Konsumsphäre und das Subjekt unterwirft sich freiwillig, denn es wird verführt und umsorgt, seine geheimen Wünsche aufgespürt und bedient. Die Raffinesse der Warenwelt, ihre Verfeinerung, Kreativität und Phantasie, ihre Aufla-

derung mit sublimen Wünschen und verborgenen Sehnsüchten, ihre Verführungskraft ist differenziert und umfassend. Nur ein paar Versprengte wehren sich aus unterschiedlichen Gründen: Ökologen, Asketen, Abweichler oder auch Arme aus Not, weil sie nicht anders können. Sie stemmen sich mit intellektueller Energie gegen die sinnlichen Verführungen der Warenwelt und müssen ihr doch Zugehörigkeiten machen, um Teil der sozialen Welt zu bleiben.

Was heißt das für die Armen und Ausgeschlossenen, für die Erwerbslosen und exkludierten »Leistungsempfänger« der Gesellschaft? Müssen sie sich entweder eine asketische Nischenexistenz einrichten, politisch oder utopisch motiviert, oder so gut es geht am Konsum teilnehmen, zuweilen um den Preis der Verschuldung? Zugespielt formuliert: Müssen sie sich im »Gegen« oder »Kont-ra« neu definieren, in alternativen, sozialen Halt gebenden Subkulturen, oder droht der Nicht-Konsum sie sozial auszulöschen, unsichtbar zu machen und ihre soziale Existenz symbolisch zu tilgen? Sind sie, provozierend gesagt, gezwungen zu konsumieren, um Teil der Gesellschaft zu bleiben, oder sich der Gesellschaftskritik zuzuwenden? Konsumieren zu müssen, um eine Identität zu haben und doch nicht oder nur eingeschränkt konsumieren zu können – dieses Paradox erzeugt vermutlich sichtbare Brüche im Habitus, in der Performanz der Erwerbslosen. Soweit zumindest die am empirischen Material zu prüfenden Hypothesen. In den empirischen Teilen dieser Arbeit ist nach solch möglichen Brüchen zu »fahnden«, sowie nach den Modi und Mustern des Umgangs damit.



## 5. Die Kehrseite der Moderne: Arbeitslosigkeit, Armut, Exklusion

---

Die Krise der Arbeitsgesellschaft, schon so lange in soziologischen Fachkreisen diskutiert, dass man ihre tatsächliche Relevanz anzuzweifeln begann, ist mittlerweile gesellschaftliche »Normalität« geworden, die Fragen von neuer Brisanz aufgeworfen und die kulturelle und politische Landschaft zwar schleichend, doch in enormen Ausmaßen verändert hat. Dabei ist die Krise der Arbeitsgesellschaft nicht unbedingt im Sinne eines Bedeutungsverlustes von Arbeit zu verstehen, sondern im Sinne eines dauerhaften und strukturellen Mangels an bezahlter Arbeit. Die Krise der Arbeit und ihrer Institutionen in den frühindustrialisierten Ländern ist in erster Linie eine Krise der *Arbeitslosigkeit*, die den stetigen technischen und organisatorischen Reorganisationsprozessen in den Unternehmen sowie einer neuen weltweiten Arbeitsteilung mit anhaltender Auslagerung arbeitsintensiver Produktionsschritte in ärmere Länder mit »billiger« Arbeitskraft geschuldet ist. Die neue internationale Arbeitsteilung, die globale Verflechtung der Produktions- und Wertungsketten wirkt zurück in die reichen Länder Europas, deren Gesellschaften »post-industrielle« Merkmale annehmen. Eine relativ hohe Sockelarbeitslosigkeit, deren Wachstum seit den 1970er Jahren jenseits aller konjunktureller Auf- und Abschwünge nicht verhindert werden konnte, sowie die gesellschaftliche Wahrnehmung, eine wachsende Gruppe von Marginalisierten und »Überflüssigen« auch im eigenen Land zu haben, werden als Preis der hohen Renditen der Anleger und der gewachsenen Optionen der Konsumenten betrachtet.

Nach einer Zeit der relativen Prosperität und wachsenden Wohlstands<sup>1</sup>, der mit einem »Fahrstuhleffekt« die kulturellen Schärpen der sozialen Ungleichheit relativiert und gemildert hat, geht die Kluft zwischen Arm und Reich seit den 90er Jahren wieder spürbar stärker auf. Jahrzehnte von anhaltender Arbeitslosigkeit und *jobless growth*, die die Leistungsfähigkeit des Sozialstaates nach und

---

1 Historisch war diese Phase eher kurz (vgl. Lutz 1984).

nach erodieren ließen, haben zur Entstehung und Verfestigung einer »neuen sozialen Frage« geführt. Noch in den 70er und 80er Jahren wurde Armut als ein marginales Phänomen wahrgenommen, als Armut von Minderheiten mit Nähe zu sozialen Randschichten, »die zur eigenständiger Existenzsicherung nicht fähig schienen und daher auf Fürsorgeleistungen der Gesellschaft angewiesen waren« (Dörre 2008: 3f.). Diese Form der Armut eignet sich für individualisierende Problembeschreibungen, die bis heute die Diskussion des Sachverhalts prägen. Der Pauperismus schien sich für die abhängig Beschäftigten der Arbeitsgesellschaft in ihrer Mehrheit erledigt zu haben (vgl. auch Castel 2006).

Dies hat sich jedoch gravierend verändert, eine neue Polarisierung in Arm und Reich fand statt, so dass von einer »neuen Klassengesellschaft« gesprochen wird. Das Niveau der relativen Armut hat wieder die Anteile der 1960er Jahre erreicht (vgl. Dörre 2008). Die soziale Frage ist damit kein Problem »sozialer Randschichten« mehr, sondern auch die soziale Mitte beginnt zu erodieren; Verunsicherung ist zu einer dominanten gesellschaftlichen Grundstimmung geworden (vgl. ebd.). Von einer Renaissance des Klassenbegriffs wird gesprochen, um die verschärfte Dimension sozialer Ungleichheit zu beschreiben, doch noch deutlicher scheint ein neuer Begriff die Lage auf den Punkt zu bringen – der Begriff der Exklusion. Es besteht »Einigkeit darüber, dass sich am Anfang unseres Jahrhunderts die Landschaft der sozialen Ungleichheit in der Gegenwartsgesellschaft dramatisch verändert hat. Nicht nur, dass sich die Schere zwischen Armen und Reichen öffnet, sondern es hat auch den Anschein, dass eine wachsende Gruppe von Leuten den Anschluss an den Mainstream unserer Gesellschaft verliert« (Bude/Willisch 2006: 7). Für eine wachsende Minderheit könnte ein dauerhafter Ausschluss aus sozialen Chancen und Perspektiven sowie eine generationenübergreifende Verfestigung von Exklusions- und Überflüssigkeitserfahrungen die Folge sein.

## 5.1 Zum Begriff der Exklusion

Die soziale Frage ist zurück in Europa, so schreibt Martin Kronauer, und sie hat einen neuen Namen: Exklusion (vgl. Kronauer 2002). Doch was ist Exklusion? Ein neuer Begriff, um die soziale Frage zu beschreiben. Alte Klassen- und Schichtenmodelle erfassen das soziale Problem nicht mehr richtig, so die Armutsforschung. Exklusion sei Armut und doch nicht Armut – denn was bedeutet der Begriff Armut in einem reichen Land und woran soll sie sich bemessen? Exklusion ist mit dem Begriff der Armut auch nicht zureichend beschrieben. Exklusion ist mehr als Armut und doch auch etwas anderes – ein Begriff, der auch die Dimension der gesellschaftlichen Teilhabe, der kulturellen und politischen Zugehörigkeit umfasst. In einem Bericht der EU, der sich dem Phänomen widmet, heißt es: »Poverty was no longer the right word.« (Commission of the European Community 1993: 7) Nicht mehr nur steht die Verfügbarkeit bzw. der Mangel an

ökonomischen Ressourcen im Vordergrund, sondern ebenso vorhandene oder nicht vorhandene Anschlussmöglichkeiten an den Arbeitsmarkt, an Bildungsgüter, an Perspektiven und Lebenschancen, an relevante soziale Netzwerke sowie generell an die Mitte der Gesellschaft, an deren Lebensstil und Kultur. Der Begriff der Exklusion bedeutet also laut EU: »a situation involving several dimensions of deprivation; a kind of poverty built into the structures of society, and not simply relevant to a residual minority of the population« (ebd.). Exklusion ist damit nicht nur eine Frage des Einkommens, sondern beschreibt eine kulturelle Wechselwirkung; ein Lebensgefühl, das gravierende Auswirkungen auf die Betroffenen – und auf die Anderen – hat.

Exklusion beschreibt ein »Draußen«, das sich inmitten der urbanen Zentren befindet, eine Leere zwischen allen Möglichkeiten und der Fülle des Konsums, ein Stillstehen innerhalb der Hochleistungsprozesse und der Hochgeschwindigkeit der späten Moderne – ein Abstellgleis direkt neben der Beschleunigungsspur. Dieses »Draußen«, dieses Stillstehen äußert sich zunehmend nicht mehr nur als individuelle Erfahrung des Rückzucks, der sozialen Isolation, als individuelles Versagen, Scham und in Form von psychischen oder physischen Erkrankungen – Phänomene, die vor allem der Einzelne auszuhalten hat, und die sozial und politisch wenig »anstoßen«. Das »Draußen« erschöpft sich nicht mehr im individualisierten Erleben, sondern verdichtet sich sozial und räumlich zu neuen urbanen Phänomenen, die die Gesellschaften insgesamt verändern. »Man fährt 50 Meilen nördlich von London oder nimmt die Metro in die Vorstädte von Paris, man fährt von Berlin 50 Kilometer Richtung Norden nach Mecklenburg-Vorpommern oder nimmt nach 20 Uhr einen Bus in ein bestimmtes Neubaugebiet des sozialen Wohnungsbaus am Rande Bergamos, Utrechts oder Reutlingens, dann gerät man jedes Mal in eine soziale Zone mit hoher Arbeitslosigkeit oder massiver Unterbeschäftigung, maroden Schulen und demolierten Bahnhöfen und Bushaltestellen. Hier treffen ökonomische Marginalisierung, ziviler Verfall und räumliche Abschottung zusammen. Die Leute, die man in den Billigmärkten für Lebensmittel trifft, wirken abgekämpft vom täglichen Überlebenskampf, ohne Kraft, sich umeinander zu kümmern oder aufeinander zu achten [...] Die Jugendlichen hängen herum und träumen vom schnellen Geld in der Drogenökonomie, die Männer mittleren Alters haben sich in die Häuser und Wohnungen zurückgezogen...« (Bude/Willisch 2006: 7) Ein soziales Klima der Depression wird bei den Menschen der Vorstädten wahrgenommen, ein oftmals eher »unauffälliges menschliches Elend. Schlechtes Essen, billige Unterhaltung und endlos viel Zeit haben ihnen die Energie geraubt. Die gesellschaftliche Teilhabe hat sich auf ein Mitlaufen ohne Ziel und ein Dasein ohne Ort reduziert.« (Ebd.: 8) Doch dieses ziellose, depressive soziale Klima der Ausgrenzung und des Überflüssig-Seins kann sich ebenso, wie in Paris geschehen, durch die Perspektivlosigkeit junger Menschen, die nichts mehr erreichen können, noch bevor sie angefangen haben, überraschend schnell erhitzen und in einen Flächenbrand willkürlicher Gewalt verwandeln.

Der Begriff der Exklusion spricht soziale Phänomene von neuer, auch demokratiethoretischer Reichweite an, denn wie kann politische Beteiligung unter solchen sozialen Rahmenbedingungen der Ausgrenzung aussehen? Wird nicht das Konzept der mündigen Bürgerschaft, das ohne Mindestausstattung an ökonomischen, sozialen und kulturellen Anschlussmöglichkeiten nicht funktionieren kann, durch die Verdichtung von Chancenmangel, Armut und Perspektivlosigkeit indirekt ausgehebelt? Mit dem Begriff der Exklusion werden damit auch politische Prozesse und ihre neuen Gefährdungen angesprochen. Die generationenübergreifende Verfestigung von Armut und Arbeitslosigkeit, die Perspektivlosigkeit und Anomie hervorbringt, bleibt nicht ohne Auswirkungen auf die demokratischen Prozesse und die politische Gesamtfiguration einer Gesellschaft – die Idee der Demokratie könnte durch die Verfestigung einer wachsenden Gruppe von »Überflüssigen« und »Abgehängten« in einem grundsätzlichen Sinne tangiert sein.

Ein klassisches Modell gesellschaftlicher Schichten in vertikaler Dimension, ein Modell von »Oben« und »Unten« trifft die Sache nicht mehr vollständig. Der Begriff der Exklusion thematisiert ein Modell des Zentrums und der Ränder der Gesellschaft – der wachsenden Ränder, die durch Marginalisierung und Ausgrenzung gekennzeichnet sind, und von der Wahrnehmung, sich »draußen«, jenseits aller Chancen auf Anerkennung zu befinden. Die Übergänge zwischen Zentrum und Ränder stellen »sich ausweitende Zonen« dar, dort regiert Prekarität und wachsende Unsicherheit, Abstiegsbedrohungen in den Mittelschichten und der latent vorhandenen existentiellen Bedrohung des Arbeitsplatzverlustes. Damit ziehen Merkmale von Prekarität auch in die Mittelschichten ein und äußern sich als Angst vor Statusverlust und Abstieg, die relevante Teile von Arbeitern und Angestellten umtreiben (vgl. Dörre 2008).

Die Institutionen der Arbeiterbewegung, die mit einer bestimmter Form der staatlichen Institutionen sowie mit einem umrissenen Konzept der mündigen Bürgerschaft korrespondierten, sind aus verschiedenen Gründen erodiert und mit ihnen die Solidarität innerhalb der Arbeiterschaft. Die klassische Arbeiterbewegung hat damit enorm viel Integrationskraft verloren: Zunächst durch wachsenden Wohlstand ihrer Klientel, bei dem sich die Institutionen der Arbeiterbewegung in der gesellschaftlichen Wahrnehmung gewissermaßen selbst »überflüssig machten«. Dann durch den strukturellen Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft, der die Zahl der Arbeiter enorm reduziert hat und die traditionell individualisierten »white collar workers« qualitativ wie quantitativ gesellschaftlich prägend werden ließ. Und nicht zuletzt durch kulturellen Wandel. Selten mehr verbringt man seine Zeit im Arbeitersportverein, in Versammlungen der Gewerkschaft oder gemeinsam mit der Nachbarschaft im Arbeiterviertel, es dominieren auch hier die neuen, individualisierten Formen der Freizeitbeschäftigungen: Fernsehen, Kino, Musik, Vergnügungsparks etc. Die klassische Arbeiterbewegung und ihre Kultur ist erodiert – und was bleibt? Wie äußern sich dann die »neuen alten« Deprivationserfahrungen in der Arbeitswelt, vor allem die Erfahrung der Entwer-



tion, der Nutzlosigkeit und des Ausschlusses? Gibt es eine originäre Kultur, die diese Erfahrungen adäquat abbildet und »bearbeitet« und die keine reine Kompensationskultur der medien- und konsumsüchtigen »Unterhaltungsmilieus« (nach Schulze) ist?

In Deutschland fand der Begriff der Exklusion erstaunlich spät Eingang in öffentliche und fachliche Debatten. Die Europäische Gemeinschaft fasste schon 1989 den Beschluss, gegen Armut und Arbeitslosigkeit unter dem Oberbegriff »*social exclusion*« vorzugehen, 1993 wurden Begriff und Vorgehen nochmals präzisiert. Doch während in Frankreich das Phänomen der Exklusion bereits seit Anfang der 90er Jahre intensiv diskutiert wurde, fand dies in Deutschland noch lange Zeit keine Resonanz – worüber sich die deutschen Armutsforscher im Nachhinein selbst wundern: »Wie war es überhaupt möglich, angesichts von viereinhalb Millionen Arbeitslosen, davon über die Hälfte Langzeitarbeitslose, über viele Jahre hinweg nicht von Exklusion beziehungsweise Ausgrenzung zu sprechen? Die Antwort liegt sicherlich am Festhalten der deutschen Forschung am Armutsbegriff (z. B. Leibfried/Leisering 1995). Vielleicht aber auch daran, dass Ausgrenzung in Deutschland lange Zeit so gut funktionierte und deshalb nicht thematisiert werden musste.« (Kronauer 2006: 28) Solange sich die Risiken der Arbeitslosigkeit auf das untere »Drittel« der Gesellschaft konzentrierten, und die Mittelschichten weitgehend verschont blieben, blendete man sie aus der öffentlichen Debatte weitgehend erfolgreich aus. Doch spätestens im neuen Jahrtausend, mit der sogenannten Hartz IV-Debatte und der zunehmenden Verunsicherung der Mittelschichten, die vor finanziellen Einschnitten und der »Gefahr des Absturzes« ebenfalls nicht mehr sicher sind, sickerte der Diskurs nach und nach auch in Deutschland ein.

Daneben mögen theoriegeschichtliche Gründe in Deutschland bei der Rezeption bzw. Nicht-Rezeption des Exklusionsbegriffes eine Rolle gespielt haben: In Frankreich ist die soziologische Theorietradition Durkheims viel stärker als in Deutschland, eine Theorietradition, die Probleme der Kollektivität und der sozialen Kohäsion ins Zentrum der Überlegungen stellt, sie als wechselseitige gesellschaftliche Austausch- und Abhängigkeitsbeziehungen fasst und damit die Frage der »organischen Solidarität«, die Frage nach Inklusion und Exklusion, sowie nach anomischen Phänomenen, die daraus folgen können, geradezu notwendig hervorbringt. Ebenfalls zu nennen ist die von Pierre Bourdieu ausgebaute Theorietradition, aus der heraus z. B. Robert Castel, Loïc Wacquant oder Serge Paugam Prekarität und Exklusion thematisieren. In Deutschland überwiegt dagegen in makrotheoretischer Perspektive der Blick auf Gesellschaft als »System«, auf funktionale Zusammenhänge, Prozesse und Differenzierungen (vgl. auch Kronauer 2006) – eine Sichtweise, die sich gegen das Problem der Exklusion geradezu sperrt – da, rein begriffslogisch bzw. systemtheoretisch gedacht, ein Phänomen wie »Exklusion« innerhalb des sozialen Systems gar nicht existieren kann. Jedes Mitglied eines modernen sozialen Systems ist in dieser Theorieperspektive definitorisch inkludiert, Exklusion kann nur durch Auswanderung oder

Tod zustande kommen. So kamen Marginalisierung und Exklusion in Deutschland lange Zeit nicht in den Blick, denn natürlich sind die Ausgegrenzten formal gesehen Teil der Gesellschaft, sie werden »verwaltet« und befinden sich innerhalb der funktionalen Abläufe, auch wenn sie kulturell und politisch unter Umständen nicht wirklich teilhaben an den gesellschaftlichen Prozessen.

Mittlerweile, nach längerer Debatte um den Begriff, spricht man auch in der Systemtheorie von der »paradoxen Einheit von Inklusion und Exklusion« (Nassehi 2006: 46 f.), beharrt aber auf normativ »freien«, wertneutralen Begriffen von Inklusion und Exklusion, die die Durkheimschen Wurzeln und die Frage der »organischen Solidarität« abstreifen. Integration und Inklusion werden hier nicht »als Zentralfunktionen der Gesellschaft« begriffen, argumentiert Nassehi, sowie die gegenteiligen Erscheinungen wie Exklusion und Desintegration nicht als »Synonyma für Krisen« betrachtet. Soll im Klartext heißen: Gesellschaft funktioniere prinzipiell auch ohne soziale Integration, Systeme prozessieren und Verfahren bleiben Verfahren. Gegen die falsche Wahrnehmung einer zunehmenden Zahl von Überflüssigen und Ausgegrenzten, die er ohnehin empirisch nicht finden kann, so Nassehi, sei eine Radikalisierung des systemtheoretischen Programms zu setzen. Diese Radikalisierung ist zu bewerkstelligen, indem der Gesellschaftsbegriff von sozialen Phänomenen entleert und nach dem Vorbild einer komplexen und selbstläufigen, gegen alle Eingriffe resistenten, technischen Apparatur umgestaltet wird: Die Funktionssysteme lösen sich in dieser Wahrnehmung vollständig von einem »synoptischen Bezugsrahmen«, »der als externes Richt- und Koordinationsmaß für die Abstimmung der Funktionsperspektiven sorgen könnte« (ebd.: 63). Damit kann sich das Axiom der Systemtheorie erfüllen und das soziale System nur noch als System funktionieren, frei von Politik in traditionellem Sinne. Die Prozesse innerhalb des Systems sollte man dem System überlassen, sonst werde die Entfesselung der Funktionssysteme behindert. Menschliches Maß? Alteuropäisch gedacht. Staatsbürgerschaft und demokratische Teilhabe? Die Phänome ändern sich, »wenn die Begriffe neu justiert werden« (ebd.: 49). Was »moderne Traditionalisten als Werteverfall oder Verlust von Solidarität« wahrnehmen, sei letztlich »die Erfüllung jenes unsichtbaren Programms der Modernisierung als funktionale Differenzierung [...] eine Art Entfesselung und Optionssteigerung der Funktionssysteme« (ebd.: 62 f.), wie Nassehi fasziniert schreibt. Dass er mit diesem Gesellschaftsbegriff auch die universalistischen Ideen der modernen Aufklärung sowie der demokratietheoretischen Basisinstitutionen hinter sich lässt, scheint Nassehi nur en passant aufzufallen. Das soziale System als riesige Maschinerie, die sich für Ausgegrenzte, für Überflüssige nicht interessiert, warum auch? Sollen sie froh sein, wenn sie von der Inklusion verschont bleiben – wer will schon willenloser Teil dieser monströsen gesichtslosen Maschinengesellschaft sein?

Ohnehin werde Exklusion erst in der Moderne als Provokation erfahren, die moderne Gesellschaft sei eigentlich ganz auf Vollinklusion ausgerichtet. In vor-modernen Gesellschaften sei Exklusion kein Krisenphänomen, sondern ein Ord-

nungsfaktor gewesen, so Nassehi: »Man denke nur an die ›Unehrliehen‹ des Mittelalters, Henker, Schinder, Totengräber, Abdecker, Dirnen, deren Exklusion nicht das Geringste mit Unsichtbarkeit zu tun hatte, mit Entbehrlichkeit und Überflüssigkeit schon gar nichts.« (Ebd.: 47) Für die moderne Gesellschaft sei die Exklusion ein Problem, weil sie als Inklusionsmaschinerie funktioniere; für Exkludierte gebe es keine Positionen mehr und inkludiert werden (nebenbei: aufgrund der Menschenrechte) auch die, die vorher aus allen Rastern fielen: »Die vormals ›Unehrliehen‹ werden professionalisiert oder pathologisiert. Aus Abdeckern werden Tiermehlhersteller; gäbe es in Deutschland noch Henker, würden sie sicher nach dem Bundesangestelltentarif bezahlt oder gar als Beamte der A-Besoldung geführt; Hexen geben heute Kräuterseminare in der Volkshochschule, Totengräber gerieren sich als moderne Dienstleister und Trauerberater, und ein deutsches Gericht hat kürzlich die prinzipielle Sittenwidrigkeit der Prostitution in Frage gestellt.« (Ebd.) Diese Angriffe Nassehis auf moderne, rechtsförmige Versachlichung sozialer Konflikte um soziale Anerkennung und Missachtung erwecken den Eindruck, als wollten sie nicht nur humanistische alt-europäische Denktraditionen, sondern auch den Ausgangspunkt der Systemtheorie, Luhmanns Legitimität durch Verfahren, hinter sich lassen.

Am Schluss dieser Ausführungen gibt sich Nassehi im Hinblick auf die Exklusionsdebatte dann doch erstaunlich versöhnlich, indem er Phänomene der Exklusion ausmacht, sie aber – mit wenig überzeugenden argumentativen Klimmzügen – anders benennt. Das Problem sieht er in »Kommunikationsabbrüchen« wie Kündigungen nach langer Betriebszugehörigkeit oder Ablehnungsschreiben nach 50 Bewerbungen; dies »sind die Schnittstellen, an denen sich das Abrutschen in jenen Rejektionsraum der Funktionssysteme einstellen kann, in einen Raum, der für die Codices der Funktionssysteme tatsächlich nicht mehr erreichbar ist und der selbst die Unterscheidung Inklusion/Exklusion unterläuft« (ebd.: 68). Nicht das Phänomen der Ausgrenzung selbst ist damit eigentlich strittig, sondern die Bezeichnung der empirischen Beobachtungen. Das Beobachtete sei als Exklusion nicht korrekt benannt; als falsche Formen der Inklusion wäre es besser bezeichnet, so Nassehi. Das funktional differenzierte System der Weltgesellschaft sei als System so stabil, dass es sich »von einer erfolgreichen Inklusion von Gesamtbevölkerungen geradezu abkoppeln kann« und produziere Inklusionsformen, »die eher das Problem als die Lösung sind« (ebd.). Nassehi schließt dann im letzten Absatz dieses Aufsatzes erneut mit einer Kehrtwendung bezüglich des Exklusionsbegriffes, wenn er schreibt, dass »die gegenwärtige Moderne tatsächlich eine Generalisierung von Exklusionserfahrungen nahe legt, wo zuvor Inklusion als Normalfall gelten konnte« (ebd.). Letztlich kann sich auch Nassehi nicht ganz dem Exklusionsbegriff und den empirischen Geschehnissen, die mit diesem Begriff bezeichnet werden, entziehen und sucht nach Wegen, diese in seine Theorie zu integrieren. Trotz aller Begriffsverwirrung nähert er sich damit ein Stück weit der Position der Armutsforschung. Ähnlich wie Nassehi revidierte auch schon vorher Luhmann nach evidenten empirischen Erfahrungen seine theo-

retische Konzeption des Begriffs Exklusion. »Die Logik der funktionalen Differenzierung schließt gesellschaftliche Exklusionen aus«, schrieb er (1995a: 146 f.). Denn nach einer südamerikanischen Reise und erschütternden Beobachtungen der Armut in den Favelas kam die Prämisse der Systemtheorie, dass Exklusionen nicht möglich seien, ins Wanken, und Luhmann stellte sich die Frage, ob diese Logik denn überhaupt haltbar sei: »Zur Überraschung aller Wohlgesinnten muss man feststellen, dass es doch Exklusionen gibt, und zwar massenhaft und in einer Art von Elend, die sich der Beschreibung entzieht.« (Ebd.) Ähnlich wie Nassehi bemühte sich also auch Luhmann um die theoretische Vereinbarkeit seiner Beobachtungen mit der Begrifflichkeit der Systemtheorie, um die »Vereinbarkeit des Unvereinbaren«, ohne jedoch alle offenen Fragen erschöpfend klären zu können (vgl. zur Debatte auch Kronauer 2002: 126 f.).

Wichtig für unseren Kontext ist die Annäherung der Systemtheorie an die Positionen der Armutsforschung. Begrifflich kann festgehalten werden, dass, wenn um Exklusion debattiert wird, es nicht um Phänomene geht, die etwa außerhalb der Gesellschaft stehen, sondern von Wechselbezügen von Ausgrenzung und Einschließung auszugehen ist, von einer »Gleichzeitigkeit von Drinnen und Draußen« (Kronauer 2006). Empirisch heißt das, dass manche Bevölkerungsgruppen von wichtigen Teilhabechancen faktisch ausgeschlossen sind, auch wenn sie mitten in den Zentren leben und innerhalb des Zentrums – auf anderem Niveau als die »Integrierten« der klassischen Mittelschicht – interagieren und konsumieren. Prozesse der Inklusion und der Exklusion werden begrifflich ebenfalls verschränkt in der Form der »verwalteten Ausgrenzung« oder in der Inklusion in ein »sekundäres System« der zweiten Arbeitsmärkte, in der die Regeln der Leistungsgesellschaft, und die damit verbundene soziale Anerkennung – mehr schlecht als recht nachgebildet – simuliert werden (vgl. Land/Willisch 2006).

## 5.2 Armutsforschung und Armutsdiskurs

Der soziologische Armutsdiskurs in Deutschland ist ein relativ junger. Während in England und in den USA eine reiche sozialwissenschaftliche und geschichtswissenschaftliche Forschungstradition existiert, die sich mit Armut und Sozialpolitik beschäftigt, und die auch in der jüngeren Vergangenheit maßgebende Studien hervorbrachte (vgl. Townsend 1979, Wilson 1987), fehlen im Deutschland der Nachkriegszeit entsprechende Forschungen. Seit den 50er Jahren glaubte man die Armut in Deutschland überwunden zu haben, befand man sich doch auf dem Weg zu einer »nivellierten Mittelschichtsgesellschaft« (vgl. z. B. Geiger 1949). Die Geschichte der Bundesrepublik nach dem Zweiten Weltkrieg lässt sich als Geschichte des vermeintlichen Sieges über die Armut lesen (vgl. Barlösius/Ludwig-Mayerhofer 2001). Armut passte nicht in das Bild einer »immerwährenden Prosperität« (Lutz 1984), die, obwohl nur von relativ kurzer Dau-

er, für lange Zeit die Erwartungshaltung in Deutschland prägte. Bei wachsender Sockelarbeitslosigkeit seit den späten 70er Jahren wurde das Phänomen Armut in Deutschland verstärkt dann in der Nachwendezeit mit den sozialökonomischen Einbrüchen der Transformationsprozesse zum politischen und wissenschaftlichen Thema, vorher war es kaum im Blick der Sozialwissenschaften. »Noch bis ca. 1990 war Armut im Westen ein Thema, das vielen nur noch als historisches eine – wenn auch bescheidenen – Zukunft zu haben schien.« (Leibfried/Voges 1992: 29) Wer hier auf große, »klassische« Studien zum Thema zurückgreifen wollte, dem blieb nur die Marienthal-Studie von 1932, die Verarmungs- und soziale und zeitliche Entstrukturierungsprozesse in Folge von Arbeitslosigkeit untersuchte.

Fragt man nach den Gründen, warum der Armutsdiskurs in Deutschland solch eine geringe Rolle spielte, so sind in erster Linie sozialstrukturelle zu nennen: Im Vergleich zu den USA etwa war Deutschland in seiner Sozialstruktur wesentlich homogener, die Arbeitsmarkt- und Einkommensstrukturen deutlich weniger polarisiert: »Auf Inklusion angelegte Strukturen (wie Tarifwesen, Branchengewerkschaften und Arbeitgeberverbände) mindern Segmentationstendenzen – die allerdings im Geschlechterverhältnis stärker ausgeprägt sind«, resümieren Leibfried und Voges noch 1992 den Vergleich mit den USA (ebd.: 12). Empirisch stellt sich Armut als soziales Phänomen im Vergleich mit anderen Ländern weniger drastisch dar. Der deutsche Wohlfahrtsstaat, der eine stark mittelschichtorientierte Sozial-, Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik betrieb, hatte als Leitbild eine relative Einheitlichkeit der Lebensverhältnisse. Der stärkere Ausbau wohlfahrtsstaatlicher Leistungen, die einen schnellen sozialen Abstieg im Falle von Arbeitslosigkeit oder anderen Lebenskrisen verhinderten, absorbierte von vornherein einen großen Teil von Abstiegs- und Armutsphänomenen, die in anderen Ländern wesentlich krasser zutage traten und mit entsprechenden Armutsprogrammen bekämpft werden mussten. Die trotz Wohlfahrtsstaat verbleibende Rest-Armut in Deutschland blieb in ihrem sozialen Erscheinungsbild heterogen und zersplittert und konnte sich kaum zu einem sichtbaren und politisierbaren »Armutsbild« figurieren und wurde als Phänomen »sozialer Randschichten« in einer zum Teil individualisierenden Problemdeutung wahrgenommen. Auch aus der wissenschaftlichen Diskussion war das Phänomen Armut weitgehend verschwunden.

Doch nicht nur evidente empirische Differenzen spielen bei der wissenschaftlichen Thematisierung bzw. Nicht-Thematisierung von Armut eine Rolle. Es wird auch von einer gewissen Blindheit, einer »Ausgrenzung« des Phänomens Armut aus der Wahrnehmung der Soziologie gesprochen. Das Thema Armut wurde wissenschaftlich unter anderem lange vernachlässigt, weil zum einen eigenständigen, nicht-staatliche Surveys, wie sie in den angelsächsischen Ländern als Datengrundlage vorhanden sind, fehlen (vgl. ebd.). Zudem habe sich in der deutschen Soziologie eine wissenschaftliche Haltung entwickelt, die eine große Distanz zu moralischen Urteilen und politischen Wertungen erkennen lässt und eine Verstrickung in politische Probleme oder in die Beratung politischer Akteu-

re nach Möglichkeit vermeiden soll. So enthielt sich die Soziologie lange Zeit weitgehend der skandalisierungsfähigen Armutsthematik. Man beschränkte sich auf fachlich einschlägige Phänomene, wie die Untersuchung ungleicher Bildungschancen, oder auf empirische Zusammenhänge, die »Randprobleme« definiert sind, wie die »Unterschichtung« durch »Gastarbeiter« oder die Untersuchung von Subkulturen mit dem »*labeling approach*«. Im wesentlichen wurde es der Ökonomie und der Sozialpädagogik überlassen, die Ursachen und die Auswirkungen von Armut zu thematisieren. Im Westen Deutschlands ging man noch in den 80er Jahren ohnehin davon aus, dass sich die Wohlstandsentwicklung trotz konjunktureller Schwankungen fortsetzen und die »nivellierte Mittelstandsgesellschaft« weiter ausgebaut werden würde. Im Osten passte Armut nicht in die staatstragende Philosophie und die politische Wahrnehmung. Erst die »neue gesamtdeutsche Armut«, die »ostdeutsche Transformationsarmut« und ihre westdeutschen Auswirkungen, sowie die Verfestigungstendenzen dieser Erscheinungen, die durch osteuropäische Immigrationsströme verstärkt wurden, beeinflussten und sensibilisierten die Wahrnehmungsschwelle für Armutspänomene. Internationale Vergleichsstudien über Armut und sozialpolitische Strategien innerhalb der entwickelten Länder öffneten zusätzlich den Blick auf Armut als ein endemisches Phänomen in Industriegesellschaften; zudem traten dadurch die Besonderheiten des deutschen Wohlfahrtsstaates verstärkt in den Blick (vgl. Leibfried/Voges 1992). Seit den 90er Jahren ist so eine »neue Armutsdebatte« in Gang gekommen, die soziale Frage wird, zum Teil auch als Klassenfrage, wieder mit einer schärferen Brisanz geführt. Dabei widmet sich die neuere Armutsdiskussion nicht nur materiellen Ressourcen, ihrer Verteilung und ihrem Mangel, sondern nimmt auch kulturelle und gesamtgesellschaftliche Perspektiven ein. Bildungsungleichheiten und ihre soziale »Vererbung«, kulturelle und politische Beteiligung sowie die Frage der gesellschaftlichen Integration und ihre Gefährdung stehen im Zentrum der neueren Diskussion.

### 5.3 Armut als soziale Wechselbeziehung

»Armut« meint in der wissenschaftlichen Thematisierung immer einen relativen Ort innerhalb der modernen Gesellschaft – soweit ist sich die Forschung einig. Doch wie ist dieser relative Ort exakt zu bestimmen und zu messen? Schon von Georg Simmel stammt der wichtige Hinweis, dass Armut eine gesellschaftliche Kategorie ist, die nicht auf absoluten Richtgrößen, sondern auf sozialen Definitionen, auf Übereinkünften beruht. Armut bezeichnet nach Simmel keine Stellung im Sozialgefüge, sondern eine *gesellschaftliche Beziehung* zwischen Unterstützten und Unterstützenden. Die materielle Unterstützung rücke den Armen aus seiner bisherigen sozialstrukturellen Position und aus seinen sozialen Beziehungen heraus und weist ihm einen neuen, deklassierten Status zu. In dieser Perspektive betrachtet, entsteht Armut erst dann, »wenn eine Gesellschaft dazu übergeht,

Armut als besonderen Status anzuerkennen und einzelne Personen dieser sozialen Kategorie zuzuordnen.« (Cosser 1992: 35)

In der christlichen Tradition der westlichen Gesellschaft hatte Armut seit jeher eine wichtige Funktion für Kultur und Sozialgefüge. Milde Gaben an die Armen entsprangen religiösen Motiven; durch diese konnten Wohlhabende sich als gute Christen erweisen, ihre Jenseitserwartungen verbessern und das Seelenheil stabilisieren. Diese besondere Funktion der Armen war für die Gesamtgesellschaft zwar nicht unwichtig, da sie dazu beitrug, die christliche Gemeinschaft zu integrieren und ihre Werte zu stabilisieren. Damit bezog sich die Aufmerksamkeit allerdings mehr auf den Geber als auf die Bedürftigen. Almosen unterstützten in erster Linie das moralische Wohlergehen der oberen Schichten und hatten nicht etwa vorrangig die Würde und die Lebensverhältnisse der Armen im Blick. Simmel schreibt dazu: »Im extremen Fall verschwindet der Arme als berechtigtes Subjekt und Interessenzielpunkt vollständig, das Motiv der Gabe liegt ausschließlich in der Bedeutung des Gebens für den Gebenden.« (Simmel 1993: 28) Der Preis dieser Motivlage kann eine starke Verfestigung der Armut sein, da die milden Gaben willkürlich, ohne soziale Vernunft und weitgehend ohne Berücksichtigung der Umstände und der Verwendung der Mittel getätigt werden. Simmel plädierte ergo dafür, die Unterstützung der Armen nicht als Pflicht für die Wohlhabenden anzusehen ist, sondern das Recht der Armen auf Unterstützung »zum mindesten als juristisch-soziale Fiktion« (ebd.) öffentlich zu verankern ist, um die Unterstützung der personalen Willkür zu entziehen. Dazu komme ein humanitäres Motiv, das für Simmel darin besteht, »dass man dem Armen das Beantragen und das Annehmen der Unterstützung innerlich erleichtert, wenn er damit nur sein gutes Recht realisiert; die Gedrücktheit, die Beschämung, die Deklassierung durch das Almosen hebt sich für ihn in dem Maße auf, in dem es ihm nicht aus Barmherzigkeit, Pflichtgefühl oder Zweckmäßigkeit gewährt wird, sondern er es fordern darf.« (Simmel 1993: 26), ein Gedanke, der sich später bei T. H. Marshall prominent wiederfindet. Die Unterstützung der Armen sei deshalb nicht als Mildtätigkeit oder als »sittliches Pflichtgefühl« zu begreifen, sondern ist vielmehr als Teil der Organisation des *Ganzen* anzusehen, als Teil der Aufgaben und der Organisation des Gemeinwesens und damit von subjektiven Gefühlen, Willkür und Abhängigkeit zu befreien.

Da die Tatsache der Armut einen Angriff auf das moralische Empfinden anderer Gesellschaftsmitglieder darstellt, da sie ihre Lebenshaltungen, ihre gesellschaftlichen Ansichten oder ihr Gerechtigkeitsgefühl herausfordert, wird Armut aus dem Gesichtsfeld der Gesellschaft verdrängt, wird »unsichtbar«, selbst wenn sie mitten in der Gesellschaft, in den Zentren des sozialen Lebens stattfindet (vgl. Cosser 1992). Doch da, wo Armut nicht zu übersehen ist, lastet man das Phänomen den Personen, den Armen an. Durch öffentlich sichtbare und öffentlich unterstützte Armut findet, so Simmel, ein Deklassierungs- und Entsubjektivierungsprozess statt, der zwar die materielle Not auffängt, sozial jedoch für die Betroffenen unbarmherzige Folgen hat. Die Betroffenen verlieren ihre soziale Stellung,

ihr Ansehen und ihr »Gesicht«. Denn wer sozial unterstützt wird, ist gesellschaftlich nur noch über seine Bedürftigkeit definiert, alle anderen sozialen Merkmale werden nachrangig. Der Mensch und alle seine Eigenschaften und Fähigkeiten verschwinden hinter der Maske der Armut. Das Furchtbare an der Armut ist, schreibt Simmel, »dass es Menschen gibt, die ihrer Stellung nach nur arm sind und nichts weiter.« (Simmel 1992: 554) Damit steht die soziale und personale Identität einer Person vollkommen in Frage; sie muss sich mit einer neuen Rolle, einer Art »Ersatzidentität« der Armut einrichten. Was man bisher geleistet hat und gewesen ist, zählt nicht mehr in den Augen der anderen, und ergo – notgedrungen – auch nicht in den eigenen Augen. Die bisher erworbenen Handlungspotentiale, soziale Identität schlechthin, werden in diesem Prozess entwertet. Ein derartiger Wandel der sozialen Rolle und der Identität kann wohl selten ohne krisenhafte Auswirkungen für die Persönlichkeit bleiben – das ist erwartbar, sind doch letztlich alle sozialen und biographischen Statuspassagen, auch die »positiven« und vorherzusehenden, entwicklungspsychologisch mit persönlichen Krisen verbunden, die erst bewältigt werden müssen, bevor sich ein neues Gleichgewicht zwischen Person und Umwelt einstellt (vgl. Erikson 1966). Erst recht gilt dies für einen derartigen Identitätswandel aufgrund eines Deklassierungsprozesses; dieser muss wohl – zumindest zum Teil – als schicksalhaft wahrgenommen werden, als grundsätzliche Entwertung der eigenen Handlungsfähigkeit und ist deshalb, wie schon vielfach festgestellt, nicht selten von tiefen psychischen Krisen und von sozialer Entmutigung, Lähmung und Perspektivlosigkeit begleitet.

Die Schicht der Armen ist empirisch gesehen, eigentlich völlig heterogen, die unterschiedlichsten Schicksale und verschiedensten persönlichen Attribute können sich hinter der »Maske der Armut« verbergen. Mit der neuen Zuschreibung des »Armen« werden diese jedoch bedeutungslos. Deshalb ist die Klasse der Armen für Simmel »eine höchst eigenartige soziologische Synthese« (Simmel 1992), die durch die Unterstützungsleistungen und die sich daran anschließende soziologisch definierte Wechselbeziehung zwischen Gebenden und Nehmenden erst erzeugt werde. Soziale Unterstützung definiere so das gesellschaftliche Verhältnis des Armen und seine Beziehung zur sozialen Umwelt. Solange die Armut verdeckt bleibt, etwa weil sie temporär ist, werden die Betroffenen auch nicht der deklassierenden Kategorie der Armen zugerechnet. Ärzte, Landwirte oder Klempner werden auch als solche angesehen, wenn sie wirtschaftlich in einer Krise stecken. Erst wenn die materielle Not drängend und dauerhaft wird, und vor allem »das Annehmen einer Unterstützung«, so Simmel, rücke dies den Unterstützten aus seinem Stand, seinem Beruf und seinen sozialen Beziehungen heraus, macht ihn unterschiedslos zum »Armen« und wirkt wie eine symbolische Deklassierung. (vgl. ebd.). Von nun an werden die privaten Probleme der Person als öffentliche angesehen – und dies ist eine entscheidende Differenz. Der Status der Armut ist fast ausschließlich durch negative Zuschreibungen definiert, es geht nicht darum, was jemand ist oder hat, sondern es geht per definitionem um den Mangel, um die Abwesenheit von materiellen Gütern und Lebenschancen.



Die öffentliche Unterstützung ist nicht ohne den Preis der Herabwürdigung einer Person haben, schlussfolgert Coser auf den Pfaden Simmels (1992), eine Feststellung, die die hohen Dunkelziffern der Armut auch in modernen, wohlfahrtsstaatlichen Gesellschaften zumindest teilweise erklären mag. Eine Gabe ohne Gegengabe – und im Falle der Armut wird oft keine Gegengabe, keine Gegenleistung erwartet – verschuldet den Empfänger und mindert seinen sozialen Status, so das archaische Gesetz traditionaler Gesellschaften, das seine Gültigkeit auch in der Moderne nicht völlig eingebüßt hat. Die Gesetze der Reziprozität sozialer Wechselbeziehungen sind durch Armenunterstützung partiell außer Kraft gesetzt<sup>2</sup>, eine Tatsache, die das Recht auf Ansehen und Anerkennung auf der Seite des Empfangenden beschädigt. Damit einher geht eine symbolische Statusdegradierung: »the public identity of an actor is transformed into something looked on as lower in the local schemes of social types«. (Garfinkel 1956:420) Die soziale Rolle des Armen ändert sich mit der Feststellung seiner Hilfebedürftigkeit grundlegend, er erhält ein Stigma. Während die Gesellschaft etwa in der Regel ihren Mitgliedern ein Recht auf Privatheit und Intimität gewährt, ihnen das Recht gibt, einen Teil des individuellen Rollenverhaltens von der Öffentlichkeit abzuschirmen, wird dem Armen dieses Recht verweigert. Sein Privatleben, seine Besitz- und Beziehungsverhältnisse stehen unter öffentlicher Kontrolle. Um von den zuständigen Behörden als »arm« anerkannt zu werden, muss das Privatleben den Akteuren der Verwaltung zugänglich gemacht werden. Sie werden zum Beispiel auch unangemeldet zu Hause aufgesucht, ihr Beziehungsleben überprüft, die Verhältnisse innerhalb der Familie öffentlich kontrolliert. Diese Handlungen stellen soziale Grenzüberschreitungen zwischen Öffentlichkeit und Privatheit dar, wie sie in der Regel tabuisiert sind. Nur in definierten Ausnahmefällen, und dazu gehört die unterstützungsbedürftige Armut, werden solche Grenzverletzungen als legitim angesehen: »Der schützende Schleier, der anderen Mitgliedern der Gesellschaft zur Verfügung steht, ist Armen ausdrücklich versagt.« (Coser 1992: 41) Arme, die gesellschaftlich unterstützt werden, erleiden so alltäglich wiederkehrend Beschädigungen ihrer Identität, nicht nur in Form fehlender sozialer Anerkennung für Arbeitsleistungen, und nicht in Form von materiellen oder symbolischen Gütern, die ihnen versagt bleiben (Entlohnung, Status, etc.). Sie erhalten durch die öffentliche Unterstützung und ihre Charakterisierung als »arm« zusätzlich ein Stigma, das sie zwingt, den Schutz ihrer persönlichen Grenzen aufzuheben. Der Status der Armut hat Folgen für die Grundrechte einer »Persona«. Sie wird von den üblicherweise geltenden Interaktionsregeln der »recht-

---

2 Eine Ausnahme hiervon bilden die Arbeitspflichten für arbeitsfähige Arme. Sie sind als Normen seit dem späten Mittelalter nachweisbar, wurden jedoch in unterschiedlichem Umfang praktiziert (vgl. Bellmann/Hohendanner/Promberger 2006). In ihrer heutigen Form der Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen und Arbeitsgelegenheiten werden sie von einem Teil der Betroffenen tatsächlich als Gegenleistung für die Unterstützung interpretiert (vgl. Wenzel 2008).

schaffenem Bürger« teilweise ausgenommen, indem das Recht auf Privatheit, auf Takt, auf Höflichkeit und auf selbstdefinierte Grenzen eingeschränkt wird.

Wie oben gezeigt werden konnte (vgl. Kap. 2.5) kann dieser Status des armen Außenseiters unter bestimmten Bedingungen von der Defensive in die Offensive gewendet werden. Armut kann eine Legitimation zu wirksamen politischem oder religiösen Protesthandeln darstellen. Der Status des Parias und Außenseiters, der asketisch und teilweise als Fremder am Rande der Gesellschaft lebt, legitimiert eine quasi interessenfreie, aus der Distanz geübte Kritik an gesellschaftlichen Zuständen. Wer selbst arm ist und unter Verzicht lebt, ist besonders glaubwürdig, wenn er ungerechte soziale Strukturen, Ausbeutung, Maßlosigkeit oder strukturell gewaltsame gesellschaftliche Verhältnisse anprangert. Der Arme und der Asket können dabei eine besondere Ausstrahlungskraft entfalten. Auch religiöse Erneuerer agieren oft aus der Armut heraus, solidarisieren sich mit den Ärmsten und Ausgestoßenen und gründen darauf eine »neue« Spiritualität des Mitgefühls und des Verzichtes. So kann in der Armut ein besonderes Charisma, eine außergewöhnliche soziale Expressivität liegen. Doch gilt dies sicher lediglich unter ganz besonderen Bedingungen, für außergewöhnliche Figuren unter außergewöhnlichen Umständen. Es ist anzunehmen, dass auch viele der ganz »gewöhnlichen« Armen den Zustand der gesellschaftlichen Stigmatisierung nicht ohne Widerspruch, lediglich passiv erleidend, hinnehmen, dass sie möglicherweise eine Identität entwerfen, die das Stigma entweder leugnet oder in den Selbstentwurf integriert und positiv wendet – das wird empirisch in dieser Arbeit zu untersuchen sein. Auch ist wahrscheinlich, dass – vermutlich kleinere – Kollektive solche Elemente einer abweichenden Identität in ihr »Kollektivgefühl« (Durkheim) aufnehmen. Jedoch wird dieser Selbst- als Gegenentwurf nur selten gesellschaftlich in die Breite wirksam, entfaltet nur selten eine »glänzende« politische oder spirituelle Ausstrahlungskraft, und wird nur unter seltenen Umständen zu einer charismatischen politischen Kraft, die relevanten Einfluss gewinnt. Der »Durchschnittsarme« hadert vermutlich mit seinem Stigma, versucht sich damit einzurichten, ist schließlich aber auch abhängig von den Einschätzungen und Leistungen seiner sozialen Umwelt und vor allem derjenigen der sozialen Institutionen.

Hilfe zu erhalten, heißt also nach Simmel zunächst einmal stigmatisiert und aus den impliziten Rechten und Pflichten des »normalen« Staatsbürgers ausgeschlossen zu werden. Das Recht auf Ansehen sowie das Recht auf persönliche Grenzen schwindet. Simmel plädierte deshalb dafür, wie oben erwähnt, die Unterstützung der Armen als deren Recht zu definieren und als staatliche Leistung zu »objektivieren«. Die Gabe der Unterstützung sollte dadurch subjektiven Motiven entzogen und die individuell verheerenden, sozial entmutigenden Folgen außer Kraft gesetzt – oder zumindest eingedämmt – werden. Doch sein Plädoyer für eine Verstaatlichung und Versachlichung der »Armenpflege« war empirisch letztlich nur von bedingtem Erfolg, denn, wie Coser zeigen konnte, hatte die im Lauf des 20. Jahrhunderts breit umgesetzte Professionalisierung der sozialen Unterstützung sehr ambivalente Folgen: Sie bewirkte durchaus eine Entpersonalisie-

nung des Verhältnisses zwischen Bedürftigen und Betreuern im Sinne von Simmel, und befreite damit »den Empfänger von persönlichen Beschämungen wie von persönlichen Verpflichtungen. Wenn der Arme sozusagen zum Fall »erhöht« wird, erspart ihm das manche persönliche Erniedrigung.« (Coser 1992: 41)

Andererseits sei aber eine deutliche Zunahme von Machtaspekten in dieser Beziehung zwischen Klienten und professionellen Akteuren festzustellen, die zwar dem Anspruch nach unpersönlich und staatlich legitimiert die gesetzlichen Regelungen umsetzen, aber immerhin über die Unterstützungsleistungen für die Klienten entscheiden und damit über wichtige Machtressourcen verfügen. Der Staat als unpersönlicher Akteur tritt den Bedürftigen in Form von professionellen Akteuren gegenüber, deren Handeln gewissermaßen staatlich legitimiert ist und die scheinbar unpersönlich entscheiden. Paradoxerweise ist empirisch festzustellen, dass der Machtzuwachs dort besonders groß ist, wo Sachbearbeitern größere Spielräume zugestanden werden, um die individuellen Besonderheiten einer Person oder Familie miteinbeziehen zu können. Damit bestehen größere Spielräume, im Sinne der Unterstützten zu entscheiden – oder eben nicht. Die Bedürftigen haben auf der anderen Seite kaum Möglichkeiten, auf das Handeln der Betreuer Einfluss zu nehmen oder dieses zu kontrollieren. Die Entpersönlichung der Unterstützungsbeziehung verhindert eine Reziprozität des Austausches, eine Gegenseitigkeit von Affekten und Emotionen, wie das bei Ehrenamtlichen und Freiwilligen zumindest möglich wäre. Während der Sachbearbeiter sich in der Regel aller Emotionen enthält, da Sympathie oder Überidentifikation mit den Bedürftigen seine Aufgabe nur erschweren würde, hat der Unterstützung Empfangende auf der anderen Seite kaum Möglichkeiten, auf das Verhalten des Sachbearbeiters Einfluss zu nehmen und Reziprozität der Interaktion zu erzeugen. Der Sachbearbeiter ist nicht von der Anerkennung des Klienten abhängig, sondern richtet sich nach »unpersönlichen« Richtlinien. Eine wechselseitige Abhängigkeit, wie sie in Interaktionsbeziehungen, vor allem bei denjenigen, die eine gewisse Dauer haben, die Regel ist, kann hier nicht entstehen. In der Regel wird der Abhängige einer Beziehung versuchen, positive Leistungen einzubringen, die dem anderen nützen und den sozialen Tausch vervollständigen, indem sie auch die Abhängigkeit auf Gegenseitigkeit stellen und eine Reziprozität der Beziehung aufbauen. Die Abhängigkeit zwischen Armen und staatlichen Akteuren jedoch bleibt einseitig. Die Statusdiskrepanz dieser Interaktionen ist deshalb enorm und wird in jeder Interaktion neu bestätigt. Auch wenn sie von persönlicher Willkür weitgehend befreit wurde, sind die darin enthaltenen Machtdifferenzen nicht etwa aufgehoben oder gemildert.

Die Schlussfolgerung ist, dass sich auch durch »Objektivierung« der staatlichen Unterstützung das Stigma der Armut offensichtlich nicht aufheben lässt – es verändert lediglich seine Erscheinungsform. »In einer instrumentell ausgerichteten Gesellschaft werden diejenigen, die nicht geben, sondern nur empfangen können, und die auch in Zukunft nicht werden geben können, wie von selbst den niedrigsten sozialen Status erhalten. Sie können sich nicht an Aktivitäten betei-

gen, die zu wechselseitigen Abhängigkeiten führen, und daher können sie auch nicht sozial anerkannt werden, es sei denn, man würde es den Armen ermöglichen, ebenso zu geben wie zu empfangen. In vollem Umfang können sie gesellschaftlich nur integriert werden, wenn sie auch die Möglichkeit des Gebens haben.« (Ebd.: 43) Deshalb, so Coser, müssten die Armen zunächst einmal in die Lage versetzt werden, ihre Fähigkeiten zu entfalten. Dabei können Instrumente wie ein garantiertes Mindesteinkommen von Hilfe sein, da die Freiheit von materieller Not damit garantiert wäre und nicht Bestandteil einer Abhängigkeitsbeziehung. Jedoch kann ein solches Instrument nicht Ziel, sondern nur ein Mittel auf dem Wege der Reziprozität sein, das den Menschen in Armut ermöglicht, sich nicht mit dem Stigma einzurichten, sondern frei von Angst und Demütigung zu leben und Ideen und Leistungen zu entwickeln, die ein wechselseitiges Abhängigkeitsverhältnis und Austauschbeziehungen zwischen ihnen und dem weiteren sozialen Kontext aufbauen. Das Ziel muss sein, gesellschaftlich positiv bewertete Positionen für die ehemaligen Hilfeempfänger zu schaffen, einen sozialen Kontext, innerhalb dessen sie einen positiven Beitrag leisten und wechselseitige Austauschbeziehungen erfahren: »Dies kann geschehen, indem anderen geholfen wird, mit denen man bis vor kurzem noch die gleichen Probleme teilte, oder dadurch, dass man in Großprojekten arbeitet« (ebd.: 45). Die klassische Armenpflege zielt auf eine gewisse Umverteilung von oben nach unten; auf eine Milderung von Armut statt auf deren Abschaffung. Die Folge können, so Coser, Verfestigungstendenzen der Ungleichheit sein. Coser schlägt hingegen eine Strategie vor, die die Armut abzuschaffen gedenkt, »indem der sozial verachtete Status des Hilfeempfängers als solcher abgeschafft wird« (ebd.). Coser hat vor allem die entwürdigenden Verhältnisse in den USA im Blick, die sich institutionell, kulturell und ethnisch stark verfestigt haben. Neben den auf das Institutionensystem bezogenen Vorschlägen fordert er die Armen auf, ihren eigenen Status abzuschaffen, »nämlich indem sie aufhören, sich wie Arme zu verhalten, also das Rollenverhalten aufgeben, das ihr Status von ihnen verlangt« (ebd.). Neben der erwähnten gegenseitigen Hilfe und den wechselseitigen Austauschbeziehungen könnten auch politische Mobilisierungen zu einem derartigen Status- und Rollenwechsel beitragen.

Doch kann diese Strategie mehr als »Etikettenschwindel« sein? Coser kommt selbst auf den »utopischen Charakter« seiner Vorschläge zu sprechen, und versucht Einwände zu entkräften, indem er meint, man müsse nach dem Unmöglichen greifen, um wenigstens das Mögliche zu erreichen. Von elementarer Bedeutung in diesem Zusammenhang wäre allerdings, nicht nur den Begriff, das Etikett, die sozial definierte Position des Armen zu verändern, und damit die erwähnte Deklassierung, die durch »labeling« stattfindet, aufzuheben. Auch die hinter den sozialen Beziehungen liegenden materiellen Verhältnisse müssten von einer strukturellen Veränderung erfasst werden. Die soziale Maske der Armut, das Etikett »arm« wirkt sich als symbolisches Stigma durchaus vernichtend aus, wie von Simmel und seinen Nachfolgern überzeugend gezeigt wurde, doch auch

die schiere Not kann vernichten. Ein reiner Etikettenwechsel wird die materiellen Probleme nicht lösen. Beides muss man im Blick haben: die materielle Ebene der Armut wie die symbolische.

#### 5.4 »Culture of Poverty«?

Eine heiß diskutierte Frage der Armutsforschung in den angelsächsischen Ländern ist die schon bei Lewis Coser anklingende Frage, ob die Armen durch ihren eigenen Verhaltensweisen, durch ein bestimmtes, tradiertes Rollenverhalten, zu einer Verfestigung der Armutsverhältnisse beitragen. Dies könnte zum Beispiel durch eine »Kultur der Armut« geschehen, die sich zunächst als funktional erklärbare und zweckmäßige Reaktion auf die gesellschaftlichen Ausgrenzungsmechanismen etabliert, um fortan eine gewisse Persistenz zu entwickeln. Unter veränderten Rahmenbedingungen, die neue Handlungschancen bieten, die möglicherweise aufgrund eingefahrener Wahrnehmungs- und Handlungsmuster nicht erkannt werden, könnte so eine Kultur der Armut dysfunktionale und armutsstabilisierende Effekte mit sich bringen. Von dieser Annahme geht die »*culture of poverty*« aus. Anhand von Feldstudien in Lateinamerika und den USA entwickelte der amerikanische Anthropologe Oscar Lewis in den 60er Jahren das Theorem der »*culture of poverty*«. Laut Lewis entsteht unter bestimmten sozialen und materiellen Bedingungen eine »Subkultur« der Armut. Im Zuge von Modernisierungsprozessen entstehen systematisch Armutsphänomene, wenn Geldökonomie und Lohnarbeit sich durchsetzen, andererseits aber die Arbeitskräfte noch vergleichsweise wenig qualifiziert sind sowie ein niedriges Lohnniveau und hohe Arbeitslosigkeitsanteile herrschen; wenn die verarmten Bevölkerungsteile nur wenig organisiert sind und geringe soziale und politische Macht haben. Gleichzeitig gebe es in diesen Gesellschaften ein Wertesystem, das die Ansammlung von Besitz und Reichtum betont und Armut als Ausdruck mangelnder persönlicher Fähigkeiten ansieht. »In einer nach Klassen geschichteten, individualistischen und kapitalistischen Gesellschaft besteht also die Möglichkeit, dass sich unter den Armutgruppen eine »Kultur der Armut« bildet, und zwar als Wirkung dieser Verhältnisse.« (Goetze 1992: 89)

Diese Subkultur der Armut entwickle eine Eigendynamik und werde intergenerationell weitergegeben, so die Vertreter dieses Ansatzes. Selbst wenn sich die Rahmenbedingungen so verändern, dass sich neue Chancen bieten, bleibe die Subkultur persistent, da die kulturellen Muster, die zunächst Anpassungsleistungen an ihre Lebensbedingungen der Armutgruppen darstellen, sich mit der Zeit verfestigen, zu einem strukturierenden Teil des Weltbildes und der alltäglichen Wahrnehmungen werden und damit kognitive Ordnungsleistungen vollbringen sowie für die Betroffenen Sinn generieren. Diese subkulturellen Interpretationsmuster gehen in die personalen und kollektiven Identitäten ein und steuern dort die Wahrnehmung der Lebensbedingungen und Chancen. Anhand der Untersu-

chung von lebenslauforientierten Familienstudien in Mexiko, Puerto Rico und in den USA bei puertoricanischen Einwanderern entwickelte Lewis seine Beschreibung der Armutskultur und systematisierte diese auf den verschiedenen sozialen Aggregationsebenen: Auf der Ebene des Individuums, der Familie, der übergeordneten Gemeinschaften und der gesamtgesellschaftlichen Integration. Bei den Individuen äußere sich die Armutskultur als ein stark empfundenes Marginalisierungsgefühl; Hilflosigkeit, Fatalismus und Resignation herrschten vor, eine starke Gegenwartsbezogenheit und geringe Orientierung auf die Zukunft seien im Alltag typisch, ebenso wie männlicher Autoritarismus und fehlendes Klassenbewusstsein. In den Familien dominierten freie Verbindungen gegengeschlechtlicher Partner, jedoch mit der Tendenz zu einer matrilocalen Organisationsform und bei einer hohen Desertionsrate der männlichen Partner. Ebenso sind frühe sexuelle Erfahrungen, autoritäres und gewalttätiges Verhalten sowie das Fehlen von Privatheit in den Familien häufig zu finden. Die Struktur der Slumgemeinschaft ist laut Lewis durch schlechte Wohnverhältnisse und Überbevölkerung charakterisiert, und jenseits der Familien existierten nur wenige soziale Zusammenhänge. Wenig Gemeinschaftssinn sei typischerweise festzustellen; Desintegration und Anomie herrschten vor. Auf der Ebene der gesamtgesellschaftlichen Integration ist geringes Vertrauen in soziale Institutionen und ein hohes Protestpotential festzustellen. Interessanterweise gelten laut Lewis die Mittelschichtswerte auch in den Slums der armen Bevölkerung, sie werden jedenfalls verbal anerkannt, jedoch wird im eigenen Handeln häufig aus Not oder auch aus einer individuellen Motivlage heraus von ihnen abgewichen.

Lewis betonte zwar die adaptiven und defensiven Aspekte dieser Subkultur für die Armutgruppen, die bei der Anpassung an ihre Situation helfen, hebt aber andererseits, auch durchaus wertend, wie ihm von Kritikern vorgeworfen wurde, den einseitigen, einschränkenden Charakter dieser aus der Armut entstandenen Kulturen hervor, er spricht etwa an manchen Stellen von einer »dünnen« Kultur bzw. von einer »poverty of culture«. Er betont auch, dass nachwachsende Generationen ihre Entwicklungs- und Ausbildungschancen unter Umständen aufgrund ihrer Sozialisation in einer sich verfestigenden Armutskultur nicht wahrnehmen und unter Umständen keine mittel- und langfristigen Perspektiven, keine Handlungs- und Lebensziele entwickeln, die über die Armutskultur hinausgehen: »Ursprünglich eine Bewältigungsstrategie für ungünstige Lebensbedingungen, wird dieses Umfeld zu einem Hindernis für die Betroffenen, bessere Lebenschancen wahrzunehmen« (ebd.: 91). Lewis kommt deshalb zu der Schlussfolgerung, dass ökonomische Hilfen alleine nicht ausreichen, um die »Kultur der Armut« zu verändern. Die Kultur der Armut sei durch materielle Not gekennzeichnet, aber was in vielen Fällen noch schwerer wiege, sei eine fehlende »Partizipation« an gesamtgesellschaftlichen Prozessen, ein fehlendes Gefühl der Zugehörigkeit und Integration und vor allem der Sinnhaftigkeit der eigenen Handlungen. Neben ökonomischer Hilfe sei deshalb das Angebot an ökonomischen und politischen

Partizipationsmöglichkeiten von entscheidender Bedeutung, um die Kultur der Armut und die entsprechenden Handlungsorientierungen zu verändern.

Von Kritikern ist nun eingewendet worden, dass Lewis bei der Beschreibung der Armutskulturen sozialstrukturelle und kulturelle Daten vermengt, und so Ursache und Wirkung nicht klar zu trennen seien. Auch sein holistischer Kulturbegriff ist in die Kritik geraten (vgl. Goetze 1992), wobei hierzu natürlich zu sagen ist, dass jeder Forscher, der mit den nicht wegzudenkenden Kulturkonzepten arbeitet, mit diesen Schwierigkeiten des umfassenden, fluiden und wenig scharfen Begriffs zu kämpfen hat. Der größte Kritikpunkt an Lewis' Konzept galt jedoch der politischen Missbräuchlichkeit seines Modells einer Armutskultur. In der amerikanischen Debatte wurden seine Aussagen in der Öffentlichkeit zum Teil politisch pejorativ missbraucht, etwa um die afroamerikanischen Bevölkerungsteile in den verarmten Slumgebieten selbst für ihre Situation verantwortlich zu machen. Das Theorem der Armutskulturen wurde so zum heiß umkämpften politischen Faktum, das von verschiedenen Seiten instrumentalisiert wurde, um die Schuldfrage an den Armutsverhältnissen neu aufzurollen – dadurch geriet es natürlich in Misskredit. Während die einen aus diesem Ansatz folgerten, die Armen und ihre Kultur seien an ihrer Misere selbst schuld und man könne von außen letztlich wenig tun, um die Dinge zu verbessern, kritisierte die andere Seite, dass nicht irgendeine Subkultur, sondern das institutionelle System geändert werden müssten.

Ohne Zweifel erschwerte die starke Politisierung und Parteinahme in der Diskussion um das Theorem der »Kultur der Armut« im amerikanischen Kontext eine sachliche wissenschaftliche Rezeption und Weiterentwicklung des Ansatzes. Ungeklärt blieb etwa, in welchen Wechselwirkungen die Subkulturen der Armut mit der jeweiligen »Mehrheitskultur« stehen, wo gemeinsame und wo unterschiedliche Handlungsorientierungen vorliegen, und wie Konflikte zwischen diesen gelöst werden. Weitgehend ungeklärt ist auch, ob eine »Kultur der Armut« unabhängig von ethnischen Kulturen als eigenständiges Werte- und Handlungssystem bestehen kann, bzw. wie weit dieses allgemeine Modell der Armutskulturen jeweils ethnisiert, d. h. lokalen kulturellen Kontexten angepasst werden muss. Doch obwohl der Ansatz von Lewis so stark in die Kritik, ja, in den USA geradezu in Verruf geraten ist, politisch »unkorrekt« zu sein, konzedierten selbst Kritiker an vielen Stellen die Relevanz des Konzeptes. Selbst diesem Ansatz kritisch gegenüberstehende Forscher stellen Ähnlichkeiten in den untersuchten Subkulturen der Unterklassen der USA, Mexikos, Puerto Ricos und Großbritanniens fest, wenden aber ein, dass die Armutskulturen trotz der Ähnlichkeiten nicht unbedingt ein einheitliches und konsistentes Bild ergeben, sondern auch viele relevante Differenzen aufweisen. In den Entwicklungsländern wurde der Ansatz zunächst scharf abgelehnt, später aber in der Forschung wieder aufgegriffen. Eine Untersuchung an jugendlichen Aborigines in Australien zum Beispiel konnte Lewis Hypothesen erfolgreich anwenden, allerdings unter Anpassung des Theorems an die lokalen und ethnischen Bedingungen (vgl. Goetze 1992).

Mit dem »underclass«-Konzept wurde in den USA in den 80er Jahren eine modernisierte Version der »culture of poverty« diskutiert. Auch hier ging man von der Vorstellung aus, dass extreme Armutsgruppen in Reaktion auf ihre materielle und soziale Situation eigene Werte, Erwartungen und psychische Merkmale entwickeln, die ihre Leistungsbereitschaft und Erwerbsorientierung einschränken sowie unter Umständen abweichendes Verhalten hervorbringen können. In der Regel werden diese Handlungsorientierungen an die nächsten Generation weitergegeben und sorgen so dafür, dass auch diese in der Mehrzahl in der Armutskultur verhaftet und ergo arm bleiben. In diesem Zusammenhang wiesen die Autoren des »underclass«-Konzepts darauf hin, dass öffentliche Wohlfahrtsprogramme die nicht-intendierte Wirkung haben können, durch die materielle Unterstützung das Überdauern dieser Armutskulturen ermöglichen. Noch pessimistischer als Lewis, gingen die »underclass«-Vertreter sogar davon aus, dass die Armutskulturen nicht nur einfach überdauern, sondern durch die verfestigte Abhängigkeit von staatlichen Leistungen intergenerationelle »Abwärtskarrieren« einsetzen, die die Armutproblematik in der Zeitperspektive ständig weiter verschärfen würden.

Auch wenn die Grundthese dieser Ansätze überzeugend ist, dass sich in sozialen Randsituationen identitätsstiftende, von der Mittelschicht zum Teil abweichende Handlungsorientierungen und routinisierte Praktiken des Überlebens herausbilden, ist doch vor einem »kulturellem Determinismus« nachdrücklich zu warnen (vgl. Goetze 1992). Die subkulturellen Handlungsorientierungen, die die materielle Situation und die Exklusionserfahrungen ihrer Träger spiegeln, haben vorrangig die Funktion, tiefgreifende Unsicherheit des Lebens in Randzonen in ein sicheres kulturelles Ordnungsmuster zu transformieren. Soweit so gut. Die wichtige Frage ist jedoch, ob diese Handlungsorientierungen wirklich so homogen sind, wie es das Konzept der »culture of poverty« sowie das »underclass«-Modell nahe legt. Vieles spricht dafür, dass durchaus relevante Unterschiede zwischen und vor allem auch innerhalb der Kulturen existieren, und nicht nur im Vergleich zur Mittelschichtkultur, dass also die Kulturen der Armutspopulationen nicht einheitlich, sondern durchaus vielschichtig und widersprüchlich sind. Erworbene kulturelle Instrumente in Form von Symbolen, Ritualen und Weltansichten, können zu verschiedenen Zwecken eingesetzt werden. Jede Reproduktion kultureller Muster beinhaltet gleichzeitig einen gewissen Wandel, eine mehr oder weniger abweichende Interpretation des Erlernten. Die Handlungsziele sind nicht unbedingt durch die Kultur festgelegt, sondern Mittel und Kompetenzen, die die Kultur beinhaltet, können zu unterschiedlichen Zwecken in Handlungsstrategien eingebaut werden. Wie sonst sollten Auf- und Ausstiegskarrieren, für die es immerhin auch empirische Beispiele gibt, überhaupt denkbar sein? Die Not, sowie die negativen Labelingprozesse, können nicht nur Verfestigungstendenzen, sondern auch intensive Aufstiegsmotivationen, die sich auf die eigene Biographie oder auf die der nächsten Generation richten können, hervorbringen, um dem »Elend« und dem Stigma zu entkommen – eine typische Motivlage, die



sich aus Deprivationserfahrungen eben auch herausbildet. Fatalismus scheint nicht der einzige Ausweg zu sein, wenn auch für viele möglicherweise ein naheliegender – dabei ist sicherlich die Chancen- und Anreizstruktur des institutionellen gesellschaftlichen Umfeldes differenziert zu betrachten.

Es ist also davon auszugehen, dass die beschriebenen Subkulturen, wie Kulturen im allgemeinen, in sich heterogen sind, und zudem im permanenten Fluss, im Wandel stehen – wenngleich damit noch nicht unbedingt bestimmt ist, in welche Richtung der Wandel geht. Zum Beispiel sind die kollektiven Orientierungen innerhalb der »Armutsgemeinschaften« durchaus nicht so eindeutig, wie es die Vertreter der »culture of poverty« angenommen hatten: Es gibt Befunde, die nachvollziehbar von adaptiven und defensiven Formen der Solidarität in Armutspopulationen sprechen. Auch können religiöse Gemeinschaften – die typischerweise besonders in Armutsgebieten viel Zulauf haben – Mitgefühl, Solidarität und stark wertebasierte und auf die Gemeinschaft orientierte Handlungsmuster sowie – als Gegenreaktion auf Anomie und Devianz im Umfeld – Leitbilder des »guten und anständigen Armen«, der sich für die Gemeinschaft engagiert, generieren und in die Armutskultur einspeisen. Demgegenüber stehen aber auch überzeugende Beobachtungen von »Feindschaften und Denunziationspraktiken« (Goetze 1992) in Armutsgebieten, die Selbsthilfe und Selbstorganisation eher unwahrscheinlich machen. Eine einheitliche Kultur im Hinblick auf Integrations- bzw. Desintegrationsverhalten der Armutspopulationen kann nicht gefunden werden.

Sicher ist, dass die Armutskulturen keine geschlossenen »Reservate« sind, sondern in ihrer Entwicklung in Wechselwirkung mit Akteuren der staatlichen Institutionen sowie mit dem gesamtgesellschaftlichen Diskussions- und Labelingprozess stehen. Die Interaktion mit Vertretern der staatlichen Verwaltung und Wohlfahrt, die zum Teil unterschiedliche Anwendung von Ermessensspielräumen auf Seiten der Sachbearbeiter und Sozialarbeiter, können wohl zum Beispiel zu Desolidarisierungen und Konkurrenzbeziehungen führen – verschiedene soziale Gruppierungen von Armen könnten durch staatliche Eingriffe, bspw. durch rechtliche Differenzierungen, sogar erst konstituiert werden. Die Armutskulturen sind nicht statisch, sondern in einem beständigen Wandel, der eben auch in engen Wechselwirkungen mit den institutionellen, materiellen und sozialen Rahmenbedingungen entsteht. Die Interaktion mit staatlichen Akteuren kann dazu beitragen, dass gemeinschaftsbildende oder auch individualisierende Prozesse entstehen, dass Etikettierungs- und Abgrenzungsvorgänge oder, im Gegenzug und in der Gegenreaktion, Solidarisierungstendenzen entstehen. Diese Interaktionen können entscheidend dazu beitragen, ob Orientierungen der »erlernten Hilflosigkeit« weiterbestehen und tradiert oder ob sie verändert werden. Und letztlich können verschiedene »Armutskulturen« auch pfadabhängig ganz unterschiedlich auf diese Prozesse reagieren.

## 5.5 Die Lücke der Armutforschung – ein Zwischenfazit

Armut ist anscheinend ein Begleitphänomen entwickelter menschlicher Gesellschaften. Seit dem Hochmittelalter lassen sich kontinuierlich öffentliche Institutionen jenseits von Familie und Grundherrschaft nachweisen, die Armut bekämpfen; gleichzeitig lag hier auch der Anfang einer öffentlichen Armutsberichterstattung. Erstaunlicherweise sind auch die Ursachenkomplexe der Armut in langer historischer Perspektive weitgehend ähnlich geblieben (vgl. v. Friedeburg 2002, v. Hippel 1995). Das Ausmaß von Armut, die Gewichtung ihrer Ursachen, konkrete Formen von Armut und die Strukturen ihrer Bekämpfung variieren jedoch von Epoche zu Epoche erheblich.<sup>3</sup> Charakteristisch für vorindustrielle Armut war die allmähliche Zerstörung der »moralischen Ökonomie« (Thompson 1971) durch die Kapitalisierung der Wirtschaft (Lis/Soly 1979) seit etwa dem 14. Jahrhundert. Charakteristisch für Armut in der industriellen Revolution war die zunehmende Bedeutung proletarischer Existenzweisen in der Armutspopulation, die seit der Mitte des 19. Jahrhunderts zur Gleichsetzung von Armenfrage, Arbeiterfrage und Sozialer Frage berechtigte. Doch allmählich entstanden in den frühindustrialisierten Ländern politische Strukturen, welche die Lebenslage der Lohnarbeiterschaft verbesserten. Gewerkschaften und Tarifverträge, Arbeiterschutz und Mitbestimmung, Kranken-, Unfall-, Rentenversicherung, politische Beteiligung bildeten die Meilensteine dieser Entwicklung, die bis zum Ende des zweiten Weltkriegs dauerte und zu einer Integration der »Arbeiterklasse« in die Gesellschaft führte. Langanhaltende Arbeitslosigkeit war selten, so dass sich Armut auf individuelle, biographische, familiale, gesundheitliche und psychosoziale Problemkonstellationen beschränkte. Spätestens mit dem in den frühindustrialisierten Ländern einsetzenden Übergang zur wissensbasierten Dienstleistungsgesellschaft begann das System der Lohnarbeit jedoch an Inklusionskraft zu verlieren (vgl. Castel 2000). Die Leistungsfähigkeit und -bereitschaft sozialstaatlicher Institutionen nahm ab, die Armutsrisiken nahmen zu (vgl. Barlösius/Ludwig-Mayerhofer 2001). Arbeitslosigkeit trat als Armutsursache an die vorderste Stelle, und das Thema der sozialen Exklusion aus dem System Erwerbsarbeit und seinen Privilegien geriet in den Fokus der Sozialstrukturanalyse, ebenso das Problem von Armut trotz Erwerbsarbeit (vgl. Paugam 2008; Kronauer 2002 und 2006). Armut, Exklusion, Sozialpolitik sind international wieder relevante Themen geworden.

Die Armutforschung im weiteren Sinne zeichnet sich durch eine eigentümliche Viergleisigkeit aus, die spezifische Fragen nicht hinreichend beantwortet. Die erste Forschungslinie befasst sich mit dem quantitativen Ausmaß von Armut; hierzu gehören Fragen der Armutsmessung und -Berechnung, der Dunkelziffer, sowie nach dem Ausmaß von vorwiegend materiell (Geld, Wohnraum, Gesund-

---

3 Weitgehend ähnlich argumentiert auch Robert Castel (2002).

heit) verstandener Unterversorgung; hinzu kommen in neuester Zeit Bildungsfragen. Typisch für Deutschland sind hier z. B. die Armutsberichte der Bundesregierung, oder die Arbeiten von Hauser (1981) und Andreß (1999; für die internationale Diskussion vgl. Andreß/Lohmann 2008). Die zweite Linie gruppiert sich um Fragen der sozialen Integration oder Exklusion, angestoßen sowohl von der französischen Diskussion um Exklusion und Prekarität (vgl. Castel 2000a und 2000b, Paugam 2008, Wacquant 2003, in Deutschland Kronauer 2002) und der angelsächsischen ›urban underclass‹-Forschung mit ihrer Perspektive auf sozialräumliche Segregation (vgl. Wilson 1987; Jencks/Peterson 1991; in Deutschland Häußermann 1997). Eine dritte Linie, die sogenannte ›dynamische Armutsforschung‹ befasste sich mit der Entwicklung und Überwindung von Armut im biografischen Prozess (z. B. Millar 2007) und mit der Verbreitung von Armutsepisoden entlang der Sozialstruktur (vgl. Leibfried/Leisering 1995, Ludwig-Mayerhofer 1992). Die vierte Linie lässt sich als jüngerer Spross der politischen Armutsdiskussion begreifen, die sich – wie seit Jahrhunderten – immer wieder auch mit der Frage befasste, wie Armut, Verhalten und das Anrecht auf Unterstützung zusammenhängen – historisch hatte diese Debatte häufig die Form der Diffamierung der Armut als selbstverschuldet und der Armen als faul, oder die Trennung zwischen ›deserving‹ und ›undeserving poor‹ (vgl. Starobinski 1984). In der Argumentation gegen diese herrschaftstechnischen Zuschreibungen und Ausgrenzungen entwickelte sich eine Forschungstradition, in deren Mittelpunkt gruppen- oder milieuspezifische kulturelle Praktiken eigener Rationalität oder Dignität stehen, die Armut scheinbar begünstigen, Armutsbekämpfung erschweren – oder auch abmildern bzw. verhindern. Dieser letztgenannte Forschungsstrang ist vergleichsweise heterogen. Ein Teil der Forschung arbeitet sich am ökonomischen Ansatz der ›Armutsfalle‹ ab und widmet sich den Rationalitäten und Handlungszwängen von Armutshaushalten, die die Entstehung erwerbsferner Praktiken begünstigen (vgl. Gebauer/Petschauer/ Vobruba 2003; Jordan/James/Kay/Redley 1992). Als ›Vater‹ dieser Forschungsrichtung muss der als ›culture of poverty‹ bekannt gewordene Ansatz gelten. Er geht auf sozialanthropologische Arbeiten von Lewis (1959, 1968) zurück (siehe oben). Die verzerrte, hochpolitische Rezeption des Ansatzes im Sinne eines ›war against the poor‹ (vgl. Gans 1995, Barlösius/Ludwig-Mayerhofer 2001) – Lewis selbst hatte eigentlich großangelegte Bildungsprogramme gefordert – führte dazu, dass dieser Forschungsansatz politisch diskreditiert schien und sich nie stärker entwickeln konnte – trotz seiner wissenschaftlichen Potentiale.

Der ›culture of poverty‹-Ansatz weist interessanterweise Berührungen mit den ›cultural studies‹ auf, insbesondere mit den britischen Studien zur Klassen- und Jugendkultur. Diese Forschungstradition versucht, die kulturellen Eigenlogiken von Akteursgruppen in Klassengesellschaften zu rekonstruieren, um zu verstehen, wie sich geronnene soziale Ungleichheit im Alltagshandeln der Akteure reproduziert (z. B. Willis 1977 für Jugendliche aus der Arbeiterklasse), wie aber auch Eigensinn entstehen kann, der u. U. zu sozialen Konflikten und gesell-

schaftlichen Veränderungen führt.<sup>4</sup> Für die ›cultural studies‹ ist die Mischung aus sozialkritischem Impetus, qualitativ-rekonstruktiver, biografisch-historischer Methodik und dem Anspruch, die Handlungen der Untersuchungspopulation verstehend zu erklären und nicht zu diffamieren, konstitutiv. Insofern gibt es in Großbritannien eine unübersehbar stärkere Tradition der Rekonstruktion informeller Ökonomien und Erwerbsentscheidungen der Haushalte von Bedürftigen (z. B. Jordan u. a. 1992), ethnographisch-rekonstruktiver Arbeitslosenforschung (z. B. Howe 1990) und dynamischer, biografieorientierter Armutsforschung (vgl. Millar 2007), die auf Anpassungs- und Überwindungsprozesse der Armut im mikrosozialen Kontext zielt. Für die USA gilt ähnliches, wobei der Akzent der Forschung hier auf ethnischen Faktoren und auf der ›urban underclass‹ liegt (vgl. Newman/Massengill 2006).

In Deutschland hat sich diese qualitative Armutsforschung nicht so richtig etablieren können: So stand die erwähnte Studie von Gebauer u. a. (2003) lange weitgehend alleine; sie kritisiert die Armutsfallendiskussion 10 Jahre nach der Studie von Jordan (et al. 1991) und greift dabei auf die Rekonstruktion von Alltagspraxis und den Restriktionen und Handlungszwängen eines Lebens in institutionell regulierter Armut zurück. Mit den jüngeren Sozialstaatsreformen sind – so Ludwig-Mayerhofer/Promberger 2008 – zwar vermehrt qualitative Arbeiten entstanden, die die Handlungsmuster der betreuenden Institutionen rekonstruieren (vgl. Ludwig-Mayerhofer/Behrend/Sondermann 2009; Bartelheimer 2008) oder die Wahrnehmungsmuster der Betreuungsangebote seitens der Hilfebedürftigen typisieren (vgl. Wenzel 2008; Bescherer/Röbenack/Schierhorn 2008), doch ihnen ist eine deutliche Fokussierung auf die Betreuungssituation gemeinsam. Auch die dynamische Armutsforschung der Universität Bremen hatte einen qualitativen Zweig, der viel zur Methodenkanonisierung beigetragen hat, während seine inhaltlichen Beiträge begrenzt blieben.<sup>5</sup> Armutsforschung ist in Deutschland trotz punktuell anderer Ansätze (vgl. z. B. Hirsland/Wenzel/Promberger 2006) immer noch stark eine Frage von quantitativen Indikatoren, mittlerweile auch quantitativen Lebensverlaufsanalysen und makro- bzw. meso-orientierter *policy*-Forschung.

Sofern es qualitative Armutsforschung gibt, beschränkt sie sich auf die Erforschung textlich rekonstruierter subkultureller Handlungsrationitäten, Adaptionsprozesse und Verarbeitungsformen, sowie auf biografische Entwicklungen, die mit offenen Interviews erhoben werden. Die Beschränkung auf Interviewmethoden und Verfahren der Textgenese und -analyse – andere Methoden der qualitativen Sozialforschung werden kaum eingesetzt – lässt jedoch einige wesentliche Fehlstellen offen, sowohl in methodologischer als auch in inhaltlicher Hinsicht. Gerade in einer Untersuchungspopulation mit eher niedrigen sprachlich-

---

4 Vgl. Thompson 1971 zu Hungerrevolten des 18. Jahrhunderts, Thompson 1966 zur Entstehung und politischen Formierung der engl. Arbeiterklasse.

5 Vgl. Sonderforschungsbereich 186 (2002)

kommunikativen Kompetenzen und in Subkulturen, die vom modernen Bildungssystem potentiell genauso abgekoppelt sind wie von traditionellen Narrationskompetenzen vorindustriell-bäuerlicher Subkulturen, bei denen darüber hinaus Sozialbehörden die Lebensbedingungen immer wieder untersuchen und auf »Fehler« in der Selbstdarstellung potentiell auch mit Sanktionen reagieren können, scheint ein ausschließlicher Rekurs auf Interviewtexte gewisse Begrenzungen aufzuweisen und von einem ein Optimum an Validität noch recht entfernt zu sein. Die Notwendigkeit einer methodischen ›Triangulation‹ mit anderen, ergänzenden Erhebungsverfahren, liegt auf der Hand. Was jedoch bei den Subkulturalanalysen der Chicagoer Schule noch gang und gäbe war, wird erstaunlicherweise in der deutschen Armutsforschung von 1970 bis heute nur noch ausnahmsweise praktiziert: Beobachtungen. Zudem ist es erstaunlich, dass die Armutsforschung bislang Ansätze der Bildanalyse, der Videoanalyse oder der Raumanalyse (mit Ausnahme der Segregationsforschung) nicht für sich rezipiert und aufgenommen hat.

Auch die Analyse von Artefakten, Gebrauchsdingen und persönlichen Objekten, wie sie in der vorliegenden Arbeit verfolgt wird, ist hinsichtlich ihrer Chancen in der Armut- und Sozialstrukturforschung bislang noch nicht ausgelotet oder entwickelt. Eine solche Analyse kann auf die Arbeiten von Pierre Bourdieu zur sozialstrukturellen Verankerung kultureller Habitus-Formen aufbauen und sich auf sein theoretisches Konzept stützen, wenn auch die Kritik an Bourdieu zu berücksichtigen ist. Zum einen wird ihm eine deterministische Verengung, ein zu unmittelbarer Schluss von der sozialstrukturellen Position auf die Kulturformen vorgeworfen und zum anderen herausgestrichen, dass die schichtspezifischen Habitus- und Kulturformen, die Bourdieu zu seiner Zeit beobachtete, noch gut gegeneinander abgrenzbar schienen, zumal in Frankreich mit seiner ausgeprägten bürgerlichen Kultur, heute aber stärker milieuspezifisch geprägten, differenzierteren Kulturformen gewichen sind, bei der das Element der individuellen Welt-sicht und der milieuspezifischen Selbst-Zuordnung stärker zu berücksichtigen sei.

Gerade am unteren Rand der Sozialstruktur, in Armutspopulationen, die von jeher als äußerst heterogen gelten, stellt sich die Frage, ob so etwas wie eine einheitliche »Kultur der Armut« überhaupt möglich oder wahrscheinlich ist. Daher ist in unserer Analyse – vor der Konstruktion schichtspezifischer Kulturformen – zunächst auf individuelle Deutungs-, Handlungs- und Bewältigungsmuster und deren Expressivität zu zielen und in einem zweiten Schritt eine mögliche Verdichtung hin auf ein typisches Spektrum dieser Muster zu versuchen.

## 5.6 Erwerbslosigkeit und soziale Exklusion<sup>6</sup>

Erwerbslosigkeit und die mit ihr verbundenen Exklusionsprozesse erweist sich auch derzeit als zentrale Dimension sozialer Ungleichheit, trotz einer leicht positiven Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt in den letzten Jahren. Seit Ende der 1970er Jahre gehört die Erwerbslosigkeit zu den wichtigsten politischen Problemen in Deutschland, die Arbeitslosenquote hat sich bis zum Jahr 2005, trotz konjunktureller Auf- und Abschwünge und ihrer Ausschläge in der Statistik, kontinuierlich erhöht. Im Jahr 2005 betrug die gesamtdeutsche Quote der Arbeitslosigkeit 13,0 Prozent, das entsprach rund 4,9 Mio. Personen in absoluten Zahlen – seitdem fällt sie wieder.

Von 1980 bis 1985 stieg die Arbeitslosigkeit von 1,5 Prozent auf 9,1 Prozent, von 1985 bis 1990 ging sie wieder, der Konjunktur folgend, auf 7,2 Prozent zurück. Nach 1990 stieg die Erwerbslosenquote allerdings, auch in Folge des wirtschaftlichen Strukturwandels nach der Wiedervereinigung rasant an, auf einen ersten Hochstand im Jahre 1997 von 12,7 Prozent (4,4 Mio. Menschen). Darauf folgte wieder eine Erholung der Konjunktur und des Arbeitsmarktes mit einem relativen Tief der Erwerbslosenquote von 10,3 Prozent im Jahre 2001 und ein erneuter Abschwung bzw. ein Anwachsen der Erwerbslosen bis zum Jahre 2005. In diesem Jahr gab es die auffälligste Steigerung der Erwerbslosenquote um knapp 480.000 Personen. Diese Steigerung wird allerdings zu großen Teilen auf die Zusammenlegung von Arbeitslosen- und Sozialhilfe zurückgeführt, die zu einer Verschiebung aus der »Stillen Reserve« in die Sichtbarkeit der amtlichen Statistik geführt hat. Danach wirkte sich die konjunkturelle Besserung auf den Arbeitsmarkt positiv aus. Seit 2005 sind die Arbeitslosenquoten deutlich gesunken, auf 10,1 Prozent im Jahre 2007 (3,8 Mio. Menschen). Umstritten ist die Frage, welchen Anteil die Hartz-Gesetzgebung, die den Leitlinien des »Förderns und Forderns« folgt, an diesem Rückgang der Erwerbslosenzahlen hat. Die Personen, die den Absprung aus der Arbeitslosigkeit schaffen, geraten statistisch gesehen allerdings immer häufiger in unsichere, niedrig entlohnte Beschäftigungsverhältnisse, die nicht immer von der Notwendigkeit, staatliche Fürsorgeleistungen auch weiterhin in Anspruch zu nehmen, entbinden. Trotz einer gewissen Entspannung auf dem Arbeitsmarkt, die seit 2006 nach und nach stattgefunden hat, kann insgesamt noch nicht von einer durchgreifenden Wende gesprochen werden, da die Aufschwungphase vergleichsweise kurz und die Arbeitslosenzahlen – zum Beispiel im europäischen Vergleich – nach wie vor hoch sind.

Die Erwerbslosenquote ist insbesondere in Ostdeutschland anhaltend hoch. In Westdeutschland lag die Quote im Jahre 2007 bei 7,5 Prozent, in Ostdeutschland ist sie mehr als doppelt so hoch und liegt bei 15,1 Prozent, ein ungünstiges Verhältnis zwischen Ost und West, das sich seit 1994 (West 8,1 Prozent, Ost 14,8

---

6 Die im folgenden verwendeten Daten zur Entwicklung der Erwerbslosigkeit sind zum großen Teil entnommen aus: Bundesagentur für Arbeit 04/2008

Prozent) noch verschärft hat. Der Arbeitsmarkt in Westdeutschland erholte sich in den letzten Jahren deutlich schneller als in Ostdeutschland.

In der ersten Jahreshälfte 2008 setzte sich die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt fort, die Zahl der Erwerbslosen in Deutschland reduzierte sich weiter und lag dann bei 3,3 Mio. Trotz des sich abzeichnenden Konjunkturabschwungs sank die Erwerbslosenquote in der zweiten Jahreshälfte weiter und lag im September bei knapp unter 3 Mio. Aufgrund der Finanzmarktkrise und der erwarteten rückläufigen Konjunktur wird für 2009 jedoch wieder ein wachsender Anteil an Erwerbslosen prognostiziert.

Die Arbeitsplatzrisiken sind sehr spezifisch verteilt, sie sind stark an den Bildungsstand der Beschäftigten gebunden: Personen ohne Berufsabschluss hatten im Jahr 2005 eine Arbeitslosenquote von 26 Prozent. Bei Beschäftigten mit abgeschlossener Lehre oder Fachschulabschluss lag die Erwerbslosenquote bei 9,7 Prozent, bei Personen mit Hochschul- oder Fachhochschulausbildung noch mal deutlich darunter, bei nur 4,1 Prozent (vgl. Reinberg/Hummel 2007). Ein niedriger Stand der Bildung und Ausbildung führt zu deutlich schlechteren Erwerbschancen; diejenigen, die im Arbeitsmarkt verbleiben können, sind auch bei der Einkommenshöhe und bei den beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten stark benachteiligt. Geringqualifizierte Arbeitskräfte sind aus Sicht der Unternehmen leichter zu ersetzen, sind also die ersten, die bei Konjunkturbrüchen entlassen werden. Auch ist die Nachfrage nach besser qualifizierten Beschäftigten insgesamt gestiegen, aufgrund der technologischen Entwicklung, organisationsspezifischen Veränderungen und aufgrund der Verschiebung der internationalen Arbeitsteilung. Arbeitslosigkeit nimmt so vor allem unter den wenig Qualifizierten zu.

Ebenso benachteiligt sind ausländische Arbeitnehmer, bei ihnen ist das Risiko, arbeitslos zu werden, doppelt so groß wie in der einheimischen Bevölkerung. Die ungünstige Entwicklung für die ausländischen Beschäftigten hat sich seit 2000 sogar noch verschärft. Im Jahr 2007 lag die Erwerbslosenquote der Deutschen (inkl. Ostdeutschland) 9,3 Prozent, die der Ausländer bei 20,3 Prozent.

Hingegen hat sich die Situation für die Frauen, traditionell eher benachteiligt, auf dem Arbeitsmarkt seit 1995 verbessert, und dies gilt für Ost- und Westdeutschland. Während in Ostdeutschland das Risiko, arbeitslos zu werden, für Frauen und Männer nun nahezu gleich ist – 1995 war es noch anderthalb mal so hoch – sind in Westdeutschland die Erwerbslosenanteile der Frauen mittlerweile sogar geringer als diejenigen der Männer.

Doch ist die Gruppe der Erwerbslosen insgesamt groß, die Öffentlichkeit hat sich nach und nach an einen hohen Stand struktureller Erwerbslosigkeit »gewöhnt«, auch wenn für die Personen selbst erhebliche Nachteile und Einschränkungen damit verbunden sind. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit waren im Mai 2008 in der Bundesrepublik Deutschland immer noch 3,3 Mio. Menschen erwerbslos. Nach offiziellen Schätzungen könnten es insgesamt 5 Mio. sein, berücksichtigt man die Dunkelziffer, indem man die Menschen mit einbe-

zieht, die gerne arbeiten würden, aber nicht als arbeitssuchend gemeldet sind sowie diejenigen, die sich in beschäftigungspolitischen Maßnahmen befinden. Die Hälfte aller registrierten Arbeitslosen sind Langzeiterwerbslose, das heißt, sie sind seit mehr als einem Jahr erwerbslos gemeldet (vgl. Mohr/Richter 2008). Die Langzeiterwerbslosen stellen diejenige Gruppe auf dem Arbeitsmarkt, die am stärksten von den Exklusionsprozessen, den Benachteiligungen und psychischen Folgekosten der Erwerbslosigkeit betroffen sind.

Die Karriere des Exklusionsbegriff verweist nicht nur auf empirischen Wandel der Phänomene sozialer Ungleichheit, sondern ganz zentral auf einen Wandel politischer Strategien. Das Aufkommen des Begriffs der Exklusion hängt sehr stark mit veränderten politischen Denkformen zusammen, die die Aufgaben des Wohlfahrtsstaates neu definieren. Das politische Leitbild des schützenden und versorgenden Wohlfahrtsstaates wandelte sich in den 80er und 90er Jahren in Europa zum Bild eines aktivierenden Wohlfahrtsstaates. Vom Prinzip des Statuserhalts wurde auf das Prinzip der Exklusionsvermeidung umgestellt. Der Staat kann den sozialen Status seiner Bürger, der einmal erreicht wurde, nicht mehr garantieren und erhalten, sondern soll nur den schlimmsten Absturz verhindern und den Wiedereintritt in das Marktgeschehen ermöglichen. Kollektiver Schutz wird nicht mehr gewährt, um die Besitzlosen gegen die Unberechenbarkeit des Marktes zu sichern, sondern die Lücke zwischen den Anforderungen des Arbeitsmarktes und den Qualifikationen und Bedürfnissen der Arbeitnehmer soll im neuen Leitbild durch die individuelle Flexibilität und Plastizität sowie durch individualisierte Requalifizierungsmaßnahmen geschlossen werden. »Das Paradoxe an dieser Politik der Befähigung zum Marktverhalten ist, dass staatliche Maßnahmen weit mehr Einfluss auf die Lebenskonstruktionen der Einzelnen haben als je zuvor.« (Bude/Willisch 2006: 12) Der Staat gibt sich die nicht leicht zu lösende Aufgabe, die strukturelle Differenz zwischen Arbeitskräfteangebot und – nachfrage durch Qualifizierung, durch Mobilität in jeder Hinsicht, durch Plastizität der Ansprüche und Optimierung der Lebensführung lösen zu wollen. Die Sorge des neuen Wohlfahrtsstaates gilt der Behebung von Qualifikationsmängeln und ganz allgemein der Steigerung des Arbeitsvermögens und der Beschäftigungsfähigkeit des Einzelnen. Dabei wird mit Anreizen und Sanktionen gearbeitet: Die Mitarbeit des Einzelnen wird honoriert und mit neuen Chancen, zumindest aber mit einer finanziellen Sicherung belohnt, wer sich aber trotz aller Aktivierungsmaßnahmen nicht aktivieren lässt, stellt sich außerhalb der Allgemeinheit, exkludiert sich: »Der Staat handelt sich auf diese Weise das Exklusionsproblem ein, indem er das Versprechen gibt, die strukturelle Unvollkommenheit des Arbeitskräftepotentials im Dienste eines funktionierenden Arbeitsmarktes selbst beheben zu wollen.« (Ebd.) Diese Politikform wird als neue Form sozialer Kontrolle verstanden, eine Form, die nicht primär autoritär erfolgt, sondern »vielmehr kooperativ zugewandt oder auch pädagogisierend, dabei nicht selten subtil übergriffig, ggf. zynisch, manchmal latent verachtend und nur hier und da noch in Resten paternalistisch oder offen autoritär« (Behrend 2008, 16 f.)



Die Aktualität des Exklusionsbegriffes speist sich aus mehreren Quellen: Durch die Umstellung der Sozialpolitik auf Strategien der Aktivierung und Re-Integration in den Arbeitsmarkt fokussiert sich das sozialpolitische Problem auf strukturelle Exklusionsrisiken, aber auch auf Exklusionserfahrungen sowie auf die widerständige Selbst-Exklusion. »Überzählige« oder »nicht verwertungsgerechte Personen« stellen die Integrationsfähigkeit moderner Gesellschaft in Frage und werfen Gerechtigkeitsfragen auf. Exklusion und soziale Ausgrenzung droht, wenn der Ausschluss aus der marktvermittelten Erwerbsarbeit anhält und damit das grundsätzliche und folgenreiche Herausfallen aus der gesellschaftlichen Arbeitsteilung möglich wird. Je länger die Arbeitslosigkeit anhält und je jünger die Betroffenen sind, desto größer ist das Risiko einer nachhaltigen Exklusion (vgl. Kronauer 2002: 157). Sind die einen von dauerhaftem sozialen Ausschluss bedroht, so findet bei denen, die im Markt inkludiert sind, eine Prekariisierung der Arbeitsverhältnisse statt – eine Ausweitung der »Zone der Verwundbarkeit« (Castel 2000b). Am stärksten sind vier Personengruppen von Exklusionsprozessen betroffen (vgl. Vogel 2004).

An erster Stelle sind wenig oder eingeschränkt qualifizierte Arbeiter zu nennen, deren Arbeitsplätze im Zuge von technischer Rationalisierung, Verlagerung und Deindustrialisierung abgebaut wurden. Beschäftigte mit betriebsspezifischen Qualifikationen, tariflich abgesicherten Einkommen und langfristigen Arbeitsverträgen wurden »ausgegliedert«, zunächst abgedeckt durch Vorruhestandsregelungen, trifft sie dies mittlerweile aber härter. Aufgrund der Altersfrage gelten sie als schwer umschulbar und überbrücken »maßnahmegestützt« die Zeit bis zur Rente.

In der zweiten Gruppe finden sich »deklassierte Facharbeiter und Angestellte« (Vogel 2004: 13), die bei den technologischen Veränderungen der Arbeitswelt nicht mehr vollständig mithalten können. Ihre Versuche, ihre Qualifikation technisch »nachzurüsten«, führten nicht zu einer vollständigen Re-Integration in den Arbeitsmarkt, sondern zu einer »Abwärtsspirale« mit immer kürzeren Beschäftigungsphasen und finanziellen Einbußen: »Das Wechselspiel von Kurzfristjobs, Leiharbeit, Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen und Fortbildung führte sie Schritt für Schritt in die unsicheren und gefährdeten Randbereiche der Arbeitsgesellschaft.« (Ebd.: 14)

Eine dritte Gruppe stark exklusionsgefährdeter Menschen stellen Jugendliche ohne berufliche Ausbildung dar (ebd.). Die Nachfrage nach gering qualifizierten Arbeitskräften hat stark abgenommen. Parallel dazu haben sich die Möglichkeiten, in eine Berufsausbildung zu kommen, in den letzten 15 Jahren stark eingeschränkt. Und so tritt hier ein Teufelskreis in Kraft. Fast 50 Prozent der Langzeitarbeitslosen sind heute Menschen ohne Ausbildung (vgl. Solga 2006). Wenig qualifizierte Jugendliche kommen kaum in den Arbeitsmarkt hinein, ihre Erwerbsverläufe kommen nicht in Gang, ihre Sozialisation ins Erwerbsleben ist grundsätzlich gefährdet. Hier droht Exklusion in einem ganz grundsätzlichen, kaum mehr einzuholenden Sinne.

Die vierte Gruppe der Exkludierten beschreibt Vogel als »Grenzgänger«, die zwischen prekärer und instabiler Beschäftigung, zwischen Erwerbsarbeit und Nicht-Erwerbsarbeit, zwischen Arbeitsmarkt und Randzonen hin und her wandern (vgl. Vogel 2004). Arbeitsgelegenheiten am Rande der Legalität, etwa in der Baubranche, in der Landwirtschaft und im Gastgewerbe, spielen hier eine gewisse Rolle. Die in diesem Segment geformten Erwerbsbiographien weisen eine hohe Diskontinuität auf, die Institutionen der sozialen Sicherung dienen zur Überbrückung der saisonalen Tätigkeiten oder der zeitlich begrenzten Projekte.

Zusammenfassend kann man sagen, dass nicht mehr nur klassische Randgruppen, sondern auch Personen, die vormals im Zentrum der Arbeitsgesellschaft standen, von Prozessen der Exklusion bedroht sind. Die Peripherie der Arbeitsgesellschaft mit ihren prekären Zonen wächst, und auch Beschäftigte mit vormals stabilen Beschäftigungsverhältnissen werden an den Rand gedrängt. Viele Menschen sehen sich gezwungenermaßen in der Lage, »post-fordistische«, unsichere Erwerbskarrieren zu konstruieren, die temporäre Inanspruchnahme staatlicher Leistungen enthalten (vgl. Mutz et al. 1995). »Post-industrielle Arbeitslosigkeit« verfestigt sich und ist »nicht mit ökonomischen, politischen und sozialen Instrumentarien der bekannten Art zu kurieren«, worin »das eigentliche gesellschaftliche Problem der spezifischen Verfasstheit von Nicht-Arbeit in post-industriellen Arbeitsgesellschaften« besteht (ebd.: 305).

Die Krise der Arbeitsgesellschaft werde mit Mitteln und Strategien des Fordismus angegangen und kann kaum Erfolg haben, so Land und Willisch (2006). Die »sekundären Integrationsmodi«, die sich auf Interventionen durch Leistungsbezug sowie auf Arbeitsmarktmaßnahmen stützen, seien lediglich Hilfskonstruktionen, die das Problem der Arbeitsgesellschaft, das in fehlender Arbeit besteht, nicht wirklich lösen, denn die dort angebotene bzw. nachgefragte Arbeit beruhe auf Simulationen. Sowohl die symbolische wie auch die materielle Anerkennung, die mit der Arbeit des zweiten Arbeitsmarktes verbunden ist, seien simuliert, die Plausibilitätsstruktur einer fordistischen Arbeitsgesellschaft werde gewissermaßen durch die sekundäre Integration imaginiert und nachgebildet. »Die imaginierte Arbeit der Arbeitsbeschaffung – wie der Name schon sagt – verfestigt einen Lebensentwurf, der keine positiven Perspektiven bietet. (...) Die Menschen, die diesem »sekundären Sicherungsvorgang« unterliegen, sind die Überflüssigen. Sie sind nicht nur abgekoppelt von der weiteren gesellschaftlichen Entwicklung, sondern sie werden in einer Art arbeitsgesellschaftlichem Schlaf gehalten. In ihren Träumen erscheinen ihnen Arbeiten, die keiner wirklich braucht.« (Land/Willisch 2006: 91) Es werden zwar keine Lebenswelten der Unterklassen produziert, wie sie der globale Kapitalismus in anderen Teilen der Welt hervorbringt, sondern eine Welt der systematisch Überflüssigen, die auf einem halbwegs akzeptierten materiellen Niveau, stillgestellt und von der »realen« Entwicklung abgekoppelt sind. Die simulierte Integration der Transferschleifen stelle eine unechte Parallelwelt dar, die die »echten« Inklusionsmechanismen durch Erwerbsarbeit nur nachbilde. Vergleicht man sie mit den Standards der marktver-

mittelten Erwerbsarbeit, so schneiden sie in der Regel deutlich schlechter ab: schlechter bezahlt und unfreier. Arbeitgeber, Umschulungs- oder ABM-Träger kann man sich nicht aussuchen. Zwischen Arbeitslosigkeit, Maßnahmen und kurzfristiger Beschäftigung kann eine tragfähige und langfristige Lebensperspektive nicht aufgebaut werden, so die Autoren, womit die Frage nach autonomer Lebenssicherung, nach Lebenszielen und Lebenssinn unbeantwortet bleibe.

Diese Argumentation ist zwar nicht falsch, doch stellt sich die Frage nach durchführbaren Alternativen. Da dem Ziel der »Aktivierung«, die Menschen so schnell wie möglich in »echte Erwerbsarbeit« zu bringen, strukturelle Grenzen gesetzt sind, sollten die sozialen Effekte von staatlich geförderten Arbeitsmaßnahmen auch nicht gering geschätzt werden. Soziale und berufliche *skills* können dadurch ausgebaut oder zumindest erhalten werden, und auch die Arbeitsmaßnahmen bringen eine gewisse soziale Einbindung und – möglicherweise – sinnvolle Beschäftigung mit sich. Der Vereinzelung und dem Verlust von zeitlicher und räumlicher Alltagsstrukturierung kann so zumindest vorübergehend entgegengewirkt werden. Unterm Strich muss man feststellen, dass auch geförderte Arbeit Inklusionseffekte erzeugt, »wo »echte« Arbeit fehlt und vorübergehend oder dauerhaft nicht erreicht werden kann« (Promberger 2008: 15).

Welche Auswirkungen die Arbeitsmarkt-Reformen auf die Erwerbsorientierung und -motivation der Betroffenen hat, untersuchte eine qualitative Studie in vier ausgewählten Regionen (vgl. Bescherer/Röbenack/Schierhorn 2008). Obwohl die Ergebnisse dieser Studie statistisch gesehen nicht repräsentativ sind, erlauben sie doch einen dichten Einblick in die Lebenshaltungen und Orientierungen der Erwerbslosen. Mithilfe von 62 Expertengesprächen sowie einer Befragung von ca. 100 Leistungsempfängern des ALG II (bestehend aus Arbeitslosen, ABM-Beschäftigten, »Aufstockern«, geförderten Selbständigen und Ein-Euro- und Mini-Jobbern) wurden Erwerbsorientierungen bei Langzeitarbeitslosen und prekär Beschäftigten untersucht. Die Hypothese des Projektes war, dass das quasi-unternehmerische, kalkulierende Denken und Handeln, welches der »Aktivierungspolitik« der Hartz-Reformen als Leitbild zugrunde lag, bei den Leistungsbeziehern kaum vorausgesetzt werden kann und es deshalb zu einer Tendenz der Verfestigung der »zonalen« Spaltung der Arbeitsgesellschaft, unter Umständen auch zur Herausbildung von Orientierungen jenseits der Erwerbsarbeit kommen könne. Nach Auswertung des empirischen Materials konnten die Autoren sieben typische Erwerbsorientierungen bei Langzeitarbeitslosen und prekär Beschäftigten rekonstruieren, wovon hier die drei zusammenfassenden Grundkategorien wiedergegeben werden sollen.

Die *Um-jeden-Preis-Arbeiter* nutzen jede sich bietende Chance, die Arbeitslosigkeit zu verlassen und wieder in das Erwerbsleben zu gelangen. »Typisch sind mitunter geradezu arbeitsbesessene »Aufstocker« und Selbständige, die mit großer Energie danach streben, Arbeitslosigkeit zu überwinden oder zu vermeiden« (ebd.:20). Diese Gruppe ist zwar in sich heterogen, doch insgesamt davon überzeugt, dass sie ohne persönliches Verschulden in die Arbeitslosigkeit kam

und mit genügend Einsatz diese auch wieder überwinden werde. »Die Erfahrung nur kurz andauernder Arbeitslosigkeit, eine gute Ausbildung und/oder positive Berufserfahrung sowie eine grundsätzlich stabile Selbstwahrnehmung bilden die Basis ihres Engagements.« (Ebd.: 21) Diese Gruppe weist eine große Varianz bei den verfolgten Strategien auf, aber eine insgesamt deutlich größere Intensität der Aktivitäten und Bemühungen, wieder in den Arbeitsmarkt zu kommen; auch die räumliche Mobilität bzw. die Bereitschaft dazu ist deutlich höher als bei den anderen Gruppen der Erwerbslosen.

Auch die *Als-ob-Arbeiter* halten normativ sehr stark an regulärer Erwerbsarbeit fest, sehen sich allerdings, nach längerer Erwerbslosigkeit und vielen Frustrationen aktuell nicht in der Lage, an ihrer Situation in absehbarer Zeit etwas zu ändern. Hier finden sich die häufig über Arbeitsgelegenheiten und Arbeitsmaßnahmen »aktivierten« Erwerbslosen wieder. Die normative Kraft der Arbeit in der Arbeitsgesellschaft ist dennoch ungebrochen hoch, so dass die Betroffenen »ihren Ein-Euro-Job<sup>7</sup> oder auch eine Arbeitsbeschaffungsmaßnahme (ABM) so ausüben, als handele es sich um eine dauerhafte Beschäftigung« (ebd.). Verlässt man morgens immer zur gleichen Zeit das Haus, so kann man zumindest den Anschein erwecken, noch einer regulären Berufstätigkeit nachzugehen. »Der Ein-Euro-Job ist für sie eine willkommene Gelegenheit, die Normalitätsfassade aufrecht zu erhalten« – für sich selbst und für die anderen. Nachbarn und das weitere soziale Umfeld bekommen unter Umständen gar nicht mit, dass man eventuell schon seit langer Zeit arbeitslos ist (ebd.). Die normative Orientierung an der Erwerbsarbeit ist in dieser Gruppe ungebrochen hoch, lässt sich aber mit zunehmender Dauer der Arbeitslosigkeit immer schwerer mit der Realität der mangelnden Erwerbschancen vereinbaren. In dieser Gruppe finden sich Mini-Jobber, Ein-Euro-Jobber oder auch ehrenamtlich Aktive, die sich selbst ein soziales Netzwerk an Kontakten und Wertschätzung aufbauen.

Der dritte zusammenfassende Typus der *Nicht-Arbeiter* entwickelte als einziger Orientierungen, die auf ein Leben jenseits der Erwerbsarbeit zielen. »Mit regulärer Erwerbsarbeit verbundene Dispositionen wurden entweder nie angeeignet oder im Zuge jahrelanger erfolgloser Arbeitssuche nach und nach aufgegeben. An ihre Stelle sind andere Normen, Tätigkeitsformen und Lebensentwürfe getreten« (ebd.: 21). Darunter sind etwa Personen, die über alternative, gesellschaftlich akzeptierte Rollenentwürfe verfügen, zum Beispiel Frauen, die sich der Familienarbeit widmen. Ein anderer Teil der *konventionellen Nicht-Arbeiter* versucht durch Verrentung, zum Beispiel aus Krankheitsgründen, einen legitimen Ausstieg aus dem Leistungsempfang. Viele der Betroffenen haben lange Phasen in prekären, unsteten Beschäftigungsverhältnissen hinter sich. Aufgrund ihres Al-

---

7 »Ein-Euro-Job« ist die umgangssprachliche Bezeichnung für die Arbeitsgelegenheiten nach SGB II, die den Empfängern der Grundsicherung für Arbeitsuchende die Rückkehr ins Erwerbsleben erleichtern sollen. Vgl. Bellmann u. a. 2006; Hohendanner u. a. 2007 und Promberger 2008.

ters oder aufgrund einer Erkrankung sehen sie für sich kaum mehr Chancen auf eine reguläre Beschäftigung und »fügen« sich in ein »unvermeidliches« Leben ohne Erwerbsarbeit. Im Hintergrund stehen allerdings »Selbstbeschränkung, fortgesetzte Enttäuschung sowie das Gefühl von Überflüssigkeit und Entwertung ihrer Arbeits- und Lebenserfahrungen« (ebd.: 22). Die Akzeptanz der Situation fällt leichter, wenn die Personen vorher eine eher instrumentelle Erwerbsorientierung aufwiesen. Mit dem Thema »Erwerbsarbeit« haben sie gezwungenermaßen abgeschlossen. Die *Verweigerer* unter den *Nicht-Arbeitern* hingegen praktizieren bewusst Nicht-Arbeit als gesellschaftlichen Gegenentwurf; sie suchen auch symbolisch keinen Anschluss an die Arbeitsgesellschaft. »Ausgrenzung wird von ihnen nicht rationalisierend bewältigt, sondern schlägt in gezielte Selbstaussgrenzung um« (ebd.: 23) und wird zum Teil politisch begründet. Die Einbindung in subkulturelle oder ethnische Netzwerke ermöglicht eine alternative Lebensweise, alternative Lebensziele und -deutungen sowie ein soziales »Überleben am Rande der Gesellschaft« (ebd.).

Obwohl über die quantitative Bedeutung der einzelnen Gruppen in dieser Studie wenig ausgesagt werden kann, so wird die normative Kraft der Inklusion durch Arbeit in der Erwerbsgesellschaft sehr deutlich. Bis auf eine Gruppe, die offensiv mit der Norm einer generellen Verpflichtung zur Erwerbsarbeit bricht, und dies als alternativen politischen Lebensentwurf betrachtet (die *Verweigerer* unter den *Nicht-Arbeitern*), orientieren sich alle anderen Gruppen unter den Erwerbslosen an der Legitimität der sozialen Norm Erwerbsarbeit sowie an dem – häufig vergeblichen – Wunsch und der Hoffnung zurück in eine reguläre Beschäftigung zu gelangen.

### 5.7 Psychosoziale Folgen von Erwerbslosigkeit

Erwerbslosigkeit bedeutet eine starke Deprivilegierung im Zugang zu gesellschaftlicher Anerkennung, zur Teilhabe sowie auch zu sozialen Gütern. Arbeitslos zu werden, ist für die meisten Menschen, die davon betroffen sind, eine der einschneidendsten negativen Erfahrungen mit vielen unerwünschten Folgen für ihr Wohlbefinden und ihre Gesundheit. Untersuchungen zur Lebenszufriedenheit zeigen einen hohen Anteil von Personen, die sich als »sehr unglücklich« bezeichnen, höher sogar noch als bei Personen, die sich in Scheidung befinden (vgl. Oswald 1996). Die psychosozialen Folgen von Arbeitslosigkeit werden seit langer Zeit intensiv untersucht und sind dementsprechend relativ genau dokumentiert, auch wenn in der Arbeitsmarktpolitik wenig Kenntnis davon genommen wird: »Dies ist umso befremdlicher, als Arbeitslosigkeit aufgrund der erhöhten Elastizität der Arbeit im Zuge der Globalisierung mit zunehmender Häufigkeit immer größere Teile der Gesellschaft treffen wird. Die meisten jungen Menschen müssen sich heute darauf einstellen, irgendwann in ihrem Leben einmal oder mehrere Male arbeitslos zu werden« (Frese 2008).

Besonders ausgeprägt sind die negativen Folgen der Erwerbslosigkeit für die Gruppe der Langzeitarbeitslosen belegt, die vermehrt unter sozialen und psychischen Einschränkungen leiden. Die Inklusionskraft der Erwerbsarbeit in Arbeitsgesellschaften geht weit über die Erzielung von Einkommen und der Teilhabe am Konsum hinaus: »Arbeit und die damit normalerweise verbundene Kooperation, Kommunikation und Beziehungsbildung erzeugen damit nicht nur unmittelbare soziale Integration, sondern auch soziale Anerkennung. Damit nicht genug. Auch die gesellschaftliche Anerkennung jenseits der Gemeinschaftsbeziehungen im sozialen Nahbereich basieren in Arbeitsgesellschaften schlichtweg auf der Tatsache, dass jemand arbeitet – sich selbst und seine oder ihre Angehörigen ernährt, Steuern und Sozialbeiträge bezahlt und an den wirtschaftlichen Kreisläufen eigenständig teilnimmt. Die soziale Anerkennung durch Erwerbsteilhabe ist (neben dem Produzentenstolz) ein wesentlicher Nährboden des Selbstwertgefühles von Arbeitnehmern in Arbeitsgesellschaften.« (Promberger 2008: 9) Die soziale Anerkennung, die in der Erwerbssphäre erworben wurde, wirkt auch in anderen Lebensbereichen fort, »denn Anerkennung, Selbstwertgefühl, Nützlichkeitsempfinden sind Münzen, die auch in anderen Lebensbereichen gelten als in dem, in dem sie geprägt wurden« (ebd.: 12). Arbeit ist damit eine Schlüsselkategorie für die soziale Integration und die psychische Stabilität von Menschen in Arbeitsgesellschaften geblieben, trotz aller Diskurse über mögliche normative Krisen der Arbeitsgesellschaft. Mit dem Verlust des Arbeitsplatzes fallen nicht nur berufliche und außerberufliche Perspektiven, wichtige soziale Kontakte und die Teilhabe an kollektiven Produktionsprozessen weg, sondern es kommen noch negative Effekte der frustrierenden Suche nach einer neuen Arbeitsstelle sowie möglicherweise Probleme mit relevanten anderen Personen aus dem sozialen Nahbereich hinzu.

Schon in der klassischen Marienthal-Studie, die Anfang der 1930er Jahre in einem österreichischen Dorf durchgeführt wurde, das nach der Schließung des einzigen großen Unternehmens der Region zu großen Teilen von Erwerbslosigkeit betroffen war, stellte man massive psycho-soziale Folgeprobleme bei den Erwerbslosen fest (vgl. Jahoda et al. 1975). Man fand Verluste der zeitlichen und räumlichen Orientierungsfähigkeit, Perspektivlosigkeit, wachsende Suchtproblematiken sowie familiäre, soziale und psychische Probleme, Vereinzelung und Verlust der Erfahrung der »Selbstwirksamkeit« – der Wahrnehmung, sein Leben und seine Situation beeinflussen und mitgestalten zu können. Die Forscher führten diese Erscheinungen auf den Wegfall von latenten Funktionen der Erwerbsarbeit zurück, die zu sozialer Integration, individuellem Wohlbefinden und zur Gesundheit beitragen: ein regelmäßiger Rhythmus zwischen Aktivität und Entspannung, eine stabile Zeitstruktur, die Orientierung bietet, eine gewisse Breite und Varianz der sozialen Kontakte sowie die Verfolgung gemeinsamer Ziele in einer Gruppe, die über rein individuelle Orientierungen hinausgehen. Seit der Marienthal-Studie wurden die psychischen und gesundheitlichen Einschränkungen, die Erwerbslosigkeit mit sich bringt, von der sozialpsychologischen und –medizinischen Forschung häufig bestätigt (vgl. Holleder/Brand 2006). Arbeits-

lose weisen einen deutlich schlechteren Gesundheitszustand auf als Beschäftigte, wie zahlreiche einschlägige Untersuchungen belegen. Strittig war lange, ob nicht auch Selektionseffekte dabei eine Rolle spielen, diskutiert wurde also die Frage, ob Kranke eher arbeitslos werden oder ob Arbeitslosigkeit krank macht. Nach aktuellem Forschungsstand existieren sowohl Selektions- wie auch Verursachungseffekte (vgl. ebd. sowie Holleder 2003 und Mohr/Richter 2008). Die Verursachungseffekte sind allerdings deutlich stärker ausgeprägt als die Selektionseffekte. Hauptsächlich sind die höheren Krankheitsraten bei Arbeitslosen also aus der psycho-sozialen Deprivilegierung zu erklären (vgl. auch Paul/Hassel/Moser 2006).

Insbesondere langandauernde Arbeitslosigkeit kann psychische oder somatische Krankheiten verursachen oder verschlimmern, wie neuere Meta-Analysen zeigen (vgl. Paul/Moser 2001 und Murphy/Athanasou 1999). Je länger die Erwerbslosigkeit andauert, desto mehr nehmen Gesundheitseinschränkungen zu. Die meisten Menschen, die arbeitslos werden, erleben eine Verschlechterung ihrer psychischen Gesundheit, unter den Erwerbslosen ist der Anteil psychisch beeinträchtigter Personen doppelt so hoch wie bei der erwerbstätigen Bevölkerung: »Depressivität, Angstsymptome, psychosomatische Beschwerden und die Auswirkungen auf das Selbstwertgefühl sind als psychische Folgen der Erwerbslosigkeit nachgewiesen« (Mohr/Richter 2008: 26). Schon in der Phase der Bedrohung des Arbeitsplatzes treten negative physiologische Stressreaktionen auf, selbst bei denen, die auch weiterhin im Beschäftigungsverhältnis bleiben.

Die negativen Auswirkungen der Erwerbslosigkeit auf Psyche und Gesundheit verschwinden überwiegend, nachdem eine neue Arbeitsstelle gefunden wurde – außer bei den Personen, die in einem sog. »bad job«, in einem gering bezahlten und hochgradig unsicheren Arbeitsverhältnis, beschäftigt wurden. Wenn Erwerbslose davon ausgehen können, bald wieder eine Arbeitsstelle zu finden, stellen sich die beschriebenen negativen Wirkungen für Psyche und Gesundheit nicht oder deutlich weniger ausgeprägt ein. Dennoch können sich Phasen der Erwerbslosigkeit auch biographisch nachhaltig auswirken: Ist man im frühen Erwachsenenalter länger arbeitslos gewesen, so hat dies statistisch einen nachweisbaren negativen Einfluss auf die spätere Gesundheit. Kinder erwerbsloser Eltern haben ein höheres Risiko, später selbst arbeitslos zu werden (vgl. ebd.).

In den ersten Monaten der Erwerbslosigkeit sind die beschriebenen psychosozialen Effekte eher gering ausgeprägt, es kann sogar zu dem paradoxen Effekt kommen, dass die ersten Wochen nach Verlust des Arbeitsplatzes geradezu wie ein Urlaub erlebt werden. Erst mit zunehmender Dauer der Erwerbslosigkeit wendet sich die Situation und es kommt zu den einschneidenden psychosozialen Folgen, die in der Literatur beschrieben werden (vgl. Frese 2008), bei Langzeiterwerbslosigkeit verdoppeln sich die Effekte geradezu und wirken sich verheerend aus. Langanhaltende Arbeitslosigkeit »führt zu Depressionen, zu psychosomatischen Beschwerden, zu Störungen des Wohlbefindens; sie hat insgesamt negativen Einfluss auf die Psyche. An Depressionen zu leiden, bedeutet von erhöh-

ter Niedergeschlagenheit befallen zu sein; nicht selten steigen die Depressionen bei vorher unauffälligen Individuen sogar so stark an, dass diese psychiatrisch auffällig werden; oft werden sie sogar so groß, dass die Betroffenen an Selbstmord denken.« (Ebd.: 22 f.) Die Niedergeschlagenheit äußert sich in langsameren Bewegungen, langsameren Gehen zum Beispiel (vgl. auch die Marienthal-Studie), verringertem Interesse an der Umwelt und am Leben generell, häufig auch in Schmerzen in verschiedenen Körperregionen. Die Wahrscheinlichkeit, einen Herzinfarkt oder Schlaganfall zu erleiden, ist bei Langzeitarbeitslosen deutlich erhöht, das Immunsystem ist, vermittelt durch Stressoren, geschwächt, was eine erhöhte Anfälligkeit für verschiedene Infektionskrankheiten zur Folge hat (vgl. ebd.). Statistisch gesehen, verringert vor allem langandauernde Erwerbslosigkeit die Lebenserwartung. Erwerbslosigkeit führt überdies nicht selten auch zur Ausbildung oder Verstärkung ungünstiger Gewohnheiten, die sich ebenfalls negativ auf den Gesundheitszustand niederschlagen, wie zum Beispiel erhöhter Alkohol- oder Tablettengebrauch und ungünstigem Ernährungs- und Bewegungsverhalten. »Und wenn es in der Ehe eines Arbeitslosen ohnehin schon kriselte, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass sich die Krise in der Zeit der Arbeitslosigkeit verstärken, die Ehe zu Bruch gehen wird.« (Frese 2008: 23)

Die finanzielle Situation des Betroffenen scheint erheblichen Einfluss auf die psychosozialen Wirkungen der Arbeitslosigkeit zu haben; die negativen Effekte verringern sich, wenn ausreichend Mittel zur Verfügung stehen. Je weniger Geld zur Verfügung steht und je belastender dies von den Betroffenen wahrgenommen und erlebt wird, desto ausgeprägter sind die negativen psychosozialen Folgen. Für Freizeitaktivitäten stehen dann kaum Mittel zur Verfügung, und das Selbstwertgefühl verschlechtert sich deutlich. Dabei trifft es diejenigen Erwerbslosen, die besonders motiviert sind, eine neue Arbeitsstelle zu finden, besonders hart, da sie auf Dauer am stärksten unter der Arbeitslosigkeit leiden. »Das ist zunächst einmal nicht überraschend, denn was man sehr schätzt, fehlt einem auch mehr, wenn es nicht zur Verfügung steht. Es ist aber insofern ein paradoxes Resultat, als die Gesellschaft von Arbeitslosen verlangt, motiviert nach einer Arbeit zu suchen. Diejenigen, die sich an diese »gesellschaftliche Vorschrift« halten, leiden besonders stark.« (Frese 2008: 23). Dennoch überraschend ist das Ergebnis der Erwerbslosenforschung, dass sich eine mittlere Arbeitsorientierung günstiger auf die psychische Befindlichkeit sowie auf die Wiedervermittlungschancen auswirkt als eine hohe (vgl. Mohr/Richter 2008).

Finanzielle Probleme können dazu führen, dass umso intensiver nach einer neuen Stelle gesucht wird, andererseits tragen die finanziellen Probleme zu den negativen Effekten im Hinblick auf die psychosoziale Gesundheit bei: »Kurzfristig erhöht Geldmangel die Motivation, eine Stelle zu suchen, langfristig tragen finanzielle Probleme allerdings dazu bei, dass sich die negativen Effekte der Arbeitslosigkeit erhöhen.« (ebd.: 23 f.). Die Verknappung der Mittel im Zuge der Hartz-Reformen hat dadurch paradoxe Effekte: Die Motivation und Eigeninitiative der Erwerbslosen wird zwar stimuliert, mittelfristig werden allerdings höhere



psychische sowie gesellschaftliche Kosten, zum Beispiel im Gesundheitssystem bewirkt. Auch die Frage der Hoffnung hat einen paradoxen Einfluss: Wenn Erwerbslose hoffen, bald wieder eine Arbeit zu finden, wirkt sich dies zunächst positiv aus, verkehrt sich allerdings vollkommen ins Gegenteil, wenn die Erwerbslosigkeit länger andauert und die Hoffnung wiederholt enttäuscht wird: »Arbeitslose, die Hoffnungen auf eine Wiedereinstellung haben, werden durch die sich wiederholende Ablehnung ihrer Bewerbungen noch mehr geschädigt als jene, die von vornherein eher geringe Hoffnungen auf eine Wiederanstellung haben.« (Ebd.: 24) Die von der sozialen Umwelt erfahrene Unterstützung in Form von »Mut machen« kann sich so durchaus kontraproduktiv auswirken, wenn doch keine Arbeitsstelle gefunden wird. Die emotionale Unterstützung des Erwerbslosen durch sein soziales Umfeld wirkt sich zwar insgesamt positiv aus und stabilisiert das Selbstwertgefühl, die unterstützenden Netzwerke werden allerdings mit der Dauer der Erwerbslosigkeit in der Tendenz kleiner. Hinzu kommt, dass eine Unterstützung durch andere Erwerbslose von den Betroffenen in der Regel als hilfreicher erfahren wird als die von Familie und Freunden (vgl. Mohr/Richter 2008). Die »soziale Scham« über die Erwerbslosigkeit scheint sich angesichts der öffentlichen Diskurse über möglichen Missbrauch deutlich verstärkt zu haben, der Anteil der Menschen, die nicht bekannt werden möchten, dass sie arbeitslos sind, ist zwischen 1986 und 2003 von 13 Prozent auf 25 Prozent gestiegen (vgl. ebd.).

Als weitere paradoxe Folge wird beschrieben, dass Erwerbslose, die illegalerweise in der Schattenwirtschaft arbeiten, durchschnittlich gesünder sind als diejenigen, die dies nicht tun. Dies gilt für jegliche Form der alternativen Beschäftigung, etwa für ehrenamtliche Tätigkeiten, die Arbeit in Vereinen oder in Arbeitsloseninitiativen: »Je mehr arbeitsähnliche Aufgaben übernommen werden, desto geringer dürften die negativen Effekte des Verlustes des Arbeitsplatzes sein.« (Ebd.: 23) Das Vorhandensein einer Alternativrolle, die sozial akzeptiert und individuell geschätzt wird, mindert ebenfalls das Leiden an der Erwerbslosigkeit – zum Beispiel bei Frauen, die gerne wieder vorrangig in der Kindererziehung tätig sind. Dies gilt allerdings nicht für Frauen, die diese Rolle nicht einnehmen können, wie zum Beispiel Alleinstehende mit Kindern, oder nicht einnehmen wollen, weil sie sich in ihren sozialen Entfaltungsmöglichkeiten nicht auf die Hausfrauenrolle beschränken lassen wollen.

Man kann zusammenfassen: Je länger die Erwerbslosigkeit andauert und je größer die damit verbundenen sozialen und finanziellen Einschränkungen sind, desto stärker wirkt sich die Situation auf die psychische und körperliche Gesundheit des Betroffenen aus. Damit wächst »die Bedrohung gerade jener Ressource, welche die Person für den Wiedereinstieg benötigt: die personale Ressource (psychische) Gesundheit« (Mohr/Richter 2008). Aus Sicht der Sozialpsychologie ist es deshalb die dringlichste politische Aufgabe, Langzeitarbeitslosigkeit, die gerade in Deutschland statistisch vergleichsweise hoch ausfällt, »mit allen gesellschaftlich akzeptablen Mitteln« (vgl. Frese 2008: 24) zu verringern. Zudem gilt:

Sollen Erwerbslose erfolgreich wieder in den Arbeitsmarkt gebracht werden, so muss in vielen Fällen als erstes ihre psychische Stabilität gesichert werden, denn die Verbesserung der psychischen und gesundheitlichen Situation ist eine Voraussetzung für die »Wiedervermittelbarkeit«. Bei den gesellschaftlichen Kosten der Erwerbslosigkeit würden die gesundheitlichen Effekte und die dadurch verursachten individuellen und gesellschaftlichen Kosten in der Regel nicht mitbedacht; gerade bei langer Arbeitslosigkeit fallen diese besonders hoch aus. Darüber hinaus sind alternative Rollen und Aufgaben zu fördern und zu unterstützen, da jede alternativ übernommene Arbeit, einschließlich der Schwarzarbeit, »eine psychohygienisch positive Funktion« (ebd.) habe. Auch die Integration in den zweiten Arbeitsmarkt hat nachgewiesenermaßen positive Auswirkungen auf Selbstwertgefühl und Gesundheit; auch wenn sich der Gesundheitszustand nach Ende der Arbeitsmarkt-Maßnahme wieder verschlechtert, so zeigt sich doch in langfristigen Untersuchungen, dass es zumindest zu einer Stabilisierung der psychischen Situation kommt (vgl. Mohr/Richter 2008). Eine Integration in die Erwerbssphäre ist für die Menschen in Arbeitsgesellschaften offenbar von zentraler Bedeutung für personale und soziale Identität, für Integration und psychische Gesundheit.

## 5.8 Dimensionen der Exklusion

Vor dem Hintergrund der skizzierten Debatte um Exklusion, Exklusionsphänomenen sowie vor dem Hintergrund der nachgewiesenen einschneidenden psychosozialen Folgen der Erwerbslosigkeit soll nun analytisch betrachtet werden: Welche Dinge sind es denn genau, die da fehlen, wenn die Erwerbsarbeit fehlt? Wovon ist man ausgeschlossen? Welche Dimensionen des Lebens und Erlebens, welche Dimensionen der sozialen Teilhabe verbinden sich mit der Erwerbsarbeit? Welche Aspekte des Verhältnisses zwischen Individuum und Gesellschaft sind im Einzelnen betroffen bzw. in Mitleidenschaft gezogen, wenn der Arbeitsplatz fehlt und eine (Re-)Integration in den Arbeitsmarkt nicht gelingen will? Welche biographischen Lebensziele und Entwicklungsaufgaben verbinden sich für das Individuum mit der Erwerbsarbeit?

Erst im 19. und 20. Jahrhundert wurde die Arbeit als eigene Sphäre organisiert und von anderen Lebensvollzügen abgetrennt. Damit wurden soziale Chancen, gesellschaftliche Integration und Selbstbild des Menschen in hohem Maß an die marktvermittelte Erwerbsarbeit geknüpft. Im Prozess der Industrialisierung »avancierte der [...] Kapitalismus zum allgemeinen Prinzip des wirtschaftlichen Lebens, drang auch tief in die Welt der Arbeit ein und prägte diese um.« Arbeit wurde nun als Erwerbsarbeit, »als Sphäre für sich konstituiert: durch die Emanzipation des wirtschaftlichen Handelns aus feudalen, ständischen und moralisch-politischen Schranken. [...] Arbeit wurde zu einem relativ klar ausdifferenzierten Teilsystem, das nach eigenen Regeln funktionierte« (Kocka 2000: 480). Doch

scheint die Lohnarbeit, obwohl im Marxschen Sinne ein Zwangsverhältnis aus Mangel an alternativen Subsistenzquellen, und manchmal von Betroffenen sicherlich auch als Zwangsverhältnis empfunden und erlebt, mehr zu bieten als die nackte und notwendige Existenzsicherung, wie schon klassische Untersuchungen wie die Marienthal-Studie gezeigt haben. Die Freisetzung von der Lohnarbeit wird nicht unbedingt als Befreiung empfunden. Die marktvermittelte Arbeit ist nicht nur mit der ökonomischen Existenz der Menschen, sondern auch mit ihrer Kompetenz, ihrer sozialen Identität und ihrer sozialen und kulturellen Integration verbunden. Arbeit ist einer der bedeutendsten Vergesellschaftungsfaktoren und macht nach Max Weber einen wichtigen Teil der Lebenspraxis von Menschen aus. G. H. Mead sowie John Dewey maßen der Arbeit große Bedeutung bei als Mittel und Form der Sozialisation des Menschen. Arbeit wird begriffen als sinnhaftes Handeln, durch das das Subjekt sich Realität aneignet und verändert. Dabei erfährt sich der Mensch als aktiv und sinnhaft Handelnder, der in einem positiven Austauschprozess mit einem Kollektiv steht, was wiederum relevante Auswirkungen auf sein Selbstbild und seine Identität hat. Arbeit kann, zumal im Kapitalismus, in Organisationsformen des sozialen Zwangs, der technischen Subsumtion und Kontrolle stattfinden und als entfremdet erlebt werden. Und trotzdem bietet sie Identitätschancen: Chancen auf Auseinandersetzung mit einer Sache oder Materie, auf die Befriedigung, produktiv tätig zu werden und/oder Probleme zu lösen, auf Entwicklung und Kompetenzerweiterung, auf befriedigende soziale Kontakte, auf soziale Anerkennung und Einfluss. An die Erwerbsarbeit knüpfen sich für das Subjekt prinzipiell verschiedene biographische Dimensionen. Erwerbsarbeit ist von Bedeutung im Hinblick auf die materielle Lebenssicherung einer Person, im Hinblick auf Kompetenz, auf gesellschaftlichen Status, auf Anerkennung, im Hinblick auf die soziale Rolle und die Aspekte von Identität, die man erreichen und verwirklichen kann. Im Folgenden sollen diese Dimensionen der Erwerbsarbeit analytisch beschrieben werden<sup>8</sup>:

*Instrumentelle Dimension/Lebensziele:* Erwerbsarbeit bietet dem Subjekt die Möglichkeit, instrumentelle Ziele zu verwirklichen. Äußere Lebensziele können verfolgt werden, zum Beispiel eine eigene Wohnung zu beziehen, ein eigenes Auto zu erwerben, einen Hausstand oder eine Familie zu gründen, und sich dies oder jenes zu leisten. Zu den instrumentellen Zielen gehören jedoch nicht nur Konsummöglichkeiten, sondern auch sichtbarer Erfolg, sozialer Status, das Bedürfnis auf Freizeit und auf eine bestimmte Form der Nutzung dieser freien Zeit. Auch das Bedürfnis nach finanzieller Absicherung unsicherer biographischer Phasen, zum Beispiel im Alter, oder nach finanzieller Unterstützung anderer (beispielsweise des Studiums der eigenen Kinder) gehört zu den instrumentellen Dimensionen des Arbeitsbezugs. Neben der Erreichung dieser konkreten Ziele sind auch die symbolischen Effekte dieser sichtbaren »Lebenserfolge« von Be-

---

8 Für das nachfolgende Modell wurden – neben einschlägiger arbeitssoziologischer Literatur – Anregungen von Behrend 2007 aufgenommen, vgl. auch Wacker 2001.

deutung, die eine zusätzliche Quelle von sozialer Anerkennung und Integration darstellen. Der durch Erfolge im Berufsleben erworbene Besitz und der familiäre Lebensstil spichen für sich und tragen eigenständig zur Vermehrung sozialen Ansehens bei. Erfolge können so gewissermaßen doppelt verbucht werden: Durch direkte Anerkennung im Beruf einerseits und andererseits durch die symbolische Anerkennung des Lebensstils, den man sich leisten kann, und der Lebenserfolg und Tüchtigkeit im sozialen Umfeld symbolisch darzustellen vermag. Mit der Erwerbslosigkeit und den im Vergleich zur »echten« Erwerbsarbeit sehr schmalen Einkommen aus Unterstützungsleistungen und Arbeitsmaßnahmen ist die Erreichung instrumenteller Ziele ausgesetzt beziehungsweise sehr stark eingeschränkt.

*Ökonomische Bewährung/Autonomie:* Erwerbsarbeit bietet die Chance auf ökonomische Unabhängigkeit und biographische Bewährung. Mit Hilfe von Erwerbsarbeit kann Unabhängigkeit von den Eltern, von der Familie im weiteren Sinne, sowie von sozialen Netzwerken und staatlichen Institutionen erlangt werden. Eine zentrale biographische Bewährungsdimension ist deshalb an die Erwerbsarbeit geknüpft: Sich durch eigene Arbeit selbst zu versorgen ist eine wichtige Dimension des Erwachsenwerdens und stellt eine zentrale Chiffre der Identitätsentwicklung in der individuellen Biographie dar. Ein Rückfall in die Abhängigkeit von Familie oder auch vom Staat – wenn sie nicht als vorübergehende Übergangsphase oder schlicht als ein instrumentelles Versicherungsverhältnis definiert wird – stellt damit potentiell eine Quelle der Bedrohung der personalen Autonomie dar, und kann krisenhaft, auch im Hinblick auf Identitätsprozesse, erlebt werden. Die Erfahrung von Handlungsautonomie, auch und gerade in ökonomischer Hinsicht, gehört zu den Grundlagen der Identität eines erwachsenen Subjektes. Schon allein aus diesem Grund wird Erwerbslosigkeit, die länger andauert und nicht mehr als »legitime Übergangs- und Reflexionsphase« definiert werden kann, auch als Identitätskrise erlebt. Hierbei kann die symbolische Handhabung öffentlicher Unterstützung von Bedeutung sein: Ob jemand ein »Grund-einkommen« für nützliche und gemeinnützige »Bürgerarbeit« erhält oder einen »1-Euro-Job« für simulierte Arbeitsanforderungen – dies kann nicht nur materiell, sondern auch symbolisch einen relevanten Unterschied machen.

*Sachbezogene Dimension/Stofflichkeit der Arbeit:* Jede Arbeit beinhaltet eine Auseinandersetzung mit einer sachlichen Aufgabe, die verschiedene Eigenschaften und Aspekte der Persönlichkeit fordert und die deshalb unter den richtigen Rahmenbedingungen mannigfaltige Entwicklungs- und Befriedigungschancen mit sich bringen kann. Subjekte sollten dabei weder unter- noch überfordert sein, wie die psychologische Forschung zeigt (vgl. Csikszentmihalyi 2004). Im richtigen Maße gefordert zu sein ist offenbar eines der Geheimnisse erfüllter Arbeit, neben den sozialen Rahmenbedingungen, die von einem positiven Austausch und befriedigenden Anerkennungschancen und Leistungszielen gekennzeichnet sein sollten. Um gegebene stofflich-technische oder auch sozial-kommunikative Aufgaben zu lösen, braucht es eine bestimmte Ausbildung, ein bestimmtes Vorwis-

sen bzw. Vorerfahrungen. Man benötigt persönliche Kompetenzen, Sachwissen, »tacit knowledge«, Einsatz, Phantasie und Kreativität. Man ist als Subjekt gefordert und kann sich als Subjekt beweisen, auf der Basis soliden Wissens, das gewissermaßen personalisiert wird. Es gilt, ein bestimmtes Niveau des Könnens, bestimmte berufliche oder handwerkliche Standards zu beachten und sich an ihnen zu messen. Diese stofflich-sachliche Seite der Arbeit bietet auch Möglichkeiten der ästhetischen Erfahrung und Befriedigung: Eine Aufgabe möglichst elegant und vollendet zu lösen, und dabei gelungene, perfekte oder kunstvolle, in ihrer Art besondere Ergebnisse zu erzielen – diese Dimension kann vielfältige und wichtige Quellen personaler Erfahrung und Identität bilden. Für gelungene sachbezogene Problemlösungen darf das Subjekt sich darüber hinaus innerlich belohnen. Es darf stolz auf die eigene Leistung sein und erweist sich dabei sowohl als subjektiv kompetent als auch in Übereinstimmung mit sozialen Normen und Rollenanforderungen des Kollektivs. Im Idealfall kommt es zur Übereinstimmung des subjektiven Erfolgsgefühls mit dem Durkheimschen Kollektivgefühl – eine strukturell seltene, aber befriedigende Situation. Das Individuum kann seine Kompetenzen sinnvoll ein- und umsetzen, das Gelernte umsetzen und eigenständig »verwerten«, es gewinnt an Souveränität und Handlungsmacht. Es kann sich sachbezogene Autorität und Einfluss zuschreiben. Die sachbezogene Problemlösung bietet für das Subjekt somit mannigfaltige Befriedigungs- und Identitätschancen: Im gelungenen Fall erlebt man sich als kompetent und wirkungsmächtig gegenüber der stofflichen oder sozialen Umwelt. Der Wegfall der Erwerbsarbeit kappt damit auch vielfältige sozialpsychologisch relevante Entwicklungs- und Identitätschancen. Die Erfahrung der Wirksamkeit des eigenen Handelns gegenüber der stofflichen und sozialen Umwelt kann erheblich eingeschränkt oder gar zerstört werden – und damit auch persönliche und motivationale Grundlagen des Handelns.

*Sozial-kollektive Dimension/Vergemeinschaftung durch Arbeit:* Durch Erwerbsarbeit ist das Individuum ein produktiver Teil des »hocharbeitsteiligen Gesellschaftskörpers«. Es hat einen zugewiesenen Platz in der Gesellschaft und eine Funktion innerhalb der Arbeitsteilung der Gesellschaft bzw. einer Organisation. Damit wird das Subjekt wirkungsmächtiger Teil eines sozialen Gebildes, womit eine Wechselseitigkeit der Austauschbeziehungen und soziale Anerkennung verbunden sind. In empirischen Studien konnte gezeigt werden, dass diese Aspekte der Einbindung in ein soziales Kollektiv, die befriedigenden sozialen Kontakte und die Anerkennung des Subjekts, die mit dieser Erfahrung verbunden ist, von den Arbeitnehmern als sehr zentral für ihre Erwerbsarbeit angesehen werden. Selbst in hocharbeitsteiligen, tayloristischen Arbeitsverhältnissen kann die sozial-kollektive Dimension, in Teilen auch die sachbezogene Dimension der Arbeit, als befriedigend und für die personale Identität bedeutsam erlebt werden. Selbst der Verlust von industriellen Akkordarbeitsplätzen wird als schmerzlich erlebt, wenn befriedigende soziale Beziehungen damit verbunden waren (vgl. Becker-Schmidt 1983, 1984). Erwerbslosigkeit bedeutet zunächst in der Regel den Aus-

schluss aus der erlebten Kollegialität und Kollektivität und einen Rückzug auf das persönlich-private Umfeld. Häufig folgt, aus Scham oder der Antizipation der negativen sozialen Anerkennungseffekte, ein Rückzug auch aus anderen sozialen Kollektiven (vgl. Jahoda et al. 1975). Vereinzelung und soziale Entfremdung können deshalb eine Folge des Arbeitsplatzverlustes sein.

*Zeitliche, räumliche und normative Strukturierungsleistungen:* Arbeit strukturiert den Alltag und die Biographie, fungiert als klein- und großteiliger Zeitgeber, gliedert den Tag, die Woche und das Jahr. Arbeit – bzw. der Weg zur oder von der Arbeit, Dienstreisen etc. – bestimmt auch die Bewegungen der Menschen im Raum sowie ihre Erfahrungen in unterschiedlichen sozialgeographischen Räumen. Kontrasterfahrungen zwischen Stadt und Land, zwischen unterschiedlichen urbanen Räumen, in denen sich Teile der Arbeit abspielen, sowie in unterschiedlichen Kulturen können damit verbunden sein. Arbeit liefert in der Regel auch ein normatives Gerüst für die alltäglichen Handlungen und Kommunikationen – im Rahmen der Arbeit weiß man in der Regel, was man zu tun hat und warum, ebenso, was man besser lassen sollte. Die Marienthal-Studie zeigte eindrucksvoll, wie bedeutend diese alltäglichen Strukturierungsleistungen sind, die mit der Erwerbsarbeit verbunden sind. Fällt Arbeit weg, so stellt sich die Frage nach alternativen Strukturierungsquellen. Wie werden diese hergestellt? Sind die Subjekte ganz auf sich gestellt bei der zeitlichen und normativen Strukturierung ihres Alltags? Haben sie die Kompetenzen dazu erworben? Woraus können sich alternative Quellen der Strukturierung speisen? Aus welchen Rollen und Subsystemen? Aus der Familie mit ihrer Strukturen, aus politischem Engagement, aus anderen Organisationen? Aus einem abstrakten gesamtgesellschaftlicher Diskurs oder aus symbolischen Medienwelten?

*Sinnstiftungsbezug/Selbstkonstitution als Gattungswesen:* Arbeit ist von Bedeutung für das Gefühl, biographischen Sinn zu generieren, etwas Sinnvolles im Leben zu leisten und die Zeit, die einem zusteht, nicht nutzlos zu vertun, sondern in Übereinstimmung mit gesellschaftlichen Normen und Werten bestimmte Ziele zu erreichen. Die eigene Biographie wird durch Arbeit und Leistung in ein gesellschaftliches Ganzes, vielleicht sogar in generationenübergreifende Projekte und Ziele, eingeordnet. Auch die anderen oben beschriebenen Dimensionen der Erwerbsarbeit können Bausteine für den Sinnstiftungsbezug von Arbeit liefern: Man bewährt sich als autonomes Individuum, man ist Teil eines Kollektivs, man ist kompetent und löst bestimmte, sinnvolle Sachaufgaben. Durch Tätig-Sein werden die Fähigkeiten und Anlagen des Individuum sinnvoll genutzt und können sich entfalten – die Lebenszeit verstreicht nicht sinnlos. Durch Arbeit hat man die Chance, schicksalhafte Prozesse zu strukturieren, eine Handlungs- anstatt einer »Erleidenslogik« aufzubauen (vgl. hierzu Ezzy 2000). Durch stoffliche und sachbezogene Problemlösungen konstituiert sich das Individuum selbst; eine solche »Entäußerung« ist anthropologisch bedeutsam, denn die schaffensbezogene Handlung strukturiert und gestaltet die Umwelt, gibt dem Chaos eine Ordnung. Die Entwicklung und Umsetzung der eigenen Potentiale, die Selbstkonsti-

tution als Subjekt und Gattungswesen durch eigene, autonome Strukturierungsleistungen und nicht zuletzt auch durch semantisch und ästhetisch stimmige Ordnungen – all dies kann Sinn generieren. Eine der grundlegendsten Funktionen der Kultur ist, das Chaos der sinnlich wahrgenommenen Umwelt rhythmisch und ästhetisch zu gliedern und in eine sinnhafte Ordnung zu bringen. Dies geschieht wesentlich auch durch aktive Aneignung und Gestaltung der Umwelt im Rahmen einer symbolisch strukturierten Wissensordnung und entsprechender Arbeitsprozesse.

Nicht alle identitätsstiftenden Bedürfnisse des Subjekts können durch Arbeit hinreichend gelöst werden – neben der Erwerbsarbeit muss wohl noch anderes hinzukommen. Jedoch bildet Erwerbsarbeit einen wichtigen Bestandteil zur positiven Bewältigung von biographischen Anforderungen. Generalisierend kann man zusammenfassen: Arbeit – sofern sie nicht als völlig fremdbestimmt, entfremdet und ungerecht entlohnt erlebt wird, was für einen Teil der spätmodernen Arbeitsverhältnisse sicher auch gilt, bietet die Chance, Selbstwirksamkeit auf allen oben beschriebenen Dimensionen und Ebenen zu erfahren (vgl. Bandura 1997). Man erlebt sich durch Arbeit als handlungsmächtig und kompetent, sammelt Wissen und Erfahrung und kann dieses in aktuelle Problemlösungen umsetzen.

Durch sinnvolle, bezahlte Arbeit bestimmt nicht *fate* – Schicksal – das eigene Leben, sondern *agency* – Handlung und Aktivität (vgl. Ezzy 2000). Im Vordergrund stehen dadurch nicht biographische Verlaufskurven, die man erleidet (vgl. Schütze 1981 sowie Riemann 1987), sondern Handlungsmuster können dem Alltag und der Biographie einen Sinn sowie Schutz gegen Kontingenz und Unsicherheit geben. Natürlich kann auch Arbeit »erlitten« werden, als lästige Pflicht, als Zwang, als schlechtbezahlter Fron und als entfremdet gestaltete Zeit. Nicht alle Beschäftigungsverhältnisse beinhalten eine angemessene Bezahlung und gute Arbeitsbedingungen, nicht alle bieten Gestaltungsspielräume und positive Entfaltungsmöglichkeiten. Sicher wird man problematische Arbeitsverhältnisse in der empirischen Realität finden, die die psychosozialen Probleme der Erwerbslosigkeit nicht »aufheben«. Jedoch bieten die Arbeitsverhältnisse, deren Entlohnung, Bedingungen und Chancen auf soziale Anerkennung als »gerecht« akzeptiert werden, zumindest die Chance auf Erfahrungen von Kompetenz, Kooperation, Integration und Selbst-Wirksamkeit.





## 6. Forschungsfragen und Methoden

---

Das zentrale Anliegen der vorliegenden Forschungsarbeit ist, zu zeigen, wie sich gesellschaftliche Prozesse der Inklusion und Exklusion in der symbolischen Kommunikation und Selbstrepräsentation repräsentieren. In den persönlichen Objekten drücken sich sowohl sozialstrukturelle Zuordnungen und kulturelle Inklusionen (vgl. Bourdieu 1984), wie auch Aspekte der personalen Identität (vgl. Kap. 1) aus. Methodisch bildet die persönliche Objektwelt einen Schlüssel für den Zugang zum Thema, einen markanten Kreuzungspunkt von Sozialstruktur und personaler Identität. In den Objekten bündeln sich funktionale, praktische, ästhetische und biographische Verweise, sie stehen als Zeichen für das feine Wechselspiel von sozialstrukturellen »Prägungen« und persönlichen Sinnhorizonten. Die dinglichen Objekte verweisen auf das Innen und das Außen der Person sowie auf die dazwischen hin- und herlaufenden dynamischen Wechselwirkungen und Verbindungen. Bei der Analyse der Daten ist deshalb das dichte und nicht unbedingt konfliktarme Wechselspiel von personaler Identität und gesellschaftlichen Zuschreibungen in den Blick zu nehmen, das sich beispielhaft in bestimmten Narrationen, in Geschichten und eben in den Objekten selbst ausdrückt. Im Focus der empirischen Untersuchung steht die Untersuchungsgruppe der Erwerbslosen, bei der die symbolische Vermittlung und Repräsentation von sozialer Inklusion und Exklusion rekonstruiert werden. Um die symbolischen Kommunikationsformen dieser Gruppe prononcierter nachzeichnen zu können, und das Wesentliche dabei erkennen zu können, wurden darüber hinaus ergänzende Zusatzerhebungen in Vergleichsgruppen durchgeführt – bei Erwerbstätigen in verschiedenen Berufen und Statusgruppen sowie bei Studierenden.

## 6.1 Symbolische Vermittlung von Inklusions- und Exklusionsprozessen

Erwerbsarbeit spielt eine zentrale Rolle für die soziale Inklusion der Menschen in der Arbeitsgesellschaft. Wenn die Erwerbsarbeit wie bei Arbeitslosigkeit für längere Zeit wegfällt, so fehlen zentrale gesellschaftliche Teilhabechancen, wie im letzten Kapitel aufgezeigt wurde. Seit den 1980er Jahren hat sich die soziale Ungleichheit in Deutschland wieder verschärft, die Kluft zwischen dem oberen und dem unteren Rand des sozialen Schichtaufbaus ist deutlich größer geworden, auf Kosten der Mittelschichten, die an den Rändern abschmelzen – ein Prozess, der als »Sanduhreffekt« bezeichnet wird. Die wachsende Differenz zwischen »oben« und »unten« müsste sich auch auf der Ebene des symbolischen Handelns und der symbolischen Wissensbestände der Menschen in einer bestimmten Weise widerspiegeln, sich ergo auch empirisch nachzeichnen und damit auch »verstehen« und »erklären« lassen. Angesichts dauerhafter struktureller Erwerbslosigkeit mit einer Verfestigungstendenz von Langzeiterwerbslosigkeit und angesichts einer Umstellung wohlfahrtsstaatlicher Leistungen auf das Prinzip des »Förderns« und »Forderns« und des Abbaus staatlicher Unterstützungsleistungen muss davon ausgegangen werden, dass es eine relativ stabile Gruppe von Personen gibt, die nicht nur kurzfristig von entscheidenden gesellschaftlichen Teilhabemöglichkeiten ausgeschlossen sind. Der aktuelle Forschungsstand zeigt, dass eine wachsende Gruppe von potentiellen Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen existiert, die über längere Zeit keine passende Arbeitsstelle finden, weil kein Angebot vorhanden ist, weil sie zu schlecht qualifiziert oder mit einem anderen Handicap belegt sind; diese Gruppe ist in ihrer sozialen Teilhabe sehr eingeschränkt (vgl. Hirseland u. a. 2007, Promberger 2008, Frese 2008). Die in dieser Arbeit verfolgte These ist, dass die Wahrnehmung eingeschränkter Teilhabechancen sowie der öffentliche, zum Teil stigmatisierende Diskurs über Arbeitslosigkeit und Arbeitslose, die Selbstwahrnehmung und Identität dieser Gruppe prägen und Teil ihrer symbolischen Wissensvorräte sind. Hier soll herausgearbeitet werden, welche verschiedenen Muster des symbolischen Umgangs mit Prozessen der Exklusion und welche Typiken der Selbstpräsentation existieren.

Die moderne, industrielle Dingwelt und der Konsum ist heute zu einem zentralen Bestandteil der menschlichen Praxis sowie der Identitätsfindung und -definition geworden, ebenso die damit verbundenen Leitbilder, Lebensstile und Handlungsmuster. Die Dingwelt, der Konsum und die Mode haben in der späten Moderne nicht nur eine enorme merkantile Bedeutung, sondern darüber hinaus vielfältige individuelle und kollektive symbolische Funktionen: Zugehörigkeit, Inklusion und Exklusion, Markierungen von Individualität, von Status und (sub)kulturellen Orientierungen. Die Objekte- und Warenwelt dient der kollektiven Stabilisierung der kulturellen Sinn-Horizonte und der kulturellen Codes, ebenso der Vermittlung, Tradierung und Modernisierung von Kultur. Konsum und Warenkultur der Moderne können, wie gezeigt wurde (vgl. Kap. 3), als Aus-

druck und Ausfluss eines übermächtigen (semiotischen) Systems gelesen werden, das mit seinen Verführungskünsten das Individuum fest im Griff hat und auf seinem systemstabilisierenden Platz hält. Die Konsum- und Warenkultur kann auch interpretiert werden als endloser Strom herrenloser Bilder und Symbole, die sich selbst reproduzieren, als Kodierung von Scheinwelten, die längst die Herrschaft über das Individuum übernommen haben, das sich seiner lediglich illusionären Entscheidungsfreiheit und »Einzigartigkeit« freut. Die Welt der Waren und Dinge kann gelesen werden als magische, quasi-religiöse Phantasiewelt, die der Verdrängung der realen Härten des Kapitalismus entspringt und diese in einem Akt der Selbsttäuschung leugnet, als eine Art Religion eines nur vordergründig säkularen Systems. In einer anderen, gegensätzlichen Lesart ist die Warenkultur und Ästhetik der Moderne allein dem Fortschritt verpflichtet, dem Weg-Schreiten und der Auflösung von Traditionen, der Freiheit, dem grenzenlosen, kontingenten, und letztlich amoralischen Experiment. Der Fortschritt liegt demnach nicht in sachlichen Zielen, sondern allein in der Freiheit, in der ästhetischen Innovation. Und schließlich gibt es noch eine letzte Lesart, in der Konsum nicht als freiwillige Unterwerfung unter ein ohnehin allmächtiges System, sondern als kreativer Akt der alltäglichen Kulturgenerierung gesehen wird. Konsum kann als eine Art »symbolischer Arbeit« begriffen werden, in der Bedeutung produziert und variiert wird und die sowohl kollektive Kultur wie auch die individuelle Identität (mit)gestaltet.

Die Welt der Dinge und Waren ist vielfach symbolisch aufgeladen und beherrscht die Kultur der Moderne – heute mehr denn je. Zunächst sind da die schichtspezifischen Codierungen des Geschmacks und der Dinge zu nennen, die Bourdieu in seiner berühmten Studie über die »feinen Unterschiede« erforschte. Die Grenzen zwischen Hoch- und Populärkultur sind allerdings durchlässiger geworden, sind immer schwerer zu ziehen, »Emotionales«, Effekte und Prinzipien der Populärkultur sind in die Hochkultur eingedrungen, und umgekehrt werden bestimmte Teile der Hochkultur zu beliebten »Blockbustern« (wie beispielsweise »die drei Tenöre«). Schichtspezifische stilistische Zuordnungen werden damit schwerer; sind doch diese in einer sich durch Globalisierung verändernden Kultur mit den vielfältigen Wahlangeboten der Sinn- und Bedeutungskonstruktionen ohnehin einem »Ausfransungsprozess« unterworfen. Mit Hilfe des Konsums erreichen die Mitglieder der Gesellschaft zwar nach wie vor eine symbolische Inklusion – mittels eines bestimmten Stils der Kleidung und anderer »Imageprodukte« zeigt man etwa seine Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen sowie zur Gesellschaft insgesamt an. Der Konsum hat sich allerdings seit Sombarts Zeiten stark ausdifferenziert, es gibt nicht mehr nur einen Stil der Ober-, der Mittel- und der Arbeiterschicht (wie bei Bourdieu 1982 noch sehr treffend beschrieben), sondern die Stile haben sich pluralisiert. Nicht mehr nur die ökonomischen Möglichkeiten und durch die Schichtzugehörigkeit »geprägte« Geschmacksmuster wirken sich auf den Stil aus, sondern darüber hinaus spielt eine »kulturelle Selbstverortung« der Gesellschaftsmitglieder in verschiedene

Milieus eine immer größere Rolle (vgl. Schulze 1990, Ullrich 2006). Auch sind nicht mehr nur die Eliten »Impulsgeber« für neue Moden, sondern Ideen und Impulse gehen von verschiedensten sozialen Gruppen aus, gerade auch aus Randbereichen der Gesellschaft, von jungen und/oder »exotischen« Milieus (vgl. Gaegele/Reiss 2003). Die Trickle-Down-Theorie sowie das dynamische kulturelle Nachahmungs- und Abgrenzungsspiel zwischen Ober-, Mittel- und Unterschichten, gelten in ihrer klassischen, von Bourdieu beschriebenen Form also nicht mehr. Dennoch existiert eine Beziehung zwischen Dingen und ihren symbolischen Aussagewerten einerseits und den Menschen und ihrer sozialstrukturellen Verortung andererseits – eine Beziehung, die aufgrund der soziokulturellen Differenzierungsprozesse mittlerweile allerdings empirisch wesentlich komplexer zu fassen ist (vgl. die Studien zu »sozialen Milieus« bei Schulze 1990).

Angesichts der vielfachen symbolischen Bedeutungen der Konsum- und der Dingkultur liegt die Frage nahe: Was passiert denn mit denen, die in mehrfacher Hinsicht »abgehängt« und »ausgegrenzt« werden? Wie repräsentiert sich ihr »Ausgeschlossensein« im Alltag? Diejenigen, die wenig oder falsch ausgebildet sind für die Arbeitsanforderungen der »Wissensgesellschaft«, die aus dem Arbeitsmarkt ausgeschlossen sind, oder an seinen Rändern als prekäre Existenzen im Niedrigstlohnbereich oder im zweiten Arbeitsmarkt ihr Dasein fristen: Partizipieren sie symbolisch an der Gesellschaft? Nach der Reform der sozialstaatlichen Leistungen, die auf ein »Fördern« und »Fordern« umgestellt wurden und die nur noch existenzsichernd wirken sollen, dominiert wohl der »Geschmack der Notwendigkeit«. Gibt es da noch Spielräume für individuelle Identitätswürfe sowie für symbolische und kulturelle Teilhabe an der Gesellschaft? Oder sind die materiell Abgehängten auch symbolisch weitgehend exkludiert? Welche Umgangsweisen mit den Erfahrungen sozialer Exklusion gibt es und wie bilden sich diese im persönlichen Umfeld und in den Handlungsstrategien ab?

Diese Fragen sollen empirisch mit Hilfe von Beobachtungen und Befragungen von Erwerbslosen und Armen untersucht werden. Der Zugang zu Prozessen der gesellschaftlichen Teilhabe wird über die »Dingwelt« der Befragten gesucht. Soziale Inklusion und Exklusion manifestieren sich auf einer symbolischer Ebene. Innerhalb von Kommunikationsprozessen, sprachlicher wie nicht-sprachlicher Art, wird gesellschaftlich entschieden, wer »inkludiert« und wer »exkludiert« ist. Deshalb wenden wir unseren Blick diesen symbolischen Kommunikationsprozessen zu und versuchen diese auf der Ebene der Objekte zu beschreiben und zu verstehen. Erfahrungen von Inklusion und Exklusion zeigen sich in diesem Verständnis in der Performanz der Menschen, in der expressiven Gestaltung ihres persönlichen Umfeldes, in ihren persönlichen Dingen, in ihren Tätigkeiten und Vorlieben. Mithin wird in dieser Arbeit die methodische Hintergrundthese verfolgt, dass symbolische Beziehungen zwischen der Dingwelt, der Sozialstruktur und der Identität der Menschen existieren, die es aufzuklären gilt. Die visuelle und verbale Selbstpräsentation sowie die Dingbeziehungen der Menschen erzählen viel über ihre sozialen Erfahrungen und Verortungen, wenn man

sie nur zum Sprechen bringt. Sie erzählen nicht nur von ästhetischen Präferenzen und »Lebensstilen«, sondern auch von der eigenen Platzierung auf der sozialen Landkarte (die in Wechselwirkung mit der Fremdsicht steht bzw. auf diese reagiert), von persönlichen Identitätswürfen, die nach außen gezeigt und symbolisiert werden. Die persönlichen Dinge – lernt man, ihre Sprache zu verstehen – erzählen von Erfolgen und Misserfolgen, von Anerkennung und Missachtung, von Handlungsmustern und Bewältigungsstrategien im Umgang mit sozialer Ausgrenzung.

## 6.2 Sprachliche und nicht-sprachliche Wissensformen

Die menschlichen Wissensvorräte werden in Form von Symbolen gespeichert und weitergegeben. Vor allem durch das Symbolsystem Sprache, das hochgradig differenzierte Möglichkeiten bietet, kann der Mensch seine Wissensbestände von Generation zu Generation erweitern und weitergeben. Der Wissensvorrat, auf den ein Mensch zurückgreift, ist nur zu einem sehr geringen Teil persönlicher Natur; ein Großteil des Wissens ist sozial abgeleitet, indem es gesellschaftlich entwickelt und weitergegeben wurde. Durch das Symbolsystem der sprachlichen Kommunikation haben menschliche Gesellschaften eine fast unbegrenzte Kapazität zum Aufsaugen, Speichern und Verarbeiten neuer Erfahrungen in Form von Symbolen, wie Norbert Elias (1991) schrieb. Im Prozess der Sozialisation werden durch das Erlernen einer Sprache soziale Tatbestände individualisiert, und das Kind gleichzeitig in ein »Wissensuniversum« integriert. Neben dem sprachlich weitergegebenen, expliziten Wissen gibt es implizite Wissensbestände, die ebenfalls in der Kommunikation, allerdings durch nicht-sprachliche Elemente, weitergegeben werden. »Implizites Wissen« ist kaum verbalisierbares, körperliches gespeichertes Erfahrungswissen (vgl. Polanyi 1985). Dabei kann es sich um bestimmte Praktiken, Handgriffe, Tricks und Ähnliches handeln, aber auch um nicht verbalisierte Regeln der Sprache und der Interaktion, um das Verhältnis zu sich selbst und zu anderen Personen oder um nicht-thematisierte oder nicht-thematisierbare kulturelle Axiome und Ausgangspunkte.

Der Wissensvorrat einer Gesellschaft ist nach Alfred Schütz, dem wir an dieser Stelle folgen wollen, in verschiedene Sinnprovinzen eingeteilt – wie die Alltagswelt, die Traumwelt, die Welt der Kunst, der Wissenschaft oder der Religion (vgl. Schütz 1932). Innerhalb dieser Sinnprovinzen kommt der Alltagsrealität eine besondere Bedeutung zu, denn erstens zeichnet sie sich durch eine besondere Bewusstseinsspannung und Wachheit aus – z. B. im Vergleich zu Traumwelten. Zweitens wird in ihr vorrangig gehandelt und nicht gezweifelt oder geträumt – anders als in der Wissenschaft oder der Kunst beispielsweise. Und drittens werden die Wahrnehmungen der Alltagswelt intersubjektiv geteilt und in besonderer Weise auf soziale Kommunikation ausgerichtet. Der Einzelne verfügt, je nach gesellschaftlichem Standort, nach Ausbildung, Beruf und Erfahrungen über einen

Teil, einen Ausschnitt der relevanten Wissensbestände aus dem gesellschaftlichen Wissensvorrat, der ihm bei der Orientierung im Alltag hilfreich ist und die Grundlage seines professionellen sowie seines alltäglichen Handelns darstellt. Wissen ist in der Auffassung von Schütz die Summe aller Fertigkeiten, Erwartungen und Überzeugungen, aller Wahrnehmungsmuster und Handlungsrezepte, unabhängig ob sie im wissenschaftlichen Sinne als wahr gelten, sofern sie nur von einer gesellschaftlichen Gruppe als Wissen angesehen werden.

Gesellschaftliches Wissen wird in der Regel von Generation zu Generation weitergegeben, im Wesentlichen über das Symbolsystem Sprache, daneben jedoch auch über nicht-sprachliche Körpertechniken und -praxen sowie über die Objektwelt des Menschen, die Teil seiner kulturellen Umwelt ist. Bei der sprachlichen Vermittlung wird Wissen von Generation zu Generation entweder durch akustische Symbole (Narration) oder durch visuelle Symbole (Schrift) tradiert (vgl. hierzu auch Elias 1991). In der Sprache speichern sich die Erfahrungen und das Wissen vieler Generationen, die erlernte Sprache ermöglicht es den Individuen, auf die Erfahrungen und die Wissensbestände unzähliger Menschen und Generationen zurückzugreifen und nicht nur über das Lernen aus eigener Erfahrung, das aufgrund der notwendigen Begrenztheit der eigenen Erfahrungswelt vergleichsweise schmal wäre, zu verfügen. Ein anderer Teil des Wissens wird durch nicht-sprachliche symbolische Kommunikation erworben, etwa durch körperliche Praxis und Erfahrung oder durch visuelle, nicht-sprachliche symbolische Kommunikationsformen, wie Bilder oder Gegenstände. Körperliche Bewegungs- und Arbeitsformen und habituelle Ausdrucksweisen werden zum großen Teil nicht sprachlich vermittelt, sondern durch Beobachtung, Nachahmung und Variation erlernt und entwickelt. Gesellschaftliche Wissensvorräte und Praxen sind somit nicht nur in der Sprache und im Gedächtnis, sondern generell im menschlichen Körper gespeichert. Die nicht-sprachliche Vermittlung von Symbolen und Wissen spielt in der frühen Sozialisation die Hauptrolle und prägt die Grundlagen der Persönlichkeit und des körperlichen Habitus eines Menschen, bleibt jedoch auch nach Erlernen der Sprache als Kommunikations- und Lernmöglichkeit vorhanden. Bei implizitem Wissen kann es sich im Prinzip um Noch-Nicht-Bewusstes, Vor-Bewusstes oder Un-Bewusstes handeln, wobei die Schwerpunkte dieser Untersuchung weniger auf die psychoanalytischen Trieb- und Verdrängungslehre als vielmehr auf die wissenssoziologische Theorie der generalisierten und institutionalisierten Handlungsmuster und Übereinkünfte sowie der handlungsentlastenden Bedeutung kultureller Routinen gelegt wurden.

Ein Teil des Wissens einer Person wird also ohne oder neben der sprachlichen Kommunikation erworben. Das Verhältnis von versprachlichtem und nicht-sprachlich vermitteltem Wissen variiert je nach Wissensgebiet und nach Gesellschaftsform. Nicht-sprachliches Wissen wird vor allem durch Beobachtung und Nachahmung aufgenommen und im Rahmen der persönlichen Erfahrungsmuster verarbeitet. Körpertechniken und Praxen werden nachgeahmt und habitualisiert, und im Gebrauch wird gelernt, sie zu verstehen. Der Umgang mit Gegenständen

und Werkzeugen wird zum großen Teil auf diese Weise erlernt. Man muss Norbert Elias darin zustimmen, dass die sprachliche Kommunikation wesentlich flexibler und aufnahmefähiger für eine Vielzahl neuer Erfahrungen ist (vgl. Elias 1991), und dass die menschlichen Wissensbestände aufgrund der Sprache, die eine differenzierte Weitergabe ermöglicht, so breit, so tief und so entwicklungsfähig sind. Doch deshalb dürfen der Umfang und die Reichweite der nicht-sprachlichen Kommunikation nicht gering geschätzt werden. Das zeitliche Primat des Impliziten, Nicht-Sprachlichen, verleiht ihr eine besondere Bedeutung: Das Lernen durch nicht-sprachliche Kommunikation erfolgt in der menschlichen Biographie zuerst und prägt die erste Entwicklungsphase und damit die Grundlagen der Persönlichkeit auf außerordentliche Weise. Erst nach und nach spielt die sprachliche Kommunikation eine immer größere Rolle. Die früh entwickelten impliziten Wissensbestände werden leiblich gespeichert und bilden ein Leben lang die unhinterfragte Basis der später hinzukommenden sprachlich verfassten Wissensbestände.

Das implizite, leiblich gespeicherte Wissen wird später durch versprachlichte und oftmals kanonisierte Lern- und Erfahrungsformen ergänzt, aber nicht ersetzt. Es handelt sich dabei um weniger flexible Wissensformen, die stabiler sind und zu den Grundlagen menschlicher Persönlichkeit gehören, zur nicht befragten und nicht fragwürdigen Basis, von der alles Handeln ausgeht. Implizites Wissen wird nicht nur in der Kindheit, sondern auch in späteren Lebensabschnitten erworben, durch die Entwicklung körperlicher Fertigkeiten und Routinen, wie das Autofahren beispielsweise. Es wird aber im weiteren Verlauf der Sozialisation auch als »Begleitmusik« sprachlicher Kommunikation weiterentwickelt und differenziert, durch die implizite Fähigkeit, sprachliche Kommunikation richtig zu deuten und angemessen zu reagieren, nach durchaus regelgeleiteten, aber nicht bewusst angewendeten Verfahrensweisen, seien es die Regeln der Sprache und Grammatik selbst, seien es andere interaktionsbezogene Regeln des Alltags. Ebenso wird die Fähigkeit, Körpersprache und dingliche Symboliken richtig zu deuten und im Alltag angemessen einzusetzen, in der Regel als implizites Wissen organisiert.<sup>1</sup>

Die nicht-sprachliche Kommunikation geht der sprachlichen logisch und chronologisch voran und ist ihr vorausgestellt. Während zum Beispiel die wörtliche Rede nur verschriftet (als Handlungsprotokoll oder Dokument) für sich alleine stehen kann, in der face-to-face-Interaktion ohne gestische und mimische Begleitung aber als Kommunikationsform nicht auskommen kann, wie Hans-Georg

---

1 Dies gilt auch angesichts diverser Versuche von Psychologen und »Beratern«, die Ebene der non-verbalen Kommunikation zwecks der Steigerung von sozialen Erfolgen sinnhaft aufzuschlüsseln und strategisch einzusetzen. Zwar kann es gelingen, auch die nicht-sprachlichen Elemente der symbolischen Kommunikation bei entsprechenden Trainingsprozessen zu »optimieren« (im Sinne des persönlichen Erfolgs), sie ist allerdings nicht gänzlich kontrollierbar, enthält sogar ein notwendiges Element des Spontanen und Authentischen, ohne das die Glaubwürdigkeit und soziale Überzeugungskraft wieder abhanden kommt.

Soeffner (2004) anmerkt, gilt dies umgekehrt nicht. Das (mündliche) Wort kommt im Alltag nicht ohne Geste oder Handlung aus, umgekehrt die Geste und die Handlung aber ohne das Wort: »Darüber hinaus konstituieren auch nicht-sprachliche Ausdrucksformen ihre eigenen wortlosen Zeichen- und Symbolsysteme (Gestik, Proxemik, Musik, Tanz, Handwerk, bildende Kunst etc.) Kurz: Die Welt besteht für uns zu einem sehr großen Teil aus nicht-sprachlicher Wahrnehmung und Handlung. Sie wird erst von Deutern und Interpreten verwortet.« (Ebd.: 96) Entsprechend sind die Texte, die der sozialwissenschaftlichen Forschung zur Verfügung stehen, abgeleitete Größen, die nicht identisch sind mit den beschriebenen Handlungen: »Der Texter übersetzt Handlung in Sprache, Sprechen in Schrift.« (Ebd.: 97) Die wissenschaftliche Textuntersuchung interpretiert »Leben aus zweiter Hand« (ebd.: 98), denn die Verschriftung ist nicht nur Übersetzung, sondern bedeutet auch den (teilweisen) Verlust der ursprünglichen konkreten nichtsprachlichen Ordnungs- und Wahrnehmungsstrukturen. Sozialwissenschaftliche Textprotokolle repräsentieren die Wirklichkeit, aber sie sind nicht die Wirklichkeit. Die Texte, die der wissenschaftlichen Analyse zugrunde liegen, sind als notwendige Hilfsmittel zu begreifen, die eine Fixierung des flüchtigen sozialen Stoffes Kommunikation – und damit seine Untersuchung – ermöglichen. Die ursprüngliche Handlung und das Ereignis, die den Text verursachen, sind jedoch unwiderruflich vorüber: »Was bleibt, ist ein ›record‹, das Handlungsprotokoll, in seiner sprachlich objektivierten und nun objekthaft diskutierten Form.« (Ebd.: 82) Die Handelnden im Alltag verstehen, deuten und agieren auf der Grundlage eines Wissens, das nicht explizit ist, und »von dem man eigentlich nicht sagen kann, dass sie es haben: sie leben es.« (Ebd.: 97) Der wissenschaftliche Interpret hingegen entfaltet dieses Wissen ex post aus den Textprotokollen. Er lebt es nicht, jedoch kann er dieses Wissen und seine Bedingungen durch sorgfältige Anwendung hermeneutischer Interpretationsverfahren rekonstruieren.

Die impliziten Wissensvorräte des Alltags sind, da sie nicht sprachlich erworben wurden und in einem Horizont des Selbstverständlichen des Unhinterfragten stehen, in der Regel zunächst einmal der Sprache des Alltags nicht zugänglich. Sie bilden die unhinterfragte Basis der expliziten Wissensbestände, und damit auch die Basis personaler und kollektiver Identität. Gerade die selbstverständlichen und nicht hinterfragten Wissensformen sind in der Regel am beständigsten und bilden die Grundlage der Sinnhorizonte, die Grundlage von Weltvertrauen sowie Handlungssicherheit und -fähigkeit. Das sprachlich vermittelte Wissen kann befragt, reflektiert und verändert werden. Die nicht-sprachlichen Wissensvorräte jedoch, das Wissen über Selbstverständliches und Nicht-Thematisierbares, geben eine nicht hinterfragte Sicherheit bei der Orientierung in der Welt. Diese Wissensvorräte gehören zum Identitätskern der Person bzw. der Kultur.



### 6.3 Objekte als Schlüssel

Neben der Sprache fungieren auch dingliche Objekte als symbolische Speicher des Wissens. In den Dingen bildet sich soziales Wissen über technische Verfahren zur Herstellung, zu praktischen oder symbolischen Gebrauchsweisen sowie zu ihren sozialen oder rituellen Bedeutungen auf gegenständliche Weise ab. Dingliche Objekte haben vielfältige Kontextbezüge, enthalten ästhetische Strukturen, die Hinweise auf kognitive und religiöse Ordnungsmuster geben können, auf die Wissens- und Praxisformen einer Gesellschaft sowie auf ihre Sozialstruktur. Das Wissen, das in Dingen und Gegenständen gespeichert ist, ist zum Teil explizit, zum Beispiel Herstellungs- und Verfahrenswissen oder als Gebrauchswissen (z. B. in Form von Gebrauchsanweisungen). Zum anderen wird implizites Wissen in den Dingen abgelagert. In ihrer Form und Gestaltung lagert sich das praktische Wissen darüber ab, wie man die Dinge am Besten herstellt, wie man sie im Alltag gebraucht, wie der Körper und das Ding eine Einheit eingehen können. In den Dingen lagert sich auch Wissen darüber ab, wozu sie gut sind, was sie bedeuten, wer sie in der Regel besitzt und was sie wert sind. Das implizite Wissen über die Objekte wird in der Regel habituell angewendet, ohne vorher reflexiv gewendet zu werden. Dies ändert sich, sobald die Dinge praktische Probleme aufwerfen – dann muss das damit verbundene Wissen dekonstruiert, reflektiert, überprüft und ergänzt oder neu begründet werden. Dieser eingehenden Prüfung wird das technische und praktische Objektwissen regelmäßig unterzogen, um die Gegenstände und ihre Funktionen zu verbessern. Allerdings können auch die symbolischen und rituellen Wissensbestände über die Dinge zum Gegenstand der Reflexion oder Kontroverse werden, dies drückt sich dann zum Beispiel im Streit über die Bedeutung einer Reliquie aus – oder auch in der Form eines neuen ästhetisch-sinnhaften Zugriffs bzw. Entwurfs im Design moderner Gegenstände. Sobald allerdings die neue Deutung oder der neue Entwurf sich durchsetzen, institutionalisiert oder zumindest für die Allgemeinheit verfügbar werden, senken sich die nun nicht mehr in Frage stehenden Wissensbestände in die Praxis und schließlich in das Implizite ab, neue Routinen des Handelns und Wahrnehmens, der Deutung und des Gebrauchs von Gegenständen setzen sich durch und unterliegen nun ihrerseits nicht mehr der Reflexion und der bewussten Steuerung.

In den gegenständlichen Objekten, die als »Wissensspeicher« fungieren, lagern sich neben expliziten Wissensbeständen auch nicht-sprachliche, implizite Wissensformen ab. Über historische Objekte kann zum Beispiel auf die soziale Praxis bzw. Praxen und dahinterstehende Wissensbestände geschlossen werden – jedenfalls, wenn genug Kontextinformationen vorhanden sind, um das Implizite, das die Gegenstände enthalten, zu deuten. Historische Objekte können im Rahmen der Konstruktion von Geschichte neue, identitätsrelevante und –stiftende Funktionen erhalten. Manche Objekte gehören zu den »unveräußerlichen Dingen« und fungieren als »Kulturkern« oder »kulturelles Archiv«, werden also selbst Teil der unhinterfragten Identitätsbestandteile einer Kultur oder eines

Menschen (vgl. Kap. 1). Bestimmte Objekte haben eine historische, identitätsstiftende Bedeutung für die menschliche Kultur – und dies gilt heute auch nationen- und kulturübergreifend, wie der Begriff und die Praxis des »Weltkulturerbes« zeigen, das dem Anspruch nach, jedoch praktisch nicht immer und überall politischen Schutz und Legitimität genießt.

Objekte können auch für Individuen eine identitätsstiftende Rolle entfalten. In der menschlichen Sozialisation spielen Objekte eine große Rolle: Einerseits für die Auseinandersetzung mit der Umwelt und für das kognitive Lernen aus Erfahrungen, andererseits aber auch für die emotionale Entwicklung, für den Erwerb von Spielräumen, von Zonen der Unabhängigkeit und Kreativität innerhalb bzw. zur Ergänzung der zunächst übermächtigen primären sozialen Beziehungen (ebd.). Objekte dienen der symbolischen Kommunikation und Selbstkommunikation, d. h. sie signalisieren, wer man ist und wo man sich sozial verortet ebenso wie ästhetisch vermittelte Formen des Weltzugangs und der Weltdeutung. Objekte symbolisieren öffentlich den sozialen Status einer Person und verweisen damit auf die (materiellen und symbolischen) Anerkennungsstrukturen der Gesellschaft. Objekte geben ebenso Hinweise auf den Identitätsentwurf einer Person. Alle diese Verweisungen sind nicht-sprachlich vermittelt, durch die Ästhetik der gewählten Dinge, durch die Praxen, Lebensweisen und Geschmacksvorstellungen, die sie repräsentieren, durch ihren Bezug zum menschlichen Körper sowie durch die Verortung der gewählten Objekte innerhalb eines Kosmos von kulturell geprägten Dingen bzw. durch die Beziehung der Dinge zu anderen Dingen. Jedes Lieblingsobjekt stellt eine bewusste Wahl dar, man hat sich aus guten Gründen dafür entschieden, es anzuschaffen und es als besonders wertvoll für die eigene Person zu betrachten. In der Regel kann man Gründe bzw. Motive dafür nennen, wenn man danach gefragt wird. Doch da die Dinge auch stumme Begleiter in vielen Lebenslagen sind, die fraglos gebraucht oder mitgeführt werden, enthalten sie implizites Wissen und implizite Verweise auf relevante Lebenssituation oder relevante andere Personen. Auch bleiben die ästhetischen Kriterien, nach denen Objekte gewählt werden bzw. zu bevorzugten Dinge werden, in der Regel implizit, obwohl sie enge Beziehungen zu Lebenshaltungen und Wertsetzungen aufweisen: Der Bauhaus-Stil unterscheidet sich vom Gelsenkirchner Barock nicht nur in den gewählten Formen und in den formalen Kompositionen, sondern auch auf der Ebene der Weltdeutung und Lebenshaltung. Doch über Geschmack lässt sich bekanntlich nicht streiten, so besagt zumindest eine Volksweisheit. Viele der von uns Befragten wollen dies auch gar nicht bzw. legen Wert darauf, dass Geschmackskriterien und Ästhetik implizit bleiben, nach dem Motto, dies gefällt mir einfach und ich will es nicht in Frage gestellt wissen, denn mein Geschmack ist mein Geschmack, und wer ihn in Frage stellt, kann genauso gut gleich meine Individualität, meine Person in Frage stellen. Und so wird über Objekte, über die Gestaltung des Körpers und des nah-räumlichen Umfeldes, über die Ästhetik und die Symbolik dieser persönlichen Ordnung implizit kommuniziert, was sinnhaft und von Bedeutung ist und wie man die eigene Person innerhalb des sozialen

Raumes entwirft, welche Schlüsse man aus sozialen Erfahrungen zieht und welche Handlungsmuster aus gegebenen Möglichkeiten man wählt.

Das Wissen, das in den Objekten und Gegenständen abgelagert ist, bleibt so lange ein implizites, ein im Alltag gelebtes aber nicht gewusstes Wissen, bis es der wissenschaftlichen Deutung und Reflexion unterworfen wird. Für die Objekte und Gegenstände gilt jedoch ein ähnlicher Sachverhalt, wie ihn Roland Barthes für Fotografien herausgearbeitet hat: Das Wissen, das darin steckt, lässt sich nicht vollständig versprachlichen, sondern hat eigenständige symbolische Aussagewerte. Auch die versprachlichten Textprotokolle der dokumentierten Interaktionen sind lediglich Hilfsmittel und kein Abbild der protokollierten Situation, sie enthalten keineswegs die gesamte Handlungssequenz, sondern nur ein übersetzbares, fixierbares Substrat, das Sinnverluste aufweist. Diese Verluste treten erst recht bei der Übersetzung von Materie in Sprache, von Bildern in Text auf. Im Übersetzungsprozess von der einen Kommunikationsform (gegenständliche Zeichen) in eine andere (sprachliche Zeichen) werden die symbolischen Bezüge und Inhalte notwendigerweise verändert, und manche müssen entfallen, da es kein angemessenes Äquivalent gibt. Ein Übersetzungs- ist immer auch ein Interpretationsprozess und damit ein Prozess der Verfremdung, zumindest der Veränderung des Materials. Hinzu kommt, dass das Wissen, das in den gegenständlichen Objekten repräsentiert ist, ähnlich wie bei Fotografien, Momentaufnahmen repräsentiert. Es hat keine zeitliche Struktur, wie die sequenzierte sprachliche Kommunikation, ist nicht von sich aus in einem kausalen oder chronologischen Zusammenhang oder in einer logischen Reihenfolge geordnet. In den Dingen steckt, ähnlich wie in Bildern, *alles gleichzeitig*. Alles wird mit einem Blick wahrgenommen und muss in der Analyse erst in seinen zeitlichen und sachlichen Bezügen geordnet werden. Das implizite Wissen, das in den Dingen (und in den Bildern) steckt, ist zunächst auf eine ganzheitliche, holistischere Weise repräsentiert, und in diesem Umstand steckt seine Chance, aber auch sein Mangel.

Für die vorliegende Arbeit wurde ein methodischer Zugang zum Thema gewählt, der auf der Analyse und Triangulation expliziter und impliziter Wissensformen basiert. Durch die Triangulation von Text, sprachlichen, expliziten Wissensformen, die durch Interviews erhoben werden, und Bild bzw. Objekt, also nicht-sprachlichen symbolischen Kommunikationsformen, wie sie sich in der in der Dingumwelt, im Geschmack und Habitus der Person finden, lässt sich ein besonders dichtes und valides Bild der symbolischen Selbstpräsentation und der Selbstverortung im sozialen Raum nachzeichnen. Aus diesem Grund wurde die methodische Konzeption der Studie so entworfen, dass neben klassischen Interviewtechniken auch Methoden aufgenommen wurden, die sich auf Beobachtungen und Fotografien stützen: Beobachtet und fotografiert wurden die Gestaltung und die Nutzung des Raumes bzw. relevanter Räume, die Praktiken und vor allem die Dingwelt der Untersuchungsgruppe.

## 6.4 Gewählter Zugang und Vorgehensweise im Feld

Dinge figurieren als symbolische Speicher von Erfahrungen, von Relevanzstrukturen und ästhetischen und kognitiven Präferenzstrukturen. Dinge und Dingwelten sind in der Regel sozial gebunden, an ein bestimmtes Milieu, an eine Schicht oder an Interessengruppen, sie haben einen symbolischen Wiedererkennungswert und verweisen auf soziale Platzierungen. Objekte enthalten bzw. verdinglichen daneben Identitätsentwürfe, mit den präferierten Dingen zeigt eine Person an, was ihr wichtig ist, welche Realitätsausschnitte für sie von Bedeutung sind, wie sie den Zugang zur Welt sucht und was sie gerne tut. Dinge können biographische Lernprozesse und Wendepunkte markieren, für eine wichtige Neuorientierung stehen oder dabei helfen, biographische Ereignisse zu verarbeiten. Dinge können auch für Kontinuität einer Biographie oder einer Generationenfolge, für die Einordnung des Individuums in eine Linie von Generationen, stehen. Dinge haben soziale Aussagewerte, das heißt, sie verweisen durch ihre materiellen und ästhetischen Werte auf schichtspezifische Hintergründe, auf ökonomisches oder kulturelles Kapital. Persönliche Dinge können deshalb methodisch als symbolische Schnittstellen von Identitätsentwürfen und sozialstruktureller Verortung gelten.

Für die vorliegende Untersuchung wurde ein »maßgeschneiderter« methodischer Zugriff entwickelt, der den Zugang zum Feld über die Dingwelt der Menschen, über ihre Lieblingsdinge sucht. Diese Methode wurde im Detail zusammen mit Studierenden entwickelt und ausführlich erprobt, zunächst mit Hilfe von Interviews und Befragungen unter Studierenden. Die Interviewten sollten eine Auswahl ihrer Lieblingsdinge präsentieren und narrativ darstellen, was sich für sie mit diesen Objekten verbindet, welche Gründe hinter ihrer Wahl stehen und welche Bedeutung dies in ihrem Leben hat. Anschließend an die Erzählungen wurden die Probanden ausführlich befragt. Dieser Prozess der Methodenerprobung wurde gleichzeitig als Interviewtraining für die Studierenden genutzt, d. h., er wurde reflexiv begleitet und die Interviewführung in der Gruppe beobachtet, diskutiert und verbessert.

Schon sehr bald wurde deutlich, dass diese Methode der Objekte sehr leistungsfähig ist, d. h. einen sehr schnellen und intensiven Zugang zu den Befragten und ihrem Erleben sowie ihren Sinnstrukturen ermöglicht. Hinter den Dingen kann sich die Persönlichkeit kaum verstecken, die Befragten wollen dies in der Regel auch gar nicht, sondern kommen sehr unmittelbar darauf zu sprechen, was ihnen wichtig ist, was sie lieben und was nicht, welche Erfahrungen und Erlebnisse von Bedeutung sind, wie sie gesehen werden wollen und wie sie sich selbst sehen. Auf diese biographisch relevanten Erlebnisse und Umstände sowie auf die Sinnzusammenhänge, die aus ihnen expliziert werden, kommen die Interviewten anhand der Lieblingsdinge naheliegend und fast unmittelbar zu sprechen, und zwar auf eine Art und Weise, bei der die Erzählstrukturen ungehindert nach eigenen Präferenzen entfaltet werden können und sollen. Gerade die Anschaulichkeit

und Materialität der Objekte verlockte die Interviewten wie die Interviewer dazu, den identitätsrelevanten Thematiken sehr nahe zu kommen, und die Konkretheit der Objekte bringt häufig auch eine hohe Anschaulichkeit und Dichte der Erzählung hervor. In manchen Fällen überwog allerdings das Implizite, nach dem Motto: Die Lieblingsdinge sind eben die Lieblingsdinge, und viel mehr gibt es dazu nicht zu sagen. Die verbale Präsentation der Lieblingsdinge setzt bei den Befragten einen Reflexionsprozess darüber voraus, was denn die Lieblingsdinge überhaupt sind und warum. Dabei wird manches Implizite explizit gemacht, ohne den Überschuss der impliziten Symbolik, der in den Dingen steckt, ganz auflösen zu können. Dieser Reflexionsprozess auf das Implizite und seine sprachliche Umsetzung im Interview zeigt im übrigen die unterschiedlichen Bildungshintergründe und Sprachfähigkeiten der Interviewten bzw. hängt von diesen ab.

Wenn Personen ihre Lieblingsdinge zeigen, dann flüchtet sich die Kommunikation darüber in der Regel kaum in Allgemeinplätze, denn die Dinge bieten die Chance, ein Stück der eigenen Identität bildlich zu zeigen – eine Chance, die für die meisten Menschen verführerisch ist, wie die Interviews zeigten, und zwar unabhängig vom Bildungshintergrund und sprachlichen Fähigkeiten. Verführerisch ist diese Chance, da sie Verstehen und Verstandenwerden ohne komplizierte Erklärungen, über den Umweg der Dinge (und des Geschmacks) verspricht. Komplizierte Erklärungen wurden eher gescheut, wenn die Befragten von den wirklich wichtigen Dingen sprachen, denn sie könnten dem Wichtigen das Eigene und Eigentliche nehmen, das Wertvolle oder das Geheimnisvolle, das Vielschichtige und das Mehrdeutige, das gerne in der Schwebelage gelassen wurde. Auch Erfahrungen oder Gefühle, über die man nicht gerne spricht, Ängste, Schmerz oder Kummer, ebenso das Gefühl des Ausgegrenzt- oder Abgehängt-Seins ließen sich über Objekte, über Lieblingsgegenstände kommunizieren, ohne dass sie sprachlich vollständig expliziert wurden, wie die »sprechenden Fälle« in Kapitel 7 dieser Arbeit zeigen. Der Bezug auf die Lieblingsobjekte erleichtert den Befragten ein freies Spiel zwischen dem impliziten und explizitem Sprechen, ein Spiel, bei dem die Grenzen bestimmt werden können. Schwer auszusprechendes, Implizites, kann symbolisch gezeigt und offengelegt werden, ohne vollständig expliziert zu werden. Die Mehrdeutigkeit der Objekte erweist sich dabei für die Personen als Vorteil, denn die Gegenstände offenbaren, aber sie entblößen nicht. Mit den gegenständlichen Dingen wird Wesentliches angesprochen und (bildlich) gezeigt, ohne dass es schutzlos vor aller Augen liegen muss. Für die Interviewer ist es daher unabdingbar, Geschmacksfragen außen vor zu lassen, die gezeigten Dinge nicht zu bewerten – nicht nach ästhetischen und erst recht nicht nach distinktiven Kriterien – sondern sie unvoreingenommen wahrzunehmen und zu versuchen, die Sinnhorizonte, die sich damit verbinden, zu verstehen. Die Nachfragen der Interviewer sollten genau dieses Ziel haben: Ein besseres Verstehen der Geschichte(n) und der Relevanzstrukturen hinter den Dingen zu ermöglichen.

Bei der Erprobung dieser auf Lieblingsdinge gestützten Methode wurde jedoch auch bald deutlich, dass ein elaborierter kategorialer Leitfaden als Gerüst

des Interviews im Hintergrund vorhanden sein sollte, um Vergleichbarkeit zu sichern, denn die Lieblingsdinge führen auf ganz verschiedene Felder, zu ganz verschiedenen individuellen Problematiken, Lebensentwürfen und Daseinsdeutungen. Jedes Objekt bzw. jede Objektgruppe eines Befragten enthält eine Sinnwelt für sich, die entschlüsselt werden muss, und die verschiedene Verweise und Sinnschichten aufweist. Objekte sind vielschichtig, sie enthalten wichtige Hinweise auf biographische Ereignisse, auf Selbstentwürfe, auf den sozialen Hintergrund, und diese Verweise können bei jeder Person bzw. bei jedem Objekt anders zusammengesetzt und gewichtet sein. Diese Mehrdeutigkeit und Vielschichtigkeit der Objektwelt bedingt ihren symbolischen Reichtum, aber aus ihr folgt methodisch auch die größte Herausforderung, denn sie macht die Vergleichbarkeit der verschiedenen Fälle zu einer schwierigen und komplexen Frage. Ein durchdachter und erprobter Leitfaden, an den sich alle Interviewer inhaltlich, aber nicht chronologisch halten, hat deshalb praktisch eine um so größere Bedeutung.

Bevor die Interviews mit der wichtigsten Untersuchungsgruppe, den Erwerbslosen, mit einem entsprechenden Interviewleitfaden durchgeführt wurden, wurde das Untersuchungsfeld zunächst mit ethnographischen Methoden erschlossen. Dazu wurden im ersten Schritt Beobachtungen vor und in Arbeitsämtern und ARGEs durchgeführt und ausführliche Beobachtungsprotokolle erstellt, um Interaktionssituationen, Bewegungen im Raum und die Nutzung des Raumes, sowie das Verhalten der Beteiligten in den öffentlichen und in den »rückseitigen«, entlasteten Zonen nachzuzeichnen. Damit sollte ein erster Zugang zur Untersuchungsgruppe ermöglicht und das Feld und seine zentralen Problematiken zugänglich gemacht werden. Insgesamt wurden Beobachtungen in fünf Arbeitsämtern bzw. Arbeitsgemeinschaften (ARGEs) durchgeführt.

In einem zweiten Schritt wurden diese Beobachtungen auf Konsumstätten verschiedener Schichten und Preisklassen ausgeweitet. In den Blick genommen werden sollten die Dingumwelten der Befragten sowie deren symbolische Selbstpräsentation, ihre Performanz und deren Verankerung in den persönlichen Lebensumständen und den eigenen sinnhaften Relevanzstrukturen. Deshalb schien die Beobachtung verschiedener Konsumstätten – Läden und Einkaufspassagen – eine gute Annäherung an die sozial konstituierte Dingwelt und den individuellen und öffentlichen Umgang damit zu bieten. Auch von diesen insgesamt acht Beobachtungen an Konsumstätten wurden ausführliche Protokolle erstellt. Die Beobachtungen in den Arbeitsämtern und Arbeitsgemeinschaften sowie an verschiedenen Konsumstätten dienten der Exploration des Feldes und der Generierung von Forschungshypothesen. Bei diesen explorativen Beobachtungen an Konsumstätten wurde deutlich, dass sehr verschiedene Kommunikationsstile an den beobachteten Orten vorherrschten; der Status der Klienten und Kunden wurde in der Kommunikation konstituiert. In welcher Weise diese angesprochen wurden, hing in der Regel stark ab von der Wahrnehmung äußerer Merkmale und

Symbole (Kleidung, Outfit etc.) sowie der Zuschreibung eines sozialen Status (z. B. erwerbslos, arm oder wohlhabend).

Im nächsten Schritt sollte der direkte Zugang zur Untersuchungsgruppe der Erwerbslosen gesucht werden. Insgesamt sollten etwa 30 Interviews in dieser Untersuchungspopulation durchgeführt werden. Ergänzend sollten gleichzeitig 15 bis 20 Interviews mit einer Vergleichsgruppe, bestehend aus Erwerbstätigen verschiedener Berufsgruppen und Studierenden durchgeführt werden. Der Zugang zu den Erwerbslosen gestaltete sich am schwierigsten. Diese Untersuchungsgruppe erwies sich wenig aufgeschlossen für Interviews und Forschungsanliegen. Die Ursachen dafür sind zum einen im anhaltenden öffentlichen Diskurs um Arbeitslosigkeit und einen möglichen Missbrauch sozialstaatlicher Leistungen zu sehen. Zum anderen aber in persönlichen Lebensumständen, die häufig krisenhaft und von einem sozialen Abstieg geprägt sind. Tatsächliche oder erwartete Stigmatisierungserfahrungen wirken sich verständlicherweise eher hemmend auf ein offenes Kommunikationsverhalten aus. Während die Befragten aus den Vergleichsgruppen, Erwerbstätige und Studierende, in der Regel sehr gerne über ihre Lieblingsdinge sprachen und diese vorstellten, da diese Methode viel Spielraum für individuelle Präferenzsetzungen ermöglicht, bitten wir bei den Erwerbslosen zunächst sprichwörtlich auf Granit. Viele Versuche, Interviewpartner für unser Anliegen zu gewinnen, führten zu nichts. Selbst Interviewpartner, die uns zusagten, versetzten uns teilweise beim vereinbarten Termin. Aufgrund der Lebensumstände scheint es verständlich, dass die Erwerbslosen sich als scheu und misstrauisch erwiesen, doch für das Projekt war dies eine harte Probe. Viele verschiedene Zugänge mussten schließlich erprobt und viele Kontakte geknüpft werden, damit am Ende eine relevante Zahl von Interviews zustande kam, mit der das Forscherteam sich zufrieden geben konnte. Als sehr hilfreich erwiesen sich letztlich Kontakte zu Beratungsstellen und Arbeitsloseninitiativen; erstens konnte hier Expertenwissen »gesammelt« werden und zweitens wurden wir – mit einem gewissen Vertrauensvorschuss – an Betroffene weitervermittelt. Darüber hinaus war hilfreich, dass ein Teil des Forschungsprogramms sich der Untersuchung eines »Problemstadtviertels«, seinen Institutionen und Bewohnern, seinen räumlichen Strukturen und Bewegungen, seinen formalen und informellen Treffpunkten widmete, die mit ethnographischen Methoden eingehend untersucht wurden.

### **6.5 Ethnographie eines Stadtviertels**

Ein Wohnviertel einer fränkischen Großstadt wurde aufgrund seiner Bevölkerungszusammensetzung und seiner sozialen Problemlagen für die ethnographische Untersuchung ausgewählt und intensiv untersucht, mit Hilfe von ausführlichen Beobachtungen, Begehungen, Sekundärdaten- und Dokumentenanalysen sowie Experten- und Betroffeneninterviews. Das ausgewählte Stadtviertel ist ein

»klassisches« Viertel des sozialen Wohnungsbaus, das in den 1920er Jahren erbaut wurde, und zeichnet sich heute durch eine vergleichsweise hohe Quote der Erwerbslosigkeit sowie durch einen hohen Anteil von Zugewanderten aus. Ein Fünftel der Bewohner des Stadtviertels ist erwerbslos, ein weiteres Fünftel lebt von Sozialhilfe. Viele Haushalte sind überschuldet, viele andere kämpfen mit chronischer Geldnot. Weitere Probleme des Stadtviertels sind nach Auskunft der Experten Erziehungsmängel und Auffälligkeiten bei Kindern, Integrationsprobleme der ausländischen Bewohner und die Isolierung alter Menschen. Trotz der Kumulation sozialer Probleme erwies sich das Stadtviertel als vergleichsweise gut integriert, wozu zum einen die hohe Dichte an bürgerschaftlichen Initiativen und sozialarbeiterischen Projekte beitrug, zum anderen aber die architektonische Gestaltung dieses in den 20er Jahren erbauten Viertels. Es wurde damals als eine Art »Dorf« innerhalb der Stadt angelegt, eher kleinräumig geplant und gebaut, mit sozialen Treffpunkten und Grünanlagen. In den letzten 15 Jahren unternahm die Stadt darüber hinaus einiges, um kein »Ghetto« aus dem »Problemviertel« entstehen zu lassen. Durch einige repräsentative Bauten mit Büro- und Geschäftskomplexen an der Seite des Viertels, die der vielbefahrenen Hauptstraße zugewandt ist, sollte es aufgewertet und in der Struktur ansatzweise »durchmischt« werden. Unter anderem wurde ein neues Einkaufszentrum mittlerer Größe gebaut (mit einer gemischten Angebotsstruktur im mittleren und unteren Preissegment) sowie ein großer öffentlicher Platz mit Bepflanzung, Bänken und Wasserspielen und ein diesen Platz umrahmender Komplex von Büro- und Geschäftshäusern. Hinter diesen durchaus ansehnlichen Bauten und Anlagen blieb die klassische, eher ärmliche Struktur des Viertels erhalten. Die regionale Wohnungsbaugesellschaft saniert allerdings systematisch die Wohnungen des Wohnviertels, d. h. es werden nach und nach überall Bäder eingebaut, Isolierungen und Heizungen modernisiert und der Wohnstandard insgesamt verbessert. Das kommt den Bewohnern des Viertels durchaus zugute, verdrängt aber die Ärmsten in andere, zum Teil angrenzende »Problemviertel«, denn parallel zu den Renovierungsarbeiten werden Mietsteigerungen durchgeführt.

An Einkaufsgelegenheiten ringsherum mangelt es nicht, es gibt das große neue Einkaufszentrum, das viele Bewohner des Viertels nutzen, vor allem die jüngeren. Das Angebot in dieser Mall ist vielfältig und in verschiedenen Preiskategorien angesiedelt. Besonders auffällig ist ein außerordentlich großer Media-Markt mit breitem Angebot, zum Beispiel mit vielen großen, repräsentativ aufgebauten Flachbildschirmfernsehern und auch sonst allem, was das Herz an Medien- und Elektroartikeln begehrt. Im Viertel hören wir von Expertenseite des öfteren, dass dieser Media-Markt von den Bewohnern des Stadtviertels gerne genutzt werde; selbst bei knappen Haushaltsbudget habe die Elektronik (Handy, Fernseher) eine hohe Priorität. Die Stromrechnungen der Haushalte stellten nicht selten ein finanzielles Problem dar, da sie vergleichsweise hoch wären, was auch auf eine extensive und intensive Nutzung elektronischer Geräte hinweist. Neben dem großen Einkaufszentrum existieren auch mehrere kleinere Geschäfte, unter



anderem der Lebensmittelladen der regionalen Beschäftigungsgesellschaft, der tief im Viertel angesiedelt ist, weit weg von der Hauptstraße, und der im direkten Vergleich mit der neuen Mall recht schäbig wirkt, aber Lebensnotwendiges sehr preiswert anbietet. Es gibt darüber hinaus einen türkischen Supermarkt mit benachbartem Döner-Imbiss, ein billiges Kleider- und Geschenkartikelgeschäft, eine Bäckerei mit angeschlossenem großem Café und vielen Sitzgelegenheiten drinnen und draußen, eine Bank und ein sichtbar internationales Internetcafé, alles am hauptstraßennahen Rand des Viertels, im Bereich einer U-Bahn-Station. Das Wohnviertel ist verkehrstechnisch gut angebunden, neben dem U-Bahn-Anschluss, der ein schnelles Erreichen des städtischen Zentrums und vieler anderer Stadtviertel ermöglicht, gibt es Busse sowie eine Regionalbahn, die in die ländlichen Vororte und Gemeinden führt und damit einen gewissen Naherholungswert hat.

Im untersuchten Wohnviertel wurden verschiedene unterstützende öffentliche Maßnahmen durchgeführt, um die sozialen Problemlagen zu entschärfen. Ein Quartiermanager koordiniert und integriert die verschiedenen Projekte für das Stadtviertel: Arbeitsgelegenheiten, Ausbildungsmöglichkeiten und Ein-Euro-Jobs, Betreuungs- und Beratungsprojekte verschiedener Träger, kulturelle Treffpunkte mit Freizeitangeboten und täglichen warmen Mahlzeiten, einen Tauschring u. v. m. Das Forschungsteam führte ausführliche Begehungen und Beobachtungen im Stadtviertel durch, während dessen die räumlichen Strukturen, die Bewegungen im Raum und die sozialen Knotenpunkte »vermessen« und beschrieben wurden. Die Projekte und Institutionen des Viertels wurden aufgenommen sowie Freizeitmöglichkeiten, Geschäfte und Begegnungsstätten. Es wurden darüber hinaus Experteninterviews durchgeführt: mit dem Quartiermanager, der die sozialen Projekte vor Ort koordiniert, mit der Leitung der lokal ansässigen Beschäftigungsgesellschaft, sowie mit Sozialarbeitern, die in Beratungsstellen oder in der lokalen Tauschbörse arbeiteten. Durch die Koordination der verschiedenen einzelnen Projekte ist nach Aussage der Experten eine wesentlich effektivere und zielorientiertere Unterstützung der Bewohner möglich. Als Problem wurden uns allerdings die Finanzierungsstrukturen der Maßnahmen genannt. Die Projekte werden in einer Art Mischfinanzierung getragen, Mittel der Europäischen Union, des Bundes, des Landes und der Stadt fließen hinein. Die Finanzierungszeiträume sind sehr kurzfristig angelegt und immer projektbezogen. Das heißt für die vor Ort Tätigen, dass ständig neue Anträge für Finanzierungen geschrieben werden müssen, und eine Kontinuität der unterstützenden Arbeit kaum möglich ist. Durch die kurzfristigen Projektlaufzeiten verliere man enorm an Effizienz, denn jedes Projekt benötige eine Anlauf- und Erprobungsphase, während der man die Strukturen aufbauen muss, und noch nicht allzu viele Ziele erreichen kann. Häufig sei der Zeitraum der Finanzierung aber schon bald nach dieser Anlaufzeit der Projekte vorbei, so dass der Mitteleinsatz mit diesen kurzen Laufzeiten nicht sehr effektiv sei.

Laut Auskunft der Experten beteiligten sich vor Ort vor allem die Frauen des Viertels an den Initiativen und Projekten, an den Freizeit- und den sozialen Angeboten. Die erwerbslosen Männer seien in der Öffentlichkeit weniger sichtbar; möglicherweise meiden sie aus Frustration oder aus Scham über ihre Erwerbslosigkeit die öffentlichen Plätze. Die erwerbslosen Männer tauchen vor allem in der lokalen Beschäftigungsgesellschaft auf, wo sie für einen befristeten Zeitraum Ein-Euro-Jobs ausüben können, sich zum Beispiel an der Reinigung oder der Bepflanzung von Grünanlagen und öffentlichen Plätzen beteiligen. Die Aufträge dafür erhält die Beschäftigungsgesellschaft in erster Linie von der Kommune. Daneben werden aber auch Aufträge von Privatleuten angenommen, zum Beispiel Renovierungs- oder Reinigungsarbeiten. Der Leiter der Beschäftigungsgesellschaft sieht es als zentrale Aufgabe der Initiative an, seine Klientel wieder arbeitsfähig zu machen und psychisch stabil zu halten. Dies umfasst auch ganz einfache und basale Fähigkeiten. Ein Teil der Erwerbslosen des Viertels will keine Qualifizierungsmaßnahmen, da man sich dadurch inhaltlich oder auch sozial überfordert fühlt, sondern »eine einfache und nützliche Arbeit tun«, so der Leiter der Beschäftigungsgesellschaft im Interview. Einige seien zudem so lange aus dem Arbeitsmarkt ausgeschlossen, dass ihnen wichtige Basisfähigkeiten fehlten, zum Beispiel müsste man sich wieder daran gewöhnen, regelmäßig aufzustehen und einen gegliederten Tagesablauf einzuhalten, und mit dem Alkohol Maß zu halten. In den ersten Wochen der Maßnahme ginge dies – mit Hilfe guter Vorsätze – oft noch gut, da sei noch Anfangsmotivation vorhanden, danach breche diese aber häufig wieder ein. Mühsame Motivationsarbeit und Kontrolle seien hier notwendig, und über gewisse Schwächen müsse man auch hinwegsehen können und Verständnis zeigen. Alkoholismus sei insgesamt ein großes Problem. Der Leiter der Beschäftigungsgesellschaft ist offensichtlich in hohem Maße engagiert und persönlich involviert, seine Beschäftigten zu betreuen und ein verständnisvoll-autoritärer Anlaufpunkt für sie zu sein sowie die notwendige Unterstützung und Halt zu geben, denn »Suchtkranke brauchen jemanden, der hinter ihnen steht« (Experteninterview 1/3). Seine Rolle beschränkt sich nicht auf die eines gewöhnlichen Vorgesetzten oder Sozialarbeiters, sondern ist von einem sehr persönlichen Einsatz geprägt. Er sagt von sich selbst, er sei für viele eine Vaterfigur, es stecke »viel Herzblut« in seiner Arbeit und »manchmal bin ich Tag und Nacht im Einsatz«. In der Kommunikation mit den Arbeitern trifft er offenbar genau den Ton der dort vorherrschenden »klassisch-männlichen« Arbeitskultur, und findet deshalb Zugang und Akzeptanz seiner Autorität. Der Umgang unter den Männern ist rau, mit derben Späßen und Elementen abweichenden Verhaltens durchsetzt, aber durchaus mit Zügen von kollektiver Orientierung und Verbindlichkeit. Auch für erwerbslose Frauen gibt es in der lokalen Beschäftigungsgesellschaft Arbeit, zum Beispiel in dem kleinen Lebensmittelladen, der von der Gesellschaft betrieben wird, bei einem Warenbringservice, und im Betrieb des lokalen Bürgertreffs, bei dem täglich ein warmes Essen gekocht und preisgünstig für die Bewohner des Stadtviertels angeboten wird. Die Zonen der typischen

Männer- und der Frauenarbeit scheinen überwiegend getrennt zu sein, mit einigen wenigen Überschneidungszonen.

Die institutionellen Strukturen und Hilfsangebote dieses Stadtviertels sind in unserem Projekt gut dokumentiert. Darüber hinaus gelang es auch, mit einer Reihe von betroffenen Langzeiterwerbslosen Interviews durchzuführen. Um Interviewpartner zu gewinnen, führten wir an einem Wochenende mit Unterstützung des Quartiermanagers einen »Arbeitslosenbrunch« durch, bei dem es kostenloses Essen gab und man sich in angenehmer Atmosphäre austauschen konnte. Bei dieser Gelegenheit konnten wir viele Gespräche führen und im Anschluss daran auch einige Interviewpartner gewinnen. Bei diesem Brunch wurde allerdings deutlich, dass sich auch Widerstand gegen unser »universitäres« Forschungsprojekt formierte, der bei einigen jungen Männern, die zum Teil aggressiv und lautstark wurden, sein Zentrum hatte. Der inhaltliche Kern ihrer Äußerungen war die Behauptung, das Forschungsteam hätte doch keine Ahnung von den praktischen Seiten des Themas und sei sowieso intellektuell abgehoben. Die am Projekt beteiligten Studierenden seien überdies Teil der zukünftigen Elite, und gehörten deshalb zu den »natürlichen« Feinden der sozial Unterprivilegierten – deshalb käme eine Beteiligung am Forschungsvorhaben nicht in Frage. In den folgenden Tagen bedrohten junge Männer des Viertels, zum Teil mit rechtsradikalen Symbolen dekoriert, einen studentischen Mitarbeiter des Projekts auch körperlich; diese »heikle« Situation konnte aber durch Beschwichtigung und rechtzeitigen Rückzug entschärft werden und eskalierte zum Glück nicht. Diese Gruppe junger Männer versuchte aber in der Folge bei verschiedenen Gelegenheiten, Interviewerteams aus dem Stadtviertel zu »vertreiben« bzw. die Gespräche, die in öffentlich zugänglichen Räumen durchgeführt wurden, durch die Erzeugung eines Angstklimas zu stören. Ihre aggressiven und Gewaltbereitschaft signalisierenden Äußerungen richteten sich vor allem an das Forscherteam, sollten daneben aber sichtbar auch die von uns Befragten einschüchtern und ihre Informationsbereitschaft schmälern. Die Aktionen dieser Gruppe erschwerten die Arbeit im Feld in mehrfacher Hinsicht; trotzdem gelang es, viele relevante Informationen und »Erzählungen« in diesem Wohnviertel zu sammeln.

Die wesentliche Aufgabe dieser ethnographischen Studie war, die sozialen Strukturen und das Milieu sowie zentrale soziale Problematiken der Erwerbslosigkeit für den Untersuchungsrahmen sorgfältig deskriptiv zu erfassen und damit inhaltlich die wichtigen Problemfelder aufzuschließen. Schon bald wurde deutlich, dass im Alltag nicht allein die Erwerbslosigkeit Schwierigkeiten macht, sondern dass sich nicht selten multiple Problemlagen einstellen: Schlechte Ausbildung, Geldmangel, Ausgrenzungserfahrungen, biographische Krisen, die neben der Erwerbslosigkeit z. B. durch Scheidung oder ähnlich einschneidende Erfahrungen verursacht wurden, psychische Instabilität, Verhaltensauffälligkeiten oder längerfristige Erkrankungen kumulieren häufig zu komplexen, individuell verschiedenen Problembündeln. Diese spezifischen Problemlagen können in der Regel nicht alleine durch Arbeitsmarktmaßnahmen gelöst werden, sondern be-

dürfen einer komplexeren Hilfestellung. Die Lebenslagen von Erwerbslosen sind insgesamt erstaunlich heterogen, doch haben wir es häufig mit solchen multiplen Problemlagen zu tun bekommen, vor allem bei Langzeitarbeitslosen. Daneben konnten wir bei dieser Exploration auch Phänomene der »Vererbung« von Armut und von ausgegrenzten Lebenslagen feststellen. Eine Familie, die von uns befragt wurde, lebt beispielsweise in der vierten Generation in dem untersuchten Stadtviertel; die befragte Familienmutter kam darüber hinaus kaum aus dem Stadtviertel heraus. Ihr ganzes Leben, ihre räumlichen Bewegungen im Alltag spielen sich nahezu komplett innerhalb dieses »Problemstadtviertels« ab – ähnlich wie bei ihren Vorfahren. Ob auch ihre drei Kinder im Stadtviertel bleiben werden, ist schwer zu prognostizieren. Es ist aber abzusehen, dass sie nur geringe Chancen haben, sich aus dem sozial benachteiligten Milieu, in das sie geboren wurden, herauszuarbeiten, da auf Bildung und Schule in der Familie nicht viel Wert gelegt wird – ein Umstand, der sich in den Schulkarrieren der Kinder entsprechend niederschlägt.

Die befragten Jugendlichen des Stadtviertels verfügen generell über eher schlechte berufliche Perspektiven. Für die Jugendlichen ohne regulären Ausbildungsplatz bzw. mit mangelhaften Schulabschlüssen bietet die lokale Beschäftigungsgesellschaft Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten an. Daneben gibt es speziell für Jugendliche berufsbezogene Weiterbildungsprojekte, z. B. im Computerbereich. Diese Angebote der verschiedenen Träger werden gut angenommen und genutzt, und entfalten sichtbar sozialisatorische und sozialintegrative Wirkungen. Ihre Chancen auf dem ersten Arbeitsmarkt schätzten die Jugendlichen in den Interviews jedoch oft eher gering ein. Sie hatten meist wenig Hoffnung, einen »realen« Job auf dem »wirklichen« Arbeitsmarkt zu bekommen.

Die eingehende Beschäftigung mit diesem Stadtviertel, seinen Strukturen und seinen Bewohnern sowie den öffentlichen Initiativen und Hilfsangeboten vor Ort, die den vielfältigen sozialen Problemen begegnen sollen, ermöglichte strukturelle Zusammenhänge der Erwerbslosigkeit in den Blick zu nehmen und eine angemessene Hypothesenbildung vorzunehmen. Durch diese ethnographische Studie konnten komplexe Problemlagen im Feld erschlossen und damit die Qualität der Datenerhebung und der Analysen gesichert werden. Darüber hinaus brachte dieser Teil des Forschungsprogramms das Forschungsteam nachhaltig in Kontakt mit zunächst »fremden« Milieus und half damit, eine sozial selektiven, mittelschichtorientierten »bias« in der Fragestellung entgegenzuwirken. Durch diesen ethnographischen Teil der Erhebungen wurden inhaltliche Spuren und Zusammenhänge sichtbar gemacht, die weiterverfolgt werden konnten, die Generierung der Forschungshypothesen forciert und die Entwicklung eines empirisch angemessenen Analyserahmens für das gesammelte Forschungsmaterial ermöglicht.

## 6.6 Die Interviews und die Fotografien

Neben den beschriebenen ethnographischen Methoden, den Beobachtungen, Begehungen und Beschreibungen, lag der Schwerpunkt der methodischen Konzeption auf offenen Interviews, die mit Erwerbslosen bzw. mit einer Vergleichsgruppe von nicht erwerbslosen Personen durchgeführt wurden. Diese Interviews wurden in verschiedenen Regionen geführt, zum Teil im untersuchten Stadtviertel, zum Teil in anderen Städten und Regionen Mittelfrankens sowie Ostbayerns. Die Interviewgespräche wurden in Form einer offenen, qualitativen Befragung konzipiert und enthielten narrative Passagen. Am Anfang des Interviews stand jeweils die Vorstellung des Forschungsvorhabens und die Darstellung der Thematik, mit der anschließenden Aufforderung an die Befragten, die vorher ausgewählten Lieblingsdinge darzustellen und in einer Erzählung zu erläutern, welche Ereignisse oder Erfahrungen sich damit verbinden und weshalb sie von Bedeutung sind. Vor den Interviews wurden die Probanden bei der ersten Kontaktaufnahme aufgefordert, einige Lieblingsdinge auszusuchen und bei dem Interview zu präsentieren. In der Regel benötigt man etwas Zeit und ein paar Überlegungen, um zu entscheiden, welche Dinge zu den Lieblingsdingen gehören, denn die Menschen besitzen häufig eine Unmenge von Objekten, von denen viele wiederum selten oder gar nicht in Gebrauch sind. Bei denjenigen Objekten, die häufiger gebraucht werden, geschieht dies nicht immer bewusst, sondern oft selbstverständlich und implizit, d. h. der Umgang mit dem Objekt erfordert kaum Aufmerksamkeit. Lieblingsdinge auszuwählen heißt, den Dingen vermehrt Aufmerksamkeit zuzuwenden und bewusst zu wählen: Das können Dinge sein, die man selten gebraucht und in Ehren bzw. in Erinnerung hält, das können aber auch Dinge sein, die man so gerne hat, deren Form und Material einem so angenehm, oder deren praktische Funktion einem so wichtig ist, dass man sie ständig in Gebrauch hat. Sie zu wählen, bedeutet dann, sie aus der Routine des fraglosen Gebrauchs wieder hervorzuheben und sich ihre Bedeutung wieder bewusst, und explizit zu machen.

Das Auswählen der Lieblingsobjekte konstituiert somit ein Stück weit auch die Sinnhorizonte, die dann im Interview präsentiert werden, – denn möglicherweise hat man vorher gar nicht über die Frage nachgedacht, welche Dinge denn Lieblingsobjekte sind, und erst der Anlass des Interviews hat diese Überlegungen und damit auch die Konstitution des den Dingen zugeschriebenen Sinnes in Gang gebracht. Doch existieren solch reaktive Muster bei fast allen Interviewformen, ob quantitativ oder qualitativ, denn so manche Überlegung, ob sie nun ein Bewusstwerden von bislang implizitem Wissen oder ein neuer Gedanke ist, wird erst mit der richtigen Frage angestoßen. Wir müssen also davon ausgehen, dass die Interviews reaktiv sind, und die Form der Interviewkonzeption und -führung die dargestellten Inhalte beeinflusst. Doch nur bei wenigen sozialwissenschaftlichen Methoden kann von einer Nicht-Reaktivität des Feldes ausgegangen werden; in der Regel gilt, dass die erhobenen Daten von der Interaktionssituation,

innerhalb derer sie entstanden, beeinflusst werden. Es handelt sich also um ein methodisches Problem, das in seiner Entstehung kaum vermieden werden kann; und so ist die angemessene Umgangsweise damit, diese Interaktionseffekte zu kontrollieren, indem man sie bei der Interpretation des Materials konsequent vergegenwärtigt und in die Analyse einbezieht. Bei der vorliegenden Befragung wurden wohlgerne nicht Stegreifinterviews eingesetzt, denn die Interviewten konnten sich auf das Interview vorbereiten. Die Identitätswürfe, die mit den Lieblingsdingen präsentiert wurden, sind in diesem Sinne nicht spontan geschildert, sondern konnten vorher wohlüberlegt sein. Dieses methodische Vorgehen wurde bewusst gewählt und stellt aus der Perspektive des vorliegenden Forschungsprojektes keineswegs einen Nachteil dar. Erstens sollten über die ausgewählten Lieblingsdinge nicht irgendwelche spontanen Einfälle, sondern Sachverhalte zur Sprache kommen, die biographisch und damit längerfristig von Bedeutung sind. Was von übergreifender Bedeutung ist, muss im Alltag, der in der Regel auf Routinen und auf die Lösung kleinteiliger Probleme ausgerichtet ist, zunächst wieder ins Bewusstsein gehoben werden. Identitätswürfe und biographische Relevanzstrukturen enthalten explizite und implizite Bestandteile; will man das Wichtige darstellen oder vermitteln, muss man es, zumindest teilweise, explizieren. Dies erfordert meist ein gewisses Quantum an Nachdenken, an Selbstreflexion und damit auch ein Quantum an zur Verfügung stehender Zeit; so gesehen ist es notwendig, dass die Interviewpartner auf die Thematik des Interviews vorbereitet sind und genug Zeit haben, um ihre Lieblingsdinge auszuwählen und über ihre Bedeutung nachzudenken. Zudem müssen wir davon ausgehen, dass die Performanz eines Individuums, die Darstellung seiner sozialen/persönlichen Identität, auch in den alltäglichen sozialen Kommunikationsformen ein teilweise absichtsvolles Konstrukt ist, eine »Maske«, die manches erhellt und manches verdeckt. Dieses in der Kommunikation präsentierte Konstrukt einer sozialen Identität kann allerdings nur überzeugend sein, wenn es auch zum Können passt, wenn zum Beispiel die präsentierten Inhalte bzw. das kulturelle Kapital, um mit Bourdieu zu sprechen, verinnerlicht und souverän präsentiert werden und die Darstellung nicht bemüht und »verkrampt« wirkt. Mit Bourdieus Habitus-Begriff lässt sich eindrucksvoll zeigen, dass Hochstapelei nicht nur Selbstbewusstsein und Kaltblütigkeit, sondern auch lange Übung und Könnerschaft erfordert. Doch mit Hochstapelei in diesem Sinne hatten wir es nicht zu tun. In der Rückschau hat sich gezeigt, dass von den Befragten zwar an manchen Stellen partielle Versuche der Beschönigung oder Begradigung ihrer Lebenssituation vorgenommen wurden, einige haben auch bewusst »höher« gespielt oder »tiefgestapelt«. Gelegentlich wurden etwa in den Interviews Übertreibungen sichtbar, zum Beispiel in Bezug auf soziale Erfolge, oder in Bezug auf die Beliebtheit im Freundeskreis; auch negative Stilisierungen zum Außenseiter oder zum Rebellen gab es. Doch fügte dieser Umstand der Qualität des Materials keinen Schaden zu, im Gegenteil, gerade die Interviews mit den Widersprüchen und Brüchen in der Argumentation oder in der Selbstpräsentation waren in der Regel für die Interpre-

tationsarbeit aufschlussreicher als die »glatten« und erwartbaren Interviewtexte, die sich ohne Widerhaken darstellten. Bei den Interviews, in denen Beschönigungen oder Legendenbildungen vorgenommen wurden, warf genau dieser Umstand die interpretationsleitenden Fragen auf. Gerade bei Übertreibungen, Schönfärberei und Mythenbildung zeigen sich die sinnhaften Relevanzstrukturen der Befragten besonders deutlich; durch die Inkonsistenzen offenbart sich, wo sie sich im sozialen Raum platzieren, als wer sie erscheinen wollen, was als wichtig gilt und welche Ziele verfolgt werden. Die Stilisierungen sind in der Regel nicht zufällig gewählt, sondern ein zugespitzter und überzeichneter Teil der Selbstwahrnehmung und Selbstinterpretation sowie der gewählten Handlungsmuster im Umgang mit Exklusionserfahrungen.

Insgesamt wurden 50 Interviews durchgeführt, davon wurden 45 Interviews transkribiert und ausgewertet. Diese setzten sich aus 25 Interviews mit Erwerbslosen und 20 mit Angehörigen von Vergleichsgruppen zusammen. Von den 45 ausgewerteten Interviews wurden 24 mit Frauen und 21 mit Männern geführt. Bei den Interviews waren alle Altersgruppen der potentiell Erwerbstätigen ausreichend vertreten, das Altersspektrum des Samples liegt zwischen 20 und 63 Jahren. Ausbildung und Berufe der Befragten sind breit gestreut, Schwerpunktsetzungen gibt es bei handwerklich-gewerblichen sowie bei mittleren kaufmännischen Berufen; unter den befragten Erwerbslosen befinden sich aber auch drei Hochschulabsolventen. Bei der Zusammenstellung des Samples wurde, trotz der Zugangsschwierigkeiten, bewusst auf eine breite Streuung der Befragten nach ihren sozialstatistischen Merkmalen gesetzt, um dem Ziel einer qualitativen Repräsentanz möglichst nahe zu kommen. Dennoch kann man kaum guten Gewissens behaupten, wir hätten alle nur möglichen typischen Muster und Konstellationen der Lebensumstände in der Erwerbslosigkeit in unserem Sample abgedeckt; zu heterogen sind dafür nach dem Stand der Forschung die komplexen Problemlagen, die mit Arbeitslosigkeit einhergehen. Doch ist das Spektrum der erhobenen Fälle sehr weit und deckt eine Vielzahl von möglichen Lebensumständen, Problemkonstellationen und Handlungsstrategien ab, weist also eine erhebliche Varianz der Strukturmuster auf, die bei der Analyse des Materials auch hinreichend Minimal- und Maximalkontrastierungen von einzelnen Fällen ermöglichten.

Bei der Durchführung der Interviews sollten zu Beginn möglichst dichte und ausführliche narrative Passagen generiert werden. Dazu wurden die Interviewpartner aufgefordert, die Geschichte(n) ihrer Lieblingsobjekte zu erzählen: Wie sie zu den Objekten gekommen sind, was sie mit ihnen verbinden, warum sie von Bedeutung sind etc. Stockte der Redefluss, so sollte zunächst die Erzählung durch Nachfragen wieder in Gang gebracht werden, und erst, wenn die Erzählung inhaltlich ausgeschöpft war, sollten von den Interviewern noch nicht angesprochene Fragen thematisiert werden. Die Methode und Technik der narrativen Interviews ist für die Erforschung biographischer Themenstellungen gut erprobt (vgl. Schütze 1977 und 1981 sowie Riemann 1987). Das Konzept und die Erfahrungen von Fritz Schütze und Gerhard Riemann dienen in diesem Forschungs-

projekt als Ausgangspunkt und lieferten wichtige Hinweise zur formalen Gestaltung der Interviews. Da es sich jedoch nicht um eine im engeren Sinne biographische Forschungsthematik handelte, sondern lediglich biographische Einordnungen und Bezüge erhoben wurden, musste das Konzept der narrativen Interviews entsprechend angepasst und durch ausführliche dialogische Interviewsequenzen ergänzt werden. Soziale Inklusion und Exklusion werden hier nicht als Zustand, sondern als Prozess begriffen; die Konzeption der Interviews in der vorliegenden Form eignet sich besonders dafür, die Konstitution dieses Prozesses, die Wechselwirkung zwischen subjektiven Selbstentwürfen und sozialen Zuschreibungen in den Erzähltexten sichtbar zu machen.

Von den in den Interviews gezeigten Objekten wurden, wo dies möglich war und von den Interviewpartnern gestattet wurde, Fotografien gemacht. Das Ziel des Forschungsprojektes war ursprünglich, die Fotografien von den Befragten selbst aufnehmen zu lassen, da Motivwahl, Blickwinkel und Komposition eines Fotos interpretationsfähig sind und zusätzliche Daten für die Auswertung liefern können. Dieses Vorhaben erwies sich allerdings als nicht bzw. selten praktikabel; häufig sprachen situative Umstände dagegen, hatten beispielsweise die Interviewpartner Einwände, kannten sich mit dem Fotoapparat nicht aus usw. In den meisten Fällen wurde deshalb eine Lösung gewählt, bei der die Objekte vom Befragten angeordnet und von den Interviewern fotografiert wurden. Sicherlich wären von den Befragten selbst »geschossene« Fotografien für die Bildanalysen der Fotos an manchen Stellen noch aufschlussreicher gewesen – dies wird jedenfalls in den einschlägigen Verfahren der sozialwissenschaftlichen Bildanalyse nahegelegt. Da sich dafür jedoch keine praktikable Lösung finden ließ, wurden die Fotografien in unserem Projekt in der Regel von den Interviewern aufgenommen, meist am Ende der Interviews, wenn der Prozess des Fotografierens die Vertrauensbildung, die Erzählungen und den Redefluss nicht mehr stören konnten. Die Fotografien enthalten somit gewissermaßen die vorangegangene Interaktionssituation des Interviews und reflektieren diese, den Blickwinkel und die Haltung der Interviewer genauso wie die Perspektive und die Themen, die der Befragte in die Kommunikation eingebracht hat.

Die Beziehung zwischen einer Fotografie und ihrem situationsspezifischen Kontext ist genauso indexikal wie die Beziehung zwischen einer Textsequenz und dem ganzen Text bzw. seinem Kontext. Jede Fotografie repräsentiert das Ganze einer gegebenen Situation, enthält es jedoch nicht vollständig, ähnlich wie jeder Satz und jede Sequenz eines Textes einen Bezug zur ganzen Kommunikationssituation hat, jedoch niemals alle Informationen enthält. Jede Fotografie ist ein kleiner Teilausschnitt einer Situation, eine mögliche Perspektive von vielen, jedoch eine, die nicht zufällig eingenommen wurde, sondern eine ästhetische oder sinnhafte Wahl beinhaltet – und dies gilt selbst für Schnappschüsse und absichtlich oder unabsichtlich »misslungene« Bilder. Durch eine Fotografie schafft der Fotograf eine Anordnung von Dingen oder Menschen (oder abstrakten Formen), durch die eingenommene Perspektive setzt er sich in Beziehung zu dem



Abgebildeten. Diese ästhetisch-formalen Gesichtspunkte liefern notwendige Daten für die Bildanalyse. Jedoch muss berücksichtigt werden, dass eine Fotografie niemals vollständig konstruiert ist, sondern das Ergebnis des Fotografierens sich zum Teil den Absichten des Fotografen entzieht. Nicht nur der Fotograf, auch die oder das Fotografierte sowie das technische Verfahren des Fotografierens bestimmen das Bild mit. Eine Fotografie kann neben den Elementen der Komposition unbeabsichtigte oder unkontrollierte Bestandteile haben. Bei einem Portrait etwa kommt es immer auf die Mitwirkung und die Art der Selbstdarstellung des Fotografierten an, auf die der Fotograf nur einen begrenzten Einfluss hat. Darüber hinaus kann etwas »ins Bild rutschen« oder sich etwas im Hintergrund abspielen, was der Fotograf nicht bemerkt hat. Die Eigenwilligkeit des Mediums sowie die Eigenwilligkeit des Abgebildeten bestimmen neben dem Fotografen die Konstitution einer Fotografie. Die fertige Fotografie ist als Produkt einer Wechselwirkung zwischen Fotograf, Motiv und technischem Medium zu begreifen.

Das hier gewählte Verfahren – die Interviewer machen die Fotos am Ende des Interviews – zeigte schließlich im Prozess des Forschens seine Vorteile: Da die Interviewer sich auch als Fotografen betätigten, waren die Interviewten entlastet und sind mit ihren Lieblingsgegenständen nicht immer, aber häufig auf die Bilder »geraten«, weil dies in der Situation nahe lag. So können Körperhaltungen, Mimik und Gestik der Menschen auf den Fotos zusätzliche und manchmal wertvolle Informationsquellen darstellen. Für die Aufklärung der Beziehung zwischen dem/der Befragten und seinen/ihren Dingen waren diese Fotografien beispielsweise aufschlussreich. Auch für die Art und Weise, sich als Person darzustellen und zu präsentieren, liefern sie wichtige Hinweise. »Ebenso sind Fotografien für eine intensive Interpretation der Präsentation von Geschlecht, Familie oder des Selbst aussagekräftige Quellen«, schreiben zwei in der sozialwissenschaftlichen Bildanalyse erfahrene Forscherinnen (Pilarczyk/Mieznier 2005: 84), und man kann ihnen darin zustimmen. Gerade bei Verzicht auf eine bewusste ästhetischen Gestaltung und Anordnung durch den Fotografen, und die Interviewer waren hier selbstredend gehalten, sich und die eigene Perspektive zurückzunehmen, entstehen Freiräume für spontanen oder zufälligen körperlichen Ausdruck sowie Möglichkeiten der Selbstinszenierung der Abgebildeten. Die körperliche Präsenz und die Nutzung des Raums, symbolische Dominanz oder Subordination in der Haltung oder im Blick können Anhaltspunkte liefern. Auch das räumliche Umfeld, das auf den Fotografien häufig mit abgebildet ist oder zumindest an der einen oder anderen Stelle mit ins Bild »rutscht«, die Wohnungseinrichtung, ihre spezifische Ordnung oder ästhetische Gestaltung, einzelne Details oder Objekte des Umfelds, können weitere Daten liefern. Aufschlussreich war in den meisten Fällen auch die Anordnung der Lieblingsobjekte, wie sie sich zueinander verhalten und in welcher formal-ästhetischer Ordnung sie sich befinden, wie sie für die Fotografie inszeniert wurden und was mit dieser Anordnung oder Inszenierung explizit oder implizit zum Ausdruck gebracht werden sollte.

## 6.7 Auswertung: Hermeneutische Text- und Bildanalyse

Für die Auswertung der Interviews wurde ein Auswertungsschema entwickelt, das alle angesprochenen inhaltlichen Dimensionen der Interviews abdeckte und bei der Verdichtung des Materials zu typischen Handlungsmustern anleitete. Doch trotz eines allgemeinen Auswertungsschemas, das übergeordnete Analysekategorien zur Verfügung stellte, die auf alle Fälle anzuwenden sind, musste die Logik und Symbolik der einzelnen Objekte sowie die damit zusammenhängenden Deutungs- und Handlungsschemata aus jedem Fall und seinem »Sinnuniversum« heraus entwickelt werden. Die einzelnen Fälle, die Lebenssituationen, die gewählten Lieblingsobjekte sowie die erkennbaren Versuche, mit der Situation der Erwerbslosigkeit umzugehen, waren sehr unterschiedlich, deshalb wurde zunächst intensiv an einzelnen Fällen »im Ganzen« gearbeitet. Der übergeordnete Analyserahmen war dabei notwendig, um durch Kontrastierungen Vergleiche zu ermöglichen und übergeordnete Aspekte herauszuarbeiten.

Bei der Interpretation der Fälle wurde die Transkription des Interviews herangezogen sowie der zusätzlich erhobene Datenbogen und die schriftlich notierten Beobachtungen der Interviewer rund um das Interview (Wohnumfeld, Einrichtung, Ausstattung, Interviewsituation, Körpersprache, Gespräche am Rande des Interviews etc.).<sup>2</sup> Neben diesen Textprotokollen und Datenbögen wurden in die Analyse die bei den Interviews gemachten Fotografien von den Lieblingsobjekten der Befragten miteinbezogen. Der Interviewtext und die gezeigten Dinge (bzw. die Fotos der Dinge) sind inhaltlich eng verschränkt, sie kreuzen sich, beziehen sich auf gemeinsame Fluchtpunkte und ergänzen sich in der Regel thematisch. Eine Triangulation der Bildanalysen mit den Textinterpretationen brachte inhaltlich und methodisch interessante Einblicke. Bild und Text sind zwei gänzlich verschiedene Medien, die nicht vollständig ineinander übersetzbar sind. Im Text bzw. in der sprachlichen Kommunikation konstituiert sich der Sinn prozessual, und kann in der Analyse entsprechend sequentiell, Schritt für Schritt er-

---

2 An dieser Stelle möchte ich den Forschern des Institutes für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (Forschungsbereich Erwerbslosigkeit und Teilhabe) Markus Promberger, Andreas Hirseland und Ulrich Wenzel danken, die gemeinsam mit mir (A. B.) und einer Gruppe von fortgeschrittenen Studierenden einen zweitägigen Methodenworkshop durchführten und ausgewählte Materialien aus dem Sample der vorliegenden Studien in kleinen Gruppen auswerteten und interpretierten. Markus Promberger danke ich ganz besonders für viele fachkundige Anregungen und spannende Gespräche zum Thema und Forschungsfeld. Auch danke ich allen Studierenden des Lehrforschungsprojektes für ihre engagierte Beteiligung, v. a. Christoph Mautz, der zeitweise intensiv mit mir an diesem Projekt arbeitete. Besonders engagiert haben sich auch Sarolta Weniger sowie Alexander Zuleeg, Fabian Zeußel, Christian Buchner und wiederum Christoph Mautz, mit denen ich längere Zeit eine Interpretationsgruppe für das Fotomaterial unterhielt, in der wir die methodischen Möglichkeiten und Grenzen der Bildanalyse ausführlich erproben und lebhaft diskutieren konnten.

geschlossen werden. Das Foto hat keinen zeitlichen Ablauf, keine zeitliche Ordnung, es ist eine Momentaufnahme, in der die Sinnstrukturen nicht nacheinander konstituiert werden, sondern simultan vorhanden sind. Im Bild ist alles gleichzeitig, während ein Text sich in der Zeit entfaltet und entsprechend chronologisch erschlossen werden kann. Im Forschungsprojekt wurden Text- und Bildanalyse eng aufeinander bezogen; dadurch ergibt sich die Chance, die Ergebnisse der Bildanalysen durch Textmaterial zu validieren. Um die empirischen Möglichkeiten der Bildanalysen, die in den Sozialwissenschaften weniger erprobt und weniger bekannt sind als Verfahren der sequentiellen Textanalyse, besser auszuloten, wurde bei der Interpretation zuerst, nach Möglichkeit ohne eingehende Textkenntnis, die Bildanalyse durchgeführt, anschließend Schritt für Schritt Kontextinformationen sowie der Text des Interviews hinzugezogen. Dies ermöglichte den Vergleich zwischen den Ergebnissen der Bild- und denen der Textanalyse und das Potential und die Validität der Bildanalyse konnte nach und nach besser eingeschätzt werden.

Eine Bildinterpretation durchzuführen und diese zu verschriftlichen bedeutet eine Übersetzung des Bildes in Sprache, d. h. in ein anderes Medium. Diese Übersetzung zieht eine Verzeitlichung der Sinnstrukturen nach sich, die im Medium des Bildes nicht verzeitlicht sind. Die wahrgenommenen Aspekte müssen bei der Bildanalyse nacheinander festgehalten werden. Obwohl Fotografien den Eindruck erwecken, man könne sie auf den ersten Blick »lesen« und verstehen, täuscht dieser Eindruck. Schließlich ist die Verwendung von Bildern und ihre Deutung auch im Alltag üblich; Bilder werden geradezu exzessiv eingesetzt, vor allem in den Medien der Massenkommunikation. Doch der alltägliche Gebrauch von Bildern ist ein schneller, unreflektierter, häufig gar ein manipulativer; diese alltägliche Nutzung von Bildern erlaubt beim Betrachter in der Regel nur ein intuitives Aufnehmen des Sinngehalts. Um Fotografien als wissenschaftliche Daten zu verwenden und in ihren Sinngehalten aufzuschlüsseln, bedarf es kontrollierter methodischer Verfahren, denn es »ist manche Geste zu privat, zu konventionell manche Haltung, zu intim ein Kamerablick, zu viele Vor-Bilder unterlegt, als dass man den Sinn erschöpfend ohne nachvollziehbare Methoden verstehen könnte. Hinzu kommt, dass sich der tiefere Sinngehalt fotografischer Bilder gerade im Offensichtlichen verbirgt.« (Pilarczyk/Miezner 2005: 111) Ein kontrolliertes Verfahren der Bildinterpretation, das in seiner Vorgehensweise phänomenologisch orientiert ist und hermeneutisch vorgeht, ist deshalb unverzichtbar, will man Fotografien als Datenmaterial in den Forschungsprozess miteinbeziehen. Das Verfahren sollte so angelegt sein, dass es das »punctum« der Fotografie, die Berührung, den Stich, den eine Fotografie dem Betrachter zufügen kann, wie Roland Barthes (1989) schrieb, nicht verdeckt und übersieht, sondern durch systematisches »studium« freilegt und verständlich macht. Das »punctum« kann als »Zugabe an den Betrachter, der sich mit dem Übersetzen und Benennen nicht zufrieden gibt« (ebd.: 113) gelten. Durch nachvollziehbare Schritte eines Verfahrens, das variabel einsetzbar und kontrolliert zugleich sein muss, sollen die Sinn-

schichten einer Fotografie Schritt für Schritt freigelegt werden. Bei der Fotoanalyse stützen wir uns in diesem Projekt auf das erprobte Verfahren der *ikonografischen Bildinterpretation*, wie es bei Pilarczyk und Mietzner (2005) beschrieben ist. Dieses Verfahren, das auch für die Analyse größerer Bildbestände geeignet ist, geht in mehreren Stufen vor:

Der erste Schritt ist die *präikonografische Beschreibung*: In einer ersten Beschreibung werden alle bildlichen Details sprachlich erfasst. Aufzählend werden die gesehenen Objekte in ihrer alltäglichen Bedeutung beschrieben. Dabei geht es um das Erschließen einer »primären Sinnschicht«, die mit Hilfe einer vitalen Alltagskompetenz und der »praktischen Erfahrung« der Interpreten aufgedeckt werden kann. Im Gegensatz zur schnellen Alltagswahrnehmung von Bildern ist auf dieser Ebene aber ein systematisch verlangsamtes Sehen und Beschreiben notwendig, eine künstlich erzeugte Genauigkeit und Detailtreue, bei der auch auf alles scheinbar Belanglose und Nebensächliche geachtet wird. Die auf dem Bild identifizierten Elemente werden noch nicht zueinander in Beziehung gesetzt oder gedeutet. Der am Anfang eingesetzte naive Standpunkt und eine möglichst exzessive Beschreibung aller Bildinhalte und Details sind wichtig, um bei der Interpretation allzu Vertrautes nicht zu übersehen.

Darauf folgt die Ebene der *ikonografischen Beschreibung*: Bei diesem Schritt erfolgt eine Bezugnahme auf externe Bedeutungszuschreibungen, die sich jedoch vielfach noch aus der praktischen Erfahrung ergeben, zum Beispiel ist ein Klassenfoto oder eine Familienszene für den Betrachter in der Regel als solche(s) meist erkennbar. Mit dieser Einordnung wird allerdings die Ebene der präikonografischen Beschreibung verlassen. Man kommt zur »sekundären Sinnschicht« des Bildes, indem alltägliches Wissen, das nicht im Foto selbst, aber außerhalb des Bildes verfügbar ist, einbezogen wird. Auf dieser Ebene wird eine erste Analyse der auf dem Foto sichtbaren Zeichen und Symbole vorgenommen. Ebenfalls wichtig ist die Erfassung der prägenden formalen Bildelemente wie räumliche Anordnungen, Bildaufbau und dominante Linien, Licht und Schattenwirkungen, Kontraste und Farben. In jedem Schritt muss geprüft werden, ob Motive und Nebenmotive als typisch für den Referenzbestand bzw. für diese Art von Fotografien gelten können. Zugleich sind die situativ-sozialen und technischen Herstellungsbedingungen der Fotografie zu berücksichtigen.

Auf der Ebene der *ikonografischen Interpretation* geht es um Motive oder Absichten, die der Fotograf möglicherweise bei der Herstellung des Bildes verfolgte. Fotografien sind gestaltete Bilder, die einen intentionalen Gehalt haben. Jedoch lassen sich nicht alle Bildelemente kontrollieren, »das Zufällige (ist) der Fotografie wesenseigen. So hat man bei der Personenfotografie vor allem mit der Perspektive des Abgebildeten zu rechnen. Das heißt, die fotografierten Personen stellen sich über den habituellen und spontanen Körperausdruck, Kleidung, gestische und mimische Elemente sowie über die räumliche Positionierung in Bezug auf Objekte und andere Personen dar, sie präsentieren sich, wie sie sind bzw. wie sie gesehen werden möchten« (ebd.: 139). Oft agieren die Abgebildeten im Hin-

blick auf einen vorgestellten Betrachter des Bildes. Die Reaktionen der Abgebildeten können aber auch einen Kommentar zur Situation oder zu den Absichten des Fotografen darstellen. Bei der Selbstrepräsentation der Abgebildeten muss man nicht nur mit einer offensiven Darstellung, sondern auch mit Gesten des Verbergens oder der Ablehnung rechnen. Intendierte und nicht-intendierte Bildgehalte werden auf der Ebene der ikonografischen Interpretation zum Gegenstand der Analyse.

Bei der *ikonologischen Interpretation* geht es um die Deutung des eigentlichen bzw. gesamten Bildsinnes. Die Totalität von Intendiertem und Nicht-Intendiertem sowie die Beziehungen zwischen diesen beiden Sinnbereichen sollen hier erfasst werden. Dabei werden alle auf den vorherigen Ebenen gefundenen Elemente der Analyse aufeinander bezogen: Bildinhalte, Bildaufbau, ästhetische Formen und Farbgebung, Kontextwissen, Widersprüche und Eigenarten der Fotografie, ihre implizierte Verwendung, die situative Rollenverteilung, die Beziehung von Fotograf und Abgebildetem sowie die Perspektive und der Einfluss der potentiellen Rezipienten. Die verschiedenen im Bild präsenten Perspektiven werden zueinander in Bedeutung gesetzt, um die »eigentliche Bedeutung« des Bildes, den ganzen Sinn, zu erschließen.

Im letzten Schritt kann sich eine *serielle Fotoanalyse* anschließen, eine Analyse, die sich auf vorher definierte Bildmengen bezieht. Dabei wird das Aufdecken von Entwicklungen, Auffälligkeiten und Differenzen angestrebt sowie eine interpretierende Typisierung des Materials.

Dieses Verfahren der Bildanalyse sollte nach Möglichkeit in gemischten Gruppen durchgeführt werden, da so das Wissen und die Perspektive verschiedener Interpreten ergänzend miteinbezogen werden kann. In unserem Forschungsprojekt, das Methodenworkshops mit einer Reihe von Forschern und Dozenten sowie fortgeschrittenen Studierenden der Soziologie vorsah, zeigte sich, dass eine heterogene Zusammensetzung der Gruppe der Interpreten nach Alter, Geschlecht und Vorwissen von Vorteil war. Die Bildanalysen wurden überwiegend in der Gruppe durchgeführt, dies brachte verschiedene Lesarten zutage, die im Verlauf des Verfahrens geprüft und validiert werden konnten – nicht zuletzt durch die Einbeziehung des Interviewtextes.

Das Verfahren der Bildanalyse ist sehr zeitaufwendig, benötigt aber in der Regel doch weniger Zeit als eine ausführliche Sequenzanalyse von gesamten Interviewtexten. Im Verlauf der Auswertung zeigte sich, dass es oft möglich ist, mit der Bildinterpretation interpretatorisch schneller und direkter zum Ziel zu kommen. Die systematische Interpretation der Fotos erwies sich als häufig sehr zutreffend (gemessen am Interviewtext), war jedoch mit einem höheren Grad der Unsicherheit ob der Angemessenheit und Stimmigkeit der Deutung behaftet. Die Bildinterpretationen erbrachten in der Rückschau faszinierende und oft überraschend treffsichere Ergebnisse, doch die speziellen Eigenheiten des Bildmediums – die im Alltag eingeübte intuitive Wahrnehmung, die potentielle Manipulierbarkeit des Betrachters – bringen ein größeres Misstrauen der Forscher gegenüber

ihren eigenen Interpretationsergebnissen mit sich. Hinzu kommt: Da alles auf einmal im Bild enthalten ist, kann der Bildsinn mit dem beschriebenen Verfahren zwar schrittweise aufgedeckt, aber nicht sequentiell kontrolliert werden. Alles muss aus der Momentaufnahme heraus entwickelt werden; und diese kurze Momentaufnahme repräsentiert zwar in der Regel die strukturellen Elemente einer Situation, kann aber Verzerrungen enthalten, zum Beispiel Übergänge zwischen zwei Situationen oder Posen, die eine kurze, momentweise Auflösung der situativen Ordnung bedeuten können. Erst die Validierung durch den Text bzw. die Textanalyse gibt methodisch die Möglichkeit, die am Bild gewonnene Interpretation stufenweise zu sichern. Das methodische Verfahren der vorliegenden Arbeit, in dem Bild- und Textinterpretation aufeinander bezogen werden können, erwies sich deshalb in der Forschungspraxis als sehr sinnvoll. In der Tat transportieren die Bilder andere und dichtere Informationen als Textprotokolle. Die Bilder sind nur begrenzt in das Medium Text übersetzbar – und umgekehrt. Doch man muss die Übersetzung der Bilder dennoch vornehmen, um eine Kontrollierbarkeit und Nachvollziehbarkeit des Verfahrens herzustellen, inklusive des Versuchs, das »punctum«, das Eigentliche und Eigengesetzliche des Bildes dabei nicht zu eliminieren, sondern es sprachlich wenigstens zu umreißen bzw. ihm nahezukommen. Durch die methodische Triangulation konnten die Möglichkeiten und Stärken beider Medien ausgeschöpft und ergänzt werden.

Die *Auswertung der Interviewtexte* wurde in Anlehnung an die Sequenzanalyse der objektiven Hermeneutik vorgenommen, mit folgender Einschränkung allerdings: Die in diesem Verfahren allzu »stark« ausgeprägten Vorannahmen einer gesellschaftlichen Normalitätsfolie, die in der Interpretation schnell auf Interpretationspfade von Abweichungen und Psychopathologien führen können, sollten nicht in unser Verfahren übernommen werden. Im vorliegenden Forschungsprojekt wurde davon ausgegangen, dass die Äußerungen der Befragten nicht vorschnell pathologisiert werden dürfen – erst müssen alle anderen interpretatorischen Möglichkeiten ausgeschöpft und versucht werden, die Sichtweise der Befragten verstehend nachzuvollziehen, bevor man sich geschlagen gibt und zu der »letzten« zugelassenen Schlussfolgerung einer Unmöglichkeit des Verstehens bzw. zur Möglichkeit einer psychischen Normabweichung kommt. Ohnehin hatten wir es bei unserer Befragung – bedingt durch die Fragestellung, die sich eben auch mit (aus verschiedenen Gründen) »gescheiterten Existenzen« befasst – mit einigen (nach eigenen Aussagen) psychisch erkrankten Personen zu tun, zum Teil mit leichten, zum Teil auch mit drastischeren Symptomen. Unter diesen Bedingungen macht es noch weniger Sinn, aufgrund allzu rigider »Normalitätsfolien« von sozialen Interaktionssituationen, die die Forscher bzw. das methodische Verfahren mit sich bringt, auch noch die psychisch einigermaßen Stablen unter den Befragten vorschnell unter den Verdacht einer psychischen Normabweichung zu stellen. Das Ziel der sequentiellen Analyse in diesem Forschungsprojekt hingegen war, die Perspektive der Befragten zunächst einmal verstehend nachzuzeichnen; selbst die der psychisch Erkrankten, soweit möglich. Deren Erkrankung

wurde nicht lediglich als Faktum, sondern als eine soziale Konstruktion gedeutet, als Prozess, in deren Verlauf sich die Patienten die Theorien und das Vokabular der Psychologie bzw. der Psychiatrie aneignen und diesen auf ihre Weise und mit ihren Motiven in ihre eigene Geschichte und ihre eigene Argumentationen einbauen. Erst wenn im Analyseverfahren die erste, verstehend-nachvollziehende Ebene der Interpretation erreicht war, wurde im nächsten Schritt die Perspektive geändert und unter Einbeziehung von üblicherweise gültigen Interaktionsregeln und text-externem Wissen die Äußerungen im Text (und Bild) auf »latente Sinnstrukturen« untersucht. In diesem zweiten Analyse-Schritt wurde das Material nochmals auf »implizite« Aussagen untersucht, zum Beispiel auf Motive, die unter der Hand sichtbar werden, auch wenn dies nicht der Absicht des bzw. der Befragten entsprach, auf inhaltliche Widersprüche sowie auf Brüche in der Selbstdarstellung.

Nicht nur das Bild, wie oben dargestellt, sondern auch der Text ist mehrschichtig: Neben inhaltlichen Äußerungen im Gespräch enthalten die Protokolle kommunikative Elemente, die der Interaktion im Interview gelten, die auf die Äußerungen anderer Beteiligter reagieren oder sich auf etwas beziehen, was gerade gesagt wurde. Der Text enthält Reaktionen auf die Interaktionssituation im Interview genauso wie von der Interviewsituation unabhängige Sinnstrukturen. Mehrfache Sinnbezüge können sich im Text äußern. Es gibt Elemente, die unter der Hand in die sprachliche Kommunikation »rutschen«, weil sie den Sprecher zum Beispiel gerade beschäftigen, ebenso wie Dinge, die unbeabsichtigt ins Bild »rutschen«. Die Interpretation eines Textes ist – wie die eines Bildes – ein potentiell unendlicher Prozess, bei dem Schritt für Schritt die verschiedenen Sinn-schichten aufgeblättert werden können. Aus pragmatischen Gründen muss irgendwann ein Ende des Interpretationsprozesses festgesetzt werden, doch sind die zu entdeckenden Sinnstrukturen kaum vollständig auszuschöpfen. Textlich protokollierte Kommunikation weist in der Regel aber mindestens zwei Sinn-schichten auf, auf die Bezug genommen werden sollte: Zum einen enthalten die fixierten Äußerungen einen inhaltlichen Sinn, beziehen sich auf Sachgegenstände, geben Detailinformationen oder bewerten diese. Zum anderen sind kommunikative Bezüge enthalten, d. h. die Befragten wollen ein bestimmtes Bild von sich oder den anderen zeichnen, sie ringen um eine bestimmte Sicht auf das Selbst. Sie ringen mit Differenzen zwischen der Fremd- und der Eigensicht, sie reagieren auf etwas, was im Interview (oder außerhalb) gesagt wurde, argumentativ oder emotional, sie wehren sich gegen eine zugeschriebene Rolle, gegen Erwartungen oder Erwartungserwartungen, spitzen dabei inhaltliche Äußerungen zu, benutzen Stilisierungen, oder überspielen unangenehme Sachverhalte. Die kommunikativen Bezüge in den Interviewtexten sind selten explizit, oft laufen sie im Text »mit« und sind in die inhaltlichen Äußerungen eingelagert. Sie können jedoch durch eine detaillierte Untersuchung der sprachlichen Eigenheiten des Textes, durch Verknüpfungen verschiedener Interviewsequenzen sowie durch die

genaue Betrachtung des Aufbaus und der Entwicklung der Interaktionssituation sichtbar gemacht werden.

Im formalen Vorgehen lehnte sich das benutzte Auswertungsverfahren an die Schritte der Textinterpretation der objektiven Hermeneutik an und durchlief dabei sieben Ebenen der Textanalyse. Die einzelnen Schritte der sequentiellen Analyse wurden allerdings teilweise umgestellt und dem inhaltlichen und methodischen Vorgehen des Projektes angepasst. Im Ergebnis gingen wir in folgenden Schritten vor:

Ebene 0:

Explikation des vorausgehenden Kontextes: Welche Äußerungen gingen unmittelbar voraus, welche potentiellen Handlungs- bzw. Äußerungsmöglichkeiten folgen daraus?

Ebene 1:

Alltagssprachliche Reformulierung der Äußerung. Was wurde gesagt?

Ebene 2:

Explikation der Intention des Sprechers. Was sind die intendierten Absichten und Ziele dieser Äußerung?

Ebene 3:

Charakterisierung der sprachlichen Merkmale und formalen Besonderheiten der Äußerung: Welche sprachlichen Besonderheiten liegen vor?

Ebene 4:

Explikation der impliziten Motive und Konsequenzen des Interakts, unter Hinzuziehung angrenzender Textstellen. Welche impliziten Motive liegen noch in der Äußerung?

Ebene 5:

Funktion des Interakts für die situativen Interaktionsrollen. Welche Einschränkungen entstehen und welche Reaktionen könnten an den Interakt anschließen?

Ebene 6:

Exploration auf durchgängige Kommunikationsfiguren und sprachliche Besonderheiten.

Ebene 7:

Explikation allgemeiner Zusammenhänge. Gesamtinterpretation von Text und Bildern, Musterbildung und Typisierung.

Ausgewählte Interviewtexte wurden nach dem hier beschriebenen Verfahren interpretiert. Das Verfahren ist zeitaufwändig, und erfordert die Durchführung der hermeneutischen Analyse in einer Forschergruppe. Das Ziel des hermeneutischen Verfahrens ist, zunächst viele denkbare Hypothesen zu entwickeln, um sie danach in der Gruppe und unter Einbeziehung weiterer Textstellen »hart« zu prüfen und nach und nach zu reduzieren, im Idealfall auf nur eine mögliche Interpretation. Die Beteiligung einer heterogenen Gruppe am Analyseverfahren ist deshalb von Vorteil, weil die Einbeziehung verschiedener Perspektiven und verschiede-



ner Ausschnitte des Alltagswissens den Prozess validiert, individuelle Idiosynkrasien können dadurch ausgeglichen werden. Die Gruppe ermöglicht den Entwurf verschiedener Lesarten des Textes, die nach und nach wieder reduziert werden können.

Im Rahmen der vorliegenden Analyse können leider nicht alle interessanten Einzelfälle ausführlich dargestellt werden, das würde den Rahmen dieses Buches sprengen. Es musste eine Auswahl getroffen werden. Doch war eine Einbeziehung der Einzelfälle letztlich nicht verzichtbar, denn gerade die einzelnen Fälle mit ihren Objekten und zusammenhängenden Relevanzstrukturen zeigen, wie dicht und vielfältig die sozialen und biographischen Sinnbezüge sind, die mit den Objekten verbunden werden. Für das nächste Kapitel wurde eine Auswahl von »sprechenden Fällen« getroffen, die für die Frage der symbolischen Repräsentanz von Fragen der sozialer Inklusion und Exklusion besonders aufschlussreich sind und darüber hinaus in zentralen Dimensionen kontrastierende Merkmale aufweisen. Nicht bei allen präsentierten Einzelfallanalysen liegen Fotografien vor. In der Feldphase konnten nur in den Interviews Fotografien gemacht werden, bei denen die Interviewpartner auch damit einverstanden waren. Im Interview mit Frau K., zum Beispiel, dem ersten der nun folgenden Fallbeispiele, war es nicht möglich, Fotos zu machen. Auch Herr B., der als drittes Fallbeispiel im folgenden Kapitel vorgestellt wird, sprach sich in der Interviewsituation gegen Fotos aus. Gerade für die »schwierigsten« und »heikelsten« Fälle unseres Samples ist dies typisch, und trotzdem bzw. gerade deshalb sind die hier gewonnenen Daten besonders wertvoll. Personen, die am Rande der Gesellschaft stehen und intensive oder anhaltende Ausgrenzungserfahrungen gemacht haben, agieren auch im Interview sehr vorsichtig, öffnen sich schwer und ziehen sich bei geringen Anlässen wieder zurück, aus Angst, zu vieles preiszugeben und sich dem Risiko erneuter Stigmatisierungserfahrungen auszusetzen. Diese Ängste auf Seiten der Probanden waren schließlich auch der Grund, weshalb wir im Zugang zum Feld viele Absagen bekommen hatten, von Interviewpartnern versetzt wurden usw. Aus Gründen der qualitativen Repräsentanz war es für das Projekt allerdings besonders von Bedeutung, solche »schwierigen« Fälle im Sample zu haben. Hinzu kommt, dass das angesprochene »misstrauische« Kommunikationsverhalten mancher Interviewpartner unmittelbar auf dahinterliegende relevante Erlebnisse und Sinnbezüge aufmerksam macht und insofern interpretationsfähig ist. Im folgenden Kapitel werden ausgewählte kontrastierende Fallbeispiele in stark gekürzter und verdichteter Fassung dargestellt.



## **7. »Sprechende Fälle«: Wie wird Exklusion erfahren und ausgedrückt?**

---

Im folgenden Abschnitt sollen zunächst fünf Fallbeispiele aus unserem Sample im Zusammenhang dargestellt werden, bevor eine dimensionale Auswertung des Materials vorgenommen wird. Es ist sinnvoll, zunächst an »ganzen« Fällen zu rekonstruieren, wie Exklusion erlebt wird und wie sich dies in der Dingwelt und der Performanz der Personen ausdrückt, da so typische Bewältigungsmuster zunächst innerhalb ihrer Einflüsse, Zusammenhänge und Lebensumstände dargestellt und nachvollzogen werden können. Darüber hinaus zeigen die Fallbeispiele zumindest im Ansatz, wie mit der hier entwickelten »Objektmethode« interpretatorisch gearbeitet werden kann, auch wenn die Fallbeispiele aus Darstellungs- und Platzgründen stark gekürzt präsentiert werden. Die Interpretationswege werden in der Darstellung abgekürzt und auf ihren inhaltlichen Kern, auf das Ergebnis verdichtet. Alle in den Interviewtexten vorkommenden Namen und Ortsangaben wurden geändert, um die Anonymität der Befragten zu gewährleisten.

Im ersten Fallbeispiel (Frau K.) wird unter sehr ungünstigen Bedingungen hart um kulturelle Inklusion gerungen – den Kindern zuliebe. Im zweiten Fallbeispiel (Frau F.) gibt es einen charakteristischen familiären Konflikt darum, wie mit den Risiken der Exklusion aus dem Arbeitsmarkt umzugehen ist und welche Handlungsmuster angemessen sind; dieser Konflikt wird durch die thematisierten Dinge sichtbar. Das dritte Fallbeispiel (Herr B.) dreht sich um einen resignierten Langzeiterwerbslosen, der zwischen sozialem Ausschluss und (symbolischer) Selbst-Exklusion changiert. Im vierten Fallbeispiel (Herr C.) wird exemplarisch ein sozialer Aufstieg mit anschließendem Abstieg und Exklusionserfahrungen dargestellt (»rise and fall«). Das fünfte Fallbeispiel (Herr H.) zeigt Alternativen im Umgang mit der erfahrenen Exklusion auf: durch ehrenamtliches Engagement. All die angesprochenen Fragen lassen sich konkret durch die in den Interviews angesprochenen Dinge und die dazugehörigen Erzählungen der Befragten nachvollziehen. Es sind jedoch sehr unterschiedliche »Lieblingsdinge«, die uns

gezeigt werden, genauso wie die dahinterstehenden Biographien sehr verschieden sind.

Die dargestellten Fälle wurden nach zwei Kriterien aus dem weit größeren Sample ausgewählt: Erstens nach dem Kriterium der Signifikanz, d. h., sie enthalten und repräsentieren Konstellationen und Motive, die in dieser oder in ähnlicher Weise auch in anderen Fällen vorkommen, weisen also über den Einzelfall hinaus auf dahinterstehende, charakteristische soziale Zusammenhänge. Zweitens nach dem Kriterium einer möglichst großen Variation (Kontrastierung) der für den Einzelfall charakteristischen Deutungszusammenhänge, Identitäten und Bedingungskonstellationen, um die untersuchten Phänomene in möglichst großer Breite darstellen zu können. Die dargestellten Persönlichkeiten mögen zuweilen aus alltagsweltlicher Perspektive zunächst einmal skurril und sonderbar wirken. Diese Irritation müssen wir in Kauf nehmen, denn bewusst wurde in dieser Arbeit darauf verzichtet, diese »Skurrilität« der Fälle zu glätten und sie in Rationalitätsmuster zu zwingen, die dem Gegenstand nicht entsprechen. Es wurden allerdings im Gegenzug auch nicht die »sonderbarsten« Fälle für die Falldarstellungen ausgewählt, es gibt in unserem Sample durchaus noch »skurrilere« Beispiele, von einigen erwerbslosen Personen mit psychischen Erkrankungen etwa. In der vorliegenden Arbeit geht es nicht nur darum, subkulturelle, abweichende Rationalitäten zu rekonstruieren wie in der Subkulturforschung, auch das wäre eine unzulässige Engführung des Materials, die den Lebenswelten der Erwerbslosen nicht wirklich gerecht werden würde. Seit langer Zeit ist bekannt, dass sich Armutspopulationen durch eine große Heterogenität auszeichnen, die auch abweichende Lebensstile und Habitus-Formen einschließen. Dies gilt nicht nur historisch (vgl. v. Hippel 1995, v. Friedeburg 2002), sondern auch in der heutigen Gesellschaft (vgl. Barlösius/Ludwig-Mayerhofer 2001). Da diesem Befund bislang allerdings methodisch noch nicht wirklich Rechnung getragen wurde, soll in dieser Arbeit versucht werden, auch die verschiedenen Formen habitueller und kognitiver Abweichung, das »Anderssein«, die »Sonderbarkeit« und »Skurrilität« der Fallbeispiele zu rekonstruieren – und diese anschließend zu »typischen Bewältigungsmustern« von Exklusionserfahrungen zu ordnen.

Doch nicht alle von uns Befragten sind in dieser Weise »skurril« und/oder weisen »Randgruppenercheinungen« auf – hierbei sind deutliche Unterschiede festzustellen zwischen Menschen, die seit verhältnismäßig kurzer Zeit erwerbslos sind und Langzeitarbeitslosen. Das Phänomen Erwerbslosigkeit reicht zweifellos bis in die Mitte der Gesellschaft. Verfestigt sich aber Arbeitslosigkeit zeitlich zu dauerhafter Exklusion, so entwickeln Betroffene zunehmend habituelle Formen von »Außenseitern«, kognitive Muster und Verhaltensformen, die ihnen zwar helfen, ihre Situation zu bewältigen, die sie jedoch häufig von der erwerbstätigen »Normalbevölkerung« deutlich unterscheiden und eine Rückkehr in den Arbeitsmarkt durchaus erschweren können. Das zweite der folgenden Fallbeispiele ist das einer Familie, in der beide Erwachsenen erst seit kurzer Zeit erwerbslos sind. Die finanziellen Spielräume werden deutlich enger, die beruflichen Aus-

sichten dagegen sehr vage. Frau F. versucht in dieser Situation eine alltägliche »Normalität«, eine sinnhafte Ordnung ihrer Umwelt trotz chaotischer Bedingungen aufrechtzuerhalten bzw. aufzubauen. Doch nun zu Frau K., unserem ersten Beispiel.

### **7.1 Der lange Arm der Subkultur: Fallbeispiel Frau K.**

Die Befragte K. hat mit ihren 24 Jahren schon eine recht bewegte Biographie hinter sich. Das Themenfeld soziale Inklusion und Exklusion spielt bei ihr eine außerordentlich große Rolle: Aufgrund ihrer »abweichenden« Lebensgeschichte hat sie sich am Rande der Gesellschaft wiedergefunden und versucht nun, ihren Kindern zuliebe, gesellschaftlich wieder Fuß zu fassen und besser integriert zu sein, in die Mitte der Gesellschaft zurück zu finden. K. ist arbeitslos und erzieht ihre drei Kinder alleine. Sie hat einen Freund, mit dem ebenfalls ein Interview geführt wurde; dieser fühlt sich ihr und den Kindern zwar verbunden, die Verantwortung für die Kinder liegt jedoch allein bei ihr. K. hat den Hauptschulabschluss, jedoch keine Ausbildung. Sie ist seit sechs Jahren arbeitslos und hat zuletzt 2001 bei einer Gaststätte »gejobbt«. Sie kommt aus einem einfachen Milieu, ihr Vater ist LKW-Fahrer, ihre Mutter Hausfrau. K. erhält für sich und ihre Kinder vom Staat etwa 1000,- Euro im Monat (Kindergeld und ALG II).

K. gehört zur Gruppe der Konsumkritiker im Interviewsample. Sie äußert große Ambivalenzen in bezug auf Konsum und Fragen des Lebensstils. Sie beobachtet, dass ein »üblicher Lebensstil« mit dem entsprechenden sichtbaren Konsum ein wichtiger sozialer Integrationsfaktor, gerade für Familien ist. Für sie persönlich sind Konsum und Wohlstand eigentlich Nebensache, in verschiedenen, auf allgemeine Werthaltungen rekurrierenden Interviewpassagen äußert sie sich betont konsumkritisch. Ihren Kindern und deren sozialer Integration zuliebe gibt sie sich jedoch alle Mühe, aus ihren sehr beschränkten finanziellen Möglichkeiten das Beste zu machen und einen Anschein von »Normalität« zu schaffen, soweit dies möglich ist. Zur scheinbar heilen Welt der Medien und des Konsums nimmt sie eine sehr kritische Haltung ein: Da sie nicht wirklich teilhaben kann und trotz aller Bemühungen »außen vor« steht, sieht sie die Welt des Konsums und die durch Konsum geprägte »Normalität« der Gesellschaft distanzierscharfsinnig. Sie kritisiert, dass in dieser Welt des Konsums, der sich kaum jemand entziehen kann, Emotionen auf Materielles, auf bestimmte Produkte projiziert werden – ein sozialer Vorgang, der natürlich nicht »aufgehen« kann – zumindest nicht in allen sozialen Lagen:

K.: » ... ich mach den Fernseher an und die ganze Welt ist verrückt. Also das ist meine Meinung so. Weil, ich mach den Fernseher an und alles, was man sieht so...ähm...da glitzert's und schimmert's und wenn man die Werbung anguckt, da kauft sich die Mama mit der ganzen Familie freitags nachmittags einen Einkaufskorb voll mit Joghurts, Alter... das ist schon

so. So is es halt einfach nicht... manche Familien sind geschieden und... (UV)... halt einfach so.« (10/1)

K. kritisiert, dass sich die ganze Welt um Konsum dreht und »verrückt ist«. Es glitzert und schimmert in der Konsumwelt und den Medien – eine verführerische Scheinwelt wird aufgebaut und nicht die Realität wiedergegeben, die wesentlich härter ist, die auch zerbrochene Welten enthält. Die heile Welt der Werbung kleistert die Brüche der sozialen Realität zu, kann aber nicht halten, was sie an Emotionen verspricht. Die Welt der Werbung ist leider nicht real, sie macht die Defizite ihres Lebens durch Projektionen und Glücksversprechen gar besonders schmerzlich bewusst – die Brüche und Anstrengungen ihrer (unvollständigen) Familie, die noch nie intakt war: »so is es halt einfach nicht.... manche Familien sind geschieden und...«. An dieser Stelle bricht K. ab und lässt das weitere, das allzu persönlich wird, offen. Ihre Biographie ist nicht so glatt wie die Werbeklischees, keine heile »Normalfamilie«.

### Objekt und Identitätsbezug

Die Biographie von K. weist im Gegenteil zu diesen Beobachtungen tiefe Brüche auf. Das macht sie gleich eingangs, in ihrem ersten Satz, deutlich. Das Interview beginnt, indem K. unmittelbar und unmissverständlich auf den Punkt kommt und ihr erstes und einziges Lieblingsobjekt mit folgenden Worten vorstellt:

K: Ich hab, bevor ich Kinder bekommen hab, war ich ein Junkie... und ich hab halt nix gehabt, gar nix. Und das war das Erste, was ich mir gekauft hab, als ich dann ne Wohnung hatte. Ja und ich fand es ganz süß, weil die Füße, die sind wirklich so klein (alle lachen) .. und das hab ich gar nicht gewusst so.

II: Deine Kinder?

K: Ja... Ja, hm. Ja, dann die Kinder, die sind mir wichtig. Sonst hab ich eigentlich nix, was mir wichtig ist. (10/1)

Der erste Satz des Interviews ist bemerkenswert, steuert K. doch sofort und ohne Umschweife auf den schwierigen Kern ihrer Lebensgeschichte und auf den wichtigsten Wandel in ihrem Leben zu. Damit fordert sie sich und der Situation viel Offenheit und Mut ab. Das Objekt, das sie präsentiert, verlangt diese Erklärung, sonst ist es nicht zugänglich, nicht verständlich für Außenstehende; es ist also eine Art Kondensierungs- und Gestaltschließungszwang (vgl. Schütze 1977 sowie Riemann 1987), der sie zu dieser Eröffnung »nötigt«. K. setzt in diesem Gespräch damit alles auf eine Karte – es geht entweder um alles oder um nichts, mit Höflichkeit und Konventionen hält sie sich nicht auf. Sie will sich öffnen und verstanden werden, will, dass ihre emotionale Problematik, ihre Verstrickungen, ihr schwerer biografischer Lernprozess nachvollzogen wird. Ein kleiner Plausch unterhalb dieser Dichte, unterhalb dieses Niveaus kommt nicht in Frage. Doch betrachten wir genau, was sie inhaltlich sagt: Der Einschub im ersten Satz »bevor ich die Kinder bekommen hab, war ich ein Junkie«, impliziert, dass es einen Zusammenhang gibt zwischen der Geburt der Kinder und dem Tatbestand, dass sie

kein »Junkie« mehr ist. Diese sprachliche Wendung deutet darauf hin, dass die Geburt ihrer Kinder für sie einen wichtigen Wendepunkt bedeutet, dass eine entscheidende Differenz zwischen »vorher« und »danach« existiert. Ich »war« ein Junkie heißt, dass sie es nicht mehr ist. Das Objekt, das sie vorstellt, der »Babyfuß« aus Stein, steht symbolisch für den Neuanfang, für das, was zart und klein ist und noch wachsen soll, für die schützenswerte Verletzlichkeit und Unberührtheit des Neugeborenen. Der Zauber des Neuanfangs und des Unverletzten hat möglicherweise auch ihr selbst neuen Halt, ein Gefühl der Fürsorge gegeben (»die sind wirklich so klein ... und das hab ich gar nicht gewusst so«). Der Babyfuß mag darüber hinaus auch für den Realitätsbezug des neuen Lebens stehen: Ein Fuß drückt Standfestigkeit und Erdverbundenheit aus, denn die Füße tragen uns und sind körperlich dafür zuständig, dass wir fest stehen und laufen können, stabil und trotzdem beweglich sind. Der Zauber des Neubeginns, Fürsorge und Standfestigkeit, all dies findet sich im Objekt – und es sind alles Dinge, die stark kontrastieren mit dem Begriff »Junkie«, mit Drogenerfahrungen und damit verbundenen psychischen Abgründen und Exzessen. Dieser Kontrast, diese Differenz macht die Bedeutung des Objektes für sie aus, ein Symbol für einen Neuanfang in einem vorher von Drogensucht geprägten Leben, in dem vielleicht auch manche Hoffnung zerbrochen war. Daher ist dieses Objekt so wichtig für sie; es symbolisiert nicht lediglich gute Vorsätze für den Neuanfang, sondern spiegelt die Träume wider, die sie mit ihrem neuen Leben verbunden hat – die Träume von Unverletztheit und Heilung. K. hat sich für die neue Wohnung als erstes diesen Gegenstand gekauft und nicht etwa ein »praktisches« Haushaltsobjekt, wie man es erwarten könnte, da sie vorher »gar nix« besaß (dies könnte allerdings durch die den Alltag transzendierenden Konnotationen des Begriffs »Lieblingsobjekte«, der dem Interview vorgegeben war, durchaus verzerrt erinnert werden). Auch heute, nach fünf Jahren in der Wohnung, ist es der einzige Lieblingsgegenstand, den sie präsentiert, was gleichzeitig ihre fortdauernde Zustimmung zum Neuanfang wie auch ein Bewusstsein der Zerbrechlichkeit und Gefährdung ihres neuen Lebens mit den Kindern zeigt. Es lässt vermuten, dass der Neuanfang noch immer einer ist, und nicht zur »Normalität« im Sinne von hingennommener Selbstverständlichkeit wurde.

Das Interview beginnt sehr offen, nimmt jedoch bald darauf als Gespräch eine kritische Wendung. Mutig, scheinbar angstfrei, mit einem Sprung »ins kalte Wasser«, eröffnete K. das Interview. Die überraschten Interviewerinnen, beide junge und empirisch noch wenig erfahrene Studentinnen, zeigten sich der direkten und irritierenden Gesprächspartnerin, die gleich aufs Ganze geht, nicht gewachsen. Einer von ihnen unterläuft ein Gesprächsfehler mit Auswirkungen: Sie möchte die symbolische Bedeutung des gezeigten Objektes, auf die K. im ersten Satz anspielt, »dingfest« machen und fragt gleich nach, was wäre, wenn das Objekt kaputt oder verloren ginge. Eine Frage, die im Interviewleitfaden durchaus vorgesehen war, und von der man annehmen kann, dass sie nicht jedem gleich »zu nahe« geht. Damit wurde allerdings explizit etwas angesprochen, was in die-

sem Interview besser implizit geblieben wäre. Das Objekt repräsentiert für die Befragte symbolisch das »Heile«, »Unverletzte« und »Ganze«, das, was sie sich wieder aneignen und erhalten möchte. Seine Bedeutung ist eine sehr persönliche, sie ist in höchstem Maße biographisch geprägt. So gesehen ist es im Nachhinein nicht verwunderlich, dass die gestellte Frage eine nachhaltige Gesprächskrise auslöste, vor allem, nachdem die Interviewerin nach einer scherzhaften Zurückweisung der Frage durch K., insistierte und nicht davon abließ:

I2: Und wie wär das für dich, wenn das jetzt irgendwie kaputtgehen würde, oder du das verlieren würdest? Das wär schon...

K: (unterbricht) Also das geht nicht kaputt (alle lachen).

I1: Ja aber, stell dir vor, das würde irgendwie wegkommen. Wär das voll schlimm für dich oder meinst du, das ist irgendwie ersetzbar?

K.: Das ist nicht ersetzbar so. Also das ist jetzt voll doof, aber das ist nicht ersetzbar.

I1 und 2 : Ja.

I1: Ist das für dich auch ein Stück weit ein Symbol für den Neuanfang und...?

K.: (unterbricht) Ja, auf jeden Fall so. Also ich hab, ja...ja.... So, jetzt seid ihr dran (zeigt auf zwei Männer, die auf ihrem Sofa sitzen. Einer ist ihr Freund, der andere ein Bekannter, der sich bald verabschiedet.) Ihr habt bestimmt alles, was ihr habt, dabei. (Einer der Männer: Wir haben gar nix dabei)<sup>1</sup> (allgemeines Lachen)

Das Symbol für die Zartheit und Zerbrechlichkeit ihres neuen Lebens, dieses Symbol darf und sollte nicht kaputt- oder verloren gehen. Das Insistieren der Interviewerin nimmt K. als Zeichen, dass sie nicht wirklich verstanden wurde, es stellt für sie ein unnötiges, unsensibles Nachbohren in einem offensichtlichen Tatbestand dar. Kommunikation lebt vom Impliziten, von latenten Sinngehalten – versucht einer der Gesprächspartner das Implizite »dingfest« zu machen oder »an die Wand zu nageln«, so ist das flüchtige Implizite und damit womöglich auch das fraglose (hier auf Vorschuss gewährte) Vertrauen gefährdet. So nimmt zumindest die Befragte die Situation wahr. In der Konsequenz zieht sie sich nach und nach aus dem Interview zurück und schiebt ihre Freunde lakonisch in die Rolle der Interviewten: »So, jetzt seid ihr dran. Ihr habt bestimmt alles, was ihr habt, dabei«. Damit übergibt sie den Redebeitrag gewissermaßen an ihre Freunde. Mit dem letzten Satz zeigt sie gleichzeitig an, dass ihre Freunde auch nicht allzu viel besitzen und möglicherweise alles, was sie besitzen, bei sich tragen. Gleichzeitig wird durch die Reaktion der anderen Beteiligten deutlich, dass der Satz eine humorvolle Übertreibung beinhaltet, ganz so arm sind sie dann doch nicht. Einer der angesprochenen Männer zeigt mit seiner Reaktion, dass er die ihm zugewiesene Rolle nicht umstandslos übernehmen möchte: »Wir haben gar nix dabei«.

1 Dieses kurze Frage- und Antwortspiel verweist einerseits auf das Setting der Interviewsituation, bei der persönliche Objekte mitgebracht werden sollten. Besonders die Antwort der Männer ist eine in der lokalen Drogenszene typische Sequenz, an deren Ende ein kleines Drogengeschäft oder ein gemeinsamer Konsum stehen kann.



Auf einer weiteren Bedeutungsebene kann dieser Satz als verbale Reminiszenz an das Drogenmilieu gelesen werden, eine Art Zitat, ein versteckter Scherz mit Mehrfachbedeutung. Auch dies lässt vermuten, dass die Drogenerfahrungen und die damit verbundenen sozialen Situationen noch im Erleben präsent, sozial und psychisch nicht allzu sehr vergangen sind. K. hat sich als »Junkie« zwar am Rande der Gesellschaft befunden, jedoch war sie nicht nur exkludiert, sondern gleichzeitig inkludiert in eine Subkultur mit eigenen Regeln, eigener Sprache und eigenem Humor. Die letzte Gesprächssequenz macht deutlich, dass die subkulturelle Inklusion in Details fortwirkt, dass sie nicht so einfach abzustreifen ist. Auf witzige Weise wird auf die Vergangenheit Bezug genommen. Wie gegenwärtig ist diese Vergangenheit noch? Allzu nahe gehen die emotionalen Geschehnisse, allzu farbig treten die Kontraste hervor, die mit dem Wendepunkt der Biographie verbunden sind. K. meint es offenbar sehr ernst mit dem, was sie sagt, sie hat es sichtbar nicht darauf angelegt, ihren Gesprächspartnerinnen etwas vorzumachen. Aber es wird auch deutlich: Der seelische Konflikt, die Hoffnungen und Träume, vielleicht auch die Gefährdungen, die sie mit der Wende verbindet, sind immer noch präsent, der Konflikt ist noch nicht überwachsen von anderen, alltäglichen Dingen, er ist sichtbar noch nicht Vergangenheit.

Die Vergangenheit stellt jedenfalls noch immer eine Ressource dar, auf die zurückgegriffen wird, selbst wenn sie eine fragwürdige und schmale Ressource ist. Dieser Scherz unter Insidern zeigt auch, dass auch ihre aktuellen Freunde dem gleichen subkulturellen Milieu angehör(t)en – man teilt Erfahrungen und versteht intuitiv besser, wovon der andere spricht. Die zwar gebrochene, aber fortwirkende subkulturelle Inklusion könnte ein Risiko, eine Verlockung der Vertrautheit für ihren neuen Lebensweg darstellen.

### **Konsum und soziale Anerkennung**

Bevor sich K. nach etwa fünfzehn Minuten endgültig aus dem Interview zurückzieht, erläutert sie in einigen Passagen ihr komplexes Verhältnis zur materiellen Welt, zu den Dingen, zum Konsum und der ihm innewohnenden Symbolik. Verändert hat sich nach dieser Sequenz allerdings ihr Tonfall, bewusst geht sie auf Konfrontation mit den Interviewerinnen und setzt auf spitze Ironie und eine gewisse Dramatik.

K. sagt, Mode und die damit verbundene soziale Aufmerksamkeit und Anerkennung bedeuten ihr eigentlich wenig. Gleichzeitig macht sie deutlich, dass sie ihr, realistisch gesehen, auch nicht viel bedeuten *können*, da ihr neben dem Interesse auch die Mittel dafür fehlen:

I2: Ja, wie ist es so mit Mode für dich? Ist es dir wichtig, was du anziehst?

K.: Ne, mir ist es scheißegal. Hauptsache, ich hab was zu Anziehen so.

I2: Hm. Aber du schaust schon auch irgendwie, dass dir die Sachen, keine Ahnung, so von der Farbe her gefallen, oder?

K.: Ja, ich hab ja immer noch die Wahl. Ich kann ja immer noch wählen, is ja nich so. Selbst wenn ich einen Sack voller Müllklamotten geschenkt bekommen würde, könnt ich mir ja immer noch die besten raussuchen.

K. betont im Interview, dass sie sich für Mode und Konsum an sich wenig interessiert, was für sie zählt, ist die Verantwortung für ihre Kinder. Auf Nachfragen reagiert sie schlagfertig und zynisch und lässt damit durchblicken, dass ihre finanziellen Spielräume und ihre Erfahrungen sehr weit entfernt sind von den Vorstellungen und der Lebenswelt der Interviewerinnen. Man könne immer noch wählen, selbst wenn die Auswahl aufgrund sozialer und finanzieller Einschränkungen nicht sehr groß ist. Diese Antwort ist ein Affront gegen die (von ihr angenommene) Unbedarftheit der mittelschichtsozialisierten Interviewerinnen. Der scharfe Zynismus der Antwort zeigt allerdings auch, dass ihr der angesprochene Sachverhalt nicht völlig gleich ist, nicht völlig gleich sein kann, da offensichtliche Nachteile und Einschränkungen damit verbunden sind. Unter dem Zynismus ist eine Spur von (verständlichem) Neid auf die besseren (Wahl)Möglichkeiten anderer erkennbar:

K.: Ja, ich hab ja immer noch die Wahl. Ich kann ja immer noch wählen, is ja nich so. Selbst wenn ich einen Sack voller Müllklamotten geschenkt bekommen würde, könnt ich mir ja immer noch die besten raussuchen.

K. erklärt, dass Mode, Konsumartikel und Statussymbole für sie nicht von Bedeutung sind, weil sie mit den damit verbundenen sozialen Spielen um Erfolg und Anerkennung nicht einverstanden ist. Dennoch sieht sie sich genötigt, die sozialen Spiele der Anerkennung durch Konsum und Besitz ein Stück weit mitzuspielen, um nicht zum Außenseiter oder gar zum Opfer der negativen Emotionen und der *Missachtung der Anderen* zu werden, und damit ihre Würde und Selbstachtung in Frage gestellt zu sehen:

K.: »Mode... Mode is für mich nix. Auch keine Autos, oder so. Das ist für mich alles nich so wichtig. In Wirklichkeit so. Natürlich is es... leider muss man ein bisschen in unserer Zeit so (räuspert sich) sich danach halten. Weil wenn du machst, was du willst, hast du auch ein Problem...(uv.). Stell dir mal vor, du ziehst dich jetzt an, wie'n Punk und damit läufst du den ganzen Tag durch die Stadt. (Pause) Was meinst du, wie du abends zuhause in deinem Bett liegst und weinst (nervöses Lachen). Ja, is doch so, oder nich? Die Leute kommen auf dich zu und rotzen dich an, wenn (uv)...sie einen schlechten Tag ham so« (AG10/1)

K. drückt hier aus, dass Anderssein verletzlich macht. Die Verletzlichkeit der Psyche resultiert aus der Verweigerung von Respekt und von sozialer Anerkennung durch die gesellschaftliche Umwelt. Durch sichtbares Anderssein zieht man Aggressionen auf sich, denn man gehört nicht zum sozialen Innenkreis. Anerkennung ist eine Kategorie sowohl der Sozialstruktur wie auch des individuellen Erlebens. Anerkennung ist die Münze der Sozialstruktur und konstituiert die Ordnung, in der das hierarchisch gestufte soziale Stratifikationssystem seinen äußeren – und innerpsychischen – Ausdruck findet. *Soziale Anerkennung prägt und verbindet sozial(strukturelle) und psychische Prozesse.* Anerkannt zu werden

bedeutet, einen Platz im Sozialgefüge zu haben und diesen zu behaupten. Missachtung oder Entwürdigung heißt, dass dieser Platz innerhalb der Gesellschaft in Frage steht, die soziale Position gefährdet ist. Formen der Missachtung können darüber hinaus »die praktische Selbstbeziehung einer Person dadurch erschüttern [...], dass sie ihr die Anerkennung bestimmter Identitätsansprüche entziehen.« (Honneth 1992: 213) Verweigerte Anerkennung, Missachtung oder Demütigungen sind können eine Person in ihrem positiven Selbstverständnis verletzen, je nach Art der Entwürdigung in verschiedenen Graden der Abstufung. (Evident ist diese Gefährdung von Identitätsansprüchen in totalen Institutionen, etwa in Gefängnissen oder unter der Folter, auch in »technisierten« Kliniken oder in der Psychiatrie, vgl. hierzu auch Goffmann 1972.) Soziale Missachtung und Demütigungen gefährden nicht nur die soziale Position, sondern auch die »innere« Identität, das Selbstbild und die Selbstachtung einer Person.

Anerkennung erhält man für bestimmte Leistungen bzw. für eine spezifische Position innerhalb der sozialen Hierarchie. Anerkennung verspricht man sich auch, wenn sich die soziale Position in äußeren Attributen (Bekleidung, Auto, Geräte, Haus etc.) zeigt. Soziale Anerkennung erhält nur derjenige, der symbolisch dazugehört, als (mehr oder weniger) Gleicher unter Gleichen. Gehört man sichtbar nicht dazu, so kann man zum Opfer von Respektlosigkeit werden. K. will sich zwar nicht aktiv am (äußerlichen) Anerkennungs-Wettstreit durch Konsum und Statussymbole beteiligen, will aber auch nicht zum Opfer von sozialer Missachtung und Demütigung werden und damit ihre (innere) Balance und ihr Selbstbild Angriffen ausgesetzt sehen.

### **Soziale Inklusion der Kinder**

Doch macht K. deutlich, dass sie selbst mit den sozialen Ausgrenzungsprozessen besser zurechtkommen würde als ihre Kinder. Ihren Kindern zuliebe versucht K., ein »normales« Leben aufzubauen, ein Leben, das sich auch am Maßstab der anderen, der sozialen Umwelt messen kann. Ihren Kindern sollen die psychisch belastenden Ausgrenzungserfahrungen möglichst erspart bleiben, die sie selbst als sehr verletzend erlebt hat. K. gibt sich alle Mühe, in dieser Hinsicht das Beste aus ihrer Situation zu machen, wie eine der Interviewerinnen beim Betrachten der Wohnung feststellt. K. selbst kann mit weniger Dingen zurechtkommen, sie strebt aber ein besseres Leben für ihre Kinder an; dabei ist ihr schmerzlich bewusst, dass sie ihren Kindern ein »bürgerliches« Leben mit dem üblichen Konsumniveau und der entsprechenden sozialen Anerkennung und Integration nicht bieten kann:

I2: Aber ich glaub halt auch nicht, dass dir das alles so ganz unwichtig ist. Wenn ich mir zum Beispiel deine Wohnung so anschau, dann hast du dir ja voll die Mühe gegeben ... und voll mit wenigen Mitteln...

K.: (unterbricht) Das ist nicht Mühe geben. Ich komm auch mit gar nix klar. Das ist alles. Ich will meinen Kindern was bieten und das ist alles, was ich ihnen bieten kann...

Um für die Kinder ein stabiles Umfeld aufzubauen, muss K. ein anderes Leben als früher führen. Dabei kann sie nicht nur den eigenen Überzeugungen folgen, sondern muss auf die Entwicklung der Kinder und auf das soziale Umfeld Rücksicht nehmen.

K: Und ... ähm ... es ist halt schwierig, seine eigene Persönlichkeit zu wahren, wenn man Kinder bekommt. Weil, man muss ja auch auf denen ihren Kopf achten. Wenn man einfach sein Ding durchzieht, ähm, dann bleiben die Kinder auf der Strecke. Weil, es ist nun mal so, dass die tolle Werbung die meisten Menschen prägt... Und wenn ich meine Kinder anders forme, dann haben sie nur Probleme in ihrem Leben. Und darauf hab ich keine Lust. Und es ist ja schon allein so: Ich muss hier raus aus diesem Loch, weil wenn die irgendwann mal Freunde mit nach Hause bringen wollen, wer weiß, ob dass dann noch ihre Freunde sind. Nur weil das hier so'n Haus ist.« (Int.10/1)

Aufgrund der Fürsorge für ihre Kinder, will K. darauf verzichten, sich durch eine abweichende Lebenspraxis aus der »Mitte« der Gesellschaft weiterhin zu exkludieren. Doch mit ihren finanziellen Möglichkeiten ist der Weg vom Rand der Gesellschaft in deren Mitte nur begrenzt möglich. Als sie die Befürchtung äußert, dass ihre Kinder abgelehnt werden, weil sie in so einem »Loch« wohnen, beharrt die Interviewerin auf abstrakten Normen, dem Ideal der Freundschaft und der Toleranz – man sollte nicht diskriminiert werden, nur weil man arm ist. K. reagiert darauf hart realistisch:

K: Ich muss hier raus aus diesem Loch, weil wenn die irgendwann mal Freunde mit nach Hause bringen wollen, wer weiß, ob dass dann noch ihre Freunde sind. Nur weil das hier so n Haus ist.

I1: Ja aber, dann sind das ja auch, ich weiß nicht, nicht deren richtige Freunde, wenn die das schlimm finden...

K.: (unterbricht): Ja, aber Kinder sind doch anders wie Erwachsene.

I1: Ja, wobei sie zum Teil oft gerechter sind und...

K.: (unterbricht) gerechter... ich weiß nicht, ob Kinder gerecht sind, wenn sie zu nem Kind, des was keine Zähne hat, sagt: Iiih, bist du eklig. Ich sehs ja an meiner eigenen Tochter. Die läuft mit mir auf der Straße und dann ... ein ganz normaler Mensch und irgendwas passt ihr daran nicht und sagt: Bäh, ist die hässlich und eklig. Ganz laut, vor sich raus. Die sind offener, ja.

I2: Und ehrlich.

K.: Jaja, klar. Die sagen das, was sie denken. Aber ich weiß nicht, ob ich nicht versuchen kann, ihnen zu ersparen ... ähm, diese Vorwürfe sich anhören zu müssen von anderen.

I2: Ja, aber sind ja auch Dinge, die lernen die Kinder mit der Zeit. Dass sie merken, das verletzt die andere Person.

K.: Ja natürlich, lernen die das in der Zeit. Aber was ist denn, bis die das gelernt haben. In der Zeit verletzen sich viele und werden auch viele verletzt. Und davor muss man die einfach bewahren.«

In dieser Passage wird deutlich, dass es K. weniger um einen gewissen Wohlstand und Komfort geht als vielmehr um die *sozialen Anerkennungschancen für ihre Kinder* sowie um die Vermeidung von Ausgrenzung. Nicht zuletzt geht es ihr auch um eine Chance auf Integrität und auf eine unverletzte Psyche. Doch leider sind Anerkennungschancen und der soziale »Wall«, der Personen vor Missachtung und Verletzung schützt, in sichtbarer und elementarer Weise mit der

Frage von Wohlstand oder Armut verbunden. Diesen in der Soziologie bekannten Zusammenhang zwischen Sozialstruktur, Emotionen und Entwicklungschancen (vgl. Honneth 1992, Neckel 1991) hat K. aufgrund ihrer Stigmatisierungserfahrungen erlebt und praktische Schlussfolgerungen für ihre Familie gezogen – aufgrund der nach wie vor stark limitierten finanziellen Ressourcen allerdings mit begrenzter Wirkung.

K. führt weiter aus, dass sie ihren Kindern trotz aller Bemühungen das Gefühl nicht ersparen kann, zu den wenig Begünstigten der Gesellschaft zu gehören, zu den von den vielen Möglichkeiten Ausgeschlossenen. Das Lebensgefühl und das gesellschaftliche Ansehen, der sich selbst zugeschriebene Wert und die (Un)Beschwertheit des Erlebens stelle sich für ihre Kinder völlig anders dar als für Kinder in wohlhabenden, gutbürgerlichen Haushalten:

K.: »Es ist einfach ein Unterschied, ähm, ob ich jetzt in einem schönen, tollen Haus wohne und am besten ham meine Kinder auch noch'n Pferd, ja... ja, ohne Scheiß. Oder ob ich sie in so'nem Haus hier groß ziehen muss. Das ist einfach ein Unterschied von dem Lebensgefühl meiner Kinder. Oder ob sie ins Ballett gehen dürfen, weil man das bezahlen kann. Oder ob sie's nicht können, weil man's nicht kann.«

Für sie selbst scheint es kein unlösbares Problem zu sein, mit wenigen Mitteln und geringem Besitz zurechtzukommen, zwar inklusions- und identitätspolitisch riskant, aber leichter bewältigbar. Doch seit sie Kinder hat, stellt sich dies anders dar. So klingt eine gewisse Bitterkeit darüber, ihren Kindern kein besseres Leben bieten zu können, durch die Zeilen des Interviewtextes. K. hat den Hauptschulabschluss, aber keine Ausbildung. Ihr sozialer Hintergrund ist eher einfach: der Vater LKW-Fahrer, die Mutter Hausfrau. Sie hat wenig soziales und kulturelles Kapital, worauf sie zurückgreifen kann. Mit ihren 24 Jahren und den drei Kindern im Vorschulalter, die betreut werden müssen, hat sie auch nicht genug zeitliche Spielräume, um eine Ausbildung nachzuholen und einen Berufseinstieg zu schaffen. Weder genügend Geld noch genügend Zeit stehen zur Verfügung, um sich den gewünschten soliden, sozial integrierten Lebensstil aufzubauen. Das Geld reicht nicht, um sich durch bezahlte Kinderbetreuung Zeit für eine Ausbildung zu verschaffen und die Ausbildung reicht nicht, um gutes Geld (bzw. einen akzeptablen Lohn) zu erwirtschaften. K.'s Pläne, ihre Ausbildung zu verbessern, scheiterten typischerweise schon an der Alltagsorganisation und den damit verbundenen Kosten:

K.: »Ich will meinen Kindern was bieten und das ist alles, was ich ihnen bieten kann... Schon, ich hab versucht, die Schule anzufangen und es heißt ja immer, Mütter mit Kindern werden unterstützt. Und so is es nich. Es sieht ganz anders aus. Ich hab im Monat 300€ schon allein für meine Tagesmutter zahlen müssen. Das hat keiner bezahlt..., so 81 € ham se dazugezahlt. Wie soll ich das denn machen?«

Bei etwa 1000,- Euro Einkommen im Monat für 4 Personen (ALG II, Kindergeld) bleibt nicht viel Spielraum für Extras. Da es selbst am Nötigsten fehlt, ist kein Geld übrig für Kinderbetreuung. Die Kinder selbst zu betreuen, scheint im-

mer noch die preiswerteste Lösung zu sein – allerdings ist dann eine eigene Berufstätigkeit bzw. Ausbildung nicht möglich. Es scheint kaum einen Weg zu geben aus der Abhängigkeit von der staatlichen Versorgung sowie aus der Armut der Familie. Aus dem Kreislauf von Armut, fehlender Ausbildung, fehlendem Einkommen und fehlender Anerkennung herauszukommen scheint gegenwärtig kaum möglich. In einigen Jahren, wenn ihre Kinder im Kindergarten oder in der Schule sind, könnte sie einer Ausbildung oder Arbeit nachgehen. Da Ausbildungen in der Regel ganztagsorientiert sind, ist eher zu vermuten, dass sie arbeiten wird, mangels Qualifikation vermutlich eine eher prekäre Arbeit. Während andere vom großen Lottogewinn träumen, träumt K. heute von einem soliden, durchschnittlichen Lebensstil für ihre Familie. Trotz der verhältnismäßigen Bescheidenheit ihrer Wünsche klingt es dennoch recht hypothetisch, wenn K. sagt:

K: »Hätt ich ein Konto, da wärn 30.000 € drauf, da wär alles ganz anders

I2: Da würdest du auch für dich Geld ausgeben, oder?

K: Weiß ich noch nich.

I1: Weil das so unrealistisch ist, oder...?

K: (unterbricht) Nee, weil da einfach auch n paar Sachen fehlen. Das fängt ja schon bei den Matratzen an. Anständige Kindersachen. Anständige Möbel...«

Diese Passage zeigt, dass sie das Leben mit ihren Kindern immer noch als Provisorium sieht, jedoch eines, das sie nicht unmittelbar ändern kann. Obwohl der Neuanfang mit den Kindern für sie so wichtig war und ist, sind die Lebensumstände wenig befriedigend.

### **Inklusion und Exklusion: Zusammenfassung**

Inklusion oder Exklusion? Natürlich ist K. inkludiert in die Gesellschaft: Sie ist von staatlichen Institutionen abhängig und wird von diesen versorgt – somit ist sie in grundsätzlichem Sinne inkludiert. Andererseits jedoch hat K. einen Lebensabschnitt am Rande der Gesellschaft verbracht; als »Junkie« lebte sie in einer Randexistenz, in einer Subkultur mit eigenen Regeln und Inklusionsmechanismen. Durch die Zugehörigkeit zur Drogenszene hat sie sich ein Stück weit »exkludiert« aus gesellschaftlichen Prozessen und ist exkludiert worden. Ihre sozialen Erfahrungen sind vom Gefühl der Außenseiterin und des Verlustes von Anerkennung, von Missachtung geprägt – dies wird sehr deutlich in dem knappen Interview. Trotz aller Mühe kann sie aus verschiedenen Gründen die Position am Rande der Gesellschaft nur schwer hinter sich lassen. Die subkulturelle Inklusion wirkt fort und stellt einen Risikofaktor für den angestrebten Integrationsprozess dar; das ökonomische und symbolische Kapital ist zu schmal, um darauf aufzubauen. K. fühlt sich vom sozialen »Stigma« der Ausgrenzung und Armut geprägt und wünscht sich nichts mehr als es für ihre Kinder abzuschütteln. Aufgrund der fehlenden Möglichkeiten, ihre berufliche Situation aufzubauen und zu verbessern, findet sie sich und ihre Kinder immer noch in einer Randposition, ausgeschlossen von Chancen, ausgeschlossen auch von Anerkennung und einer

selbstbewussten, unverletzten und unbeschwerten Existenz. Missachtung und Stigmatisierung prägten ihr Leben, heute ist deren Vermeidung ihr Hauptanliegen, dabei ist *Anerkennung ihr die wichtigste, aber auch die knappste soziale Ressource*. Geld und Konsum sieht sie, neben der Befriedigung von Grundbedürfnissen, vor allem als Mittel, um soziale Anerkennung und Teilhabe für ihre Kinder zu erreichen. Durch die Medien ist sie gut informiert über das materielle und emotionale gesellschaftliche Anspruchsniveau, über das, was »man« hat, was »man« trägt, was »man« isst, um dabei und integriert zu sein. Die Decke, nach der man sich strecken sollte, ist detailliert bekannt und farbig ausgemalt. Durch den medialen Fluss der Bilder ist man einerseits inkludiert in die gesellschaftlichen Kommunikation und Information über gesellschaftliche Standards des Wohlstands, von der Realisierung des durchschnittlichen, als »normal« geltenden Wohlstandsniveaus bleibt man jedoch ausgeschlossen, und damit auch von der Anerkennung des sozialen Umfelds. Durch einen entsprechenden Lebensstil lässt sich fast jeder »biographische Makel« verbergen bzw. ausgleichen, nicht jedoch, wenn einem die Mittel fehlen – dann bleibt das »Stigma« kleben.

K. kann in verschiedener Hinsicht als exemplarisch gelten: Als alleinerziehende Mutter hat sie ein besonders hohes Arbeitsmarktrisiko bzw. ihre Chancen auf Integration in das Erwerbsleben sind derzeit eher gering. Zwar existiert im Unterschied zu anderen Erwerbslosen eine Alternativrolle in ihrer Aufgabe als Mutter und Familienoberhaupt, eine Rolle, die Arbeitsfähigkeiten, Motivationsquellen und Sinnbedürfnisse erhält und aufbaut. Andererseits ist K. in dieser Hinsicht, im Bereich des Erwerbslebens, durch ihre Situation von sozialen Anerkennungschancen ausgeschlossen – und man erinnere, soziale Anerkennung ist (verbunden mit dem Geldmangel) ihre knappste Ressource. Alleinerziehende Mütter bzw. Eltern sind eine relevante, ganz eigene Gruppe unter den Leistungsempfängern mit zugespitzten, häufig kumulierten Problemlagen, etwa mit überproportionaler Arbeitsbelastung im Alltag, chronischen Erschöpfungszuständen und besonders niedrigen »Äquivalenzeinkommen«, von denen sie ihre Familien durchbringen müssen. Die Armutslagen der Alleinerziehenden bzw. der »erschöpften EinzelkämpferInnen«, wie sie in der Studie von Meier/Preusse/Sunnus (2003) genannt werden, treten in der Regel als Folge eines »kritischen Lebensereignisses« auf, »aber auch als Folge der Geburt eines (weiteren) Kindes oder von Kinderreichtum. Der Umgang mit Armut ist selten als generationenübergreifende Erfahrung vorhanden, ebenso wenig der Umgang mit den zuständigen Ämtern und Einrichtungen« (ebd.: 332). Die *spezifische Arbeitsmarktproblematik alleinerziehender Mütter* ist in der Literatur bekannt: Die Kinderbetreuungsmöglichkeiten sind hierzulande vergleichsweise schlecht ausgebaut, so dass die Frauen – wenn sie kein außerordentlich hohes Einkommen erzielen können, das ihnen eine »komfortable« Kinderbetreuung ermöglicht – vielfach kaum eine andere Möglichkeit sehen als ihre Kinder selbst zu betreuen und in staatlicher Abhängigkeit zu leben. Institutionelle Hilfen sind auffällig mangelhaft auf diese Gruppe abgestimmt. Die hier oft vergleichsweise hohe Alltagskompetenz und Eigeninitiative

wird wenig und nicht passgerecht unterstützt, der bürokratische Aufwand ist besonders hoch und zermürbend, wenn eine Erwerbsarbeit aufgenommen wird und daneben ergänzende Sozialleistungen beantragt werden müssen (vgl. ebd.). Auch in dieser institutionellen Rahmung fehlt letztlich die soziale Anerkennung der Leistungen und der spezifischen Situation der Alleinerziehenden. Deutlich verschärfend auf das Arbeitsmarkt- und Armutsrisiko wirken zusätzlich Faktoren wie wenig Bildung, niedrige soziale Herkunft sowie Kontakt zu problematischen Subkulturen wie im Falle von K. Auch chronische Erschöpfung, daraus folgende Krankheiten und Resignation untergraben die Arbeitsmarktchancen der Alleinerziehenden, deshalb müssen zielgruppenspezifische Hilfen »dezidiert auf die Vermeidung von Erschöpfungszuständen der Bezugspersonen gerichtet sein, indem die vorhandenen Eigeninitiativen mit ambulanten, passgerechten Hilfen zur Alltagsbewältigung verknüpft werden. Darüber hinaus benötigen Mütter und Väter dieses Typs gezielte Hilfearrangements unter Einschluss verlässlicher und qualitativ hochwertiger Angebote zur Kinderbetreuung für alle Altersgruppen, um eine Erwerbstätigkeit aufnehmen oder ihre Ausbildung beenden zu können.« (Meier/Preuß/Sunnus 2003: 333). Zweifellos würden auch K. und ihre Kinder von derartig zugeschnitten institutionellen Hilfen profitieren.

*Ganz individuell und doch exemplarisch an K. ist der biographische Bruch:* Vielfach finden sich unter den ALG II-Empfängern in unserem Sample Menschen mit einschneidenden biographischen Brüchen und kumulierten Gesamt-Problemlagen: Trennungen und Scheidungen, harte Schicksalsschläge wie der Verlust naher Angehöriger, psychische oder körperliche Erkrankungen oder Einschränkungen und andere sehr schwierige Lebenslagen. Diese Menschen sind nicht immer »zufällig« arbeitslos geworden und geblieben, sondern zuweilen, weil sie nach tiefen biographischen Einschnitten ihren Lebenswillen, ihre Motivation oder ihre Orientierung verloren haben. Vielfach finden sich im Sample »Außenseiter« in verschiedenster Hinsicht: Sie sind zu eigenbrötlerisch, zu undynamisch, zu »dick«, sind extreme Individualisten oder auf andere Weise »schräg« und fallen aus der Norm einer flexiblen und voll leistungsfähigen, auf den Arbeitsmarkt ausgerichteten Biographie, einer normierten Physis und eines sozial erwarteten Habitus. Sie sind oft auf sichtbare Weise nicht erfolgreich, nicht schick, nicht attraktiv, sondern vom Leben gezeichnet. Diese Menschen tun sich zuweilen schwer damit, aus einer Krisensituation herauszufinden, den Weg in die »Normalität«, bestehend aus Erwerbsarbeit und symbolischem Konsum, zu beschreiten. Die soziale Toleranz für Abweichungen, für Menschen, die nicht glatt der erwarteten Norm entsprechen, ist in Zeiten dauerhafter struktureller Arbeitslosigkeit scheinbar geringer geworden. Natürlich gilt auch umgekehrt: Je länger die Exklusion aus dem Erwerbsleben andauert, desto mehr kann das Eigenbrötlerische, die persönliche Marotte und die sozialen Schrullen »gepflegt« werden, zumal wenn kaum mehr eine Chance auf Inklusion ins Erwerbsleben und in den üblichen konsumorientierten Lebensstil mehr gesehen wird. *Fazit: Die soziale Exklusion von Menschen mit Abweichungen im Verhalten, in der*



*physischen oder habituellen Erscheinung, kurz gefasst: in der soziokulturellen Performanz, verschärft sich durch die strukturell bedingte Arbeitslosigkeit der postindustriellen Gesellschaft. Die vieldiskutierte »Individualisierung« bewegt sich bei Lichte besehen innerhalb enger normativer Grenzen, die durch Anforderungen des Arbeitsmarktes und des symbolischen Konsums strukturiert werden. In Wahrheit ist Anderssein ein Arbeitsmarktrisiko.*

## **7.2 Kompensation durch »Kitsch« und Medien: Fallbeispiel Frau F.**

Frau F. ist 24 Jahre alt und erwerbslos; sie hat eine Tochter von sieben Jahren und ist wieder schwanger. In Kürze erwartet sie das nächste Kind von ihrem zweiten Ehemann D., der ebenfalls von unserem Team interviewt wurde. Frau F. stammt aus Ostdeutschland und ist gelernte Verkäuferin, arbeitet allerdings seit Jahren nicht mehr in diesem Beruf. Sie war bis vor kurzem als Arbeiterin in einem Unternehmen beschäftigt, in dem sie Dekorationssand verpackt hat. Weil diese Tätigkeit körperlich sehr anstrengend ist, Sand ist schwer, gab sie die Arbeit im Verlauf der Schwangerschaft auf. Seitdem ist sie arbeitslos gemeldet. Da sie – in Unkenntnis ihrer Rechtslage – selbst gekündigt hat, musste sie sich den offiziellen Status der Arbeitslosigkeit und die damit verbundenen Leistungen mit Hilfe ihres Mannes und eines Arbeitslosenvereins, in dem sie beide Mitglieder sind, erkämpfen. Der Verein unterstützt seine Mitglieder sowohl bei Rechtsfragen wie auch bei vielen alltagspraktischen Problemen der Erwerbslosigkeit, organisiert zum Beispiel einen Tauschring, bei dem verschiedene Arbeitsleistungen bargeldlos getauscht werden können. F. beteiligt sich durch Kuchenbacken am Tauschring.

Ihr Mann hat kurz nach der Kündigung seiner Frau seine Stelle als Schichtführer beim gleichen Unternehmen verloren. Die Familie war in der Vergangenheit, als beide Erwachsene gearbeitet haben, finanziell nicht schlecht gestellt, jetzt werden die Ressourcen jedoch deutlich schmaler. Herr F. pflegt einen finanziell aufwendigen Lebensstil, den er auch im Interview betont in Szene setzte. Zur Zeit der Erhebung spitzte sich die finanzielle Situation der Familie offenbar dramatisch zu, wie wir aus ihrem Umfeld erfahren haben. Beide Befragten ließen dies aber im Interviewgespräch mit keinem Wort erkennen. Während Frau F. durchaus thematisierte, dass sie vor allem bei ihren eigenen Bedürfnissen sehr sparsam sein müsse, auch wenn sie in der Darstellung die aktuelle, durchaus dramatische Lage aussparte, versuchte Herr F. diesen Umstand komplett zu maskieren, indem er – wohl aus »Imagegründen« – immer wieder deutlich auf seine kostspieligen Konsumgewohnheiten und Hobbies hinwies (z. B. Designer-Jeans, Playstation etc.) sowie auf seine »Gewohnheit«, von Zeit zu Zeit viel Geld auszugeben.

Im Beobachtungsprotokoll beschreiben die Interviewerinnen das Wohnumfeld und die Rahmenbedingungen folgendermaßen: »Die Befragte wohnt in einem Haus in der X-Altstadt. Das Haus macht von außen zwar keinen auffälligen, aber doch vernachlässigten Eindruck. [...] Im Gang des Hauses findet man ein schmutziges Hinterhofambiente vor. Es wurde der Versuch unternommen, dieses Ambiente mit Hilfe von Puzzle-Bildern aufzulockern, doch aufgrund des Bauschutts und Mülls gelingt dies kaum. Die Wohnung der Befragten ist klein und sauber, macht aber den Eindruck, noch nicht komplett eingerichtet bzw. fertiggestellt zu sein. [...] Die Interviewte trägt eine Jeanslatzhose und einen roten Sweater und ist ca. 1,60 m groß. Die rot gefärbten Haare sind zu einem Pferdeschwanz gebunden. Sie ist ungeschminkt, hat ein Zungenpiercing und einen Freundschaftsanhänger um den Hals. Die Interviewte sitzt im Schneidersitz auf der blauen Couch und gestikuliert viel während des Interviews. [...] Nach dem Interview zeigt sie uns ihre kleine Küche. Da die Tochter den Kühlschrank öffnet, können wir sehen, dass sich dort fast nur Eierkartons befinden, die sie wahrscheinlich zum Backen für den Tauschring benötigt. Ansonsten sind kaum Lebensmittel vorhanden.«<sup>2</sup>

### **Lieblingsobjekte und Identität**

Interessanterweise zeigt F. gleich als erste Lieblingsgegenstände rein symbolische Objekte, Dinge ohne jeden praktischen Nutzen. Die als erstes präsentierten Dinge sind Gläser, die mit dekorativen Objekten gefüllt sind – Blumen, Fröschen, Gräsern, Sand und Steinen.



*Abbildungen 2 und 3: Dekorationsobjekte, Lieblingsstücke von Frau F.*

2 Auszug aus dem Beobachtungsprotokoll zum Interview 4/1, verfaßt von den Interviewerinnen Anna Dütsch und Julia Schelter.

Frau F. hat diese Objekte selbst arrangiert und dazu den Dekorationssand ihres ehemaligen Arbeitgebers sowie verschiedene fertig zu kaufende Objekte benutzt. Sie ist offensichtlich stolz auf diese Objekte und unterstreicht die große Bedeutung dieser Dinge, die für sie geradezu etwas »Heiliges« haben, das vor Zerstörung geschützt werden muss.

F.: Hm, das sind meine Gläser, meine Gläser sind mir heilig (alle lachen). Wenn sie jemand zerdeppert, dann werd ich immer böse. Das ist einfach, das is meins, ich brauch das, diesen Dekokram.

Eine spannende Frage ist, weshalb diese Objekte, die man zunächst geneigt ist als »Kitsch« zu klassifizieren, die auffällige symbolische Bedeutung zugeschrieben bekommen. Um sich von einem allzu schnellen Urteil freizumachen, sei an dieser Stelle ein kleiner Exkurs zum Begriff des »Kitsches« erlaubt. In gängigen kultursoziologischen Definitionen wird »Kitsch« als kulturell und ästhetisch zweitrangiges Produkt bezeichnet: Vorgetäuschte Empfindung und Erfahrung aus zweiter Hand steht hinter der Ästhetik des »Kitsches«, eine wenig originelle Formensprache, die emotionale Effekte in einer Art »Abkürzung« und Umgehung einer differenzierten Auseinandersetzung quasi mechanisch abrufen (vgl. Illing 2006: 219ff.; Eco 2004). Illing schreibt etwa: »Kitsch vereinfacht den Zusammenhang zwischen einer ästhetischen Gestaltungsweise und einer beabsichtigten außerästhetischen Wirkung. Der Einsatz wirkungsästhetischer Mittel wird dann zum Kitsch, wenn er zu Formeln erstarrt.« (Illing 2006: 223) Die Täuschung gehört konstitutiv zum Kitsch, wobei eine Abgrenzung zur Populärkultur, die schließlich von der Verwertung ästhetischer Innovationen in der Kunst lebt, ein systematisches Problem darstellt. Ein weiteres Begriffsproblem besteht darin, dass die kulturelle Moderne das Prinzip der ästhetischen Innovation, die Suche nach neuen wirkungsästhetischen Verfahren, zu ihrem Motor und ihrer Essenz gemacht und dabei das Innovationstempo bis zum Leerlauf gesteigert hat, »anstatt die Ergebnisse dieser Suche auszuarbeiten« (ebd.). Kompliziert wird die Definition von Kitsch zusätzlich durch die Reflexivität der Kunst, die sich mit der Populärkultur (Andy Warhol) oder auch explizit mit Kitsch (z. B. Jeff Koons) auseinandersetzt und diese Kulturprodukte in einer reflexiven Schleife künstlerisch »veredelt«. Aus der Sicht von manchen Spezialisten ist jedoch alles kitschig, was nicht den neuesten Standpunkt der ästhetischen Entwicklung einnimmt, »darunter fällt dann fast stets der Geschmack derjenigen, die mit weniger kulturellem Kapital ausgestattet sind und so Teile jener Entwicklung versäumen.« (Ebd.) Vor einer derart stark generalisierenden Abwertung des populären, auch des sogenannten »schlechten« Geschmacks sollte man sich hüten, da man sich die interpretativen Zugangswege damit versperren kann. Im Falle von K. würde die Interpretation eher stocken, bliebe es bei der bloßen, dem ersten Augenschein folgenden Bewertung ihrer »Lieblingsobjekte« als Kitsch – man könnte dann annehmen, dass Selbsttäuschungen vorliegen und emotionale Widersprüche überdeckt werden und landet schnell bei einer abwertenden und eindimensi-

onalen Wahrnehmung der Dinge. Gerade für Intellektuelle bietet sich diese Klassifikation als Kitsch aus ihrem »ästhetischen Navigationssystem« heraus geradezu an. Doch diese Wahrnehmung ist zu einfach. Letztlich ist damit nicht viel gewonnen, denn die verschiedenen Sinnschichten, die die Befragte selbst mit den Objekten explizit und implizit verbindet, kommen nicht differenziert genug in den Blick. Persönliche Objekte sind erstaunlich mehrsprachig; betrachtet man sie lediglich als Kitsch, so wird man sie wohl nicht zum Sprechen bringen. Selbst wenn es sich wirklich um »Kitsch« handelt, stellt sich die Frage, warum gerade diese Formensprache, diese Symbole und keine anderen gewählt wurden. Hinter den Objekten stehen ästhetische Präferenzen, die logischer Teil eines Ganzen, eines kognitiven Systems sind. Geschmacksurteile enthalten Wissen und Werturteile – und umgekehrt. Ästhetische Vorlieben beruhen nicht auf Zufall, sondern sie spiegeln eine soziale (vgl. Bourdieus Habitus-Konzept) sowie eine individuelle Logik (biographische Dimension) wieder. Sie wollen ernst genommen und nicht als Ausdruck eines defizitären Bewusstseins behandelt werden – soziologisch spannend ist, die hinter den ästhetischen Präferenzen stehenden sozialen Sinnstrukturen zu entschlüsseln.

Betrachten wir zunächst die bildlichen Repräsentationen der Objekte, bevor wir die sprachlichen Daten hinzunehmen: Die Material- und Formensprache dieser in Gläsern selbstarrangierten Objekte von F. deutet zunächst (wie beim Fallbeispiel K., siehe 7.4) auf etwas Zerbrechliches, Schützenswertes und Kostbares hin (Material Glas). Die Objekte könnten den Innenraum der Familie sowie die schützenswerte, unberührte kindliche Welt repräsentieren. Der emotional geschützte Innenraum der Familie, der – in unserem heutigen Verständnis von Sozialisationsprozessen – eine gesunde seelische Entwicklung der Kinder ermöglichen soll, ist gesellschaftlich nicht per se vorhanden, sondern muss von den Eltern durch den Aufbau einer materiell und emotional stabilen Umwelt erst hergestellt (und täglich reproduziert) werden – durch Arbeit sowie durch positive Beziehungen, die auf Liebe, Anerkennung, und Achtung beruhen, zum Teil auch durch die Abschirmung von bestimmten, möglicherweise traumatisierenden Aspekten der menschlichen Realität (Willkür, Leid, Gewalt, Exzesse, Drogenerfahrungen, Depression etc.). Diese »heile«, aber auch fragile Welt, die im Innenraum der Familie installiert wird, damit Kinder ein stabiles Weltvertrauen und emotional gefestigte Persönlichkeiten entwickeln, entfaltet in der Regel Rückwirkungen auf die Eltern, wenn dieser Aufbauakt gelingt – auch ihr Leben wird emotional stabiler. Der fragile, im Prinzip durch Krisen verschiedener Art immer gefährdete Binnenraum findet möglicherweise seinen bildlichen Ausdruck in den Gläsern von Frau F., die mit Blumen- und Tiersymbolen gefüllt und sorgfältig arrangiert wurden.

Objekte, die für das Unverletzte und Kindliche (Tierfiguren) stehen, können zudem symbolisch für eine Person dann besonders bedeutsam werden, wenn die Person großen Belastungen oder Bedrohungen, äußeren oder auch innerpsychischen, ausgesetzt ist. Hier können solche Objekte als eine Art Ankerpunkt, eine

Rückbesinnung auf das unversehrt Kindliche oder als ein Symbol für den Neuanfang (vgl. das Fallbeispiel der ehemaligen Drogenabhängigen K.). wirken<sup>3</sup>. Auch für Frau F. ist dies wahrscheinlich, denn sie befindet sich gleich in doppelter Weise in einer Phase des Übergangs: Sie ist zum einen vor einigen Monaten aus dem Arbeitsleben ausgeschieden und hat damit relevante soziale Beziehungen und Anerkennungschancen verloren. Sie erwartet zum anderen in Kürze ihr zweites Kind, das wohl ihr Alltagsleben und ihre Familienstrukturen nochmals verändern wird. Mag sein, dass die selbstarrangierten Dekorationsgläser mit den kindlichen Tiersymbolen in dieser Situation, in der ihr Leben neu ausgerichtet wird, eine besonders herausgehobene Bedeutung erlangen. Doch nehmen wir nun den entsprechenden Text hinzu und betrachten noch einmal im Detail die Eingangssequenz des Interviews:

F.: Hm, das sind meine Gläser, meine Gläser sind mir heilig (alle lachen). Wenn sie jemand zerdeppert, dann werd ich immer böse. Das ist einfach, das is meins, ich brauch das, diesen Dekokram.

II: Müssten das immer Frösche sein oder ist das egal?

F: Dieser Frosch passt in dieses Glas, ein Fisch würde da scheiße drin aussehen.

II: Und woher ham sie den, selber gekauft oder?

F: Ja, selber gekauft und selber gestaltet auch.

II: Und den Sand dann auch?

F: Ich hab dort gearbeitet. [...] Dieser Sand, der da drin is, den ham wir halt verpackt [...]

II: Und die Blumen, sind die auch besonders wichtig?

F: Naja ohne Blumen würde das ja nach nichts aussehen. Ja, Blumen müssen schon sein. Blumen strahlen ne Wärme aus, das muss sein. Ne Wohnung ohne Blumen geht nicht, für mich jedenfalls nicht, weil ne Blume hat was mit Gemütlichkeit zu tun.

F. verwendet die Formulierung »meine Gläser sind mir heilig« etwas unernst, humorvoll, und zeigt damit eine gewisse Distanz zum Gewicht des Wortes »heilig«. Dennoch lässt sie mit der Formulierung durchblicken, dass diese Objekte

---

3 Ähnliche Kindheitssymbole finden sich im Interviewmaterial häufiger bei befragten Frauen in Lebenskrisen (Erwerbslosigkeit im Zusammenhang mit psychischen Krisen oder Erkrankungen), etwa: Puppen, Teddybären, Tierfiguren etc. Die Identifikation mit einem die Kindheit repräsentierenden Objekt scheint ein typisch weibliches Muster des Umgangs mit Krisen darzustellen. In den Interviews mit Männern fanden wir dieses Muster nur einmal, häufiger liegen hier andere Bewältigungsformen vor: das (auch kontrafaktische) Festhalten am alten sozialen Status, an Erfolgen jeder Art. Es sind in der Regel konstruierte, brüchige, jedoch immer noch Erfolgsgeschichten, die präsentiert werden, selbst in sehr bedrängenden Lebenssituationen. Die befragten Männer versuchten offenbar länger und nachdrücklicher als die Frauen ein autonomes, erfolgreiches Selbstbild auch kontrafaktisch aufrechtzuerhalten, um in Übereinstimmung mit ihrer sozialen Geschlechterrolle zu bleiben. Dabei muss berücksichtigt werden, dass sie beim Eingeständnis des Scheiterns aufgrund ihrer geschlechtsrollenbestimmten Selbstdefinition mehr »zu verlieren« haben. Sie verlieren sprichwörtlich mehr »Gesicht« als Frauen, deren Rollendefinition auch in »Normalfall« Elemente der Heteronomie (und Kindlichkeit) beinhaltet bzw. akzeptiert, was das manchmal »krampfhaft« Festhalten der Männer am erfolgsorientierten Selbstbild zumindest ein Stück weit nachvollziehbarer macht.

für sie in hohem Grade emotional relevant sind – aus ganz persönlichen Gründen, die sie selbst nicht völlig versteht (»das is meins«, und später: »ich bin da komisch«) und die sie gar nicht zu explizieren versucht. Auffallend ist auch der mehrfache Gebrauch des Besitzpronomens »meine, meins«, der zweierlei anzeigt: Zum einen, dass diese Objekte als ihr Besitz von der Umwelt abgegrenzt werden. Zum anderen zeigt das Wort »meins«, dass die Dinge einen Ausdruck ihrer besonderen Individualität und ihres besonderen Geschmacks darstellen – das ist eben ihr Ding, auch wenn andere es vielleicht nicht verstehen. Schon der häufige Gebrauch dieser Besitzpronomina spricht für eine hohe Identitätsrelevanz dieser Dinge: Sie zeigen und unterstreichen ihren eigenen Geschmack, ihre Präferenzen und ihre Idiosynkrasien – im Vergleich zum Rest der Menschheit – und damit das, was an ihr besonders oder »authentisch« ist. Hinzu kommt, dass sie mit Hilfe der Dekorationsobjekte ein symbolisches »Ich« innerhalb des Nahbereichs der Familie abgrenzt. Ein »Ich« wird hier durch ganz persönliche Gegenstände repräsentiert und soll nicht auf- oder untergehen im Gesamtsystem Familie. Sie ist für die anderen da, wie sie an anderen Stellen signalisiert, aber dies hat Grenzen. Die Grenzen sind unter anderem markiert durch persönliche Dinge. Die Gläser stehen für den fragilen Eigenraum der Befragten innerhalb der Familie, für ihr »Selbst«, das durch die Mutterrolle in dem der anderen aufzugehen droht, und hier einen zwar transparenten, aber symbolisch abgegrenzten Raum bekommt. Sie grenzen einen ästhetischen Raum ab, der ganz allein ihr gehört und ihre Individualität ausdrücken soll. Aber die Grenzen dieses Raums sind durchlässig und brüchig, sie müssen geschützt und verteidigt werden.

Weiterhin fällt am obigen Interviewausschnitt auf, dass sie mit der Formulierung »ein Fisch würde da scheiße drin aussehen« sprachlich einen Kontrapunkt zu dem Aspekt »heilig« sowie zu der unschuldigen ästhetischen Wirkung ihrer Lieblingsobjekte setzt. Möglicherweise wählt sie den derben Ausdruck ganz bewusst, um nicht gleich (wir befinden uns am Beginn des Interviews) zu sehr auf einen Aspekt ihrer Identität festgelegt zu werden. Zudem markiert sie in diesem Satz dezidierte ästhetische Vorstellungen (»ein Fisch würde...«), nach denen sie die Objekte gestaltet. Die Beachtung (persönlicher) ästhetische Regeln und der kreative Akt im Arrangieren der Objekte scheinen für F. ein wichtiger Vorgang zu sein. Es klingt Produzentenstolz in dieser Passage durch, Stolz auf die eigenen Fähigkeiten und die eigene Kreativität – dies muss man jenseits aller Geschmacksfragen eindeutig zugestehen. Der kreative Akt hilft F., sich selbst und den familiären Binnenraum aus dem »schmuddeligen Hinterhofambiente« ihrer Wohnumgebung symbolisch »neu zu erschaffen« – Kontrapunkte zu setzen zu dem ästhetischen (und ökonomischen?) Chaos, das sie umgibt. Sie kreierte ihre Welt in Abgrenzung zur vernachlässigten Umgebung – und der kreative Akt hilft, das Chaos symbolisch zu bewältigen, etwa das »schmuddelige Hinterhofambiente« oder die unsichere soziale Lage. Für diese Interpretation spricht ein weiteres Objekt, in dem durch das Zusammensetzen von Splintern ein ästhetisches Ganzes geschaffen wird, das wiederum die triste Umgebung

»aufhübschen« soll: Puzzles. Im Beobachtungsprotokoll zum Interview wurde bei der Beschreibung der Wohnumgebung Folgendes vermerkt: »Im Gang des Hauses findet man ein schmutziges Hinterhofambiente vor. Hier wurde der Versuch unternommen, dieses Ambiente mit Hilfe von Puzzle-Bildern aufzulockern.« Die Puzzles stammen, wie die Gläser im Flur, von Frau F., die dazu sagt: »auch 'ne Leidenschaft von mir«. Der entsprechende Ausschnitt aus dem Interview stellt die Puzzles in den gleichen Sinnkontext wie die Dekorationsgläser:

I1: Jede Blume hat da nen ganz speziellen Wert?

F: Das ganze hat einfach nen Wert und wenn ich da jetzt irgendwas rausnehm, es fällt keinem auf, aber mir fällt das schon auf, weil ich das gemacht hab. Das is so. Ich hab aber überall Glas, im Flur da wo ihr hochgekommen seit, dass hab alles ich alleine gemacht, also das ist für mich wichtig...

I1: Also Dekoration is auf jeden Fall wichtig?

F.: Ja

I1: Damit sie sich wohl fühlen.

F.: Das is wie mit meinen Puzzlen. Das is auch ne Leidenschaft von mir.

I2: Ja hab ich gesehn. An der Wand.

F: Ja. Im Moment mach ich n großes von Anne Geddes, mal wieda.

I1: Da braucht man viel Geduld.

F: Anne Geddes is schon schwer zu puzzlen, muss man schon ehrlich zugeben.

I1: Wieviel Teile sin des dann?

F: Tausend.

In diesen Zeilen klingt ebenfalls Stolz auf die eigenen Fähigkeiten und die eigene Leistung an. Akribisch fügt sie die vielen zersplitterten Teile eines Ganzen zusammen, sucht Zusammenhänge und Ähnlichkeiten, und schafft damit einen ästhetischen, Ordnung repräsentierenden Sinn. Auch wenn das Puzzeln an sich gemeinhin nicht als kreative Tätigkeit verstanden wird, für F. verbindet sich damit eine ähnliche Bedeutung wie mit den Ziergläsern: Durch ästhetische Objekte, die sie aus einzelnen Elementen zusammensetzt, findet sie zu sich und einer eigenen Ordnung und strukturiert gleichzeitig ihre Umgebung. Aus einzelnen Elementen bzw. aus Splittern wird ein sinnvolles Ganzes: ästhetische Sinnkonstruktion in einer chaotischen Umwelt.

Die besondere, »heilige« Bedeutung ihrer Dekorationsobjekte erklärt sich dadurch, dass sie von F. verstanden werden als Ausdruck ihrer Subjektivität, die eine Spur in ihrer Umwelt hinterlässt. Deshalb ist es nur folgerichtig, wenn sie bei Veränderung oder Zerstörung der Objekte nach eigener Schilderung heftig reagiert, etwa wenn eines dieser Dekorationsgläser verschoben wird oder gar zu Bruch geht. Schon mehrfach gab es in diesem Zusammenhang Streit und Diskussionen mit ihrem Mann.

I1: Und wäre es schlimm, wenn Sie einen der Gegenstände verlieren oder wenn eins kaputt geht?

F.: Ja. Des gibt nen Ehekrieg (alle lachen).

I1: Speziell jetzt bei den Dekosachen?

F.: Ja. Wehe da wird was verrückt, da werd ich, ohhhjeeeh. Gibt's nicht.

I2: Schon passiert?

F.: Ja, noch nicht solange her (alle lachen), daher weiß ich das. Gut, auch nicht mit Absicht, das war dann ein etwas höheres, ja so n Cocktailing, stellt die Schultasche von dem Kind hin, die kippt um und knallt mir rein in mein Glasding und das wars dann. Und ich war sauer, ich bin dann an Kaffee trinken gegangen. (alle lachen) [...] Ich bin da komisch (lacht.)

Dekorationsstücke sind unter Nutzenaspekten völlig überflüssig und wirken gerade deshalb – wie schon Thorstein Veblen beschrieben hat – kostbar. Das Material unterstützt diesen Aspekt – Glas erscheint in seiner Fragilität kostbar und zerbrechlich – der kleine Luxus, den man sich leistet, zeigt, dass nicht nur die nackte Notwendigkeit dominiert. Glas will mit Sorgfalt behandelt werden, da es zerbrechen kann, zudem muss man es regelmäßig pflegen, um seine Wirkung zu erhalten – vorsichtig abstauben und sauber halten. Diese Dekorationsobjekte sind Symbole einer »typisch weiblichen« Ausstattung der Wohnung, einer weiblichen, umsorgenden Atmosphäre. Im Falle von Frau F. stehen die Dekorationsstücke aber nicht nur für die weibliche Fürsorge, sondern auch für das Gegenteil, für die Grenzen, die sie setzt, wie an den Konflikten darum deutlich wird. Die zerbrechlichen Gläser mit den künstlichen Blumen und den etwas kindlich anmutenden Tierfiguren (z. B. Frosch) im Inneren stehen möglicherweise auch für die eigene Kindheit, für die Unbeschwertheit und die Harmonie, die sie sich für die eigene Tochter wünscht. Der Inhalt der Glasschalen, die Gegenstände im Glas, repräsentieren zudem allesamt Naturaspekte und Natursymbole: Blumen, Blätter und Tiere. Zwar werden hier recht artifizielle Abbildungen der Natur in Plastik dargestellt, zudem hinter Glas konserviert – Vergänglichkeit und Ungezähmtheit der Natur sind in diesem Bild vollkommen kontrolliert und gebannt. Und doch bildet die hier verwendete, mittelbare Natursymbolik in der Wohnumgebung der Befragten atmosphärisch ein Gegengewicht zu den in der Wohnung dominierenden technischen Geräten: drei Fernseher, PC, Musikanlagen, mehrere Playstations und natürlich auch die sonst übliche technische Haushaltsausstattung fallen den Interviewerinnen auf. Die Natursymbolik bildet in der Wohnung ein optisches »Gegengewicht« zur Technik, und ist in ihrem artifiziellen, stillgestellten Charakter dennoch ein genau dazu passendes Muster.

Die verwendeten Gläser mit ihrem durchsichtigen Material stehen symbolisch für Transparenz, Glanz und Reinheit, aber auch für Fragilität, Sichtbarkeit, Bedrohung oder Unsicherheit. Das Motiv Fragilität und Unsicherheit findet sich ebenfalls im Material Sand wieder: Sand ist ein Stoff (der chemisch mit Glas übrigens verwandt ist), der sich in keinem stabilen Zustand befindet, er ist formbar, er gibt nach (im Unterschied zu Glas), zerrinnt aber zwischen den Fingern. Der Sand ist in allen Dekoschalen enthalten, er ist konstitutiver Bestandteil der Arrangements von F. In der Dekosand-Fabrik hat F. schließlich auch gearbeitet – hier stellt sie in ihrem Privatleben, im Sinnkontext ihrer »Lieblingsobjekte« einen Bezug zu ihrem ehemaligen Arbeitsplatz her. Dieser Umstand zeigt, dass für sie die Arbeit eher positiv konnotiert ist – ihr zumindest nicht zuwider war, und sie die Beziehungen und Anerkennungschancen möglicherweise auch vermisst (z. B.



die Kontakte zu ihren Kolleginnen, vgl. dazu Becker-Schmidt u. a. 1984). Der Produzentenstolz, der kreative Akt dient, jetzt noch ausführlicher betrieben, möglicherweise auch als Kompensation für die prekäre Integration in die Arbeitswelt und wird nach dem Verlust des Arbeitsplatzes für F. noch wichtiger. Dieses Muster der »produktiven Krisenverarbeitung durch den kreativen Akt« findet sich häufiger bei Frauen im Interviewsample.

Doch Sand hat noch weitere symbolische Eigenschaften: Er bildet einen Grund, der nicht fest und stabil ist, sondern unter Umständen nachgibt. »Auf Sand gebaut« ist eine gängige Redensart, die anzeigt, dass ein Bauwerk (oder ein Lebensplan) gefährdet ist und von der Basis her unterhöhlt werden könnte. Auch das Material Glas (Transparenz, Bruchgefahr), sowie die Puzzles (zersplittertes Ganzes, das wieder zusammengefügt werden muss) weisen ähnliche symbolische Eigenschaften des Bedrohten und Instabilen auf. Betrachtet man die Lebensumstände von Frau F. genauer, so gibt es auch darin eine deutliche Spur von Prekarität. Zum einen befindet sie sich in einer wirtschaftlich prekären Situation – beide Ehepartner sind erwerbslos und erwarten ein zweites Kind. Ihr Mann hat zudem ein Kind aus erster Ehe, das ihn finanziell bindet. Die Chancen auf einen Wiedereinstieg ins Erwerbsleben sind unsicher: F. hat zwar die mündliche Zusage, in ihrem Betrieb bei Bedarf wieder eingestellt zu werden, allerdings gehört ihre Stelle als »Ungelernte« zu denjenigen Arbeitsplätzen, die im wirtschaftlichen Strukturwandel in der Regel am meisten bedroht sind. Ihr Mann hat mit 25 Jahren schon eine recht bewegte Berufsbiographie hinter sich, hat den Beruf des Bau- und Kunstspenglers gelernt, war zeitweise bei einem Sicherheitsdienst beschäftigt (»mit Waffe«), und hatte sich als Versicherungskaufmann selbständig gemacht – im Feld von Schuldnerberatung und Umschuldungen<sup>4</sup>, bevor er als »stellvertretender Lagerleiter« im gleichen Unternehmen wie seine Frau gearbeitet hat. Auch seine berufliche Zukunft ist ungewiss. Die zweite Quelle der Unsicherheit scheint in der Ehebeziehung selbst liegen: Die Ehepartner schildern ihr Leben so gegensätzlich, dass sie geradezu in verschiedenen Welten zu leben scheinen – ihre gemeinsame Welt scheint somit wirklich ein Stück weit »auf Sand gebaut«. Während F. beispielsweise ihren sparsamen Umgang mit den sehr knappen Ressourcen schildert, sich selbst nichts gönnt, beispielsweise nur gebrauchte Kleidung kauft, trumpft ihr Mann im Interview mächtig auf, zeigt seine Jeanssammlung, vor allem die teuersten Designerstücke und betont, dass er gerne und teuer konsumiert und »nicht aufs Geld schaut«. An dem Tag im November, als er arbeitslos wurde, habe er zum Beispiel folgendermaßen reagiert:

F.: »Und ja, der hat mir das mitgeteilt und ich hab gesagt, jetzt brauch ich erst mal Shoppen (lacht) (...) An diesem Tag hab ich dann meine Playstation 2 gekauft halt zum Beispiel, mit 7 oder 8 Spielen. Normal.«

---

4 Im Interview weisen verschiedene Indizien darauf hin, dass er als »Kredithai« tätig war.

Herr F. schneidet kräftig auf im Interview – nicht alles, was er sagt, sollte wörtlich und für bare Münze genommen werden. Der eigentlich überflüssige, da inhaltsleere Nachsatz »Normal« im obigen Interviewausschnitt etwa zeigt an, dass er sprachlich etwas »normalisiert«, was auch er nicht für selbstverständlich hält – was wirklich »normal« ist, muss in der Regel nicht explizit als solches sprachlich etikettiert werden. Doch auch nach Abzug bzw. dem »Einklammern« der Übertreibungen von F. zeigen sich sehr unterschiedliche Wertsetzungen und Verhaltensmuster bei den beiden Ehepartnern. Während Frau F. sehr sparsam ist und vor allem ihre eigenen Bedürfnisse zugunsten des Kindes hinten anstellt, sind für Herrn F. seine individuellen Konsumwünsche und -gewohnheiten sehr wichtig, es drängt sich geradezu der Eindruck eines »demonstrativen Konsums« zur Statusmarkierung auf. Für sie, die in Kürze ihr zweites Kind bekommt, muss die finanzielle Situation, die ungewisse Zukunft sowie die von relativ wenig Einverständnis geprägte Partnerbeziehung geradezu Unsicherheit erzeugen. Sie drückt dies auf humorvolle, aber sehr konkrete Weise aus, indem sie im Interview emotional aufgeladene Konflikte mit dem Partner anspricht, die sich dem Inhalt nach scheinbar um lapidare, geringfügige Anlässe drehen. Auf die Frage, ob sie sich anders einrichten würde, wenn mehr Geld da wäre, spricht F. ihre Partnerkonflikte zum Beispiel auf humorvolle Weise an :

F.: Ja da würds bestimmt so n paar Dinger geben, die ich da ändern würde, zum Beispiel mehr Deko. Aber dann krieg ich die Kündigung. (alle lachen) Nein, aber so n bisschen was ja könnt ich mir schon vorstellen. Nein, aber wir ham uns dann geeinigt – ein Eck!- das darf ich dann schon haben. Mit dem Rest muss ich mich im Flur ausbreiten.

Diese Passage gibt den Paarkonflikt wieder, einen Konflikt um den legitimen Raum (und den Einfluss), der jedem der beiden in ihrer Wohnung und in ihrer Beziehung zusteht. Die Passage zeigt, dass ihr Partner mit ihren Leidenschaften nicht unbedingt einverstanden ist, dass die beiden ästhetisch durchaus in verschiedenen Welten leben, sich jedoch in der Regel durch Kompromisse einigen können. Eine Ecke in der Wohnung darf F. mit den ihr wichtigen Objekten gestalten, mit dem Rest muss sie sich im Hausflur »ausbreiten«. Auch an anderer Stelle spricht F. Konflikte um die Nutzung des Raumes an. Bezüglich der gewählten Unterhaltungsprogramme gibt es ebenfalls Reibereien um die »Lufthoheit« bzw. um die Macht, zu bestimmen. F. schildert, dass ihr Mann gerne auch mal kocht, ihr dann jedoch in der Küche ihre Musikauswahl streitig macht:

F.: Wobei der Mann ohne Fernseher stirbt. Da macht er glatt meine Musik aus. Da kann die CD mittendrin sein. Da wird sie ausgemacht und Fernseher an. Da gibt's Krieg. (alle lachen) Weil wir ham drei Fernseher, also warum muss er hier Fernseher schauen, wenn hier meine Musik läuft?

Doch betrachten wir die weiteren Lieblingsobjekte, die F. präsentiert: eine Jeans und ein T-Shirt, beides Markenteile, die sie sich heute vermutlich nicht mehr leisten könnte. Da sie hochschwanger ist, passen ihr derzeit die Kleidungsstücke nicht:

F: Also die Hose hat mein Mann mir gekauft, da war ich mal noch schlank, muss man jetzt mal dazu sagen. (alle lachen) Darum ist sie eigentlich was besonderes.

II: Hat sie die auch getragen?

F: Solange wies noch ging (lacht). Ich hab ja das Ziel, da komm ich mal wieder rein. Also .. es geht.

Die Jeans hat einen eher nostalgischen Wert für sie bzw. sie markiert das Ziel, so viel abzunehmen, dass sie wieder reinpasst. Ihr Mann hat ihr die Jeans geschenkt, beide sind Jeanssammler und -liebhaber, auch dieser Umstand verleiht dem Kleidungsstück eine besondere Bedeutung, zeigt sich doch in der Jeans ein gemeinsames Interesse der Partner. Auch ihre Erklärung zum T-Shirt, einem weiteren Lieblingsstück zeigt, leitet sie mit einer gewissen Nostalgie, mit einer Trauer über den Verlust des jugendlichen Körpers ein:

F: Das Oberteil .. Ich hab mir irgendwann gesagt, bauchfrei kann man nicht mehr tragen dafür bin ich zu alt. Wenn man ne Tochter hat mit sieben, die sagt einem dann schon, »dazu bist du echt schon zu alt« (lachen). Also kommen nur noch T-Shirts in Frage

II: Und wann wurde das T-Shirt gekauft? Wie alt ist das schon?

F: Steinalt. Drei Jahre.

II: Naja, so alt ist es ja dann auch wieder net (alle lachen)

F: Doch, des is scho alt.

F. ist schwanger, ihr Körper ist raschen Veränderungen unterworfen, Veränderungen, die in das Selbstbild integriert werden müssen. Die Interviewausschnitte machen eine Ästhetisierung des Körpers (schlank, bauchfrei) deutlich, eine Ästhetisierung, die in der Paarbeziehung von Bedeutung ist, der sie jedoch – in ihrer Sichtweise – derzeit nicht nachkommen kann, da sie aufgrund der Schwangerschaft nicht dem schlanken körperlichen Idealbild entspricht. Diesem schlanken Ideal hat sie zwar entsprochen, dies ist jedoch Vergangenheit; und sie hofft, ihm bald wieder zu entsprechen. Die Passage ist auch wegen des kleinen Disputs zwischen F. und der Interviewerin interessant, der sich um den Begriff »alt« dreht. F. bezeichnet das drei Jahre alte T-Shirt als »steinalt« und beharrt auch gegen Widerspruch darauf. Damit deutet sie einen Konsumstil mit schnellen Zyklen an, der Kleidung, die jeweils der neuesten Mode entspricht, einschließt. Wenn das T-Shirt mit drei Jahren »steinalt« ist, so ist sie daran gewöhnt, Kleidung in einem wesentlich schnelleren Rhythmus durch neue Stücke zu ersetzen. Auch dieser Umstand ist interessant, weil es Vergangenheit ist. Im folgenden Verlauf des Interviews führt F. aus, dass sie für sich selbst derzeit möglichst wenig, möglichst billig oder gar Second-Hand-Stücke erwirbt. Zwischen den früheren Konsumgewohnheiten mit der ausgeprägten Ästhetisierung des Körpers, Präferenzen, die sie mit ihrem Mann geteilt hat, und ihrem heutigen Verhalten besteht eine enorme Differenz, die sich wohl zum einen aus dem geschwundenen Einkommen und zum anderen durch das stark veränderte und veränderliche körperliche Erscheinungsbild der Schwangerschaft erklärt.

## Soziale Inklusion der Kinder

Heute kauft F. für sich selbst nur wenig, auch mal gebrauchte Kleidung, um Geld zu sparen. Die Tochter wird besser ausgestattet, damit sie in ihrem sozialen Umfeld nicht auffällt. Auf die Frage nach ihrem Stil antwortet F. deshalb, dass sie Mutter ist und deshalb »immer zurücksteckt«.

II: Und wie würden sie ihren Stil beschreiben?

F.: Sag mir mal so, ich bin halt Mutter, ich stecke fürs Kind immer wieder zurück, des is so, bis ich sag, ich geh jetzt wirklich los und kauf mir ne Hose vergeht ganz viel Zeit. Zwischendrin braucht das Kind Schuhe. Weil zwischendrin braucht das Kind dann mal wieder 'ne Hose, weil sie mal wieder 'nen Satz gemacht hat, also steckst du als Mutter immer zurück, es is, meine Eltern haben schon zurückgesteckt für uns und ich steck jetzt genauso für meine Kinder zurück. Des is einfach so. Ich sag mir, Hauptsache meine Sachen sind sauber, ordentlich und ham jetzt nicht so Löcher, demnach is es *mir* persönlich ziemlich egal.

Während F. früher sehr mode- und markenbewusst war, nimmt sie heute in Bezug auf ihre Kleidung für sich keinen bestimmten Stil mehr in Anspruch, sondern nur Mindeststandards wie »sauber, ordentlich und keine Löcher«. Sie thematisiert auffälligerweise keine ästhetischen, sondern eher praktische und moralische Aspekte wie Sparsamkeit, Sauberkeit und soziale Unauffälligkeit. F. betont weiter im Interview, beim Kauf von Kleidung sei ihr derzeit der Preis am wichtigsten, andere funktionale und symbolische Aspekte wie Qualität, Design oder Markenlogos treten völlig in den Hintergrund. Sie möchte lediglich nicht negativ auffallen, eine besondere positive soziale Aufmerksamkeit und Anerkennung beansprucht sie – als Mutter – nicht. Vergleicht man diese mit anderen Passagen im Interview, die sich zum Beispiel um ihre – derzeit nicht passenden – Lieblingsstücke drehen, so sieht man, dass diese Ausführungen, die sich auf das aktuelle Verhalten beziehen, den bitteren »Geschmack der Notwendigkeit« in sich tragen, aus dem jeder kleine »Luxus« getilgt ist (vgl. zum Thema »Lebensstile der Armut« auch Blasius und Friedrichs 2001). Auch die folgende Passage zeigt, dass sich das Kaufverhalten in letzter Zeit aufgrund der viel enger gewordenen Ressourcen sehr stark verändern musste:

F. Ich schau auf'n Preis. Also wenn ich für mich persönlich einkaufen geh, schau ich prinzipiell ganz ehrlich nur aufs Preisschild.

II: Aber die Qualität is dann auch wichtig, damits dann länger hält?

F: Nicht wirklich, weil ich sag mir, wenn ich mir mal was kaufe, das kommt ja alle, im Jahr mal vor, dann schau ich halt immer noch auf den Preis und sag mir, für den Preis kriegst du zwei Sachen, und n anderer würde mich auslachen ..., da kleid ich mich komplett mit ein.

In der vierten Zeile holt F. zunächst aus, um zu sagen, »wenn ich mir mal was kaufe, das kommt ja alle...«. Die logische, erwartbare Fortsetzung dieser häufig verwendeten sprachlichen Figur an dieser Stelle wäre »....dann schau ich nicht so sehr auf den Preis...«, – was bedeutet, das man zwar sparsam ist, sich selten etwas kauft, dafür aber von guter Qualität. F. schlägt jedoch eine rasante Kurve mitten in der Redewendung .... »dann schau ich halt immer noch auf den Preis«. Sie verwendet eine stereotyp anmutende Gesprächsfigur des qualitätsbewussten

Kaufverhaltens (kaufe wenig, aber gut), korrigiert sich jedoch selbst, weil ihr im Redefluss ihre derzeitige Lebensrealität mit den knappen Mitteln »dazwischenkommt«. Ausschlaggebend für den Wandel in Frau F.s Verhalten sind wohl die sehr eng gewordenen Finanzen. Im Rahmen dieser knappen Mittel werden aber scheinbar den Bedürfnissen des Kindes und des Mannes in der Familie höhere Prioritäten zugemessen als ihren eigenen – diese stellt sie ganz hinten an. Ein Hinweis auf eine klassisch-patriarchale Prägung dieser Familie? Auch die ungleiche Verteilung des gestaltbaren Raums in der Wohnung, die Dominanz des Mannes in Fragen des Musik- und Medienkonsums etc. geben weitere Hinweise auf eine derartige Prägung der Familienstrukturen. Andererseits befindet sie sich körperlich im veränderlichen, transitorischen Zustand der Schwangerschaft. Es besteht zwar andauernd die Notwendigkeit, sich neue (größere) Kleidungsstücke zu kaufen, jedoch passt die Kleidung, die man sich jetzt anschafft, vermutlich nicht lange. Insofern ist unter praktischen Aspekten nachvollziehbar, dass sich Sparzwänge als erstes in diesem Bereich auswirken und F. versucht, die notwendige Kleidung so preiswert wie möglich zu erstehen.

Die knappen Mittel werden eher in die Bekleidung der Tochter investiert, damit diese in der Schule nicht ins »soziale Abseits« rückt. Ihre Tochter soll nicht sozial exkludiert werden, deshalb werden die knappen Ressourcen schwerpunktmäßig hier eingesetzt:

F.: Das ist auch der Druck in der Schule, das muss ich sagen wie's ist. Du wirst ja zu diesem Kaufverhalten auch gezwungen, weil du einfach sagst, du möchtest es deinem Kind mal nicht aussetzen, dieses Mobbing, wie »Du hast ja nix, du kannst dir ja nix leisten« oder »Was hast denn du da an?« oder »Was hast denn du da für Klamotten?« Also schaut du immer, dass sie immer den modernsten Schnitt hat, weil das sie in der Schule nicht so ins Abseits rückt ...

Ihre siebenjährige Tochter schildert F. als durchaus modebewusst bei Kleidung: »Die ist sieben, die hat jetzt schon den absoluten Tick auf Mode. Der brauchst du nix mehr hinlegen.« Anders als bei der Befragten K. geht es F. nicht darum, hinsichtlich der Konsumstandards leidlich mitzuhalten, um nicht ganz herauszufallen, sondern ihre Tochter soll richtig mit dabei und vorne dran sein. Die finanziellen Möglichkeiten von F. waren bis vor kurzem deutlich besser als die von K. – daher auch das höhere materielle Anspruchsniveau in der Ausstattung der Kinder (wie auch insgesamt).

Für die Sozialintegration ihrer Tochter ist F. bereit, ihre knapp bemessenen Mittel verhältnismäßig großzügig einzusetzen. Ihre Tochter soll – vor allem im Bereich Mode- und Medienkonsum – partizipieren können und dabei sein. Auch bei Musikrends ist ihre Tochter immer auf dem neuesten Stand. Bei Kleidungs- und Musikrends orientiert sich die Tochter mit sieben Jahren an der Jugendmode und informiert sich aus Jugendzeitschriften über die neuesten angesagten Dinge. Auf eine Nachfrage der Interviewerin, der dies auffiel (I1: »Mit sieben?«), sagt F.: »Ja mit sieben, die werden immer früher.« Vermutlich meint sie damit, die Mädchen reifen immer früher bzw. zeigen eher Anzeichen der Vorpubertät. Die

Jugendzeitschriften ihrer Tochter liest auch die Mutter, eigene Zeitschriften kauft sie aus Sparsamkeit nicht. Möglicherweise kann sie sich mit den Jugendzeitschriften auch noch ein Stück weit identifizieren: Ihre eigene Jugend ist mit heute 24 Jahren noch nicht sehr lange her, und wurde durch das erste Kind mit 17 früh unterbrochen. Ihre eigenen Bedürfnisse nach Mode und Unterhaltung projiziert F. auf ihre Tochter und partizipiert auf diese Weise mit an den jugendlichen kulturellen Mustern und den gerade angesagten Trends. Bildungs- und Bücherhunger fördert sie wenig bei ihrer Tochter, da sie auch selbst wenig Interesse daran hat:

II: Und sind Bücher wichtig?

F.: Nicht wirklich.

II: Gar net?

F.: Die sin zum einstauben da.

II: Dann eher Zeitschriften? Zeitung?

F.: Nee. Des interessiert mich gar net. Wenn das Kind nicht ab und an mal die Popcorn<sup>5</sup> kaufen würde. Wenn sie sie dann ma kauft, les ich auch mal drin rum, aber ansonsten, dafür geb ich kein Geld aus. Ich sag ja wenn das Kind nicht ab und an wirklich ma die Popcorn oder die Bravo will, weil da grad n Poster vom Bill drin is, ich würd mir die jetzt auch net kaufen, aber man macht das dann.

Bücher spielen in der Familie kaum eine Rolle, viel benutzt werden Fernsehen, Musik und Videogames – von allen Familienmitgliedern. Der laufende Fernseher scheint in der Familie selbstverständlich zu sein, mit ihren drei Fernsehern in verschiedenen Zimmern kann jedes Familienmitglied das Programm ansehen, das ihm gefällt. Die Tochter von F. hat das Fernsehen sprichwörtlich mit der Muttermilch eingesogen, seit ihrem ersten Lebensjahr besitzt sie einen eigenen Fernseher. Weil Fernsehen nichts Außergewöhnliches ist und ihre Tochter damit aufgewachsen ist, ist sie in ihren Augen auch kein »Fernsehjunkie«:

II: Ihre Tochter hat dann auch nen Fernseher?

F.: Ja.

II: Für sie ist das dann sehr wichtig?

F.: Das Fernsehkucken nich mal, des is nich so'n Fernehjunkie, aber die Musik braucht sie halt. Aber warn wir da anders als Teenies? Fernsehen ham wir nicht wirklich geschaut, aber Mucke musste laufen. Und wo kommt das Neueste? – Bei VIVA! Es is einfach so und sie hat ihren Fernseher seit ihrem ersten Lebensjahr und die war nie so'n typischer Fernseherjunkie. Die is damit aufgewachsen. Daher war das für ihr nie was Neues und nie was Besonderes. Andere Kinder kamen und fragten: »Was is'n das?« – »n' Fernseher«. Das wars dann auch, weil wie gesagt, des is für ihr nix Besonderes, weil sie von klein auf damit aufgewachsen ist, darum hab ich auch kein so'n Fernseherjunkie.«

Ihre Tochter hat einen eigenen Fernseher seit ihrem ersten Lebensjahr. Da die Mediennutzung ein wichtiger Bestandteil des Familienlebens ist, ist es nur folgerichtig, die Kinder schon früh an diese Tätigkeit heranzuführen. Ein einjähriges

---

5 *Popcorn* und *Bravo* sind gängige Jugendzeitschriften mit popkulturellem Schwerpunkt, *Bill* (Kaulitz) ist der Sänger der in diesen Zeitschriften häufig dargestellten Band *Tokio Hotel*, die bei Teenagern populär ist (Stand 2007).

Kind kann kognitiv und praktisch nicht sehr viel mit einem Fernseher anfangen, in diesem Alter kann es sich höchstens an die Reize der Geräusch- und Bildkulisse »gewöhnen«. Obwohl der Fernseher ihrer Tochter heute viel in Gebrauch ist, oft nebenbei läuft, bezeichnet F. ihre Tochter als »kein Fernsehjunkie«. Das Fernsehen ist nichts Besonderes, da für alle Familienmitglieder selbstverständlich, und deshalb auch für die Tochter nicht besonders begehrenswert. Ihre Tochter sieht laut F. vor allem Musiksendungen auf VIVA an. Dabei identifiziert sich auch F. mit einem vergangenen Jugend-Ich mit diesen Verhaltensmustern (»warn wir da anders als Teenies?«). Auch für sie wäre Fernsehen nicht wichtig gewesen (»ham wir nicht wirklich geschaut«), jedoch die Musik. Ähnlich sei es bei ihrer Tochter, die Musik »braucht sie halt« – und die neueste Musik laufe eben bei VIVA im Fernsehen. Interessant ist dabei, dass sie ihr eigenes »Teenie«-Alter mit ihrer Tochter identifiziert und das jeweilige Verhalten vergleicht bzw. gleichsetzt. Ihre Tochter ist 7 Jahre alt und in der ersten Schulklasse, wirkt jedoch nach den Beschreibungen von F. geradezu »frühreif«; bedenkt man, dass sie die erste Schulklasse besucht, so muss man sich fragen, ob die kognitive, die kulturelle und die emotionale Entwicklung des Sozialisationsprozesses hier wirklich synchron verlaufen. In der ersten Klasse steht die Tochter noch relativ am Anfang des institutionalisierten sozialen Wissenserwerbs, durch den ausgiebigen Medienkonsum sind ihre kulturellen Interessen möglicherweise aber »beschleunigt« worden. Die Tochter von F. ist modisch und musikalisch jeweils bei den neuesten Trends dabei; durch den Mediengebrauch ist sie in eine virtuelle, überraumliche Gemeinschaft der Mode und Unterhaltung inkludiert. Dies mag ein kultureller Faktor sein, der ihr in der Schule und Nachbarschaft symbolische Zugehörigkeit und Anerkennung verschafft. In Bezug auf das Bildungssystem kann diese Medieninklusion allerdings chancenmindernd bzw. exkludierend wirken: Bücher werden in der Familie kaum benutzt, sondern vor allem Bild- und Tonmedien; diese gewohnheitsmäßigen Verhaltensmuster schlagen sich häufig als mangelnde Lesekompetenz der Kinder nieder. Auf der Lesekompetenz wiederum bauen viele andere im Bildungssystem geforderte Fähigkeiten auf. Werden Kinder nicht rechtzeitig an Bücher und die Freude am Lesen herangeführt, so ist eine gute Ausbildung oder gar ein höherer Bildungsweg in vielen Fällen aufgrund von mangelndem Interesse am Lesen und Lernen versperrt. Eine starke und frühzeitige kulturelle Inklusion durch Medien kann so eine *kulturelle Exklusion* in anderen elementaren sozialen Systemen, im *Bildungs- und Erwerbssystem* nach sich ziehen.

### **Inklusion und Exklusion: Zusammenfassung**

Die Familie von F. befindet sich ökonomisch durch den Ausschluss beider Erwachsenen aus dem Arbeitsmarkt in einer prekären Situation, zumal ein weiteres Kind erwartet wird. Die durchaus kostspieligen, mode- und körperorientierten Konsumgewohnheiten der Familie müssen in dieser Situation revidiert und neu

justiert werden. F. steckt am meisten bei ihren eigenen Bedürfnissen zurück; während ihr Ehemann offensichtlich Schwierigkeiten hat, seine finanziell aufwendigen Konsumgewohnheiten bezüglich Kleidung und Unterhaltungsartikel aufzugeben. Auch bei der Tochter wird zuletzt gespart, ihre soziale Anerkennung und Integration im schulischen Umfeld soll nicht in Mitleidenschaft gezogen werden. Die wirtschaftliche Unsicherheit sowie der latente Konflikt zwischen den Ehepartnern um die Gestaltung des Wohnumfelds und des Freizeitlebens spiegeln sich in den als Lieblingsdingen präsentierten Objekten. Die latenten Konfliktslagen zwischen den Ehepartnern und die daraus resultierenden Unsicherheitsgefühle haben sich in der ökonomisch prekären Situation verschärft. In der Vergangenheit war es sehr wichtig für die Familie von F., an den neuesten Konsumerrungenschaften zu partizipieren – dies war Teil ihrer Identität als Familie. Nachdem dieser Lebensstil in Frage steht, wackelt auch die Basis der Partnerbeziehung. Heute haben sie kaum Mittel für das Nötigste. Der Prozess der Umorientierung ist für alle Beteiligten schwierig, und während Frau F. ihre eigenen Interessen zugunsten der Tochter zurückstellt, hält ihr Mann kontrafaktisch an einer vergangenen, aufwendigen Konsumrealität fest, und damit an einer sozialen Identität, die er sich in Wirklichkeit nicht mehr leisten kann. Dies verschärft für sie die Unsicherheit der Situation, da damit die Gefahr einer Überschuldung der Familie nahe liegt.

Die Exklusion aus dem Arbeitsmarkt und aus dem gewohnten Konsumniveau kompensiert Frau F. durch Kreativität, durch Gestaltung ihrer Umwelt (und ihrer Identität) im Schaffensprozess, der mit ihrem Hobby verbunden ist. Die Objekte, die sie gestaltet, sind ästhetisch sicher nicht innovativ, mit guter Berechtigung könnte man sie als »Kitsch« bezeichnen, da vielbenutzte, eher kindlich-harmonisierende ästhetische »Formeln« verwendet werden. Und dennoch ist die Gestaltung ihrer Objekte für F. in mehrfacher Hinsicht von großer Bedeutung: Mit diesen Objekten behauptet sich F. als Individuum in dreierlei Hinsicht gegenüber einer schwierigen Umwelt: Durch die kleinen Welten im Glas schafft F. einen selbstdefinierten Raum in einer Beziehung, in der der Mann eine dominante Rolle einnimmt. Sie behauptet sich zweitens als Ich in einer Familie, in der sie in der Mutterrolle für die anderen da zu sein hat. Ebenso wichtig ist aber, dass sie in dem Chaos der ärmlichen Umwelt und der Unsicherheit der ökonomischen Situation mit ihren Objekten sinnhaft strukturierte Inseln schafft und dadurch versucht, ihrer Umwelt eine ästhetische, selbstgeschaffene Ordnung zu geben. Sinnkonstruktion aus dem Chaos und gegen das Chaos – dies ist eine klassische Definition der menschlichen Kreativität – und sie findet sich auch hier, in diesen »Kitsch-Objekten«. Nur sprechen diese Objekte eine andere ästhetische Sprache als die der anerkannten (ästhetisch innovativeren) Objekte, eine ästhetische Sprache, die erst entschlüsselt werden muss, um die dahinterliegenden Sinnkonstruktionen und »Notwendigkeiten« zu erkennen.

F. kompensiert ihre Exklusion aus dem Arbeitsmarkt und aus dem Konsum, der in dieser Familie wichtig für die symbolische Inklusion ist, durch einen ge-



stalterischen Schaffensprozess, der aus Einzelteilen ein sinnhaftes, mit einer individuellen Logik ausgestattetes Ganzes zusammensetzt. Die so entstehenden Objekte sind für sie emotional von hoher Bedeutung. Dieses kompensatorische Handlungsmuster ist vordergründig nicht sozial ausgerichtet, denn viel Anerkennung scheint F. von ihrer Familie und ihrem Umfeld dafür nicht zu erhalten. Allerdings behauptet sie sich symbolisch, als tätiges und schaffendes Ich gegenüber der materiellen und sozialen Umwelt. Dieses Kompensationsmuster entspricht zudem ihrer geschlechtsspezifischen Rolle (Heim verschönern), doch in einer ambivalenter Weise: F. handelt einerseits übereinstimmend mit der Rolle als Mutter und Frau, andererseits grenzt sie sich aber damit als Individuum innerhalb der Familie ab und zeigt Rollendistanz. Sie greift auf die Alternativrolle identitätsstiftend zurück und signalisiert gleichzeitig identitätserhaltende Distanz zu dieser Rolle.

Das Verhaltensmuster *Kompensation durch Kreativität* ist für Frau F. von Bedeutung, nicht jedoch für die anderen Familienmitglieder. Ihr Mann und ihr Kind leben weiterhin konsumorientiert, auch wenn dies durch ihre faktische ökonomische Lage nicht mehr gedeckt ist. Die beiden in dieser Familie vorliegenden kompensatorischen Handlungsmuster verhalten sich gewissermaßen konträr: Während sie die Exklusion aus der Ökonomie mit Engagement in nicht-ökonomischen und nicht-marktvermittelten Sektoren (heimische Kreativität, Tauschring) kompensiert – und sich damit neu orientiert, indem sie sich anderen, alternativen Identitätsquellen zuwendet, gelingt diese Uorientierung dem Rest der Familie nicht ohne weiteres – hier dominiert nach wie vor die Orientierung an Mode, Medien und Konsum.

Den gewohnten Konsumstil, an dem soziale Einbindung und Identitätsaspekte hängen, kann die Familie in der aktuellen Situation nicht fortführen, ohne Gefahr zu laufen, sich zu verschulden. Was bleibt, ist die Medieninklusion, denn die elektronischen Unterhaltungsgeräte sind vorhanden und müssen aktuell nicht neu angeschafft werden – der extensive tägliche Gebrauch verursacht keine zusätzlichen Kosten. Für Herrn F. spielen Medien (das Fernsehen, die Playstation) in der Situation der Erwerbslosigkeit eine größere Rolle als vorher. Er braucht sie nach eigenen Worten »zur Entspannung«, zum »Abschalten«, auch markiert etwa die Playstation mit »seinen Spielen«, die nur er benutzt und nicht »die Mädels«, für ihn einen Raum, der ganz der seine ist. Der Lebensstil der Tochter ist ebenfalls stark vom Medienkonsum geprägt. Das *zweite kompensatorische Muster* in der Familie ist also der an der *elektronischen Unterhaltung orientierte Mediengebrauch*. Er zerstreut, lenkt ab und schafft soziale Inklusionen symbolischer Art. Wer daran partizipieren kann, muss sich nicht ausgeschlossen fühlen, denn er/sie ist Teil dessen, was gesellschaftlich vorgeht, Teil der kollektiven kulturellen Welt und ihren Veränderungen. Auch kann man sich weniger arm fühlen, denn der Alltag ist nicht nur von der nackten Notwendigkeit, von der Tristesse der Armut gezeichnet, sondern voller optischer, akustischer und emotionaler Reize. Luxus und Überflüssiges kann man sich real natürlich nicht mehr leisten; symbo-

lich finden sie aber – medienvermittelt – noch statt. Durch Mediengebrauch lässt sich die *soziale Exklusion symbolisch »bannen«* – Hauptsache man ist »virtuell« dabei. Allerdings schafft dieses Handlungsmuster nur eine einseitige, eine flüchtige und unverbindliche Form der sozialen Inklusion. Inklusion durch Medien kann kein Ersatz sein für eine soziale Inklusion, die auf Arbeit und Arbeitsteilung beruht. Die Medien dürfen in ihrer konstituierenden Funktion für Kollektivität nicht unterschätzt werden, sie sind wichtig für symbolische Inklusionen. Jedoch vermitteln sie eine Form der kulturellen Inklusion, die an flüchtigen Informationen, Bildern und Emotionen orientiert ist. Diese Form der Inklusion bringt keine soziale Reziprozität mit sich, und vermittelt keine stabile Anerkennung des Subjekts. Hoher Medienkonsum bringt neben den symbolischen Einschlüssen auch kulturelle Ausschlüsse, wie zum Beispiel aus dem Bildungssystem, mit sich.

### **7.3 Zwischen Eigensinn und Resignation: Fallbeispiel Herr B.**

Herr B. ist 40 Jahre alt und seit zehn Jahren arbeitslos, so lange, dass er kaum mehr Hoffnung auf einen Wiedereinstieg ins Erwerbsleben hat. In gewisser Weise lässt er im Interview offen, ob er diesen Wiedereinstieg wirklich wollte. Er hat die mittlere Reife absolviert und ist technischer Zeichner von Beruf. Herr B. hat früher überwiegend in kleinen Unternehmen gearbeitet, häufig die Stelle gewechselt und im letzten Unternehmen, bei dem er beschäftigt war, aufgrund einer Auseinandersetzung mit dem Vorgesetzten gekündigt. Herr B. pflegt einen bewusst vom *mainstream* abweichenden, asketischen Lebensstil ohne Fernseher, Handy und Telefon. Seine Ausgaben hat er auf das Notwendigste beschränkt und kauft das Wenige, das er benötigt, gebraucht oder ermäßigt. Diese Haltung hat für ihn eine kulturell-politische Bedeutung, da er die gesellschaftliche Leistungs- und Konsumspirale ablehnt, wie er im Interview ausführt. Doch es regiert auch die schiere Notwendigkeit, sich auf das Wenigste zu beschränken. Vor einigen Jahren konnte er nach eigenen Worten noch besser vom Arbeitslosengeld bzw. von der Arbeitslosenhilfe leben, mittlerweile ist sein Einkommen sehr schmal geworden (345 Euro ALG II plus Wohngeld). Herr B. verhält sich offensiv als Erwerbsloser, d. h., er versucht, trotz gesellschaftlicher Diskriminierungsprozesse zu seiner Situation zu stehen und sich nicht für seine Situation zu rechtfertigen oder in die Defensive zu geraten. Er lebt allein in einer kleinen Zweizimmerwohnung in dem von unserer Forschergruppe intensiv untersuchten Wohnviertel. Er lebt sehr zurückgezogen, hat keine Familie, seine Eltern sind verstorben und zu den Geschwistern hat er kaum Kontakt. Einige Beziehungen zu Frauen sind nicht zuletzt an seinem kargen Lebensstil und seiner Anspruchslosigkeit gescheitert, wie er sagt.

Herr B. ist uns vom Quartiermanager des Stadtviertels, der alle sozialen Projekte des Gebietes koordiniert, als Interviewpartner wegen seines auffällig asketischen Lebensstils empfohlen worden. Es erwies sich jedoch als schwierig, ihn für ein Interview zu gewinnen, denn er reagierte misstrauisch auf entsprechende Anfragen. Überzeugungskraft und Charme musste aufgewendet, eine persönliche Beziehung hergestellt werden, um ihn als Interviewpartner zu gewinnen, und trotzdem erwies sich die Kommunikation mit ihm als eher brüchig und instabil. Während des Interviews versuchte er, den inhaltlichen Interviewrahmen in Frage zu stellen und die Ziele des Projektes zu hinterfragen. Dies kann als Ausdruck von Befürchtungen, als Erwerbsloser stigmatisiert zu werden, gelesen werden, oder auch als Versuch, Initiative und inhaltliche Definitionsmacht im Interviewgespräch zu gewinnen und nicht durch eine »Fremdsicht« bestimmt zu werden. Durch die Methode der offenen Gesprächsführung, die ihm Expertenstatus zuschreibt und seine Erfahrungen und Haltungen ernst nimmt, gelang es aber schließlich, sein Vertrauen im Gespräch ein Stück weit zu gewinnen. Herr B. spricht im Interview allerdings sehr leise und zurückgenommen – als ob er sich jeden Moment wieder aus der Situation herausziehen könnte oder wollte. Leider ist die Aufnahmequalität des Interviews eher schlecht, seine Stimme wird häufig von den Hintergrundgeräuschen überlagert und viele Passagen sind unverständlich. Das Interview wurde im Stadtteilzentrum<sup>6</sup> durchgeführt und aufgenommen, in dem ein preiswerter Mittagstisch in »gutbürgerlicher Qualität« für die (vielfach arbeitslosen) Bewohner des Wohnviertels in einer angenehmen, kommunikativen Atmosphäre geboten wird.

### **Liebingsobjekte und Identität**

Herr B. stellt eingangs das Thema des Interviews – Lieblingsgegenstände – in Frage. Er formuliert Zweifel, ob und was das Thema über die Befragten überhaupt aussagen könnte und problematisiert damit den Zweck des Interviews bzw. des Forschungsprojektes. Offenbar ist er bemüht, genauer herauszufinden, was der Kontext und die Fragestellung des Projektes ist:

B: Ja, mir ist eigentlich nicht so ganz verständlich, was das, ääh ... aussagen soll. Weil das is', wär' doch dann wahrscheinlich eher, ääh, schrullig, welche Lieblingsdinge die... die Leute haben. Ham Sie, ham Sie des auch, ääh... Sie stellen die Fragen, stellen Sie die, diese Fragen eigentlich, ääm in allen Schichten, oder haben Sie die schon ein bisschen verändert nach unterschiedlichen Schichten?

Herr B. macht sich Gedanken, ob die Projektmitarbeiter Menschen unterschiedlicher Schichten verschieden begegnen, vermutlich möchte er damit mögliche Vor-Urteile auf Seiten der Interviewer herausfinden. Aus diesen Sätzen spricht ein waches, kritisches Bewusstsein, gleichzeitig aber auch Unsicherheit. B. möchte nicht ohne sein Zutun einer bestimmten Kategorie zugeordnet werden,

---

6 Eine öffentliche Einrichtung der Kommune

kein Etikett von »außen« übergestülpt bekommen. Damit zeigt er eine große Sensibilität für die Zuschreibungen und Typisierungen in Kommunikationsprozessen, eine Sensibilität, die Kommunikation reflexiv hinterfragt. Trotz seines Misstrauens hat er einige Lieblingsgegenstände mitgebracht. Er zögert zunächst jedoch, sie auszupacken und zu zeigen; die Interviewerin versucht, seine Bedenken zu entschärfen und ihm Mut zu machen. Die Diskussion um das Interviewthema zieht sich noch eine Weile hin, bevor er seine Lieblingsgegenstände zeigt. Diese Sequenz leitet er sehr zögerlich ein, mit folgenden Worten:

B: Ja, äh, weil ich hab, ich hab nich, äh, keinen großen Aufwand darum gemacht, also ... .. jetzt zeigen? (lacht)

I: Jaja..., jaja gerne, ja, also, wir bewerten das nicht.

B: Ich hoffe, dass Sie das nich zu sehr enttäuscht. (Pause) Soll ich des...

Die Lieblingsobjekte, die er präsentiert, deuten darauf hin, dass er sich offensiv zu einem Lebensstil in *Armut und Askese* bekennt und dies zu einer Frage der Identität gemacht hat – wenigstens für das Interview, wahrscheinlich aber auch darüber hinaus – schließlich wurde er uns als Interviewpartner genau mit dieser Begründung empfohlen. Als erstes Objekt zeigt er »n Paar Uraltschuhe, die ihre 5000 Kilometer schon hinter sich haben«, wie er sagt. Diese Joggingschuhe stehen als Symbol für seinen von der »Normalität« abweichenden, selbstbestimmten Lebensstil. Er zeigt damit, dass »es auch anders geht«, dass man auch anders leben kann als die Mehrheit in seiner Umwelt, und auch ohne teure, modische Ausstattung sportliche Erfolge erzielen kann. Besondere Befriedigung verspürt er, wenn er in seinem ärmlichen Äußeren den Gutausgestatteten »davon läuft«:

B: Also da sind dann diese voll, ääh, topmodischen, ääh, Laufhosen,

I: Mhm.

B: die ham' ja air-condition, und äh ... (I1 lacht) Jedenfalls, also, da is' alles da, und, äh, jeder möchte, oder, viele möchten da zeigen, dass sie sich also schon im Vierteljahr eine großartige neue Laufjacke auch zulegen können (lacht) Und (räusper) da, ääh, mach' ich manchmal so'n bisschen auf Querulant, also, dass ich da ganz alte, abgetragene Dinge da, äh, beim, beim Laufen habe und dann so'n bisschen weiter is, ääh, irgend so 'n, ääh, topmodischer... Läufer, ähh, und der vielleicht denkt, dadurch is' er ein..etwas schneller geworden und dann, äh, die, diese Leute dann ab und zu mal ein bisschen schrecken mit irgendwelchen, mit der völlig, äh, ja, 'runtergekommenen Kleidung ihnen enteile, und so, des ... (I1 lacht) und da hab ich jetzt also so 'n Paar Uraltschuhe, die ihre 5000 Kilometer schon hinter sich haben'...

Herr B. macht gerne auf »Querulant« bzw. »schreckt« seine Umwelt mit einem heruntergekommenen Outfit, das seine abweichende Lebenseinstellung zeigt. Wenn er trotz dieses Outfits auch noch schneller ist als die modisch gekleideten Läufer, so ist er besonders befriedigt. Die anderen Objekte, die Herr B. für das Interview ausgesucht hat, haben einen ähnlichen Charakter, alles sportliche Artikel, die Ähnliches symbolisieren: ein altes, zerrissenes T-Shirt, das er ebenfalls zum Joggen trägt sowie ein »Paar Uralt-Sandalen«, die er zum Fahrradfahren anzieht. Das T-Shirt hat B. vor mehreren Jahren zusammen mit einer Jogging-Hose gebraucht gekauft, für jeweils eine DM, wie er erzählt. Diese Kleidungsgegen-

stände, schon sehr billig gekauft, wurden »beide gut ausgelastet, äähm über die Jahre«. Alle von B. vorgestellten und erwähnten Objekte haben mit sportlicher Aktivität zu tun, preiswerte Kleidung und Ausrüstungsgegenstände für den Sport, der ihm ermöglicht, was er in der Erwerbssphäre nicht realisieren kann: selbstgesetzte Aufgaben, Leistungsorientierung und Erfolg. Es ist nachvollziehbar, dass B. einen gewissen Stolz auf seine sportlichen Leistungen empfindet.

Er zeigt mit diesen Objekten daneben auch Stolz auf seine Findigkeit, seine geringen finanziellen Mittel effektiv einzusetzen. Er möchte demonstrieren, mit wie wenigen Dingen, mit wie wenigen Mitteln man auskommen kann. Einerseits erfüllt er damit im Interview gewissermaßen soziale Erwartungen an Langzeiterwerbslose, denen nur noch eine Grundsicherung zugestanden wird. Doch in den Vordergrund stellt er im Interview nicht die Tugend der Sparsamkeit. Seine Strategie ist eher die des männlichen Helden bzw. Anti-Helden, der durch Askese symbolisch unabhängig von den Dingen und von den Zuschreibungen der sozialen Umwelt wird. An mehreren Passagen des Interviews macht er deutlich, dass er nicht wirklich an den vorgestellten Dingen hängt, das auch diese sogenannten »Lieblingsdinge« nur etwas repräsentieren sollen, nur ein Mittel zum Zweck und keine »persönlich heiligen« Dinge sind.

Gleichzeitig lädt er diese Dinge, trotz oder gerade wegen ihrer Abgenutztheit, in der Darstellung mit einer »Gegenästhetik« auf. Dabei sucht er Bilder des Puren und Authentischen, die frei von allem Scheinbaren, von allen Schnörkeln sind und gerade wegen ihrer Einfachheit eine neue sinnliche Qualität bekommen. Beim T-Shirt ist diese Strategie eindrucksvoll sichtbar; das verwendete sprachliche Bild weist ganz offensichtlich Parallelen zur männlichen Körperinszenierung in der Fernsehwerbung auf und reproduziert damit deren Assoziationsstrukturen:

B: ...des is zerrissen ...weil des is, weiss net ob's des kennen, wenn ma, äh verschwitzt is und des dann auszieht, dann reisst des, aber des nehm ich noch ganz gerne, weil es eben wirklich (lacht) öh ...irgendwie was hermacht. Öh also. ..

Das verschwitzte T-Shirt, das reißt – ein Bild der maskulinen Erotik, das dem Gegenstand eine andere Bedeutung verleiht als nur diejenige eines Objektes, das man für eine DM gebraucht gekauft hat. Seine Abgenutztheit wird gegen die zunächst gängige Ästhetik erotisch aufgeladen – als das Pure, Echte und Männliche stilisiert, das im Gegensatz zum Äußerlichen, Künstlichen und Modischen steht.

Die Abgrenzung von den Reichen und Erfolgreichen und das positive Aufladen eines Gegen-Lebensstils gehört zur performativen Darstellung seiner Identität. Für sein Selbstbild ist *Erfolg trotz Exklusion und Armut* wichtig – echter, authentischer Erfolg, der frei vom Künstlichen und Scheinbaren ist – und deshalb doppelt zählt. B. legt Wert darauf, dass er nicht nur aus Armut, aus schierer Notwendigkeit abgetragene, zerrissene Kleidung trägt, sondern um die reicheren Mittelschichtangehörigen zu provozieren – und sportlich zu schlagen. Er stilisiert das Alte und Abgetragene, stilisiert auch sich selbst mit diesen Objekten zum Anti-Helden, der durch seine Leistung und nicht durch äußerliche, zugeschriebe-

ne Eigenschaften Erfolge erzielt. B. sieht sich als asketischen, rebellischen Einzelgänger, der trotz geringer Mittel seine kleinen Siege hat. Doch ist sein Verhältnis zu den Dingen gleichzeitig gebrochen: Er ist stolz auf seine Leistung beim Joggen, die bei dem kärglichen Aussehen der Dinge um so deutlicher zutage tritt. Gleichzeitig aber zögert er beim Interview, die alten, ärmlichen Dinge zu zeigen und seine Ausführungen dazu sind von vielen sprachlichen Unsicherheiten geprägt. Obwohl er die Schuhe als Lieblingsgegenstand bezeichnet, zögert er, sie hervorzuziehen, und präsentiert sie erst, nachdem er sie mit der oben geschilderten »Erfolgsgeschichte« aufgeladen hat – gewissermaßen als Gegengewicht zu dem staubigen ersten Eindruck, den sie machen könnten. B. relativiert im Interview bald sein Verhältnis zu den vorgestellten Schuhen als »Lieblingsobjekte«, und nimmt ihre Bedeutung zurück. Sie seien nichts Besonderes, nur ein Paar unter anderen:

B: Also des is jetz mal des eine, nicht etwa dass ich sehr an denen hänge, ich hab mir inzwischen mehrere andere auch zu, in der gleichen Preislage gekauft natürlich, weil, äh, die sind in der Regel sogar besser, sind meistens net schlecht, ich hab, äh, gute Erfahrungen gemacht, teilweise besser als wie mit teuren

11: Mhm.

B: Wobei mir jetz' nicht ... Na gut, des war des eine Stück, is nichts besonderes, ne?

Herr B. betont hier, dass er nicht wirklich an den Schuhen hänge, er habe inzwischen mehrere in der gleichen Preisklasse (10-12 Euro). Auch der Abschluss der Sequenz, wo er seine Schuhe als »des eine Stück is nichts besonderes, ne?« bezeichnet, zeigt eine ungewöhnliche Distanzierung von seinen »Lieblingsobjekten«. Die Schuhe sind ein Symbol seiner Armut, die er in politischer und ästhetischer Hinsicht als einen Gegenentwurf zum Lebensstil des *mainstream* begreift – als eine eigene, selbstgewählte Lebensform, die sich gegen die soziale Umwelt nicht nur aus Notwendigkeit, sondern auch als »Stil« absetzt und gegen die reichere Umwelt behaupten kann. In einer etwas trotzigen Haltung präsentiert er lauter »uralte«, verschlissene Dinge als Lieblingsobjekte. Gleichzeitig distanziert sich an mehreren Stellen davon. Zuweilen äußert er sich geradezu abwertend über seine Dinge: »des was ich an habe, is auch alles gebraucht, oder nicht alles, aber fast, ääh ermässigt is auch der richtige Ausdruck«. In dieser Formulierung steckt nicht unbedingt Liebe zu den Dingen, die ihn begleiten, sondern ein geradezu abfälliger Ton über diese Dinge, die den Vergleich mit der modischen und wohlhabenden Umwelt kaum standhalten können. Diese Distanzierung wirft interessante Fragen auf. Weshalb ist sein Verhältnis zu den Dingen so kompliziert und mehrschichtig? Versucht er vielleicht, den sozialen Erwartungen an einen Langzeiterwerbslosen zu entsprechen und demnach seine personale Identität zu wahren? Oder äußert sich in seinen Ausführungen ein Gefühl der sozialen Demütigung durch Armut, reproduziert er selbst die Abwertung, die er durch andere erfährt, in einer Perspektivübernahme, in dem Blick von außen auf sich selbst und seine Dinge?

Möglicherweise zeigt er mit dieser Haltung zweierlei: B., der rebellische Asket, hängt sein Herz nicht an Dinge, da es wichtigeres im Leben gibt als Konsum und Mode. Er setzt sich mit seinem Lebensstil kritisch und explizit von seiner Umwelt ab. Da das Interview auf Objekte fokussiert ist, hat er bewusst Dinge gewählt, die seine Situation und Haltung, die Armut, die Askese und die kritische, rebellische Einstellung widerspiegeln. Diese Dinge stilisiert er einerseits in ihrer Einfachheit und Abgetragenheit, lädt sie mit einer »puristischen« Gegenästhetik sinnlich auf – denn schließlich sind es ja seine persönlichen Sachen und mit ihrer Hilfe will er sich als Persönlichkeit verständlicherweise in einem möglichst positiven Licht zeigen, was ihn motiviert, die schlichte Sinnlichkeit dieser Objekte zu betonen. Andererseits will er mit Hilfe dieser Dinge auch demonstrativ zeigen, wie weit die Langzeiterwerbslosen durch Kürzungen ihrer Bezüge mittlerweile in die Armut gerutscht sind bzw. »geschoben« wurden. Hierzu ist es nützlich, möglichst alte, schäbige und »billige« Dinge zu zeigen. Mittels dieser abgerissenen, zerschlissenen Sachen klagt er die Gesellschaft an, zeigt, dass manche Menschen auch anders leben, weil sie anders leben müssen, weil ihnen keine Wahl bleibt. Diese zwei Motivlagen – die Performanz des selbstgewählten, kritisch-asketischen sowie diejenige des aufgezwungenen Lebensstils der Armut – widersprechen sich gewissermaßen, obwohl sie beide auf die gleichen Dinge projizierbar sind, und so wird verständlich, warum die Ausführungen von B. zu seinen »Lieblingsdingen« nicht ganz konsistent sein können. Auf die Nachfrage der Interviewerin, ob er wirklich an diesen Dingen hänge – ob es wirklich »Lieblingsobjekte« im sprichwörtlichen Sinne seien, antwortet B. deshalb sichtbar ambivalent:

B: Gewisserweise, ähm schon, weil sie ja (uv.) ...einfach nerven, wenn's so zerrissen is', aber, äh ...anderes, des würde ja dann genauso alt aussehen.

Diese Passage, die leider eine unverständliche Stelle enthält, zeigt wiederum das doppelte Verhältnis B.s zu seinen »Lieblingsdingen«. Sie gehören zu seinem selbstgewählten Lebensstil (»gewisserweise, ähm schon«), er ist stolz auf seine Haltung und seinen Widerstandsgeist sowie auf die Fähigkeiten, die damit verbunden sind (Askese sowie die Konzentration auf das Wesentliche). Gleichzeitig »nerven« die Dinge, »wenn's so zerrissen is«, d. h. ihre Funktionalität und ihre Ästhetik unterliegt Einschränkungen; deshalb »nerven« sie und seine Liebe zu ihnen ist ebenfalls eingeschränkt. Aber andere Objekte aus seinem Besitz würden auch »alt aussehen«, einen ebenfalls schäbigen Eindruck machen. Da er nur alte oder schäbige Sachen hat, nimmt er die, die in dieser Hinsicht markant sind und den »extremsten« Eindruck hinterlassen, weil die Objekte in ihrer Skurrilität, im »Pittoresken« in ihrem Widerstandspotential den stärksten Eindruck hinterlassen und sich als Typus stilisieren lassen. Auch die Mode nutzt ja den Schick des Abweichenden, des Provokativen und des Abgenutzten, und B. kann zum Teil auf ähnliche Sinnverweisungen zurückgreifen, um seinen Dingen ein »image«, eine Bedeutung, zu verleihen: Undergroundsymbolik ist provokativ und schick. In

seiner Situation kann B. allerdings diese Inszenierung seines Selbst kaum konsequent durchhalten, da nicht der »Luxus« des Abgetragenen, nicht die modische Symbolik des »*underground*«, sondern die auch die schiere Notwendigkeit, die ungeschminkte Kargheit sein Leben bestimmt. Er steht nicht ungebrochen hinter seinem kargen Lebensstil, hinter der Askese, sondern hadert auch mit den Einschränkungen und der »Bedeutungslosigkeit«, die die Knappheit und die Exklusion mit sich bringen. Die Askese ist zwar selbstgewählt, aber dennoch auf gewisse Weise alternativlos.

Hinzu kommt, dass B. sich im Interview kaum je eindeutig äußert oder Stellung bezieht; er widerspricht sich permanent und systematisch immer wieder selbst. Einerseits fürchtet und unterläuft er Typisierungen von »außen«, und sucht deshalb Festlegungen, auch durch eigene Äußerungen, zu vermeiden. Zum anderen scheint er mit seiner Rolle als Interviewter nie ganz im Einklang zu stehen – er spricht nicht nur, sondern beobachtet sich gleichzeitig selbst beim Sprechen. Er beobachtet die Interviewsituation und die Interaktionsstruktur überraschend genau.

Herr B. versucht mit seinem alternativen, selbstdefinierten Lebensentwurf die Kriterien für Lebenserfolge für sich neu zu definieren und so seine Würde und die »Anerkennung« die er der sozialen Umwelt abverlangt, trotz seiner »Erfolglosigkeit« auf dem Arbeitsmarkt aufrechtzuerhalten. Er sieht sich mit seiner Sichtweise und seiner Selbstdefinition jedoch weitgehend auf sich allein gestellt, ein »einsamer Kämpfer« mit einer eigenen Wertestruktur gegen eine Gesellschaft, die von oberflächlichen Erfolgskriterien sowie vom statusbetonenden Konsum geprägt ist.

### **Erwerbslosigkeit und kulturelle Integration**

B. setzt sich explizit ab gegen den *mainstream*, der immer die neuesten Dinge haben muss, um dabei zu sein. Dies gelte auch für die Erwerbslosen, die seiner Meinung nach in ihrer Mehrzahl versuchen, einen Lebensstil wie alle anderen zu führen, trotz ihrer beschränkten Mittel. Während er das Leben in Askese als bewussten Lebensstil pflegt und sich damit natürlich auch nach seiner finanziellen Decke streckt, würden viele andere in seiner Situation versuchen zu verbergen, dass sie arbeitslos und arm sind:

B: Wobei des natürlich die meisten nich' so machen. Des is wahrscheinlich dann so ...da versucht ma' immer, sogar recht oft immer des allerneuste zu haben ... zum Beispiel er, der vorhin da war, mit dem hab' ich mal, ääh, mich unterhalten und dann hat er, hat er eben einfach gemeint, wir dürfen uns auf der Straße nich so lange unterhalten, damit die Leut' net denken, wir wär'n arbeitslos.

11: Mhm. Mhm...

B: Sagt natürlich viel aus, er möchte einfach, obwohl des doch sowieso jeder hier weiss, dass jeder arbeitslos is', dann hat ihn des noch bedrückt (Pause). Des sagt, dass die ...sind in der Regel tatsächlich ... mitgenommen sind von, von diesem ääh ... von dem bedrückenden Leben in den Elendsvierteln oder jedenfalls überhaupt, also, in der Situation zu sein.



Diese Passage zeigt, dass B. sich nicht nur gegenüber der Normalbevölkerung, sondern auch unter anderen Erwerbslosen häufig als »Exot« fühlt. Während er sich mit dem Zustand der Arbeitslosigkeit und des Mangels abfindet und versucht, durch einen asketischen Lebensstil für sich das Beste daraus zu machen, empfinden andere dies in seiner Wahrnehmung als Makel, den sie zu verbergen suchen, sie zeigen sich dadurch wenig selbstbewusst, »mitgenommen« von dem »bedrückenden Leben in den Elendsvierteln« bzw. von den Medien und der öffentlichen Diskussion soweit unter Druck gesetzt, dass sie geradezu »in Panik« sind.

Während viele in seiner Umgebung von der Erwerbslosigkeit »bedrückt« sind, und versuchen, sich den sozialen Erwartungen anzupassen, obwohl der Arbeitsmarkt strukturell nicht viele Möglichkeiten herbeigebe, pflegt B. die Erwerbslosigkeit und Konsumaskese als offensiven Lebensstil, den er auch gegen Interventionsmaßnahmen aufrechtzuerhalten sucht. Er versucht nach Möglichkeit zu vermeiden, vom Arbeitsamt in berufsfördernde Maßnahmen oder Kurse eingegliedert zu werden, die er aufgrund des nicht aufnahmefähigen Arbeitsmarktes ohnehin als sinnlos begreift. Seit 10 Jahren ist er durchgehend arbeitslos gemeldet, und hat es bislang geschafft, alle »Fördermaßnahmen« zu umgehen – ein gewisser Stolz schwingt in den entsprechenden Formulierungen mit.

I: Seit wann sind Sie denn arbeitslos?

B: An einem Stück jetzt ... über 10 Jahre.

I: Mhm, mhm.

B: ...dazwischen, weil des die meisten ja nich schaffen, weil ...werden ja immer wieder zugeordnet, mal hier in nen Kurs, mal da in (uv.), und des alles, ääh, zu umgehen, das schaffen 'wa ganz selten ...(beide lachen)

I: Und wie schafft man das?

B: Ja, jetz' also, das kann ich jetzt nich sagen, das wäre ja dann sowas wie Verrat (kurzes Lachen)

I: Ja, okay, jaja. Und wie geht's Ihnen damit? Wenn Sie sagen seit 10 Jahren ...

B: Naja, also, was soll ich etz sagen, ääh, ausser dem wenigen Geld... also jetz, ääh, is' nicht so sehr belastend. Von dem her gesehen, isses, äähm kann ma 's einigermaßen frei gestalten, also ... isses gar nicht so schlimm.

An anderer Stelle wird Herr B. nach seinen Lebenszielen gefragt und antwortet, »schön wären natürlich weitere zehn Jahre ohne Unterbrechung, aber ich glaube, das klappt nicht... also da bin ich also eigentlich schon etwas überfällig«. Der Zustand der Erwerbslosigkeit ist scheinbar von ihm erwünscht und wird gegenüber den Institutionen des Arbeitsmarktes verteidigt. Dennoch klingt B. wenig enthusiastisch in Bezug auf seine Lebenssituation, wenn er sagt »außer dem wenigen Geld [...] is nicht so sehr belastend« oder »also... isses gar nicht so schlimm«.

Herr B. ist vor 10 Jahren in die Arbeitslosigkeit »gerutscht«. Damals habe er sich keine Sorgen gemacht, eventuell den Wiedereinstieg in die Arbeitswelt »zu verpassen«, denn die Zeiten seien damals besser für Arbeitnehmer gewesen: Man habe, wenn am Arbeitsplatz etwas nicht rund lief, leichteren Herzens gekündigt

und auch leichter wieder eine neue Stelle gefunden. Auf die Frage, wie es dazu kam, dass er erwerbslos wurde, antwortet er zögerlich:

B: Des is ja schon lange her, ne, früher waren die Zeiten ja besser, da war ja, da hätte man, na ja, eher was gekriegt... Nöö, des hat sich irgendwie mehr oder weniger so ergeben, also ich hatte jetz, jetz nich irgendwie, dass ich Probleme hatte oder so... mit meinen Arbeitskollegen... aber vielleicht die anderen ...Ja, hat mir am Anfang durchaus gefallen, also war nicht so, dass ich ... Am Anfang hat man ja auch, äh, relativ viel Geld bekommen. Und des war, Arbeitslosengeld erstmal, war ja auch noch länger und mehr, und Arbeitslosenhilfe war ja auch erheblich höher als wasses heute is und da war der Ausstieg, mmh, angenehmer ...als wie jetzt heute..

Herr B. ist mehr oder weniger in die Erwerbslosigkeit gerutscht, bzw. hat gekündigt, nicht erwartend, dass er mit diesem Schritt eventuell ganz aus dem Erwerbsleben ausgeschlossen wird. Dabei deutet er gewisse Probleme mit den Arbeitskollegen, bzw. der Kollegen mit ihm an, auf die er mit der Kündigung reagierte. Der Ausstieg aus dem Erwerbsleben fiel erst mal nicht schwer, da er finanziell durch das Arbeitslosengeld noch verhältnismäßig gut »abgefedert« war. Heute seien die finanziellen Spielräume wesentlich enger und machten die Erwerbslosigkeit weniger »angenehm«. Am Schluss des Interviews, im Rückblick auf die Zeit vor zehn Jahren, als er aus seiner letzten Arbeitsstelle ausgestiegen ist, erlaubt er sich diesbezüglich eine selbstkritische Bemerkung. Er habe zu leichtfertig seine letzte Arbeitsstelle aufgegeben; er hätte vielleicht zufrieden sein und sich mit den Problemen arrangieren können – was ihm damals nicht gelungen ist:

B: 's war einfach a Gschmarri<sup>7</sup>... ich hab ja eigentlich relativ gut, was heißt relativ gut, aber einigermassen verdient sogar.«

Obwohl B. heute bewusst versucht, seinen Zustand der Exklusion aus dem Arbeitsmarkt zu halten und nicht in Maßnahmen oder in geringbezahlte Beschäftigungsverhältnisse des zweiten Arbeitsmarktes »gesteckt« zu werden, klingt seine Beschreibung seiner Lebenssituation nicht enthusiastisch: »nicht so sehr belastend«, »also... isses gar nich so schlimm«. Diese Formulierungen implizieren nicht unbedingt, dass er seinen Zustand als Erwerbsloser genießen kann. Er macht zwar deutlich, dass ihm freie Zeit und Unabhängigkeit wichtig sind, Begeisterung angesichts der vielen »Freizeit« und der alltäglichen Selbstbestimmtheit will sich allerdings nicht einstellen. Es dominiert eher Verhaltenheit angesichts der finanziellen Situation, in der er jetzt steckt.

Hinzu kommt, dass sich sein Zeitgefühl in dieser Situation, in der er eigentlich alle Zeit der Welt hat, scheinbar verzerrt hat. Es scheint die *Zeitstruktur des Alltags verloren zu gehen*, denn die alltägliche Tagesorganisation und »'n bisschen joggen« lassen nach seiner Aussage keine Zeit mehr für Interessen übrig, weder zum Fernsehen, was er ohnehin ablehnt, noch zum Lesen von Büchern:

---

7 »Gschmarri« ist ein Wort aus dem fränkischen Dialekt und bedeutet soviel wie »Unsinn« oder »Blödsinn«.

I: Das heisst Sie haben gar keinen Fernseher ..[...] lesen Sie dann lieber?

B: Ja, aber auch, äh des hat, is n bisschen eingeschränkt, weil, äh, auch des nimmt halt viel Zeit, ne? Weil des, des, der Tag hat halt nur 24 Stunden, 8 Stunden schlafen se wahrscheinlich, dann gehen ein paar Stunden für Essen machen und kleine Erledigungen drauf, wenn ich dann noch 'n bisschen jogge, dann ist der Tag schon fast um.

Trotz des selbstgewählten und verteidigten Lebensstils der Muße hat man im Interview nicht den Eindruck, Herr B. wisse seine Zeit gut zu nutzen und selbstbestimmt zu gestalten. Seine Zeitwahrnehmung erscheint eher verzerrt und er kann nicht wirklich deutlich machen, wofür er seine Zeit nutzt, was er gerne macht und für sinnvoll hält. Auf die Frage, ob er sich als »Herr seiner Zeit« fühle, antwortet er ausweichend und unbestimmt:

B: Oh, ich glaub' nich' (lacht), dafür isses noch zu wenig, der Tag, so ...vielleicht so ab 36 h könnte dieses der Fall sein, aber des sind jetzt so grobe Schätzungen, also das is, ich weiß net, schwer zu sagen...

Auf die Nachfrage, zu welchen Tätigkeiten er denn nicht komme, zu denen er eigentlich kommen wollte, antwortet er, man unterstelle ihm mit dieser Frage, nach der üblichen Linie zu leben: »unbedingt viel machen wollen und irgendwas gemacht haben müssen«, dies sei jedoch nicht der Fall – und grenzt sich damit wieder vom »*mainstream*«, von den allgemeinen Handlungsnormen ab. Es wird jedoch nicht wirklich deutlich, wofür er seine Zeit nutzt und was er gerne tut – abgesehen von dem Joggen zwei bis drei mal pro Woche. Seine Ausführungen weisen eher auf einen Mangel an Zeitstruktur und auf soziale Isolation hin.

Obwohl es Herrn B. bislang gelungen ist, vom Arbeitsamt unbehelligt zu bleiben und nicht in beschäftigungsfördernde Maßnahmen eingegliedert zu werden, er also seinen gewünschten Lebensstil mit viel Muße realisieren kann, wirkt er nicht gerade glücklich mit seinem Alltag. Er macht einen isolierten, geradezu »scheuen« Eindruck, wenig vertrauensvoll und selbstsicher, wenig offen und auf sich selbst bezogen. Herr B. lebt alleine und zurückgezogen, er pflegt kaum Sozialkontakte. Weder kann er sich mit anderen Erwerbslosen identifizieren und zusammentun, noch findet er dauerhaft Anschluss an andere soziale Kreise. Weder freundschaftliche noch familiäre Beziehungen werden stabil oder gar intensiv gepflegt. Seine sozialen Kontakte scheitern nach seinen Worten meist daran, dass die Anderen meist eine andere Lebensauffassung als er hätten, sie seien entweder »langweilig« oder sie verfügen über wenig Zeit. Fernsehen und Konsum bezeichnet B. generell als langweilig, und Menschen, die sich über »dumme Fernsehprogramme« auf den Privatsendern unterhalten, meidet er generell. Die »intelligenteren Zeitgenossen« wiederum seien meistens eingespannt in ihre »Lebenserfolgspläne« und hätten somit wenig Zeit:

I: Mhm. Und verbringen Sie viel Zeit alleine oder haben Sie, äh, ja sagen wir mal, äh, zeitintensive Kontakte zu anderen, zu Freunden oder Familie, oder ...?

B: Naja, äh das is, das is' mit der Zeit, äh, oft langweilig, weil die Leute dazu neigen, langweilige Fernsehsendungen anzuschauen, über langweilige Themen sich unterhalten zu wollen, also des is oft nicht so ...interessant einfach, is nicht besonders interessant. Und, äh, am

Montag sind ...[...] naja und die, die dann bisschen interessanter werden sind natürlich dann, äh, sehr eingespannt in ihre Lebenserfolgspläne, die sie ja unbedingt glauben, verfolgen zu müssen.

I: Mhm, mhm. Dann geht das auch nicht gut zusammen.

B: Genau.

An diesen Unterschieden der Lebensauffassung und der Alltagsorganisation seien schon mehrere Beziehungen zu Frauen gescheitert, wie Herr B. am Ende des Interviews erzählt. Die Frauen hätten sich mit seinem asketischen Lebensstil und seiner Anspruchslosigkeit schwer getan, sie wollten meist mehr vom Leben und gaben sich nicht mit der Lebenssituation, in der er sich eingerichtet hat, zufrieden.

Am Schluss des Interviews lässt B. zu, dass die Fassade seines selbstgewählten asketischen Lebensstils bröckelt und Risse der Ambivalenz sichtbar werden. Er lässt durchblicken, dass er seine Situation als »asketischer Rebell«, als Rollen- und Konsumverweigerer nicht nur als positiv empfindet, sondern auch unter der sozialen Exklusion, unter dem Ausschluss leidet. Er sieht sich vor allem durch die Strukturprobleme des Arbeitsmarktes in diese Situation gedrängt, sieht jedoch auch sein eigenes Zutun, als er seinerzeit leichtfertig kündigte. Er ist offenbar nicht nur ein Erwerbsloser »aus Überzeugung«, als der er sich präsentiert hat, nicht nur einer, der sich erfolgreich den sozialen Erwartungen zu entziehen weiß, sondern erfährt die Exklusion sehr zwiespalten. Am Ende des Interviews beschreibt er sich selbst als »sozusagen resigniert [...] aber nur wenn mans so bezeichnen will« – und wie fast an jeder Stelle des Interviews legt er sich dabei nicht eindeutig fest, um Rollenfestschreibungen zu vermeiden. Er bricht am Ende aber das Bild des rebellischen Erwerbslosen, der sich den Rollenangeboten der Gesellschaft entzieht, indem er »zugibt«, nicht nur die selbstgewählte Muße der Arbeitslosigkeit genossen und verteidigt zu haben, sondern sich mit CAD-Kursen weitergebildet und bei Konstruktionsbüros beworben zu haben, um wieder in Lohn und Brot zu kommen. Doch leider blieben diese Bemühungen ohne Erfolg:

B: »Es ist einfach... kaum was da. Die wollen mich nicht. [...] in den besten Jahren meines Lebens, wie man so sagt (unv.) ...ich nicht produktiv tätig.... und des lassen die sich entgehen«

### **Exklusion und Inklusion: Zusammenfassung**

B. zeigt viele Züge des »klassischen« Langzeiterwerbslosen, die schon seit der Marienthal-Studie der Forschung bekannt sind: Der Verfall der alltäglichen Zeitstruktur, Mangel an Aufgaben und Anerkennung, sozialer Rückzug und schließlich soziale Isolation. B. lebt am Rande der Gesellschaft und fühlt sich als Außenseiter. Einerseits steht er dazu und betrachtet dies als selbstgewählten, bewusst asketischen und »rebellischen« Lebensstil, den er selbstbewusst und »trotzig« verteidigt, auch gegen Zugriffe des Arbeitsamtes und gegen die offensichtliche symbolische Übermacht der sozialen Umwelt. Das Bild des asketischen Rebellen ist für ihn gewissermaßen identitätsstiftend. Andererseits fühlt er sich von

der Gesellschaft ausgeschlossen, und durch die Situation auf dem Arbeitsmarkt ist es nahezu unmöglich geworden, diese Exklusion zu durchbrechen. B. lebt zurückgezogen und reproduziert auch in seinem Privatleben die gesellschaftliche Exklusion. Er fühlt sich seiner sozialen Umwelt entfremdet, da niemand seine Werte und Handlungsnormen zu teilen scheint.

Die soziale Exklusion von B. hat sich über die Jahre entwickelt und verfestigt, durch eine Verkettung von Faktoren der Selbst-Exklusion und des strukturellen Ausschlusses. Der soziale Ausschluss erscheint heute nahezu vollständig, B. lebt weitestgehend isoliert. Jedoch ist er natürlich bei Lichte besehen nicht vollständig exkludiert, sondern in die Institutionen der sozialen Sicherung inkludiert. Als Erwerbsloser wird er von staatlichen Institutionen »verwaltet« und »versorgt«. Aus dem Arbeitsmarkt ist er als Langzeitarbeitsloser ausgeschlossen. Alle anderen sozialen Kontakte hat er auf ein Minimum beschränkt. Er idealisiert seine isolierte soziale Randposition als »asketischer Rebell« und leidet doch gleichzeitig an dieser Randposition, die ihm eigentlich keine Spielräume lässt.

B.s ambivalente Haltung zu seinen »Lieblingsobjekten« macht die Ambivalenz seiner Lebensform sichtbar. Er lädt die Objekte sprachlich mit Erfolgsgeschichten auf und setzt auf eine Gegenästhetik. Er präsentiert sich damit als Anti-Held, der wenig benötigt, unabhängig und authentisch ist und damit andere, die »angepasst« mit Arbeit und Konsum leben, provoziert und herausfordert. Er setzt im Interview auf ungewöhnliche Effekte, auf Stilisierung und Schönheit des Alten und Abgetragenen, auf die Funktionalität des Billigen und die Coolness von »*underground*«. B. versucht ein provokatives Bild von seinem abweichenden Lebensstil aufzubauen, unter der Hand gerät ihm aber Bitterkeit hinein, da tatsächlich und wahrnehmbar Knappheitserfahrungen seinen Alltag dominieren und dies nicht eine Frage der Wahl ist. Und so schwankt er zwischen offensiver, »abweichender Selbststilisierung« inklusive einer »schicken« Selbst-Stigmatisierung (Underground) einerseits und Resignation über die erfahrenen Ausschlüsse andererseits. Sein Alltag und seine Lebenshaltung befinden sich zwischen »Lebenskunst«, wenn er die Kraft der positiven, »widerständigen« Selbstdefinition aufzubringen vermag, und Resignation, wenn er dies nicht vermag. Er schwankt in seinem Selbstbild zwischen einer positiven Variante des »einsamen Rebellen« und einer negativen Variante des »resignierten Erfolglosen«. Sein Lebensstil ist aufgrund der Langzeitarbeitslosigkeit kein transitorischer (wie etwa ein studentischer), sondern ein dauerhafter, was die damit verbundenen Konflikte mit der sozialen Umwelt und mit den eigenen Bedürfnissen zuspitzen mag.

Seine Selbstwahrnehmung und Selbststilisierung ist vor allem aufgrund des Mangels an sozialen Kontakten, an sozialer Anerkennung brüchig. Sein Außenseiterstatus ist zum Teil selbstgewählt, um kompromisslos seine eigenen Ziele verfolgen zu können. Doch obwohl selbstgewählt, erweist sich der Außenseiterstatus aufgrund der sozialen Isolation und des Mangels an Anerkennung als Abseits, aus dem man nicht ohne weiteres wieder herauskommt. B. fürchtet und unterläuft Typisierungen, die von »außen« kommen und lehnt Rollenangebote in

Interaktionen ab, um nicht festgelegt zu werden. Seine Unabhängigkeit ist für ihn ein zentraler Wert. Er will nicht festgelegt werden, weder durch Pflichten noch durch Etikettierungen der sozialen Umwelt. Im Interview unterläuft er jedes »Etikett«, sogar jedes Bild, das er im Gespräch selbst von sich geschaffen hat. Ebenso brüchig wie seine Selbstdarstellung ist auch die soziale Anerkennung, die er erfährt. Keine Form der Identität kann auf Dauer existieren, ohne von relevanten anderen Personen gespiegelt und bestätigt zu werden. Auch B. kann sich nicht gänzlich befreien von den Erwartungen und Kriterien seiner Umwelt.

Exklusion und Selbstexklusion, Stigmatisierung und Selbststigmatisierung ergänzen sich in diesem Muster. B. hat insgesamt wenig Feed-back, ist kaum eingebunden in soziale Strukturen, die Anerkennung versprechen. Da er Fremd-Etikettierung aufgrund ihres Mangels an Übereinstimmung mit seinem Selbstbild und aus Furcht vor Stigmatisierung zu umgehen versucht, stehen soziale Beziehungen schnell im Zeichen des Rückzugs. Aufgrund des Konflikts von Selbst- und Fremdzuschreibungen prägen Vorsicht, Misstrauen und Rückzug sein Kommunikationsverhalten. Dass er sich gegen die übliche Inklusion der Exkludierten durch die Unterhaltungsmedien wehrt, ehrt seine geistige Wachheit, verbessert aber seine soziale Situation nicht unbedingt. Diese Haltung mag ihn zwar vor Dummheit und Manipulation schützen, wie er sagt, allerdings nicht vor sozialer Isolation. Vorhandene, allgemein zugängliche Partizipations- und Inklusionsmöglichkeiten werden von B. nicht genutzt: Die passive »Inklusionsmaschinerie« der Unterhaltungsindustrie ist ihm zu billig, aktives ehrenamtliches Engagement wäre ihm aber zu aufwändig, es widerspräche seiner hochindividualisierten Lebenshaltung. Er will sich nicht festlegen lassen und seine Unabhängigkeit unter allen Umständen wahren. Ein soziales Engagement brächte zu viele Pflichten und Bindungen mit sich. Und so ist er nicht fähig, seine kritische Haltung kollektiv einzubinden und seine Identität als »widerständiger Rebell« sozial abzusichern.

So lebt B. als »Abweichler«, nach seiner eigenen Richtschnur, ohne sozial bestätigte Identität, und in diesem Sinne gänzlich auf eigene Gefahr, jenseits der sozialen Anerkennungschancen. Für seine »selbstgebastelte« Identität spielen Elemente modernisierungskritischer Diskurse über Konsum- und Kapitalismuskritik, über Konsumverzicht und Entschleunigung eine Rolle. Mit Hilfe dieser Diskurselemente lässt sich eine Identität konstruieren, die legitim begründbar und sozial vermittelbar ist, allerdings aufgrund des Mangels an kollektiver Einbindung letztlich Konsistenzprobleme aufweist. Das Selbstbild wird aufgrund der mangelnden Bestätigung fragil, soziale Kontakte sind von Misstrauen und dem Versuch, dem (fremdbestimmten, vielleicht stigmatisierenden) Blick von außen auszuweichen, geprägt. Die Kompromisslosigkeit des Anspruchs auf Selbstbestimmung und Authentizität mag seinen Stolz auch gegen die soziale Umwelt aufrechterhalten, führt aber unter diesen Umständen geradewegs in die soziale Isolation.

Die historische Figur des Eremiten, der durch Almosen unterstützt, abseits aller Menschen leben kann und dort zu sich und Gott findet, war religiös legiti-

miert und als solche sozial akzeptiert. In der Moderne gibt es diese religiös legitimierte Form des »Sich-Absonderns« nicht mehr. An diese Stelle kann allerdings eine politische Legitimierung treten: Konsumverzicht und Kapitalismuskritik sowie ökologische und soziale Verträglichkeit sind an sich sozial akzeptierte Begründungsmuster für alternative Lebensentwürfe. Im öffentlichen Diskurs der letzten Jahre um die »Nutznießer« der sozialen Sicherung und eine notwendige »Aktivierungspolitik« ist jedoch die staatliche Alimentierung »abweichender« Lebensformen delegitimiert worden und findet keine Billigung mehr, selbst wenn »hehre« politische Ziele dahinterstehen mögen. Auch darunter leidet B. sichtlich. Damit steht die selbst entworfene Identität des unabhängigen Rebellen in einem gewissen Widerspruch zur öffentlich thematisierten Abhängigkeit von staatlichen Institutionen und staatlicher Alimentierung. Die vermeintliche Selbstbestimmung wird durch Fremdbestimmung an dieser entscheidenden Stelle massiv gebrochen. Auffällig ist, dass B. die Abhängigkeit von der staatlichen Versorgung im Interview nicht thematisiert. Die Abhängigkeit von der staatlichen Versorgung und deren Bemessung machen ihn zum »Armen« (vgl. Simmel) – eine soziale Identität, die andere Identitätsformen überdecken und in Frage stellen kann.

*B. reagiert darauf, indem er diese zugeschriebene (und fremddefinierte) Identität des »Armen« positiv in eine Form der Selbstbestimmung zu wenden versucht, mit Hilfe der Bedeutungszuschreibungen »rebellische« Askese, Konsum- und Kapitalismuskritik. Jedoch sind, wie gezeigt, diese Bedeutungszuschreibungen und das damit verbundene Selbstbild brüchig, vor allem, weil eine stabilisierende Einbindung in eine soziale Gruppe und damit eine kollektiv bestätigte Identität nicht vorhanden ist. B. zeigt sich deshalb, trotz seines kritischen und unabhängigen Geistes, letztlich geradezu gefangen in der sozialen Zuschreibung des »Armen«, die er in ein Heldenstück zu verwandeln sucht. Er ist gefangen in der Positiv-Negativ-Auseinandersetzung mit der sozialen Rolle des »Armen«. Nicht Rollenvielfalt beherrscht sein Leben, sondern er erlebt sich selbst in erster Linie wechselweise als rebellischer oder als resignierter »Armer« – denn aus anderen sozialen Beziehungen und Rollen hat sich B. nach und nach verabschiedet.*

#### **7.4 Herausgefallen aus allen Schichten und Milieus: Fallbeispiel Herr C.**

Herr C. ist Mitte 50, erwerbslos und bezieht seit Jahren ALG II. C., der aus einer Arbeiterfamilie in Norddeutschland stammt – sein Vater war Bergmann –, hat einen »Bildungsaufstieg« vollzogen, Jura studiert und sich anschließend als Rechtsanwalt in Süddeutschland niedergelassen. Wegen Steuerhinterziehung in größerem Ausmaß verlor er nach einigen Jahren der Selbständigkeit seine Zulassung, der Prozess zog sich anschließend über Jahrzehnte hin. In der Zwischenzeit arbeitete C. als Vertreter für Industriemaschinen, er verkaufte nach eigenen Worten »Hochtechnologie in den neuen Bundesländern«, konnte sich damit aber of-

fenbar beruflich nicht etablieren. Zwei Monate vor dem Interview trennte er sich von seiner Familie. Seine Zukunftspläne bleiben sehr vage, er spricht davon, »im Sommer vielleicht in der betrieblichen Altersversorgung für eine Versicherung tätig zu werden«. Der Interviewte ist Mitglied eines lokalen, gewerkschaftsnahen Vereins zur Selbsthilfe von Arbeitslosen, der die Mitglieder mit Beratung in institutionellen, rechtlichen und alltagspraktischen Fragen unterstützt und Möglichkeiten zum »geldlosen«, direkten Tausch von Arbeitsleistungen bietet. Über diesen Verein kam auch der Kontakt zu C. zustande. Er selbst scheint sich allerdings von dieser Selbsthilfegruppe, im Gegensatz zu anderen Mitgliedern, nicht allzu viel zu versprechen, er spricht sehr abfällig vom Verein (»Totgeburt«) und seinen Mitgliedern und deutet mehrmals an, der Verein sei unter seinem sozialen und intellektuellen Niveau.

### Objekte und Identitätsbezug

Herr C. präsentiert drei Dinge als Lieblingsobjekte: eine Musik-CD, ein Induktionskochfeld und eine Krawatte. Alle drei Gegenstände sind durch Fotografien, die die Interviewerinnen nach dem Gespräch aufgenommen haben, dokumentiert.

Bei der CD handelt es sich genauer um eine Kassette mit drei einzelnen CDs, eine Aufnahme der Mozart-Oper »Cosi fan tutte«. Herr C. präsentiert sie als ersten Lieblingsgegenstand, was ihr eine besondere, etwas herausgehobene, Bedeutung verleiht. Auf sehr beredte Weise beweist Herr C. dabei Kenntnisse über die Hintergründe der Aufnahme.



Abbildung 2: Klassik-CD, Lieblingsobjekt von Herrn C.

C: Also gut, ich fang jetzt mal mit der Kassette an. Des is die Kassette, eine Dreier-CD- Kassette der Oper von Mozart »Cosi fan tutte« mit einer etwas unbekannteren Besetzung und einem noch unbekannteren Orchester, die slowakische Philharmonie oder Kapella Istropolitana und da ist auch ein Schweizer Dirigent. Und ich find erstmal die Musik sehr schön und die Stimmen, das sind keine auffälligen Stimmen, sondern solche, die einfach nur schön



singen. Die Tenöre sind nicht solche metallisch klingenden Schreihälse wie der...äh...der eine dicke da. Wie heißt der doch gleich, der eine Italiener...?

I2: Pavarotti?

C: Pavarotti, genau, der mit seinen gefärbten Haaren und der immer so aussieht, als ob er schier am absemmeln ist, wenn er da versucht, das hohe C zu schmettern, und die Frauen singen auch sehr schön, ich weiß zwar nicht, wie die aussehen, aber die Oper ist echt klasse. Und die Aufnahme finde ich also auch recht gut. Und die Opernkassette hat mich dann eigentlich auf den Geschmack gebracht, mir noch weitere Opern von Mozart zuzulegen. Mittlerweile hab ich, nachdem ich eine Weile gesucht hab, auch noch die anderen zwei so genannten DaPonte-Opern von Mozart...

Herr C. präsentiert sich mit seinem ersten Lieblingsgegenstand als Liebhaber klassischer Musik. Damit zeigt er einerseits persönliche musikalische Vorlieben, andererseits eine kulturelle Orientierung am Bürgertum und eine entsprechende sozialstrukturelle Selbst-Zuordnung. Klassische Musik gilt als Bestandteil der Hochkultur, detaillierte Kenntnisse dieses Kulturprogramms sind Teil des bildungsbürgerlichen Habitus. Die Mozart-Oper »Cosi fan tutte«, eine Liebes- und Verwechslungsgeschichte, die sich im Neapel des 18. Jahrhunderts abspielt, kann als unumstrittenes Element der westlichen Hochkultur gelten. Mit der Präsentation dieses Objektes assoziiert sich C. an diese Hochkultur. Gleichzeitig zeigt er durch sprachliche Formulierungen einen recht persönlich gefärbten, unpräzisen, »respektlosen« Umgang mit der Hochkultur (»Schreihälse« etc.). Damit will er wohl ausdrücken, dass es ihm mehr auf den Musikgenuss als auf die bürgerliche Etikette, auf den personalisierten und nicht den »korrekten« Umgang mit dem klassischen Kulturgut ankommt. Herr C. ordnet sich mit seinen musikalischen Vorlieben dem Bürgertum zu, auf eine persönliche Weise, die auch »Regelbrüche« des Habitus, an den er sich assoziiert, einschließt. Seine Sprachspiele haben dabei einen eher derben Charakter und zeugen nicht unbedingt von hohem Takt und Feinsinn. Die Inhalte der Regelbrüche verweisen auf seine Herkunft aus der Arbeiterkultur (des Ruhrgebiets): Herr C. stellt offen Überlegungen über das Aussehen der Sängerinnen an, äußert sich despektierlich über die Physis Pavarottis, ohne dessen Namen zu erinnern. Ein wenig proletarischen »machismo« hat Herr C. wohl aus seiner ansonsten zumindest explizit abgeschüttelten Herkunft mitgebracht.

Die CD soll kulturelles Kapital aus der Sphäre des wirtschaftlich erfolgreichen mittleren (Bildungs-)Bürgertums bezeugen, auch seine Erzählung zu diesem Objekt unterstreicht dies. In dieser Selbstdarstellung gibt es jedoch weitere kleine Brüche: Auf dem Foto ist zu sehen, dass das Design der CD-Hülle auf eine Reihe hinweist, in der die beliebtesten klassischen Stücke für das breite Publikum preiswert herausgegeben werden. Die aggressiven Kleberreste eines großen Etiketts auf der Hülle scheinen von einem Sonderangebot zu zeugen. Die Edition der CD ist nicht sehr exklusiv, sie weist auf einen eher preisbewussten Einkauf hin. Tatsächlich erklärt C. im Verlauf des Interviews, dass er versucht, möglichst preiswerte Aufnahmen von bestimmten klassischen Stücken zu bekommen und für diese »Schnäppchenjagd« viel Zeit investiert. Herrn C. sind diese kleinen

Brüche bewusst, gerne hätte er auch die CD-Bestände aus seinem Besitz präsentiert, die »richtig nobel« aussehen, die allerdings an eine Bekannte verliehen sind, wie er sagt. Mit seinen heute sehr beschränkten finanziellen Mitteln ist er auf die Schnäppchenjagd verwiesen; trotzdem versucht C., den Anschluss an die symbolischen Kulturgüter des Bildungsbürgertums zu halten:

C: ...ich hab zum Beispiel lange Zeit nach' ner CD gesucht mit einer Aufnahme der Symphonie Nr. 1 von Prokofjew und ich hab immer versucht, möglichst preisgünstige CDs zu bekommen, da is kaum eine CD dabei mit wirklich bekannten Interpreten. Ich hab noch' nen Stapel CD's, so 50, 60 Stück, die sind jetzt bei einer Bekannten ausgeliehen, die allerdings mit Text dabei, die sehen richtig nobel aus. Die stellen einen gewissen Wert dar, aber solche Dinger mit unbekanntem Interpreten und so einem billigen Label, hat eigentlich so keinen besonderen Wert, aber man hat da einiges an Zeit bei draufgegeben, um überhaupt diese Aufnahmen zu bekommen. Meine Affinität zu diesen Gegenständen wird eigentlich nicht geprägt durch den materiellen Wert und durch den Marktwert, den die Gegenstände haben, sondern dadurch, was ich an Zeit investiert habe, um die Gegenstände zu erwerben und zu bekommen.

Herr C. zeigt hier selbst definierte Wertmaßstäbe, einen individualisierten »Kulturcode« – nicht zuletzt auch aus der finanziellen Notlage heraus. Die vorgestellte CD mit der Mozart-Oper sei zwar mit unbekanntem Interpreten bei einem »billigen Label« erschienen, wie Herr C. einräumt, der Verlust der CD würde ihn dennoch schmerzen, weil er so eine preiswerte Aufnahme unter Umständen nicht wiederbekommen würde bzw. sich die Neuanschaffung einer teureren Aufnahme nicht leisten könnte. Herr C. pflegt seine Liebe zur klassischen Musik trotz seiner mittlerweile sehr eingeschränkten finanziellen Mittel weiter und zeigt sich damit der Hochkultur nach wie vor zugetan. Auch nach seinem beruflichen Scheitern als Anwalt, nach seinem Herausfallen aus dieser Schicht, hält C. trotz enger finanzieller Spielräume an den bildungsbürgerlichen Kulturgütern fest, da sie nicht zuletzt seinen sozialen Aufstieg symbolisch repräsentieren, auch nach seinem »Fall«. Auch wenn er wieder unten gelandet ist – wenigstens bleibt die Kultur, die nicht selbstverständlich ist, sondern die er sich erst erobern musste. Zudem kann man sich in den Kulturerzeugnissen – auf unverfängliche Weise – mit den Höhen und Tiefen der eigenen Biographie beschäftigen. Fast symptomatisch drückt Herr C. dies aus, als er im Interview, um seine Belesenheit und Gewandtheit in Fremdsprachen zu zeigen, wie zufällig nach einem Buch in seinem Regal greift und eine Originalausgabe von Gibbons »Decline and Fall of the Roman Empire« herauszieht, ein Lieblingsbuch, wie er sagt, von dem er auch eine Kurzausgabe auf Deutsch besitze und das ausgerechnet vom »Aufstieg und Fall« eines großen, machtvollen Reiches handelt – wie tröstlich, dass dieser Prozess nicht nur eine einzelne Person treffen kann.

Kultur hat sich Herr C. in seinem Leben erst erobern müssen, um so mehr hält er auch nach seinem »Fall« an der Kultur fest. Auch das zweite Lieblingsobjekt, das er zeigt, hat den Charakter eines »eroberten« Gutes, stammt allerdings aus einem ganz anderen Lebensbereich.

C: Dann hab ich als nächsten Gegenstand ein so genanntes Induktionskochfeld mit einer Leistung von 1800 Watt der Firma X, das ich bei R-Discounter hier in Z-Stadt zum Preise von 39 Euro ungrad erworben hatte. [...] Die Technik an sich hat mich von jeher fasziniert, also ich hab schon immer von einem Induktionskochfeld geträumt, weil da drin die Hitze nicht hier auf dieser Kontaktplatte erzeugt wird, sondern die Hitze wird in dem Kochgerät selber erzeugt, also entweder am Topf oder an der Pfanne und da muss man dann eben Töpfe oder Pfannen haben, die einen magnetisierbaren Eisenkern haben.



*Abbildung 3: Herr C. mit einem weiteren Lieblingsobjekt*

Herr C. ist fasziniert von der Technik des Induktionskochfeldes, über die er detailliert spricht, ebenso wie von seinen ausführlichen Preisrecherchen und -vergleichen; beides wird hier aus Platzgründen nur ausschnittsweise zitiert. Das Induktionskochfeld ist sichtbar noch unbenutzt und wurde erst vor kurzem gekauft. Mit dem Kochfeld eignet sich Herr C. ein für ihn beehrtes und interessantes modernes technisches Objekt an, eines, das in der klassischen geschlechtsspezifischen Rollenverteilung (als deren Anhänger sich Herr C. an mehreren Stellen kennzeichnet) der »weiblichen Sphäre« zuordnen ist. Herr C. hat sich zwei Monate vor dem Interview von seiner Frau und seiner Familie getrennt, ist also jetzt im Alltag auf sich allein gestellt. C. tritt in vielen Details als Anhänger des traditionellen geschlechtsspezifischen Rollenmodells auf. Mit dem präsentierten Kochfeld aber eignet er sich ein Stück Unabhängigkeit von der geschlechtsspezifischen Rollenverteilung an, er zeigt damit nicht zuletzt auch sich selbst, dass er auch allein überleben und sich mit Mahlzeiten versorgen kann. Das Objekt ist für ihn nicht nur »typisch weiblich«, sondern durch die faszinierende Technik, die er ausführlich schildert, auch eindeutig männlich konnotiert.

Auf dem Foto zeigt er mit seiner Körperhaltung und mit einer Geste, die das Objekt in diesem Bildaufbau wie eine Körpererweiterung präsentiert, Stolz auf diese »Trophäe«. Eine Ecke seiner Wohnung ist im Hintergrund des Bildes sichtbar und zeigt den stark provisorischen Charakter seiner Wohn-Umgebung:

Die CDs sind zwar geordnet, die Kleidung liegt jedoch stapelweise auf einem großen Lautsprecher, der als eine Art Kleiderständer benutzt wird. Vor diesem Bild-Hintergrund, vor seiner sehr provisorischen Wohn-Umgebung, wird die Bedeutung des Kochfeldes besonders deutlich, das ihm Unabhängigkeit von weiblicher Fürsorge verspricht. Bezeichnend ist jedoch, dass das Kochfeld, das er gekauft hat, nur eine Kochplatte enthält, das heißt, dass sie zum Zubereiten schmackhafter Mahlzeiten wenig funktional ist. Mit nur einer Kochplatte lassen sich zwar Fertigmahlzeiten aufwärmen, aber keine aufwändigen Menüs kochen. Letztlich unterstreicht dieses »technische Spielzeug« den vorläufigen Charakter seiner Lebenssituation, anstatt ihn zu beseitigen und eine gefestigte Ordnung in seinen Haushalt zu bringen.

Als dritten Gegenstand zeigt Herr C. eine Krawatte, die er sich »für besondere Gelegenheiten« gekauft hat:

C: Das wäre jetzt eine Krawatte. Die hab ich beim A-Discounter gekauft, in einem sehr festlichen blau-silber und die zieh ich dann für besondere Gelegenheiten an oder wenn ich besonders, na ja, ein bisschen rausgeputzt erscheinen will.

I2: Einen passenden Anzug haben Sie auch dazu?

C: (steht auf und geht zu den Lautsprecherboxen, die ihm als Kleiderständer dienen) Ja, das wäre jetzt so ein dunkler... Da ist die Hose dazu und das ist das Jackett dazu. Und dazu zieh ich dann ein weißes Hemd an und dann kann man das schon etwas stattlich machen, anders wie mit dem jetzigen Aufzug. Und die Krawatte is' also eine vom A-Discounter, soweit ich weiß.

I1: Und warum is' die so wichtig?

C: Weil ich hab ne Schwäche für Blau, für die Farbe blau und da is' jetzt eben blau-silber dabei und deshalb find ich die gut. Dann hab ich noch ein Jackett, das ist von der Firma Boss, das trägt sich auch sehr angenehm, auch so' n undefinierbares Alter, und wenn man da so' n blaues Hemd dazu trägt und ne Krawatte, dann sieht man da auch ganz gut aus.

C. präsentiert seine Krawatte mit sichtlichem Stolz, zum einen weil sie mit ihrer prunkvollen Gestaltung in blau-silber »etwas hermacht«. Die Krawatte ist der am freiesten gestaltbare Teil der ansonsten stark formalisierten konventionellen Herrengarderobe, der Teil, bei dem individuelle Vorlieben, Geschmack und sogar Hobbies und Leidenschaften gezeigt werden können. Deshalb sei ein kurzes Verweilen der Interpretation beim Design der Lieblingskrawatte gestattet. Die Krawatte von Herrn C., die er der Kamera präsentiert, ist in blau-silber, wobei die Farbe blau recht häufig im Interview und auf den Fotos auftaucht (»ich hab ne Schwäche für Blau«). Blau steht in der gängigen Farbenpsychologie für Wasser und Himmel, es soll Ruhe, Klarheit und Kühle symbolisieren, aber auch Entgrenzung und die ins Unendliche gerichtete Sehnsucht. Blau steht für die positive Seite der Phantasie wie für disziplinierte geistige Arbeit gleichermaßen. Auch die Farbe Silber weist in der Farbpsychologie einige ähnliche Aspekte auf, sie steht für Höflichkeit, Reinheit und Selbständigkeit, symbolisiert aber auch die Eigenschaften Sicherheit und Pünktlichkeit. Es heißt, sie fördere kommunikative Fähigkeiten, ein Zuviel davon könne jedoch auch Geschwätzigkeit und Unwahrheit bedeuten. Silber gilt als die Farbe des Modernen, Unkonventionellen und

Originellen. Ähnlich wie Blau steht Silber für Kühle, Wissen, Geld und Prestige, auch für Eleganz und Statusbewusstsein (vgl. z. B. Riedel 1999, Vollmar 2005). Die Kombination blau-silber drückt damit sehr deutlich, fast gewollt, Seriosität, Klarheit und Reinheit aus.

Vor dem Hintergrund der jetzigen Lebenssituation von Herrn C. ist anzunehmen, dass diese Krawatte, die besonderen Gelegenheiten vorbehalten ist, mehr Wunsch als Realität ausdrückt, dass sie zeigt, wie er gern wäre bzw. gerne wirken würde. Naheliegend ist, dass sie den Wunsch nach finanzieller und emotionaler Stabilisierung seines Lebens zeigt, nach stabiler (gehobener) sozialer Zugehörigkeit und einem glückenden Privatleben, denkbar wäre auch der Wunsch nach Reinigung von seinen früheren umstrittenen Praktiken. Gleichzeitig zeigt die Krawatte auch, wie Herr C. sich gerne seiner sozialen Umwelt präsentiert, sie könnte auch ein Versuch sein, sich den »Mantel« der Reinheit, der Ordnung und des Erfolgs umzuhängen, sich als solide, seriös zu inszenieren, um geschäftliche und private Erfolge zu realisieren. Ohne dieses Objekt überinterpretieren zu wollen, ist die blau-silberne Krawatte für Herrn C. das, was der Schopf für Münchhausen war: Wunsch und Täuschung gleichermaßen, ein Objekt, das ihn symbolisch und für die Umwelt sichtbar wieder auf den Weg des Erfolgs und der Läuterung zurückbringen soll; und wenn dies zur Gänze nicht mehr möglich sein sollte, dann soll es wenigstens so aussehen, eben »etwas hermachen«.

C. weiß sich durchaus zu kleiden, um den Eindruck eines seriösen Geschäftsmannes zu erwecken. Die folgende Passage zeigt, dass er die äußere Erscheinung instrumentell einsetzt, um seine beruflichen oder privaten Ziele zu erreichen:

C: Also, ich würde mich nicht als eleganten Typ beschreiben. Wenn ich also zum Beispiel blau gekleidet bin und jetzt zum Beispiel ein weißes Hemd, dunkelblauen Pullover oder die Krawatte an habe und jetzt so ein dunkelblaues Jackett oder das hier von Boss, da kann man schon Eindruck schinden. Man sagt ja zum Beispiel, eine gute Krawatte ersetzt im Geschäftsleben oder bei geschäftlichen Verhandlungen zehn gute Argumente. Macht man einfach mehr Eindruck mit. [...] Im späteren Verlauf von Verhandlungen, da kann man dann mit 'ner gewissen Eloquenz und guten Argumenten zwar einiges rausschinden, aber das Outfit bestimmt den ersten Eindruck, den man macht.

Herr C. weiß seine Kleidung sehr bewusst auszuwählen, um einen entsprechenden Eindruck zu erzielen. Dabei spricht er von »Eindruck schinden«, eine Formulierung, die nahe legt, dass das Äußere hier nicht unbedingt als Abbild einer Identität, eines inneren Zustandes verstanden wird, sondern in Form von »impression management« in bestimmten sozialen Situationen symbolisch auch als Machttechnik eingesetzt wird (»ersetzt zehn gute Argumente«).

Während andere Kleidungsobjekte aus seiner Vergangenheit stammen, als er sich noch mehr leisten konnte, hat er die oben genannte Krawatte im Rahmen seiner jetzigen Möglichkeiten erworben. Er beweist Alltagskompetenz, indem er Dinge, die »nach etwas aussehen« oder »etwas hermachen«, preiswert auftreibt.

Auch wenn er nicht viel Geld hat, kann er eine »stattliche« Erscheinung bieten, wenn nötig, indem er sich zum Beispiel für besondere Situationen »rausputzt«.

Für ihn selbst scheint diese Haltung bedeutsam, da er, auch wenn er biographisch abgestiegen ist, das Beste aus seinen begrenzten finanziellen Möglichkeiten macht, und seine äußere Erscheinung einzusetzen weiß, um einen guten Eindruck und Erfolge erzielen zu können. Er verhält sich reflexiv zu den Symbolen der Kultur und des Erfolgs, er kann sie sich zwar nicht mehr wirklich leisten, treibt sie aber in preisgünstigen Varianten auf. Das Jackett, das er erwähnt, hat »so'n undefinierbares Alter« und verweist wohl auf seinen früheren beruflichen Erfolg, der ihm auch den Kauf von teuren Dingen ermöglichte. Heute muss er seine Krawatte im Discounter kaufen und wartet oft, bis diese als Restposten nochmals reduziert werden. Er ist aber stolz darauf, dass es ihm gelingt, gute Qualität zu einem sehr günstigen Preis zu erstehen, indem er auf Sonderangebote oder den Schlussverkauf wartet und sich dann die gewünschten Objekte zulegt:

II: Und was ist ihnen beim Kauf wichtig, eher der Preis oder die Qualität?

C: Also, die beiden Momente, die gehören für mich irgendwie zusammen. Ich versuch immer, dass ich' ne gute Qualität zu' nem günstigen Preis bekomme. Ich hab da zum Beispiel hauenweise Hemden da drin, die hab ich beim A-Discounter gekauft. Des sind so genannte Vollzwirnhemden, also' ne etwas bessere Qualität. Die haben beim A-Discounter sonst so, nageln sie mich nicht jetzt auf den Preis fest, irgendwo zwischen 19 Euro und 15 Euro gekostet und da hab ich zum Beispiel immer gewartet, wenn die dann' ne Weile rumgelegen sind und nur noch Reste da waren und die dann reduziert waren, dann hab ich erst zugegriffen. Und hier beim L-Kaufhaus in W-Stadt hab ich zum Beispiel Hemden gekauft, die auch reduziert waren, also auch etwas bessere Marken, wo die Hemden mal' nen Ausgangspreis hatten von 49 €, die hab ich dann teilweise für 6,50 € erworben.

Herr C. versucht, symbolisch an den früheren Erfolg anzuknüpfen und die dafür notwendigen Waren sehr preisgünstig zu bekommen. Das Zimmer ringsherum, das auf dem Foto abgebildet ist, mit dem Kleiderstapel auf der Lautsprecherbox, spricht jedoch seine eigene Sprache und stellt seine Inszenierung in einen anderen Rahmen. Es wird deutlich, dass er sich heute auf dünnem Eis bewegt, und dass manches an seiner Inszenierung mehr der Erinnerung an bessere Zeiten oder dem Wunsch nach einer besseren Zukunft dient und der aktuellen Lebensrealität nicht unbedingt entspricht.

Zu der Krawatte wurde das in Abbildung 6 zu sehende Foto aufgenommen, auf dem C. die Hände in den Hosentaschen hat und breitbeinig, betont männlich, für das Bild posiert. Auf der rechten Bildseite sind elektrische Geräte zu sehen und ein blau gepunkteter Vorhang. Auf der linken Seite ist ein Stapel Hemden im Hintergrund zu erkennen. Im Protokoll der Bildanalyse zu dem Foto ist zur Wohnumgebung von Herrn C. Folgendes vermerkt: »Die Wohnung wirkt etwas provisorisch eingerichtet, zum Beispiel ist ein Stapel Wäsche sichtbar, der im Gegensatz zu »geordneten« Lebensverhältnissen zu stehen scheint, wo man Kleider gewöhnlich in Schränken aufzuheben pflegt. Die Krawatte des Mannes hat nach links aufsteigende Streifen, welche möglicherweise eine karrieremäßig aufstrebende Tendenz »simulieren« sollen. Die provisorische Ordnung in der

Wohnung wird unterstrichen durch einen im Zimmer stehenden, noch an der Steckdose angeschlossenen Staubsauger, der den Interviewerinnen aufgefallen war, und der zeigt, das kurz vorher noch aufgeräumt und das schlimmste Chaos im Zimmer beseitigt wurde. Der im Zimmer rumstehende Staubsauger ist aus Studenten-WGs bekannt und zeigt die letzte Spur des Chaos, das eigentlich Normalzustand darstellt und für eine besondere Situation beseitigt worden ist. Der Interviewte nimmt das Interview als besonderen Anlass wahr, da er auch extra Kuchen besorgt und einen Friseur aufgesucht hat.«<sup>8</sup>



*Abbildung 4: Herr C. mit Lieblingskrawatte*

Die Objekte von C. zeigen Statusbewusstsein, sie zielen darauf, ihn als gebildeten, seriösen und erfolgreichen Geschäftsmann zu präsentieren. Er unterstreicht im Interview, dass es ihm auf den »Eindruck« ankommt, den er macht, da dieser auch den Erfolg bei Verhandlungen bestimmt, doch täte man C. unrecht, seine Selbst-Inszenierung nur als »Show« abzutun. Gleichzeitig ist er ein »Selfmade-man«, der stolz darauf ist, sich diese symbolischen Dinge durch seinen Aufstieg angeeignet zu haben, an dem er kontrafaktisch festhält.

---

8 Auszug aus einem Protokoll einer Bildinterpretation, durchgeführt von A.B. gemeinsam mit einer studentischen Gruppe in einem Methoden-Workshop. Protokoll von Alex Zuleeg.

### Im sozialen Nirgendwo

In zwei Passagen des Interviews werden von C. die zwei relevanten Wendepunkte in seiner Biographie thematisiert, die zu seiner jetzigen Lebenssituation führen: zum einen der berufliche Ausschluss, der auch ein Abstieg war; zum anderen die erst jüngst zurückliegende Trennung von seiner Familie. Beide Ereignisse werden von C. sehr »sparsam« und nicht unbedingt konsistent und schlüssig erzählt. Die Passagen weisen Brüche und Widersprüche auf, die mit hoher Wahrscheinlichkeit auf Beschönigungen bzw. auf eine verzerrte Wahrnehmung und Darstellung der Ereignisse durch C. hinweisen.

C: Ich hab mich dann sofort als Rechtsanwalt niedergelassen.

I2: Wo?

K: Im Schwarzwald. Und (zögert) das ist auch ganz gut gelaufen, bis ich dann nach einer Betriebsprüfung mit dem Finanzamt Theater bekommen hab. Die sind mir dann mit Pfändungen auf die Pelle gerückt, wollten dann urplötzlich da horrende Beträge nachbezahlt haben und... gut, das hat mich zu' ner Zeit getroffen, wo ich noch nicht in so vorgerücktem Alter gewesen bin und da hat man sich mit der Zeit dann doch' n Nervenkostüm zugelegt, was Leute, die jetzt erst in dem Alter 50 oder 60 vom Finanzamt heimgesucht werden, wahrscheinlich nicht mehr durchstehen würden. Die bin ich dann aber im vorletzten Jahr endgültig losgeworden, da hat's dann einen Prozess gegeben vor dem Finanzgericht in Freiburg, wo die dann also mit fliegenden Fahnen untergegangen sind.

I1: Waren sie dann auch in der Zwischenzeit juristisch tätig oder was haben sie gemacht in der Zwischenzeit?

K: Puh, ja, ich hab in den neuen Bundesländern gearbeitet, hab dann auch für eine Schweizer Firma auch Maschinen verkauft, so Hochtechnologie. Ich hab schon immer eine technische Affinität, aber die Technik, die hat keine entsprechende Beziehung zu mir, das kann man da draußen an der Spüle sehen (alle lachen), wo ich selbst den Unterbau zusammengezimmert hab. Ich bekomme kein senkrechtes Loch gebohrt, das ist eine Katastrophe ist des (alle lachen)! Ich hab schon mal so ein Assessment-Center mitgemacht, da hat man dann auch einen Intelligenztest mitmachen müssen, da bin ich also im rechnerischen Teil dann nur auf 100 gekommen und im sprachlichen Teil dann auf 160. Das ist dann natürlich' ne Sache, die man im Alltagsleben bei manchen Gelegenheiten dann etwas besser anwenden kann. Etwas größerer Wortschatz und wenn man mit der Sprache auch ein bisschen jonglieren kann.

Herr C. deutet in dieser Passage an, dass er zu Unrecht bezichtigt wurde und letztlich als Sieger aus dem Gerichtsverfahren herausging (»wo die dann mit fliegenden Fahnen untergegangen sind«). Diese Interpretation deckt sich jedoch keineswegs mit seiner Lebensrealität, die einen großen sozialen Abstieg sichtbar werden lässt; offenbar konnte und durfte er die Juristerei nicht mehr ausüben. In der darauf folgenden Passage deutet Herr C. auf humorvolle Weise an, dass er auch als Vertreter für technische Güter nicht sehr erfolgreich war, da ihm das Talent für die Technik fehle, auch wenn ihm seine sprachlichen Fähigkeiten bei dieser Tätigkeit durchaus geholfen hätten.

Diese Passage zeigt, dass Herr C. auch nach Jahrzehnten nicht bereit ist, seinen beruflichen Abstieg umstandslos zu akzeptieren. Seinem Herkunftsmilieu fühlt er sich nach seinem Bildungsaufstieg nicht mehr zugehörig; aus der erworbenen Schichtzugehörigkeit wurde er wieder ausgeschlossen. Er scheint allerdings nicht bereit, seine sozialen Kontakte »unterhalb« seines ehemals erworbe-



nen Status einzurichten. Über den Selbsthilfeverein von Arbeitslosen, dem er angehört, äußert er sich zum Beispiel eher despektierlich und macht deutlich, dass dessen Mitglieder in seinen Augen wenig »Niveau« haben.

I2: Und wie wichtig ist ihnen der Verein »xxx«?

C: Also, ich geb dem also keine große Erfolgchance. Da sind halt Leute aus meiner Sicht dabei, die sehen in dem Verein 'ne Therapiemöglichkeit. Da wird viel geraucht und gepichelt, politisch is' bei denen gar nix los, wenn man bei denen politische Themen anzureißen versucht, dann heißt des, oh, du hast gar keine Ahnung, das kann man den Leuten doch nicht vermitteln! Jetzt ist das immer mehr auf diese Vereinsschiene geraten und ich glaub eigentlich, dass das schon bisschen' ne Totgeburt is. Diese Austauschvereine gibt's zwar in Großstädten, aber da muss ja dann auch das entsprechende Milieu vorhanden sein, da müssen auch die entsprechenden Leute vorhanden sein, die sich an einem solchen Verein beteiligen, da ist eine gewisse Zuverlässigkeit erforderlich und auch ein entsprechendes gesundheitliches Verhalten. Ich kann mir zum Beispiel nicht vorstellen, dass eine Frau eine Babysitterin engagieren würde, die am Tag mehr als 'ne Schachtel Zigaretten wegqualmt. Macht ja die eine, die eine is hochschwanger und qualmt wie ein Schlot. Ob sie jetzt noch Alkohol trinkt, weiß ich nicht. Ich hab nur gesehen, dass sie raucht wie ein Schlot, das is' derart verantwortungslos gegenüber dem Kind, das kommt ja schon nikotinsüchtig zur Welt.

II: Das heißt, sie würden an dieser Tauschbörse auch gar nicht teilnehmen?

C: Ich weiß gar nicht, was für eine Tauschleistung ich da auffahren sollte. Das einzige was ich kann, ich kann denen Widersprüche fabrizieren. Die Widersprüche, die ich da zum Beispiel bei den Agenturen oder Arbeitsgemeinschaften eingereicht hab, die haben so zwischen 45 und 50 Seiten (erläutert das an einem juristischen Beispiel).

Von anderen Interviewten wissen wir, dass sie großes Engagement oder auch große Hoffnungen mit diesem Selbsthilfeverein verbinden. Herr C. jedoch fühlt sich nicht wirklich zugehörig. Andererseits gibt ihm dieser Verein die Möglichkeit, als juristischer Experte aufzutreten und damit an sein spezifisches Wissen und an seinen früheren Status anzuknüpfen – und stabilisiert damit sein nach wie vor am früheren Status orientiertes Selbstbild mit der Ressource Anerkennung – eine Ressource, die bei Erwerbslosen in der Regel knapp ist.

Eine andere Passage im Interview beschäftigt sich mit einem weiteren großen Bruch in seinem Leben – mit der Trennung von seiner Familie. Auch diese Passage zeigt gewisse Ungereimtheiten.

I2: Wie zufrieden sind Sie mit ihrer jetzigen Lebenssituation?

C: Nein, zufrieden bin ich, glaub ich, nicht. Ich hab mich im Januar von meiner Familie getrennt. Das muss ich also wirklich sagen, von meiner Familie, ich habe zwei Kinder und meine Frau, äh, und 'ne Frau. Und von denen hab ich mich also getrennt ohne externen Grund, also ohne Seitensprung oder so. Weil des also mit denen schlichtweg nicht mehr zum Aushalten war (betont jede Silbe). Ich hab also Aggressionen ausstehen müssen von Seiten meiner Kinder, meiner Frau und hab mir dann nur gedacht, also, wenn das noch weitergeht, das endet noch in Mord und Totschlag. Und dann hab ich Anfang Januar die Konsequenz gezogen und bin bei Nacht und Nebel ausgezogen. Und jetzt gibt's da noch so 'n Nachgeplänkel und sobald das eine Trennungsjahr dann vorüber ist, werd ich die Scheidung einreichen.

II: Wie alt sind denn ihre Kinder?

C: Jahrgang (überlegt) 80 und 83. [...] Meine Tochter besucht die Fachhochschule in M-Stadt und mein Sohn, nehm' ich mal an, im Moment die Fachschule in W-Stadt. Wie alt sind Sie beide?

II: 22.

C: Dann könnten Sie ja vom Alter her meine Kinder sein (lacht)!

Offenbar trennte sich Herr C. von seiner Familie aufgrund der Zuspitzung einer Konfliktlage, wobei er darüber klagt, dass er Aggressionen vor allem von Seiten seiner Kinder aushalten musste. Um »Mord und Totschlag« zu vermeiden, sei er schließlich ausgezogen, wobei er den möglichen Täter offen lässt, sich selbst als Täter nicht ausschließt. Die Formulierungen zeigen eine immense emotionale Zuspitzung der Konfliktlage und deuten an, dass sprachlich nicht mehr überbrückbare Differenzen auftraten, die ein friedliches Zusammenleben nicht mehr zuließen.

Herr C. nimmt sich trotz aller Rückschläge nicht als gescheitert wahr, sondern stabilisiert sein Selbstbewusstsein an kleinen Alltagserfolgen (Schnäppchenjagd). Auch zeigt er zwar eine hohe strategische Reflexivität seines Verhaltens, jedoch wenig Selbstkritik und Schuldbewusstsein in Bezug auf die entscheidenden »negativen« Wendepunkte in seiner Biographie – ein Selbstbild, das sich möglicherweise im Familienzusammenhang nicht mehr aufrechterhalten ließ. Das pragmatisch ausgerichtete, scheinbar unerschütterliche Selbstbewusstsein rettet ihn und sein Selbstbild vor einem tieferen persönlichen Einbruch, entfremdet ihn aber möglicherweise von den »nahen Personen« seines persönlichen Umfelds. Obwohl in seiner Situation für einen Beobachter recht eindeutig ist, dass er, nach einem eindrucksvollen Aufstieg, eine krasse berufliche Abstiegskurve durchlaufen hat, thematisiert C. an keiner Stelle des Interviews sein Scheitern, sondern betont seine Erfolge – eine Strategie, die versucht, sein Selbstbild kontrafaktisch zu erhalten, indem man den Gesichtsverlust nicht eingesteht. Selbst das Einrichten in der Notwendigkeit wird als Erfolg maskiert und euphorisch vorgetragen, und nicht etwa als lästiges Faktum thematisiert, mit dem man jetzt eben leben muss. Die Strategie, Misserfolge und Scheitern für sich selbst und für die Umwelt zu maskieren, ist jedoch wenig erfolgversprechend, wenn man eng im Familienverbund zusammenlebt. Entweder die Familie wirkt bei der Masquerade mit oder es kommt zu schmerzlichen Brüchen in der Alltagskommunikation.

Mit der (Selbst)Exklusion aus seinem Beruf und der (Selbst)Exklusion aus seiner Familie, der daraus folgenden Exklusionen aus weiteren milieuspezifischen sozialen Bezügen bewegt sich Herr C. im sozialen Niemandsland. Aus seiner Herkunftsfamilie hat er sich durch Aufstieg (nach oben) entfernt, aus dem erworbenen Milieu ist er durch eigenes Verschulden herausgefallen. Und so ist er heute nirgendwo mehr richtig zugehörig. Dennoch zeichnet ihn eine hohe Überlebensfähigkeit aus, trotz aller Ausschlüsse und trotz allen Scheiterns findet er Mittel und Wege, um seine Lage zu stabilisieren und seine kleinen Erfolge zu haben.

Herr C. nutzt die anonyme Geschäftswelt des Internet, um Geschäfte abzuwickeln. Hier kann er frei von seiner Vergangenheit agieren und ökonomische Beziehungen eingehen, in denen er als Partner akzeptiert wird. Das Bewertungssystem der Käufer und Verkäufer ist völlig unabhängig vom realen Leben der Teil-

nehmer und ihren »Vorbelastungen«, also kann man unbelastet durchstarten und sich einen »besseren Ruf« erwerben als im »realen Leben«.

J: Welche Medien nutzen sie denn sonst so zur Informationsgewinnung?

C: Ja, im Moment Radio, Zeitungen und schwerpunktmäßig Internet.

A: Um Stellenausschreibungen zu sichten oder nur um E-Mails zu schreiben...?

C: Gut, um E-Mails zu schreiben, bei Ebay zum Beispiel Geschäfte zu machen, da hab ich mittlerweile 325 Bewertungen, also, da hab ich... bei Ebay hab ich schon ganz gute Geschäfte gemacht. Moment, ich muss mal die Antenne verbiegen (steht auf, geht zum Fenster und richtet die Antenne gerade). Und da hab ich schon einige Sachen verkauft, also, im vorletzten Jahr hab ich bei Ebay zum Beispiel eine Spiegelreflexkamera verkauft, die ist weggegangen für irgendwo jenseits der 600 € und die hat einer aus Hongkong ersteigert. Das war das Geschäft, das am schnellsten abgewickelt wurde, was ich je erlebt hab. Die Versteigerung endete an einem Sonntagabend, ich hab dem am Montag Vormittag meine Kontodaten durchgegeben und am Mittwoch Vormittag war das Geld von dem Chinesen aus Hongkong da.

Das Internet ist im Rahmen seiner vielfältigen Funktionen eine Art Inklusionstechnologie, die im Vergleich zum Fernsehen den Vorteil hat, das sie eine aktive soziale Inklusion in verschiedenen Rollen (als Verkäufer oder Käufer beispielsweise) ermöglicht. Die Geschäftswelt bei Ebay erlaubt anonyme Erfolge beim Verkauf und beim Ersteigern von Dingen – die Regeln dieser Geschäftswelt sind übersichtlich, die Abwicklung völlig anonym. Ebay gibt die Möglichkeit, eine Lebensgeschichte mit Brüchen hinter sich zu lassen, und sich eine andere, einfachere und positivere (Teil)Identität aufzubauen. Internetkontakte und Ebaygeschäfte stellen damit neue, zusätzliche Quellen der Identitätsgewinnung und -stabilisierung dar; eine neue Form der (anonymen) sozialen Inklusion, die gerade in gescheiterten oder unsicheren Biographien bzw. in biographischen Krisenphasen eine Rolle spielen kann. Ganz unabhängig vom persönlichen Umfeld kann hier eine alternative Quelle von Identität und (anonymen) Sozialbezügen gewonnen werden, eine Quelle für soziale Bestätigung und Anerkennung als Gesprächs- oder Geschäftspartner, selbst wenn diese Anerkennung transitorisch und brüchig bleibt oder auf formale Merkmale beschränkt ist. Herr C. hat durch das Internet die Möglichkeit, auch als Erwerbsloser geschäftlich aktiv zu sein und »kleine Erfolge« realisieren zu können, die seinen Alltag nicht sinnlos erscheinen lassen. Dadurch wird sowohl eine soziale (anonyme Inklusion) wie auch eine persönliche Stabilisierung seiner Situation ermöglicht. Diese Form der sozialen Inklusion ist allerdings eher als eine Art »Minimalinklusion« zu betrachten, da sie nicht wirklich tragfähige und befriedigende soziale Beziehungen herstellt.

### **Exklusion und Inklusion: Zusammenfassung**

Herr C. nutzt kulturelle Symbole des Bürgertums, versucht aber aufgrund seiner jetzigen Lebenssituation mit ihren sehr beschränkten finanziellen Mitteln, diese Objekte mit Hilfe von »Schnäppchenjagd« auf möglichst preisgünstige Art zu erhalten. Er präsentiert sich mit Hilfe dieser Objekte nach wie vor als erfolgreicher, gebildeter und solider Geschäftsmann; an dieser Selbst-Präsentation sind

jedoch Brüche erkennbar: Die Zugehörigkeit zur Hochkultur wird etwa durch das billige Label der Musik-CD konterkariert. Der Eindruck des seriösen Geschäftsmannes weist ebenfalls kleine Risse im Äußeren, im Habitus und in der Art, darüber zu sprechen auf; dieser Eindruck ist nicht schlüssig, sondern wirkt gewollt und »künstlich« erzeugt. An seiner persönlichen Objekte-Umwelt und seiner Performanz ist erkennbar, dass C. mit seinem Bildungsaufstieg, seinem Erfolg als Anwalt und seiner anschließenden beruflichen Exklusion die Schichtzugehörigkeit zunächst gewechselt, nach seinem Ausschluss jedoch letztlich die Zugehörigkeit zu allen Schichten und Milieus verloren hat. Mit seinem Studium hat er sich von seiner familialen Herkunft und dem entsprechenden Milieu entfernt und ist ein Freiberufler mit hohem kulturellen und sozialem Kapital geworden. Mit dem Herausfallen aus diesem beruflichen Umfeld aufgrund illegaler Praktiken wurde er jedoch auch aus seiner neuen Schicht exkludiert und verlor das soziale Kapital, das mit seinem Beruf verbunden war. Heute gehört er weder der Arbeiterschicht und dem entsprechenden Milieu an, von dem er sich stilistisch und verbal abgrenzt, noch gehört er mehr der Schicht der akademischen Freiberufler an – auch wenn er versucht, sich das entsprechende kulturelle Kapital zu erhalten und dieses wiederum für die Mehrung des sozialen Kapitals einzusetzen.

Weder hier noch dort verankert – so bewegt sich C. mittlerweile im sozialen Niemandsland, stabilisiert durch flüchtige Bekanntschaften und durch die anonyme Welt von Internet und Ebay. Zusätzlich verschärft wird die soziale Exklusion durch die Trennung von seiner Familie. Beruflich konnte er vorübergehend in einer Tätigkeit als »Vertreter« unterkommen, ein Beruf, der im breiten Feld zwischen kaufmännischer Solidität und manipulativen Halbwelt-Praktiken angesiedelt ist – eine Spannweite, die im Interview mit C. textlich und bildlich durchaus anklingt. Die berufliche Tätigkeit als Vertreter ist zudem finanziell unsicher und bietet kaum eine dauerhafte Perspektive. Eine eindeutige schichtspezifische Verortung scheint damit nahezu unmöglich zu sein. Die Trennung von seiner Familie unterstreicht die soziale Bindungslosigkeit von C. und vertieft sie gleichzeitig. Sie zeugt nicht zuletzt auch von C.s Schwierigkeit, mit seinem beruflichen Abstieg adäquat umgehen zu können. Seine Schilderung der relevanten biographischen Ereignisse, die ihn in diese Abwärtsspirale brachten, der beruflichen Konflikte und der Trennung von seiner Familie, zeigt keine konsistenten Sinnstrukturen, sondern gewisse Verzerrungen in der Wahrnehmung der Geschehnisse. An diesen Stellen schildert C. sich ausschließlich als Opfer, obwohl er sich sonst als handfester und aktiver Selfmademan präsentiert. Doch sollte man sich keine eindimensionale, verurteilende Interpretation seiner Schilderung der Dinge erlauben: Mag sein, dass er sich trotzig und kontrafaktisch zu seiner sozialen Lage stellt und seine Niederlagen leugnet. Nicht zu übersehen ist aber auch, dass seine persönlichen Dinge und Interessen von dem Versuch gekennzeichnet sind, seine Würde trotz des sozialen Abstiegs zu wahren. Wenn schon der Erfolg und die Anerkennung des sozialen Umfelds verloren sind, so bleiben (neben der anonymen Welt des Internet) noch Bildung und Kultur, die Genuss, Verfeinerung

und Herausforderung versprechen und die zeigen, dass man etwas erworben hat im Leben, das Bestand hat. Kultur in Form von internalisiertem kulturellen Kapital kann man nicht wirklich verlieren und sie hilft, persönliche Würde auch kontrafaktisch zu bewahren – selbst wenn man »ganz unten« angelangt ist. Nicht zuletzt hält C. auch deshalb daran fest.

Trotz seiner Krisensituation und der von außen gesehen recht instabilen persönlichen Lage verfügt C. über ein hohes Maß an Pragmatismus und Überlebensfähigkeit. Er ist in der Lage – und das ist die positive Seite seiner verzerrten Realitätswahrnehmung – biographische Rückschläge pragmatisch zu nehmen und auch aus kleinen Erfolgen sein Selbstbewusstsein zu nähren, etwa aus der anonymen Geschäftswelt des Internet eine Form der »minimalen« sozialen Integration zu gewinnen. Auch davon zeugen die Objekte, die er präsentiert: Sie sind nicht nur als Erinnerung an seine frühere Milieuzugehörigkeit, an die »besseren Zeiten« der Vergangenheit zu sehen, sondern in ihrer Form auch der Gegenwart geschuldet (Schnäppchen) und auf die Zukunft ausgerichtet (durch ihre soziale »Überzeugungskraft«). Sie repräsentieren nicht nur Träume und Erinnerungen, sondern sie sollen auch handfest seine Lage verbessern. Er verharrt nicht etwa passiv in der Krisensituation, sondern stabilisiert sich durch »kleine Geschäfte« und versucht, Kontakte zu knüpfen und sich damit berufliche Perspektiven aufzubauen. Sein Plan, sich als Versicherungsvertreter für Altersvorsorge eine neue berufliche Existenz aufzubauen, bleibt zwar noch recht vage, bietet aber – vorausgesetzt die erwähnten Kontakte sind tragfähig – möglicherweise eine »passgenaue« Zukunftsperspektive auf eine mehr oder weniger solide berufliche Tätigkeit, bei der er die von ihm hervorgehobenen Fähigkeiten und Eigenschaften einsetzen kann: Bildung, Rechtskenntnisse und seine flexible und anpassungsfähige Redegewandtheit.

Herr C. repräsentiert einen Typus, der nach einer langen Abwärtskurve beruflich und privat an einem biographischen Tiefpunkt angelangt ist, dem man aber ein hohes Maß an Pragmatismus und Überlebensfähigkeit attestieren muss. Herausgefallen aus allen Schichten, fällt er dennoch auf die Füße, und weiß seine verbliebenen Ressourcen aktiv zu nutzen, selbst wenn die sozialen Umstände gegen ihn zu sprechen scheinen.

### **7.5 Soziales Engagement als sinnstiftende Alternative zur Erwerbsarbeit: Herr H.**

Herr H. ist 53 Jahre alt und ALG II-Bezieher. Von Beruf »eigentlich Betriebschlosser und Berufskraftfahrer«, sieht er nach vielen Bewerbungsversuchen für sich derzeit keine Möglichkeit, wieder in den Arbeitsmarkt zu kommen. In der grenznahen Region, in der er wohnt, gibt es kaum Angebote, kaum Bewegungen auf dem Arbeitsmarkt. Er konzentriert sich mittlerweile ganz auf seine ehrenamtliche Aufgabe, sein Engagement in einem Arbeitslosen-Selbsthilfeverein. In die-

sem Verein spielt er eine tragende Rolle, organisiert im Hintergrund alles, was anfällt und widmet sich mit ganzem Herzen auch der Beratung und »psychischen Betreuung« der manchmal verzweifelten Mitglieder. Er ist alleinstehend und bewohnt eine kleine Mietwohnung; im Hinterhof seines Wohnhauses befindet sich der Raum, in dem sich der Selbsthilfeverein trifft. Dieser Umstand erlaubt es ihm, für die Mitglieder des Vereins fast jederzeit ansprechbar zu sein, wovon auch Gebrauch gemacht wird. Herr H. betrachtet die ehrenamtliche Tätigkeit für sich als Alternative zur Erwerbsarbeit, als »zweiten Weg«, der ihm persönlich einen Gewinn an Sinn und Erfüllung bringt. Herr H. ist einfacher Herkunft, seine Eltern waren ungelernt, »beide Kriegskinder«; er hat acht Geschwister und schätzt den Zusammenhalt in der Familie. Er ist im ländlichen Niederbayern aufgewachsen und ist dort nach eigenen Worten kulturell »geprägt« worden. Herr H. hat, wie seine Eltern, »von Haus aus« zwar wenig formale Bildung, hat sich aber durch sein Engagement offensichtlich überraschende »Sekundärtugenden« und Qualifikationen angeeignet. Urteilt man nach seinem Auftreten und seinem Gesprächsstil, würde man einen »Bildungshintergrund« vermuten; er wirkt informiert und selbstbewusst im Gespräch.

Äußere, materielle Dinge sind ihm allerdings nicht wichtig, dies macht er schon durch sein äußeres Erscheinungsbild deutlich. Ein repräsentatives Erscheinungsbild ist für ihn offenbar nicht von Bedeutung. Die studentischen Interviewerinnen notierten im Beobachtungsprotokoll zum Interview ihre Eindrücke: »Die Kleidung des Interviewten passt überhaupt nicht zusammen. Er trägt eine grüne Tarnfleckhose mit braunem Gürtel, ein blaues T-Shirt, darüber ein blau, weiß und braun gemustertes Fleece-Hemd und darüber eine schwarzweißkarierte Jacke, braune Sandalen und schwarze Socken. Der Befragte trägt eine Brille und eine silberne Halskette mit einem Kreuz als Anhänger. Der Interviewte ist ein relativ starker Raucher. Während des Interviews gestikuliert der sehr offene und nette Gesprächspartner sehr viel und wirkt kaum angespannt.« Für Herrn H. sind Statusbezug, symbolischer Konsum und ästhetische Normen offenbar nicht von Bedeutung bzw. zweitrangig. Es gebe andere Dinge, die wichtiger sind, ist die versteckte Botschaft seiner äußeren Gestaltung. Genauso äußert er sich später auch explizit im Interview.

### **Liebingsobjekte und Identität**

Herr H. macht gleich durch seinen ersten Satz im Interview deutlich, dass sein Herz nicht an dinglichen Objekten hängt. Er ist der Einzige unter den Interviewpartnern, der keine »Liebingsobjekte« ausgewählt hatte. Er begrüßte die Interviewerinnen mit einem entschuldigenden Satz, der Verbindlichkeit zeigt, aber gleichzeitig auch seine Haltung deutlich macht: Er habe sich darum bemüht, jedoch keine Lieblingsgegenstände finden können:

H: Ich habe lang überlegt, aber ich habe keine Lieblingsgegenstände, tut mir leid!

I1: Des heißt, Sie hatten Gegenstände in der Hand, wo sie gesagt haben »Mag ich den?«

H: Ja eigentlich net. Ich hab im Kopf keinen Lieblingsgegenstand gefunden. [...] Weil Lieblingsgegenstände sind Dinge, die mich momentan interessieren. Und wenn sie mich nicht mehr interessieren, dann sinds nimma da. Ende.

Demonstrativ unterstreicht H. mit dieser Eingangssequenz seine *Unabhängigkeit von Objekten, von Besitz, von weltlichen Gütern*. Er äußert zwar Interesse an bestimmten Dingen, und zeigt damit geistige Wachheit und Interesse an der Welt, will aber gleichzeitig sagen, dass sein Herz nicht an materiellen Dingen hängt. Er macht mit dieser Reaktion deutlich, dass er nur brauchen will, was er wirklich braucht. Er regiert die Dinge und nicht umgekehrt: Was er nicht (mehr) braucht, ist nicht (mehr) da – das heißt, dass er sich nicht mit überflüssigen Sachen belasten will. Er eröffnet damit einen asketischen Grundzug (ähnlich wie Herr B. im Fallbeispiel 7.3). Es geht ihm um die Reduktion des Besitzes auf das, was wirklich nötig ist, kein Tand, kein Luxus, um andere zu beeindrucken und seine Bedeutung oder seine Individualität zu unterstreichen, keine Überfrachtung des Lebens mit Dingen, die binden und Verpflichtungen mit sich bringen. Geistige Freiheit ist hier das Motiv, auch Freiheit von Besitzgier und banalen Bedürfnissen, eine Haltung, wie sie historisch entweder für geistig arbeitende Menschen oder für religiöse Asketen typisch ist. Der demonstrative Mangel an Interesse für Wohlstand ist ein »klassisches«, altes Motiv und soll auf eine Konzentration der Lebensziele hinweisen, auf eine Unterordnung der Alltagsbelange unter geistige, politische oder religiöse Ziele. Insbesondere für religiöse Asketen, für ethisch-religiöse (oder politische) Erneuerer oder Abweichler, ist die Unabhängigkeit des Geistes von allem Weltlichen, allem Vergänglichem, die Freiheit von den Bedürfnissen des Körpers und der Sinne von Bedeutung (dieses Motiv spielt auch im Fallbeispiel B. eine ähnliche Rolle).

Doch H. ist kein radikaler Asket, sondern ein bescheidener, gemäßigter, der pragmatisch und nachsichtig mit sich und den eigenen Bedürfnissen ist. Auf Nachfragen macht er in der Eingangssequenz deutlich, dass es durchaus Dinge gibt, die ihn interessieren und reizen; Dinge, mit denen er sich gerne beschäftigt. Allerdings bezieht er das vereinbarte Thema »Lieblingsdinge« eher auf Tätigkeiten und Hobbies, auf das, was er gerne macht, und versteht darunter nicht unbedingt manifesten Besitz, sondern Interesse und Aktivität:

I1: Des heißt momentan is auch nix da, wo Sie ... (wird unterbrochen)

H: Momentan wär mein Interesse das Motorradfahren.

I1: Des is ja noch a wenig kalt. (Das Interview wurde Anfang April zu ungünstiger Witterung geführt)

H: Des is ein Interesse. Aber ich bin ja über 53 Jahre und muss erst den Führerschein machen.

I1 + I2: Ah (alle lachen)

H: Theorie hab ich ja schon geschafft. Jetzt muss ich noch des Praktische machen, ja. Des is halt momentan mein Interesse.

I1: Wollen Sie auch eine eigene Maschine?

H: Na. Des brauch ich net, weil mein Freund hat zwölf Fahrzeuge zur Verfügung in allen Größenordnungen.

I1: Dann lieber ausleihn.

H: Und außerdem bin ich ALG II – Empfänger, da ist ein Motorrad nicht im Rahmen der wirtschaftlichen Möglichkeit.

II: Aber wenn das Geld da wäre, würden Sie sich eines anschaffen oder?

H: In der gegenwärtigen Situation auch nicht. Das wäre unsinnig, das wäre unsinnig. Ich habe zwölf Motorräder zur Verfügung, die ich benutzen kann. Wo liegt der Sinn, wenn ich mir selber eins kaufe?

Sein persönliches Interesse gilt derzeit dem Motorradfahren, dafür nimmt er es mit 53 Jahren auch auf sich, den Führerschein zu machen und spart sich die Kosten dafür von seinem sehr bescheidenen Lebensunterhalt ab. Auffallend in der letzten Passage ist das Wort »momentan«, damit weist er darauf hin, dass er neue Interessen entwickelt und diesen aktiv nachgeht. Wichtig ist ihm dabei die Tätigkeit an sich, wie er unterstreicht, nicht der Besitz eines Motorrads; selbst wenn er genug Geld hätte, würde er sich keine eigene Maschine kaufen, da er sich jederzeit eines ausleihen kann. »Wo liegt der Sinn, wenn ich mir selber eins kaufe?«

Vor dem Motorradfahren hatte er eine Leidenschaft fürs Bogenschießen entwickelt (s. u.). Beide Tätigkeiten, sowohl Motorradfahren wie Bogenschießen vereinen rebellische, wilde Aspekte mit meditativen Naturerlebnissen. Motorradfahren wurde und wird in der Generation von H. als Ausdruck einer freiheitsliebenden, unbürgerlichen und rebellischen Jugendkultur verstanden, die Naturnähe (trotz bzw. mit Technik) und Geschwindigkeitserlebnis vereint. Die Tätigkeit des Bogenschießens ist in der westlichen Kultur archaisch konnotiert (Jäger und Sammler), durch die Auseinandersetzung mit asiatischen Traditionen verbindet man heute damit allerdings auch gegenteilige, »kultivierte« Aspekte wie Meditation, Versenkung und Disziplin des Geistes (vgl. die in dieser Generation beliebten Bücher: »Zen und die Kunst des Bogenschießens« sowie »Zen und die Kunst, ein Motorrad zu warten«). Beide Tätigkeiten scheinen in sich kontrastreiche Eigenschaften zu verbinden: »ursprünglich-wilde« Aspekte mit meditativen. H. selbst sagt von sich, er zöge »ruhige, besinnliche Sportarten« den Volks- und Massensportarten vor. Er verabscheut Massenhysterien, wie sie zum Beispiel beim Fußball in Erscheinung treten können, und geht auch im Sport und in der Freizeit gerne seine eigenen Wege.

In Fragen der Bekleidung folgt er den gleichen Prinzipien. Was er anhat, ist ihm »schnurz piep egal. Hauptsache auf Deutsch gesagt, ich muss nicht nackt in der Gegend rumlaufen«. Einkaufen zu gehen ist für ihn ergo kein Genuss, den man ausdehnen könnte, sondern verlorene Zeit, er spricht gar von »Konsumterror«. Seine Bekleidung drückt seine Unabhängigkeit von äußeren Dingen aus, sie ist ihm nicht wichtig. Dabei ist er durchaus in der Lage, sich Konventionen anzupassen, wenn seine Handlungsziele es unbedingt erfordern. Einen Anzug würde er zwar nach eigener Aussage niemals »freiwillig« tragen, tut dies aber durchaus, wenn es für den Verein aus Repräsentationszwecken notwendig ist:

II: Und wenn Sie repräsentieren müssen, beispielsweise für den Verein? Haben Sie so was wie einen Anzug?

H: Ich habe einen Anzug, selbstverständlich, mit allem drum und dran. Ja selbstverständlich.



II: Und tragen Sie den gern?

H: Nein! Aber dann ist es Berufskleidung. Also es ist nicht so, dass ich die Konventionen nicht einhalten kann. Und ich weiß des natürlich auch, dass es bestimmte Gesellschaftsformen gibt, die vorschreiben, wie man sich zu verhalten hat. Also ich bin jetzt nicht der Rebell, der mit Baseballschläger oder Knüppel aus dem Urwald auf irgendjemanden eindrischt. Na na, ich kann Konventionen einhalten, selbstverständlich. Und ich richte mich dann auch danach.

H. betont, dass er Konventionen kennt und befolgt und sich für bestimmte Gelegenheiten auch entsprechend zu kleiden weiß, jedoch nur, wenn es der Anlass erfordert, wenn es gewissermaßen »Zwang« ist, weil er zum Beispiel im Rahmen seines Engagements bestimmte Ziele erreichen will. Gern tut er das allerdings nicht, »freiwillig« würde er einen Anzug niemals anziehen: »Würde nicht meiner Person entsprechen«. Herr H. weiß sich also zwar durchaus sozialen Konventionen anzupassen, wenn notwendig – seinen Geschmack allerdings, seine inneren Überzeugungen, will er nicht ändern, den Konventionen nicht fügen:



*Abbildung 5: Herr H. in seiner Wohnung*

II: Was würde Ihnen denn gefallen, an Kleidung?

H: Mir? Einfache Hosen, Hemden ... . Ich weiß des is a bißl blöde. Ich muss ganz klar sagen, ich möchte mich den Konventionen der Gesellschaft nicht unterwerfen, weil des eine verlogene Konvention is. Ich kann und will des net. Und net weil ich ein Depp bin, sondern weil ich des net will. Also weil ich mir sag, nein das akzeptier ich nicht.

Herr H. verbindet das Thema Bekleidung mit der Frage nach sozialer Anpassungsfähigkeit einerseits und dem Beharren auf seinem – durch Werte abgestützten »Eigensinn« andererseits. Er zeigt mit diesen Äußerungen, dass er sich zwischen Anpassung und Eigensinn durchaus gekonnt zu bewegen weiß, wenn dies

erforderlich sein sollte, allerdings aus innerer Überzeugung heraus dem Eigensinn und seinen stilistischen Formen, vor allem aber den dahinterstehenden Werten, ganz deutlich den Vorzug gibt.

### **Exklusion und Inklusion: Paradoxie des »sozial denkenden Individualisten«**

Die Haltung der Nicht-Anpassung trägt H. bewusst nach außen. Er besteht auf seinem »Querkopf«, auf seinem Eigensinn. Er grenzt sich von der »Masse« ab, entzieht sich gängigen Erwartungen und bringt damit zum Ausdruck, dass Kompromisse und soziale Anpassung nicht unbedingt seine Sache sind, zumindest nicht »freiwillig«. Diese Eigenschaften interpretiert er als durchgängige Linie seines Lebens, als eigenen Wesenszug, der durch seine Herkunft unterstützt wird:

H: Ah, ich war noch nie für Dinge zu haben, für die die Masse zu kriegen war. Des war scho immer so und des wird solang gehen bis ich irgendwann mal einschlaf. Ich wende mich ab, strikt. Ich weiger mich auch Hochdeutsch zu sprechen. Bei uns heißt »ich bin vo do und so red i a!« (alle lachen). Ich bin in Niederbayern aufgewachsen und des is glaub ich bekannt, wir sin eine schwierige Rass. Wir sin scho a bisserl eigen, ja.

Er betrachtet sich nicht als Teil der »Masse«, sondern eher als außenstehender Eigenbrötler. Gleichzeitig bezeichnet er die Niederbayern, mit denen er sich in diesem Punkt identifiziert, als »schwierige Rass« und macht damit deutlich, dass nicht nur er als Individuum so sonderbar ist, sondern er sich in einem Kollektiv verortet, in dem alle eigenwillig sind. Diese Begründung ist zwar nicht unbedingt logisch, stützt aber seine Identität als »Querkopf« sozial ab, die mehr Legitimität erhält, wenn sie nicht nur eine persönliche Marotte, sondern einen kollektiven Wesenszug, eine gewissermaßen regionale Besonderheit darstellt. Gleichzeitig zeigt er damit eine Haltung, die sich gegen die gängigen und glatten, »entbetteten« und anonymen Kommunikationsformen der »Moderne« sperrt und beharrt auf idiosynkratischen sozialen Verkehrsformen, auf regionalen sowie auf individuellen Besonderheiten, die vielleicht nicht überall »passen«, aber in seinen Handlungskontexten akzeptiert werden. Anstatt sich den Erfordernissen der Modernisierungsprozesse anzupassen und »neutrale« Kommunikationsformen zu entwickeln, die einen in die Lage versetzen, mit den unterschiedlichsten Menschen in unterschiedlichsten Rollen und Funktionen in der hocharbeitsteiligen (Welt)Gesellschaft zu verkehren, zeigt er sich als widerständiger »Querkopf«, der eine individuelle Geschichte hat, an die er sich gebunden fühlt. Die Anforderungen der sozialen Mobilität und der entsprechenden »neutralen«, »flexiblen« und »unternehmerisch-aktiven« Kommunikations- und Habituseigenschaften sind heute gewissermaßen generalisiert und richten sich im Prinzip an alle Schichten, auch an die ALG II-Empfänger, die gehalten sind, sich diesen mittelschichtorientierten Habitus anzueignen, um auf dem Arbeitsmarkt Erfolg zu haben. Dagegen hält Herr H. seine eigenwillige, »regional« geprägte, abweichende Habitusform – ohnehin habe er strukturell keine Chance in der ostbayerischen Grenzregion, in der er wohnt. Aus den regionalen und individuellen Idiosynkra-

sien, auf denen er beharrt, schöpft Herr H. einerseits Widerständigkeit, Kritik und Verweigerung, und andererseits positive Motivations- und Handlungsquellen für sein soziales Engagement:

II: Das Persönliche, das Eigene ist ihnen wichtig?

H: Ich bin, äh wie sagt man allgemein, Individualist. Doch ich glaub, in die Sparte komm ich scho rein. Weil ich kann keine Spielregeln einhalten, außer die gesetzlichen... im Gegenteil, ich bin ein sehr sozial denkender Mensch. Ich kann nix anfangen mit Leuten, die das machen, was alle machen. Es stört mich, es stößt mich ab. Drum hab ich auch keinen Bezug zu bestimmten Gruppen von Beamten, ich kann die nicht ab. Oder Politiker. Oder die so genannten Manager. Die stoßen mich ab. Sie mögen vielleicht Erfolg in der Gesellschaft, in der so genannten Gesellschaft, die niemals meine sein kann, haben, aber ich empfinde sie als abstoßend. Weil wir sind alle eine Einheit in der Welt und wir müssen einander helfen. Und des kann ich wiederum nur, wenn ich auch den sozialen Gedanken in mir trage. Und des kann mir kein Ökonom sagen, dass er sozial denkt. Sonst hätte er nicht Ökonom werden können – ganz einfach.

H. bezeichnet sich als »Individualist«, der sozial denkt – auf den ersten Blick ein Widerspruch. Für ihn jedoch scheint dies nicht unbedingt widersprüchlich zu sein, denn dominant, erfolgreich und kulturell prägend sind in der »sogenannten Gesellschaft« in seiner Perspektive diejenigen, die eben nicht sozial handeln und denken, sondern ohne Begrenzungen ihre eigenen ökonomischen Interessen verfolgen. Seine Schlussfolgerung ist: Man muss geradezu unangepasst und eigenwillig sein, wenn man von dieser dominanten Position abweicht und sich für soziale Belange engagiert. Unselbständiges Denken, das den in der Gesellschaft dominanten Positionen ohne Nachdenken und eigene Wertsetzung folge, stößt ihn ab. Seine individuelle Eigenwilligkeit ist ergo auch politisch motiviert bzw. findet einen politischen Ausdruck. Politische und ethische Aspekte des Handelns sind für ihn von hoher Bedeutung, nicht materielle Ziele. Obwohl er seine Eigenwilligkeit im Interview unterstreicht, interessiert ihn letztlich nichts, was das Individuum äußerlich, durch besondere Attribute gegenüber anderen hervorhebt. Was für ihn zählt, ist das Denken und Handeln selbst und nicht der äußere Ausdruck einer Identität, die sich unterscheiden will. Von Bedeutung sind für ihn klassische Werte wie Gemeinschaft, Engagement und Sinn.

Beide, scheinbar widersprüchlichen Aspekte seiner Persönlichkeit, sowohl die Eigenwilligkeit wie auch die Gemeinschaftsbezogenheit, wurzeln tiefer in der Biographie und tauchen auch in seiner Familiengeschichte auf. Fast im gleichen Atemzug bezeichnet er sich einerseits als »Querschläger« innerhalb seines »konservativen« Elternhauses und beschwört andererseits den Zusammenhalt der Familie bzw. der Geschwister. Auch diese Feststellungen betrachtet er nicht unbedingt als Widerspruch: In der Familie gab es zwar Reibereien und Widerstände, besonders mit ihm als »Querkopf« – das Gemeinschaftsgefühl und die gegenseitige Unterstützung blieben davon aber unberührt; sie waren immer wichtiger und grundlegender als die Konflikte und sind es auch heute noch.

H: Ja, ich würd mich als Querschläger innerhalb der Familie bezeichnen.

II: Was waren denn ihre Eltern von Beruf?

H: Die warn beide ungelernt, des san Kriegskinder. Beide Kriegskinder, also mein Vater is ja schon verstorben. Meine Mutter hat neun Kinder zur Welt gebracht. Des is ein Fulltimejob.

II: Acht Geschwister.

H: Hmm.

II: Hat ihnen das gefallen, so viele Geschwister?

H: Ja. Ich möchert nie als Einzelkind aufwachsen. Na! Da gibt's zwar viele Reibereien, aber einen Zusammenhalt wie Pech und Schwefel. Des kann man als Einzelkind von niemanden haben, weil wenn kein zweites Kind da is, gibt's keinen Zusammenhalt. Und heute noch. Wenn in der Familie was passiert, die Familie steht zusammen.

Sein Sinn für soziale Probleme und soziales Engagement sieht H. nicht nur durch seine große Herkunftsfamilie gefördert, auch die christliche Prägung der Region, in der er aufwuchs, spielt eine Rolle. Beide Einflüsse, der familiäre und der religiöse, sind gewissermaßen »individualistisch gebrochen«, da er die Werte seiner Herkunftsmilieus nicht unhinterfragt weiterführt, sondern sich durch seine kritische Sichtweise zunächst distanziert hatte, sie heute aber auf ganz eigene Weise verarbeitet und anwendet. In der folgenden Passage macht er seine Ablehnung formaler Gesichtspunkte deutlich, die inhaltliche Arbeit und Legitimität zählt für ihn und nicht das Äußere, nicht die Form und nicht die Institution. Er hat offensichtlich keine Mühe zu widersprechen, fügt sich auch im Interview nicht Kriterien der sozialen Erwünschtheit oder Erwartungen, sondern beharrt umgekehrt auf seiner eigenen, durch Überzeugungen begründeten Sichtweise der Dinge:

II: Und wie wollen sie ihre Überzeugungen umsetzen?

H: Ja, also wir haben jetz den Arbeitskreis Erwerbslose aufgebaut, jetz haben wir einen neuen Verein eintragen lassen »Sozial Helfen e.V.«. Ich mein des is für jemanden der nix hat, eine ganz passable Leistung.

II: Ihnen is des also schon wichtig? Die Vereine?

H: Die Vereine sind mir überhaupt nicht wichtig. Aber dies speziellen, der soziale Gedanke einem Menschen zu helfen. Weil da kommt ein bisschen das Gläubige bei mir durch. Ich bin zwar kein Kirchenanhänger, aber ich glaub einfach an bestimmte Theorien. Weil was ich im Guten hergeb, krieg ich tausendmal auf irgendeine Art zurück. Und des Materielle is marginal. Des is net von großer Bedeutung.

II: Des heißt selbst wenn sie das Geld hätten, würden sie nicht anders leben wollen als jetz?

H: Na. Ich würd mir vielleicht ein paar kleine Dinge leisten, des is selbstverständlich. Ich mein wenna da is... des wär ja albern, wenn ichs auf der Bank verrotten lassen würd. Kleine Wünsche würd ich mir sicher erfüllen, aber ich könnt jetz ausm Stehgreif net sagen, was mir wichtig wär.

Herr H. ist stolz darauf, den Arbeitslosenselbsthilfeverein mit aufgebaut zu haben, denn hier sieht er seine Werte in die Tat umgesetzt. Stolz ist er dabei auch auf seine persönlich Leistung: »Ich mein, des is für jemanden, der nix hat, eine ganz passable Leistung.« Er bezeichnet sich als »Allrounder«, der überall anpackt, wo es nötig ist. H. will anderen Notleidenden helfen, auch und gerade weil er selbst wenig hat – ein nahezu urchristliches Motiv. Seiner eigenen, nicht gerade privilegierten sozialen Position verleiht er Sinn, indem er sein Engagement dazu nutzt, um Menschen, die in einer ähnlichen Situation sind wie er und die über ihren Problemen verzweifeln, unter die Arme zu greifen. Mit diesem Handlungsmuster überwindet er die eigenen Probleme bzw. verleiht ihnen Sinn. Ande-

ren zu helfen, das ist seine Variante des »Münchhausen-Effekts« – es versetzt ihn in die Lage, sich am eigenen Schopf aus dem Sumpf der Probleme zu ziehen. Indem man anderen hilft, hilft man auch sich selbst, indem man andere berät, gibt man gleichzeitig sich selbst einen Rat:

H: Ich will den Menschen zeigen, weil ich bin ja ALG II – Empfänger, dass man auch mit so wenig Geld anderen helfen kann. Weil des soll den Schwächsten der Schwachen Mut machen. Weil wir sind heute leider in der Situation, dass der Alkoholmissbrauch, der Drogenmissbrauch ständig zunimmt, der Suizid laufend zunimmt. Und da hör ich von keiner Partei oder sozialen Einrichtung oder gar von der Kirche was. Des is eine traurige Tatsache. Und des is eine durchaus dankbare Aufgabe, sich mit denen auseinanderzusetzen, weil da erkenn ich ja meine eigenen Probleme wieder. [...] Und auch wenn jemand Sorgen hat, da ist immer der Platz, wir können über alles reden. Denn es gibt viele traurige Menschen und es is traurig, dass es so viele traurige Menschen gibt.

H. fungiert nicht nur als Organisator des Vereins, sondern auch als eine Art »weltlicher Seelsorger«, der da ist und hilft, der zuhört, wenn die innere Not am größten ist. Diese Arbeit betrachtet er für sich als Alternative zur Erwerbsarbeit, eine Alternative, die sogar mehr Befriedigung bringt als die Formen der Arbeit, die er im Laufe seiner Berufstätigkeit kennengelernt hat:

II: Des heißt im Moment steht für sie im Vordergrund, mit dem Verein Menschen helfen zu können?

H: Ja. Es is ja so. Man kann immer zwei Wege gehen. Einen hab ich beschritten, erfolglos. Grad in unserer Region is des eine Katastrophe. Jetz muss ich den anderen Weg beschreiten. Und ich hab festgestellt, der bringt mir mehr Erfüllung. Ich knie mich hier rein, da krieg ich was zurück. Ich krieg Wärme zurück, ein Danke. Marginale Dinge in der großen Gesellschaft, die sind mir als Mensch aber von großer Bedeutung und Wichtigkeit.

H. engagiert sich mit großem Einsatz und bekommt im Gegenzug durch seine ehrenamtliche Tätigkeit wichtige Ressourcen zurück: Anerkennung und Wertschätzung. Für ihn ist die ehrenamtliche Tätigkeit deshalb ein »zweiter Weg«, der einen Ausweg aus der Sackgasse der Erwerbslosigkeit bietet, eine in mancher Hinsicht sogar bessere Alternative darstellt. Er erfährt, dass er mit Arbeit und Engagement Dinge bewirken kann, die mit seinen Überzeugungen übereinstimmen, nicht zuletzt deshalb verleiht ihm seine ehrenamtliche Tätigkeit sichtbar Selbstbewusstsein. Er ist stolz darauf, sich die Qualifikationen, die er dafür benötigt, selbst angeeignet zu haben. Im Interview sagt er an einer Stelle: »Ich bin eigentlich Allrounder, ich kann fast alles« – sicher keine typische Äußerung für einen Langzeiterwerbslosen. Herr H. organisiert nicht nur die Belange des Vereins, auch tragende Ideen stammen von ihm. Die Idee des Tauschrings beispielsweise hat Herr H., angeregt durch entsprechende Fernsehberichte sowie durch den Austausch mit anderen Erwerbsloseninitiativen, mitentwickelt und umgesetzt.

Da ihm materielle Aspekte nicht besonders wichtig sind, ist er bereit, mit dem geringen Einkommen aus ALG II auszukommen und seine Zeit und Kraft dem Ehrenamt zu widmen. H. sieht für sich kaum eine Möglichkeit, eine Arbeitsstelle zu finden, sagt, er habe dies für sich angesichts der trostlosen Arbeitsmarktlage in seiner Region und der besonders schwierigen Situation der älterer

Erwerbsloser abgehakt. Zudem würde er aus persönlichen und aus politischen Gründen nicht alles tun, um eine Stelle zu bekommen, und auch nicht jeden Job für jedes Geld annehmen. Er zieht damit bewusst politisch begründete Grenzen der individuellen Flexibilität und Mobilität ein. Seine individuelle Anpassungsfähigkeit sieht er als eingeschränkt an, aufgrund seines Alters, aber auch aufgrund seiner »Querköpfigkeit«, auf die er stolz ist und die er nicht unmittelbar und nicht um jeden Preis aufgeben möchte. Seine Perspektive auf die Situation auf dem Arbeitsmarkt ist von Ausgrenzungserfahrungen geprägt, aber auch von politisch und ethisch begründeter Anpassungsverweigerung. Durch die Chancenlosigkeit, die er erlebt hat, klingen seine Äußerungen zur Arbeitsmarktsituation der Älteren in seiner Region kritisch-spitz und resigniert zugleich:

H: Über 50-Jährige können sich in den Keller runterhocken, da sinds besser aufgehoben als bei einem Vorstellungsgespräch. So einfach is die bittere Realität. [...] Des hab ich abgehakt. Sollte sich was ergeben, des is dann wieder was anderes... Dass ich da jeden Tag renn und sag: »Bitte bitte.« Na, wer bin ich? Niemals! Weil wenn ich tausend mal bitte mach, drückt der den Lohn immer tiefer. Dann haben wir nen Lohn von Bangladesh.

Im Hintergrund seiner Einschätzung der Situation auf dem Arbeitsmarkt steht die Analyse der ungleichen Kräfteverhältnisse zwischen Kapital und Arbeit, die sich durch die hohe Zahl der Erwerbslosen verschlechtert. Die erzwungene Konzessionsbereitschaft der Arbeitnehmer bezüglich Lohn und Arbeitsbedingungen schwäche die Verhandlungsmacht der Erwerbstätigen weiter. Auch deshalb ist H. nicht bereit, jede Arbeit für jeden Lohn anzunehmen, sondern hält institutionell eingezogene Grenzen am Arbeitsmarkt für politisch notwendig. Diese sind allerdings schon so weit abgebaut worden, dass Erwerbsarbeit nicht mehr unbedingt den Lebensunterhalt zu sichern vermag:

H: Da kann ich net a mal mein täglich Brot erwerben, geschweige denn die Wohnung und die Heizung, da liegt ja unser Problem. Die Aasgeier der Gesellschaft sin ja so drauf, noch mehr arbeiten für weniger Geld, Kündigungsschutz aufgehoben, warum? Weil sie keine Gehälter mehr zahlen wollen. Sie wollen zwar die gute Produktion, aber keine Gehälter mehr bezahlen. So einfach. Jahrzehnte hat jetzt der Arbeitnehmer Druckmittel gehabt und die sind jetzt weggebrochen, jetzt drücken die Ökonomen zurück. Und jetzt müssen halt die Leute auf die Straße gehen.

H. will nicht nur helfen, sondern auch gesellschaftliche Strukturen verändern, seine Motive sind nicht nur altruistisch oder religiös, sondern auch politisch geprägt. Im lokalen Selbsthilfeverein der Erwerbslosen ist H. »der Mann im Hintergrund«, der heimliche Dreh- und Angelpunkt des Vereins, in organisatorischer wie in menschlicher Hinsicht. Offiziell ist er »nur Beisitzer«, inoffiziell regelt er einen Großteil der organisatorischen Belange des Vereins. Er bezeichnet sich als den »Mann, der im Stillen arbeitet« und der unauffällig hilft, wo er kann. Dabei hat er es oft mit schlimmen Schicksalen zu tun, mit Verzweifelten und auch manchmal mit Suizidgefährdeten, wie er erzählt.

Die Motivation zu helfen ist bei H. sowohl politisch wie auch religiös verankert. Christliche Motive tauchen im Interview explizit auf, obwohl er sich gleich-

zeitig von institutionellen kirchlichen Kontexten abgrenzt. H. bezeichnet sich an einer Stelle als »überzeugter Anhänger von Jesus von Nazareth« und dessen Ideen, zeigt sich aber auch offen für andere Religionen und deren Philosophie. Er bezeichnet sich selbst als religiösen Menschen, der an den Grundideen der Religion interessiert ist, die Institution Kirche jedoch ablehnt.

H: Ich bin ein überzeugter Anhänger von Jesus von Nazareth, von seinen Ideen.

II: Weil er auch Menschen geholfen hat?

H: Weil er einfach Fakten geschaffen hat. Wenn alle Menschen so leben würden wie er, dann bräuchten wir den Papst nicht mehr. Wir bräuchten keine Gerichtsbarkeit mehr. Wir sind im Paradies, wir leben im Paradies, wir sind nur zu blöde, die dreckige Kugel, jeder für sich, zum Paradies zu machen. Jesus von Nazareth und, des is net der einzige, der mich interessiert, auch der Mohammed, also des sin schon hochinteressante Gedankengänge, die da im Raum stehen. Jesus hatte Werte, die mir einfach gefallen, die er sehr stark vertreten hat: Armut, Demut und Nächstenliebe. Wer diese Werte für sich in Anspruch nimmt, kommt mit seinen Mitmenschen hervorragend aus. Auch ich bin fehlerhaft, ganz klar.

II: Finden sie dann Halt in der Philosophie?

H: Halt net. Eine Grundlage, wie mans besser machen könnte. Des wäre etwas zu hochgestochen. Ich bin auch nur ein Mensch. Ein faszinierter Mensch. Das Heil liegt schon in mir selber drin.

II: Gehen sie dann in die Kirche?

H: Nein, ich will nix mit der Amtskirche zu tun haben.

Auch hier zeigt sich wieder die spannungsgeladene Grundfigur seines Selbstverständnisses: H. lehnt die fraglose Anpassung an die Institution Kirche ab und versteht sich auch in Grundüberzeugungen als Individualist, der in Orientierung an großen religiösen Vorbildern seine eigenen Wege geht. Er setzt sich aber in seinem ehrenamtlichen Engagement praktisch für die christlichen Grundwerte und Grundideen ein. Gesellschaftliche Institutionen allerdings, die das Etikett »christlich« für sich in Anspruch nehmen, aber nicht nach den christlichen Grundwerten handeln, lehnt er strikt ab:

H: Wenn man, und des is jetzt ein bisschen philosophisch, wenn wir denn Christen sin, was ja unsere Parteien, CDU/CSU (sagen,) demokratisch, christlich und sozial wären, dann würde es das gar nicht geben, dass Menschen unter der Brücke leben müssen, weil sie nicht anders können ... natürlich gibt es auch Ausnahmen. Aber wenn unser Staatssystem die Leute dazu nötigt, dass sie aus der Bahn fallen, dann stimmt was nicht mehr. Und dann will ich von denen nicht mehr hören »wir sind christlich-demokratisch oder christlich-sozial«. Auch die SPD, des is die gleiche Verbrecherbande, da brauchen wir gar nicht reden. Des darf in so einer reichen Gesellschaft, wie in Deutschland und Deutschland ist die reichste Gesellschaft der Welt, des wissen bloß die meisten net. [...] Wir haben Gelder, da staunt die ganze Welt. Und dann haben wir arme Mensche, die nicht mehr wissen, wie sie leben sollen. Wenn des christlich is, dann wende ich mich vom Christentum ab. Des hat mit meinem Verständnis von meinen Mitmenschen und vom Glauben überhaupt nix zu tun. Aber auch überhaupt nix.

Herr H. zeigt sich in diesem Zitat auch als »politischer Querkopf«, der die großen Parteien und ihre Problemlösungsversuche in Bezug auf die strukturelle Erwerbslosigkeit ablehnt. Auch diesbezüglich bringt er seinen »Eigensinn« zur Geltung. Seine Kompromisslosigkeit und sein mangelnder Anpassungswille sind ähnlich ausgeprägt wie bei B. (Fallbeispiel 7.2.), führen ihn aber nicht zur sozialen Lage

und Figur des isolierten Eremiten, sondern zu einer engagierten Hinwendung an die Gesellschaft mit neuen Handlungsprämissen. Auch H. hat durch die anhaltende Erwerbslosigkeit, wie B., ein Problem mit sozialer Inklusion, auch er exkludiert sich zum Teil bewusst selbst von dominanten kulturellen Strömungen, um Unabhängigkeit und Überzeugungen entwickeln und bewahren zu können. Auch er zieht sich – wenn auch aus anderen Gründen als B. – zurück vom Arbeitsmarkt und von gesellschaftlichen Lebensstilen, die er als dominant und stilprägend erlebt. Seine Handlungskonsequenzen sind jedoch andere als bei B.: Er verweigert sich nicht nur gegenüber den angebotenen sozialen Rollen wie B. (und gerät dabei in die Isolation), sondern er inkludiert sich neu, mit veränderten, selbstgesetzten Handlungsprämissen.

### **Lebensstil und Mediengebrauch**

H. interessiert sich überhaupt nicht für Mode, sein Einkaufsverhalten ist nicht von Modetrends bestimmt, sondern lediglich der reinen Notwendigkeit geschuldet. Mode bezeichnet er als »Konsumterror«. Er lebt bescheiden, ohne große Ansprüche. Beim Essen achtet er auf gute Qualität: »Ich muss nicht viel essen, aber ich will gut essen. Da sieht man ein bisschen meine Eigenheit wieder.« Fleisch- und Backwaren kauft er deshalb in Fachgeschäften, sonstiges schon auch mal im Discounter um die Ecke. Seine Kleidung und sein Äußeres sind ihm völlig gleichgültig (»des is mir sowas von wurscht«), dafür gibt er sehr wenig Geld aus, kauft nur das Billigste. Nur auffallen will er nicht, wenn notwendig, passt er sich mit seiner Bekleidung den Anforderungen der Umwelt an, auf die preiswertest mögliche Weise. Auch bei Möbeln und Einrichtungsgegenständen ist er sehr anspruchslos. Lediglich die Medienanbindung an die Kommunikationsgesellschaft muss stimmen:

H: Des is mir wurscht.. Ich geh keinem Modetrend nach. Wichtig is, dass ich meinen Fernseher hab. Den Fernseher, den Computer, den ich hab und des Telefon. Was sonst so rumsteht, des seh ich ja eh net, wenn ich reingeh.

I2: Is dann des Internet nicht wichtig?

H: Doch doch. Fernseher und der Rechner und des Telefon sind scho wichtig.

I1: Was machen Sie im Internet? Gewinnen Sie da ihre Informationen her?

H: Ich hol mir in erster Linie Informationen. Korrespondier natürlich auch mit politischen oder sozialen Gruppen. Was man halt so macht. Also net shoppen. Ich bin net bei Ebay oder irgendwo da Stammgast. Nur einfach informativ.

Medien- und Kommunikationsgeräte sind für H. von hoher Bedeutung, allen voran das Fernsehen. Er benutzt die Medien vor allem zu Informationsgewinnung. Auch an anderer Stelle, zum Schluss des Interviews, betont er die Bedeutung des Fernsehens. Im Unterschied zu anderen Interviewpartnern gibt er ehrlich und sichtbar ungeschönt zu, den Fernseher im Dauergebrauch zu haben. Der Fernseher scheint die ständige Geräusch- und Bildkulisse seines Alltags darzustellen – dies erzählt er im Interview erstaunlich unbefangen. Möglich, dass sein Leben als Alleinstehender dabei eine Rolle spielt, dass auch Einsamkeit im Alltag auf diese



Weise überdeckt wird. Von Bedeutung ist aber, dass ihn nicht vorrangig Unterhaltungssendungen interessieren, (die er auch konsumiert), sondern vor allem Informationssendungen und Magazine. Er will möglichst umfangreiche Informationen zu politischen Themen sammeln, außerdem ist ihm daran gelegen, die Politiker im Originalton zu hören, um das Ungesagte, den Subtext politischer Äußerungen interpretieren zu können.

I2: Warum ist der Fernseher besonders wichtig?

H: Der ist an, solange ich die Augen offen hab.

I2: Als Unterhaltung?

H: Na, am Tag werd ich schon so zwei Stunden Unterhaltung zambringen, aber der Rest sind rein wissenschaftliche Sendungen, Nachrichten sind auch sehr wichtig. Des sind doch die Informationen, die die Grundlage fürs eigene Leben sind. Was nützt mir denn der James Bond? Da werden neue Gesetze gemacht, des is wichtig. [...] da muss man hinter die Leinwand schau, da sind die Wahrheiten und Geheimnisse. Ich will des hören, was sie nicht sagen, des wo zwischen den Zeilen steht. Des erfordert viel lesen, Fernsehschaun und auch einige Stunden im Internet.

Die Medien der Massenkommunikation sind für H. von Bedeutung, nicht nur zur passiven Nutzung, als Ersatz für menschliche Gesellschaft im Alltag, sondern vor allem auch zur aktiven Nutzung, zum Beispiel um umfassende Informationen für sein politisches und gesellschaftliches Engagement zu gewinnen und um sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. H. kommt es nicht nur auf eine informationstechnische und symbolische Inklusion durch Medien an – vielmehr weiß er diese Inklusion durch seinen politischen und kulturellen »Eigensinn« zu brechen und für seine selbstgewählten Zwecke zu nutzen.

### **Inklusion und Exklusion: Zusammenfassung**

Herr H. sieht in seiner Lage keine Chancen mehr für sich auf dem Arbeitsmarkt: Mit 53 Jahren und in einer grenznahen Region mit nur wenigen offenen Stellen auf dem Arbeitsmarkt sind seine Möglichkeiten strukturell sehr begrenzt. Die Stellensuche hat er nach vielen erfolglosen Versuchen quasi aufgegeben, da er nicht mehr mit einer Zusage rechnet: »Ja, des hab ich abgehakt. Des hab ich abgehakt.« Doch rechnet er die vielen Ablehnungen und die eigentlich aussichtslose Lage auf dem Arbeitsmarkt nicht sich selbst als Individuum zu, das an solchen Verhältnissen auch verzweifeln könnte, wie er an anderen Erwerbslosen, die er berät und denen er versucht zu helfen, sieht. Er hält seinen »Eigensinn« sowie die Kritik an gesellschaftlichen Strukturen und an der ökonomischen Rationalität gegen die erlebten strukturellen Ausschlüsse – was ihm hilft, die Situation aktiv für sich zu verarbeiten, anstatt sich der strukturellen Übermacht der Probleme zu ergeben:

I2: Ham sie dann schon viele (Bewerbungen) erfolglos gehabt?

H: Zwangsläufig. Des is einfach so. Weil man muss ja nur ökonomisch denken. Und zwar, des is ja menschenverachtendes Denken, aber es ist wichtig für die Wirtschaftler. Warum, wenn ich Unternehmer bin, soll ich so einen alten Sack wie mich einstellen, der noch dazu einen

so eigenen Kopf hat? Ja es is doch so. Wenn ich da einen 25-Jährigen für weniger Geld haben kann und den ich noch formen kann. So alte Esel wie uns kann man nicht mehr formen. Und des wissen die Unternehmer auch.

I2: Also sehen sie da wenige Chancen noch mal einen Job zu kriegen?

H: Ja des hab ich abgehakt. Des hab ich abgehakt.

Herr H. ist trotz seiner aussichtslosen Lage auf dem Arbeitsmarkt nicht resigniert. Die Erfahrungen der Exklusion verarbeitet er in »Eigensinn« und Gesellschaftskritik. Er kritisiert die Strukturprobleme des Arbeitsmarktes, die materielle Gier und Heuchelei der Eliten sowie die Unfähigkeit der Politik, adäquate Lösungen für diese Probleme zu finden. So gelingt es ihm, die Individualisierung des Scheiterns auf dem Arbeitsmarkt kritisch gegen die Gesellschaft zurückzuwenden und sich nicht als Person die Kosten der sozialen Exklusion aus dem Erwerbsleben anzulasten. *»Eigensinn« und Gesellschaftskritik stellen, wie beim Fallbeispiel B., ein kognitives Bewältigungsmuster der sozialen Exklusion dar, das als Folie eines vom Erwerbssystem unabhängigen Identitätsentwurfes dient.* Bei Herrn H. verbleibt das Bewältigungsmuster jedoch nicht bei »Eigensinn«, verbaler Kritik und einem abweichenden, asketischen Lebensstil, sondern mündet in eine neue politische Vergemeinschaftung und entsprechende kollektive Handlungsformen. Er erlebt sich nicht primär als Scheiternder und Erfolgreicher, auch nicht ausschließlich als Opfer der Verhältnisse oder der Mächtigen, sondern als ein aktiv handelnder Mensch, der sich engagiert und daraus eine sinnhafte Strukturierung seiner Zeit gewinnt, und gleichzeitig mit seinen Grundüberzeugungen in Einklang steht. Das verschafft ihm eine Zufriedenheit, die ihm eine marktvermittelte Tätigkeit nicht bieten könnte. Deshalb ist Herr H. – im Unterschied zu Herrn B. – nicht resigniert und auch nicht isoliert, selbst wenn er auf den ersten Blick »eigenbrötlerisch« und »eigensinnig« wirkt.

Für sein soziales und politisches Engagement, das für ihn eine echte Alternative zu einer regulären Beschäftigung darstellt, und für seinen Arbeitseinsatz bekommt er nach eigenen Worten Respekt und Anerkennung. *Für Herrn H. stimmt dieser Austausch, auch wenn er biografisch voraussetzungsreich ist, da er eine hohe materielle Verzichtsbereitschaft verlangt.* Er lebt in einer sozialen und kulturellen Randlage, doch nutzt er die kognitiven Chancen dieser Randlage und setzt sie in entsprechendes Handeln um. Durch sein Engagement vermehrt er zwar nicht sein ökonomisches, jedoch sein kulturelles und soziales Kapital; er ist in der Lage, seine Fähigkeiten und seinen Informationsstand, trotz geringer formaler Bildung, selbstgesteuert zu verbessern und zu optimieren. *Dem durchaus einschneidenden materiellen Verzicht stehen symbolische, kulturelle und soziale Gewinne gegenüber: Anerkennung, Qualifikation, Legitimität und »Lebenssinn«.* Herr H. ist materiell anspruchslos bis asketisch in seinem Lebensstil; symbolischer Konsum sowie soziale Geltung durch Besitz und materiellen Erfolg bedeuten ihm nichts. Im Gegensatz zum Fallbeispiel B. gelingt es H., nicht beim »Eigensinn« stehen zu bleiben, sondern seine (durchaus bewusst und absichtsvoll) individualisierte Lebensform in neue soziale Zusammenhänge zu integrieren und

dadurch ein kollektiv abgesichertes Selbstbild, eine sozial abgestützte Form der Identität zu entwickeln. Doch hat dieses Bewältigungsmuster gewissermaßen *biografische Voraussetzungen*: Durch seine Sozialisation innerhalb einer Großfamilie, in einer stark religiös geprägten Umgebung sieht Herr H. bei sich als Person nicht nur *Individualität und »Querköpfigkeit«* ausgeprägt, sondern auch ein *hohes Maß ein Gemeinsinn und kollektiver Orientierung*. Anderssein beinhaltet auch für Herrn H. ein soziales Risiko, auch über seinem Lebensentwurf hängt das Damoklesschwert der Exklusion, doch gelingt es ihm, dieses Risiko in sozial gestützte Handlungsformen umzusetzen, und damit eine *abweichende und »karge«, aber selbstgewählte und kollektiv gestützte Form der sozialen Inklusion* zu erreichen.



## 8. Dinge und soziale Inklusion

---

In den »Lieblingsobjekten« verdichten sich ästhetische Präferenzen, soziale Erfahrungen und Identitätsaspekte. Die Objekte verweisen sowohl auf schicht- und milieuspezifische »Geschmackskulturen« als auch auf persönliche Entwicklungsfragen. In persönlichen Objekten verdichten sich selbstverständliche Annahmen, implizites lebensweltliches Wissen und unhinterfragte Einstellungen. Erfahrungen der sozialen Exklusion müssen sich folglich auf der Ebene der Objekte abbilden, ebenso wie die Strategien, mit diesen Exklusionserfahrungen umzugehen. Persönliche Objekte geben Hinweise auf soziale Positionierung, auf Sinnstrukturen der Lebenswelt sowie auf soziale Erfahrungen und biographische Brüche oder Markierungen. Bei der Interpretation des Text- und Bildmaterials wurden die genannten und abgebildeten Objekte daraufhin »befragt«, ob sie Aussagen für die Selbstverortung der Befragten innerhalb sozialer Gruppen und Milieus sowie hinsichtlich sozialer Zugehörigkeit und Zuordnung enthalten bzw. ob sie auf Prozesse der Exklusion, der Entfremdung und Vereinzelung hinweisen. Im Folgenden werden die Objektgruppen, die in den Interviews mit den Erwerbslosen genannt werden, im Hinblick auf Inklusion und Exklusion untersucht und mit den Lieblingsdingen der (nicht-erwerbslosen) Vergleichsgruppe verglichen.

Unter den häufigsten Lieblingsgegenständen, die von unseren Interviewpartnern genannt wurden, waren zwei Dinge, die sehr gegensätzliche lebensweltliche Aspekte repräsentieren: das Handy und die Jogginghose. Während das Handy, das überwiegend von jüngeren Personen (unter 30 Jahren) genannt wurde, für soziale Beziehungsnetzwerke steht, für Personen, mit denen man in quasi ständiger Verbindung ist, repräsentiert die bequeme Jogginghose geradezu das Gegenteil: die Aspekte und Zeiten des Lebens, in denen man von sozialen Zwängen befreit ist, die man zu Hause in seiner gewohnten Umgebung, in seinem »Kokon« verbringt, und die mit Freizeit und Freiheit assoziiert werden. Interessanterweise wurden beide Gegenstände als Lieblingsobjekte von Angehörigen aller Schichten genannt.

Das häufige Auftauchen von Kommunikationsmedien und Bekleidungsgegenständen als Lieblingsgegenstände liegt nicht zuletzt daran, dass Bekleidung als exemplarische, optionale Kategorie persönlicher Objekte in der Vorbereitung der Interviews ausdrücklich erwähnt wurde, um eine Objektgruppe im Material zu erzeugen, die in allen Interviews auftaucht und die die Vergleichbarkeit der einzelnen Fälle erhöht. Die Befragten wurden also vor dem Interview aufgefordert, neben anderen Lieblingsdingen auch Bekleidungsgegenstände auszuwählen.

Kommunikationsmedien wurden in der Regel mit sozialem Anschluss, mit Unterhaltung und Genuss, mit Informationen, sowie mit gemeinsamer Zeit, z. B. mit Freunden, assoziiert. Auch die Bekleidung erwies sich als symbolisch vielschichtig und verweisungsreich. Sie kann ein Zeichen für die subkulturelle Abweichung ebenso sein wie explizites Symbol für Normalität – dafür, dass man mit nur sehr wenigen finanziellen Mitteln dennoch den Anschluss an die gesellschaftliche Mitte zu halten versucht. Bekleidung kann ebenso ein Symbol für Geborgenheit und Schutz wie eine aggressiv formulierte Chiffre von Individualität und Abgrenzung sein. Sie kann für einen Neuanfang nach einer Phase des Abstiegs stehen, oder für tatsächlichen oder erträumten Erfolg. Oder sie kann zur Identitätsversicherung explizit Weiblichkeit oder Männlichkeit betonen, wenn andere Orientierungspunkte rar sind, manchmal in geradezu karikierender Übersteigerung des Geschlechtscharakters. Die Bekleidung steht zum einen für das ganz Eigene, für den individuellen Stil, auf der anderen Seite wurde sie aber auch häufig mit Blick auf relevante Andere genannt: das T-Shirt, das einem der Freund geschenkt hat oder die Strickjacke, die von der Mutter stammt und Geborgenheit vermittelt.

Häufig wurden in den Interviews jedoch Dinge präsentiert, die nicht neu sind und auch keine Mode oder einen sozialen Status repräsentieren sollen, sondern hochindividualisierte Objekte sind, die eng mit der eigenen Biographie und lebensweltlichen Ereignissen von besonderer Bedeutung verbunden sind. Lieblingsdinge aus der Kindheit beispielsweise, die man aufgehoben oder sich wiederbeschafft hat, Geschenke oder Erinnerungen an wichtige, einem nahestehende Personen, Erbstücke, die Erinnerungen bergen, symbolisch hoch aufgeladene »Glücksbringer« oder andere »magische« Objekte. Diese Lieblingsgegenstände können für die längst vergangene Unbeschwertheit früherer Lebensphasen stehen, aus denen man nach wie vor Kraft schöpft, oder sie können auch wichtige Wendepunkte des Lebens, Lernprozesse markieren. Die bedeutsamen Dinge aus der Vergangenheit können aber auch auf das hinweisen, was die Gegenwart vermissen lässt. Die Vergangenheitsorientierung ist – wen würde das verwundern – besonders stark bei Personen ausgeprägt, deren momentane Lebenssituation nicht mehr allzu viele Perspektiven bietet, die nur noch über wenige soziale Anschlüsse und über begrenzte Perspektiven verfügen. Dauert die Erwerbslosigkeit noch länger an, lässt die Hoffnungs- und Perspektivlosigkeit unter Umständen auch den Vergangenheitsbezug schwinden, wie einige unserer Beispiele zeigen, und die Person bleibt quasi im »sozialen Nichts« zurück, ohne erkennbaren sozialen

Halt und Orientierung. Die Kontakte zur Familie und zu langjährigen Freunden sterben nach und nach ab, und neue soziale Kontakte werden nur punktuell und mit Einschränkungen zugelassen; die Möglichkeit des Rückzugs erscheint immer wichtiger als die Bindung.

In den Interviews wurden jedoch auch Dinge als Lieblingsobjekte präsentiert, die symbolisch unbedingt den Anschluss an die Normalität zu wahren bzw. zu finden helfen sollen: Diese Dinge demonstrieren technische oder sozial-kulturelle Kompetenzen, sie versuchen, die Normalitätsfolie, den »bürgerlichen« Charakter des Lebensstils symbolisch aufrechtzuerhalten, obwohl man eigentlich nicht mehr über die entsprechenden finanziellen Mittel dafür verfügt. Unter diesen Umständen entwickelt sich Stolz darauf, qualitativ gute Dinge zu Schnäppchenpreisen zu finden und mit knappen Finanzen so zu haushalten, dass man trotz des Geldmangels eine »anständige Figur« macht, zum Beispiel mit entsprechender Kleidung.

Kreativität und Eigentätigkeit bilden häufig ein wichtiges Motiv, das die Lieblingsdinge begleitet: Musik oder verschiedene Tätigkeiten des bildlichen Gestaltens und des »Bastelns« wurden häufig genannt. Zum einen ist Eigenarbeit wichtig als Kompensationsstrategie für die finanzielle Knappheit – wenn man die Dinge selbst repariert, baut oder gestaltet, erspart man sich so manchen Kauf oder teure Werkstattkosten. Jenseits davon scheinen Kreativität und Eigenarbeit für die Befragten auch deshalb wichtig zu sein, weil es sich um Tätigkeiten handelt, die eine selbstgewählte kognitive oder sinnliche Ordnung schöpfen, ausgestalten und umsetzen. Bei kreativen Arbeiten handelt sich um sichtbar und sinnlich erfahrbare strukturierende Aktivität, die der erlebten Sinnlosigkeit der Situation und des momentanen Lebens entgegenwirken kann. Insbesondere Frauen nennen oft entsprechende Tätigkeiten oder Hobbies als Lieblingsbeschäftigung, und die dazugehörigen Produkte als Lieblingsdinge – für diese Interviewpartnerinnen scheinen solche Beschäftigungen wichtige Aktivitäten zur Strukturierung der eigenen Welt zu sein. Bei den befragten Männern hingegen wurden häufiger Tätigkeiten wie Computerbasteln oder andere eher technisch orientierte Aktivitäten des Zusammenfügens und Konstruierens genannt, möglicherweise aus ähnlichen Motivlagen heraus – auch ihnen scheinen diese Tätigkeiten wichtig zu sein für die sinnhafte Strukturierung der eigenen Welt.

Der Anschluss an die »Leistungsgesellschaft« lässt sich symbolisch auch über Sport herstellen. Häufig wurden uns in den Interviews Sport-Gegenstände oder ein betont sportliches Outfit genannt. Auch im Sport kann man Leistung erbringen, Erfolgserlebnisse erzielen, sich verbessern und steigern. Sportlich aktiv zu sein war für viele der Befragten wichtig – dies gilt aber nicht nur für die Erwerbslosen, gewissermaßen zur symbolischen und körperlichen Kompensation der erzwungenen alltäglichen Untätigkeit, sondern wahrscheinlich ebenso für viele Erwerbstätige.

Einige der Befragten betonen ihre Distanz zu den materiellen Werten der Konsumwelt in den Interviews. In ihren Äußerungen ist explizit oder implizit das

Statement enthalten, Dinge seien nicht so wichtig, wie es in unserer heutigen Konsumwelt erscheinen mag; worauf es wirklich ankomme, sei Engagement für Werte und für andere Menschen, für geliebte Personen oder für allgemeine gesellschaftliche Belange. Einer der Interviewpartner war dabei so konsequent, keine Lieblingsgegenstände anzugeben, da Dinge für ihn explizit nicht von Bedeutung seien. Andere hängen trotzdem an gewissen Dingen – nur zur dominanten Konsumkultur, die auch mit Motiven des dargestellten Erfolgs und der Statusbetonung unterlegt ist, wollen sie bewusst Distanz halten. Daneben stellt eine Minderheit der befragten Personen an ihren Lieblingsdingen heraus, dass sie sichtbar keinen Anschluss an die Mehrheitsgesellschaft (mehr) suchen. Hier repräsentieren die Dinge explizit nicht Inklusion, sondern sozialen Eigensinn, einen abweichenden Lebensentwurf oder eine relativ abgegrenzte Subkultur.

Alle erwerbslosen Personen, die wir befragt haben, mussten mit sehr knappen finanziellen Mitteln haushalten. Einige versuchten dies zu verbergen, teils aufgrund sozialer Scham und teilweise wohl, weil es für sie selbst einen großen, noch nicht verwundenen Einschnitt bedeutet, sich den gewohnten Lebensstandard nicht mehr leisten zu können. Viele stellten dar, wie sie sich trotz der sehr schmalen Ressourcen kleine Summen gewissermaßen vom Munde absparen, um sich bestimmte, in der Regel sehr bescheidene, Dinge kaufen zu können. Mit länger andauernder Erwerbslosigkeit werden die Finanzen immer angespannter, gleichzeitig dünnt sich der Fundus an Dingen, die man sich früher angeschafft hat und von denen man noch eine Weile zehren kann, mehr und mehr aus. Dann kann das Sparen und tägliche Haushalten richtig schmerzhaft werden. Doch nur wenige Interviewpartner beklagten sich offen darüber, denn Klagen helfe ja auch nicht weiter; meist überwog der Stolz, trotzdem noch irgendwie zurechtzukommen. Auch dies wird als persönliche Leistung empfunden, die mit Stolz und Würde verbunden ist, muss man doch für den alltäglichen Überlebenskampf Eigenschaften wie Findigkeit, Sparsamkeit und Anspruchslosigkeit entwickeln. Schnäppchenjagd wird zur Notwendigkeit, ebenso wie eine drastische Reduktion der eigenen Ansprüche an Stil, Komfort und generell an die Lebensansprüche und -ziele. Dies gelingt auch den älteren Befragten, auch wenn ihnen diese Veränderungen des Lebensstils nach Phasen des relativen Wohlstands und der Normalität von Arbeits- und Familienleben deutlich schwerer fällt als den jüngeren. Die Reduktion auf die wichtigsten Dinge wird von vielen zwar schmerzlich, aber auch als eine Art persönlicher Läuterung empfunden. Trotzdem wird man gewahr, dass man sich nach und nach immer mehr sichtbar von seiner Umwelt unterscheidet, dass das Stigma der Armut und der Exklusion äußerlich sichtbar wird. In dieser Phase wollen die meisten Befragten »nicht auffallen«. Sie wollen aussehen wie die Mehrheit um sie herum, nicht mehr und nicht weniger, denn Mode oder Individualität spielt jetzt keine Rolle mehr. Dieses Ziel, auszusehen wie der Durchschnitt, und nicht herauszufallen aus den sichtbaren Symbolen der »Wohlanständigkeit«, versucht man nun mit knappen Finanzen zu realisieren. Dauert die Erwerbslosigkeit noch länger an, so kann es sein, dass auch dieses



Motiv schwindet, und es einem gleichgültig wird, ob man »auffällt«. Einige wollen dann sogar auffallen und provozieren, zeigen, dass »es auch anders geht«, dass es andere Lebensweisen gibt als das relativ saturierte, konsumorientierte Leben der »etablierten Normalbevölkerung«, die in den Arbeitsmarkt integriert ist. Die abweichende eigene Randexistenz soll mit diesen Strategien »sichtbar« gemacht werden, um sich selbst seines Daseins zu versichern, denn die Unsichtbarkeit der Exkludierten drückt sie nicht nur materiell, sondern auch symbolisch an den Rand der Gesellschaft und lässt sie an der Legitimität ihrer Lebensweise, ja, ihrer Existenz zweifeln. Gesellschaftliche Sichtbarkeit bestätigt und bekräftigt die eigene Existenz und ist die Voraussetzung dafür, soziale Anerkennung erwerben zu können. Unsichtbarkeit nimmt einem, so gesehen, Chancen auf soziale Anerkennung, auf Wahrnehmung überhaupt, und da Identität nicht aus sich alleine schöpfen kann, sondern der Wechselwirkung und Bestätigung der sozialen Umwelt bedarf, nimmt die »Unsichtbarkeit« auch Chancen auf Identitätsbildung. Wer man ist, kann einem selbst zweifelhaft werden, wenn man keinen »social response« bekommt, nicht mehr wahrgenommen wird. Einige der Befragten unseres Samples ziehen aus dieser Erfahrung den Schluss, dass es besser sei, Aufmerksamkeit zu erregen, selbst wenn diese negativer Art ist, als im Stillen zu leiden und unsichtbar zugrunde zu gehen. Die Gesellschaft, die ihre Außenseiterexistenz verschuldet habe, soll die Umstände und Konsequenzen einer solchen Lebensweise am Rande der Gesellschaft gefälligst auch zur Kenntnis nehmen und die Bürde eines solchen exkludierten Daseins wenigstens wahrnehmen und nicht vollständig und unsichtbar auf den Einzelnen abladen.

Dinge bieten ihrem Besitzer zum einen stoffliche, materielle Funktionen – einen bestimmten Gebrauchswert, den sie vermitteln: Man kann sie entweder essen, mit ihnen spielen, sich wärmen, telefonieren oder sich im Raum bewegen. Zum anderen wohnen den Dingen symbolische Funktionen inne: Sie tragen Zeichencharakter und weisen zum Beispiel auf Wohlstand, Geschmack, Sportlichkeit, Weltgewandtheit oder auf Gemeinschaft hin. Stoffliche und symbolische Aspekte eines Dings können in einer engen Beziehung zueinander stehen, müssen es aber nicht, manchmal fallen diese Aspekte weit auseinander. Bestimmte Gegenstände verfügen auch kaum mehr über Gebrauchswerte und haben nur noch symbolische oder rituelle Funktionen: Dekorationsobjekte zum Beispiel oder Schmuck-Symbole einer Subkultur. Vor allem die symbolischen Funktionen der Dinge haben eine Beziehung zu Fragen der sozialen Inklusion und Exklusion. Durch den Symbolwert von Dingen kann man seine Zugehörigkeit zur Gesellschaft bzw. zu bestimmten Gruppen darstellen und »beweisen« oder auch Exklusionserfahrungen entgegenwirken. Es existiert eine Gruppe von Dingen, die gleich auf doppelte Weise auf Sozialität ausgerichtet sind: sowohl durch ihre stofflich-materiellen wie auch durch ihre symbolischen Eigenschaften. Diese Gruppe von Dingen muss unser besonderes Interesse finden, wenn wir den Zusammenhang von Dingen und Prozessen der sozialen Inklusion und Exklusion betrachten. Hierzu gehören etwa Kommunikationsmedien, die stofflich soziale

Anschlüsse ermöglichen, indem sie Zugang zu Informations- und Kommunikationsströmen vermitteln. Darüber hinaus besteht die Inklusionsfunktion dieser Dinge auch auf der Symbolebene: Mit ihrer Hilfe kann man kommunikative, technische und organisatorische Fähigkeiten (und Inklusionen) nicht nur praktisch nutzen, sondern auch demonstrieren. Diese Gruppe von Dingen ist von besonderem, gewissermaßen »doppeltem« Interesse, wenn es um die Kompensation von Exklusionserfahrungen geht.

Einige Kategorien von Dingen sind darüber hinaus quer über die untersuchten Fälle so stark präsent, dass hier detaillierter auf sie eingegangen werden soll. Sie stellen gewissermaßen »Schlüsselkategorien« für den Zugang zur Objektwelt der Befragten dar und geben Aufschlüsse über Erfahrungen der Inklusion und Exklusion sowie über Strategien des Umgangs damit. Kommunikationsmedien, um die es als erstes gehen soll, werden aufgrund ihrer doppelten Ausrichtung auf Sozialität als »Inklusionsobjekte« betrachtet und interpretiert. In einer Situation der eingeschränkten gesellschaftlichen Teilhabe scheinen sie umso wichtiger für die Befragten zu werden, als sie symbolische (und reale) Teilhabe an gesellschaftlichen Wissensbeständen und Beziehungen ermöglichen – und der Akkumulierung symbolischer »Kulturpartikel« dienen. Diese Funktion der Medien gerade für von Exklusion bedrohte Bevölkerungsteile wird in der medienkritischen Diskussion oft übersehen. Nach dem Abschnitt über Kommunikationsmedien geht es um Bekleidungsgegenstände, in denen sich ebenfalls soziale Inklusionen und Exklusionen spiegeln; soziale Selbstverortungen und Ansprüche auf Anerkennung werden auch in der Bekleidung sichtbar. In den darauffolgenden Abschnitten geht es um Kompetenz- und Leistungssymbole, um Objekte der Eigenarbeit und Kreativität, um Dinge, die sozialen Eigensinn zeigen sowie zuletzt um »geliebte Objekte«, die biographische Wendepunkte repräsentieren.

## 8.1 Kommunikationsmedien und soziale Inklusion

Elektronische Kommunikationsmedien wurden in den Interviews sehr häufig als Lieblingsobjekte genannt: Handys, Computer, Fernseher sowie elektronische Spielekonsolen mit entsprechenden Spielen. Zunächst verfolgten wir die Hypothese, diese Medien werden vor allem in der Situation der Arbeitslosigkeit aus eskapistischen Gründen besonders bedeutsam: Sie lenken ab von den alltäglichen Problemen, unterhalten, vermitteln Spannung, erlauben »billige« Vergnügungen und intensive emotionale Erlebnisse. Doch musste diese Hypothese im Verlauf der Analyse des Datenmaterials ergänzt werden. *Nicht nur Eskapismus ist ein Motiv für die hohe Bedeutung der Medien, wichtig werden diese Medien für auch aufgrund ihres Potenzials, mit Hilfe symbolischen Wissens soziale Inklusionen zu erzeugen.* Kommunikationsmedien verbinden Menschen mit ihrer sozialen Umwelt und lassen Informationsströme fließen. Sie wirken auch außerhalb des sozialen Nahbereichs, denn sie verbinden das Individuum informationstechnisch mit

der Gesellschaft, lassen es Kulturartikel wie Informationen und Symbole empfangen oder teilweise auch selbst senden. Kommunikationsmedien können deshalb besonders bedeutsam werden, wenn die soziale Inklusion brüchig oder bedroht ist, wenn soziale Ausgrenzungserfahrungen gemacht wurden. Empirisch ist festzustellen, dass auffällig viele Arbeitslose an allem Möglichen sparen, für die meisten jedoch der Betrieb ihrer Kommunikationsmedien – Fernseher, Handy, Computer, DVD, Playstation, Musikgeräte etc. sehr wichtig ist. Diese Geräte spart man sich auch bei geringem Einkommen vom Munde ab, kauft sie in billigsten Ausführungen oder baut sie selbst aus Gebrauchtteilen zusammen.

### 8.1.1 Das Handy

Das *Handy* wurde in den Interviews sehr häufig als Lieblingsgegenstand genannt, meist von jüngeren Befragten aus allen sozialen Schichten. Das Handy ist, wie die meisten technischen Kommunikationsmedien, ein Gegenstand der sozialen Inklusion, ein Ding, das das Individuum mit anderen Personen (oder mit der »Masse«) auf die eine oder andere Weise verbindet. Kommunikationsmedien haben für die Individuen mehrfache Funktionen: Sie können unterhalten, Genuss oder Informationen vermitteln, zerstreuen, ablenken und sie schaffen reale oder virtuelle soziale Inklusionen. Das Handy hat sich nachgerade zu einem »Multifunktionsgerät« entwickelt, mit dem man nicht nur telefonieren, sondern auch fotografieren und Fotos verschicken, Musik hören, Internetzugang erhalten und vieles mehr machen kann. Doch für die meisten Befragten bestand nach wie vor die wichtigste Funktion ihres Handys darin, dass man seine Freunde oder Liebsten jederzeit anrufen und ihnen das Neueste oder Alltäglichste berichten und sie am eigenen Erleben geradezu »live« teilhaben lassen kann. Auch ist man selbst für sie jederzeit erreichbar. Das Handy bietet die beständige Option der sozialen Verbindung, unabhängig vom Ort, an dem man sich gerade aufhält. Das Gerät repräsentiert *individualisierte, für jeden Teilnehmer anders konfigurierte, soziale Beziehungsnetzwerke*, denn man telefoniert nicht jederzeit mit beliebigen Personen, sondern in der Regel mit relevanten Anderen. Das häufige Telefonieren per Handy zeigt darüber hinaus auch äußerlich für die soziale Umwelt an, dass man in einem intensiven, jederzeit aktivierbaren Kontakt mit Anderen steht, dass man sozial verbunden ist und über Netzwerke verfügt. Das Handy ist ein Symbol für soziales Kapital. Wird man häufig angerufen, so heißt dies auch, dass andere gern mit einem sprechen, dass man beliebt ist. Bleibt das Handy still, so wundern sich manche darüber oder betrachten dies als Manko.

Interessanterweise tauchte das Handy im Rahmen der Untersuchung als Lieblingsgegenstand vor allem bei jungen Leuten, jedoch in allen Schichten, und mit teilweise ähnlichen Motiven auf. Obwohl der Gebrauch dieses Objektes bei den jüngeren Befragten meist von selbstverständlicher Beiläufigkeit ist und auch keine technischen Zugangsbarrieren beinhaltet, also eigentlich nichts Besonderes ist,

wird es dennoch in den Interviews hervorgehoben – was eine nähere Analyse verdient:

Die 20-jährige E.<sup>1</sup> (Int. 4/10) zum Beispiel bezeichnet ihr Handy als ihren wichtigsten Gegenstand, weil sie damit immer in Verbindung mit ihren Freunden und ihrer Familie bleiben kann. E. hat einen Hauptschulabschluss, den »Quali« hat sie nicht geschafft. Eine Ausbildung zur Hauswirtschafterin auf einer Berufsfachschule mit Internatsanschluss hat sie aufgrund negativer Erfahrungen abgebrochen, seitdem ist sie arbeitslos. Sie bekam zunächst einen Berufsvorbereitungskurs vom Arbeitsamt, danach kam sie zur Jugendwerkstatt der örtlichen gemeinnützigen Beschäftigungsgesellschaft. Derzeit macht sie einen Ein-Euro-Job im Lebensmittelladen der Beschäftigungsgesellschaft, der ihr zwar gefällt, vor allem aufgrund der sozialen Kommunikationschancen mit den Kolleginnen, aber nicht viel Geld einbringt (ca. 200 Euro im Monat). Ihre bisherigen Bewerbungen im regulären Lebensmittel-Einzelhandel waren erfolglos. E. lebt von Arbeitslosengeld II, bekommt dazu Kindergeld (ihr eigenes) und die sogenannte Mehraufwandsentschädigung aus dem Ein-Euro-Job. Ihre Mutter, die als Putzhilfe in einer Klinik arbeitet, schießt ihr regelmäßig bescheidene Beträge zu.

E. hat keinen Telefon-Festnetzanschluss, um Kosten zu sparen, daher ist das Handy für sie von umso größerer Bedeutung. Es scheint in ihrem Leben ebenso im Mittelpunkt zu stehen, wie auf dem Foto, das von ihrem Handy gemacht wurde. Ihr Handy ist immer angeschaltet, sagt sie, damit sie für ihre Freunde jederzeit erreichbar ist, wenn diese etwa Probleme haben oder einfach mit ihr sprechen wollen. Jederzeit mit ihren Freunden Kontakt halten zu können, ist für E. sehr wichtig.

E.: Ja okay, mein, mein – mein wichtigster Gegenstand, was ich hab ist mein Handy.

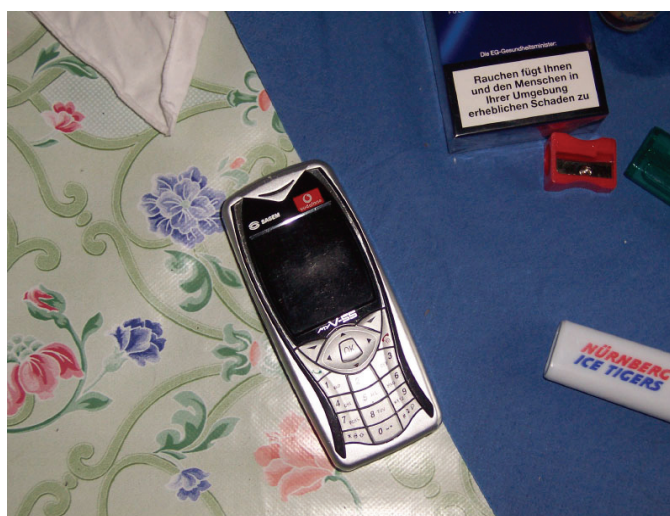


Abbildung 6: E.s Handy, von ihr selbst platziert, Foto der Interviewer

1 Um die Anonymität der Interviewpartner zu wahren, wurden alle in den Interviewtexten vorkommenden Namen und Ortsangaben geändert.

E. betont, dass sie oft angerufen wird und streicht heraus, dass es ungewöhnlich ist, dass das Telefon im Zeitraum des Interviews nicht geklingelt hat. Wie oft ein Handy klingelt, ist offenbar ein Zeichen für die Dichte der individuellen sozialen Vernetzung, ein Zeichen für Beliebtheit im Freundeskreis. Für E. ist ihr Handy bedeutsam, denn es ist ein Zeichen für soziales Kapital, über das sie trotz ihrer prekären Situation verfügt, – ein soziales Kapital, das ihr zwar keine großen ökonomischen oder beruflichen Chancen verschafft, jedoch soziale Zugehörigkeit und Inklusion, auch in die »informelle Ökonomie«: E. beteiligt sich via Handy an kleineren Tauschgeschäften und gegenseitiger Hilfeleistung, zum Beispiel hat sie eine Kücheneinrichtung vom Freund einer Freundin erhalten. Mit Hilfe dieses sozialen Kapitals, des privaten Netzwerks, lassen sich einige ökonomische, soziale und kulturelle Nachteile der Erwerbslosigkeit und der Einkommensknappheit ein Stück weit kompensieren.

Es ist E. wichtig, für ihre Freunde erreichbar zu sein, bei Bedarf auch nachts. Es ist für sie offenbar auch von Bedeutung, angerufen zu werden, um in Verbindung zu bleiben und symbolische Zugehörigkeit zu erfahren. Ihr Handy steht ganz oben auf E.s Prioritätenliste, und auch wenn Mittel knapp sind, so findet sie doch in der Regel einen Weg, das Telefonieren zu finanzieren.

E: Ähm, mein Handy, des brauch ich, weil ich kein Haustelefon hab,

I1: Mhm.

E: ...weil mich eigentlich jeder anrufen tut. Eigentlich klingelt mein Handy den ganzen Tag, aber heut is es komischerweise den halben Tag schon ruhig (I1 lacht). Ja, und falls halt, äh, Freunde von mir anrufen, weil ich immer sag, ja wenn ihr Probleme habt, dann könnt ihr anrufen, ich hab mein Handy die ganze Nacht an, wenn's sein muss...[...]

I1: Des heißt, du telefonierst viel auch.

E: Ahm, ja. Ich lass mich aber lieber anrufen. Kosten-

Um die Kosten fürs Telefonieren im Griff zu behalten, hat E. für ihr Handy keinen Vertrag abgeschlossen, sondern benutzt Telefonkarten, die sie mehrmals im Monat erneuern muss. Das Geld für die monatlichen Telefonkarten teilt sie sich gleich am Monatsanfang ein, wenn die Zahlungen der ARGE und das Kindergeld, das ihr selbst ausgezahlt wird, eintreffen. Wenn das Geld im Laufe des Monats ausgeht und wenn möglich, lässt sie sich von ihren Freunden anrufen, um Kosten zu sparen.

E: Des is ja ein normales Kartenhandy. Weil ein Vertraghandy mag ich net haben. [...] da telefoniert man dann immer äweng mehr und dann denkt man ja hier- (beide lachen) Und dann fehlt einem-

I1: Und so hast du einen Überblick, so ein bisschen...

E: Genau [...] weil ich weiß ja, was ich so ungefähr an Telefonkarten im Monat verbrauch.

I1: Mhm.

E: Ungefähr vier Stück, vier 15 Euro Karten.

I1: Ja?

E: ProWoche eine.

I1: Des is aber auch nich wenig, ne?

E: Es is net wenig, aber halt, ich kann's – überprüfen.

II: Mhm.

E: Vor allem, des kann man dann immer schön machen, wenn am Anfang des Geld von der ARGE kommt.

Trotz der knappen Mittel, über die E. verfügen kann, ist der Unterhalt des Handys selbstverständlich. Lieber spart sie an anderer Stelle, als dass sie nicht mehr telefonieren könnte. Wenn das Geld für Telefonkarten doch mal ausgeht, so kann sie immerhin noch angerufen werden.

Auch für Q., den 20-jährigen Industriellensohn, der sich im Gegensatz zu E. einen finanziell sehr unbeschweren, gehobenen Lebensstil leisten kann, ist das Handy sein wichtigster Gegenstand. Q. geht zur Schule und steht kurz vor dem Abitur. Er hat das Handy ebenfalls im Interview als erstes Lieblingsobjekt genannt, trotz der Selbstverständlichkeit und Geläufigkeit des Gebrauchs. Trotz aller Unterschiede im Lebensstil, in Bezug auf die Bedeutung des Handys stimmen Q. und E. überein. Die Schichtzugehörigkeit scheint bei dieser Frage kaum eine Rolle zu spielen, höchstens bei Detailfragen, zum Beispiel, welches Handy man sich leisten kann bzw. welches geschmacklich bevorzugt wird. Q. kommt auch gleich zu Beginn des Interviews auf das Handy zu sprechen:

I: Erzähl doch mal, warum das deine Lieblingsgegenstände sind und was du für einen Bezug zu ihnen hast.

Q: Dann fang ich mal mit meinem Handy an. Mein Handy hab ich halt immer dabei, ich brauch es halt ständig oder benutze es auch ständig. Ohne Handy wäre es schon ein bisschen langweilig, wenn ich unterwegs wäre. Ich weiß nicht, man hat halt immer irgendwie was zu tun, wenn man es dabei hat.

I: Ist dir das denn nicht manchmal zu viel?

Q: Nö, überhaupt nicht eigentlich. Ich hab es auch immer an. Nachts mach ich's zwar aus – öhhmm nö – ich lad es halt einfach auf leise, außer in den Ferien. Ist halt schön, weil man immer alle erreichen kann, jederzeit.

Auch Q. streicht heraus, dass es ihm wichtig ist, seine Freunde jederzeit erreichen und selbst von ihnen angerufen werden zu können. Zuvor betont er allerdings noch, dass er das Handy ständig benutzt, dass es ohne Handy langweilig wäre, wenn er zum Beispiel unterwegs ist. Das Handy scheint Q. nicht nur zu erlauben, mit seinen Freunden und Angehörigen immer in Verbindung zu bleiben, sondern ermöglicht ihm auch Unterhaltung, Beschäftigung sowie eine gewisse Distanz zu aktuellen Unternehmungen und Tätigkeiten. Er muss sich der Umwelt nicht ganz aussetzen, wenn er allein unterwegs ist. Wenn er mit Freunden ausgeht, so kann er – durch Mehrfachbeschäftigung bzw. Mehrfachkommunikation – ebenfalls eine gewisse Distanz zur aktuellen Situation wahren. Das Handy ermöglicht in diesem Fall, dass man nie ganz draußen ist aus den sozialen Interaktionsnetzwerken, aber auch nie ganz drin. Dem entspricht, dass Q. seine Unabhängigkeit gegenüber Menschen und Dingen im Interview immer wieder herausstreicht. Alle Dinge sind für ihn im Prinzip ersetzbar, der Preis würde ihm auch nicht wehtun, müsste er die Dinge bei Verlust lediglich neu anschaffen bzw. durch bessere, neuere Dinge ersetzen. Eine gewisse »Blasiertheit« im

Simmelschen Sinne ist in seinen Worten enthalten, eine gesättigte Gleichgültigkeit gegenüber Dingen und Situationen. Im Gegensatz zu E. kann sich Q. alle Objekte leisten, die er haben möchte. Er kauft sich häufig Dinge und verkauft sie häufig auch wieder wenig gebraucht über ebay. Wenn er sich Dinge kauft, legt er Wert auf eine stilistisch sorgfältige Auswahl. Diese Auswahl aus der Vielzahl des Warenangebotes erleichtert er sich, indem er exklusive Geschäfte oder Marken bevorzugt, die ihm das »Besondere« schon garantieren und damit seine Entscheidung in ihrer Komplexität zu reduzieren helfen. »Blasiert« ist nach Simmel derjenige, dem die Dinge als Waren zu Füßen liegen, dem sie aber nur wenig bedeuten. Er kann sich alles leisten, alles ist erreichbar, nur halten die Dinge nicht unbedingt, was man sich davon verspricht, wenn man sie erst einmal besitzt. Gerade weil alles warenförmig zu haben und damit in seiner Besonderheit entwertet ist, kann sich ein gewisser Überdruß und Langeweile einstellen, die man natürlich mit immer neuen Dingen und neuen Beschäftigungen füllen kann. Bei Q. ist Multitasking in Bezug auf Kommunikation alltäglich; sich nur auf ein Kommunikationsmedium zu konzentrieren, bringt schon Langeweile hervor. Mehrmals erwähnt er Mehrfachbeschäftigungen, zum Beispiel wenn er seinen Computer (zweiter Lieblingsgegenstand) oder seinen iPod (dritter Lieblingsgegenstand) zum Musikhören benutzt:

Q: Meistens mach ich nebenher noch irgendwas anderes... entweder les ich in einer Zeitschrift oder ich surf im Internet rum oder auch email, ich interessiere mich recht für Fußball – ja.

Das Handy ist für Q. ein selbstverständlicher und ungemein wichtiger Alltagsgegenstand, er ist damit quasi aufgewachsen, und ohne Handy zu leben kann er sich kaum vorstellen: »An die Zeit vor meinem ersten Handy kann ich mich eigentlich gar nicht mehr erinnern...«

Jenseits der gemeinsamen Bedeutungen, die das Handy für E. und Q. haben, sind auch deutliche Unterschiede in der Nutzungsweise der beiden erkennbar, die auf gender- und schichtspezifische Einflüsse zurückgehen. Während es für E. von großer Bedeutung ist, mit ihrem sozialen Netzwerk verbunden und jederzeit erreichbar zu bleiben, um dazuzugehören, Unterstützung und sozialen Austausch zu erfahren, wird bei Q. dieses Motiv kontrastiert: Neben der (unverbindlicheren) sozialen Zugehörigkeit, die auch für ihn von Bedeutung ist, stellt er auch die Unabhängigkeit von Dingen und Menschen heraus, die ihm dieses Gerät bzw. Kommunikationsmedien generell ermöglichen.

Das Handy ist nicht nur ein Symbol für Kommunikation, für die Eingebundenheit in soziale Netzwerke, sondern, gerade bei den jüngeren Befragten, auch für *Unabhängigkeit vom Elternhaus*. Man kann zum Beispiel seine Freunde jederzeit erreichen, ohne dass man bei deren Eltern anrufen muss. Gerade für abendliche Telefonate ist dieses Objekt daher sehr praktisch, da man die Familien der Freunde nicht mehr zu stören braucht. Man kann ohne die Kontrolle der Eltern kommunizieren, was ein wichtiges Stück Unabhängigkeit bedeutet. Das Gerät unterstützt die Kommunikation der *peer groups* und macht sie eigen-

ständiger gegenüber ihren Familien – was sehr willkommen ist. Einer der Befragten, der 25-jährige Student O. drückt es so aus: (Int.1/10)

O: »Ich lass es ja im, beim Schlafen neben dran mit liegen. Ich, ähm, nehms überall mit hin, eigentlich normalerweise will ich ja ständig erreichbar sein, es is ständig eingeschaltet [...] Ähm, wennst jetzt irgendwas ausmacht, also grade mit der Band, dann brauchst du, musst immer ständig mobil sein und musst alle auch sofort erreichen können. [...] Also was die Jugendlichen, sag ich jetzt mal, immer abschreckt, wenn man dann so spät bei den Eltern daheim anruft. [...] Es war dann schon oft a mal nervig wennst abends weggegangen bist, so um halb zehn, und du musst dann noch bei jemand daheim anrufen. Des is immer noch so a Problem dass man an den Eltern immer noch vorbei muss, um deinen Gesprächspartner eigentlich zu erreichen. Deswegen is des super, wenn der sein eigenes Handy hat.«

Auch für Ö., eine 25-jährige, in Deutschland geborene Türkin, ist ihr Handy von hoher Bedeutung, nahezu überlebenswichtig, wie sie sagt. Das Handy ist in ihrem Fall ein Objekt, das den Kontrast zu einer traditionellen Lebensweise markiert und ein *Symbol für einen modernen Lebensstil, für Selbständigkeit, Offenheit und vielfältige soziale Kontakte* ist. Darüber hinaus dient es, wie so häufig, ganz banal, aber nicht unwichtig, als materialer Speicher für Telefonnummern und Adressen. Bei einem Verlust des Handys müsste ihr Adressbuch gewissermaßen neu gesammelt und aufgebaut werden. Ö. hat sich ihr erstes Handy mit 19 selbst gekauft; seit ihrem ersten Handy besitzt sie immer eines, und sie wählt immer ein Exemplar der gleichen Marke, weil sich die Benutzeroberfläche als praktisch und gut handhabbar erwiesen hat.

Ö: Ja, dann hab ich noch mein Handy, des is mir sehr wichtig. Ohne des kann man ja heutzutage fast gar nicht mehr überleben! Da hab ich meine ganzen Kontakte gespeichert und Email-Adressen, Telefonnummern, Adressen und sonst was und naja, man is halt immer erreichbar, auch von der Arbeit her, von Freunden her und da ich halt sehr viel unterwegs bin und kaum daheim... es is halt praktisch. Oder wenn man jetzt unterwegs is und man braucht jetzt irgendwie irgendwas. Will jemand anrufen, dann is es halt auch praktisch, ja. [...]

I: Und was wär jetzt, wenn du's verlieren würdest?

Ö: Ja dann hätt ich keine einzige Telefonnummer mehr (lacht). Ich würd die sim-Karte mit verlieren [...] wenn ich die jetzt verlieren würd, dann würd ich die Karte verlieren, mich könnt keiner mehr erreichen, bis ich n' Neues ausstellen lass und dann die ganzen Telefonnummern, ich müsst jetzt warten – keine Ahnung – bis ich ne neue Karte krieg und bis mich dann die Leute wieder anrufen können, ja.





*Abbildung 7: Handy und Armband von Ö.,  
von ihr selbst arrangiert, Foto der Interviewer*

Für die junge Türkin bedeutet das Handy ein Stück eigenes Leben, es steht für eine gewisse Selbständigkeit und Unabhängigkeit. Obwohl sie aus einem relativ liberalen türkischen Elternhaus stammt, ist diese Selbständigkeit auch für sie keineswegs selbstverständlich, sondern der Familie und ihrem kulturellen Kontext zuweilen abgerungen. Ö.s Vater ist Lehrer, ihre Mutter Schneiderin; sie und ihr Bruder wohnen im Elternhaus. Ö. hat das Abitur gemacht und ist zum Zeitpunkt des Interviews im dritten Ausbildungsjahr zur Krankenschwester.

Ihr Handy garantiert ihr den Anschluss an ihre Freunde und ihre Clique – an ihr selbständiges Leben als junge Frau. Ö.s Beziehung zu den Dingen ist zugewandter als Q.s – sie distanziert sich an keiner Stelle von den Objekten, sie sind ihr sichtbar lieb und teuer. Jedoch ist ihr Verhältnis zum Handy auch sachlicher als E.s; darauf geben sowohl das Foto als auch der Interviewtext Hinweise. Das Handy-Modell liegt zwar in der gleichen Preisklasse, ist jedoch schlichter, in der Form sachlicher gestaltet. Auch ihr Hinweis auf das Handy als Nummern- und Adressenspeicher zeigt eine sachliche Orientierung auf den Gegenstand. Dennoch ist ihr der moderne, aufgeschlossene Teil ihres Lebensstils und ihrer Identität, der sich im Handy darstellt, sehr teuer, ermöglicht er ihr doch Unabhängigkeit, Entwicklungschancen und ein modernes Leben. Andererseits sind für Ö. auch ihre kulturellen Wurzeln von großer Bedeutung, was sich ebenfalls in den Lieblingsdingen ausdrückt. Zwei der von ihr genannten vier Lieblingsgegenstände nehmen Bezug auf die türkische Kultur bzw. auf typische kulturelle Formen (das auf dem Foto gezeigte Armband und Schuhe mit orientalischen Design),

während die anderen beiden Dinge für einen westlichen Lebensstil stehen (Handy und sehr kurzer Jeansrock). Bezeichnend ist, wie Ö. zwei ihrer Lieblingsobjekte für das oben abgebildete Foto sorgfältig arrangiert hat. Sie hat für das Foto zwei Dinge zusammengebracht und arrangiert, die den starken Kontrast ihres Lebens zwischen europäischer Moderne und türkischer Tradition geradezu idealtypisch darstellen. Das Handy steht für das kontaktfreudige Leben einer jungen modernen Frau, das Armband, ein traditionelles Schutzamulett mit »türkischen Augen«, steht für ihre traditionell türkische Identität, auf die sie ebenfalls großen Wert legt. Auf dem Foto drückt sich ein Nebeneinander von Tradition und Moderne aus, genauer gesagt, kein Nebeneinander, sondern eine enge Beziehung, eine Wechselwirkung. Sie hat die beiden Objekte nicht nebeneinander, ohne Zusammenhang platziert, sondern bewusst in eine Verbindung gebracht, das eine Ding sorgfältig über das andere gelegt. Und so sind auf dem Foto gleichzeitig Öffnung und Begrenzung der Kommunikation sichtbar: Das Handy eröffnet Kontakte zum Freundeskreis und zu sozialen Netzwerken. Das Armband mit den Schutzamuletten, das über dem Handy kreisförmig drapiert ist, soll sie hingegen vor negativen sozialen Einflüssen beschützen. Über dieses Objekt, das von Ö. im Interview als ihr wichtigster Lieblingsgegenstand genannt wurde, sagt sie im Interview lapidar und selbstverständlich:

Ö: »Ok, da wär einmal mein Talisman, der schützt vor bösen Blicken und vor Neid und Eifersucht. Das ist typisch in der Türkei. Ähm, da sind so blaue Perlen, sag ich etz mal mit weißen Augen drauf, halt dass die schützen sollen. Das hat mich schon vor sehr vielen Sachen bewahrt.«

Auf dem Foto ist der Talisman direkt über dem Handy drapiert und nicht daneben. Dadurch wird die Wirkung des Handys gewissermaßen »gerahmt«, indem die Offenheit der Kommunikation symbolisch begrenzt wird. Das Amulett schützt vor »bösen Blicken«, vor Neid, vor negativen sozialen Einflüssen und Gefühlen und filtert auf diese Weise symbolisch die Einflüsse der sozialen Umwelt auf die Person. Formen und Farben der beiden Gegenstände auf dem Foto kontrastieren und ergänzen sich doch gleichzeitig auf harmonische Weise – genau wie es Ö.s Verständnis ihres eigenen Lebensstils zwischen Modernität und Tradition entspricht; dies wird im Interviewtext sichtbar.

Doch zurück zum Handy als Kommunikationsobjekt: Das Handy wurde vor allem von jungen Befragten (unter 30) als Lieblingsgegenstand genannt. Gerade in dieser Gruppe ist die Nutzung dieses Gegenstandes alltäglich und selbstverständlich, auch technische Schwierigkeiten der Nutzung werden in dieser Gruppe leichter überwunden als bei älteren Nutzern. Auffallend ist, dass dieser Gegenstand trotz seiner Alltäglichkeit und Selbstverständlichkeit in dieser Altersgruppe symbolisch so hervorgehoben wurde. Dies ist wohl neben den praktischen und symbolischen Funktionen, die das Objekt für den Nutzer bietet – *Kommunikation, Offenheit, Vernetztheit, Unabhängigkeit* – auch auf die besondere *modische Bedeutung* dieses Gegenstands zurückzuführen. Zwar strichen die wenigsten un-

serer Gesprächspartner heraus, dass sie irgendein besonderes Modell besitzen – und wenn, dann eher aus praktischen als aus modisch-ästhetischen Gründen, zum Beispiel, weil sich die Benutzeroberfläche einer Marke bewährt hat und sie daran gewöhnt sind. Und doch ist das Handy aufgrund der kurzen Innovationszyklen sowie aufgrund des Aufwandes für Entwicklung und Vermarktung, der von den Herstellern betrieben wird, unter modischen Aspekten ein besonderer Gegenstand, der meist auch bewusst aus dem vielfältigen Angebot gewählt wird. Für junge Menschen gehört es geradezu zu den modisch bedeutsamen Accessoires; es drückt nicht nur soziale Vernetzung, sondern auch Stil und Modernität aus. Das Handy ist neben seinem praktischen Nutzen somit gleich mehrfach von Bedeutung: Es indiziert modischen Geschmack, technisch-kommunikative Kompetenz und soziales Kapital.

Ein junger Interviewpartner (20 J.), der nach einer kriminellen Karriere und einem anschließendem Gefängnisaufenthalt nun in finanziell recht bescheidenen Umständen lebt, distanziert sich am Beispiel von »angesagten« Handy-Modellen von einem in seiner Wahrnehmung konformistischen Konsumverhalten seiner Umwelt. Er betont im Interview demgegenüber die Bedeutung von zwischenmenschlichen Werten, auf die er sich nach seinen kontrastreichen und extremen Erfahrungen als Krimineller, der in sehr jungen Jahren erst zum schnellen Geld und dann zu einem entbehrungsreichen Leben im »Knast« kam, besonnen hat. Hier dient das Modeprodukt »Handy« und das beobachtete (und stilisiert dargestellte) Kaufverhalten der Umwelt als Kontrastfolie, um die eigenen, individuellen Haltungen zu Lebensstil und Konsum zu entwickeln, die nun (auch erzwungenermaßen) sehr von Knappheit geprägt sind:

M: Durch dieses Konsumverhalten halt [...] Fernseh schauen und so, auch wenn ich Fernseh schau so, da ist ein Handy in der Werbung, die Leute ziehen sich das rein und am nächsten Tag lauf ich auf die Straße und die Leute rennen wie bekloppt mit demselben Handy durch die Gegend... und keiner weiß eigentlich, ob es das Beste ist, so: »Ich habs da gesehen, also mach ich des so.« Und ich bin ein Typ, ich seh auch, ich bin das Produkt von meinem Umfeld, wie jeder Mensch. Aber ich versuch, nicht irgendwas hinterher zu laufen.« (Int. 10/2)

M. betont am Beispiel Handy, das ein ausgesprochenes Modeprodukt ist, dass er sich vom Verhalten der Masse distanziert, indem er eben nicht macht bzw. kauft, was jeder kauft. Er betont die Eigenständigkeit seiner Haltungen und Entscheidungen. So gelingt es ihm nebenbei, die Mittelknappheit und die erzwungene Sparsamkeit, den »Geschmack der Notwendigkeit« umzudeuten als Ergebnis einer sehr eigenen, individuellen Haltung gegenüber den Dingen und Einstellungen seiner Umwelt.

Trotz der modischen Bedeutsamkeit des Objektes »Handy« ist es plausibel anzunehmen, dass die auffällige Beliebtheit des Gegenstandes nicht einer zufälligen Mode und auch nicht nur geschickten Marketing-Kampagnen geschuldet ist, sondern mit den symbolischen Funktionen des Objektes seiner ihrer »Passfähigkeit« zum Zeitgeist zu tun hat. Das Handy steht in erster Linie für flexible, jederzeit mögliche Kommunikation. Die Norm, zu kommunizieren und vernetzt zu

sein, prägt in hohem Maße das soziale Leben der Gegenwart, und dies gilt sowohl für die berufliche wie auch für die private Sphäre. Eine hohe Wertschätzung erfährt das Handy in allen Schichten. Das Handy repräsentiert soziales Kapital, und dieses ist sowohl für die beruflichen Chancen von Bedeutung, wie auch für die private Einbindung. Häufig fließen die privaten und beruflichen Netzwerke einer Person ineinander bzw. weisen Überlappungszonen auf. Mit Hilfe eines hohen sozialen Kapitals lässt sich ökonomisches und kulturelles Kapital ergänzen bzw. ein Mangel daran – zumindest ein Stück weit – kompensieren. Bourdieus Befunde, die auf eine höhere Gemeinschaftsorientierung und Wertschätzung von zwangloser Geselligkeit in den unteren Schichten verweisen, kommen wohl nicht zufällig zustande. Wer gut vernetzt und in einer sozialen Gemeinschaft bzw. Netzwerk eingebunden ist, ist weniger von sozialen Exklusionserfahrungen betroffen, auch wenn sein kulturelles Kapital niedrig und seine ökonomischen Chancen mangelhaft sind. Mit hohem sozialen Kapital verbessert sich unter Umständen auch der arbeitsmarktbezogene Informationsstand und sich bietende Gelegenheiten auf dem Arbeitsmarkt können möglicherweise schneller oder besser genutzt werden.

Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass unter den älteren Langzeiterwerbslosen im Sample kein einziger zu finden war, der das Handy unter seinen bevorzugten Objekten nannte oder auch nur eines besaß. Neben einem Generationeneffekt, der hier sicher auch eine Rolle spielt, ist es wohl auch der Einfluss der länger andauernden Erwerbslosigkeit, der die sozialen Kontakte in vielen Fällen nach und nach zurückgehen lässt. Bei den Langzeiterwerbslosen unseres Samples reduzierten sich – außer beim ehrenamtlich aktiven Teil dieser Gruppe – die sozialen Verbindungen mit der Zeit immer mehr, und das Phänomen der Vereinzelung und sozialen Isolation dominiert das Bild, sodass es nur folgerichtig ist, dass ein Gegenstand wie das Handy, der Zugang zu individualisierten sozialen Netzwerken ermöglicht, hier keine Rolle spielt.

So können wir zusammenfassen: Das Handy fungiert als symbolischer Gegenstand für (noch) funktionierende soziale Netzwerke, als Werkzeug und Symbol für soziales Kapital. Bei Langzeiterwerbslosen mit fortschreitenden Verfestigungstendenzen sozialer Exklusion spielt es in der Regel keine Rolle mehr.

### **8.1.2 Fernsehen und Musikmedien**

Während das Handy für einen modernen Lebensstil sowie für individualisierte soziale Netzwerke und soziales Kapital steht, verbindet der *Fernseher* seinen Besitzer oder Besitzerin gewissermaßen mit der anonymen Masse, mit den Informationen, Bildern und Meinungen, die die Masse erreichen. Das Fernsehen ist, ebenso wie das Radio, ein zwar vielseitiges, aber unidirektionales Medium, die Konsumenten können nur empfangen, aber nicht aktiv senden. Sie werden über den Fernseher mit Kulturprodukten im Massenformat »versorgt«. Sie können zwar zwischen verschiedenen Programmen wählen oder diese auf ganz unter-

schiedliche Weise konsumieren, sie können zum Beispiel »zappen«; aktiv auf das Programm einwirken können sie allerdings nur an wenigen, systematisch »eingebauten« Stellen, die diesen »technischen Mangel« kompensieren und Beteiligung erzielen sollen, etwa bei Publikumsabstimmungen oder Beratungstelefonsendungen. Der große Vorteil des Fernsehens ist, dass es den Zuschauer auf unspektakuläre, selbstverständliche Weise mit der Kultur der Vielen verbindet – er konsumiert in vielen Fällen dasselbe Programm wie Millionen anderer Menschen, er kann sich eventuell am nächsten Tag darüber mit anderen unterhalten, und in Gesprächen oftmals die gleichen, durch dieses Medium erworbenen Kenntnisse voraussetzen. Das Fernsehen versorgt den Einzelnen mit einem Strom an Informationen, an Bildern und Emotionen, und man kann dabei in der Regel gewiss sein, dass es sich um Wissenspartikel, handelt, die nicht idiosynkratisch, sondern eben Teil des Massenmediums und damit Teil der Masse sind, dass es sich um ein zwar vielleicht banales, dafür aber sehr verbreitetes Wissen handelt, das Konsens erzeugen kann und in vielen Fällen sogar selbstverständlicher Teil der Alltagskommunikation ist. So spielt in unseren Interviews der Fernseher nach wie vor eine Hauptrolle, wenn es um Medien der Massenkommunikation ging. Fast alle Befragten besitzen einen Fernseher, viele nutzen ihn auch intensiv – zumindest zeitintensiv, nicht immer aber voll konzentriert auf die Programme, die durchaus zu wünschen übrig lassen, sagen viele unserer Interviewpartner. Einige der Befragten verbringen daneben auch viel Zeit am Computer, etwa im Internet, um Informationen zu gewinnen, sich mit anderen auszutauschen oder um zu kaufen und zu verkaufen, beispielsweise über Ebay. Auch andere Medien, zum Beispiel für Musik oder für elektronische Spiele, werden gerne genutzt, manchmal auch Bücher oder Zeitschriften, – das Fernsehen steht aber häufig im Vordergrund, gerade und vor allem bei den erwerbslosen Befragten.

Gregor T. Goethals, der die ritualistischen Aspekte des Fernsehens in seinem Aufsatz »Ritual und die Repräsentation von Macht in Kunst und Massenkultur« untersucht, sieht das Fernsehen als modernen Produzenten von früher religiös vermittelten Sinnstrukturen. Obwohl es in modernen Gesellschaften keine umfassende Sphäre des religiösen Glaubens mehr gebe, die das Leben der Menschen begründen und erklären könne, sind »das menschliche Bedürfnis nach einer sicheren und geordneten Welt und der Wunsch, aus den gewöhnlichen Dimensionen der Wirklichkeit auszubrechen, in der heutigen Zeit genauso stark ist wie in der Vergangenheit« (Goethals 1998: 306) Daher hätten zunehmend andere gesellschaftliche Institutionen die Rolle übernommen, Bilder der Wirklichkeit zu gestalten oder Transzendenz zu vermitteln. Besonders das Fernsehen sei sehr wirkungsvoll bei der *Konstruktion der kollektiven Symbole* der Wirklichkeit. Dies gelte sowohl für Unterhaltungssendungen als auch für politische Magazine oder Nachrichtensendungen: »Die Zuschauer einer Nachrichtensendung wissen, dass andere die gleiche Sendung auch sehen, und sie wissen, dass es gemeinsame Themen und Ereignisse zu diskutieren geben wird. Gemeinsame Kenntnisse brin-

*gen isolierte Individuen in eine zerbrechliche und illusorische Ordnung, die sonst nicht existieren würde.» (Ebd.: 317, Hervorh. A.B.)*

Die täglichen Nachrichtensendungen präsentieren ritualisierte Berichte über »wirkliche Geschehnisse«, wobei die ritualisierende Wirkung durch die Art der Präsentation, durch die sorgfältig strukturierte kurze Zeitspanne, den wiederholten, täglich gleichen Ablauf und gleichen Rhythmus einer bestimmten Sendung noch gesteigert wird. Die Aufmerksamkeit der Massen wird täglich zur gleichen Zeit auf symbolische, hochverdichtete Darstellungen von Ereignissen gelenkt, die von den Zuschauern nicht als symbolische Konstruktionen, sondern als Darstellung der Realität wahrgenommen werden – was ihre Wirkung nicht schmälert, sondern steigert. Was wir jedoch tatsächlich sehen, meint Goethals, seien kollektive Symbole, die unser Verständnis der Welt formen. »Sorgfältig konstruierte Bilder und ritualisierte Darstellungen politischer Zeremonien, sowie Nachrichten und Sportereignisse erfüllen bis zu einem gewissen Grad die latente Funktion von Religion, denn solche Fernsehsendungen formen unser Weltbild und unsere nationale und individuelle Identität. Damit übernimmt das Fernsehen eine Rolle, die früher durch traditionelle Mythen und Rituale erfüllt wurde« (ebd.: 321). Durch die Massenmedien würden so kollektive »Erfahrungen« geschaffen und kollektive Werte geformt. Vor allem dort, wo das Fernsehen herrschendes Leitmedium ist, zum Beispiel in den USA, so Goethals, prägen die Bildermedien die kollektiven Gefühle von Gemeinschaft und Loyalität, was sich zum Teil auch gesellschaftliche Institutionen der Politik, der Wirtschaft oder des Militärs durchaus strategisch zunutze machen. Das Fernsehen und seine Bilder macht bediene das große Bedürfnis nach einer sinnhaften Ordnung und einer erklärbar strukturierten Welt und schaffe so die symbolischen Ordnungen der Moderne – durch Unterhaltung genauso wie durch scheinbar objektive Berichte, die vermeintlich nur abbilden, was wirklich ist. »Durch dieses Medium ist die Bilderrevolution des Informationszeitalters zu einer sakralen Revolution geworden, in der leicht verständliche Bilder den unsichtbaren Idealen der Gesellschaft konkreten Ausdruck verleihen.« (Ebd.: 321 f.) *Gerade für diejenigen, die in ihren gesellschaftlichen Teilhabemöglichkeiten – zum Beispiel am Arbeitsmarkt – eingeschränkt sind, könnte das Fernsehen von besonderer Bedeutung sein, lässt es doch alle – ohne Ausnahme – symbolisch teilhaben an den kollektiven Normen und Mythen, an den Bildern und Symbolen, die die alltäglichen Wissensvorräte prägen.*

Gefühle der Gemeinschaft und Loyalität werden mit den Massenmedien verbunden und zum Teil durch sie erzeugt. Das Fernsehen ermöglicht *symbolische, passive Teilhabe* an der Massenkultur und Massenkommunikation. Mit einem Fernseher kann man sich nicht völlig isoliert, nicht vereinzelt fühlen, sitzt doch bei Nutzung des Geräts die Masse virtuell immer mit im Wohnzimmer. Diese Eigenschaft des Fernsehens als Massenmedium prädestiniert das Gerät deshalb zum idealen Tröster in der Einsamkeit, sowie zur Ersatzkommunikation und -teilhabe im Falle von erlittenen Exklusionserfahrungen.

Deshalb kann es kaum verwundern, wenn einige der Befragten unseres Samples betonen, dass sie das Flimmern der Kiste im Alltag brauchen, deshalb laufe sie ununterbrochen. Man müsse gar nicht unbedingt hinsehen, aber es sei wichtig, dass die Bilder- und Geräuschkulisse des Fernsehens die Leere und Stille im Alltag fülle. Nicht immer verfolgt man die Geschehnisse auf dem Bildschirm genau, oftmals lasse man das Gerät einfach laufen, gewissermaßen als kollektiv-symbolische Untermalung des Alltags.

Der schon lange erwerbslose Herr H., eigentlich sehr wählerisch und kritisch in Bezug auf Programme und Informationen, bringt diese Funktion des Fernsehers als eine Form der Teilhabe und des Ersatzes für Gesellschaft im Interview metaphorisch gut auf den Punkt: »Der is an, solange ich die Augen offen hab.« (Int 4/6) Auch Herr Y. nutzt den Fernseher obligatorisch, obwohl selten Programme laufen, die ihn ansprechen. Dennoch geht es kaum ohne Fernsehen:

Y: »Ich komm oft heim, da sagt sie, schalt halt den Fernseher nicht an, lies was, da sag ich immer, ich brauch was, was flackert. Is eigentlich egal, es kommt meistens eh nichts dran. Ich schalt den an und der flackert...« (Int 4/8).

Fernsehen als *kollektives Hintergrundrauschen* gewissermaßen, das Gefühle der Isolation und der mangelnden Teilhabe kompensiert. Viele der Befragten gebrauchen den Fernseher, um abstrakte soziale Zugehörigkeit bzw. den Anschein davon im Alltag zu erzeugen. Jedoch stellt kaum einer der von uns Interviewten einen Fernseher explizit als Lieblingsgegenstand vor – was wohl zum einen daran liegt, dass der Besitz und Gebrauch eines Fernsehers selbstverständlich und wenig außergewöhnlich ist, sogar für diejenigen Befragten mit den knappsten finanziellen Mitteln. Das Gerät ist historisch gewissermaßen schon in die kollektive Routine abgesenkt, im Unterschied zum Handy, das vergleichsweise neu ist und noch einen höheren Aufmerksamkeitswert besitzt. Zum anderen ist der Grund dafür auch darin zu vermuten, dass das Fernsehen als Tätigkeit über kein hohes soziales Ansehen verfügt – viel fernzusehen oder sehr gerne fernzusehen ist sozial nicht unbedingt angesehen oder erwünscht. Deshalb ist es eher mutig von den Befragten, im Interview zuzugeben, dass man viel fernsieht, entspricht dies doch nicht den gängigen sozialen Normen.

Nicht alle Befragten erzählten so frei von ihrem ausgiebigen Fernsehkonsum wie der 23-jährige T., der gemeinsam mit seinem Freund N. interviewt wurde. T. nutzt das Fernsehen als »Hintergrundgeräusch«, wenn er alleine ist, oder wenn er Freizeit mit Freunden verbringt, um Gesprächsstoff zu haben, wenn die Anregungen ausgehen. Sie erzählen dies ganz freimütig, und doch ist der Verstoß gegen die sozialen Erwartungen, der gewissermaßen nur durch Überwindung eines inneren Widerstands möglich ist, an der folgenden Interviewpassage sichtbar. Er beharrt im Interview geradezu mit einem gewissen Trotz darauf, dass der Fernseher immer an ist, wenn er sich zu Hause aufhält und bekräftigt dies mehrmals, wie um eine (fragwürdige) Position zu sichern; und dies obwohl die Programme ihn selten ansprechen, »nur Schrott« läuft, wie er sagt:

II (lacht) Dann kuckst du viel fern?

T.: Also, sagen wir, der läuft eigentlich-, also an ist er immer, bestimmt, des läuft immer – nebenbei läuft der immer. (N. kommentiert etwas, unverständlich)

II: Ach so. Also praktisch-

T: Weil dann sieht man irgendwas im Fernsehen und dann – sagt der eine was dazu, zum Beispiel- (unverständlich,...)

II: Und der läuft dann immer. Also auch, wenn du alleine bist?

T: Der [Fernseher] is immer an.

II: Aha.

T: Der ist wirklich, der läuft...

II: Nimmst du dann auch Sachen auf oder...?

T: Also momentan nicht, momentan nicht. Früher hab ich manchmal Filme und Serien, Lieblingsserien, wenn ich arbeiten musste, aufgezeichnet...

II: Ach so.

T: Aber jetzt zur Zeit kommt nur, finde ich, nur Schrott. (N. will was sagen, wird aber von T. übertönt) Aber trotzdem ist er immer an.

II: Also, du kommst nach Hause und praktisch, das erste was du tust ist, Fernseher an?

T: Ja [...] dass irgendwas läuft.

Auch während des langen Interviews lief der Fernseher ununterbrochen (RTL2), T. dreht allerdings die Lautstärke fast auf Null zurück, als das Interview beginnt.

In anderen Interviews hingegen hatten wir den begründeten Eindruck, dass die Rolle des Fernsehens in den Interviews aus Motiven der sozialen Erwünschtheit sichtbar heruntergespielt wurde. Familie F. zum Beispiel verfügt über drei Fernsehgeräte – genau so viele, wie es Familienmitglieder gibt (vgl. Fallbeispiel in Kap. 7.2.). Bis vor kurzem waren Frau F. und ihr Mann erwerbstätig, und zum Zeitpunkt des Interviews hat die Familie noch große Probleme damit, sich auf einen bescheideneren Lebensstil umzustellen. Trotz der drei Fernsehgeräte kollidieren die Interessen der Familienmitglieder, die unterschiedliche Programme anschauen oder unterschiedliche Medien nutzen wollen, in der verhältnismäßig engen Wohnung immer wieder. Über ihren Mann sagt Frau F.: »wobei der Mann ohne Fernseher stirbt.« (Int.4/1) Ihren eigenen Fernsehkonsum sowie den ihrer Tochter spielt Frau F. eher herunter. Weil ihre siebenjährige Tochter seit ihrem ersten Lebensjahr einen eigenen Fernseher im Kinderzimmer habe, sei sie den Umgang mit dem Medium gewohnt und »kein so'n Fernsehjunkie«. Die Musik auf ViVa, die gerade angesagt ist, sei sehr wichtig für ihre Tochter. Herr F. (25 J.) betont wiederum interessanterweise, dass der Vorteil der drei Fernseher in der Wohnung sei, dass ihn die anderen Familienmitglieder in Ruhe seine Spiele auf der Playstation machen lassen, die er zur Entspannung von dem ganzen Stress mit den Behörden benötige:

F.: »Da ist dann das einfach nur für mich zum Abschalten. Die Mädels lassen mich dann in Ruhe, wir haben in jedem Zimmer nen Fernseher bis auf die Küche, und dann lassen die mich halt in Ruhe und dann spiel ich halt. Das ist so mein Ding.« (Int. 4/2)

Jedes Familienmitglied beschäftigt sich mit seinen Mediengeräten, so kann man zusammensein, und doch »seine Ruhe haben« bzw. den individuellen Vorlieben



frönen. Mehrere Fernsehgeräte scheinen in manchen Haushalten wichtig zu sein, damit jedes Familienmitglied auch wirklich das Programm konsumieren kann, das er oder sie sehen möchte. So sind die Familienmitglieder zwar zusammen in einer Wohnung, jeder aber mit einem anderen Aspekt bzw. anderen Ausschnitt der Massenkommunikation beschäftigt – überspitzt gesagt, sitzt jeder an einem anderen Terminal und steht, zumindest virtuell, in Verbindung mit zu seinen Vorlieben passenden Programmen (und Kollektiven). Die Vergemeinschaftungsform Familie wird so im Alltag überlagert von virtuellen und segmentierten Formen der Massenvergemeinschaftung. Der *individuelle Anschluss an die Massengesellschaft* scheint so zumindest auf konsumierende, symbolische Weise gesichert, auch wenn es an ökonomischen Chancen mangelt.

Auch Familie L. verfügt über mehrere Fernseher und nutzt die Geräte intensiv. Doch auf genauere Nachfragen hin wird die Rolle des Fernsehens relativiert. Für die meisten Befragten ist wichtig, vor sich und den anderen nicht den Eindruck zu erwecken, vom Fernsehen abhängig oder süchtig zu sein – selbst wenn sie viel Zeit mit Fernsehen verbringen. Die 36-jährige Frau L., die seit Jahren arbeitslos ist und von ALG II, Kindergeld sowie von einem zwar inhaltlich, aber nicht finanziell befriedigendem Ein-Euro-Job als Köchin im lokalen Bürgertreff lebt, wohnt mit ihren vier Kindern und ihrem Partner in großer räumlicher Enge – zu sechst bewohnen sie eine dreieinhalb-Zimmer Wohnung mit 68 Quadratmeter. Nach Abzug der Fixkosten, Miete, Strom etc., kann die Familie im Monat 620 Euro verbrauchen. Die Fleischration für den Monat wird am Monatsanfang eingekauft und eingefroren, denn am Monatsende wird das Geld dann in der Regel knapp. Notwendige Anschaffungen für die Kinder, etwa Kleidung, Wintertiefel etc., muss sich die Familie vom Monatsbudget absparen. Auch wenn die Kinder Geburtstag haben, ist es für die Familie schwierig, das nötige Geld aufzubringen, um aus dem Tag mit Geschenken und einem Fest etwas Besonderes zu machen. Trotz dieser finanziell sehr angespannten Situation, nehmen die Massenkommunikationsmedien in der Familie einen sehr wichtigen Raum ein. Frau L. erwähnt schon bald im Interview ihren MP3-Player, den sie seit dem letzten Weihnachtsfest besitzt, als einen der wichtigen Lieblingsgegenstände: »Also, an MP3 Player, an MP3 Player, da hab ich mir so an billigen geholt...«. Ihr Sohn lädt ihre Lieblingsmusik für sie auf das Gerät herunter, und sie nutzt dieses Gerät täglich. Frau L. hört gerne Musik mit ihren Freundinnen, oder alleine, um sich in die richtige Stimmung zu bringen, oder auf Festen und sozialen Ereignissen des Stadtviertels – besonderen Situationen, die sich aus dem Alltag hervorheben. Neben dem MP3-Player sind in der Familie auch andere Medien wichtig. Auf die Frage, welche Dinge bei einem Umzug am dringendsten und als erstes mit müssten, nennt Frau L. spontan fast ausschließlich Mediengeräte:

L.: Ja, es gibt bestimmt viele Sachen, die wo mir wichtig sind, aber was jetzt unbedingt mit müsste, wenn ich jetzt, ja mein Fernseher, dann... was ich halt... meine Stereoanlage, also, ne, mein CD Player, dann mein DVD Player, naja, also des sind lauter so Dinge...

Frau L. nutzt auch ihren Fernseher intensiv, nach eigenem Bekunden wird in ihrer Familie täglich und regelmäßig viel ferngesehen. Auf die Nachfrage, wie viel denn nun genau ferngesehen wird, schränkt Frau L. diese Aussage, wie um sich selbst zu versichern, dass es nicht zu viel Zeit vor dem Fernseher, selbst wieder deutlich ein:

I2: Wieviele Stunden würden Sie sagen, schauen Sie Fernsehen die Woche?

L: Die Woche... na also mehr wie drei Stunden bring ich am Tag net zamm. Also des is nur abends, wenn ich Fernseh schau, und das isses dann auch (uv.), also drei Stunden am Tag. Wirklich, mehr net.

Sie selbst sieht sich besonders gern Vorabendserien an, wie zum Beispiel:

L.: Gute Zeiten, schlechte Zeiten... ähm und dann viele Arztserien. Was mir manchmal zum Verhängnis wird, weil ich dann immer denk, ich hab die Krankheiten (alle lachen) Es ist leider so, echt, aber Arztserien schau ich also total gerne, doch. Alles, was also damit zu tun hat, schau ich total gerne.

Ihre besondere Leidenschaft für Arztserien begründet Frau L. mit ihrem allgemeinen Interesse für Medizin- und Gesundheitsfragen. In Ihrer Jugend wäre sie gerne Krankenschwester geworden, wurde jedoch mit ihrem ersten Kind schwanger und konnte keine weitere Ausbildung beginnen. Da ihre Kinder ihre Vorlieben nicht teilen und in der Regel ein anderes Programm sehen wollen, gibt es in der engen Wohnung zwei Fernseher:

L: Ja, also mein Ben (4 Jahre) und meine Pamela (7 Jahre), die schauen sich halt gern die Serien und so an, ne. Die Kinderserien da, KiKa und alles. Auch so... Musiksendungen, Viva, ist angesagt bei uns zuhause.

I1: Ja, aber das müssen sich die anderen auch alle angucken, oder?

L: Naa, ich schau mir das dann net mit an, also da haben wir schon zwei Fernseher, einen im Schlafzimmer, einen im Wohnzimmer, weil des muss sein, weil sonst wird man da verrückt, wenn man den ganzen Tag...

Während die beiden älteren Söhne (15 und 10 Jahre) nachmittags nach den Hausaufgaben häufig mit Freunden unterwegs sind, sagt Frau L. über die beiden jüngeren Kindern: »die Pamela und der Ben, die hängen halt so mit durch« – und meint wohl damit, dass sie und die beiden kleineren Kinder sich nachmittags mit selbstgewählten Beschäftigungen, unter anderem eben mit Fernsehen, zu Hause entspannen. Für Frau L. misst dem Schulerfolg ihrer Kinder keine besondere Priorität zu, denn sie war auch selbst keine besonders gute Schülerin und sieht es als nicht legitim an, von ihren Kindern mehr zu verlangen als seinerzeit von sich selbst:

L: was sie leisten können, des leisten sie. Also für mich, sie müssen keine Superschüler sein. War ich selber net. Ich sag mir halt immer, ich kann des net verlangen, wenn ich selber net so war, kann ich's meinen Kindern net eindrillen.

Mit ihrem ältesten Sohn teilt Frau L. auch ihre Leidenschaft für Kochsendungen, zusammen schauen sie sich zum Beispiel Kochsendungen mit Tim Mälzer an.

Das Fernsehen spielt insgesamt eine sehr große Rolle in dieser Familie. *Es verbindet die Familienmitglieder und differenziert sie zugleich in ihren Interessen und Vorlieben.* Trotz oder gerade wegen der engen Wohnsituation stört das Fernsehen der anderen nicht, mit zwei Fernsehgeräten in der Wohnung ist dafür gesorgt, dass überschüssige Aktivität der Kinder kanalisiert wird und verschiedene Familienmitglieder gleichzeitig und je nach Interesse verschiedene Programme konsumieren können – vielleicht nicht jeder genau das, was er oder sie will, aber zumindest differenziert nach Altersstufen. Durch das Fernsehen sind alle auf ihre Weise beschäftigt, man kann entspannen und zusammensein, ohne auf dem engen Raum allzu direkt mit den anderen Familienmitgliedern konfrontiert zu sein. Gleichzeitig hält man symbolisch Anschluss an die Vergemeinschaftung der Masse, erhält Gesprächsstoff, Anregungen für Interessen, Dinge, über die man sich mit anderen austauschen kann.

Herr J., 45 Jahre, Elektrotechniker und seit vier Jahren arbeitslos, beruhigt sich in Bezug auf das Fernsehen selbst, indem er sich versichert, dass er nicht abhängig davon sei. Während des Interviews läuft in seinem Wohnzimmer der Fernseher – in diesem Punkt war er kein Einzelfall. Er bezeichnet das Fernsehen als »komische Angewohnheit«, die man sich – in dieser Sichtweise – auch wieder abgewöhnen könnte, wenn man nur wollte. Als Beleg führt er an, dass er, verursacht durch einen Defekt an seiner Satellitenschüssel, zwei Wochen lang nicht fernsehen konnte, und damit auch zurechtkam. Das Ereignis hat sich ihm offensichtlich eingepägt:

J: Also ich hab im Spätherbst ein Problem gehabt, dass die Satellitenschüssel und der Fernseher kaputt waren. Und da hab ich halt mal zwei Wochen nichts zum Fernsehschauen gehabt. Ich hab dann halt zwei Wochen keinen Fernseher geschaut. Man hat ihn schon vermisst, aber es war jetzt nicht so, dass ich irgendwie..., also ich will mal sagen, ich bin nicht abhängig davon.

Besonders für die Alleinlebenden ist der Fernseher ein wichtiger Gesellschafter, schafft er doch eine Geräusch- und Bilderkulisse im Alltag sowie eine virtuelle Präsenz anderer Menschen und hilft so, Gefühle der Einsamkeit und Isolation zu überbrücken. Man hält symbolisch Anschluss an seine soziale Umwelt. Die von uns Befragte, Frau Ch. ist 42 Jahre alt und studierte Architektin, hat allerdings nie einen nachhaltigen Berufseinstieg geschafft (Int. 5/4). Sie lebt seit langer Zeit alleine und bezeichnet sich selbst als sehr zurückgezogen und isoliert. Nach einer Reihe von Tätigkeiten auf dem zweiten Arbeitsmarkt ist sie psychisch erkrankt (»handfester Burn-Out«), hatte mehrere Klinikaufenthalte, um schließlich aus der Erwerbslosigkeit in die vorzeitige Berufsunfähigkeitsrente (getragen durch die Architektenkammer) überzutreten. Auch für Frau Ch. ist der Fernseher ein wichtiges Gerät im Alltag, das die Einsamkeit zu überbrücken hilft – und das nicht so sehr anstrengt wie reale soziale Kontakte, zu denen sie sich nur sehr eingeschränkt in der Lage fühlt. Trotz des schmalen Haushaltsbudgets verfügt sie über ein Fernsehgerät und einen DVD-Player – Geräte, die sie auch ausgiebig nutzt. Sie sieht sich am liebsten Nachrichten oder Science-Fiction-Filme an. Dass der

Fernseher zum wichtigen Begleiter in der Einsamkeit wird, verdeutlicht folgendes Zitat, indem sie beschreibt, dass sie den Akt des Fernsehens zuweilen als eine besondere soziale Situation inszeniert – aus Mangel an realer Gesellschaft, mit der oder dem man besondere soziale Situationen erleben kann:

Ch.: Ja, also ich bin ziemlich schlampert zu Hause. Also, das ist, ich habe auch oft zerrissene Sachen zu Hause an, für Hausarbeit und so. (...) Wenn ich gut drauf bin, ziehe ich auch mal was Schönes an, zum Fernsehen, oder so, was ich dann nicht vollkleckern kann.

Bemerkenswert ist, dass Frau Ch. die Energie aufbringt, besondere Zeitspannen ihres alltäglichen Alleinlebens mit Hilfe von besonderen Dingen wie Kleidung, gutem Essen u. a. in Szene zu setzen und so dem Alltag Momente der Transzendenz abzugewinnen. Bemerkenswert ist aber auch, dass diese besonderen Momente nicht in Gesellschaft von Freunden oder Familienmitgliedern, sondern alleine vor dem Fernseher stattfinden. Der Fernseher fungiert hier gewissermaßen als Ersatzpartner.

Frau K. hingegen spricht einen anderen Aspekt des Mediums Fernsehens an, seine *normative symbolische Kraft*, die sie kritisch bewertet. Sie nimmt einen Anpassungsdruck an den Lebensstil der Mehrheit wahr, der von diesem Medium ausgeht – ein Anpassungsdruck, der nicht von jedem und jeder erfüllt werden kann, da manchen wichtige Voraussetzungen für den mittelschichtorientierten Lebensstil fehlen. Durch die wahrgenommene Kluft zwischen der Fiktion des Mediums und der erfahrenen Realität kann Bitterkeit entstehen, wie Frau K. durchblicken lässt. Der Einfluss der Eltern auf die Kinder werde durch das Fernsehen relativiert, da die Kinder über das Fernsehen Mehrheitsmeinungen vermittelt bekämen: »Weil es ist nun mal so, dass die tolle Werbung die meisten Menschen prägt... Und wenn ich meine Kinder anders forme, dann haben sie Probleme in ihrem Leben.« (Int. 10/1) Das Fernsehen vermittele dabei nicht nur die Normen und Verhaltensstandards der Mehrheitskultur, sondern es tue dies auch auf eine sehr attraktive Weise. Man möchte dazugehören und den gleichen ansprechenden Lebensstil pflegen, was allerdings an verschiedenen Umständen wie zum Beispiel fehlenden Mitteln, kaputten Familienstrukturen und ähnlichem scheitern kann. Über die Kinder unterlägen auch die Eltern diesem Anpassungsdruck eines geordneten und wohlstuierten Lebensstils, denn man könne nicht mehr »einfach sein Ding durchziehen«, seine eigenen, individuellen oder unangepassten Haltungen pflegen, da man damit die soziale Integration der Kinder gefährden würde. Also müsse man sich auch als »Außenseiter« nach der Decke strecken und anpassen soweit man kann – im Rahmen seiner finanziellen Mittel. Trotz ihrer kritischen Einstellung zum Fernsehen und des kargen Einkommens, das kaum für das Nötigste reicht, gibt es auch in der Familie von Frau K. ein Fernsehgerät, wohl auch, um symbolisch den Anschluss an die Mehrheitskultur nicht zu verlieren.

Viele der befragten Erwerbslosen müssen notgedrungen sehr sparen. Sie sparen an allem, natürlich auch in Bezug auf Mediengeräte. Dies bedeutet aber in

den wenigsten Fällen, dass sie auf Medien verzichten. In der Regel werden die Geräte eben billig gekauft, gebraucht oder als Schnäppchen zum billigen Neupreis. Fernseher, Handys, Computer, elektronische Spiele gelten bei vielen Befragten unseres Samples als überlebenswichtig. Die Hauptrolle nimmt bei den meisten nach wie vor der Fernseher ein, der allerdings in einigen Haushalten Konkurrenz durch neuere Medien wie den Computer mit Internetzugang, DVD- oder MP3-Player bekam. Bücher und Printmedien wurden zwar in einigen Interviews erwähnt, spielen aber bei den meisten eine eher nachgeordnete Rolle. Neben der Unterhaltungs- und Informationsfunktion der Massenmedien wirken diese Medien als eine Art »*Inklusionstechnologie*«. Man kann mit diesen Medien gewissermaßen gar nicht vollständig »herausfallen« aus der Gesellschaft, denn man ist angeschlossen an den Strom der Informationen, der Bilder und Gefühle, man ist symbolisch verbunden mit dem (fiktiven) Kollektiv. Die mangelnde soziale Inklusion wird durchaus durch eine »virtuelle Inklusion« der Massenmedien teilweise kompensiert. Allerdings wird diese Tendenz gewissermaßen »gebrochen« durch den Bildungsstand der Befragten, bei den Interviewten mit Hochschulabschluss bekam der Fernseher häufiger Konkurrenz durch Bücher und andere Druckerzeugnisse (oder wurde durch diese ersetzt) als bei denjenigen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen. Bei den mittleren und höheren Bildungsabschlüssen spielte auch der Computer (und der Internetzugang) eine größere Rolle und relativierte die Bedeutung des Fernsehens.

Doch neben der symbolischen Inklusion spielen bei der Mediennutzung auch andere Aspekte eine Rolle: Massenmedien, allen voran das Fernsehen, sorgen nicht nur für die Geräusch- und Bildkulisse des Alltags, sie vermitteln nicht nur Information, Unterhaltung und Gesellschaft, sie figurieren auch als *Zeitgeber*. Durch den Wegfall des mit Erwerbsarbeit einhergehenden rhythmischen Wechsels von Arbeitszeit und Freizeit zerfällt häufig die eingeübte Zeitstruktur des Alltags und hinterlässt eine gewisse Leere und Orientierungslosigkeit, wie schon in der Marienthal-Studie gezeigt wurde. Andere Verpflichtungen und Arbeiten können in dieser Situation alternativ als Zeitgeber wirken, zum Beispiel die Betreuung von Kindern oder ehrenamtliche Arbeiten. Existieren keine alternativen Zeitgeber, kann das Fernsehprogramm (notdürftig) zeitliche Markierungspunkte setzen und das fehlende Zeitgerüst ein Stück weit ausfüllen.

Es liegt auf der Hand, dass bei der Mediennutzung gerade in Armutslagen auch *eskapistische Aspekte* von Bedeutung sind. In der anregenden Wirkung der Medien, die Unterhaltung und Erregung vermitteln können, etwa bei actionreichen Filmen oder Spielen wird wohl auch Kompensation negativer oder frustrierender Erfahrungen gesucht. Massenmedien sind voller optischer, akustischer und emotionaler Reize und können einem grauen Alltag durch die Stimulierung der Sinne Farbe zu verleihen. Daneben lassen sie auch die sozial weniger Begünstigten an den Erfolgen und der Anerkennung von Modellen in den Medien teilhaben. Sie bieten ein Surrogat bzw. bildliche Umsetzungen von kollektiven Idealen und Sinnstrukturen und lenken ab von den eigenen Problemen. Eskapisti-

sche Momente können natürlich für Erwerbslose wie für Erwerbstätige von Bedeutung sein, denn ein gewisser »Problemdruck« im Alltag kann in beiden Situationen auftreten. Doch verfügen die Erwerbslosen in der Regel über mehr »leere« Zeit im Alltag, die gefüllt werden muss. Zudem fehlt ihnen die soziale Integration, die durch Erwerbsarbeit stattfindet, und auch dieser Mangel an kollektiver Inklusion muss überbrückt werden. Sicher können auch spannende Bücher Eskapismus befördern, wenn es ein Bedürfnis danach gibt, jedoch kann das Fernsehen (in der Rezeption) »passiver« und zugleich »kollektiver« als das Lesen betrieben werden, zwei Vorteile des Mediums, die gerade bei Erwerbslosen von Bedeutung sein können, die alltägliche Strukturen und Motivationen zu verlieren drohen. Fernsehen kann man auch ohne ausgeprägte Motivation oder Antrieb – und bekommt doch mit, was gesellschaftlich passiert, welche Stimmungslagen herrschen u.Ä.. Allerdings schafft dieses Handlungsmuster eine einseitige und unverbindliche Form der sozialen Inklusion. Das Medium vermittelt keine soziale Verlässlichkeit, keine Reziprozität und kann insofern nicht wirklich als Ersatz für »echte« soziale Beziehungen wirken – dies liegt auch für die Nutzer auf der Hand.

### 8.1.3 Computer und Internet

Die Rolle des *Computers*, auch ein Medium der Massenkommunikation, soll hier aufgrund seiner Besonderheiten in einem eigenen Abschnitt behandelt werden. Bei den erwerbslosen Befragten wurde der Computer selten als Lieblingsobjekt genannt – die meisten verfügten über kein eigenes Computergerät, waren aber mit der Nutzung öffentlicher Möglichkeiten des Internet-Zugangs, etwa bei der Arbeitssuche, durchaus vertraut. Es existieren aber auch Ausnahmen von dieser Regel: Zum einen sind der Besitz und die Nutzung eines Computers mit Internetanschluss für die Befragten mit Hochschulabschluss (oder mit einer technischen Ausbildung) selbstverständlich, und dies gilt in der Regel auch für die Erwerbslosen unter ihnen. Zum anderen gibt es, auch bei den »Bildungsfernen«, technisch sehr versierte »Computerbegeisterte« bzw. »Computerbastler«, die eine geradezu leidenschaftliche Beziehung zu diesem Objekt haben.

Die Nutzung des Computers bei der besser gebildeten Befragtengruppe ist dagegen meist selbstverständlich, sachlich und unspektakulär. Eine leidenschaftliche Beziehung zum Computer ist es eher selten, verzichten kann man jedoch auf keinen Fall auf dieses Gerät und den durch ihn vermittelten Zugang zur Welt. Auffallend ist in erster Linie, dass die Nutzung des Computers bei den gebildeten, aktiven Erwerbslosen zu einer Angleichung des Alltags zu dem der Erwerbstätigen bewirkt. Diese Befragten schlagen sich zum Teil neben der staatlichen Unterstützung mit kleinen Aktivitäten, Aufträgen, 400-Euro-Jobs und anderen prekären Beschäftigungsformen durch, pflegen dabei ihre Kontakte und Verbindungen und hoffen auf eine Möglichkeit des regulären Einstiegs in ein Beschäftigungsverhältnis. Die Nutzung von Computer und Internet strukturiert den Ar-

beitstag dieser Befragten, ähnlich wie denjenigen der regulär Erwerbstätigen. Der Arbeitstag beginnt in der Regel damit, dass der Computer eingeschaltet wird. Dann werden Mails abgerufen und beantwortet, man informiert sich über aktuelle Geschehnisse, korrespondiert und sucht nach offenen Arbeitsstellen. Man schreibt Texte am Computer und bearbeitet diese oder man gestaltet zum Beispiel grafische Entwürfe. Der Computer und die Arbeitstechniken, die er vermittelt, wirken hier als Zeitgeber und bestimmen den Rhythmus und Modus des Arbeitens. Der Computer, der der Oberfläche des Arbeitsalltags vieler Angestelltenberufe ein ähnliches Gesicht gegeben hat, bewirkt auch bei den besser ausgebildeten, aktiven Erwerbslosen eine Angleichung der Tagesstruktur und der Beschäftigung an die erwerbstätige Mehrheit.

Herr D. zum Beispiel, ein 40-jähriger Kulturwissenschaftler, der seit drei Jahren erwerbslos ist, hat lange Jahre in verschiedenen Tätigkeiten, zunächst im Theater und dann als Berater für Kunstgalerien gearbeitet, bevor die Rezession diese Branche traf und seine Aufträge »austrocknete«. Derzeit macht er eine Weiterbildung im Grafikbereich, um sich für seine Stellensuche besser zu qualifizieren. Den Computer nutzt er sehr viel, sowohl für berufliche wie auch für private Zwecke, die bei ihm und seinen diversen Aktivitäten ohnehin manchmal ineinander fließen. Herr D. nutzt verschiedene Programme am Computer, neben dem Internet und der Möglichkeit, Emails zu verschicken und zu empfangen, vor allem Grafik- und Textverarbeitungsprogramme. Er hat kleinere Aufträge für grafische Arbeiten, entwirft zum Beispiel Broschüren für befreundete Freiberufler und Selbständige. Dafür nutzt er einen Apple-Computer und elaborierte Grafik-Programme, und ein gewisser Stolz über die Qualität und Benutzerfreundlichkeit seiner Ausstattung klingt durch seine Worte:

D: Ich arbeite momentan auf nem Apple von daher bin ich jetzt mit den Tastenbefehlen hier nicht so ganz , drückst Apfel, shift, j, und du hast ne neue Ebene und es geht gleich das Fenster auf, wo du den Namen eingeben kannst von der Ebene. Und das ist einfach...nix rumklicken, sondern Finger auf der Taste fertig. Und das ist einfach Klasse. (Int 10/3)

D. hat mit der Zeit Freude an der Arbeit am Computer gewonnen, obwohl er ursprünglich wenig Begeisterung dafür empfand. Doch die künstlerischen und technischen Möglichkeiten des neuen Mediums haben ihn überzeugt, obwohl das Umsetzen der grafischen Entwürfe im Detail dann weniger Spaß macht und anstrengend und zeitraubend ist.

I 2: Ist das für dich dann irgendwie mehr Arbeit oder mehr Vergnügen so was zu machen? Also weil du ja vorhin auch gemeint hast, das ist für dich...du eigentlich net soviel mit Computern zu tun haben wolltest...

D: Ja gut äh es is sowohl als auch, natürlich machts Spaß und es ist superklasse, wenn du irgendwas gemacht hast und hinterher sagst, he toll, hab ich gemacht. Also ich hab jetzt grade ne Broschüre, dir hatt ich's glaub ich erzählt, für den (unverständlich) gemacht, n befreundeten Arzt von mir, und die ist jetzt in Druck gegangen und jetzt liegt bei dem halt diese Broschüre aus, die ich gemacht hab.

I 1: Ist man schon ein bisschen...

D: ...stolz, hat auch Spaß gemacht, aber wenn du dann in dem Projekt drin hängst und dann so kniefieslige Sachen machst, wie Zeilenabstände neu regulieren oder Wortabstände oder was weiß ich irgendwas..(UV)hier oben. Das ist knallharte, stinkendlangweilige Arbeit. Solange du noch im Entwurf bist, ist es toll. In dem Augenblick, wo du den Entwurf umsetzt, in eine druckfähige Vorlage, ist es Arbeit. Und das...der Übergang ist fließend.

Für eine andere Bekannte hat D. ein Firmenkonzept und einen Namen für ihr kleines Unternehmen entwickelt. Dabei kommen ihm seine germanistische Ausbildung und seine Erfahrungen in der Kulturbranche durchaus zugute:

D: Das mein neuster Entwurf, der da drauf ist.

I1: Ah so ne, ähmähm, Visitenkarte?!

[...]

D: Das n neues Projekt, macht sich jetzt gerade selbstständig und ich hab die lustigerweise übers Internet kennen gelernt und dann erst ziemlich häufig telefoniert und irgendwann hat sie mich dann angerufen, tagsüber, und hat gesagt: »Bist du heut Abend zuhause, ich muss mal dringend mit dir reden [...] und dann hat se mir einfach dieses Projekt vorgestellt und hat gesagt, okay, sie hat gemerkt, dass ich ganz gut mit Sprache kann und ob ich mir vielleicht mal irgendwas als Namen dafür überlegen soll.

I1/2: Hmhm.

D: Und dann hab ich mich halt n Wochenende hingesetzt und hab mir ein paar Namen ausgedacht und Kommunikationskonzepte dazugeschrieben, ich mein gut, das hab ich ja gelernt. Das schüttelste dann mittlerweile wirklich so halb ausm Ärmel. Und gleich recherchiert, ob die Namen auch nicht besetzt sind, ob de die benutzen kannst und ob du die dir vielleicht sogar namensrechtlich schützen kannst.

Die Arbeit am Computer beinhaltet für D. die Möglichkeit, nach jahrelanger Arbeit am Theater und als Experte für Kunst und Kunstgeschichte, sich nun eine neue Tätigkeit und damit auch neue Beschäftigungsfelder anzueignen – durch learning by doing und durch eine professionelle Fortbildung. Sein Verhältnis zur Computerarbeit ist daher sehr positiv, vorausgesetzt, es handelt sich um Arbeiten am Computer, die nicht langweilig und stumpfsinnig sind, sondern ihn und seine Talente fordern. Doch für D. ist der Computer nicht nur wichtig, um sich beruflich zu entwickeln, sondern er nutzt ihn auch sehr viel »für die Organisation seiner privaten Kontakte«, wie er sich ausdrückt. Und weil für ihn der Kontakt zu Freunden, die teilweise im Ausland leben oder viel reisen, sehr wichtig ist, und der Computer für diesen Zweck so gute Möglichkeiten bietet, hat er ihn mittlerweile richtig »liebgewonnen« und nennt ihn im Interview sogar ein Lieblingsobjekt, das gleich nach seinem Mountainbike (er ist leidenschaftlicher Radfahrer in seiner Freizeit), seinem Lieblingsjackett und seinen vielen Büchern kommt:

D: Dann...liebgewonnen, gezwungenermaßen, diese Kiste dahinten, sprich das Notebook, als Arbeitsgerät mittlerweile und ganz einfach auch, weil's für mich Schnittstelle zu meinen Freunden, die wirklich in alle Welt verstreut sind, weil man da drüber halt wirklich supertoll Kontakt zu allen halten kann, ohne sich hoch zu verschulden durch Telefon...

Der Kontakt zu seinen Freunden über Internet und Email bietet für D. sehr wichtige Möglichkeiten, die Kommunikation aufrechtzuerhalten und an ihrem Leben teilzuhaben, auch wenn man räumlich weit voneinander entfernt ist. Dadurch ge-



lingt es, Freundschaften zu erhalten, auch wenn man schon lange keinen persönlichen face-to-face Kontakt hatte:

D: der Hannes, der kugelt ständig in der Weltgeschichte rum und mit dem kann ich eigentlich so keinen Kontakt aufrechterhalten. Ich glaub, wir ham uns vor 6 Jahren das letzte Mal gesehen, das geht einfach nicht zusammen. Der ist Professor und äh hochdotiert und unheimlich gefragt und tourt durch die Weltgeschichte, aber der hat halt n e-mail-account und hat sein Notebook dabei. Und wo der is, loggt der sich ein, das zahlt ihm alles die Uni. Und dann kann ich, egal ob er in Japan sitzt, oder ob er mal wieder in, in Pasadena, in Amerika drüben sitzt, ist völlig schnurz. Setzt, setzt ne Nachricht ab, äh eruierst denn mal so auf die Schnelle wie viel Uhr es da drüben is und wenn de Glück hast erwischst ihn grad an seinem Arbeitsplatz oder zuhause und dann sitzt mer halt da und chattet ne Runde. Das is okay. Und ich mein mittlerweile mit der modernen Technik...[...]Webcam an und du siehst den andern, is okay..

II: Ja praktisch.

D: Aber klar ich hab auch mittlerweile einige Leute übers Internet auch kennen gelernt, so quer durch die Republik. Das is...Ja da bist hier mal in nem Chatforum drin, da mal in nem Chatforum drin...

Seit seiner Scheidung vor vier Jahren nutzt D. das Internet noch intensiver als vorher, um soziale Kontakte zu pflegen und zum Teil auch neu aufzubauen. Vor einigen Monaten hat er sich auf Zureden von Freunden auch bei einer Singlebörse angemeldet und auch prompt eine Gleichgesinnte gefunden, mit der der Chat immer intensiver und interessanter wurde und sich schließlich eine Beziehung daraus entwickelt hat. Mittlerweile plant er, mit seiner neuen Freundin zusammenzuziehen.

Für D. ist der Computer als Arbeitsgerät sehr wichtig, das es ihm erlaubt, Anschluss an Arbeitsmöglichkeiten zu halten und sich neue Qualifikationen und Beschäftigungsfelder anzueignen. Der Computer ist aber auch von großer Bedeutung für seine vielfältigen privaten sozialen Kontakte. Deshalb ist aus der anfangs sehr sachlichen Beziehung zu diesem Gerät mittlerweile eine sehr wertgeschätzte, freundschaftliche Beziehung geworden. D. ist ein sehr kunst- und bücherliebender Mensch – der Computer als Medium musste sich daher in seinem Leben erst »beweisen«. Doch weil dieses Gerät für die Gestaltung seines beruflichen und privaten Lebens Möglichkeiten bietet, ohne die sich mancher Zugang zu Dingen und Menschen nicht erschließen würde, hat er sich mittlerweile seinen festen Platz neben Büchern, Kunstgegenständen und Sportgeräten erobert.

Unser *zweites Beispiel* eines computerbegeisterten Erwerbslosen ist W., ein 42-jähriger erwerbsloser Schlosser, der aus Rumänien stammt und zu Beginn der 90er Jahre eingewandert ist (Int.4/7). W. hat jahrelang im Waggonbau gearbeitet, bevor er vor zehn Jahren arbeitslos wurde. Mittlerweile hat er, obwohl er technisch sehr versiert ist, die Hoffnung auf eine neue Stelle fast aufgegeben, da er, wie er sagt, erstens »zu alt für den Arbeitsmarkt« sei und zweitens nicht mobil:

W: Das Alter, da wird man abgestempelt, bin jetzt 42 Jahre und jetzt bin ich auf Deutsch gesagt in dem scheiß Hartz IV. Ich bewerb mich schon mit ein paar Bewerbungen, aber erstens bin ich zu alt, weil ich über 33 bin und ich hab kein Auto und auch keinen Führerschein, weil ich konnte mir das nicht leisten. (Int.4/7)

Herr W. ist nicht nur technisch sehr begabt und interessiert, er hat auch eine Vorliebe für Elektrogeräte, vor allem für Mediengeräte, und ist ein leidenschaftlicher Bastler. Neue Geräte könne er sich nicht mehr kaufen, wie er sagt, alles was er hat, habe er angeschafft, als er noch gearbeitet habe. Für W. sind die Geräte sehr wichtig, er schätzt eine gute Qualität bei den Bild- und Tonmedien; doch bei der Umsetzung dieser Wünsche muss er natürlich große Kompromisse eingehen bzw. mit Hilfe seiner technischen Fähigkeiten improvisieren. Den Geldmangel kompensiert er mit viel Zeit, Liebe zum Detail und technischen Kenntnissen, so dass er im Ergebnis erstaunlich gut ausgestattet ist mit Kommunikationsgeräten. Er lebt alleine und verfügt über zwei Computer und zwei Fernseher, über ein DVD-Gerät und eine Musikanlage.

II: Was ist ihnen da besonders wichtig, bei Technik?

W: Also, ich mag ein gutes Bild. Wenn ich komm und ich schau mir ein paar DVDs an oder einen Film, da is ein gutes Bild wichtig. Und gute Musik. Also die Musikanlage muss einen guten Klang haben.

Wenn etwas kaputtgeht, repariert er es selbst und beschafft sich auf gekonnte und findige Weise gebrauchte Ersatzteile dazu – zum Beispiel über das Internet. Auch neue Geräte baut er aus gebrauchten Teilen zusammen.

W: Ich reparier viel selber. Ich kauf keinen Rechner. Wie gesagt, ich bau mir die selber zusammen. Kauf mir ein Gehäuse und alle die Komponenten da. Da weiß ich dann was ich drinnen hab.

Die Kenntnisse, die W. für Reparatur und Zusammenbau der Computer benötigt, hat er selbst erworben: »Hab ich mir selbst beigebracht«, wie er sagt. Ebenso hat er sich Kenntnisse über Computerprogramme für die Nutzung seiner PCs mit Hilfe von Fachbüchern angeeignet. W. repariert nicht nur seine eigenen Geräte, sondern hilft auch kostenlos anderen, die Probleme mit der Technik haben:

W: Ich hatte früher noch ISDN, wo man am Wochenende umsonst telefonieren konnte. Da habe ich den Leuten, die Probleme mit dem Millenium hatten, geholfen. Also ich reparier halt da die Geräte. Zum Beispiel jetzt vor kurzem meinen DVD – Recorder, den hab ich aufgemacht und selber repariert. Da is so'n Mainboard wie beim Computer. Das Neue hätte über 160 Euro gekostet. Im Internet hab ich dann eins gefunden. Man musste es halt anders befestigen, aber es hat funktioniert. Des hab ich dann auch ins Forum rein und anderen Leuten geholfen. Ich mein, technisch bin ich halt begabt. Ich probiers halt immer, des is für mich eine Herausforderung.

Er ist erstaunlich findig auf der Suche nach technischen Lösungen, und gibt sich dabei kaum Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Dieser offensichtliche Widerspruch zwischen seinen Fähigkeiten und seinen Möglichkeiten drängt sich bei der Beschäftigung mit dem Interview auf. In der nordbayerischen Grenzregion in der er lebt, ist der Arbeitsmarkt »dicht«, es gibt es kaum offene Stellen. Das Geld wurde mit den Jahren der Erwerbslosigkeit knapper und knapper, so dass W. sich immer mehr einschränken musste. An der Wohnung und den Fotos, die beim Interview gemacht wurden, ist abzulesen, dass er in der Möblierung und Einrich-

tung noch von den Beständen seiner Ehe bzw. aus den Jahren lebt, in denen er Arbeit hatte. Der Sparzwang zähmt auch seine Leidenschaft für technische Geräte und zwingt ihn zu improvisierten, selbstgebastelten Lösungen. Und doch ist er mit Kommunikationsgeräten recht üppig ausgestattet. Er lebt alleine und verfügt in seiner Wohnung, wie erwähnt, über zwei Computer und über zwei Fernseher.

Den Computer in der Küche nutzt er selbst für seine Zwecke. Der zweite Computer ist für die Spiele seiner Söhne (18 und 15 J.) reserviert, die ihn regelmäßig besuchen. W. ist geschieden, seine Söhne leben die meiste Zeit bei seiner ehemaligen Frau und besuchen ihn an den Wochenenden.



*Abbildungen 8 und 9: Computer, Lieblingsobjekte von W.*

W: Bevor ich arbeitslos geworden bin, hab ich mir auch nen TFT – Monitor angeschafft mit fünf Millisekunden Reaktionszeit. Der is dann für Spiele.

II: Also für Spiele nutzen sie den PC auch schon?

W: Mein Sohn. Ich spiel net. Ich kenn mich mit diesen Spielen net aus, nur meine Kinder. Die Kinder begreifen des schnell.

Gleich am Beginn des Interviews sagt er, dass er ein gutes Verhältnis zu seinen Söhnen habe, die kämen jedes Wochenende zu ihm, nicht zuletzt weil sie bei ihm Computerspiele machen dürfen. Er habe die technische Ausstattung dafür und stelle auch pädagogische Bedenken zurück, denn die Kinder müssten sich doch auch »abreagieren« und entspannen können:

W: Und wie gesagt ich bin seit zehn Jahren geschieden, das Sorgerecht hat die Mutter. Die Kinder leben also bei der Mutter. Aber ich hab ein gutes Verhältnis, die sin jedes Wochenende bei mir. Und naja vielleicht ein großer Grund is, weil ich DSL – Anschluss hab. Wenn ich dann mal einen Computer für mich gebastelt hab, da hams des dann mitgekriegt, weil ich bastel immer selber meine Rechner zusammen. Und des is a Grund, dass sie kommen, weil da könnens online Internetspiele spielen. Da tun sie sich abreagieren. Weil in der Schule müssens viel lernen und des können sie dann durch des Spielen abreagieren.

W. selbst macht keine Computerspiele, wie er sagt. Der Computer ist für ihn das wichtigste seiner Mediengeräte, so wichtig, dass er sich als »süchtig« bezeichnet. Der Computer verschafft ihm Informationen und Zugänge, die er sonst nicht bekommen würde. Der Computer ist flexibel und bietet ihm ganz verschiedene Möglichkeiten. Seinen Alltag hat er sich so durch die Kommunikationsmedien eingerichtet und zeitlich strukturiert:

W: ...und dann is mir Internet ganz wichtig. Also ich bin schon süchtig. Früh, wenn ich aufsteh bevor ich ins Bad geh, muss ich meinen Rechner anschalten, dann Frühstück ich und check meine Mails. Dann les ich Stern – TV und geh ins Oberpfalz – Netz und les da die Tageszeitung, »Der Neue Tag«. Da les ich auch den Stern, Fokus und alle Magazine, weil ich nutz halt des Internet da. Und auch aus meiner Heimatstadt, ich stamm aus Rumänien auch die Tageszeitung. Wenn ich dann mit meiner Mutter (in Rumänien) telefonier, weiß ich mehr als sie.

Der Computer ist für ihn im wahrsten Sinne »Zugang zur Welt«. W. hat keine Tageszeitung, denn über das Internet kann er sich ohne Kosten umfassend und tagesaktuell informieren und macht von dieser Möglichkeit auch viel Gebrauch. Darüber hinaus schätzt er, dass er darüber Kontakt zu seiner Heimat halten und über die Situation dort aktuelle Informationen bekommen kann, sodass er manchmal besser über die Lage in seiner Heimat informiert ist als die Mitglieder seiner Familie, die noch dort leben. Darüber hinaus nutzt er Computer und Internet für seine bescheidenen Geschäfte und kauft (oder verkauft) technische Teile. Auch an der Wohnungseinrichtung ist abzulesen, dass Herr W. die meiste Zeit und Mühe auf seine Kommunikationsgeräte richtet, der Rest ist eher lieblos eingerichtet und wirkt wie die zusammengewürfelten Reste aus ehemaligen ehelichen Beständen, samt Nippes, der nach wie vor in der optisch massiven Schrankwand steht. Die Wohnung ist zwar sauber, doch sichtbar ohne ästhetische Ambitionen aus dem eingerichtet, was eben noch verfügbar ist.

Die Nutzung sowie die Pflege, die Wartung und Reparatur seiner Kommunikationsgeräte, vor allem des Computers, sind für W. die wichtigste Beschäftigung. Diese Tätigkeiten geben seinem Alltag eine Struktur und sinnvolle Aufgaben, die seine Talente und Kenntnisse herausfordern und erweitern. Mit Hilfe des Computers kann W. sowohl den Anschluss an seine (geschiedene) Familie halten, indem er das Interesse seiner Söhne auf seiner Seite weiß, er hält aber auch Anschluss zur modernen Kommunikationsgesellschaft, indem er sich über Internet informiert, kleine Geschäfte betreibt und soziale Kontakte pflegt, die über gemeinsame Interessen gestiftet werden. Ebenso kann er den Kontakt zu seiner Heimat halten, sich über die Vorgänge dort gut informieren, und gedanklich trotz der langen Abwesenheit daran partizipieren.

Die Dinge, die ihm wichtig sind und die seine Identität derzeit, in der Situation der Erwerbslosigkeit zum großen Teil ausmachen – die technischen Basteleien, der Bezug zur Heimat – vermitteln sich ihm vor allem über das Netz. Und so zeigt das Beispiel von W., dass Kommunikations- und Massenmedien nicht nur als soziale Inklusionsmaschinerie wirken, sie können auch Identität stabilisieren

und ein Stück weit begründen, auch wenn sie eine »echte« gesellschaftliche Teilhabe natürlich nicht ersetzen können.

Vergleicht man die Aussagen der erwerbslosen Befragten zum Thema Computer und Internet mit der Vergleichsgruppe der Erwerbstätigen, so fällt auf, dass der Computer auch in der »Normalbevölkerung«, die erwerbstätig ist oder sich in der Ausbildung befindet, ähnliche Funktionen hat. Er wird vor allem als Universalgerät geschätzt und deshalb auch als eines der Lieblingsobjekte präsentiert, weil mit ihm man sowohl arbeiten kann, der aber auch viele Freizeitmöglichkeiten bietet, Musik hören, Filme anschauen, chatten und ähnliches. Der Computer macht vieles möglich. Vor allem jüngere Befragte, zwischen 20 und 30 Jahren, häufig auch Studierende, schätzen diese Möglichkeiten sehr, können sich ein Leben ohne Computer oft gar nicht mehr vorstellen. A., 26, die gerade Diplomarbeit macht, sagt über ihren Laptop: »Ist wichtig zum arbeiten, Musik hören, für alles, Filme schauen [...] ja, also für alles eigentlich.« und weiter im Interview: »also ohne geht jetzt gar net« (Int.3/2). Obwohl sie gerade mindestens acht Stunden täglich am Laptop sitzt, um ihre Diplomarbeit fertigzustellen, wird sie des Geräts nicht überdrüssig, sondern nutzt es auch in der Freizeit intensiv. Ein anderer Befragter, U. (29 Jahre) ist gar noch computerbegeisterter. Er besitzt PC und Laptop und könnte nicht mehr darauf verzichten. Im Interview präsentiert er sich bewusst als »Computerfreak«, der den Computer als wichtigen Teil seiner Identität bezeichnet:

U: ich interessiere mich so ....., sag ich mal... seit mehr als zehn Jahren aber damals hatte ich keine Möglichkeit einen eigenen Computer zu besitzen, und ich war sehr froh als ich mir ahm .... meinen ersten gekauft habe und das ist die erste Sache, das ich anmache, wenn ich aufstehe ahm .... und ich mag mich irgendwie verlieren, in den Details des Rechners oder im Internet und von daher kann ich sagen, dass mein Rechner ahm ... ein wichtiger Teil von mir ist.

I: Fühlst du dich irgendwie von ihm abhängig?

U: Ja...so was kann man schon von mir sagen, ha, ha, ha. (Int.3/1)

Für Herrn U. ist der Computer, ähnlich wie für W., identitätsrelevant, da er von den Möglichkeiten des Objektes begeistert ist und eine leidenschaftliche Beziehung dazu hat. Vieles wäre nicht möglich ohne Computer. U. kann sich umfassend informieren, kann Kontakt zu seinem Heimatland halten und ein Leben, das in drei Ländern verwurzelt ist und intensive Bezüge zu den verschiedenen Kulturen hat, organisieren. Er selbst stammt aus Bulgarien, seine Frau aus Polen, beide studieren in Deutschland und haben sich bei einem »Sommerjob« in England kennengelernt. Sie halten intensiv Kontakt zu ihren Heimatländern und überlegen immer wieder aufs Neue, in welchem Land sie ihren Wohnort aufschlagen wollen. Sein Leben so international zu organisieren wäre ohne Computer und Internet kaum möglich – zumindest wäre es sehr viel schwieriger.

Auch wenn der Computer und der Internetzugang für Erwerbslose ähnliche Funktionen hat, wie für andere Befragte in den Vergleichsgruppe, so hat er hier doch einen anderen Stellenwert, da soziale Teilhabe in der Situation der Erwerb-

slosigkeit zu einem nicht mehr selbstverständlich verfügbaren, sehr viel knapperen Gut wird. Der Zugang zur Welt schränkt sich doch in der Regel enorm ein, wenn man arbeitslos ist und dieser Zustand länger andauert. Die Nutzung des Computers erfordert zwar hohe Anschaffungskosten und setzt wenigstens ein Minimum an Kenntnissen und Vertrautheit mit dem Gerät voraus, aber bietet eben die Möglichkeit, soziale Anschlüsse zu halten, informiert zu werden und dabei auch aktiv werden zu können.

Der oft arbeitslose Schreiner S. (aktuell hat er einen 400-Euro-Job) zum Beispiel präsentiert seinen Computer als den ihm wichtigsten Gegenstand und sagt, dieses Gerät sei für ihn »das Tor zur Welt«. Er fasst die vielen Möglichkeiten und Anschlüsse, die das Gerät ihm bietet, knapp zusammen:

S: Wenn ich irgendwas brauch, Informationen, wenn ich irgendwas wissen will, irgendwas interessant ist, dann schalt ich den ein und alles ist da. Dient auch der Entspannung: Musik, Video, Informationen, interessante Sachen. (Int. 4/8)

Vor allem in Interviews mit erwerbslosen Männern spielen Computer nicht selten eine sehr wichtige Rolle. S. spricht dies sogar explizit an; das was ihn am Computer interessiert, sind seiner Aussage nach spezifisch männliche Interessen. Auf die Frage, ob Computerspiele für ihn auch wichtig wären, verneint er und führt aus, was er unter den »männlichen Interessen« versteht:

S: Ja, also da geht's eigentlich wirklich bloß um Informationen, was Männern halt so gefällt. Computer, Informationen über die Arbeit, ebay is auch ganz wichtig...

S. führt aus, dass der Computer drei Jahre alt ist, er würde sich gerne einen neuen kaufen, es fehle allerdings am Geld. Im Haushalt gibt es einen zweiten Computer, der für die Computerspiele der Kinder reserviert sei. Auf seinem Computer lässt S. keine Spiele laufen, denn dies mache den Computer wesentlich anfälliger – der zweite Computer mit den Spielen darauf laufe derzeit wieder einmal nicht. Den Verlust seines Computers könnte er schwer verschmerzen, denn aufgrund seines hohen Preises sei er schwer zu ersetzen:

S: Wenn ich des Geld hätt, hätt ich drei Computer! Aber die kosten halt immer gleich 1000 €!

I: Wenn das Geld da wär, würden sie sich also einen neuen kaufen.

S: Ja, klar (lacht)! Obwohl ein Computer an sich ja kein schönes Gerät ist!

S. bekommt etwa 40 bis 50 Emails am Tag, hauptsächlich Newsletter, Post von Ebay und ähnliches. Er sucht im Internet gezielt nach bestimmten Dingen, die er erwerben will und nutzt dafür neben Ebay auch Preissuchmaschinen:

S: Ich schalt dann meistens eine Preissuchmaschine an und hol's mir da. Inzwischen is des (ebay) schon zu teuer. Außer, man hat da bestimmte Sachen, ich bin zum Beispiel so ein Holographie- Fan, ich such so bestimmte Hologramme und die kriegt man so net. Da bieten's Privatpersonen an und dann kann man schon mal Glück haben.



Abbildung 10: Computer, Lieblingsobjekt von S.

S. nutzt den Computer vor allem zur Gewinnung von Informationen, für Arbeitssuche und für Geschäftliches (Käufe und Verkäufe), und hier vor allem, um seltene Dinge für seine Hobbies und Interessen aufzuspüren. Der Computer ist für ihn »das Tor zur Welt«, da es seinen Handlungsradius enorm erweitert und ihm fast unbegrenzten Zugang zu Informationen und Kontakten ermöglicht, unabhängig von seiner derzeitigen Situation als Erwerbsloser und seinem räumlichen Aufenthalt. Deshalb ist der Computer für ihn, obwohl unter ästhetischen Aspekten »kein schönes Gerät« (was ihm nicht unwichtig ist), das wichtigste Ding in seiner Wohnung. *Ein Stück weit hebt das Gerät – auf unpersönliche Weise – die Isolation auf, in die man als Erwerbsloser gerät, da es weiterhin Zugang zu Netzwerken, Informationen und Geschäftskontakten sichert, die weit über das direkte soziale Umfeld hinausgehen.*

Dieses Motiv taucht in den Interviews immer wieder auf. Gerade für Erwerbslose, die sich weitgehend in die soziale Isolation zurückgezogen haben – aus Frustration, aus Scham oder auch aufgrund psychischer oder körperlicher Probleme – spielen die Massenmedien eine sehr wichtige Rolle, der Fernseher, aber auch der Computer. Die schon erwähnte Frau Ch. zum Beispiel, die sich kaum mehr jemanden einzuladen traut, da sie aufgrund ihrer Persönlichkeitsstörung dies als kompliziert und anstrengend empfindet, pflegt ihre sozialen Kontakte vor allem per Email. Auch der Fernseher spielt bei ihr eine wichtige Rolle, wie schon ausgeführt wurde. Der Computer ermöglicht jedoch interaktive Kontakte, was ein großer Vorteil ist. Für Frau Ch. ist dies so wichtig, dass sie auch die Kosten für eine Flatrate nicht gescheut hat – trotz ihres kleinen Haushaltsbudgets:

Ch: Der läuft also schon so zwei, drei Stunden am Tag, also ich hab mir auch ne Flatrate genommen, weil sich des für mich einfach rechnet. Also es geht erstens mal sehr sehr viel schneller als ein normaler Anschluß, da zahlt man halt fürs Warten, des is einfach so. Und was ich so vertelefoniere is wirklich minimal, also ich nütz es wirklich hauptsächlich für Internet. (Int. 5/4)

Frau Ch. nutzt ihren Computer für ihren Email-Briefverkehr, für preisgünstige Einkäufe und vor allem auch zur Informationsgewinnung zu den Sachgebieten, die sie interessieren. Weil das Gerät so viele Möglichkeiten bietet und daher so attraktiv ist, nennt Frau Ch. den Computer auch als eines ihrer Lieblingsobjekte:

Ch: Also mir fällt da mein Computer ein, weil des ähm... ja des is einfach alles. Des is Bibliothek, des is Zeitung, des is Fernseher... Man kann mit den Menschen Kontakt aufnehmen und ich merk auch, dass der Computer so meine privaten Bücher verdrängt hat, so so diese Bücher, die ich zu Hause hab, des war immer mein Schatz und ich merk halt schon an der Staubschicht die drauf liegt, dass ich die relativ selten benutze, bis aufn paar bestimmte Exemplare wo ich öfter mal reinschaut. Auch das ich mir Informationen einfach ausm Internet hole, es geht schneller, is aktueller und billiger vor allen Dingen... und ja jetzt überleg ich mir, ob ich se nicht einfach mal ausmiste und nen Teil aufn Dachboden stell, ich hab dann auch mehr Platz in der Wohnung.

Für Frau Ch. ist der Computer eine echte Konkurrenz zu Büchern geworden, da er vielseitiger, aktueller und vor allem auch billiger für die Informationsbeschaffung ist. Die Bücher im Regal, die lange Zeit »ihr Schatz« waren, werden jetzt selten benutzt, und weil sie stehen bleiben und verstauben, droht ihnen jetzt eine »Ausmistaktion«. Der Computer hat aufgrund seiner Vielseitigkeit und Aktualität ihren Platz teilweise erobert. Als Akademikerin, die nie einen richtigen Einstieg ins Berufsleben fand, hat Frau Ch. einen ausgedehnten Interessenhorizont: sie interessiert sich für Musik, für Architektur, für Psychologie und für Astronomie. Die Informationsmöglichkeiten des Internet unterstützen Sie nicht nur dabei, für ihre Interessensgebiete umfassende Informationen zu sammeln, sondern ermöglichen auch Pläne zu Eigenaktivitäten und kleinen Projekten – aus denen, wie im Interview deutlich wird – zwar nur selten etwas wird, jedoch schon allein die Tatsache, Lebenspläne zu haben ist ein positives Zeichen und spricht für persönliche Stabilisierung und die Entwicklung von Perspektiven:

Ch: Also ich bin viel auf Seiten, was Astronomie betrifft, also NASA zum Beispiel oder Sternwarten. Oder einfach, wenn ich irgendwo was interessantes seh, einen Zeitungsbericht, dann schau ich, obs irgendwie Informationen dazu gibt. Also was mich auch sehr interessiert is Psychologie. Ähm... ich überleg auch ein Buch in die Richtung zu schreiben – so über meine Therapieerfahrungen... also jetzt nicht in Erzählform, sondern einfach handfest als Ratgeber für Menschen, die irgendwie Hilfe brauchen, wo man sich schnell durchlesen kann...[...] wenn man nen Therapieplatz sucht oder wenn man in eine Psychosomatische Klinik will, also da gibt's relativ wenig und das, was es gibt, ist ziemlich verstreut.

Frau Ch. plant, ein Buch über Therapiemöglichkeiten für Menschen mit psychischen Problemen zu schreiben, für die es häufig schwierig ist, sich im Dschungel der Institutionen und Behandlungsmöglichkeiten, die wenig aufeinander abgestimmt sind, zurechtzufinden. Angesichts dessen, dass sie sich kaum in der Lage sieht, einige Stunden am Tag zu arbeiten oder direkte persönliche Kontakte in Arbeitsbeziehungen zu pflegen, ist das ein ehrgeiziger Plan, zu dessen Realisierung es wohl noch eine weitere Stabilisierung ihrer gesundheitlichen Situation benötigt. Der Computer und der mit ihm verbundene Internetanschluss spielen bei ihren Plänen eine wichtige Rolle, ermöglichen sie doch den Zugang zu In-



formations- und Arbeitsmöglichkeiten ohne anstrengende direkte Kontakte, die auch ein höheres Maß an Überraschungen und Enttäuschungen bergen können als die relativ unpersönlichen, durch das Netz vermittelten sozialen Beziehungen. Per Computer kann man auf einem niedrigeren Niveau der sozialen Teilhabe operieren (wenn man sich zu mehr nicht in der Lage fühlt), ohne gleich gänzlich aus den Möglichkeiten ausgeschlossen und abgehängt zu sein. Theoretisch wäre dies auch ohne den Computer möglich – etwa durch Recherchen in Archiven, Bibliotheken und Quellenstudium – nur erforderte dies wiederum einen viel höheren Arbeits- und Zeitaufwand, Mobilität und Kommunikation als Frau Ch. und andere in ihrer Situation aufbringen können.

Der Computer ist für diejenigen Erwerbslosen, die sich einen angeschafft haben und die gelernt haben ihn zu nutzen – meist diejenigen mit mindestens mittleren Bildungsabschlüssen – nicht nur ein Tor zur Welt, das Zugang zu Informationen und Netzwerken verschafft, sondern er kann auch Eigenaktivitäten in Form von Projekten, Plänen oder Tauschkontakten unterstützen und so eine wichtige Funktion für soziale Teilhabe entfalten. *Diese Tätigkeiten können in ihrer Struktur einen erwerbsähnlichen Charakter aufweisen und – auch wenn sie oft nicht viel Geld einbringen – die Nachteile, die aus dem Ausschluss aus dem Arbeitsmarkt und die dadurch gemachten Exklusionserfahrungen resultieren, ein Stück weit kompensieren.* Natürlich ist den Befragten in aller Regel klar, dass der Computer, wie auch der Fernseher, nicht in der Lage sind, »echte« soziale Kontakte zu ersetzen. Doch die »unpersönlichen« Teilhabemöglichkeiten, die durch die Massenmedien vermittelt werden, haben gerade in schwierigen, krisenhaften Lebenssituationen ihre Vorteile. *Der soziale Hintergrund der Interaktionsteilnehmer sowie ihre sonstigen Probleme spielen im Netz kaum eine Rolle und das soziale Stigma von Erwerbslosigkeit oder Krankheit tritt damit in den Hintergrund. Darüber hinaus schützen die Massenmedien durch Möglichkeiten der passiven oder auch der aktiven Teilhabe davor, den sozialen Anschluss völlig zu verlieren.*

#### 8.1.4 Computerspiele und Spielekonsolen

Neben dem Fernseher, Musikgeräten und ähnlichen Medien wurden auch *Computerspiele und die entsprechenden Spielekonsolen* des öfteren von den Befragten als Lieblingsobjekte genannt, allerdings fast ausschließlich von jungen Männern.

Andere Befragte, die gerne und häufig ihren Computer nutzen, grenzten sich jedoch explizit von der Praxis des Computerspielens ab. Diese waren in der Regel erwerbslose Männer mittleren Alters, die Wert darauf legen, dass sie den Computer für »ernsthafte« Interessen, zur Informationsgewinnung, für Email-Verkehr und für Geschäfte nutzen. Zudem belasteten Spiele den Computer, nähmen zu viel Speicherplatz weg und machten ihn anfällig für Störungen und Ausfälle. Der Befragte Y. drückt es so aus:

Y: Nein, Computerspiele net. Ich such immer wieder welche, aber dadurch, dass die Computerspiele ja auf dem Computer nicht funktionieren, dass der Computer an sich ein Gerät ist, das nicht funktioniert (lacht).. ja, und wenn man ein Spiel auf dem Computer installiert, geht er schon langsamer, installiert man noch eins, geht er noch langsamer, versucht man, eins loszuwerden, geht er gar nicht mehr (lacht). Wir haben jetzt einen zweiten für die Kinder, weil wir da eben Kinderspiele drauf gehabt haben, deshalb sind da jetzt gar keine mehr drauf. Und der zweite geht schon wieder nicht (lacht).

Für die Befragten, die gerne Computerspiele machen, sind sie wichtig zur angelegten Entspannung, zum »Abschalten« von Stress und von Belastungen des Alltags. Computerspiele versprechen eine emotional intensive Beschäftigung, Erregung, Spannung und Abenteuer, und lenken dadurch von Dingen ab, die man im Alltag möglicherweise als frustrierend oder stresserzeugend erlebt. Computerspiele versprechen eine Entspannung, die kein »Abhängen« ist, sondern im Rahmen von Anregung, Abenteuer und »Heldentum« oder auch »Abreagieren« erfolgen kann. Insofern sind in unserem Sample diese Objekte – Spielekonsolen mit den entsprechenden Spielen – überwiegend männlich konnotiert, was natürlich nicht ausschließt, dass auch Frauen spielen. Computerspiele werden überdies gerne in sozialen Situationen genutzt: mit Freunden, um gemeinsam etwas zu erleben, sich zu messen und angeregt zu werden. Auch dieser Kontext von Computerspielen wurde uns ausschließlich von jungen Männern beschrieben.

Der Befragte F., der oben schon erwähnt wurde, nennt seine Playstation und die Spiele, die er nutzt, gleich an zweiter Stelle unter seinen Lieblingsdingen. Die Computerspiele sind für ihn wichtig zur Entspannung, wenn er, wie er sagt, zum Beispiel Stress mit den Ämtern hatte.

Es ist für ihn wichtig, beim Computerspielen abschalten zu können. Spielen wird mit Freizeit assoziiert. Im Interview erzählt er, er spiele am liebsten Strategiespiele wie »Call of Duty« (»des is so vielseitig«) oder »Age of Empire«. Als F. arbeitslos wurde, kaufte er sich am gleichen Tag eine neue Playstation mit mehreren Spiele (geschätzter Gesamtwert um die 1000 Euro):

F: Ja. Ich bin im November arbeitslos geworden. Mein Chef hat mir das glücklicherweise noch mitgeteilt, also, einen Tag bevor eigentlich der Arbeitsvertrag ausgelaufen ist. Und, ja, der hat mir das mitgeteilt und ich hab gesagt, jetzt brauch ich erst mal Shoppen (lacht). Für mich, ich will nicht sagen, dass ich kaufsüchtig bin, also ich, ich kann auch unterwegs sein und kauf nix und des über Wochen, aber ab und zu, zieht's mich dann halt wo rein. An diesem Tag hab ich dann meine Playstation 2 gekauft halt zum Beispiel, mit 7 oder 8 Spielen. Normal.



*Abbildung 11: Spielekonsole, Lieblingsobjekt von F.*

F. spielt nach eigener Aussage öfter an seiner Playstation, und auch gerne. Am liebsten macht er das ungestört für sich alleine, seine Frau und seine Tochter dürfen ihn nicht ablenken.

F: Da ist dann das einfach nur für mich zum Abschalten. Die Mädels lassen mich dann in Ruhe, wir haben in jedem Zimmer nen Fernseher bis auf die Küche. Und dann lassen die mich halt in Ruhe und dann spiel ich halt. Das ist so mein Ding.

Auch G., ein 25-jähriger erwerbsloser Maler, bezeichnet im Interview die Playstation und die dazugehörigen Spiele als eines seiner Lieblingsobjekte. Daneben hat er einen Malerpinsel mitgebracht, dieser steht für seinen Beruf, den er sehr gerne ausübt, allerdings nicht durchgehend, sondern nur in temporären, prekären Beschäftigungsverhältnissen (Zeitarbeit) ausüben kann. Das zweite Objekt ist die Playstation, die im Gegensatz zum Pinsel einfach mit Freizeit konnotiert ist. Die beiden Objekte Pinsel und Computerspiel versinnbildlichen den Rhythmus von Arbeit und Freizeit in seinem Leben, ein Rhythmus der sich aufgrund seiner sehr unsteten Beschäftigungsverhältnisse nicht immer realisieren lässt:

II: Und was ist mit dem Playstation-Spiel?

G: Des is halt Freizeit.

II: Des is Freizeit, und des is so dein wichtigstes Hobby?

G: Na, wenn's mir halt langweilig ist, dann schon..

Während er über die anderen Lieblingsobjekte durchaus mehr zu berichten weiß, ist D. bei der Playstation erstaunlich wortkarg. Es ist eben Freizeit und vertreibt die Langeweile, viel mehr gibt es dazu nicht zu sagen, alles andere wird als bekannt und selbstverständlich vorausgesetzt.

Auch die beiden Befragten T. und N., beide Anfang zwanzig, sie befinden sich in der zweiten Ausbildung, um der Erwerbslosigkeit zu entgehen, machen deutlich, dass die Playstation und die dazugehörigen Spiele für sie sehr wichtig sind. T. und N. nutzen die Spiele jedoch vor allem gemeinsam mit Freunden, als soziales Ereignis, in dem Spannung, Action und Wettkampf inszeniert wird. Sie nutzen dafür vor allem Kampfspiele, bei denen es »zur Sache geht«, wie sie im

Interview nicht ohne Zeichen von Trotz und Scham berichten, ist doch diese Form der Kampfspiele in der Öffentlichkeit umstritten:

II: Was hast du sonst noch für Lieblingsgegenstände?

T: Hm, Lieblingsgegenstände... Ja mit Freunden, wenn wir abends dahocken, schauen wir auch DVDs oder dann haben wir Spaß, wenn wir alle zusammen Playstation zocken (schmunzelt, N. lacht und räkelt sich etwas jugenhaft verschämt in seinem Sessel), da geht's auch immer lustig ab. Dann gibt's solche, na die Kampfspiele werden dann reingemacht und dann...

N (lacht): Ja.

II: Welche?

T: So Tekken und Bloody Roar, also des, wo's halt richtig äweng zur Sache geht und dann gibt's a Gaudi...

II: Okay. (lacht) Und dann halt gegeneinander praktisch.

N: Ja.

T: Ja genau, gegeneinander.

II: Veranstaltet ihr dann Turniere oder wie?

T: Nö, nö, des is dann so mehr so-

N: (nickt aber eifrig): Ach doch, so kleine-

T (lacht): Aber des geht halt – so richtig veranstaltet nicht, sondern bloß jeder will jeden besiegen, des-

II (lacht): Ja.

T: -des bauscht, bauscht sich von alleine auf. (lacht)

N: Dann gibt's hier immer ein Geschrei, Wahhh!

Die Nutzung der Spiele in diesem Kontext erzeugt für T. und N. ein intensives Gruppenereignis (siehe die letzten beiden Zeilen des obigen Zitats), bei dem die männliche Gruppe als Ganzes sowie auch die darin enthaltenen Rivalitäten zelebriert werden. Nicht zuletzt geht es dabei wohl auch um die Bestätigung der – im Jugendalter oft noch instabilen – männlichen Identität durch die symbolische Ausübung von Gewalt. Die (virtuelle) Bewährung im Kampf verspricht Eigenschaften wie Stärke, Überlegenheit, Macht sowie die Kompensation alltäglich erlebter Unsicherheiten und Misserfolge. Das gemeinsame Ausleben der Emotionen verbindet die Gruppe und stärkt zugleich das einzelne Ego. Gleichzeitig verspricht die Situation ein intensives, aber letztlich aufgrund ihrer Virtualität risikoloses kollektives Erlebnis. Diese Motivlage macht wohl den Reiz und den Spaß aus, der für diese Gruppe mit dem Spielen verbunden ist. T. besitzt seit Jahren eine bzw. mehrere Playstations, ebenso N. Gespielt wird vor allem zusammen. Alleine werden die Spiele, so die Befragten, zur Vorbereitung genutzt, um sie zu testen und sich schon mal orientieren zu können. T. kann sich ein Leben ohne Spielekonsole offenbar kaum vorstellen. Seine erste Konsole hat er sich mit 16 Jahren vom Weihnachtsgeld gekauft, mittlerweile besitzt er zwei neuere Modelle der Konsole, wovon eine nicht mehr funktionstüchtig ist. Trotz seiner knappen Mittel und trotz des hohen Anschaffungspreises würde er sich sofort wieder eine kaufen, wenn seine kaputt ginge:

II: Und seit wann hast du deine Playstation?

T: Die erste hab ich mir mit 16 gekauft.

II: Selber.

T: Ja. – Nach Weihnachten, des war noch die Playstation 1.

II: Mhm. Und was – welche is des jetzt?

T: Des is die Zweier. Davon hab ich auch zwei Stück sogar da.

II: Hm? Wieso zwei?

T: Weil die eine schon kaputt gegangen is und dann hab ich mir gleich ne neue gekauft.

II (lacht): Okay, also da wird auch Geld reingesteckt, ja? Ohne Kompromiss sozusagen.

T: Ja, also wenn se kaputt is, würde ich mir.. zum Laden gehen und spätestens morgen wieder ne neue haben.

Computerspiele dienen entweder der Entspannung und dem actionreichen und unterhaltsamen »Abschalten«. Oder sie werden als soziales Ereignis inszeniert und dienen der kollektiven Stimulation; Spannung, Action und Wettbewerb dadurch noch stärker erlebt als wenn man als Einzelner spielt. Männliche *peer groups* können in ihrem Gruppenzusammenhalt gestärkt werden, indem vermeintlich männlich konnotierte Inhalte wie Kampf, Gewalt und Action durch die Spiele zelebriert werden. Ob diese Praxis ein sinnvolles Moment der sozialen Inklusion darstellt, sei dahingestellt. Diese Praxis kann als selbstgewählte Form von Initiationsritualen gedeutet werden, die aus sozialisationstheoretischer Sicht für die Entwicklung und Meisterung von biographischen Identitätsproblemen hilfreich sein können. Ob die bei solchen Computerspielen gewonnen Lern- und Bewährungsprozesse allerdings in einer modernen bürgerlichen Gesellschaft mit demokratischen Strukturen angemessen sind, ist in Frage zu stellen. In den Interviews wird zuweilen auch vom Einsatz von Computerspielen auf Parties berichtet, und dabei eine Gruppe von Spiele erwähnt, die als »Mädchenspiele« bezeichnet wurden, obwohl sie auf den Parties auch von Jungs bzw. Männern gespielt werden; zum Beispiel »SingStar«, ein Karaoko-Spiel, das – auf etwas andere Art und Weise als die oben beschriebenen Spiele – Stimmung in ein kollektives Ereignis bringt. Beiden Formen von Spielen – denjenigen, die symbolische Gewalt einsetzen sowie denjenigen mit dionysischen Elementen des kollektiven Feierns – ist gemeinsam, dass sie Emotionen mobilisieren und Liminalität in der Gruppe erzeugen können (vgl. das Konzept von Victor Turner, siehe auch Kap. 2.5.).

### 8.1.5 Resümee: Zur Rolle der Kommunikationsmedien

Zusammenfassend lässt sich bezüglich der Kommunikations- und Massenmedien in sozialen Randlagen sagen: Ihre Rolle darf nicht unterschätzt werden, da sie das Gesicht und den Alltag der deprivilegierten Bevölkerungsgruppen stark verändert haben. Der »Geschmack der Notwendigkeit«, das Grau-in-Grau eines Alltags in sozialen Randexistenzen wird auf der symbolischen Ebene durch die Nutzung der Massenmedien durchbrochen. Durch die Bild- und Tonmedien sind auch die erwerbslosen und die ärmeren Bevölkerungsgruppen in der Regel Teil der »kommunizierenden Gesellschaft«. Die Massenmedien sichern den symbolischen

Anschluss an kollektive Sinnstrukturen und Normen und die kollektive Wirklichkeitskonstruktion. Kommunikationsmedien sichern den Anschluss an individualisierte Netzwerke und werden zum Symbol für soziales Kapital wie das Handy. Massenmedien schließen an die ausgeklügelten Unterhaltungspotentiale und die kommerziell ausgereiften, vielfältigen und verführerischen Sinnesreize der Medienwelt an. Sie sichern nicht nur eine symbolische Mindest-Teilhabe, sie verführen darüberhinaus zur Inklusion bzw. zu Inklusionen im Plural, da die Medien in sich in virtuelle Gemeinschaften und Programme segmentiert sind. So verwundert es nicht, dass die Kommunikationsmedien für viele befragte Erwerbslose eine wichtige Rolle innehaben; man spart hier an allem, doch erst zuletzt an den Medien. In einigen Fällen wird das sehr knappe Geld in den Haushalten der Erwerbslosen übermäßig in das Konsumsegment der Kommunikationsmedien investiert, zum Teil mit der Folge der Verschuldung. Zwar sind die Anschaffung und der Unterhalt der Mediengeräte vergleichsweise preiswert geworden, in die knappen Haushaltskassen von Langzeiterwerbslosen können sie dennoch ein großes Loch reißen.<sup>2</sup>

Von daher ist der Satz von Adorno und Horkheimer »Vergnügtsein heißt Einverstandensein« nicht überholt, sondern erhält umso mehr Aktualität, je weiter die ungeheure technische und kommerzielle Entwicklung der Kulturindustrie voranschreitet, auch wenn die in diesem Satz enthaltene leise Kritik am Streben der Deprivilegierten zum »Vergnügtsein« letztlich willkürlich und realitätsfremd ist. Doch die Frage, die sich mit diesen Überlegungen stellt ist, ob Armut- und Ausgrenzungserfahrungen durch diese historisch relativ neue Form der sozialen Inklusion durch Massenkommunikation symbolisch »abgefedert« werden: Werden die soziale Frage und die Kluft der alltäglichen Erfahrungen zwischen Arm und Reich durch die Massenmedien kulturell »gepuffert«, da doch nahezu alle Gesellschaftsmitglieder ähnliche Informations- und Unterhaltungsprogramme konsumieren und so an der symbolischen Konstruktion der sozialen Wirklichkeit teilhaben? Das Medium Fernsehen vermittelt dabei zusätzlich die Erfahrung der »Gleichzeitigkeit« – viele andere nehmen zur gleichen Zeit die Bilder und Wissensbestände wahr, die man selbst gerade aufnimmt oder konsumiert. *Der Gebrauch der Massenmedien schafft nicht nur durch die kollektive ritualistische Wirklichkeitskonstruktion sondern auch durch das dionysische Prinzip (vgl. Maffesoli 1986), durch Unterhaltung, Genuss und Erregung ein Mindestmaß an soziokultureller Integration, das in seinen Auswirkungen nicht unterschätzt werden sollte. Gerade die weniger Begünstigten sind zu dem Versuch verführt, durch*

---

2 Einschlägige Untersuchungen zeigen einen stark wachsenden Verschuldungsgrad bei Privathaushalten in den letzten Jahrzehnten (Korczak 2001). Im Jahr 2006 waren mehr denn je, 7,5 Prozent der Privathaushalte überschuldet, d. h., sie konnten die aus ihren Krediten stammenden finanziellen Verpflichtungen nicht mehr bedienen (vgl. Schulden-Kompass der Schufa 2007). Erwerbslosigkeit gilt als eines der zentralen Risiken der Verschuldung, neben Scheidung, Krankheit und einem wenig situationsangepasstem Konsumverhalten (vgl. Backert/Lechner 2000).

*exzessiven Mediengebrauch die sozialen Exklusionen und Mangel Erfahrungen in anderen Lebensbereichen zu kompensieren.*

Ein Kollektiv ist nicht nur durch soziale Institutionen, sondern auch durch Emotionen und Rituale konstituiert und strukturiert – und gerade diese liegen im Wirkungsbereich der Massenmedien, sie bilden diese kollektiven Ereignisse und Rituale ab bzw. konstruieren sie. Die Massenmedien als Opium für das Volk? Verhindern sie einen Aufstand der Deprivilegierten, der von Exklusion bedrohten und der Armen, die am reich gedeckten Tisch der Konsumgesellschaft nicht wirklich teilhaben können? Dieser Gedanke ist nicht neu, beschreibt aber das Phänomen auch nicht erschöpfend. Massenmedien beruhigen nicht nur und überlagern soziale Spaltungen mit »kulturellem Kitt«. Massenmedien transportieren auch alles Neue, Erregende, Skandalöse; auf diese Weise können sich nicht nur Unterhaltungs- und Ablenkungsprogramme, sondern auch reale Aufregungen, kippende Stimmungen und Proteste, aber auch abweichendes individuelles und gruppenspezifisches Verhalten mitteilen – man denke etwa an kriminelle Nachahmungstaten oder glorifizierte deviante Subkulturen. Von einer eindimensionalen Befriedungsfunktion der Medien auszugehen, wäre demnach verfehlt.

## 8.2 Bekleidung und soziale Inklusion

Doch nun zu einer ganz anderen Gruppe von Objekten: zu Bekleidungsstücken. In der Kleidung drücken sich ganz verschiedene Aspekte aus, die das Verhältnis von Gesellschaft und Individuum betreffen: Soziale Teilhabe und Individualität, Statusbetonung oder Rebellion. Es gibt Bekleidung, in der man bevorzugt unter Menschen geht – je nach Anlass im passenden Outfit -, und es gibt Bekleidung, die dem Sich-Zurückziehen, dem privaten Mit-sich-selbst-sein, Abschalten und Entspannen vorbehalten ist.

Solch ein Bekleidungsstück, das primär dem sozialen Rückzug dient, bzw. diesen symbolisiert, ist die Jogging-Hose. Dieses Stück wurde interessanterweise in unserem Interviewsample häufig als ein Lieblingsgegenstand genannt, in allen Schichten und Altersgruppen. Warum ist dieses Kleidungsstück so beliebt? Der Befragte S. (40 J., Schreiner, geringfügig beschäftigt) bringt es gut auf den Punkt, wenn er über seine Lieblingshose sagt, sie bedeute für ihn:

S: Entspannung (lacht)! Bequem, weich, warm, entspannen. Des is ein Symbol! Von der Arbeit heim, Kinder ins Bett bringen, Jogginghose anziehen, auf die Couch oder vor den Computer oder am Tisch. Und dann heißt des, es is Feierabend oder es is Wochenende. Wenn man in der Früh keine Arbeitshose anzieht, nicht irgendwas anderes, sondern wenn man zum Frühstück seine Jogginghose anzieht, dann heißt des, es is Wochenende, dann hat man seine Ruhe...

Die Jogging-Hose symbolisiert Freizeit, Entspannung und »seine Ruhe haben«, wie Herr S. selbst anschaulich ausführt. Sie ist in der Regel aus weichem Material gefertigt, sie ist dehnbar, engt nicht ein und bietet, da ursprünglich für sportli-

che Zwecke erfunden, viel Bewegungsfreiheit. Diese Eigenschaften prädestinieren sie geradezu zu einem Symbol für Freizeit, Entspannung und Freiheit von sozialen Zwängen, weshalb sie bei vielen zum Lieblingsobjekt wird. Als Symbol für Freizeit und Privates verweist sie jedoch auch auf das gerade abwesende Gegenteil, auf Arbeit und auf die sozialen Erwartungen und Zwänge, die damit verbunden sind, und von denen man, wenn man die Jogginghose trägt, vorübergehend befreit ist. Der oben zitierte Herr S. bringt auch diesen Zusammenhang gut auf den Punkt, indem er nicht nur die Jogginghose als Lieblingsgegenstand präsentiert, sondern davor noch seinen Computer (»Tor zur Welt«) und seine Arbeitsschuhe, die er sich für seinen 400-Euro-Job vor zwei Monaten gekauft hat, und die für ihn »Geld verdienen und Sicherheit« symbolisieren. Herr S. ist Schreiner, ein Beruf, in dem man ohne Sicherheitsschuhe nicht arbeiten sollte:

S: Und dann schau'n's net amal schlecht aus (lacht) für Arbeitsschuhe, es sind eben Arbeitsschuhe und war'n auch noch billig und im Winter sind sie auch noch warm. Des sind Schuhe, die man wirklich brauchen kann, die mich schützen.

Der Rhythmus von Arbeit und Freizeit drückt sich bei Herrn S. in den von ihm ausgesuchten Lieblingsobjekten aus: Die Arbeitsschuhe repräsentieren die Arbeit, auf die er offensichtlich stolz ist, auch wenn er gerne mehr arbeiten würde. Die Jogginghose repräsentiert seine persönliche Freizeit, und der Computer, der erstgenannte Gegenstand, ist von übergreifendem Interesse, da er ganz verschiedene Dinge ermöglicht.

Die Freizeit, während der man die Jogginghose trägt, ist wertvoll, weil sie knapp und nicht üppig bemessen ist. Die Jogging-Hose ist als eine Art negatives Symbol wichtig: Sie steht vor allem für die Abwesenheit von etwas, für die Abwesenheit von sozialen Erwartungen, die mit der Arbeit verbunden sind. Gibt es Freizeit im Überfluss und mangelt es an sinnvollen Aufgaben, wie häufig bei Langzeitarbeitslosen, so verliert die Jogginghose ihre Bedeutung. Die Jogginghose als Objekt symbolisiert also den Rhythmus von Arbeit und Freizeit, von Anpassung und Freiheit. Deshalb findet sie sich in unserem Sample auch kaum in den Interviews mit Langzeitarbeitslosen, die über gar keine Erwerbsmöglichkeit verfügen, sondern vor allem bei Menschen, die noch in Arbeitsverhältnissen stehen, auch wenn es sich in einigen Fällen um geringfügige Beschäftigungsverhältnisse handelt. Der oben zitierte Herr S. zum Beispiel hat einen 400-Euro-Job, daneben beteiligt er sich aktiv an der Erziehung seiner kleinen Kinder. Freizeit ist also, trotz des geringen Beschäftigungsverhältnisse, bei ihm nicht allzu üppig vorhanden und wird ergo sehr geschätzt.

Auch Frau P. (52 Jahre), die ebenfalls ihre Haus-Hose als Lieblingsobjekt präsentiert, hat einen 400-Euro-Job und kennt den Rhythmus von Arbeit und Freizeit in ihrem Alltag, auch wenn die Arbeit nach ihrem Geschmack durchaus etwas mehr Raum darin einnehmen könnte. Frau P. hebt hervor, dass die schwarze, weiche Hose zu Hause schön bequem ist, und dass die Pflege der Hose keine



großen Anforderungen stellt. Sie braucht nicht gebügelt zu werden und verursacht so keinen weiteren Aufwand, als sie zu waschen:

P: Na gut, ich bin ja im Moment arbeitslos und bin daher viel zu Hause. Also, ich gehe einmal in der Woche, hab so n' 400-Euro-Job und äh bin viel zu Hause. Und da trage ich am liebsten meine Hose (*holt Hose und zeigt diese*). Die ist a) schön bequem und b) schön warm und wenn man sie wäscht, dann braucht man sie nur zusammenlegen, brauch ich nicht bügeln und gar nix.

Im folgenden erzählt Frau P. noch, dass sie mehrere solcher bequemer Haus-Hosen besitze, dass die gezeigte ihr jedoch von ihrem Mann geschenkt wurde und eine qualitativ hochwertige Markenhose, von »Jack Wolfskin«, sei. Ihr Mann, der in einem festen Erwerbsverhältnis steht, lege Wert darauf, hochwertige Sachen zu kaufen und schaue dabei nicht so sehr auf den Preis wie sie selbst:

P: Ja gut, mein Mann kauft dann schon immer a weng gute Sachen auch, ne. Und schaut jetzt net so auf die Mark, wie ich des jetzt mache. Ich bin dann eher, wo ich dann sag, nö des muss jetzt net unbedingt sein oder des ist mir jetzt zu teuer, oder ich wart, bis ich vielleicht ein Schnäppchen mach.

Bezogen auf die Haus-Hose heißt dies, dass sie uns gewissermaßen ihre beste Haus-Hose gezeigt hat, einen sehr privaten und praktischen, aber gleichzeitig doch vergleichsweise repräsentativen Gegenstand:

P: Ja, ich hab schon noch welche. Also, die hat mir auch mein Mann geschenkt und »Jack Wolfskin« is ja jetzt auch net grad so billig, ne. Also, für solche Sachen, dafür gibt er leichter schon des Geld aus. Er sagt auch immer, wenn der Sportler nichts taugt, dann muss das Equipment passen! (*Alle lachen*) Wobei ich jetzt nich so bin, aber ich achte dann schon auf Funktionalität und ob ich's gut pflegen kann und so, also, ich kauf mir dann nicht so n' billiges Fähnchen<sup>3</sup>.

Frau P. legt Wert auf Qualität. Auch wenn sie mit ihrem Einkommen sehr haus-halten muss und eher preisbewusst einkauft, sollen die Dinge auch eine gewissen »bürgerliche« Qualität aufweisen – dann hat man mehr von ihnen, sie halten länger und verfügen auch in sozialen Aspekten über »solide Aussagewerte«. Ein weiteres Lieblings-Objekt, das sie uns präsentierte, war ein rot-weiß gemusterter Norweger-Pullover, den ebenfalls ihr Mann ihr geschenkt hatte.

P: ..den hab ich von meinem Mann letztes Jahr zu Weihnachten bekommen. Ähh, also, ein Pullover, ein Norweger-Pullover. Den mag ich wahnsinnig gern, weil er eben sehr sehr bequem, kuschelig ist, schön warm ist. Und weil er mir einfach gut gefällt.

Neben dem Wert eines schönen Geschenks, das immer auch an den Schenkenden erinnert, sind die Dinge für sie von besonderer Bedeutung, weil ihr Mann eben meist qualitativ wertvolle Sachen kauft. Beide Bekleidungsstücke von Frau P. sind hochwertige Markenprodukte, die sie von ihrem Mann geschenkt bekommen hat. Daneben entstammen beide Stücke der Sportmode, auch wenn sie nicht vorrangig oder zumindest nicht ausschließlich zum Sport genutzt werden. Sie

---

3 »Fähnchen«: ugspr. Begriff für billigen Stoff.

liebt sportlich bequeme Mode, wie sie sagt. Sie macht auch gerne Sport, geht mit ihrem Mann und Freunden wandern oder unter der Woche auch mal alleine walken. Sportliche Kleidung nutzt sie aber nicht nur zum Sport, sondern generell im Alltag.

Die Jogginghose, ursprünglich für den Sport erfunden, erfährt heute eine mindestens zweifache Nutzung. Sie kann zwar im Prinzip zum Sport genutzt werden, hat auch noch den Vorteil, dass sie optisch auch noch sportlich anmutet, häufig wird sie jedoch zu Hause zum Entspannen angezogen, wie an den obigen Beispielen ausgeführt. Damit vereint sie in sich geradezu gegensätzliche Eigenschaften: Sie vermittelt eine Symbolik der sportlichen Aktivität, aber eben auch wohlige Entspannung und Faulsein. Damit enthält die Jogginghose eine doppelte Botschaft für ihren Träger und für die Umwelt: Man kann sich entspannen, ohne dass es unbedingt so wirken muss, als ob man sich gehen ließe. Denn schließlich kann man die Hose auch zum Sport tragen, und das bedeutet ja das Gegenteil von Faulsein. Praktisch eignet sich die Jogginghose hervorragend zum Entspannen, denn sie engt nicht ein, passt sich optimal den Körperformen und Bewegungen an und behindert nicht. Neben den praktischen Eigenschaften hat sie aber noch einen symbolischen Vorteil: Indem sie Sportlichkeit suggeriert, setzt sie das Faulsein gewissermaßen in Klammern. Man darf faul sein, ohne sich allzu schlecht dabei zu fühlen, denn man ist ja prinzipiell bereit und richtig gekleidet zur Bewegung und zum Sport. Doch die Phänomenologie der Jogginghose ist etwas komplexer: Auch im sozialen Alltag wird wahrgenommen, dass die Jogginghose nicht nur zum Sport getragen wird, sondern auch zur Entspannung und Faulsein. Von dieser Praxis kann man sich wiederum aus verschiedenen Gründen distanzieren. Einige Befragte lassen im Interview ein feines Gespür dafür sichtbar werden, dass die Jogginghose zweckentfremdet wurde und dies ihrem »sozialen Image« nicht unbedingt bekommt. Zum Beispiel Herr R., der sich als Ästheten (mit anspruchsvollem handwerklich-künstlerischem Beruf) beschreibt, und der nach einer schweren Lebenskrise wieder Fuß fassen will, beruflich und privat, distanziert sich kurz, aber deutlich von der Jogginghosen-Praxis. Nach seiner bevorzugten Freizeitkleidung gefragt, antwortet er:

R: Jeans, Sweatshirt, T-Shirt. Was Lockeres.

I: Und Jogginghosen?

R: Nur für Sport.

Doch Herr R. ist in unserem Sample eher eine Ausnahme. Seine Abgrenzung von der »bequemen« Jogging-Hosen-Praxis ist wohl auch seinem starken Willen geschuldet, sich trotz großer Schicksalsschläge nicht mehr »hängen« zu lassen, sondern sein Leben wieder aktiver zu meistern und an seine früheren beruflichen Erfolge anzuknüpfen. Seine demonstrative Ablehnung der Jogging-Hose speist sich aus einer Phase der psychischen Desorganisation, die er, auch symbolisch, unbedingt hinter sich lassen will.

Ganz anders jedoch Frau Ä., eine 21-jährige Studentin. Sie zeigt uns gleich am Beginn des Interviews ihre bequeme Haushose als Lieblingsgegenstand; die »Gammelhose« – wie sie sagt, ist aus weicher Baumwolle, blau und mit modischem Schlag. Ina hat mehrere solcher Haushosen.

Ä: Ja ich hab, ehm, drei Dinge mitgebracht. Das erste, was ich vorstellen will, ist meine Gammelhose. Die ist für mich sehr wichtig, da ich, das erste, was ich mache, wenn ich nach Hause komme ist, mich aus meinen Klamotten zu schmeißen und irgendwelche bequemen Sachen anzuziehen und, ehm, das ist unter anderem eine von meinen Gammelhosen, ehm, die ich dann anziehe, wenn ich am Schreibtisch sitze und lerne oder vorm Fernseher sitze, das ist dann irgendwie gemütlicher.

Auch für Ä. ist der Wechsel zwischen Arbeit und Freizeit, der Rhythmus zwischen öffentlichem Agieren und privatem Sich-Zurückziehen wichtig. Dieser Wechsel, der Rhythmus, drückt sich im Anziehen der »Gammelhose« aus, die ihre Bedeutung aus dem Kontrast zum Verhalten in der Öffentlichkeit, zu sozialen Zwängen, denen man sich außerhalb des Hauses anpassen muss. Die »Haushose« ist ein Kokon der Gemütlichkeit und Bequemlichkeit, sie vermittelt geradezu Nestwärme; aber sie lässt sich, wenn man mag, auch zum Sport anziehen. Deshalb ist dieses Kleidungsstück auch nicht diskreditierend, wenn jemand an der Tür klingelt, oder wenn man kurz zum Einkaufen zum nächsten Supermarkt geht. Es ist in der Regel kein Kleidungsstück, in dem man große Ziele erreichen kann oder öffentliches Prestige gewinnt (selbst für größere sportliche Ziele existiert spezialisierte Sportkleidung), sondern ein Beinkleid für die eher privaten, entspannten Situationen. Die Haushose wird zum symbolischen Synonym für den Rückzugsort, sie steht für Heim und Nestwärme, für Geborgenheit, Schutz und Bequemlichkeit. Ihre Bedeutung gewinnt sie aus dem Kontrast dieses Rückzugsortes zum Handeln auf der öffentlichen Bühne, das eben auch Anpassung an soziale Erwartungen, unter anderem an Kleidungskonventionen, erfordert, die in der Öffentlichkeit in der Regel unbequemere Kleidung vorsehen. Soziale Ansprüche an Status, Ansehen und Macht sind häufig mit einengender, unbequemer, aber repräsentativer Bekleidung verbunden – dafür gibt es eine Vielzahl an historischen Beispielen, allen voran die Uniform – während lockere, körperumspielende Bekleidung eher auf zwanglose soziale Situationen schließen lässt.

Während die Jogginghose ein Lieblingsstück der Erwerbstätigen, auch der Gerade-Noch- oder der Als-Ob-Erwerbstätigen ist, taucht bei den befragten Langzeiterwerbslosen dieses Kleidungsstück in den Interviews nicht auf. Hier bemühte man sich eher darum, mit den wenigen Mitteln, über die man verfügt, »noch etwas herzumachen«. *Wo Freizeit im Überfluss vorhanden ist, sodass die Bedeutung dieses Wortes belanglos wird, verliert die symbolische Entspannung durch die Jogginghose ihre Relevanz, und es wird wichtiger, über Kleidung zu verfügen, die in der Öffentlichkeit nicht negativ auffällt, sondern soziale Zugehörigkeit markiert. Mit der Bekleidung sollen dann nicht Momente der individuellen Separation betont werden, sondern es wird aktiv der soziale Anschluss gesucht.* Deshalb äußerten die schon länger Erwerbslosen in der Regel folgendermaßen:

Die Kleidung soll auf keinen Fall schäbig oder abweichend aussehen, sie soll nicht auffallen, sondern sich ihrem Umfeld anpassen. Die Betonung der Individualität oder modische Aspekte sind nicht mehr von Bedeutung, denn ginge man nach der Mode, müsste man sich öfter wieder neue Kleidung kaufen, – und das ist finanziell nicht drin. Die Kleidung soll deshalb in der Regel möglichst preiswert sein, dabei aber nicht billig wirken, zeitlos, praktisch und nicht auffällig sein. Sie soll sich an allgemein akzeptierten Bekleidungsstandards ausrichten und ihren Träger nicht auf den ersten Blick als Erwerbslosen kenntlich machen oder mit dem Stigma der Armut belegen. Ärgerlich ist aus Sicht mancher Erwerbslosen, dass man aufgrund der finanziellen Mittel gezwungen ist, billige Kleidung zu kaufen, die auch rasch wieder kaputtgeht bzw. verschleißt, was wiederum neue Kaufnotwendigkeiten nach sich zieht. Für die meisten befragten Erwerbslosen war es wichtig, zu zeigen, dass sie eine gute Figur machen können, auch wenn sie nicht viele Mittel zur Verfügung haben: »es soll halt gut kleiden, tät ich mal sagen.« (Int. 4/3) Meist wurden für die Interviews Lieblingsstücke aus dem Schrank geholt, die man schon Jahre hat, und die eine etwas bessere Qualität aufweisen als man sie sich vielleicht heute leisten kann.

Herr J. ist 45 Jahre alt, Elektrotechniker von Beruf, seit 4 Jahren erwerbslos, und hat derzeit einen 400-Euro-Job. Er zieht ein Lieblingshemd aus dem Schrank, ein naturweißes Baumwollhemd, das wohl für nahezu jede Gelegenheit passt, da es gleichzeitig schick und lässig ist. Das Hemd ist schon etwa 15 Jahre alt, wie er sagt, sieht aber noch recht gut aus, was darauf schließen lässt, dass es nicht ständig getragen, sondern besonderen Gelegenheiten vorbehalten blieb. Daneben gehören Jeans zu seiner Lieblingskleidung, diese passen nach seinen Worten auch fast immer. Die zum Hemd passende Jeans, die er zeigt, ist etwa acht Jahre alt:

J: Also einer meiner Lieblingsgegenstände ist dieses Hemd und das verbind ich einfach mit Freizeit und Lässigkeit. Und dann dazu passend eine Jeans. Also Jeans hab ich gern an, des is eigentlich gleich mein zweiter Lieblingsgegenstand an Kleidung, weil erst einmal ist es recht pflegeleicht und zweitens ist es immer in, also zeitlos, außer wenn man vielleicht zu einem Vorstellungsgespräch oder festlichen Anlass geht. Ansonsten ist es fast immer passend.

Bei einer festlichen Gelegenheit würde Herr J. allerdings eher einen Anzug tragen, um nicht aufzufallen. Auch wenn ihm Kleidung eigentlich nicht sehr wichtig ist, so möchte er passend angezogen sein und sich sozial »richtig« und unauffällig verhalten. Auch modisch muss die Kleidung nicht unbedingt sein, denn damit mache man sich abhängig vom kurzlebigen Formenwandel:

J: Die Mode is mir eigentlich nicht so wichtig, ja. Also wenn man mit der Mode geht, müsste man eigentlich jedes Jahr Kleidung einkaufen [...] Geld ist halt auch nicht mehr so üppig vorhanden. Es wird immer weniger.

Früher hat sich Herr J. auch Dinge gekauft, die ihm gefallen haben, und die er als gute Gelegenheit oder Schnäppchen angesehen hat. Mittlerweile hat er sich in

seinem Kaufverhalten rigoros auf Dinge eingeschränkt, die wirklich nötig gebraucht werden, und auch diese kauft er möglichst preiswert:

J: Aber jetzt bin ich eigentlich immer mehr dazu übergegangen, dass ich das (Schnäppchenkäufe) bleiben lass und dass ich des eher so mach, dass ich nur Sachen kaufe, die ich brauch und mich jedes mal frag: »Brauch ich das unbedingt?«

Obwohl Herr J. eigentlich nicht allzu viel Wert auf Bekleidung legt – andere Dinge sind ihm explizit wichtiger – ist es für ihn auch von Bedeutung, dass er Kleidung hat, die nicht billig oder schäbig aussieht.

II: Und ist ihnen dann beim Kauf der Kleidung der Preis wichtiger oder die Qualität?

J: Also ich schau auf den Preis. [...] Ich versuch halt da irgendwie immer so ein bisschen einen Kompromiss einzugehen. Es sollte halt nicht zu teuer sein, mittleres bis unteres Preissegment, und es sollte vielleicht net unbedingt zu einfach, zu billig, zu schäbig ausschauen. Ich versuch da einfach nen Kompromiss zu finden.

Ähnliche Äußerungen haben wir in den Interviews oft gehört. Bekleidung wird möglichst preiswert gekauft, sie soll aber nicht billig aussehen. Wenn man ein Stück kauft, dann soll es nach Möglichkeit ordentlich aussehen, funktional sein, lange halten und lange getragen werden können. Zwischen diesen verschiedenen Anforderungen versucht man bestmögliche Kompromisse zu finden, wobei oftmals auch das aktuelle Volumen des Geldbeutels den letzten Ausschlag gibt – also nichts oder eben doch möglichst billig gekauft wird. In der Arbeitslosigkeit wird erst einmal von den Beständen gezehrt, die man sich schon vorher angeschafft hat – auch der oben zitierte Herr J. trägt seine Kleidung auf, die er sich schon vor Jahren gekauft hat.

Jeans wurden in den Interviews oft als Lieblingsstücke genannt – in allen Altersgruppen, in verschiedenen Formen und Schnitten. Jeans werden damit verbunden, dass sie unkompliziert und immer passend sind, modisch und doch zeitlos, jugendlich und authentisch-ungekünstelt. Jeans sind das optimale Kleidungsstück für (männliche) Mode-Abstinenzler, weil man damit anti-modisch lässig, aber nicht antiquiert aussehen kann. Aber auch (männliche) Mode-Freaks mögen Jeans, die sie dann in aktuellen Ausführungen kaufen. Jeans gibt es in den verschiedensten Ausführungen, für jeden Geschmack passend. Jeans sind sehr vielfältig: Ursprünglich als Arbeitskleidung erfunden, haben sie sich als alltägliches Kleidungsstück für beide Geschlechter bewährt, wobei die Frauen in unserem Sample Jeans nicht explizit hervorhoben. Jeans sind sehr praktisch, unprätentiös und »demokratisch«, da sie Statusdifferenzen nicht betonen, sondern symbolisch überbrücken – außer es handelt sich um »spezielle«, besonders teure Modelle. Mittlerweile gibt es sie in den verschiedensten Formen: sie können betont leger oder jugendlich sein, besonders »used« aussehen, was ihren unprätentiösen Arbeitscharakter noch betont, sie können Understatement ausdrücken, Distanz zu herkömmlichen Kleidungskonventionen anzeigen oder manchmal als Designerjeans auch Statussymbol sein. Sie werden von den meisten als ein recht individuelles Kleidungsstück angesehen, das jedoch sozial so akzeptiert ist, dass es

zu (fast) jeder Gelegenheit im Alltag passt. Jeans ermöglichen also die Überbrückung eines scheinbaren Gegensatzes: Den Ausdruck von Individualität in der Kleidung, ohne soziale Konventionen zu verletzen. Einer der Interviewpartner nannte gar eine ganze Jeans-Sammlung als seinen Lieblingsgegenstand, mit einigen recht teuren Jeans darunter. Er war erst seit kurzer Zeit erwerbslos. In seinem Fall fungierte die Jeans-Sammlung als Statussymbol, das anzeigt, dass man sowohl Geld wie auch einen individuellen und modischen Geschmack hat, und dass man mit teurer, jugendlicher Mode gut ausgestattet ist.

Ganz anders der seit Jahren erwerbslose Herr W. (45 J.); auch er trägt gerne Jeans. Sie sollen einen guten Schnitt haben und klassisch sein, dann passen sie immer und zu jeder Gelegenheit. Er kauft sich selten eine Jeans oder etwas anderes zum Anziehen, und wenn, dann kann er auch nicht viel Geld dafür ausgeben:

W: Also mehr wie 50 Euro geb ich net aus, für eine Jeans mein ich. Manchmal sind auch Angebote, da kriegt man sie vielleicht für 30 Euro. Wenn zum Beispiel Winterschlussverkauf is, dann findet man günstig was.

Für festliche Anlässe hat Herr W. noch ein rotes Sakko, das er sich 1990 – damals noch in Arbeit – anlässlich einer Einladung zur Hochzeit seines türkischen Nachbarn kaufte:

W: Des war eine türkische Hochzeit von meinem Nachbarn. Da bin ich dann zum K&L-Ruppert rein und hab geschaut und geschaut. Naja und dann hat mir'n Verkäufer geholfen. Damals war'n rotes Sakko Mode. Da hab ich dann auch 600 DM dort gelassen, da hatte ich ne Markenhose, unten mit Schlag, die trägt man ja nimma. Teuere Hose, teures Sakko und ein schwarzes Hemd mit weißen Dingen und eine passende Krawatte dazu.

Herr W. besitzt die Kombination noch, und hat sie bis zuletzt auch getragen, allerdings passt die Hose nicht mehr und hat bei der letzten »Angelegenheit«, zu der sie getragen wurde, aufgegeben. Man zehrt also von den Kleidungsbeständen, die man sich vor der Erwerbslosigkeit angeschafft hat, und dies gilt ganz besonders für »festliche« Kleidung, die man selten benötigt.

Herr R. (Int. 4/3) zum Beispiel würde sich gerne bessere Kleidung kaufen, da er ganz allgemein Wert auf Qualität und schöne Dinge legt, kann sie sich aber derzeit einfach nicht leisten. Während er früher in einem Markenkaufhaus einkaufte, wo es hochwertigere Ware gibt, muss er jetzt im preisgünstigsten Segment bleiben. Trotzdem ist es ihm wichtig, ordentlich und sauber auszusehen, nicht wie jemand, der sichtbar ein soziales Stigma trägt:

R: Ja, ich will halt a gute Qualität ham, a gutes Preis- Leistungs- Verhältnis. Ich möchte halt net daherkommen wie a Penner, so 08/15. Des stört mich scho.

Wenn Herr R. es sich leisten könnte, würde er für Kleidung mehr Geld ausgeben und nicht Billigware kaufen. Er ist ihm allerdings wichtig, deutlich zu machen, dass auch die Stücke, die er jetzt trägt, trotz der finanziellen Not mit Bedacht und Geschmack ausgesucht sind und nicht »irgendwelche Sachen«:

I: Ist des dann generell so, dass Sie Wert auf schöne Sachen legen? Auch bei Kleidung?

R: Ja, normal scho. Wenn ich's mir leisten könnte, wäre es noch ganz anders. Ich mein, die sind sauber und gepflegt die Sachen, das sind nicht irgendwelche Sachen... Ich würd' nie gebrauchte Sachen nehmen, sag ich ganz ehrlich. Es gibt bei (X- und Y-Kaufhausketten) günstige Sachen, T-Shirt 6,7,8 €, wo auch net schlecht ausschaun, es is also net irgendwie, wie soll ich sagen, Lumpen irgendwie bloß sind, ausgeleierte Sachen [...]

In dieser Passage drückt sich wohl auch der Wunsch nach Wahrung seiner persönlichen Würde aus, an der er auch in bzw. trotz der Krise festhält. Herr R. stellt mit dieser Äußerung klar, dass es ihm nicht gleichgültig ist, wie er auf sein soziales Umfeld wirkt, sondern dass er Ansprüche an sein Erscheinungsbild hat, seine soziale Integrität gewahrt wissen und nicht herabgesetzt werden will. Es ist für Herrn R. durchaus nicht selbstverständlich, dass er sich wieder für solche »äußeren« Dinge interessiert. Herr R., der früher ein ästhetisch anspruchsvolles und erfolgreiches Handwerk betrieb, stürzte nach einer Serie krisenhafter Lebensereignisse (schwierige Scheidung, große finanzielle Probleme, Tod seiner beiden Kinder bei einem Verkehrsunfall) tief in eine persönliche Krise. Seit zwei Jahren ist er erwerbslos und beginnt derzeit, seine beruflichen Pläne und Perspektiven neu aufzubauen. Er versucht, an sein früheres Handwerk, an die Liebe zu seinem Beruf und den Erfolg, den er damit hatte, wieder anzuknüpfen. Herr R. sagt: »ich lieb des Handwerk, weil alles, des schön is, des lieb ich [...] alles, was mit Kunst zu tun hat, des inspiriert mich einfach und deswegen bin ich auch zu dem Beruf gelangt. Also, irgendein Kunsthandwerk hätt's auf alle Fälle sein müssen«.

Das Interesse für »Äußerlichkeiten«, für Kleidung sowie für die soziale Wirkung des eigenen Erscheinungsbildes zeigt – neben ästhetischen Ansprüchen – aber nicht zuletzt ein wieder gestiegenes Interesse für das soziale Umfeld an, für beruflichen Erfolg sowie Ansprüche auf soziale Anerkennung. Als sein Lieblingsstück im Interview präsentiert Herr R. eine Lederjacke, die er noch nicht allzu lange hat. Er hat sie sich zur Hochzeit gekauft, als er sich vor kurzem wieder verheiratet hat, und trug sie zur standesamtlichen Trauung. Für diesen Anlass sollte es schon etwas Besonderes sein und er hat die Jacke in dem Markenkaufhaus gekauft, in dem er sich auch früher, als er noch keine finanzielle Not litt, eingekleidet hat.

R.: Also, Anzüge, Lederjacken, da ist der (Z-Markenkaufhaus) super. Die sind zwar teurer, aber des is halt auch Qualität. Die ham a zeitloses Design, da is die Verarbeitung gut und da is des Material spitze: Wenn man da was kauft, des is a theoretisch in zehn Jahren noch super. Wenn des elegante Sachen sein sollen, höherwertige, dann muss man schon zum (Z-Markenkaufhaus) gehen.

Sowohl die Jacke wie auch die Heirat sind Teil seines neuen Lebens, das er sich gerade aufzubauen versucht, und das an das frühere Leben in Stabilität und ohne Not anknüpft. Die Lederjacke, die er als Lieblingsgegenstand an erster Stelle nennt, hat für Herrn R. deshalb eine besondere symbolische Bedeutung, weil sie für seinen Neuanfang, für den Weg aus der Krise, wieder nach oben, steht. Sie ist mit Geschmack gekauft, für einen besonderen Anlass und soll vor allem »gut kleiden«. Er macht deutlich, dass es ihm nicht in erster Linie um die schöne

schwarze Jacke an sich geht, sondern um das, was sie repräsentiert. Schöne und wertvolle Dinge sind für ihn, da er sich als ästhetisch anspruchsvollen Menschen bezeichnet, wichtig, doch von wirklich emotionaler Bedeutung sind sie nicht, er macht deutlich, da gebe es anderes, was wesentlich schwerer wiegt und spielt damit auf seine schweren Verluste und seine anschließende Lebenskrise an.

I: Dann hat die Jacke also scho einen emotionalen Wert für Sie?

R: Ja, schon. Was heißt emotional? Es soll halt gut kleiden, tät ich mal sagen.

I: Wär des schlimm, wenn Sie die verlieren würden?

R: Naja, net unbedingt. Des ist materiell. Wenn ich die verlieren würde, gut, mich würd's a bissl ärgern, aber es is net des schlimmste. Es is zu verschmerzen. Es gibt schlimmeres, was man verlieren kann.

Herr R. betreibt seit 28 Jahren asiatische Kampfsportarten (Karate, Taekwondo, Jiu Jitsu, Aikido und Tai Chi). Dieser Sport ist Teil seines Lebens geworden und prägt auch sein Denken und Handeln in anderen Lebensbereichen. Er hat vier Mal den dritten Dan in diesen verschiedenen asiatischen Kampfsportarten und damit gewissermaßen »Meisterstatus«. Es ist für ihn selbstverständlich, diese Sportarten weiter zu betreiben, sie sind Teil seines Lebens geworden.

R.: »Ich mach ja net realistische Kampfkunst, des is ja Philosophie. Des is net auf Sport, was ich mach, ich trainier genauso wie diese Mönche oder wie echte Samurais. Meine Großmeister waren alles Asiaten, Regensburg, München, Hannover und des is was anderes, was die vermitteln. Da kann man's dann wirklich und dann is man auch ein anderer Mensch, weil Kampfkunst is a Charaktererziehung, a Persönlichkeitserziehung. Und eine Entwicklung, was man da durchmacht. Des hat mit Selbstbeherrschung, Fairness, Toleranz zu tun, Menschlichkeit und so weiter. Und des Kämpfen ist eigentlich der letzte Schritt, die letzte Stufe, das, was man eigentlich am wenigsten benutzen soll.«

Selbst in seiner tiefen Lebenskrise hat ihm dieser Sport und die darin enthaltenen Lebensphilosophie viel bedeutet, hat ihm Stabilität verliehen und seine Willensstärke, seine »Kämpfernatur« gestützt, wie er sagt: »Ich hab noch nie aufgegeben irgendwo, immer versucht, wieder hochzukommen.«

Herr R. hofft, bald wieder in seinem alten Handwerk Fuß zu fassen und dann finanziell bessergestellt zu sein. Er ernährt sich ohnehin gesund, und so sieht er den größten Nachholbedarf, wenn er mehr Geld hätte bzw. bald hat, bei Bekleidung und Lebensstil. Wenn er es sich leisten kann, würde er gern mehr Geld für höherwertige Sachen, Kleidung, Schuhe und Möbel, ausgeben:

R: Für schöne Kleidung und Sportsachen. Doch, schöne Schuhe und alles. Leider muss man immer am Schaufenster vorbeigehen und das Billige nehmen. Und des hält dann immer net lang. [...] Aber mit Hartz IV, da funktioniert' s net so. Das is ja eigentlich nur, dass wir durchkommen. Aber wenn ich des jetzt mit der Selbständigkeit geschafft hab, dann geh ich dann scho a andere Stufe. Aber net zu überdimensional, halt normal.

Wenn Herr R. in seinem Beruf als Handwerker wieder Fuß fasst, dann will er einen besseren Lebensstil realisieren (»dann geh ich dann scho a andere Stufe« ). Im Moment kann er keine Ansprüche an seinen Lebensstil stellen, denn das Arbeitslosengeld 2 reicht nur zum Überleben, Ambitionen kann man sich in dieser



Situation nicht leisten. Wenn er einen beruflichen Wiedereinstieg schafft, will er allerdings wieder mehr Lebensqualität und Ästhetik in seinem Alltag realisieren. In diesen äußeren Dingen drückt sich schließlich auch Erfolg und soziale Anerkennung aus, was Herr R. auch bewusst ist. Diese erhoffte soziale Anerkennung würde ihm gut tun, antizipiert er, bleibt aber bescheiden und realistisch in seinen Erwartungen: »aber net zu überdimensional, halt normal«. Er will auch nicht mehr darstellen, als er tatsächlich einlösen kann, nicht mehr als ihm zusteht. Das, was er kann, seine beruflichen Potentiale, will er allerdings wieder realisieren, und nicht aufgrund einer großen Verzweiflung preisgeben.

Man kann zusammenfassen: Bei Herrn R. fungiert gute, geschmackvolle Kleidung als Symbol für den Neuanfang, für Ästhetik und Würde sowie für den Anspruch auf soziale Anerkennung der eigenen Person und ihrer Potentiale. Er schränkt zwar die Bedeutung der Kleidung und der schönen Dinge ein – sie seien für ihn wichtig, aber von wirklicher Bedeutung sind doch andere Dinge (die zu schmerzhaft sind, um ausführlich von ihnen zu sprechen). Dennoch fungiert Kleidung in diesem Interview als Symbol dafür, dass man sein Leben nach der Lebenskrise wieder im Griff hat bzw. in den Griff bekommt. Kleidung ist in diesem Fall zwar zugegebenermaßen ein äußerliches Zeichen, aber gleichzeitig ist sie auch mehr als nur etwas Äußeres: Sie ist eine Materie gewordene, mühsam wiedererrungene, ästhetische und sinnhafte Ordnungsleistung. Sie ist ein Symbol für Selbstachtung und sozialen Erfolg, ein Zeichen für soziale Inklusion unter selbstgewählten und selbst erarbeiteten Vorzeichen. Sie zeigt, dass es um mehr geht und gehen kann als das reine Überleben. Sie ist der stofflich gewordene Sieg des Willens über das (Lebens-)Chaos. So gesehen, verwundert es nicht, dass Herr R. die sonst vielzitierte Jogginghose ablehnt – außer zum Sport.

### 8.3 Kompetenz- und Leistungssymbole

Es gibt eine ganze Gruppe von Dingen, die in den Interviews als Lieblingsgegenstände genannt wurden, die als Symbol für Kompetenz und Leistung gelten. Man kann mit ihrer Hilfe Kenntnisse oder Qualifikationen ausdrücken und betonen, ja sie erlauben unter Umständen sogar einen Ausbau von Fähigkeiten und Chancen. Diese Gruppe von Dingen bietet zum Teil alternative Möglichkeiten zur Erwerbsarbeit, Chancen, sich zu bewähren, Leistung zu erbringen und Anerkennung für Kompetenzen zu erhalten.

Auf ein bestimmtes Kompetenzsymbol wurde in den vorangegangenen Abschnitten bereits eingegangen: den *Computer*. Dieses Gerät ist von Bedeutung, um Anschluss an die Arbeitsgesellschaft, an ihre technischen Fortschritte und die veränderte Arbeitskultur zu halten. Gerade die Qualifizierten unter den Befragten verfügen häufig über einen eigenen Computer und nutzen diesen auch intensiv. Am Computer werden vor allem die vielen Möglichkeiten, die Zugänge zur Welt, die er bietet, geschätzt: Information, Kommunikation, Geschäftliches, Unterhal-

tung, sowie Text-, Bild- und Grafikverarbeitung. Die Beschäftigung mit dem Computer hat im Alltag der Erwerbslosen zuweilen einen »erwerbsähnlichen Charakter«. Die zeitlichen Strukturen des Alltags werden durch bestimmte Tätigkeiten bestimmt und gleichen sich ein Stück weit dem Arbeitsalltag von Erwerbstätigen an. Unabhängig vom Beruf gleichen sich diese Tätigkeiten durch die Art und Möglichkeiten des Arbeitsmediums: Morgens den Computer einschalten, Mails lesen und beantworten, nach bestimmten Informationen recherchieren, Geschäfte erledigen, Texte redigieren bzw. Symbole jeder Art informationstechnisch zu bearbeiten – all dies produziert in vielen Berufen ähnliche zeitliche Abläufe und ist auch im Alltag von (in der Regel besser qualifizierten) Erwerbslosen zu finden.

Mit dem Computer angemessen umgehen zu können, seine Möglichkeiten für die eigene Qualifikation adäquat und dem Umfeld angepasst einsetzen zu können, ist für viele Befragten wichtig. Durch die Nutzung des Computers minimiert man die Gefahr, den Anschluss zu verlieren: den Anschluss an relevante Informationen, an Arbeitstechniken, an Leistungsstandards sowie an Kommunikationsströme und Netzwerke. *Durch die Nutzung des Computers kann man diese Anschlüsse und damit für die »Kommunikationsgesellschaft« relevante Kompetenzen demonstrieren.* Fähigkeiten zum Computer sind zu einer Art »Schlüsselqualifikation« geworden. Dies ist von besonderer Bedeutung bei den qualifizierten und mittleren Angestelltenberufen, und andererseits weniger wichtig bei den gewerblichen, und hier insbesondere bei den wenig qualifizierten Tätigkeiten. Für die erwerbslosen Angestellten unseres Samples, ist es ein großes Manko, das es aufzuholen bzw. zu verbessern gilt, wenn man mit dem Computer nicht oder nicht adäquat umgehen kann. Die meisten Befragten aus dieser Gruppe sind dazu durchaus in der Lage und pflegen diese Qualifikation auch. Bei den wenig qualifizierten des Samples steht andererseits nicht die Kompetenzfunktion des Computers im Vordergrund, sondern die Unterhaltungsmöglichkeiten, die die neuen Technologien bieten.

Der Computer kann, noch ausgeprägter als das Handy, als paradigmatischer symbolischer Gegenstand der spätmodernen Kommunikationsgesellschaft gelten, und der Besitz und die Nutzung eines Computers (mit Internetanschluss) als der Anschluss an den »Puls der Spätmoderne«, an ihre technische und organisatorische Funktionsweise, an ihre Daten- und Informationsströme, ihre Arbeitstechniken und -praxen. Der Computer bietet diese sozialen Anschlüsse für berufliche wie für private Zwecke. Er verbindet Arbeit und Freizeit, Erwerb und Konsum. Der Computer ist ein vielgerühmter »Alleskönner«, ein ausgesprochen multifunktionales Gerät, vielleicht der Ursprung aller modernen multifunktionalen Geräte. Die Nutzung eines solchen Gerätes verspricht eine große Ausdehnung der menschlichen Handlungs- und Kommunikationsmöglichkeiten im Raum und in der Zeit sowie eine neue Stufe der Beherrschbarkeit von Prozessen und Abläufen, eine neue Stufe in der rationalen Durchdringung der erlebten Welt – selbst wenn der Arbeitsalltag mit dem Computer aufgrund des hohen Komplexitätsgra-

des der eingesetzten Technologie störanfällig ist. Die Beherrschung bzw. Übung in der Nutzung des Computers und seiner weitausgreifenden Möglichkeiten verspricht und demonstriert damit neue Formen der technologischen, organisatorischen und sozialkommunikativen Kompetenzen. Computer-*skills* sind deshalb von ganz besonderer Bedeutung, sie versprechen Modernität der Kompetenz und Qualifikation.

Der Computer ist ein wichtiges Kompetenzsymbol, doch es wurden auch andere genannt. Häufig beziehen sich die dinglichen *Leistungssymbole* in den Interviews auf *Sport*, Sportartikel und Sportbekleidung. Dies gilt für die befragten Erwerbslosen wie für die Erwerbstätigen des Samples. Im Sport sind körperliche Fitness und die Entwicklung bzw. Erhaltung der Leistungsfähigkeit von Bedeutung, deshalb kann sportliche Betätigung ergänzend zum Beruf oder auch alternativ eine Quelle für Erfolgserlebnisse und Selbstbestätigung darstellen und soziale Identität stützen – die ja immer auch an rückgekoppelte Erfolge, an Leistung, die von der sozialen Umwelt anerkannt wird, gekoppelt ist. In der spätmodernen, körperbezogenen Leistungskultur ist der Sport für die Gesunderhaltung und Gestaltung des Körpers geradezu unverzichtbar geworden und gehört zu den alltäglichen Kompetenzen, die von einem vollständig sozialisierten Gesellschaftsmitglied erwartet werden, zur sozial definierten notwendigen Körperhygiene gewissermaßen. Hier sollen die körperlichen Vorzüge des Sports gar nicht in Frage gestellt, sondern seine sozialen Funktionen sowie die dahinterstehenden sozialen Übereinkünfte betrachtet werden: Sport ist zum generalisierten Symbol für eine aktive Lebensführung geworden, für Leistungsorientierung, Erfolg, Fitness, Jugend (auch im Alter) und Gesundheit. Keinen Sport zu betreiben gilt schon fast als abweichendes Verhalten, das Risiken – zum Beispiel Gesundheitsrisiken – erzeugt. Wer Sport betreibt, beugt in dieser Wahrnehmung den Lebensrisiken aktiv vor und sorgt für Überlebensfähigkeit und ein hohes Leistungsniveau. Wer Sport betreibt, kann sich danach bewähren und steigern, Erfolge erreichen und seine körperliche und mentale Leistungs- und Anpassungsfähigkeit verbessern.

Herr D. zum Beispiel, der intellektuelle Bildungsbürger in unserem Sample (40 Jahre), nennt gleich als ersten Lieblingsgegenstand sein Fahrrad bzw. »nicht nur das Fahrrad, sondern das Mountainbike«. Interessanterweise kommt das Objekt in seiner Aufzählung noch vor seinen Büchern, seinen Kunstobjekten und seinem Lieblings-Wolljackett. Das Fahrrad dient ihm nicht nur zur aktiven Freizeitgestaltung, nicht nur für den »Spaß«, sondern er trainiert viel und körperlich intensiv:

D: durchschnittliche Kilometerleistung liegt bei 10.000 Kilometern im Jahr [...] plus die Kilometer, die ich dann halt noch mit meinem Citybike fahre.

Da er in der Erwerbslosigkeit über mehr Zeit verfügt, nutzt er diese, um (neben anderen Kompetenzen) auch seine sportliche Leistungsfähigkeit auszubauen:

D: wenn ich die Zeit hab, das wird sich jetzt dieses Jahr mit Sicherheit reduzieren durch die Schule einfach, aber ansonsten wenn ich die Zeit hab und auf das bike steig, dann sind da

schnell 60, 70, 80 Kilometer.... wenn ich auf Kondition trainier, auch mal schnell 110, 120, 130 Kilometer, die ich fahre.

Aufgrund einer anstehenden Fortbildung erwartet D., dass er im kommenden Jahr möglicherweise weniger Zeit für seinen Sport hat, und plant deshalb, diese Aktivität stärker auf das Wochenende zu verlagern, um beispielsweise eine Freundin zu besuchen, die in einer ca. 100 km entfernten Stadt wohnt. Er begann mit dem Mountainbiken, als er aufgehört hatte zu rauchen, als Mittel zur Suchtbewältigung, wie er sagt. D. betont, dass es ihm auf ein gutes Rad ankommt, qualitativ (und damit auch preislich) hochwertig muss es schon sein – sonst würde er den Spaß daran verlieren. Nachdem er ein Mountainbike zwei Wochen von einer Freundin geliehen hatte (»und da hab ich dann beim Mountainbiken Blut geleckt«), merkte er, dass er zu einem rabiaten Fahrstil neigt und schloss daraus, dass er unbedingt ein hochwertiges Fahrrad benötigt. Dies erforderte eine Investition, die ihm in seiner finanziellen Situation nicht leicht fiel:

D: »und hab dann einfach gesagt: ok, ich muss mir dann ein wirklich gutes kaufen, sonst bricht das unter mir zusammen innerhalb kürzester Zeit. Und da legste halt auch Geld hin. Das Ding, was jetzt im Keller steht, kostet 2000 Euro, ne?! Also...«

Für D. ist der Spaß am *Biken*, auch der Spaß an den eigenen Erfolgen und den bewältigten Risiken, ausschlaggebend. Mit einem gewissen sportlichen Stolz erzählt er von seinen »Abflügen«, mit zum Teil größeren Verletzungen und einem Gedächtnisverlust, nachdem er schwer auf den (zum Glück behelmt) Kopf gestürzt ist. Diese Erzählungen zeugen von seinem Sportsgeist und seiner Bereitschaft, für seine Erfolge auch kalkulierte Risiken einzugehen. Er betont aber, dass er weniger risikofreudig als die *Youngsters* sei, und seinen Einsatz und seine Geschwindigkeit genau berechne, um das Risiko überschaubar zu halten:

D: Es gibt die trails, die fahr ich, die bin ich am Anfang mit 20 Stundenkilometer runtergefahren, da prügel ich heute mit 40-45 Stundenkilometer runter, wo andere sagen, du bist ja bekloppt, aber ich weiß, ich könnte auch mit 60-65 abfahren, mach ich aber nicht. Das ist dieses Sicherheitsbewusstsein, das heißt, ich geh nicht bis an die obere Grenze, sondern ich sag irgendwann, okay, es geht noch was, aber das brauch ich net.

Bei diesem kalkulierten Risiko spielt für ihn die Qualität des Gerätes eine große Rolle, da die Reaktionen und die Grenzen des Fahrrads kalkulierbarer sind, wenn es ein qualitativ hochwertiges ist, wie er sagt:

D: Das ist aber der Unterschied, wenn du jetzt'n bike hast, das entsprechend dafür ausgelegt ist.... Du hast bei mir 5 mm Bremsspiel, und dann bremst des Ding... und wenn du'n Zentimeter durchziehst, dann blockieren beide Räder, also.. (Int. 10/3)

Die hochwertige Qualität und die genaue Kenntnis seines Fahrrads erlauben D. ein kalkuliertes Risiko, ermöglichen ihm sportliche Abfahrten bei einschätzbaren Gefahren. Das ist typisch für seine Beziehung zu den Dingen: D.s Gegenstände müssen alle hochwertig, etwas besonderes sein, und damit in der Regel auch preislich im oberen Segment liegen. Es ist D. durchaus bewusst, dass mit diesen

Gegenständen Geschmack, Kennerschaft und kulturelle Kompetenz bewiesen und soziale Anerkennung erworben wird. Er erweist sich damit als typischer Angehöriger einer Bildungselite. Gleichzeitig macht er deutlich, dass es ihm – zumindest vordergründig – nicht darum geht, mit diesen Dingen andere zu beeindrucken oder sich abzusetzen, seinen Status und seine kulturelle Zugehörigkeit zu einer bestimmten Schicht zu betonen. Distinktion mit Hilfe der Dinge und der durch sie bewiesenen kulturellen Kompetenz ist explizit nicht sein Motiv. Es geht ihm vielmehr darum, eine persönliche Beziehung zu den Dingen zu haben (und dies auch zu zeigen), die Gegenstände, ihre Funktionalität, ihre Materialität und Ästhetik wertzuschätzen und Freude an ihrer Qualität und ihrer Besonderheit zu entwickeln. Mit dieser Haltung demonstriert er – auch wenn es ihm nicht auf Distinktion ankommt – eine besonders feinsinnige, reflexive kulturelle Kompetenz, wie sie in der Regel nur bei den höheren Bildungsschichten vorkommt. Er demonstriert eine distinktive Performanz, die sich auch von sich selbst zu distanzieren in der Lage ist. Kulturelles Kapital wird hier um seiner selbst willen geschätzt und höher bewertet als ökonomisches oder soziales. Selbst in einer ökonomisch angespannten Lage versucht D. seinen Geschmack, seine Ansprüche, seine kulturellen Ambitionen in jeder Hinsicht zu realisieren, auch in Alltagsdingen – oder, falls dies nicht möglich ist, eben zu verzichten. Im Prinzip kann hier jedes Ding von kultureller Kompetenz zeugen, nicht nur die besonders teuren oder kunstvollen, sondern jeder banale Alltagsgegenstand, mit Geschmack und Bewusstsein gewählt, demonstriert feinsinnige kulturelle Kompetenz.

Doch zunächst zurück zum Sport. Der Sport scheint mittlerweile in alle Schichten und Milieus als generalisiertes Leistungssymbol eingedrungen zu sein. In unserem Sample kann dies wenigstens für die oberen und mittleren Schichten gut belegt werden. Doch nicht immer können sich die Erwerbslosen zum Sport gut motivieren, insbesondere bei länger Erwerbslosen schwinden offensichtlich persönliche Motivationsressourcen. Doch wird zumindest die Norm häufiger formuliert, man sollte, oder hat es sich vorgenommen, auch wenn man sich nicht immer oder der eigenen Einschätzung nach zu wenig dazu motivieren kann.

Frau P. schafft es jedoch, das Plus an verfügbarer Zeit, das durch die Erwerbslosigkeit entsteht, vermehrt zum Sport zu nutzen. Sie ist 52 Jahre alt, war früher Sekretärin und ist seit einem Jahr erwerbslos, mit einem 400-Euro-Job in einer Arztpraxis, wo sie einmal die Woche arbeitet. Frau P. versucht auch die Vorteile ihrer Situation, der vielen freien Zeit zu sehen, und unter anderem nutzt sie diese eben für vermehrte sportliche Aktivitäten. Sie betreibt den Sport weniger leistungsorientiert als der oben zitierte D., doch freut sie sich, dass sie jetzt endlich genügend Zeit zum Sport findet:

P: Ich steh nicht ständig permanent unter Zeitdruck- des muss ich noch machen und des muss ich noch machen und Sport muss ich aber a noch machen, weil des... aber wenn man den ganzen Tag rumhetzt und dann soll man auch noch durch die Prärie joggen, also....! Und da hat man für alles einfach bisschen mehr Zeit. Und äh, ich tu halt jetzt da für mich des Sportliche mehr rausziehen. Das ich, wenn das Wetter passt, dann gehe ich entweder walken im

Frühjahr, Sommer oder Herbst. Im Winter kann ich mich dazu nicht motivieren aber ich geh dann laufen – ich lauf dann einfach eine Stunde ganz zügig..«

Auch die Bekleidung, die Frau P. als »Lieblingsstücke« präsentiert, entstammen der sportlichen Mode. Sie trägt gern sichtbar sportliche Kleidung, Mode aus dem Sportgeschäft oder der Sportabteilung. Der Code der sportlichen Symbolik zieht sich durch das Interview. Frau P. entstammt dem klassischen »Kleinbürgertum«, dafür sprechen sowohl die soziale Herkunft wie auch die Gestaltung ihrer Wohnumgebung. Vieles spricht dafür, dass der Sport und seine kulturelle Bedeutung und Symbolik in dieses Milieu eingesickert sind. Für Frau P. bringt die sportliche Aktivität zudem Bewährungsmöglichkeiten und Selbstbestätigung mit sich, in einer Situation, in der es ihr an Chancen auf Leistungsbewährung und Anerkennung fehlt. Obwohl sie versucht, ihre Situation als Erwerbslose positiv zu deuten, sowie die freie Zeit bewusst für ihr wichtige andere Dinge zu nutzen, sagt sie im Interview, dass ihr die Arbeit fehlte. Über den 400-Euro-Job<sup>4</sup> ist sie froh, da er ihr Chancen auf Sozialkontakte gibt, allerdings stellt er keinen vollwertigen Ersatz für ihre verlorene Arbeitsstelle dar:

P: Und äh, mir fehlt die Arbeit schon, weil es ist einfach die Bestätigung, dass man auch noch was anderes kann außer putzen und kochen und waschen, und man kommt mit Leuten zusammen, ne. Man kommt a wenig raus und deswegen bin ich jetzt froh, dass ich wenigstens diesen Mittwoch, des ist aber auch über Beziehungen, also ein Freund von uns, der hat eine radiologische Praxis, und da helf ich am Mittwoch ein wenig im Sekretariat aus. Und des ist mir jetzt schon wichtig, dass ich do einmal wenigstens in der Woche rauskomme. [...] Jetzt bin ich 52 und da is halt einfach, Hemmschwelle 50 und dann bist du abgehakt. Aber ich sag mir...also, ich bin ein durch und durch positiv denkender Mensch.

Durch den Sport schafft sich Frau P. selbst ihre Bewährungsmöglichkeiten, hält sich fit und aktiv. Neben dem Sport versucht sie auch, sich Computerkenntnisse anzueignen, um ihre Qualifikation zu stärken und gerüstet zu sein, falls sich eine berufliche Chance bieten sollte. Auch der Computer ist für Frau P. ein Kompetenzsymbol, und sie versucht den Anschluss an die Entwicklung der Büroorganisation und -arbeit zu halten, um für den Arbeitsmarkt besser gerüstet zu sein.

Der Sport kann gewissermaßen zur alternativen Quelle für das Bedürfnis, sich selbst zu fordern, für Leistungswillen und Selbstbewusstsein werden, auch wenn er berufliche Bewährungsmöglichkeiten natürlich nicht ersetzen kann. Selbst für den Langzeiterwerbslosen B., der in seinem sozialen Rückzug und im Zerfall der zeitlichen Strukturen weit »fortgeschritten« ist, bietet der Sport noch Möglichkeiten der Selbstmotivation und der Erfolgserlebnisse. Er geht regelmäßig joggen, um sich zu fordern und aktiv zu bleiben. Es befriedigt ihn besonders, sich dabei als »Querulant« zu geben, sein Außenseitertum zu stilisieren und mit fehlendem Equipment, in abgetragenen, abgerissenen Sachen die gutausgestatte-

---

4 In der Arbeitsmarktforschung ein 400-Euro-Job streng genommen nicht als Arbeitslosigkeit, sondern als Unterbeschäftigung. Frau P. sucht jedoch Arbeit, bezieht Transfereinkommen und empfindet sich selbst als »arbeitslos«.

ten Läufer zu überholen. Dies stellt einen besonderen Erfolg für ihn dar, kehrt es doch die erfahrenen Verhältnisse ein Stück weit um:

B: ..viele möchten da zeigen, dass sie sich also schon im Vierteljahr eine großartige neue Laufjacke auch zulegen können (lacht) Und (räusper) da, ääh, mach' ich manchmal so'n bisschen auf Querulant, also, dass ich da ganz alte, abgetragene Dinge da, äh, beim, beim Laufen habe und dann so'n bisschen weiter is, ääh, irgend so 'n, ääh, topmodischer... Läufer, ähh, und der vielleicht denkt, dadurch is' er ein..etwas schneller geworden und dann, äh, die, diese Leute dann ab und zu mal ein bisschen schrecken und mit irgendwelchen, mit der völlig, äh, ja, 'runtergekommenen Kleidung ihnen enteile, und so, des ...

Diese anderen, sichtbar Erfolgreichen, als »Outsider« ganz allein und aus eigener Kraft zu schlagen, ohne technische oder modische Hilfsmittel, lässt seine sportlichen Erfolge in seinen Augen doppelt zählen und verschafft ihm Befriedigung und eine gewisse Genugtuung. Entwürdigende Erfahrungen und Emotionen, die durch die soziale Exklusion entstehen, werden durch den sportlichen Erfolg ein wenig »ausgeglichen«, indem man die Verteilung von Erfolg und Misserfolg situativ umdreht. Sportliche Fähigkeiten und sportlicher Erfolg sind nicht an berufliche Erfolge oder an berufliche Inklusion gebunden und bieten deshalb alternative Möglichkeiten der Leistungsbewährung. Sport bietet Chancen, einem durch Ausschlüsse mitgenommenes Selbstbewusstsein partiell zu Erfolgen zu verhelfen, zu Erfolgen körperlicher Art, die jedoch auch eine »soziale Währung« darstellen, denn sportliche Aktivitäten genießen als *generalisiertes Leistungssymbol* gesellschaftlich eine hohe Wertschätzung.

Das *allgemeinste Leistungssymbol* ist natürlich *Geld* – ökonomisches Kapital. Geld ist die allgemeinste Währung für soziale Erfolge und lässt sich in viele andere Leistungen und Chancen »übersetzen« bzw. übertragen. Das Geld selbst ist jedoch für gewöhnlich im sozialen Leben nicht sichtbar, kann sich also schwer direkt in soziale Anerkennung umsetzen lassen. Deshalb fungiert Geld in der Regel im Hintergrund, im sozialen Austausch muss es zunächst »sichtbar« gemacht werden. Es manifestiert sich in der Regel in der Dingwelt des Geldbesitzers, in bestimmten (teuren) Gegenständen, die signalisieren, dass ihr Besitzer über ökonomisches Kapital verfügt und die entsprechende Anerkennung beansprucht. Gerade Geld ist in der Regel als generalisiertes Leistungssymbol natürlich nicht verfügbar, wenn man erwerbslos ist, denn dann wird diese Ressource knapp. Selbst wenn man über erspartes Vermögen verfügen sollte, so kann antizipiert werden, dass die finanzielle Situation sich in der Zukunft verschlechtern wird. Dennoch gab es im Interviewsample einige wenige Gesprächspartner, die das Geld als generalisiertes Leistungssymbol bemühten, um ihren durch die Erwerbslosigkeit ganz offensichtlich gefährdeten Status abzusichern. Diese Befragten markierten im Interview nach wie vor den »Wohlhabenden«, der mit Geld gewissermaßen »um sich werfen« kann und sich teure Dinge ohne viel Nachdenken und Rechnen kauft – auch wenn ihre reale Situation erhebliche Zweifel daran aufkommen ließ, ob diese Strategie vernünftig ist. Aber Geld ist ein sehr dominantes Leistungs-

symbol – das allgemeinste, es bietet starke Möglichkeiten, personale Identität abzusichern und besitzt insofern eine hohe soziale »Verführungskraft«.

Eine andere Möglichkeit, Statusverluste zu kompensieren, stellt die Demonstration von *kultureller Kompetenz* dar. Kulturelles Kapital ist, wie Bourdieu beschrieben hat, internalisiert und habitualisiert und insofern relativ unabhängig von aktuellen Verlusten des ökonomischen Kapitals, zum Beispiel durch Erwerbslosigkeit. Wer über Bildung und Geschmack verfügt, der kann diese auch nicht verlieren, selbst wenn er erwerbslos oder arm ist. Ein Gentleman verdient auch Achtung, wenn er verarmt. Aktuelle Erscheinungen auf dem Buchmarkt suggerieren, dass ein stilvolles Leben auch mit geringen ökonomischen Ressourcen möglich ist. Wer kulturelles Kapital hat und dies aktuell realisieren kann, der ist nie ganz »draußen« oder ganz »unten«. Insofern stellt die Demonstration von kulturellem Kapital ein probates Mittel gegen soziale Exklusion dar. Diese Strategie schlägt zum Beispiel Herr C. ein, der eines unserer Fallbeispiele war (Abschnitt 7.4). Herr C. hat erst einen sozialen Aufstieg aus einfachen Verhältnissen durch ein Jurastudium geschafft, um nach einigen Jahren als Rechtsanwalt aufgrund von Steuerhinterziehung seine Zulassung wieder zu verlieren. Seinen »Fall«, den sozialen Abstieg, versucht er unter anderem durch die Demonstration von kultureller Kompetenz zu kompensieren. Diese kann ihm keiner nehmen, er kann sie nicht verlieren. Sein erster Lieblingsgegenstand, eine CD mit Mozart-Aufnahmen (*Così fan tutte*) ist typischerweise ein Objekt der klassischen »Hochkultur« und er legt im Interview viel Wert darauf, einen sowohl vertrauten wie auch eigenständigen Umgang mit dem klassischen Bildungsgut zu demonstrieren. Nicht nur das Objekt ist Bestandteil des kulturellen Umgangs damit, sondern die Verbindung von Habitus und Objekt, der kenntnisreiche und feinsinnige Umgang mit dem Kulturding (der ihm, mit Bourdieu gesehen, nur teilweise gelingt). Die soziale Performanz von kultureller Kompetenz ist, wie wir sehen können, eine probate Handlungsstrategie, um sozialer Exklusion entgegenzuwirken, und kann selbst dann noch einige Wirkung erzielen, wenn alle anderen Stricke reißen.

## 8.4 Kreativität und Eigentätigkeit

Eine Gruppe von Dingen, die in den Interviews genannt wurde, verweist auf eine wichtige Handlungsstrategie der Kompensation von Exklusion: auf das Handlungsmuster von Eigentätigkeit und Kreativität. Mit Hilfe von mehr Eigentätigkeit lässt sich dem Mangel an Geldressourcen ein Stück weit entgegenwirken, mit Hilfe von Kreativität, die sich in der Schöpfung bestimmter Dinge manifestiert, dem Mangel an Sinn.

Durch Eigentätigkeit sollen in der Regel teure Anschaffungen oder Reparaturen vermieden werden. Durch eigene Arbeitsleitungen, durch den Einsatz von Zeit und Energie – und beides steht in der Erwerbslosigkeit in der Regel zur Verfügung, sollen Kosten eingespart werden. Ein schönes Objekt, das den Wert die-



ser Eigentätigkeit repräsentiert, wird von Frau Z. genannt; es handelt sich um einen ganz banalen Gegenstand, der ihr aber ermöglicht, trotz geringer Geldressourcen an Genüssen und Annehmlichkeiten teilzuhaben. Frau B. nennt als ersten Lieblingsgegenstand einen Schneebesens:

Z.: ...um einen Milchkaffee zu machen zu Hause.... weil ich kann ja nicht immer ins Café gehen, mir zu teuer.

Frau Z. kann sich den Genuss eines Milchkaffees aufgrund eines einfachen, banalen Schneebesens leisten, den sie zum Milchaufschäumen benutzt. Dieser Schneebesens ist an sich nichts besonderes, so dass man sich fragen muss, warum Frau Z. ihn als Lieblingsgegenstand, sogar an erster Stelle, präsentiert. Dies würde keinen Sinn machen, wenn der Schneebesens nicht einen Zeichencharakter hätte, der sich nicht sofort erschließt. Warum kann ein einfacher Schneebesens diese Bedeutung annehmen? Er ist Zeichen dafür, dass Frau Z. sich mit Findigkeit und Geschick Genüsse verschaffen kann, die in ihrer wirtschaftlichen Lage normalerweise nicht zugänglich sind. Ihren Milchkaffee in einem öffentlichen Café zu trinken, das ist für Frau Z.s Verhältnisse zu teuer. Die Milch für den Milchkaffee zu Hause mit einem banalen Schneebesens aufzuschäumen, zeugt von Anpassungsfähigkeiten und einer Schlaueit, die ihr Genüsse ermöglicht, die eigentlich nicht »drin« sind. Zudem kann Frau Z. damit auch für ihre Gäste Milchkaffee machen und so – mit Hilfe einfacher Mittel – zeigen, dass sie trotz »Handicaps« einen modernen, weltgewandten Lebensstil pflegt, der »gepflegte Genüsse« enthält. Mit Hilfe von Eigentätigkeit kann ein »Luxusprodukt« ersetzt werden.

Eigentätigkeit ist an vielen Stellen wichtig, um teure Anschaffungen oder Reparaturen zu vermeiden. Da reparieren manche Computer und technische Geräte oder bauen sie gleich selbst zusammen, einige reparieren ihre Auto jetzt selbst oder ersetzen andere Arbeitsleistungen durch Eigenarbeit, die früher »fremdvergeben« wurden. Von dieser Eigenarbeit wird oft mit Stolz berichtet, denn sie zeugt in der Regel von Kenntnissen und Fähigkeiten, von Interesse, Fleiß und Anpassungsfähigkeit.

Herr J. zum Beispiel hat »aus der Not eine Tugend gemacht«, wie er sagt, und repariert jetzt sein Auto selbst. Er ist sehr stolz darauf, auch größere Reparaturen angepackt zu haben, die eigentlich seine Fähigkeiten übersteigen. dabei hat er sich durch entsprechende Lektüre »reingebissen« und seine Kompetenzen erweitert.

J: Also ich muss sagen, ich hab aus der Not eine Tugend gemacht, es muss einen halt alles ein bisschen interessieren. Zum Beispiel Autotechnik. Und da hab ich jetzt auch schon praktische Erfahrung gesammelt am Zerlegen und Zusammenbauen vom Auto. Weil wenn man größere Reparaturen am Auto hat und in die Werkstatt fährt, kann man sich das schlichtweg nicht mehr leisten. Mein Auto ist 16 Jahre, da wäre eine Reparatur angestanden, des wär ein wirtschaftlicher Totalschaden gewesen und dann hab ich mich halt selber darüber gemacht.

Auf diese Weise versucht J., sich nützlich zu machen und dabei Kosten zu sparen. Durch diese Handlungsstrategie, das in erster Linie den Geldmangel kom-

pensieren soll, kann er aber auch seine Fähigkeiten und Kenntnisse erweitern und schafft sich zudem selbst Bewährungsmöglichkeiten.

J: Ich beiß mich halt zurzeit in jedes Thema rein, auch bezogen auf den Haushalt. Wenn da was kaputt geht, mach ich das auch selber und such mir Lektüre dazu.

Er packt Aufgaben an, die er vorher nicht lösen konnte, sondern bei denen er sich neue Fertigkeiten aneignen muss. Dieses Handlungsmuster ermöglicht ihm eine partielle Kompensation von Exklusionserfahrungen auf mehreren Ebenen: Es erlaubt ihm einen Konsum, der eigentlich finanziell nicht »drin« ist; es erlaubt ihm, sein Selbst an Aufgaben zu bewähren und zu entwickeln. Und schließlich kann er dafür auch Anerkennung von anderen – Familienmitgliedern und Freunden – erhalten. Natürlich ist durch Eigenarbeit der Verlust der Arbeitsstelle in der Regel nicht aufzuwiegen; sie erlaubt nur eine partielle Kompensation der Verluste und Ausschlüsse. Lediglich Schwarzarbeit größeren Umfangs ermöglicht ein Arbeitsvolumen und Einkommen, das in die Nähe der Arbeitsbedingungen in regulärer Arbeit kommen kann, und damit weitgehende Kompensation der Exklusion aus dem regulären Arbeitsmarkt. Schwarzarbeit ist zwar illegal, aber sie hält die Erwerbslosen (psychisch) gesund und arbeitsfähig, wie sozialpsychologische Befunde zeigen: »Eine paradoxe Folge dürfte in diesem Zusammenhang sein, dass etwa Arbeitslose, die gesetzeswidrig in der Schattenwirtschaft (Schwarzarbeit) »anheuern«, durchschnittlich gesünder sind als diejenigen, die sich gesetzestreu verhalten. [...] Je mehr arbeitsähnliche Aufgaben übernommen werden, desto geringer dürften die negativen Effekte des Verlustes des Arbeitsplatzes sein« (Frese 2008: 23). Natürlich fanden sich in unserem Sample keine Fälle von Schwarzarbeit bzw. keine Befragten, die dies zugegeben oder thematisiert hätten. Doch der Befund von Frese, der die Ergebnisse der sozialpsychologischen Forschung zur Erwerbslosigkeit zusammenfasst, ist durchaus überzeugend. Nicht nur Schwarzarbeit kann die sozialen Nöte der Erwerbslosigkeit mildern, auch andere, »erwerbsähnliche« Arbeitsformen erfüllen diese Funktion. In unserem Sample wurde von einigen Befragten kleinere ehrenamtliche oder gering bezahlte Tätigkeiten übernommen, zum Beispiel Sportkurse für ältere Damen, für Kinder oder für Jugendliche gegen ein geringes Honorar zu geben, andere Erwerbslose zu beraten, aber auch geringfügige Beschäftigungsverhältnisse. Auch eine derartige Aufgabe kann Erfolgserlebnisse und soziale Kontakte mit sich bringen, die das durch die Erwerbslosigkeit angeschlagene Selbstbewusstsein stützen und damit Identität sichern können.

Durch den organisatorischen Zusammenschluss mit anderen Betroffenen lässt sich der Verlust bestimmter wirtschaftlicher Möglichkeiten noch besser kompensieren. In Tauschringen werden nicht nur Gegenstände, sondern auch Arbeitsleistungen bargeldlos getauscht. Jeder bietet Arbeitsleistungen an, die er/sie besonders gut kann und kann dafür andere Dienstleistungen eintauschen: Renovierungsarbeiten, Kinderbetreuung, Rechtsberatung oder Kuchenbacken. Dadurch lässt sich so manche finanzielle Belastung vermeiden, ohne dass es zu einem

großen Verlust an Lebensqualität kommen muss. In unserem Sample stießen wir gleich auf zwei solcher Tauschringe; jedem der beiden Tauschringe gehörten mehrere Befragten an. Die Tauschringe helfen nicht nur, Geldausgaben zu kompensieren, sondern bringen einen auch mit anderen Erwerbslosen zusammen, sie schaffen Kontakt. Doch nicht immer werden die Tauschringe intensiv genutzt. Gerade bei den interviewten Männern stießen wir auch auf Berührungängste: die Angst, sich als Erwerbsloser zu erkennen zu geben, oder die Angst, für die eigenen Arbeitsleistungen keine adäquaten Gegengaben zu erhalten. Auch wenn es vernünftig wäre, nicht jedermann kommt offensichtlich zu dem Schluss, diese Tauschringe aktiv und alltäglich zu nutzen; dazu gehört offenbar ein gewisses politisches (Selbst)Bewusstsein als Arbeitslose/r, eine Aufgeklärtheit über die Lage und über aktuelle Diskussionen der engagierten Arbeitslosenvereinigungen. Hinzu kommen noch organisatorische Hemmnisse oder Anfangsschwierigkeiten: Ist der Tauschring auch groß genug, um eine differenzierte Palette an Leistungen anzubieten? Sind die Leistungen dabei, die ich in meiner Situation gerade benötige? Funktioniert die Abwicklung zufriedenstellend?

Eigenarbeit und der Tausch von Arbeitsleistungen sind ein wichtige Bausteine, um Stabilität in der instabilen Lage der Erwerbslosigkeit partiell zu ermöglichen. Besonders in ländlichen, noch stärker gemeinschaftlich geprägten Gebieten ist dieser Befund von der Erwerbslosenforschung hinreichend belegt worden: Durch nachbarschaftliche Hilfe und den Austausch von Können, Wissen und Arbeitszeit lässt sich manches praktische Problem lösen, manche Ausgabe sparen, manches Netzwerk stricken und – nicht zuletzt – soziale Vergemeinschaftung befördern. Durch diese alternativen Netzwerke, die ökonomischen und sozialen Austausch ermöglichen und soziale Integration erzeugen, werden die negativen Folgen von Erwerbslosigkeit gemildert – auch wenn sich so mancher Erwerbslose dann wohl hart an der Grenze zur Schattenwirtschaft bewegen mag, und damit neue, andere Risiken eingeht.

Doch es gibt weitere Handlungsmuster im Umgang mit den Deprivationserfahrungen der Erwerbslosigkeit, die ebenfalls auf Eigentätigkeit basieren. Für eine Reihe von Befragten waren Dinge besonders wichtig, die sie selbst in einem kreativen Prozess hergestellt haben, oder Dinge, die ihnen kreatives Schaffen ermöglichen (Musikinstrumente, Fotoapparate etc.). Nun sind natürlich nicht nur Erwerbslose kreativ tätig, aber es kann für Menschen dieser Gruppe besonders wichtig werden, einem kreativen »Hobby« nachzugehen, um ihre Zeit sinnvoll zu nutzen und durch ästhetische Strukturierung in Verbindung mit aktivem Handeln ihre Welt selbst sinnhaft zu gestalten. In einem Fallbeispiel ist diese Funktion von kreativen Tätigkeiten schon herausgearbeitet worden, Frau F. (Kap.7.2.) bezeichnet die Objekte, die sie selbst in einem kreativen Prozess hergestellt hat, als »heilig«; für diese Dinge geht sie auch Konflikte mit ihrer Familie ein. Sie haben deshalb eine so besondere Bedeutung für sie, weil sie ihr eine sinnhafte Ordnung in einer für sie als chaotisch erlebten Umwelt vermitteln. Bei Frau F. wird dieses Motiv nahezu paradigmatisch durch die vielen großen Puzzles verkörpert, die sie

leidenschaftlich gern wieder zusammenfügt und die nicht nur ihre Wohnung, sondern auch den ansonsten etwas heruntergekommenen Hausflur verzieren. Frau F. versucht nicht nur die Dinge, sondern mit Hilfe der selbst zusammengefügte Dinge, auch ihre Umgebung zu »verschönern«, zu ordnen und zu gestalten. Der Verlust der Kontrolle über ihre Lebensbedingungen und die Ungewissheit der Zukunft gibt diesen Dingen, die eine sinnhafte, ästhetisch vermittelte Ordnung der Umwelt durch Eigenaktivität herstellen, ihre ganz besondere Bedeutung. Daneben kann man sich auch mit diesen »kreativen« Tätigkeiten beweisen, dass man über Kenntnisse und Fertigkeiten verfügt, dass man sich selbst vor bestimmte Aufgaben und Herausforderungen stellt – und sie bewältigt. Doch im Mittelpunkt steht die ästhetische Ordnungsleistung, die einem Zerfall der eigenen Welt durch Strukturierung aktiv entgegenwirkt. Besonders bei Frauen, und hier insbesondere bei jüngeren Erwerbslosen, ist dieses Motiv im Sample häufiger zu finden. Die junge Mutter X. (21 J.) zum Beispiel lässt ihre kreative Energie regelmäßig in eine Umgestaltung der Wohnung fließen. Ihre Wohnung umräumen, neu streichen, und neu mit gestalterischen oder künstlerischen Elementen verzieren, das macht sie sehr gerne, manchmal »zu gerne« für ihren Mann:

X: Ja, wenn ich so dasitz und hab so'n Blick und guck mir so die Wohnung an, dann geht's schon los: `Was hast Du schon wieder vor? (lachen) Es wird nix verändert!

X. hat eine Begabung im Zeichnen, die sie aufgrund ihrer derzeitigen Lebenssituation – Familiengründung, Leben mit Kleinkind – nicht direkt ausleben kann. Ihre künstlerische Ader äußert sich um so mehr in der leidenschaftlichen Gestaltung und Umgestaltung ihrer Wohnung. An einigen Wänden in der Wohnung hat sie Bilder oder Kunstobjekte angebracht. Sie sagt von sich selbst sie sei sehr kreativ, »zu sehr« und brauche die kreative Betätigung richtiggehend zu Ihrem Wohlbefinden. Im folgenden gibt sie einen Dialog mit ihrem Lebenspartner wieder:

X: Ich hab halt so gesagt »Ja, ich steck in ner Krise, ich weiß nicht, was ich hier so machen kann. Ich such irgendwas, was ich verändern kann. Irgendwas, was ich räumen kann,« und ich hab nix gehabt. Da bin ich schon deprimiert, das merkt man mir dann auch richtig an.

Auch für Frau X. ist die Gestaltung ihrer Umgebung sowie das Ausleben ihrer kreativen Potentiale von großer Bedeutung und erzeugt sinnhafte Ordnung und Orientierung. In ihrer Situation, in der Bewährungsmöglichkeiten und Sozialkontakte fehlen, die Chancen auf soziale Anerkennung insgesamt nicht groß sind, erhalten die kreativen Impulse und ihre tatkräftige Umsetzung umso mehr Gewicht.

Für die erwerbslose Frau Z. (33 J.) ist ihr Berimbau besonders bedeutsam, ein brasilianisches einfaches Musikinstrument, das man selbst bauen kann. Sie macht gerne Capoeira, und in diesem Zusammenhang wird auch das Musikinstrument eingesetzt. Ihre Capoeira-Kenntnisse gibt sie gerne weiter, in zwei Kindergruppen und einer Anfängergruppe mit Erwachsenen unterrichtet sie für ein geringes Entgelt Capoeira und freut sich an der Beweglichkeit der Kinder, die sich durch

den Sport weiterentwickelt. Diese Tätigkeit gibt ihr Verschiedenes, allerdings zu wenig Einkommen: »Ja, bloß nur mit Capoeira kann man nicht viel Geld verdienen, ne?« Frau Z. liebt die Art der Bewegung und auch, dass man selbst Musik dazu macht. Ohne diese Betätigung würde ihr einiges fehlen.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass Eigenarbeit und kreative Tätigkeiten sehr wichtige Elemente der Alltagsstrukturierung in der Erwerbslosigkeit sind. Durch vermehrte Eigenarbeit lassen sich einige negative Effekte der Erwerbslosigkeit ein wenig mildern: der Verlust an Einkommen, der Verlust an sozialer Einbindung und Bewährungsmöglichkeiten. Mit kreativer Arbeit hingegen lässt sich vor allem der Verlust an Sinn teilweise kompensieren: durch eine ästhetisch strukturierte Ordnungsleistung werden auch Sinnstrukturen vermittelt.

### 8.5 Sozialer Eigensinn und Dingkritik

Viele Dinge, die uns präsentiert wurden, sind Zeichen für soziale Einschlüsse, für Inklusion: beispielsweise ein bestimmter Typus von Bekleidung, der einen sozial »kompatibel« macht, Kommunikationsmedien, die den sozialen Anschluss sichern sollen, Sportartikel, die von sozialer Anerkennung zeugen können und Ähnliches.

Nicht alle Dinge sind jedoch auf soziale Inklusion ausgerichtet, einige zeugen auch von Separierung und sozialem Eigensinn. Ein Beispiel für »Separierung« hatten wir schon kennengelernt, die Jogginghose, die als Symbol für die »private Zeit« fernab sozialer Zwänge fungiert, für »rückseitige Regionen«, die es in jeder sozialen Gemeinschaft gibt und die möglicherweise auch jeder Mensch zur Regeneration seiner Kräfte benötigt. Doch natürlich gibt es noch weitere Symbole für sozialen Eigensinn, für die bewusste Abweichung, für die stilisierte Exklusion. Diese Symbole findet man zum Beispiel in jugendlichen Subkulturen – oder bei Langzeiterwerbslosen, die die scheinbar ausgeweglosen Exklusionserfahrungen provokativ gegen den »*Mainstream*« wenden und sich zu »Outsidern« stilisieren. Beide Zusammenhänge wollen wir im Folgenden an Beispielen erläutern.

Der 20-jährige erwerbslose M. zum Beispiel trägt bewusst Symbole seiner Subkultur, auch wenn er von der Mehrheitsgesellschaft dafür keine Anerkennung, sondern in der Regel Missachtung findet, wie er beschreibt. Er ist HipHop-Fan, trägt gern »breite«, männliche Jacken und »Bling-bling«, d. h., dicken auffälligen Goldschmuck. In seiner Subkultur werden gerne Symbole des Ghettos aufgegriffen. Bei M. fügt sich die subkulturelle Symbolik auch in die Biographie ein – oder umgekehrt. Er trägt nicht nur »Gangsterschmuck« und macht »Gangstamusik«, sondern hat selbst eine kriminelle Karriere (Drogenhandel) mit anschließendem Gefängnisaufenthalt durchlebt, wie er im Interview schildert. Die Zeit im Gefängnis habe ihn geprägt und zur Umkehr gebracht, wie er sagt, und er beteuert, dabei die Bibel und soziale Werte entdeckt zu haben. Dieser Orientierungswandel erstreckt sich allerdings nicht auf die bevorzugte subkultu-

relle Symbolik, nach wie vor trägt er sein »Bling-bling« und seine »breite«, aggressive Jacke und verteidigt diese Dinge leidenschaftlich gegen die Wahrnehmungen und Vorurteile des »Mainstream«. Er stößt auf Ablehnung und Ängste in seiner Umgebung aufgrund seines Äußeres und hat wenig Verständnis dafür, da er sich ja »normal« anziehe und »niemandem was Böses will«:

M: Aber ich zieh mich ganz normal an. Ich zieh mir 'ne Hose an, 'ne schöne breite Jacke an, so, am besten noch schön viele Bling-Bling halt, so, ja. Und wenn ich mir dann noch so'n fetten Anhänger da hingäng noch so, weil mir des Spass macht, so, ja und damit eigentlich niemandem was Böses will, lauf ich durch die Gegend und werd trotzdem böse angeschaut, weil's einfach nicht in der ihr Klischee reinpasst. (1)



Abbildungen 12 und 13: Jacke und »Bling-Bling«, Lieblingsobjekte von M.

M. hat zunächst Probleme zuzugeben, dass er durchaus provozieren will, klagt die Vorurteile und Klischees seiner Umwelt an:

M: Ja, das nächste Ding ist. Zum Beispiel, das dürfte vielleicht interessant sein, so. Ich steh zum Beispiel auf Bling-bling dies und des, so wie ich's gesagt hab, so, ja. Aber im Prinzip ist mir so was so was von unwichtig. [...] Es ist egal, wie ich mich für zuhause anzieh, so, aber wenn ich dann rausgeh halt, so, dann bau ich mir ne gewisse Distanz auf, könnte man sagen, so, Provokation vielleicht auch, so. Und, ich brauch nicht viel zum Leben. Mir ist so was nicht wichtig, so, ich mach selber Musik. Mir ist Musik wichtig.

II: Was machst du für Musik?

M.: Deutschen HipHop. (2)

Doch im weiteren Verlauf spielt M. im Interview mit der Kategorie des »Außen-seitertums«, dreht und wendet das Phänomen der Exklusion, klagt an einer Stelle über die Verbohrtheit der sozialen Umwelt, die Vorurteile in den Köpfen vieler Menschen an, um sich andererseits aber bewusst zur Provokation und zu seinem Außenseitertum zu bekennen, das ihm einen »überlegenen« Blickwinkel auf das Getriebe der Massen sichert. Er formuliert das Bedürfnis nach Zugehörigkeit ebenso wie das nach Individualität – und da diese Bedürfnisse leicht in Widerspruch geraten können, da man »100prozentige« Zugehörigkeit und Akzeptanz doch nicht findet, gibt er der Abgrenzung, der stilisierten Exklusion den Vorzug

M: Ich will mich von allen Menschen abgrenzen, ja, irgendwo in der Hinsicht. Aber ich bin kontaktfreudig, ich will auch jeden um mich haben so, einerseits. Klar halt so, bin ich so ein Mensch, ich würd lieber was machen, wo die Leute auf mich zukommen und sagen: Hey, das ist cool und so. Abgrenzen halt, vielleicht höherstellen. Aber in gesundem Maß, würd ich sagen. (3) (Int 10/2)

Ebenso spielt M. im Interview mit einem weiteren Gegensatz: Durch seinen bevorzugten »fetten« Goldschmuck demonstriert er symbolisch Fülle und nicht unbedingt auf ehrlichem Wege erworbenen Reichtum, sowie eine archaische, auf Stärke beruhende Form von Macht und Überlegenheit (Big-Man-Symbole). Andererseits betont er Distanz zur Dingkultur und zum Motiv der Statusbetonung durch bestimmte Dinge. Er betont, dass er »nicht viel zum Leben« braucht, dass andere Dinge (Musikmachen, das Ausleben kreativer Impulse) für ihn wichtig sind. Auch dieser Widerspruch bleibt unaufgelöst stehen. M. stößt auf Ablehnung und klagt diese an. Andererseits will er aber auch mit seiner Kleidung und dem auffälligen Schmuck provozieren, eine »Distanz« zu seiner Umgebung aufbauen und sich vom »*Mainstream*« absetzen und würde sich vermutlich wundern, wenn er keine Reaktionen mehr provoziert. Zwischen diesen beiden Aussagen – Exklusion und symbolische »Selbst-Exklusion« sowie der dritten Position, die besagt, dass ihm die ganze Dingwelt nicht besonders wichtig ist – changiert er im Interview und entzieht sich damit gewissermaßen einer Festlegung von »außen«, einer typisierenden sozialen Zuschreibung. Durch das Changieren zwischen diesen Positionen behält er Definitionsmacht über sein »Selbst«, er gibt diese nicht aus der Hand, um nicht das Risiko einzugehen, auf eine »Negativstilisierung« festgelegt zu werden. Durch diese Gesprächsstrategie muss er allerdings inhaltliche Widersprüche und Inkonsistenzen seiner Aussagen in Kauf nehmen. Er sucht diese auf der sprachlich-performativen Ebene zu überbrücken – durch den häufigen Gebrauch des Bekräftigung und Bestimmtheit signalisierenden Wörtchens »so«. Das »so«, mit dem er Aussagen abschließt und die nächste einleitet, gibt seinem Wort Gewicht, es duldet gewissermaßen keinen imaginären Widerspruch (siehe vor allem Zitat Nr. 1 und 2, oben). Ein bekräftigendes »so«, zwischen zwei Satz-teile geschoben, suggeriert darüber hinaus Folgerichtigkeit und kausale Zusammenhänge. Es spricht also vieles dafür, dass der häufige Gebrauch des Wörtchens

»so« inhaltliche Widersprüche glätten und die geschilderten Positionen »festigen« soll.

M. ist ein interessanter Fall, da er idealtypisch die komplexe Verschränkung von Prozessen der Exklusion und Inklusion vorführt, und ebenso das komplexe Wechselspiel der Motivlagen zwischen dem Bedürfnis nach sozialer Zugehörigkeit und Anerkennung und – wenn man ersteres ohnehin nicht findet oder durch eigenes Verhalten »verspielt« hat – der Stilisierung der Abweichung, des bewussten Außenseitertums, um sich den (negativen) Zuschreibungen der Außenwelt, ihrer Missachtung, zu entziehen und die Definitionsmacht über die eigene Identität (und die »Unabhängigkeit« von der Mehrheitsgesellschaft) symbolisch zu bekräftigen.

Auch bei den Erwerbslosen, die keine Hoffnung mehr haben, in die Mehrheitsgesellschaft wieder zurückkehren zu können, findet sich ein ähnliches Muster, ein Changieren zwischen der Anklage ihrer Exklusion durch die Mehrheit und der Position der bewussten Stilisierung des »Außenseitertums«. Bei Herrn B., einem unserer Fallbeispiele, zieht sich dieses Muster ebenfalls durch den Interviewtext (siehe Abschnitt 7.3.). Herr B. ist seit 10 Jahren erwerbslos, hat sich bislang soweit möglich, den Umschulungs- und Fortbildungsmaßnahmen des Arbeitsamtes entzogen und hat kaum noch Hoffnung, wieder in den Arbeitsmarkt integriert zu werden. Er pflegt einen bewusst kargen, asketischen Lebensstil, der Konsumverführungen ablehnt, besitzt keine Kommunikationsmedien. Im Interview stilisiert er seine »Lieblingsdinge« (ein zerrissenes Lauf-T-Shirt, Jogging-schuhe, die 10.000 km hinter sich haben, ausgetretene Sandalen) als Ausdruck pittoresker Armut, als sichtbares Symbol dafür, »dass es auch anders geht« und dass er anders lebt als die Mehrheit. Er stilisiert sich selbst zum »Outsider« und seine Wohnumgebung zum »Ghetto«, wohl wissend, dass diese Chiffren nicht mehr nur negativ kodiert sind, sondern durch Mode und Medien Ästhetik zugewonnen haben. Mit diesen Stilisierungen klagt er gleichzeitig die Mehrheitsgesellschaft und ihre Exklusionsmechanismen an und zieht Definitionsmacht über die eigene Identität an sich, indem er sich nicht einfach den Verhältnissen fügt, sondern sie symbolisch (mit)gestaltet bzw. partiell Macht über sie gewinnt. Mit dieser Strategie der »grounded aesthetics« gestaltet er die letzten symbolischen Handlungsfelder, die ihm verbleiben und entzieht sich den Zuschreibungen von außen. Er sucht der Armut, der er (zumindest in seiner Wahrnehmung) nicht mehr entkommt, eine eigene Ästhetik, einen eigenen Ausdruck abzugewinnen, sie kulturell umzudefinieren. So kann er durch kreative Nutzung kultureller Chiffren *fate* ein Stück weit in *agency* verwandeln; nicht real, aber auf der symbolischen Ebene – und das reicht zwar nicht zum Leben, aber immerhin hilft es, seine Würde zu wahren.

Manche Dinge drücken nicht soziale Inklusion, sondern das Gegenteil, bewusste Selbst-Exklusion und Außenseitertum aus. Doch diese ästhetisch stilisierten (Selbst)Exklusio-nen spielen immer auf ihr Gegenteil an, das Motiv der sozi-



alen Inklusion und der Anerkennung als Subjekt kann man nicht einfach hinter sich lassen, auch wenn man einen abweichenden Lebensstil wählt.

Doch nicht nur Dinge selbst können zum Zeichen für sozialen Eigensinn werden, sondern auch die entsprechende Leerstelle, die Abwesenheit der Dinge. Das Motiv der Dingkritik, die markierte Distanz zum Konsum, zur Fülle der Dinge und zu ihrer Funktion als soziale Statussymbole, findet sich häufig in unserem Interviewsample. Zwar wählten nur wenige bewusst einen wirklich asketischen Lebensstil, und einen Mindestbestand an Dingen des Alltags benötigen auch die Asketen. Aber durchaus einige betonten, dass ihnen Dinge nicht wirklich wichtig seien, dass sie auf vieles verzichten könnten. Am konsequentesten hat diese Haltung der Dingkritik und des sozialen Eigensinns Herr H. demonstriert, eines unserer Fallbeispiele (Abschnitt 7.5.). Herr H. hat bewusst keine Lieblingsgegenstände ausgewählt bzw. gefunden, da er damit seine Unabhängigkeit von weltlichen Gütern zeigen will:

H: Ich habe lang überlegt, aber ich habe keine Lieblingsgegenstände, tut mir leid!

I1: Des heißt, Sie hatten Gegenstände in der Hand, wo Sie gesagt haben »Mag ich den?«

H: Ja eigentlich net. Ich hab im Kopf keinen Lieblingsgegenstand gefunden. [...] Weil Lieblingsgegenstände sind Dinge, die mich momentan interessiern. Und wenn sie mich nicht mehr interessieren, dann sinds nimma da. Ende.

Herr H. zeigt mit dieser Haltung, dass er sein Herz nicht an Äußeres, Materielles hängt, denn für ihn gibt es Wichtigeres: seinen eigenen Kopf sowie sein soziales Engagement für andere. Er will damit zeigen, dass er nicht mehr braucht als er braucht, dass er seine materiellen Bedürfnisse beherrscht und nicht umgekehrt von ihnen beherrscht wird. Mit überflüssigen Sachen will er sich nicht belasten, sondern sein Leben auf das reduzieren, was wirklich nötig und wichtig ist. Er hat es nicht nötig, andere durch den Besitz von Dingen zu beeindrucken oder seine Individualität zu unterstreichen. Sein Motiv ist geistige Freiheit und Konzentration auf das Eigenständige und Wesentliche. Die Alltagsbelange, sowie Fragen der Bequemlichkeit und der sozialen Geltung sollen höheren Zielen untergeordnet werden.

Hinter einer derartigen Haltung, die sich in ähnlichen, wenn auch nicht immer so konsequenten Formen des öfteren in unserem Interviewmaterial findet, steht in der Regel ein doppeltes Motiv: Zum einen äußert sich die Dingkritik als Gesellschaftskritik, als abweichende Haltung und Distanz zum vorherrschenden Lebensstil. Die eingenommene Haltung zeugt von sozialem Eigensinn. Andererseits soll durch diese Haltung implizit gesagt werden, dass nicht Besitz und Konsum entscheidend seien, sondern immaterielle Werte, vor allem die Beziehungen zu anderen Menschen, seien sie konkreter (im sozialen Nahbereich) oder abstrakter Natur (soziales Engagement). Hinter dem sozialen Eigensinn, der sich in dieser Haltung der Dingkritik äußert, stehen so in Wirklichkeit nicht selten soziale Überzeugungen bzw. Hinwendungen an soziale Belange – bzw. »Außenseiter«, die sich für die Gemeinschaft einsetzen, wie zum Beispiel Herr H.

## 8.6 Dinge von biografischer Relevanz

Dinge können biographische Wendepunkte markieren, an relevante Personen oder wichtige Lebensereignisse erinnern und auf diese Weise personale Identität und ihre Verankerung und Entwicklung in der Zeit symbolisieren und stützen. Mit Hilfe von Dingen als Erinnerungsstütze kann man sich vergegenwärtigen, wer man ist, woher man kommt und was einen geprägt hat. In unserer Interviewsample wurden uns häufig Lieblingsdinge genannt, die auf diese Weise biographisch verankert sind, für die Vergangenheit oder für wichtige Wendepunkte des Lebenslaufs stehen. Dies können besondere und auffällige Dinge sein, deren symbolische Funktionen offensichtlich sind, und deren praktischer Nutzen zurücktritt (oder nicht vorhanden ist), wie zum Beispiel dekorative und künstlerische Objekte, charakteristische Erbstücke, oder Glücksbringer und Amulette. Ein gutes Fallbeispiel dafür ist die ehemalige Drogenabhängige K. (vgl. Abschnitt 7.1.), bei der ein steinerner Babyfuß deshalb hohe Bedeutung hat, weil er den Neuanfang ihres Lebens und einen grundsätzlichen Wandel ihrer Orientierungen nach der Geburt ihres ersten Kindes symbolisiert.

Es können aber auch ganz banale, scheinbar praktische Dinge sein, deren symbolische Bedeutung ohne Kontextwissen nicht sichtbar ist; Dinge, deren biographische Relevanz man dem äußeren Anschein nach nicht vermuten würde. Bei Herrn R. zum Beispiel wurde im Interview gepflegte Bekleidung (zum Beispiel eine sorgfältig ausgesuchte Lederjacke) zum Symbol für den biographischen Neuanfang, für das berufliche und private »Fuß fassen« nach einer schweren Lebenskrise, für eine Neuorientierung auf Achtung, Anerkennung und (moderaten) Erfolg (siehe Abschnitt 8.2.). Auch unter den Fallbeispielen in Kapitel 7. finden sich Fälle, bei denen relativ banale Alltagsdinge eine biographische Bedeutung bekommen, wie zum Beispiel bei Herrn C., der eine Induktionskochplatte als Lieblingsobjekt zeigte, die zum Symbol für die Meisterung seines Lebens nach der Trennung von seiner Familie wird, für die selbständige männliche Aneignung einer vermeintlich weiblichen Domäne.

Es gibt Objekte, die biographische Wendepunkte markieren und deshalb unter Identitätsaspekten von besonderer Bedeutung sind, weil sie die Befragten an wichtige Lektionen, die sie im Leben gelernt haben, erinnern – und vielleicht auch mahnen, die Umsetzung des Gelernten einzuklagen. Diese Objekte dienen der Selbstvergewisserung. Es gibt Objekte, die eine Schlüsselsituation begleitet haben, die Geburt von etwas Neuem und deshalb für einen neuen Lebensabschnitt stehen – zum Beispiel ein kleines Geschenk frisch Verliebter oder das erste Hemdchen des Neugeborenen. Diese Objekte versuchen den »Zauber des Neubeginns« zu bewahren, die kraftvollen Motive und Hoffnungen des Anfangs. Daneben gibt es Objekte, die Vergangenes, das wirklich vergangen ist, erinnern und die positiven Emotionen dieser vergangenen Epoche festhalten und in die Gegenwart transportieren wollen – der Teddybär zum Beispiel, der die unbeschwerteren Tage der Kindheit, und damit die naive Kraft und Energie dieser Lebensphase

präsent hält. Darüber hinaus wurde uns von Objekten berichtet, die auf geradezu »magische« Weise in chaotischen oder verwirrten Lebenssituationen auftauchen und die mit einer Lösung der Situation – oder zumindest mit der Hoffnung auf eine Lösung verbunden waren. Andere Objekte wie Amulette oder Talismane sollen derartiges Chaos, Verwirrung und Unheil von vorneherein verhindern, erst gar nicht aufkommen lassen, Stabilität in der Beziehung des Menschen zu seiner Umwelt schaffen. *In den Dingen verfestigen sich Erwartungen an Stabilität und Kontinuität des Lebens, sowie Erwartungen an den Erhalt und den Transport positiver Emotionen von einer Lebensphase in die andere.* Doch nicht immer stehen die genannten Objekte für ausschließlich positive Emotionen, die erinnert werden sollen; in ihnen können sich durchaus ambivalente Gefühle gegenüber wichtigen oder bedeutsamen Erfahrungen ausdrücken.

Etwas so Allgegenwärtiges wie Bekleidung besitzt häufiger verborgene symbolische Funktionen als man auf den ersten Blick vermuten könnte. Während die nach außen gerichteten symbolischen Kommunikationsfunktionen der Kleidung vielfach offensichtlich sind und schon beschrieben wurden (z. B. Statusrepräsentation oder Vermittlung subkultureller Codes), sind die verborgenen, individuellen oder nach innen gerichteten Symboliken schwerer zu rekonstruieren, da sich ihre Bedeutung aus spezifischen biografischen Kontexten speist.

Frau X. zum Beispiel, eine junge Frau mit Kleinkind (21 J.), nennt uns ausschließlich biografisch bedeutsame Lieblingsobjekte mit vorrangig symbolischem Wert: drei Kleidungsstücke, die wichtige biografische Ereignisse bzw. Phasen markieren sowie ihren Verlobungsring. Ihr erstes Lieblingsobjekt ist ein schwarzes Oberteil, das den »Anfang von meinem jetzigen Leben« markiert, denn sie hat es sich für ihr erstes Treffen mit ihrem Freund gekauft. Von den drei vorgestellten »Lieblingsstücken« ist es das mit dem größten ästhetischen Reiz, wie sie sagt: »Also gefallen tut mer bloß des, ne (lacht)«.





*Abbildungen 14, 15 und 16: schwarzes Top, T-Shirt und Strickjacke, Lieblingsstücke von X.*

Beim zweiten Kleidungsstück handelt es sich um ein deutlich größer geschnittenes Kleidungsstück, ein schwarzes Sport-T-Shirt, das eigentlich ihrem Partner gehört, das X. jedoch zur Geburt ihrer jetzt 2-jährigen Tochter anhatte. X. sagt über dieses Kleidungsstück: »Das ist nicht so appetitlich.« Es ist ein Lieblingsobjekt, weil es eine wichtige Station ihres Lebens darstellt, einen Wendepunkt, aber es ist eben »nicht so appetitlich« und verweist auf eine zwar biografisch bedeutungsvolle, aber persönlich weniger reizvolle Phase in der Rolle als Mutter und »Hausfrau«. Das dritte Kleidungsstück ist eine wollweiße Strickjacke, die X. täglich trägt:

X: Die hat meiner Mutter gehört und wo ich ausgezogen bin, hab ich die mitgenommen. Und die hab ich jetzt jeden Tag an. Die ist schön warm, kuschelig.

Alle drei Gegenstände haben eine biografisch relevante Bedeutung und verweisen jeweils auf eine andere »wichtige« Person im Leben von X., das schwarze Top auf ihre Beziehung zu ihrem Lebenspartner, das Geburts-T-Shirt auf ihre kleine Tochter und die Strickjacke auf ihre Mutter und die durch sie vermittelte Geborgenheit des Elternhauses. Obwohl X. im Verlauf des Interviews auch die Ambivalenzen dieser Beziehungen anspricht, sie also durchaus nicht durchgängig positiv sieht und nicht idealisiert, schmälert dies nicht den symbolischen Wert der Objekte, die eben kurz und knapp die wichtigen Eckpunkte ihres jetzigen Lebens umreißen. Am Beispiel der Interviewpassage, die sich um den Verlobungsring dreht, lässt sich exemplarisch nachvollziehen, wie X. mit ihren Objekten die »Grundpeiler« ihres Lebens gewissermaßen mit wenigen Strichen herausarbeitet und doch auch gleich alle Ambivalenz, die sie bezüglich dieser Strukturen und Beziehungen empfindet, mit in ihre sparsamen Worte legt:

X (leise): Meinen Ring hab ich mit dabei.

I: Ist das ein besonderer Ring?

X: (leise): Verlobungsring.

I: Oh okay, dann ist er besonders. Wie lange hast du den schon?

X: Lang – zu lang (lacht).

I: Trägst du den immer noch oder hast du ihn eher so irgendwo..?

X: Nicht mehr, der passt nicht mehr (...) ich hab zuviel zugenommen

I: Wegen der Kleinen (lacht)?

X: Ja.

X. sagt, dass sie ihren Verlobungsring schon »zu lange« hat, was impliziert, dass die Beziehung nicht mehr befriedigend ist, nimmt mit einem Lachen aber ihren Worten wiederum die Schwere der Kritik an ihrer Beziehung – wohl auch, um die Interviewsituation (und sich selbst) wieder zu entlasten.<sup>5</sup> Nicht nur die Beziehung zu ihrem Partner wird knapp und sachlich in dieser Ambivalenz skizziert, sondern ebenso das Verhältnis zu sich selbst und zum eigenen Körper sowie die Beziehung zu ihrer Tochter, die, wie sie im Interview deutlich macht, sehr anstrengend sein kann. An verschiedenen Stellen im Interview werden diese

Ambivalenzen zu den wichtigsten Personen in ihrem Leben sichtbar, bedingt wohl nicht zuletzt durch die Enge und Begrenztheit ihrer Aufgaben und ihres Handlungsradius, die sie in ihrer jetzigen Beschränkung auf die »Mutter- und Hausfrauenrolle« (wie sie selbst sagt) empfindet.



Abbildung 17: Ring, Lieblingsobjekt von X.

Dieses knappe Beispiel zeigt, dass die biografisch bedeutsamen Dinge nicht immer nur positive Aspekte repräsentieren, sondern durchaus komplizierte Verhältnisse wiedergeben können. Sie können auf widersprüchliche Empfindungen ebenso wie auf die Bewältigung schwieriger Beziehungsaufgaben anspielen. Daneben können sich in den Dingen auch biografische Verluste (neben den Gewin-

5 Die zunächst denkbare Lesart, X spiele mit »zu lange« darauf an, dass der Status des Verlobtseins nicht mehr zur bereits erfolgten faktischen Familiengründung passe, erweist sich bei fortgeführter Interpretation als wenig signifikant, denn im Interview dominieren Themen der Enge der Kleinfamilie, der Unruhe, der Unzufriedenheit mit der Familien- und Beziehungssituation – aber auch des Festhaltens daran. Die Ambivalenz zwischen der Präsentation des Rings und den begleitenden kritischen Worten ist das Eröffnungs- und Leitmotiv der Erzählung von X.

nen) zeigen: Der Verlust einer wichtigen Person, einer bestimmten Lebensqualität oder einer spezifischen Eigenschaft bzw. Färbung des Alltags. Die Lieblingsdinge können zum Beispiel den wahrgenommenen (und betrauten) Verlust von Freiheit, Attraktivität oder Geborgenheit repräsentieren, wie bei X.

Bei Frau P., einer 52-jährigen Erwerbslosen, die bereits erwähnt wurde, spiegeln ebenfalls alle genannten Lieblingsobjekte wichtige Personen bzw. Beziehungen ihres Lebens wieder. Zwei der gezeigten Dinge verweisen auf ihren Mann, der ihr diese geschenkt hat (Hose, Pullover), und drei ihrer Lieblingsdinge sind Erbstücke verstorbener Verwandten (Tasche, Geschirr, Fernglas). Bemerkenswert ist dabei, dass diese Objekte Frau P. nicht nur dazu dienen, ein idealisiertes Andenken an die Verstorbenen aufrecht zu erhalten, sondern sie repräsentieren auch den manchmal schwierigen Umgang mit diesen Personen, wie zum Beispiel das Lieblingsobjekt »Einkaufstasche«, das zeigt, wie Frau P einer geizigen Tante posthum ein Schnippchen schlug.

P: Das nächste ist auch ein Gebrauchsgegenstand. Das ist einfach nur eine Einkaufstasche. Die habe ich von meiner Tante, die ist vor fünf Jahren, oder na, vor vier, is ja wurscht, vor ein paar Jahren eben, verstorben und für die hab ich immer eingekauft und a weng was besorgt und so. Und die ist dann schon lang nicht mehr aus dem Haus gegangen und dann hab ich mal gsagt, »Mensch du hast so ne schöne Einkaufstasche da!« »Ja, die brauch ich noch, die brauch ich noch.«, hat sie dann immer gesagt. Naja gut, und sie ist dann gestorben und ich musste dann die Wohnung auflösen und dann hab ich mir gedacht, so jetzt hab ich sie trotzdem, die Tasche (*alle lachen*) und da denk ich eben immer dran. Wenn ich die dann in die Hand nehm, dann denk ich immer, so, Tante Sybille, jetzt hab ich sie doch (*klopft auf den Tisch mit der flachen Hand*), ne, auch wenn du sie net hergeben wollst.

Frau P. schildert, dass sie ihre alte Tante versorgt und in der Bewältigung des Alltags unterstützt hat. Im Gegenzug hat sich diese aber nicht als großzügig erwiesen und »hat nur das hergegeben, was sie nur los haben wollte«, was Frau P. geärgert hat. Das Tauschverhältnis der Beziehung muss sie wohl als etwas einseitig empfunden haben, weshalb es ihr besondere Befriedigung bereitete, als sie dann die Tasche nach dem Tod der Tante bei der Haushaltsauflösung doch bekam. Frau P. erzählt in einer erstaunlichen Offenheit von dieser Episode, ohne ihre ambivalenten Gefühle in der Erzählung zu »begradigen«. Sie lässt sich auch nicht von der Interviewerin, die diese Geschichte im Rahmen normativer Kommunikationsstandards interpretiert (pietätvolle Erinnerungen), von ihrer Erzähllinie abbringen:





*Abbildung 18: Tasche, Lieblingsobjekt von Frau P.*

- 1: Aha, also das heißt, dass an der Tasche für Sie auch viele Erinnerungen an ihre verstorbene Tante hängen und sie deshalb sehr wichtig für Sie ist. Wäre es dann besonders schlimm, wenn die Tasche dann kaputt gehen würde oder Sie sie verlieren?
- P: Also, besondern net, weil da hab ich schon a weng Abstand, aber ich freu mich, dass ich sie hab, und wie g'sagt da hängen die Erinnerungen dran. Aber wenn sie jetzt nicht mehr so ist, na ja gut, dann hat sie sich halt abgenützt und dann ist sie halt kaputt gegangen und dann wird ne Neue ran geholt!

Auch auf die Nachfrage der Interviewerin macht sie nochmals deutlich, dass die Tasche keinen ausnehmend hohen emotionalen Wert für sie hat, sie sich jedoch freut, der nicht sehr großzügigen Tante sowie ihren als einseitig empfunden familiären Verpflichtungen »ein Schnippchen« geschlagen zu haben (»aber ich freu mich, dass ich sie hab«). In der darauf folgenden Sequenz, beim nächsten Lieblingsgegenstand (geerbtes Geschirr mit Blumenmuster) unterstreicht sie dagegen die liebe- und pietätvolle Erinnerung an die verstorbene Person. Die zweite, entferntere Verwandte stand ihr und ihrer Familie emotional näher als die erste. Als Kind wurde sie von dieser Verwandten häufig betreut und auch später hat sie diese Tante und ihren Sohn häufiger gesehen. An diese Verwandte hat Frau P. durchwegs positive Erinnerungen, die sich in dem von ihr gern benutzten Geschirr mit einem blauen Blumenmuster widerspiegeln:

- P: Ich hab da so'n Geschirr, des hab ich auch geerbt. [...] Und, ehm, also an der (Tante Gerti) hab ich [...] ghängt. Und die ist dann eben a vor zwei Jahren verstorben und die hat Kinder, auch nen Sohn und die haben dann alles ausgeräumt und weggeworfen. Und dann hat eben der Sohn gesagt, dass die Tante Gerti da so'n Gschirr hat und des mog keiner, des gefällt keinem. Sie brauchens nicht und des gefällt keinem und dann hab ich gesagt, na ich nehm des gern, weil jedes Mal wenn ich's nimm, dann denk ich da an die Tante Gerti. Ja, gut,... und da hat mei Sohn zwei Teller zerdebbert. Da war ich scho a bisserl sauer, weil des krieg ich jetzt nimmer her. Und ich bin da schon recht vorsichtig, obwohl ich's so für alle Tag nehm und ehm, schau aber schon, dass nichts kaputt geht, ne... weil mit jedem Trumm weniger..., ehm, ich mein, deswegen vergess ich jetzt mei Tante Gertie net, ne.



*Abbildung 19: Geschirr, Lieblingsobjekt von Frau P.*

In dieser Passage streicht Frau P. nicht nur ihre Gefühle der Tante gegenüber heraus, sondern betont auch ihre Zuwendung zum Geschirr, das von der Tante blieb und das keiner haben wollte – was sie mehrfach unterstreicht. Der Umstand, dass das klassische weiß-blaue Geschirr mit dem zarten Blütenmuster sonst keiner wollte und es keinem gefiel, gibt ihrer Entscheidung, das Geschirr zu nehmen, einen Unterton von selbstloser Liebe, von einer besonderen Beziehung zu diesem Objekt (bzw. zur Tante), für die andere keinen Sinn, kein Verständnis haben. Sie betont ihren sorgfältigen Umgang mit dem Geschirr und ihren Ärger, wenn doch einmal ein Stück kaputt geht. Die Liebe zur Tante wird auf die Beziehung zum Geschirr übertragen, ebenso wie die widersprüchliche Beziehung zur erstgenannten Tante eine ebenso ambivalente Einstellung gegenüber der Tasche nach sich zieht. Obwohl man geneigt ist, die Beziehung zur Person und die Beziehung zum Objekt gleichzusetzen und eine unveränderte »Übertragung« der jeweiligen Emotionen zu erwarten, ist dieser Prozess nicht denkbar ohne die spezifischen sinnlichen und ästhetischen Qualitäten und Eigenschaften der Objekte. Die Objekte müssen sich eignen für Zuneigung oder Ambivalenz, müssen »schön« sein oder eben »nichts Besonderes«, in ihrer Beschaffenheit in etwa den Emotionen entsprechen können, die ihnen entgegengebracht werden. Denn erst im Aufeinandertreffen spezifischer materieller Dinglichkeit einerseits und menschlicher Zuschreibung andererseits konstituieren sich die symbolischen Eigenschaften und sinnhaften Bedeutungen der Objekte.

Frau P. hat noch ein drittes Erbstück als Lieblingsobjekt präsentiert: Ein Fernglas von ihrem Großvater, das an ihren Sohn weitergereicht wurde. Nachdem ihr Sohn zum Studium auszog, verblieb es in ihrem Haushalt. Das Fernglas ist noch in Benutzung, Frau P. verwendet es, um Vögel im Garten zu beobachten:

P: Das ist a so (zeigt auf ein älteres Fernglas und greift danach), des ist von meinem Opa. Des hat mei Opa mal meim Sohn geschenkt. Und da war der Stefan, na, die Oma hat's geschenkt, also es hat meim Opa gehört und der ist aber scho gestorben, da war unser Sohn sieben Monate und dann hat die Oma später dem des geschenkt. Und wenn ich des mal nimm,



dann denk ich, ja des is vom Opa, also. Und des hab ich zur Zeit auch hier unten stehen, weil ich do draußen an meinem Fliederbusch ehm, so Meisenknödel hab und da kommen Dompfaffen – sechs Stück waren da und drum hab ich des Glas hier drunten stehn, zum Beobachten!

Alle fünf von Frau P. genannten Lieblingsgegenstände beziehen sich ausnahmslos auf enge soziale Beziehungen, auf ihren Mann und zum Teil verstorbene Verwandte. Die Objekte deuten alle auf Beziehungen, genauer gesagt auf Familienbeziehungen hin. Frau P. bringt damit, wie auch mit anderen Äußerungen im Interview, zum Ausdruck, dass sie ein »Familienmensch« ist und ihr Leben im Rahmen der traditionellen weiblichen Familienrolle gestaltet. Ihre Aufopferungsbereitschaft für andere, für die Familie, hat allerdings Grenzen, wie die Befragte anhand der Episode mit »Tante Sybille« und ihrer Einkaufstasche deutlich macht. Die Beziehungen innerhalb der Familie sollten in ihrem Verständnis trotz der traditionellen geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung ausgewogen im Sinne eines wechselseitigen Austauschverhältnisses und nicht auf einseitige Leistungen ausgerichtet sein. Bemerkenswert ist in diesem Interview darüber hinaus, dass drei von fünf Objekten Erbstücke sind, sich also auf Beziehungen zu verstorbenen Familienmitgliedern beziehen. Es ist deshalb bemerkenswert, weil in keinem anderen Interview eine derart massive Häufung von Erbstücken auftritt, Frau P. also in dieser Hinsicht singulär im Sample ist. Warum betont Frau P. in dieser auffälligen Weise ihre Beziehung zu Verstorbenen?

Zum einen kann ein traditionelles Familienverständnis daraus sprechen, das den Einzelnen in der Generationenabfolge verortet und verwurzelt. Diese Erbstücke, die sich auf die verstorbenen Verwandten beziehen, weisen auf Aspekte hin, die über das Leben des Einzelnen hinausgreifen, den Menschen in einer Linie der Generationen verorten. Solche Objekte können entweder aus einer eher traditionellen Haltung heraus gewählt werden (Verankerung in der Generationenfolge) oder auch aus einer sekundären, kritischen Haltung gegenüber Industriewaren und dem »Geist des Kapitalismus«. Im Fall von Frau P. gibt es wenig Hinweise auf eine derartige romantisch-kritische Einstellung gegenüber den Dingen, sie betont jedoch stark die Familienbeziehungen hinter den Objekten. Frau P. nimmt offenbar die »traditionelle« Aufgabe, das Andenken der Verstorbenen in Ehren zu halten, für sich sehr aktiv an. Die Emotionen, die sie durch die Thematisierung der Gegenstände anspricht, beziehen sich zu einem großen Teil auf Vergangenes, auf Beziehungen und Menschen, die nicht mehr sind, und an die man sich nur noch erinnern kann. Möglicherweise ist es nicht nur die Anziehungskraft der Aufgabe des Erinnerns an die Verstorbenen, oder die selbstauferlegte Verpflichtung, die Frau P. dazu motiviert (*pull*-Faktoren), sondern es spielen auch *push*-Faktoren eine Rolle, wie der von ihr beklagte Mangel an sozialen Kontakten und Anerkennung außerhalb der Familie. Die Lieblingsobjekte von Frau P. spiegeln einen ausgeprägten Vergangenheitsbezug. Frau P. zieht sich auf ihre familiären Rollenverpflichtungen – und auf die Vergangenheit – zurück, in einer Art Reaktion auf die mangelnden Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Sie hat keine Hoffnung

mehr, einen regulären Arbeitsplatz zu bekommen. So zeigen die von ihr gewählten Objekte nicht nur eine biografische Sinnggebung durch die Vergangenheitskonstruktion, die sie repräsentieren, sondern auch eine Leerstelle in der Gegenwart.

Eine ebensolche Leerstelle der Gegenwart zeigt ein Objekt in einem anderen Interview: Herr J., der 45-jährige Elektrotechniker, der seit dreieinhalb Jahren erwerbslos ist, zeigt uns ebenfalls einen biografisch bedeutsamen Gegenstand: Eine Lok, die Teil einer Modelleisenbahn ist. Herr J. hat sich von Kindheit an für Modelleisenbahnen interessiert und eine wahre Leidenschaft dafür entwickelt. Dieses Interesse hat seinerzeit auch seine Berufswahl motiviert. Das präsentierte Stück hat Seltenheitswert. Herr J. hat es vor einigen Jahren auf einer speziellen Eisenbahnbörse erworben und dafür damals 115 DM bezahlt.

J: Ja, das ist so mein Hobby, das ist Modelleisenbahn. Da bin ich auch drüber, das ist irgendwie so eine Art Baustelle. Das ist mein Lieblingsstück, das hab ich mal auf so einer Börse gekauft. Des is schon älter. Also des kriegt man eigentlich so, den Typ, kriegt man nicht mehr zu kaufen. Also wenn man da bestimmte Sachen sucht, muss man auf eine Börse gehen. Da wird das dann angeboten, da kann man dann ein bisschen fachsimpeln und kann sich auch selber etwas überlegen.



*Abbildung 20: Modelleisenbahn, Lieblingsobjekt von Herrn J.*

- J: Des ganze Zeug, Eisenbahngelände aufbauen in Verbindung mit Elektrik und Elektronik, ein bisschen was, so Schaltungen entwickeln, das ist so, was was mich interessiert.
- II: Hat das dann was mit ihrem Beruf zu tun?
- J: Ja also sagen wir mal, von Kindheit an bau ich schon so Eisenbahnanlagen auf und da bin ich dann irgendwie in die Richtung Elektrotechnik gekommen dann. Aber ich muss sagen, ich bin jetzt lang daheim gewesen, [...] ich war dreieinhalb Jahre daheim. Und dann hat man dann trotzdem, da man ja daheim is, relativ viel Zeit, fehlt einen dann eigentlich das Geld und man kann sich auch schlecht motivieren, muss man sagen. Also des is kein Extremhobby.
- II: Also es ist nicht so, dass sie jeden abend einmal eine Stunde mal ....
- J: .... nee nee, also des muss ich ganz strikt verneinen. Ich kann mich halt einfach nicht mehr richtig aufraffen dazu. Das hab ich halt mal als Hobby so richtig gehabt. Aber des is, ich

versuchs immer wieder ein bisschen anzugreifen, des fang ich dann ein oder zwei Wochen an und dann bleibts aber dann trotzdem immer wieder liegen.

Obwohl Modelleisenbahnen sein liebstes »Hobby« sind, und obwohl er in der Erwerbslosigkeit verhältnismäßig viel Zeit hatte, hat er sein »Hobby« vernachlässigt, so dass es jetzt »kein Extremhobby« mehr darstellt. Durch die Situation der Arbeitslosigkeit hat er Interessen und Motivation verloren und sich sogar mit seinem »Lieblingshobby« wenig beschäftigt. Er versucht es zwar »immer wieder anzugreifen«, es ist eine »Baustelle«, wo er »drüber« ist, diese Formulierungen klingen jedoch nicht nach einer leidenschaftlich ausgeübten Tätigkeit, sondern eher nach einer Pflicht, die es abzuarbeiten gilt. Die hier präsentierte Eisenbahn steht somit eigentlich für eine vergangene Leidenschaft, für ein nicht notwendiges »Luxusinteresse« das abstrakt zwar noch vorhanden ist, durch die Entmutigung der Erwerbslosigkeit jedoch ausgehöhlt wurde. Doch das Festhalten an dieser Tätigkeit, am vergangenen Interesse und der vergangenen Leidenschaft, die ja schließlich auch zu seinem Beruf geführt hatte, dient der Identitätsversicherung. Symbolisch ist die Eisenbahn noch bedeutsam, praktisch ist sie es nicht mehr. Seine Energien hat Herr J. auf die Reparatur einzelner Geräte im Haushalt umgeleitet, dies hat den praktischen Nebeneffekt, das nur knapp vorhandene Geld an dieser Stelle einzusparen. Leidenschaften erscheinen da als biografischer Luxus, der jetzt eben zurückstehen muss.

Die biografisch relevanten Objekte sind auf Dauer angelegt, sie stehen für Kontinuität und Sicherheit. Aufgrund dieses Motivs der Kontinuität biografischer Inhalte entziehen sich diese biografischen Objekte jeder Mode oder modischen Einordnung. Die Symboliken, die sie transportieren, sind in der Regel hochindividualisiert und verkörpern den Prozess des Gewordenseins des Menschen aus einem spezifischen biografischen Kontext. Diese Objekte sind in einem symbolischen Sinn über die Zeit »erhaben«, da sie Brücken über verschiedene Lebensphasen schlagen, da ihnen eine zwar entwicklungsbezogene, aber dennoch in gewissen Sinn zeitunabhängige Bedeutung zugeschrieben wird. Die biografisch bedeutsamen Dinge veralten nicht, da sie relevante Hoffnungen und Entwicklungen in sich aufgenommen haben, die zwar von neuen Hoffnungen und Entwicklungen überlagert, jedoch in ihrer Bedeutung für die Konstitution des Selbst nicht ersetzt werden können.

Einige unserer Interviewpartner erinnern sich mit Hilfe der von ihnen thematisierten Lieblingsgegenständen an den »Grund ihres Daseins«, an Kindheitsgefühle und -regungen wie erste Leseerfahrungen oder erstes Blumensammeln mit der Mutter. Bei Frau V. (53 Jahre, seit 3 Jahren erwerbslos) zum Beispiel stehen die Kindheitserinnerungen im Interview stark im Vordergrund. Die Objekte und die Erinnerungen, die sich daran knüpfen, helfen ihr, das positiv Erlebte festzuhalten und nicht zu verlieren. Ein Lieblingsbuch aus der Kindheit hat sie sich sogar wiederbeschafft bzw. schenken lassen und ist »unheimlich froh« darüber, es nun wieder zu besitzen:

- V: Meine Lieblingsgegenstände sind zum Beispiel ein Buch, das ich mit 12 Jahren geschenkt bekommen habe, das von einem Menschenfresser handelt, einem Tiger in Indien. Und dieses Buch hat mein Vater weggegeben (verschenkt) und bis vor einem Jahr hab ich meinen Sohn solange genervt, er soll versuchen, dieses Buch zu finden, weil mir des... des war eigentlich mein einziges und auch mein schönstes Buch. Und habs letztes Jahr, 2005, zu Weihnachten bekommen von meinem Sohn. [...]
- V: Und dann hab ich noch Lieblingsblumen äh auch äh von meiner Kindheit, wie ich mit meiner Mutter waren wir immer in den Schlüsselblumen und des sin für mich eigentlich eine von den schönsten Blumen und die mag ich heut noch unheimlich gern. [...] Die Schlüsselblumen verbind ich halt mit meiner Mutter, wie ma als Kinder immer die Wiesen- zuerst die Waldschlüsselblumen und dann die Wiesenschlüsselblumen – aber die gefalln mir besser, weils dunkler sin – und da ham ma immer gesammelt und die mag ich heut noch und da denk ich auch an mei Mutter und des wie mer gesammelt ham und die gefalln mir einfach wunderbar, wens blühn. Die sind einfach so wunderschön, heißen auch Himmelsschlüssel...und sind wunderschön gelb.

Auch die Lieblingsblumen von Frau V. verweisen auf ihre Kindheit und die Erinnerung an ihre Mutter. Diese Erinnerungen sind wichtig, um biografische Kontinuität herzustellen, gerade in Krisenzeiten, in denen man auf die »Rückversicherung« durch die »persönlich heiligen« Dinge besonders angewiesen ist.

Die Objekte erweisen sich zuweilen als stabiler als die sozialen Beziehungen, für die sie stehen. Man kann von geliebten Menschen verlassen werden – oder sie selbst verlassen oder sie können sterben und einen zurücklassen. Das ist wohl der Vorzug und der Reiz von »Erinnerungsobjekten«: Sie bewahren eine Situation, ein Gefühl, das an diese Situation geknüpft ist, nahezu unverändert auf, inkorporiert in ihre materielle Basis, in ihre sinnliche Beschaffenheit sowie in ihre symbolische Struktur (bei Fotografien zum Beispiel). Man selbst verändert sich, die Beziehung verändert sich, die andere Person verändert sich ebenfalls (oder lebt nicht mehr) – nur das Ding bleibt (nahezu) unverändert erhalten – und mit ihm das »innere Bild«, die inkorporierten Gefühle und Situationen, die um so wertvoller werden können, je mehr und je länger sie vergangen sind.

## 9. Bewältigungsmuster von Arbeitsmarkt- Exklusion

---

Im Folgenden sollen die in den Interviews thematisierten Bewältigungsmuster von Exklusionserfahrungen systematisch dargestellt werden. In dieser Typisierung sind verschiedene Dimensionen zentral: Wie gehen die Betroffenen mit den Erfahrungen des Ausgegrenztseins, des Ausschlusses, dem Mangel an Chancen und Anerkennung um? Welche Möglichkeiten gibt es, diese Erfahrungen durch bestimmte Handlungsstrategien zu kompensieren? Gibt es dabei alternative Inklusionen, die die Bedürfnisse nach sozialer Anerkennung befriedigen können? Existieren typische Handlungs- oder Erleidensformen? Dabei ist anzumerken, dass die nun beschriebenen Bewältigungsmuster idealtypisch zu verstehen sind; sie sind empirisch nicht unbedingt immer in »reiner« Form vorzufinden, sondern es existieren im Sample durchaus Mischformen und Varianten.

### 9.1 Versuche der Rückbindung an den Arbeitsmarkt

Ein naheliegendes Bewältigungsmuster angesichts von Ausgrenzungserfahrungen stellt der Versuch dar, mit *adäquaten Handlungsstrategien wieder Zugang zum Arbeitsmarkt* zu finden. Dieses Handlungsmuster findet sich vielfach in unserem Sample. Zu diesen Strategien gehört zum Beispiel die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen oder die eigenständige Weiterbildung und Entwicklung von Qualifikationen und Fähigkeiten, in der Hoffnung, das eigene Qualifikationsspektrum und die Einsatzmöglichkeiten zu erweitern und zu verbessern. Zu diesen Strategien gehören natürlich auch zahlreiche Bewerbungen, von denen viele Befragte berichteten, Bewerbungen, auf die man vielleicht ebenso zahlreiche Absagen bekommen hat. Dazu gehört auch die Mobilisierung persönlicher Kontakte, um einen Zugang zu einem Beschäftigungsverhältnis oder zu Aufträgen zu erhalten. Einige Befragte suchten den Zugang zum Arbeitsmarkt, mangels der Alternative einer »richtigen« Anstellung, mittels eines 400-Euro-Jobs, meist in Feldern, die ihrem Beruf recht nahe sind. Die betroffenen Befragten empfanden die 400-Euro-Jobs zwar nicht als befriedigend, weder von der Zeit noch von der Entlohnung »ausreichend«, jedoch sahen die meisten von ihnen zumindest

eine kleine Chance, wieder (partiellen) Zugang zum Arbeitsmarkt zu erhalten. Es wurde thematisiert, dass man sich auf diese Weise Qualifikationen und »Arbeitsfähigkeit« erhält, man »kommt raus« aus dem häuslichen Umfeld und hat eine – wenn auch begrenzte – Chance auf soziale Kontakte und Anerkennung. Auch knüpft sich an den 400-Euro-Job nicht selten die Hoffnung, den Einstieg in ein Unternehmen zu finden und längerfristig eine größere Chance in Form einer regulären Vollzeit- oder Teilzeit-Anstellung zu bekommen. Nach vielen Bewerbungen haben gerade ältere Befragte kaum mehr Hoffnung auf einen regulären Arbeitsplatz; hier versucht man entweder, mittels einer geringfügigen Beschäftigung wenigstens symbolisch den Anschluss an den Arbeitsmarkt zu halten oder man hat sich mit der frühzeitigen Exklusion vom Arbeitsmarkt resigniert abgefunden. Qualifizierungs- oder Beschäftigungsmaßnahmen werden in der Regel gerne »mitgenommen«, weil man aus seinem häuslichen Umfeld herauskommt, der täglichen Langeweile entflieht und Neues erfährt (vgl. hierzu auch Promberger 2008).

Eine »aktive« Strategie der Weiterbildung und der Entwicklung eigener Fähigkeiten betrieben vor allem die besser Ausgebildeten im Sample. Hier sind bei den Befragten in der Regel viele Bemühungen festzustellen, Qualifikationen, Tätigkeiten und Kontakte auszubauen, um beruflich als Angestellter oder Selbständiger wieder Fuß zu fassen. Weiterbildungschancen nimmt man hier gerne an oder sucht diese eigenständig. Einige aus dieser Gruppe versuchen, sich mehrere »Standbeine« zu schaffen, indem sie verschiedenen kleineren Tätigkeiten und Geschäften nachgehen, in der Hoffnung, dass diese irgendwann wirtschaftlich »tragfähig« werden.<sup>1</sup> Jede sich bietende Chance wird wahrgenommen, dazu baut man persönliche Kontakte auf, die zu Aufträgen oder Beschäftigung führen könnten und bildet sich aktiv weiter. Als Objekt spielt hier der Computer mit Internet-Anschluss eine große Rolle, vermittelt er doch vielerlei Möglichkeiten, professionelle Qualifikationen zu erhalten und auszubauen, und es unterstützt Strategien der Informationsgewinnung und der Kommunikation. Soziales und kulturelles Kapital wird durch den Computer sowohl symbolisch repräsentiert wie auch real gefördert und ausgebaut. Neben dem Computer sind auch klassische Printmedien, nicht zuletzt Bücher als »vergegenständlichtes Wissen« von hoher Bedeutung. Doch auch bei den gut Ausgebildeten bzw. Gebildeten gibt es Ausnahmen von der Regel: Personen, die keine aktive Weiterbildung betreiben und auch kein Interesse daran haben. Hierbei handelt es sich um eine Minderheit

---

1 Jordan u. a. (1991) beobachteten in ihrem Sample Handlungsmuster der Ausweitung von Aktivitäten der informellen Ökonomie – eine klassische Fragestellung der britischen Armutsforschung, weniger aus dem in Deutschland typischen und meist vor volkswirtschaftlichem Hintergrund bearbeiteten Blickwinkel der »Schattenwirtschaft« (z. B. Schneider/Ernste 2000), sondern aus der Perspektive klassentypischer Handlungsmuster und –Rationalitäten, bei der Eigenwirtschaft in Zusammenhang mit Eigensinn gesehen wird (vgl. Thompson 1971, Malcolmson 1988)

von (psychisch) erkrankten Personen oder von subkulturell orientierten »Sonderlingen«, die es vereinzelt auch in dieser Gruppe gibt.

Bei den Erwerbslosen ohne Ausbildung wurden dagegen angebotene Qualifizierungsmaßnahmen nicht immer als sinnvoll empfunden, zuweilen mehr als »notwendiges Übel« – man muss eben »aktiv« sein, sich weiterbilden und bewerben, um seine Rolle als »guter« ALG II-Empfänger gegenüber der ARGE auszufüllen.<sup>2</sup> Erfüllt man diese Rolle nicht oder nicht ausreichend, drohen schließlich Sanktionen und Stigmatisierungen. Doch nicht immer wird ein Sinn in diesen Maßnahmen gesehen.

Ein Teil der Sample-Population fühlt sich von den »verschriebenen« Qualifizierungsmaßnahmen inhaltlich und sozial überfordert. Man möchte hier schlicht und einfach eine sinnvolle Arbeit verrichten und sich nicht permanent weiterbilden oder sein Leben neu erfinden. Diese in der Regel gering ausgebildete Population ist fachlich wie sozial wenig bereit, neue Erfahrungen zu machen, man ist an sein Milieu, seine Geschichte stark gebunden und mit der (mittelschichtgeprägten) Rolle des flexiblen, wandlungsfähigen und mobilen Arbeitnehmers, der aktiv seine »Karriere« in die Hand nimmt, überfordert. Zum neuen Leitbild des »Arbeitskraft-Unternehmers«, des »Managers« seiner eigenen Arbeitsbiografie (vgl. Voß/Pongratz 1988) gibt es hier eine kaum überbrückbare kulturelle Distanz.<sup>3</sup> Diese Personen befinden sich in einem strukturellen »Arbeitsmarkt-Dilemma«: Das Segment des Arbeitsmarktes für gering Qualifizierte ist in den letzten Jahrzehnten stark geschrumpft, es gibt nicht viele Jobs für Menschen ohne Ausbildung, und dies wird sich in der Wissensgesellschaft vermutlich auf absehbare Zeit nicht ändern. Hier könnten eigentlich nur große Weiterbildungsanstrengungen helfen. Andererseits aber können die Ausbildungslücken oder -defizite der Primärsozialisation oder einer langen Biografie als Geringqualifizierter nicht einfach durch sekundäre Qualifikationsmaßnahmen nachgeholt werden. Nicht jeder kann zum Wissensarbeiter oder Dienstleister umgeschult werden, häufig fehlen hierzu soziokulturelle Voraussetzungen, grundlegende Wissensbestände, oder auch die Bereitschaft, seinen Habitus den beschriebenen Persönlichkeitsanforderungen anzupassen. In dieser Gruppe wird durch Qualifizierungsmaßnahmen und Beschäftigung auf dem »zweiten Arbeitsmarkt« häufig vor allem erreicht, dass basale Arbeitsfähigkeiten mit verstreichender Zeit nicht durch die Distanz zum Arbeitsmarkt verfallen und verloren gehen, und dass die Betroffenen auch außerhalb familialer Kontexte rudimentär sozial integriert bleiben – beides Effekte, die nicht gering eingeschätzt werden sollten (vgl. auch Promberger 2008).

---

2 Wenzel (2008) identifiziert ein ähnliches Handlungsmuster und sieht hierfür Reziprozitätsvorstellungen der Betroffenen verantwortlich. Der hier vorgeschlagene Begriff der »Rolle« schließt beides ein.

3 Auf der anderen Seite gibt es auch bei den wenig Gebildeten die berühmten Ausnahmen von der Regel: Personen, die sich aktiv informieren und weiterbilden und sich als kognitiv aufnahmefähig und flexibel erweisen.

In dieser Population spielen die Objekte der Massenmedien, allen voran Fernseher, Musikmedien und elektronische Spiele ebenfalls eine große Rolle, werden jedoch meist deutlich »passiver« und »unterhaltungsorientierter« genutzt als bei den besser (Aus)Gebildeten. Auch diese Nutzungsformen bringen kulturelle Inklusionseffekte mit sich, die jedoch auf der symbolischen Ebene verbleiben und in Bezug auf den Arbeitsmarkt keine Vorteile aufweisen.

## 9.2 »Eigensinn« und Gesellschaftskritik

Ein Teil der Befragten reagierte auf die erfahrene Exklusion vom Arbeitsmarkt nicht mit verstärkten Versuchen, soziale Inklusionen zu erreichen oder zu erhalten, sondern mit »Eigensinn«<sup>4</sup> und Gesellschaftskritik, mit deutlicher und kritischer Distanz zur Mehrheitsgesellschaft, zum »*Mainstream*«.

Einige dieser Befragten hielten sich »schon immer« für eigensinnig, aufgrund von persönlichen Charaktereigenschaften oder regionalen Besonderheiten oder auch, weil einer Subkultur zugehörig, die den gängigen Materialismus der Leistungsgesellschaft kritisiert und hiervon abweichende Handlungsnormen beansprucht. Einige andere Befragte entwickelten ein dementsprechendes Handlungsmuster erst nach längerer Erwerbslosigkeit. Nach vielfachen Bewerbungen und ebenso vielfachen Absagen waren diese Befragten nicht mehr bereit, die »Schuldfrage« sowie die Pflicht zu Aktivität, Anpassung und Leistung vor allem bei sich als Individuum zu sehen. Sie thematisieren stattdessen die Strukturprobleme des Arbeitsmarktes, der nicht genügend Arbeitsplätze für alle aufweise, so dass die Bemühungen des Einzelnen vergeblich und zur permanenten Frustrationsquelle würden, da sie zur wiederholten Erfahrung individueller Erfolglosigkeit führten – und je größer die Bemühungen und die Anpassungsbereitschaft, desto größer die Frustrationen angesichts des wiederholten Scheiterns. Tatsächlich zeigt auch die Forschung zu psychosozialen Folgen der Erwerbslosigkeit, dass eine hohe Such- und Erwerbsmotivation der Arbeitslosen sich paradoxerweise im Falle fortgesetzter Enttäuschungen besonders problematisch auswirken kann – die weniger stark Motivierte blieben im Schnitt gesünder, da sie die Ablehnungen des Arbeitsmarktes besser verkrafteten (vgl. Frese 2008 sowie Mohr/Richter 2008) – und bestätigt damit diese Alltagswahrnehmung der von uns befragten »Eigensinnigen«.

Wie viele Ablehnungen hält ein Individuum aus, ohne als Person Schaden zu nehmen? Schlösse man sich der Fremdsicht, der Fremddefinition der durch die

---

4 Der Begriff des Eigensinns wurde von Oskar Negt in den späten 70er Jahren in die soziologische bzw. sozialhistorische Diskussion eingeführt (vgl. Negt/Kluge 1981). Er kennzeichnet vom *Mainstream* des herrschenden Denkens unabhängiges, oppositionell-kritisches Denken, das nicht unbedingt in akademischen Diskursen, sondern aus der Realität der gesellschaftlichen Verhältnisse, gewissermaßen ‚von unten‘ entwickelt wird.



vielfache Ablehnung vermittelten Erfolg- und »Nutzlosigkeit« an, so könnte man jede Zuversicht in sich und in die eigenen Fähigkeiten verlieren. Dass diese Situation Identitätskrisen auszulösen vermag, da die Eigen- und die Fremdsicht auf die eigene Person und ihre Fähigkeiten unter Umständen weit auseinander fallen können, liegt auf der Hand. Worauf kann sich personale Identität in dieser Situation stützen, wenn keine »starken« alternativen Quellen von Identität vorhanden sind? Eigensinn, Kritik an der Gesellschaft, die ausgrenzt, anstatt der üblichen »Individualisierung« der Erwerbslosigkeit, und die Thematisierung struktureller Probleme des Arbeitsmarktes vermögen es zumindest, Distanz zu schaffen und die Person ein Stück weit vom Scheitern zu entlasten. Und tatsächlich hat der einzelne Erwerbslose die Ausgrenzung aus dem Arbeitsmarkt ja in der Regel nicht »verschuldet«, wie manch öffentliche Diskussion um die notwendige Aktivierung der Erwerbslosen implizit unterstellt. Auch ist nicht jedes Arbeitsmarkt-Stigma durch besondere individuelle Anstrengung aufzuheben – wer beispielsweise »zu alt« ist oder nicht die richtige ethnische Zugehörigkeit aufweist, kann diese askriptiven Merkmale auch mit vielen Anstrengungen nicht unmittelbar ändern, sondern lediglich versuchen, sie durch verbesserte Kompetenzen zu kompensieren. Der Erfolg dieser Bemühungen wird jedoch unsicher bleiben. Sozialer »Eigensinn« und Gesellschaftskritik sind in dieser Perspektive verständliche und sogar vernünftige Interpretationsmuster, die helfen können, die eigene Lage psychisch zu verarbeiten. In der Regel sind es nicht die passiven, die »erleidenden Erwerbslosen«, die zu diesem Handlungsmuster neigen, sondern eher die geistig agilen, wachen und kritisch eingestellten Betroffenen, die, anstatt die Situation lediglich hinzunehmen oder gar zum betäubenden Alkohol zu greifen, ihre Lage kognitiv und eben »eigensinnig« verarbeiten.

Ob dieses Muster der »Eigensinnigkeit« in der erfahrenen Problemlage der Exklusion wirklich weiterhilft, ist eine andere Frage. Diejenigen »Eigensinnigen«, die sich in Selbsthilfevereinen und Arbeitslosengruppen organisieren und politischen Einfluss zu nehmen versuchen, entwickeln tatsächlich Handlungsstrategien, die aktiv auf Problembewältigung und -lösungen gerichtet sind und damit auch einen Beitrag zur Bewältigung ihrer eigenen Probleme leisten können. »Hilf Dir selbst, indem Du anderen hilfst«, ist ein Motto, das wir hier angetroffen haben – und das ist sowohl praktisch wie moralisch gemeint. Diese sozial engagierten Personen haben sich »berufsähnliche« Fähigkeiten und Qualifikationen beigebracht: Organisations-, Verhandlungs- und Kommunikationsgeschick, die Fähigkeit des selbständigen Aufgabenzuschnitts und der eigenmotivierten Aufgabenausführung, psychologisches Einfühlungsvermögen oder spezifische Rechts- oder Verwaltungskennntnisse. Sie sind darüber hinaus oft erstaunlich gut informiert und wissen diese Informationen auch in politische Strategien umzusetzen. Einer unserer Befragten sieht die ehrenamtliche Tätigkeiten für einen Arbeitslosen-Selbsthilfeverein als echte und vollwertige Alternative zu einer regulären Erwerbstätigkeit, als Berufung, der er fortan sein Leben widmet, und ist dafür auch bereit, finanziell auf sehr bescheidenem und abhängigem Niveau (ALG II)

zu leben. Der ökonomische Mangel und das damit sichtbare soziale Anerkennungsdefizit wird für ihn durch die intrinsische Motivation, durch die »Sinnhaftigkeit« seiner neuen Aufgabe und die im Arbeitsfeld selbst enthaltenen Anerkennungsmöglichkeiten aufgewogen.

Andere Befragte verbinden ihren Eigensinn nicht mit kollektiven Handlungsstrategien, sondern mit sozialem Rückzug. Sie sehen sich in der Defensive, in erster Linie als »Opfer« des Arbeitsmarktes und der erfolgs- und konsumorientierten Gesellschaft, von deren Möglichkeiten sie ausgeschlossen sind. Da sie Gemeinsamkeiten des Lebensstils schwinden sehen, ziehen sie sich nach und nach auch von relevanten Sozialkontakten des Nahraums zurück. Der Aufbau neuer Kontakte mit Gleichgesinnten bzw. anderen Erwerbslosen, der dies kompensieren könnte, wird jedoch im Gegenzug nicht immer aktiv gesucht. Durch den sozialen Rückzug geraten diese Personen teilweise in eine Situation, in der sie darauf angewiesen sind, ihre Identität gänzlich aus sich selbst und der eigenen kritischen Weltsicht zu schöpfen – ein Versuch, der strukturell auf sehr wackeligen Beinen steht und für das Subjekt hochriskant ist. Identität ist ein genuin soziales Phänomen: Eine Identität, die von anderen nicht bestätigt wird, ist auf Dauer keine tragfähige Identität. Diese defensive Handlungsstrategie ist langfristig für die Betroffenen nicht unbedingt hilfreich, sondern verschärft die psychosozialen Probleme der Erwerbslosigkeit, indem sie zu fortschreitender Isolation und wachsender Entfremdung von der sozialen Umwelt führen kann. Der »Eigensinn« in seiner passiven Ausprägung enthält einerseits unabhängige geistige Aktivität, führt jedoch andererseits nicht immer zu sozialer Einbindung und kollektiven Handlungsmustern.

### **9.3 »Erleiden« und sozialer Rückzug**

Im Sample traten, neben »aktiven« Bewältigungsmustern auch verschiedene Formen des Erleidens, der Resignation und des sozialen Rückzugs auf. Vor allem bei länger andauernder Erwerbslosigkeit oder beim Zusammentreffen der Arbeitslosigkeit mit anderen gravierenden Lebensproblemen kommt es zu diesen Mustern des Erleidens. Einige der Befragten zogen sich aufgrund von physischen oder psychischen Erkrankungen weitgehend aus der Gesellschaft zurück. Die Betroffenen aus dieser Gruppe sind – zumindest vorübergehend – nicht wirklich erwerbsfähig, selbst wenn sie als arbeitssuchend geführt werden. Einige Langzeiterwerbslose waren zwar nicht erkrankt, hatten aber massive soziale Anpassungsprobleme und zogen sich ebenfalls von nahezu allen sozialen Beziehungen zurück. Andere wiederum schienen »vorzeitig gealtert«, ein Gefühl der Nutzlosigkeit und Resignation führte hier zu einer Konzentration auf die biografische Rückschau vor der Zeit. Da die Gegenwart wenig Herausforderungen und Erfolgserlebnisse zu bieten hat, wendet man sich kognitiv der reizvolleren Vergangenheit zu.

Eine weitere Gruppe von Befragten wies persönliche »Handicaps« auf, die ihre Beschäftigungsfähigkeit einschränkten oder gar völlig in Frage stellten. Erwerbslose sind in vielen Fällen nicht einfach nur erwerbslos, sondern multipel von Deprivationen getroffen: Menschen, die arbeitslos, und daneben in Trennung oder Scheidung leben, Menschen, die von anderen schweren Schicksalsschlägen getroffen, die sich in einer biografischen »Abwärtsspirale« finden, oder auch Befragte, die körperlich oder psychisch erkrankt oder äußerst instabil sind. Die Häufigkeit der körperlichen, sozialen oder psychischen »Handicaps« unter den Langzeiterwerbslosen in unserem Sample war überraschend. Die fehlende Einbindung in den Arbeitsmarkt, in ein Erwerbsverhältnis, stellt hier in der Regel nur ein Teil einer allgemeineren Lebensproblematik dar. Diesen Erwerbslosen kann nicht unmittelbar mit einer Qualifizierungsmaßnahme oder gar einem regulären Arbeitsplatz »geholfen« werden. In den meisten Fällen brauchen sie eine medizinische oder berufliche Rehabilitation oder eine psychosoziale Betreuung und Unterstützung zur Stabilisierung ihrer Lebenssituation, bevor sie wieder in den Arbeitsmarkt »vermittelbar« werden. Besonders in der Übergangsphase nach der Grundsicherungsreform von 2005 wurde diese Personengruppe von den Institutionen des Arbeitsmarktes in ihrer »multiplen Deprivation« nicht adäquat wahrgenommen und betreut (vgl. Dornette/Rauch et al. 2008). Langzeiterwerbslose haben oftmals nicht einfach nur ein Problem mit dem Arbeitsmarkt bzw. der Arbeitssuche, sondern sie sind häufiger chronisch krank oder schlichtweg »anders«, haben abweichende Biografien oder einen abweichenden Habitus, sind von vielschichtigen Problemlagen betroffen, haben vielleicht ein »Suchtproblem« oder können sich nicht unmittelbar den komplexer und anspruchsvoller gewordenen Rollenerwartungen gegenüber Arbeitnehmern anpassen. Eine »Normalisierung« ihrer Biografie, ihres Habitus, kann in vielen Fällen nicht durch »Aktivierung« und »Sanktionen« der ARGE mit ihrem begrenzten institutionellen Repertoire bewirkt werden. »Fördern« und »fordern« genügen hier nicht, sondern es bedarf anderer unterstützender Maßnahmen, die die gesamte Lebenssituation im Blick haben. Das SGB II macht solche Maßnahmen im Prinzip möglich, die Erfahrung und Kompetenz der zuständigen Stellen reicht jedoch oftmals nicht aus (vgl. ebd.).

Nicht immer sind diese Muster allein durch die Erwerbslosigkeit verursacht – im Falle von psychischen Erkrankungen zum Beispiel ist in der Regel kaum eindeutig zu entscheiden, ob ein Betroffener aufgrund des Problemdrucks der Erwerbslosigkeit erkrankte oder ob er möglicherweise erwerbslos wurde, weil er schon vorher psychisch labil war. In der Regel sind diese Entwicklungen, diese »Abwärtsspiralen« durch mehrfache Faktoren verursacht, weisen Verkettungen oder sich selbst verstärkende Prozesse auf, doch Gisela Mohr und Peter Richter (2008) kommen bei ihrer zusammenfassenden Betrachtung der Forschung zu psychosozialen Folgen von Erwerbslosigkeit zu dem Schluss: »Es lassen sich sowohl Selektions- als auch Verursachungseffekte feststellen. [...] Der Verursachungseffekt ist deutlich stärker ausgeprägt als der Selektionseffekt. Unter den

Erwerbslosen ist der Anteil psychisch beeinträchtigter Personen doppelt so hoch wie in der Gruppe der Erwerbstätigen. Depressivität, Angstsymptome, psychosomatische Beschwerden und die Auswirkungen auf das Selbstwertgefühl sind als psychische Folgen der Erwerbslosigkeit nachgewiesen. [...] Erwerbslosigkeit im frühen Erwachsenenalter hat nachhaltigen negativen Einfluss auf die Gesundheit im späteren Erwachsenenalter.« (Ebd.: 26)

Eine erfolgreiche Vermittlung in den Arbeitsmarkt setzte bei den meisten Langzeiterwerbslosen voraus, dass zunächst ihre psychische Stabilität gesichert werden muss, denn: »Depressiven Personen gelingt es nicht, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in einer Bewerbungssituation positiv darzustellen. Labile Personen haben keine ausreichenden Ressourcen, Misserfolge durch erfolglose Bewerbungen ohne Selbstwertschädigungen zu bewältigen.« (Mohr/Richter 2008: 29) Auch unsere Studie bestätigt dies: Je länger die Erwerbslosigkeit dauert, desto mehr bauen sich in der Regel die personalen Ressourcen der Erwerbslosen ab – und damit auch ihre Voraussetzungen und Chancen, auf dem Arbeitsmarkt wieder Fuß zu fassen.

Der längerfristige Ausschluss aus Erwerbsverhältnissen war bei allen befragten Personen unseres Samples ein sehr gravierender Einschnitt, der nicht immer durch alternative Aufgaben und Orientierungen aufgefangen werden konnte. Da das Individuum durch längerdauernde Erwerbslosigkeit von wichtigen Quellen seines Selbstbildes (Bewährung, Erfolg, Anerkennung, materielle Gratifikationen) abgeschnitten wird, liegt es nahe, dass es zu Identitätskrisen und zu einer notwendigen Umorientierung und Neudefinition des Selbstbildes unter prekären Rahmenbedingungen kommt. Nicht immer gelingt eine erfolgreiche Neudefinition des Selbst; damit sie gelingt, muss sie nicht nur von der Person selbst, sondern auch von ihrer sozialen Umwelt, wenigstens von einigen relevanten Anderen, akzeptiert und geteilt werden. In einigen fortgeschrittenen Fällen des Erleidens der Erwerbslosigkeit gelang es den Betroffenen nicht, eine sozial bestätigte Identität zu finden und wir fanden ein »entleertes« Leben vor, entleert von Aufgaben, Erfolg, Sinn und auch weitgehend entleert von menschlichen Kontakten. Ein Muster, das allmählich, über Jahre, durch fortschreitende Resignation und Verbitterung entstand, angesichts des Ausschlusses von gesellschaftlichen Ressourcen.

Unsere Auswertungen zeigen, dass die männlichen Befragten stärker gefährdet sind, in eine derart radikale Situation der sozialen Isolation zu gelangen, da die Berufs- und Erfolgsorientierung im männlichen Selbstbild bzw. in der Geschlechterrolle besonders stark gewichtet sind, sodass in der Situation der Erwerbslosigkeit die Scham so groß werden kann, dass man sich sozialen Kontakten – und damit der Spiegelung der eigenen Erfolglosigkeit – nicht mehr aussetzen will. Die Kontakte werden dann nicht mehr als befriedigend oder unterstützend erlebt, sondern drohen das Stigma der Erfolglosigkeit und der Exklusion zu aktualisieren und beständig präsent zu halten – also zieht man sich zurück in die eigenen vier Wände. In manchen Fällen zieht man sich auch von der eigenen Familie zurück. Die befragten Frauen sind in der Regel – auch hier gibt es aller-

dings Ausnahmen – stärker in die Familie und in Familienaufgaben oder in nachbarschaftliche und freundschaftliche Netzwerke eingebunden. Ihre Alternativrollen sowie solidarische Strukturen der gegenseitigen Hilfeleistungen schützen sie stärker vor sozialer Vereinsamung: Frauen sind offenbar in ihrer Selbstwahrnehmung in der Tendenz stärker kommunikativ und sozial orientiert. Die sozialpsychologische Forschung fand allerdings heraus (vgl. Mohr/Richter 2008), dass fehlende soziale Unterstützung sich bei Frauen tendenziell negativer auswirkt als bei Männern – wenn ihre Netzwerke doch versagen, so kommen auch die Frauen in eine tiefe Krise.

#### **9.4 Aktive Strukturierung: Informelle Ökonomie, Eigenarbeit und Kreativität**

Im Datenmaterial dieser Untersuchung waren neben dem »Erleiden« auch eine Reihe von »aktiven« Strukturierungsmustern der Situation der Erwerbslosigkeit aufzufinden. Darunter fallen Formen der *ökonomischen und der symbolischen Strukturierung* des häufig als strukturlos empfundenen Alltags der Arbeitslosigkeit.<sup>5</sup> Die Handlungsmuster der ökonomischen Strukturierung beziehen sich alle darauf, die prekäre finanzielle Situation des Haushaltes durch Formen der »informellen Ökonomie« abzusichern oder zu verbessern: durch klein- oder großräumigen Tausch von Gütern und Leistungen, zum Beispiel in der Nachbarschaft, im ländlichen Dorf oder in organisierten »Tauschringen«, durch die Nutzung von Netzwerken und arbeitsteiligen Strukturen, durch Arbeiten in der Schattenwirtschaft und durch Subsistenzökonomie. Ein Teil der Befragten war in der Ökonomie des Internets aktiv, die zwar nicht unbedingt informell ist, jedoch neue, unabhängige Möglichkeiten bietet, als Wirtschaftssubjekt tätig zu werden und kleinere oder größere Erfolge und Einnahmen zu verzeichnen. Ein anderer Teil der von uns Befragten ersetzte teure Dienstleistungen oder Güter durch Eigenarbeit, indem Dinge repariert oder zusammengebaut wurden, die man sich »eigentlich« nicht mehr leisten konnte, und verbesserte dadurch sein Auskommen. Ein weiterer Teil der Befragten war in bargeldlosen Tauschringen aktiv, und stellte dort bestimmte Arbeitsleistungen (Renovierungsarbeiten, Babysitten, Kuchenbacken oder Rechtsberatung) zur Verfügung, um Punkte zu erwerben, die man für Güter oder Dienstleistungen, die andere anbieten, eintauschen kann. So leben nicht wenige Arbeitslose in einem informellen wirtschaftlichen Zusammenhang aus Eigenarbeit, Tausch und kleinen Geschäften. Immer geht es dabei um Tätigsein und einen Beitrag zum kargen Lebensunterhalt, selten um Profit oder Bereicherung, so dass sich – in Anlehnung an die britischen Forscher E.P.

---

5 Die zeitlichen Destrukturierungseffekte der Arbeitslosigkeit gehören seit der Marienthal-Studie (Jahoda u.a. 1975) zum gesicherten Bestand der Arbeitslosenforschung. Auch die Interviews im Rahmen der vorliegenden Studie bestätigen diese Befunde einmal mehr eindrucksvoll.

Thompson (1971) und Bill Jordan (et al. 1991) – von einer ›moralischen Ökonomie der Arbeitslosigkeit‹ sprechen lässt.

Keine/r aus unserem Sample gab an, Schwarzarbeit zu leisten – was jedoch nicht unbedingt heißen muss, dass dies bei unseren Interviewpartnern nicht dennoch vorkam. Schwarzarbeit stellt keinen sozial legitimen Tatbestand dar und kann, falls sie von den Behörden entdeckt wird, zu Sanktionen, Rückzahlungsforderungen von Transferleistungen und Strafverfahren führen, so dass damit zu rechnen ist, dass die Befragten das Gespräch nicht unbedingt auf dieses Thema bringen bzw. nicht immer wahrheitsgemäß antworten. Obwohl Schwarzarbeit nicht legitim ist, kann sie jedoch unter dem Aspekt der Sozialintegration und psychischen Gesundheit der Erwerbslosen nützlich sein. Die sozialpsychologische Forschung hat festgestellt, dass jede alternativ übernommene Arbeit, einschließlich der Schwarzarbeit, »eine psychohygienisch positive Funktion« auf die negative Erfahrungssituation der Langzeitarbeitslosigkeit habe (Frese 2008). Ihr Paradox liegt darin, dass Schwarzarbeit trotz dieser positiven Wirkung auf den einzelnen Erwerbslosen aufgrund der durch sie verursachten gesellschaftlichen Abgabenausfälle sozial nicht akzeptiert ist, auch wenn die Grenze zwischen Schwarzarbeit und »Nachbarschaftshilfe« schmal ist und eine ausgeprägte Grauzone enthält.

Unstrittig ist jedenfalls, dass die verschiedenen Formen der informellen Ökonomie für das erwerbslose Individuum ökonomisch und sozial hilfreich, wenn nicht überlebenswichtig sind. Prekäre Existenzen können dadurch finanziell bessergestellt oder gesichert werden. Auch unter dem Aspekt der sozialen Integration und der Anerkennungsstrukturen ist die informelle Ökonomie von hoher Bedeutung. Überall da, wo noch Reste von Subsistenzwirtschaft existieren und/oder ländliche Formen von Gemeinschaft noch intakt sind, spielt die informelle Ökonomie eine größere Rolle. Die modernen »Tauschringe« der urbanen Zentren versuchen, mit neuen organisatorischen Formen, die sich von eingespielten face-to-face-Beziehungen ablösen und in größeren, anonymen Netzwerken existieren können, die Traditionen der informellen Ökonomie in einer modernen Variante wiederzubeleben. In den verschiedenen Formen der informellen Ökonomie werden erwerbsähnliche Aufgaben zur Verfügung gestellt, die symbolische Anerkennung und – wenn auch meist bescheidene – materielle Gratifikationen mit sich bringen. Darüber hinaus kann man Tauschbeziehungen eingehen, und sich als Subjekt im ökonomischen Austausch bewähren bzw. als solches anerkannt werden. Einige negative Auswirkungen der Exklusion aus dem Arbeitsmarkt lassen sich so durch die informelle Ökonomie ein Stück weit kompensieren.

Eine weitere Form der aktiven Strukturierung des Alltags ist die Hinwendung zu kreativen Tätigkeiten oder »Hobbies«. Dies bringt dem Haushalt zwar nicht unbedingt eine finanzielle Entlastung, jedoch dem betroffenen Erwerbslosen eine »symbolische Strukturierung« seines Alltags, seiner räumlichen Umwelt und seiner Zeit. Vor allem erwerbslose Frauen in unserem Sample erzählten in den Interviews, dass sie kreative Tätigkeiten wie Malen, Dekorationen entwerfen, Puz-

zeln, Wohnung gestalten und Anderes geradezu benötigten, dass sie ohne diese Tätigkeiten als Person nicht mehr auskämen, allgemein unausgeglichen würden oder in Konflikte mit ihren Partnern und Familien gerieten. Auch wenn im strengen Lichte der Ästhetik betrachtet solche »Alltagskunstwerke« in der Regel mehr Kitsch als Kunst sind (vgl. Abschnitt 7.2, siehe hierzu auch Illing 2006), täte man den Betroffenen sehr unrecht, wenn man diese Produkte individueller Kreativität nicht ernst nähme, sie als eskapistische oder kitschige »Heile-Welt-Phantasien« abtäte. Auch wenn sie selten ästhetisch innovativ sind, sondern in der Regel altbekannte Formen nutzen, auch wenn industriell Vorgefertigtes verarbeitet wird, so entspringen diese Produkte doch einem tiefgreifenden Bedürfnis nach einer symbolischen Strukturierung der Umwelt, nach subjektivem »Ausdruck«, und danach, ästhetische Ordnungen und damit »ästhetischen Sinn« zu schaffen in einer gerade in der Erwerbslosigkeit mit ihren multiplen Exklusionsrisiken chaotisch oder bedrohlich erlebten sozialen Umwelt. Es besteht nicht selten das Bedürfnis, der grauen »Ärmlichkeit« und »Schäbigkeit«, dem schalen Geschmack der reinen Notwendigkeit, der in der Wohnumgebung der Betroffenen herrscht, entgegenzuwirken. Dieses Handlungsmuster der »symbolischen Strukturierung« verändert zwar nicht unmittelbar etwas an der materiellen Situation der Betroffenen, stellt aber ein »inneres Verarbeitungsmuster« dar. Indem sie ästhetische Spuren in ihrer Umwelt hinterlässt, macht eine Person sich und ihre Sinnstrukturen in einer sinnlichen Ordnung »sichtbar« und wirkt der »Unsichtbarkeit«, der Bedeutungslosigkeit der sozial Exkludierten ein Stück weit entgegen. Nicht zuletzt werden durch diese Tätigkeiten auch kognitive und manuelle Fähigkeiten erhalten und entwickelt: Die Fähigkeit, eine selbstgestellte Aufgabe schrittweise zu planen und auszuführen, sachliche Kompetenzen sowie Konzentrationsfähigkeit und Durchhaltevermögen. Ästhetischer Ausdruck schafft Sichtbarkeit und ästhetisch-kognitive Ordnung und wirkt dem »Chaos« und der Unsicherheitserfahrung entgegen. Nur so ist wohl zu erklären, wenn Befragte erklärten, ihre selbstgebastelten Dekorationsobjekte oder selbstgemalten Bilder seien ihnen »heilig« und ein Verlust oder eine Zerstörung dieser Objekte käme einer Katastrophe gleich.

### **9.5 Passive Strukturierung: Inklusion durch Medien und Konsum**

Während vermehrte Eigenarbeit oder das Aufnehmen kreativer Tätigkeiten als »aktives« Bewältigungsmuster von Exklusionserfahrungen gelten kann, so gibt es auch »passive« Handlungsmuster der Erwerbslosigkeit. Bei vielen Befragten wurde deutlich, dass Fernsehen und andere Massenmedien eine große Rolle in ihrem Alltag spielen. Die Massenkommunikationsmedien verleihen einem strukturlosen Alltag nicht nur eine zeitliche und inhaltliche Struktur, sie vermögen auch sinnhaft und symbolisch zu integrieren, da sie die Einzelnen an Themen,

Sinnwelten und symbolischen Formen der »Masse« anschließen bzw. diese thematisieren und verbreiten. Massenkommunikationsmedien können somit als »Inklusionstechnologie« gelten, und zwar in doppelter Weise: Zum einen schließen sie die Subjekte an die Informations- und Kommunikationsströme an und ermöglichen ihnen Zugänge zu Informationen und Sinnwelten. Zum anderen repräsentieren sie »Kollektivität« auch symbolisch; der Fernseher im Wohnzimmer ist ein im Alltag stets präsentenes Zeichen der modernen Massengesellschaft, der Computer auf dem Schreibtisch repräsentiert die jederzeit zugänglichen Informationsströme, der weltweiten *community*.

Bei fast allen Befragten haben Massenmedien und medialer Konsum eine große Rolle gespielt – aus unterschiedlichen Motiven heraus, von Unterhaltung ohne Anspruch bis zu einem großen politischen Informationsbedürfnis, oder dem Bestreben seine Qualifikationen, seine Professionalität »*up to date*« zu halten. Auch die ökonomischen Möglichkeiten der Massenmedien, vor allem des Internet, sind für viele Erwerbslose interessant, können sie hier doch anonym, ohne sich als Erwerbslose zu offenbaren, Geschäfte machen, An- und Verkäufe tätigen und werden dabei als »vollwertige« Wirtschaftssubjekte anerkannt. Hier gibt es gewissermaßen eine zweite Chance, »Leistungs- und Bewertungspunkte« und damit Erfolg und Anerkennung zu sammeln, unabhängig von einer erfolglosen Situation in der »realen Ökonomie«.

Wer Anschluss an die Medien der Massenkommunikation hat, kann nicht völlig exkludiert sein, kann nicht ganz herausfallen aus der Gesellschaft, selbst wenn die dort vermittelten und genutzten Sozialkontakte eine wesentlich geringere Stufe der Intensität und Verbindlichkeit aufweisen als »echte« face-to-face-Kontakte. Dies ist den Befragten in der Regel bewusst, hat aber neben den bekannten Nachteilen der medialen Kommunikation in ihrer Situation auch einige Vorteile aufzuweisen: Die Anonymität dieser Sozialbeziehungen ist nicht nur frei von »Nestwärme«, sondern auch frei von den Stigmata der alltäglichen Erfahrung. Erwerbslosigkeit oder Armut sind den Betroffenen im Internet nicht anzusehen, sie können also frei von diesem Stigma agieren. Lediglich wenn man sich innerhalb der Internetökonomie etwas zuschulde kommen lässt, etwa in seinen Tauschbeziehungen unzuverlässig ist, so gibt es Punktabzüge in den Anerkennungsstrukturen des Netzes. Vor dem Computer, vor dem Fernseher sind zunächst alle gleich, persönliche Merkmale können ausgeblendet oder unterdrückt werden, es werden alle gleich informiert oder unterhalten, und alle können zunächst als gleiche Teilnehmer agieren, lediglich unterschieden durch ihre Fähigkeit zur Expressivität im Netz. Die Massenmedien schaffen kollektive Sinnwelten, an die der Einzelne technischen (und symbolischen) Anschluss suchen kann. Auch das Hören von Musik aus den Charts, das Tragen von Kleidern, die gerade angesagt sind, vermitteln neben sinnlichen Reizen Kollektivität und »Gleichheitserfahrungen«, die symbolisch den Exklusionsempfindungen durch Erwerbslosigkeit entgegenwirken, setzen aber in der Regel Konsum voraus, der schnell an finanzielle Grenzen stößt. So befinden sich die Erwerbslosen hier an einem



strukturellen Dilemma: Wie weit nehmen sie an den symbolischen Formen ihrer Umgebung teil? Setzen sie sich dem Risiko der Verschuldung aus oder riskieren sie, ins kulturelle und symbolische »Abseits« zu geraten, zu sichtbaren Außenseitern zu werden? Wie schnell und durch welche Merkmale man tatsächlich zum »Außenseiter« wird, hängt auch von der direkten Wohnumgebung bzw. von den Bezugsgruppen und den dort gängigen Konsummustern ab. Die Massenmedien und der Konsum von modischen Dingen schließen symbolisch an die Masse an, und das Stigma der Erwerbslosigkeit und der Exklusion lässt sich dadurch unsichtbar machen. Deshalb ist auch der Konsum nicht nur an sich – als Aneignung und Verbrauch von reizvollen Dingen – interessant, sondern auch wegen seiner symbolischen Inklusionswirkung an die modischen, gerade »angesagten« Formen der Masse. Doch die Mangelsituation, die das Leben von länger Erwerbslosen kennzeichnet, erlaubt kaum »symbolischen Konsum« bzw. machen die »Verführungen des Konsums« zu einer biografisch hochriskanten Angelegenheit, wie der wachsende Verschuldungsgrad der Privathaushalte zeigt (vgl. Korczak 2001). Erwerbslosigkeit gilt in der einschlägigen Forschung als eines der großen Risiken für Verschuldung, neben den Faktoren Scheidung, Krankheit und einem nicht situationsangepasstem Konsumverhalten (vgl. Backert/Lechner 2000).

Bei den meisten Erwerbslosen unseres Samples beschränkt sich der symbolische Konsum entweder auf wenige, nahezu überall in den Haushalten anzutreffende, öffentlich präsentable Objekte. Das signifikanteste von ihnen ist das Handy, das gerade für die jungen Erwerbslosen von großer Bedeutung ist. Die zweite hier anzutreffende Konsumstrategie bezieht sich auf sehr preiswerte Ausgaben der gerade marktgängigen Dinge, der technischen Geräte oder der Bekleidung, die in billigen Discountern oder gebraucht erworben werden. Doch um mit den Beträgen von ALG II zurechtzukommen, müssen auch diese billigen Objekte gewissermaßen vom Munde abgespart werden. Symbolischer Konsum findet hier – sofern man sich nicht verschulden will – nur rudimentär statt, bezieht sich auf wenige Dinge des »Billigsegments«, allen voran Elektronik und Bekleidung – doch dieser rudimentäre Rest des symbolischen Konsums hat aufgrund seiner kulturell inklusiven Wirkung bei vielen Befragten dieser Gruppe eine sehr hohe Bedeutung.

## **9.6 Alternative Inklusionen: Familie, Sport, Subkultur, Ehrenamt**

Diejenigen Befragten, denen Alternativrollen mit erwerbs- oder arbeitsähnlichem Charakter zugänglich sind (vgl. Offe/Hinrichs 1977), profitieren von diesen Rollen in der Erwerbslosigkeit, da deren negative psychosoziale Folgen dadurch gemildert werden. Dieser Befund bestätigt sich auch in der vorliegenden Untersuchung. *»Alternativrollen« vermögen es, soziale Einbindung zu schaffen, sinnvolle Aufgaben bereitzustellen und die Chance auf positive Kontakte und soziale Aner-*

*kennung zu vermitteln.* Sie bringen also einige positive Effekte in Erfahrungsdimensionen mit sich, die von der Exklusion vom Arbeitsmarkt eindeutig negativ betroffen sind. Alternativrollen in diesem Sinne können verschiedene sein: Die familiäre Rolle und familiäre Aufgaben von Frauen (oder Männern) mit Kindern, die in der Regel nicht »arbeitslos« sind, auch wenn sie »erwerbslos« sind. Den familiären Verpflichtungen und Arbeiten alltäglich nachzugehen, gilt mittlerweile nicht mehr nur für Frauen als eine sinnvolle und sozial akzeptierte Beschäftigung, sondern setzt sich langsam auch für Männer durch. In unserem Sample finden sich, neben einer größeren Anzahl von Frauen, auch einige wenige Männer, die ihre Erwerbslosigkeit in Absprache mit ihrer Partnerin nutzen, um kleinere Kinder zu betreuen und/oder den Haushalt zu versorgen. Zum Teil ergeben sich in dieser Situation für die Betroffenen Einschränkungen der Erwerbsfähigkeit aufgrund von Betreuungsdefiziten, gerade in Haushalten mit Kindern unter drei Jahren oder bei Alleinerziehenden.

In der Regel gilt, dass diese Alternativrollen das Individuum vor allzu tiefen psychosozialen Einschnitten durch die Erwerbslosigkeit schützen, da sie sowohl eine Aufgabe wie auch (wenigstens rudimentäre bzw. eingeschränkte) Chancen auf Anerkennung vermitteln. Doch dies heißt nicht, dass die Alternativrolle in der Lage ist, die sozialen Funktionen eines Erwerbsverhältnisses gänzlich zu übernehmen – schon gar nicht kann sie dies im Hinblick auf dessen ökonomische Funktionen. Die Beschränkung auf Aufgaben im Familienkreis bedeutet für die meisten Befragten durchaus eine schmerzliche Reduktion ihrer Handlungsfelder und Handlungsmöglichkeiten, ihrer Sozialkontakte und ihrer Erfahrungen von Selbst-Wirksamkeit. Die Chancen auf positiv erlebte Sozialkontakte außerhalb der Familie, auf Anerkennung und auf selbstverdientes Geld reduzieren sich durch diese Beschränkung – aber immerhin, die Sinnfrage stellt sich in der Regel deutlich weniger dramatisch als bei Erwerbslosen ohne Alternativrollen.

Der *Sport* kann ebenfalls alternative Inklusionsmöglichkeiten mit sich bringen, auch wenn er keine Alternativrolle im engeren Sinne darstellt. Im Rahmen von Vereinen zum Beispiel, bei denen man sich beteiligt oder gar selbst Kurse gibt, findet man kollektive Einbindung und Bestätigung. Individuelle Sportarten (z. B. Joggen) haben zwar gegenüber kollektiven (z. B. Mannschaftssportarten) in der Verbreitung zugenommen, selten jedoch ist der Sport ein rein individuelles Phänomen, in der Regel wird er innerhalb eines sozialen Umfeldes ausgeübt. Der Sport stellt überdies ein sozial anerkanntes alternatives System von Leistungskriterien zur Verfügung, innerhalb dessen man sich bewähren und Erfolge sowie soziale Anerkennung sammeln kann. Deshalb kann er in der Situation der Erwerbslosigkeit zu einer wichtigen Alternative werden, zumal im Alltag meistens genug Zeit vorhanden ist, die man mit sportlichen Aktivitäten im Sinne seiner Gesundheit sinnvoll nutzen kann – und dafür obendrein noch die Anerkennung seiner Umwelt erhält, denn Sport wird mit »Aktivität« und »Fitness« assoziiert, zwei Eigenschaften, die auch im Berufsleben von hoher Bedeutung sind. Die Ausübung von Sport signalisiert Aktivität und Leistungsbereitschaft – und

wirkt damit dem Stereotyp des motivationslosen, durchhängenden Erwerbslosen entgegen. Man tut etwas, auch wenn es sich »nur« auf den eigenen Körper bezieht, und erleidet nicht nur, ist nicht nur exkludiert von Möglichkeiten, und allein diese Wahrnehmung des Betroffenen kann zu einem besseren Selbstwertgefühl führen. Diejenigen Erwerbslosen, die es sich noch leisten können, investieren deshalb auch gerne in Sport und Sportartikel, weil diese Strategie ihnen zu einem »aktiveren« Selbst verhelfen kann, das durch die entsprechenden Ausrüstungsgegenstände symbolisch noch unterstrichen wird. Doch nicht jeder Erwerbslose hat noch die Mittel, um sich die »angesagten« Sportartikel des entsprechenden Betätigungsfeldes zu kaufen. Von den nach und nach verarmten Langzeiterwerbslosen wird auch zuweilen der Ausschluss aus der »modischen« und »teuren« Sportkultur (Bekleidung, Geräte) schmerzhaft wahrgenommen. Doch daneben gibt es immer noch die Wahrnehmung, dass Sport auch mit ganz einfachen Mitteln betrieben werden kann – nur muss man dann eben ausschließlich mit körperlicher Leistung überzeugen, da einem die entsprechenden symbolischen Mittel des Handlungsfeldes, dingliche Symbole der Fitness und Kompetenz, nicht zur Verfügung stehen. Die kleinen sportlichen Siege fallen dann um so mehr ins Gewicht, sie haben vor diesem »ärmlichen« Hintergrund einen deutlichen Beigeschmack von »trotzdem« und nicht von »deshalb« und weisen damit auf besondere Anstrengungen oder Kräfte hin, was dem Selbstwertgefühl des Betroffenen wiederum zugute kommen kann.

Auch *Subkulturen* können Alternativrollen sowie eine alternative »Anerkennungsökonomie« bereitstellen und damit die negativen psychosozialen Folgen des Ausschlusses aus dem Arbeitsmarkt mildern. Subkulturen verfügen in der Regel über eigene Bewertungs- und Erfolgskriterien, die relativ unabhängig von den sie umgebenden normativen Standards sind. Wer in seinem Freundeskreis, seiner Nachbarschaft oder eben in seiner Subkultur fest verwurzelt ist, ist gegen Vereinsamung und Gefühle der Erfolgs- und Sinnlosigkeit besser geschützt als Personen mit einer hochindividualisierten Lebensweise. Gerade in manchen jugendlichen Subkulturen zählen andere Erfolge als in ihrer sozialen Umwelt. Man muss nicht unbedingt beruflich erfolgreich oder wohlhabend sein, Hauptsache, man steht mit den symbolischen Codes der Subkultur in Einklang und es gelingt, in diesem symbolischen Rahmen Prestige zu erwerben. Subkulturen stellen also alternative Anerkennungschancen zur Verfügung und sind deshalb potentiell in der Lage, das Individuum in der Erwerbslosigkeit vor psychosozialen Risiken zu schützen. Doch andererseits bilden sich in einigen Subkulturen auch Handlungsstrategien aus, die einer Rückkehr in den Arbeitsmarkt nicht immer förderlich sind (abweichendes Verhalten, »Anderssein« im Sinne einer ausgeprägten symbolischen Distanz zur sozialen Umgebung etc.); die Extremform wären stark deviante, ihre Mitglieder gefährdende Subkulturen (Junkies, S-Bahn-Surfer), von denen ein psychosozialer Stabilisierungseffekt kaum konsequent erwartet werden kann. Insgesamt verbleibt bei der Bewertung von Subkulturen eine gewisse Ambivalenz: Manche von ihnen sind zwar in der Lage, das Individuum psychosozial

zu stabilisieren, doch nicht nur stark deviante, sondern auch »harmlosere« Subkulturen können sich langfristig hemmend auf die Arbeitsmarktintegration auswirken. Hinzu kommt das Problem, dass auch die Mitgliedschaft in Subkulturen mitunter spezifische, geteilte Konsumformen voraussetzt. So sind Exklusionsempfindungen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Hilfebezug besonders stark, wenn sie bei den üblichen Freizeitaktivitäten ihrer »peer group« aufgrund finanzieller Restriktionen nicht mehr mithalten können (vgl. Popp/Schels 2008). In unserem Material fiel eine bislang wenig beachtete Strategie der »modischen Umwertung« von Subkulturen auf. Die Mode, beständig auf der Suche nach neuen, auch abweichenden ästhetischen Formen, hat auch das »Ghetto« für sich entdeckt.<sup>6</sup> Durch eine Umcodierung der symbolischen Formen wird Armut und/oder abweichendes Verhalten zwar nicht vom Stigma befreit, das Stigma jedoch als modisches Mittel genutzt, das Individualität und Charakter unterstreichen kann. Das »Ghetto« und die entsprechenden ästhetischen Formen und Handlungsmuster erhalten somit einen symbolischen Doppelcharakter: Es definiert sich einerseits dadurch, dass sich dort notgedrungen die Außenseiter, die Exkludierten und Benachteiligten konzentrieren und mit einem Stigma behaftet werden. Das sind Merkmale des Ghettos, die zwar auf den ersten Blick wenig begehrenswert wirken, in der spätmodernen Ökonomie aber, in der Unterscheidung, Individualität und Authentizität zu begehrten symbolischen Ressourcen werden, durchaus »stilbildend« werden können. Das Ghetto wird nicht nur negativ, sondern auch positiv (modische Unterscheidung durch Umkehrung) belegt und zu einem in der Musik, in der Bekleidung und in Filmen inszenierten Kulturmuster. Diese Strategie der »Umwertung« der Exklusion in eine modische Chiffre kann nun nicht mehr nur von der Modeindustrie, sondern auch von den (zum großen Teil jugendlichen) Betroffenen genutzt werden, um aus der Unsichtbarkeit (vgl. hierzu Schaffer 2008) der aufgezwungenen Exklusion ein sichtbares und selbstgewähltes modisches Stilmittel zu machen – und damit zumindest symbolisch Definitions- und Handlungsspielräume zu gewinnen. Doch auch diese Handlungsstrategie lässt sich ohne entsprechenden »stilisierenden« Konsum nur schwer umsetzen, denn die »modische Armut« ist nicht unbedingt gleich der »einfachen Armut«, sondern wird in der Regel ästhetisch gewissermaßen »aufgerüstet«. Das Ghetto, das in Deutschland eigentlich nicht in der geschlossenen sozialräumlichen Form wie in USA oder Frankreich existierte, und deshalb auch keine damit vergleichbaren kulturellen Wirkungen entfalten konnte, wurde durch die entsprechende Mode und Musik als kulturelle Chiffre »implantiert«; in unserem Interviewsample beziehen sich Langzeiterwerbslose durchaus

---

6 Das Ghetto wurde nicht ganz neu für die Mode entdeckt, denkt man an »schwarze Musik«, an Blues, Gospel und Soul, die das Leben in sozialen Randlagen thematisieren und die seit den 50er Jahren Teil der westlichen Populärkultur geworden ist, dafür heute um so nachhaltiger als komplette Lebensform mit entsprechenden (zum Teil abweichenden) Handlungsmustern und –normen, zum Beispiel im Hip-Hop und der Rap-Musik.

positiv-identifizierend auf diese Chiffre und versuchen so eine modische Umdeutung ihrer »unsichtbaren« Armut in eine »sichtbare« und symbolisch höherwertige Form.

Neben familiären oder subkulturellen Inklusionen stellt die Übernahme ehrenamtlicher Tätigkeiten eine »Alternativrolle« dar, die den Verlust der Erwerbsarbeit ein Stück weit kompensieren kann. *Ehrenamtliches Engagement kann erwerbsähnlichen Charakter aufweisen* – abgesehen vom Fehlen eines entsprechenden Einkommens – und das Individuum sachlich und sozial einbinden, herausfordern und bestätigen. Ulrich Becks Konzept der Bürgerarbeit greift diesen Befund auf und entwickelt daraus ein Sozialmodell zur Ablösung der Arbeitsgesellschaft (Beck 2000). Ungeachtet der Frage der sozialpolitischen Realisierbarkeit eines solchen Gesellschaftsmodells gibt es etliche Fälle in unserem Sample, die die Wirksamkeit der Alternativrolle Ehrenamt für die psychosoziale Stabilisierung belegen. Durchaus anspruchsvolle Qualifikationen werden dabei abgefragt und weiterentwickelt, selbständiges Arbeiten trainiert und die Flexibilität und Motivation des Betroffenen gefördert. Einer unserer Befragten betrachtet sein ehrenamtliches Engagement in einem Arbeitslosenverein als reale Alternative zu einer regulären Beschäftigung, auf die er ohnehin aus strukturellen Gründen kaum mehr eine Hoffnung hat. Eine reale Alternative kann das Ehrenamt jedoch nur bei einem geringen Anspruchsniveau der betroffenen Person sein sowie der Bereitschaft, sich trotz hohem Arbeitseinsatz und Engagement mit einem nur geringen Anerkennungsquantum an Geld und sachlichen Gütern abzufinden.

Es gibt in unserem Sample starke Indizien dafür, dass das Handlungsmodell »Ehrenamt« bestimmte sozialisatorische und weltanschauliche Voraussetzungen mit sich bringt, die in einer von Kulturformen des Konsums und der urbanen Anonymität geprägten individualisierten Gesellschaft nicht alltäglich sind. Aus der Herkunftsfamilie übernommene religiöse oder weltanschauliche kollektive Orientierungen, positive Gemeinschaftserfahrungen in Großfamilie oder Betrieb und Ausgrenzungserlebnisse in der Biographie sind begünstigende Voraussetzungen für die Entwicklung der »Alternativrolle Ehrenamt«, ebenso wie eine »postmaterielle« Haltung, die sich beispielsweise in einer explizit formulierten »Warenkritik« bzw. in Kritik am Materialismus der sozialen Umgebung ausdrückt. Die »Belohnungen« des Ehrenamtes sind denn auch nicht ökonomischer oder materieller Natur: Hier zehrt man vor allem von den informellen Anerkennungsstrukturen innerhalb des Handlungsfeldes, von der Dankbarkeit und Solidarität der Betroffenen, denen man weitergeholfen hat, von dem Ruf, den man sich durch seinen Einsatz und seine Hilfsbereitschaft erwirbt. Diese moralisch hoch legitime »Währung« der Anerkennungsökonomie zählt jedoch nicht unbedingt außerhalb der gemeinschaftlichen bzw. lokal eng umgrenzten Strukturen, in denen sie stattfindet, da sie nicht sichtbar ist (deshalb lautet das Motto der wohlhabenden »Wohltäter«: Tue Gutes und rede darüber). Zu der »anonymen«, gemeinschaftsübergreifend gültigen Form der Anerkennung und Erfolgsdarstellung

durch Geld (und durch Güter, die Erfolg und Besitz zur Schau stellen), gewinnt man als Erwerbsloser durch ehrenamtliche Tätigkeiten keinen Zugang.

Das ehrenamtliche Engagement stellt zwar in vielerlei Hinsicht eine äußerst sinnvolle Alternative zur Erwerbsarbeit dar, da es in der Lage ist, Exklusionen von gesellschaftlichen Chancen in soziale Inklusionen unter selbstgewählten Vorzeichen zu verwandeln. Allerdings beschränkt dieses Engagement, ähnlich wie die Familienrolle, die dort Tätigen auf ein eher schmales soziales Handlungsfeld, in dem sie Erfolge und Anerkennung erwerben können. Ökonomisches Kapital kann man in den angesprochenen Alternativrollen nicht oder kaum gewinnen (und damit auch keine dramaturgisch darstellbaren, abstrakten Formen des sozialen Erfolgs), dafür aber durchaus nicht-institutionalisierte Arten des kulturellen Kapitals (Entwicklung von Qualifikationen und Persönlichkeit), soziales Kapital (vielfältige, vor allem für das Handlungsfeld relevante Kontakte und Beziehungen) und symbolisches Kapital, das sich aus der Legitimität des altruistischen Arbeitseinsatzes herleitet. Diese »Zugewinne« machen das ehrenamtliche Arbeiten für Erwerbslose durchaus interessant, auch wenn sie eine ökonomische Verzichtsbereitschaft sowie ein hohes Maß an Eigenmotivation und Eigeninitiative voraussetzen – was neben den obengenannten Kontexten erklären könnte, warum so wenige Erwerbslose diese Handlungsstrategie real entwickeln.

## 10. Schluss: Die Inklusionskraft der Dinge in prekären sozialen Randlagen

---

In dieser Arbeit ging es um zweierlei. Zum einen wurde ein Entwurf für eine ›*Soziologie der Dinge*‹ ausgearbeitet, der unter Einbeziehung verschiedener sozialwissenschaftlicher Ansätze die sozialen Funktionen der Dinge als theoretische Frage aufnimmt und zu einem Konzept formt. Diese in den ersten Kapiteln der vorliegenden Arbeit gewonnenen Elemente einer ›*Soziologie der Ding*‹ wurden in einem zweiten Schritt auf ein konkretes Forschungsfeld inhaltlich und methodisch angewandt: Empirisch erforscht wurde die persönliche Objektwelt von Menschen mit prekärer Arbeitsmarktintegration und ihre Funktionen im Hinblick auf soziale Inklusion.

Eingangs stellten wir die Frage, ob die Dingwelt, der Konsum sowie die (mit wissenschaftlichen Mitteln) »magisch« aufgeladenen dinglichen Objekte und Bilder in der späten Moderne zum zentralen gesellschaftlichen Inklusionsmechanismus, zu einer Art Ersatzreligion geworden seien – und inwieweit sie diese Funktion angesichts einer auseinanderdriftenden Sozialstruktur erfüllen können. Die soziale und symbolische Inklusionskraft der Dinge ist – neben ihrem praktischen Nutzen – gerade für diejenigen, die von Exklusion bedroht sind bzw. in prekären Inklusionsformen leben, tatsächlich eine ihrer relevantesten Funktionen, wie in der Analyse unseres empirischen Materials deutlich wurde.

Dabei nehmen einige Dingkategorien in Bezug auf ihre kulturellen Inklusionsfähigkeiten eine herausragende Rolle ein: Zunächst einmal sind da die *Objekte, die (massen)mediale Kommunikation* ermöglichen und als solche eine *besondere Inklusionskraft* innehaben, da sie das Subjekt in die kollektiven Informations- und Kommunikationsströme einschließen und somit erfahrene Exklusion gewissermaßen ein Stück weit kompensieren. Diese Dinge vermitteln entweder einseitig Bilder, Geschichten und Symbole und sind mit diesen an der Konstruktion der kollektiven symbolischen und kognitiven Deutungsmuster und Sinnwelten beteiligt (Fernsehen, Film, Musik). Oder sie ermöglichen Kommunikation mit Informationsströmen in beiden Richtungen, erlauben also nicht nur eine pas-

sive Zuordnung und die »Versorgung« mit den symbolischen Beständen des Kollektivs, sondern eine aktive Selbst-Inklusion und ein »Senden« von Informationen innerhalb laufender Daten- und Wissensströme (Computer, Internet) oder innerhalb individualisierter Netzwerke (Handy). Objekte dieser Art vermitteln reale und symbolische Inklusionsleistungen und sind – gerade für die prekär Inklusierten bzw. die vom Ausschluss Bedrohten – als Objekte besonders interessant. Nicht zuletzt wegen ihrer kulturellen Inklusionsleistungen sind der Fernseher und das Handy als Objekte bei den von Exklusion Bedrohten besonders beliebt. Man spart in vielen ärmeren Haushalten lieber an vielen anderen Stellen, als auf diese Objekte zu verzichten. Die Wirkungen der Massenmedien sind dabei ambivalent: Die massenmedialen Objekte inkludieren in die symbolischen Welten der Gesellschaft – und zeigen dabei auch Lebensstile und Konsummöglichkeiten, zu denen man real keinen Zugang hat, die man sich nicht »leisten« kann. Primär, auf der symbolischen Ebene, schließen sie ein, sekundär schließen sie auch gleichzeitig aus, denn Lebensstile, die so greifbar nah erscheinen, sind vielfach gar nicht erreichbar. Die kulturellen Grenzen zwischen den verschiedenen Schichten und Milieus werden auf diese Weise durchsichtig, aber nicht durchlässig. Die Grenzen lösen sich nicht auf, und die soziale Mobilität nimmt nur in den symbolischen Vorstellungswelten, jedoch nicht bezüglich realer ökonomischer und sozialer Teilhabechancen zu.

Der Unterhalt der Massenmedien kostet vergleichsweise wenig, hat man sich die Geräte irgendwann in besseren Zeiten erst einmal angeschafft. Eine extensive Nutzung der Medien ist in der Regel nicht teurer als eine zurückhaltende – und da man in der Erwerbslosigkeit über ein Übermaß an Zeit verfügt, werden diese Medien auch extensiv genutzt. Auch das Fernsehprogramm vermag es auf seine Weise, unstrukturierter Alltagszeit eine gewisse zeitliche Ordnung zu verleihen und wiederkehrende Handlungsformen, Routinen zu generieren. Der Gebrauch der Massenmedien erfüllt somit gleich mehrere Funktionen.

Die massenmedialen Objekte können auf zweierlei Weise genutzt werden: Zum einen innerhalb eines passiven, eher konsumierenden Modus, in dessen Rahmen man am Strom der kulturellen Zeichen und Symbole teilnimmt und symbolisch an den kollektiven Sinnkonstruktionen teilhat. Dieser Modus vermittelt neben der symbolischen Inklusion auch Unterhaltung, Spannung, Ablenkung und fiktive emotionale Abenteuer, die unter Umständen mehr Farbe und Reize bieten können als das reale Erleben einer problematischen Alltagsexistenz in sozialen Randlagen. Zum anderen können massenmediale Objekte aber auch in einem aktiven, kompetenz- und qualifikationszentrierten und -erweiternden Modus genutzt werden. Auch in diesem Nutzungsmodus wird eine symbolische Inklusion durch die Medien vermittelt, auch dabei ist man Teil der kollektiven Informationsströme. Allerdings ist dieser Nutzungsmodus an den Versuch der Beteiligten gekoppelt, Qualifikationen und Teilhabechancen aktiv und gezielt mit Hilfe der Kommunikationstechnologien auszubauen, um sich neue Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt zu erschließen oder zumindest verlorene Erwerbsmöglichkeiten



teils zu kompensieren. Vor allem das Internet gewährt in dieser Hinsicht einige Möglichkeiten. Im Internet existiert eine parallele virtuelle Welt der ökonomischen Tauschbeziehungen, die die Stigmata der »Realwelt« nicht kennt – zumindest sofern man sich nicht innerhalb dieser Internetökonomie etwas zuschulden kommen lässt. Auch Personen, denen das Stigma der Exklusion symbolisch anhaftet, können im Netz unbelastet von im realen Leben erfahrenen Ausschlüssen und stigmatisierenden symbolischen Kommunikationsformen als Tauschpartner in Geschäftsbeziehungen auftreten und abstrakte symbolische Anerkennung erfahren, indem sie als vertrauenswürdiger Geschäftspartner akzeptiert werden oder indem sie ökonomisch erfolgreiche Tauschgeschäfte abschließen. Für Personen, die dauerhaft von Exklusion aus dem Arbeitsmarkt betroffen sind, ergeben sich aufgrund der Anonymität der Internetökonomie deshalb interessante Möglichkeiten des kompensatorischen (Teil)-Erwerbs und der symbolischen Inklusion – vorausgesetzt sie weisen genügend motivationale, qualifikatorische und technische Ressourcen für diese Tätigkeit auf – Ressourcen, die bekanntlich in der Erwerbslosigkeit in vielen Fällen einer fortschreitenden Erosion unterliegen. Während die besser Ausgebildeten die Medien häufiger aktiv nutzen: zur Gewinnung von Informationen, zum gezielten Training von Qualifikationen, zur Vernetzung mit Gleichgesinnten und für wirtschaftliche Transaktionen, gibt es bei den schlecht Ausgebildeten eine ausgeprägtere Tendenz, die Massenmedien vor allem zur Unterhaltung und zur passiven Teilhabe an den symbolischen kollektiven Wirklichkeitskonstruktionen zu gebrauchen. Sozial inklusiv wirken beide Arten der Nutzung der Medien, jedoch dient die aktive Nutzung auch der Verbesserung der Qualifikationen und damit auch den Chancen auf dem Arbeitsmarkt, während die »passive«, unterhaltungsorientierte Nutzungsweise lediglich symbolisch, nicht jedoch bezüglich der realen wirtschaftlichen und sozialen Chancen inkludiert.

Eine hohe soziale Inklusionskraft besitzen neben den Medien auch »Mode«-Objekte aller Art, denn der Besitz und das Tragen bzw. der Gebrauch dieser Dinge zeigen an, dass man jeweils mit den neuesten Geschmacksmustern der Masse in Verbindung steht. Mode inkludiert symbolisch in das soziale Kollektiv, da der Mechanismus der Mode auf sozialer Nachahmung beruht – bei gleichzeitiger Hervorhebung des Individuums, zumindest solange die Mode noch relativ »neu« oder »angesagt« ist. Die Gleichzeitigkeit dieser beiden sozialen Prozesse, die Aussicht auf eine gelingende Vereinbarkeit von Kollektivität und Individualität, macht die Mode so reizvoll und erzeugt Folge- und Teilnahmebereitschaft. Während die Mode in ihrer teureren Variante symbolische Potentiale zur Abgrenzung von darunter stehenden Schichten enthält, wirkt die preiswerte Mode in erster Linie inklusiv und weniger distinktiv – außer in jugendlichen Subkulturen, wo mit preiswerten Mitteln oft neue ästhetische Formen kreiert werden, die der stilistischen Abgrenzung dienen sollen und die damit sowohl inklusiv (Binnenstrukturierung) wie ästhetisch distinktiv (Grenzziehung und Absetzung von der sozialen Umwelt) wirken.

Die Mode und die Warenform der Dinge prägen die Kultur des Kapitalismus und wirken sozial inklusiv. Medien und Moden sind – neben ihren sinnlichen Qualitäten, die je nach Sichtweise, »Bereicherung«, »Individualität« oder »Eskapismus« ermöglichen, auch wegen ihrer soziokulturellen Inklusionskraft, gerade für die vom Ausschluss bedrohten, interessant. Die Verführungen des Konsums, die Versprechungen der Werbung und der quasi magisch aufgeladenen Waren sind allgegenwärtig und laden beständig ein, mit den zu erwerbenden Dingen auch immaterielle Zugewinne zu erhalten: Erlebnisse, Emotionen oder Aufwertungen des Selbst. Konsum stabilisiert immerhin symbolisch den sozialen Status, er kann zur Kompensation von negativen Emotionen und Erlebnissen beitragen und dient nicht selten dazu, ein beschädigtes Selbstwertgefühl vorübergehend aufzuwerten – aufgrund dieser kompensatorischen Funktionen weist Konsum bekanntlich gewisse Suchtpotentiale auf (vgl. Kap. 4.1.). Doch wie gehen die vom Arbeitsmarkt Ausgeschlossenen, deren Sozialstatus durch den Hilfebezug grundlegend erschüttert ist bzw. in Frage steht, und die strukturell und symbolisch in vielfacher Hinsicht benachteiligt sind, mit diesen Verführungen um? Wie gehen sie mit den immateriellen Versprechungen des Konsums um, wo sie doch mit ihrem schmalen Budget in der Regel real nur wenig daran partizipieren können?

Folgt man dem hier präsentierten empirischen Material, so kann von einer »Verblendung« durch Konsum nicht die Rede sein. Von Ausnahmen abgesehen – einige Personen, die in der Erwerbslosigkeit an ihren gewohnten Konsummustern festhalten und deshalb in die Gefahr einer Überschuldung geraten – passen sich die meisten Befragten ihren finanziellen Verhältnissen in der Erwerbslosigkeit an. Die Bedürfnisse werden nach und nach reduziert, man konzentriert sich auf das Wesentliche und zehrt zudem lange von Anschaffungen während vorangegangener wohlhabenderer Lebensphasen. Modische Aspekte sowie besondere ästhetische oder qualitätsbezogene Ansprüche müssen zurücktreten und den Notwendigkeiten des Alltags Platz machen. Dieser Vorgang verläuft durchaus nicht geradlinig und nicht schmerzlos, in der Anpassungsphase steht der gesamte Lebensstil zur Disposition und es sind umfassend neue Prioritäten zu setzen.

Die in der vorliegenden Studie interviewten Erwerbslosen konnten sich Mode oder modische Objekte kaum leisten und ordneten in ihrer Mehrheit diesen Dingen deshalb – im Gegensatz zu den Befragten aus anderen Schichten – eine recht geringe Priorität zu: Hauptsache sauber und ordentlich war in der Regel das bevorzugte Motto in Bezug auf Kleidung und Gebrauchsgegenstände. Man möchte in seinem sozialen Umfeld nicht negativ auffallen, symbolisch nicht herausfallen aus der Gesellschaft. Dieses Motiv ist von hoher Bedeutung und wurde in den Interviews immer wieder betont. Um positiv aufzufallen und seine Individualität zu unterstreichen, reichen in der von Erwerbslosigkeit, Abhängigkeit und Exklusionserfahrungen geprägten Lebenssituation weder die finanziellen noch die performativen und psychischen Ressourcen. Symbolische Inklusion war in der Regel das primäre Ziel der Befragten, nicht Hervorhebung – und diese symbolische Inklusion wird vor allem durch »unauffällige, ordentliche und saubere« Kleidung

und Gebrauchsobjekte erreicht. Zudem sind modische Artikel schnell vom Zeitgeist überholt und erfordern aufgrund dieses kulturellen Verschleißes wieder neue Anschaffungen, die finanziell nicht gedeckt sind. Lediglich in Familien mit Kindern war mehrfach der starke Wunsch festzustellen, der nachwachsenden Generation die kulturelle Integration durch die Teilhabe an der Mode zu sichern, um ihre soziale Zugehörigkeit innerhalb ihres Umfeldes nicht in Frage zu stellen oder zu gefährden. In einigen Interviews, gerade bei Befragten die durch langen Hilfebezug oder durch eine große Familie in einer besonders angespannten finanziellen Situation sind, ist ein großes Maß an Resignation und Bitterkeit ob der symbolischen und materiellen Ausschlüsse vorhanden. Man kann nicht mehr wirklich partizipieren, nicht teilhaben, weder an den praktischen Annehmlichkeiten noch an den symbolischen Kulturformen der Moderne, und ist aufgrund der finanziellen Lage auch nicht mehr fähig, dies zu verbergen – was einem doppelten Stigma gleichkommt. Während diese Befragten meist in der Lage sind, für sich selbst die Ansprüche auch in extremer Weise zu reduzieren, sehen sie ihre Kinder besonders hart davon getroffen. Die Eltern wünschen sich für ihre Kinder unter fast allen Umständen eine über den Lebensstil, über Konsum hergestellte symbolische Integration. Die Kinder sollen – wenn möglich – nicht ausgeschlossen sein von den materiellen und symbolischen Möglichkeiten der späten Moderne. Doch auch die modischen Konsumartikel der Kinder, Bekleidung und anderes, werden in der Regel billig, in preiswerten Discountern eingekauft; die Märkte der globalisierten Wirtschaft machen dies möglich. Für Markenartikel ist das Budget in der Regel nicht ausreichend.

Eines der in dieser Studie gefundenen Bewältigungsmuster sozialer Exklusion basiert auf Medien und Mode – beides Objektkategorien, die dem von den Befragten erfahrenen sozialen Ausschluss in der Situation der Erwerbslosigkeit symbolisch entgegenwirken. Dieses Bewältigungsmuster ist jedoch für die Erwerbslosen aufgrund der schmalen finanziellen Ressourcen – und je länger die Erwerbslosigkeit dauert, desto mehr spitzt sich die finanzielle Frage in der Regel zu – hochriskant und kann, wie Beispiele zeigen, in die »Schuldenfalle« führen. Der Großteil der Befragten hat deshalb auch folgerichtig von dem konsumorientierten Muster Abstand genommen oder praktiziert es nur in sehr eingeschränkter Form (Schnäppchenjagd, Billigkonsum in Discountern, preiswerte Mediennutzung). Die Partizipation an den durch die Medien vermittelten symbolischen kollektiven Sinnwelten war dagegen für fast alle Befragten von Bedeutung. Massenmedien schaffen symbolische Inklusionen, lassen teilhaben an kollektiven Wirklichkeitsdeutungen und Vorstellungswelten. Der Fernseher holt die kollektiven Narrationen und die kollektiven symbolischen Realitätskonstruktionen in die Haushalte, seine alltägliche Präsenz im Wohnzimmer bedeutet gleichzeitig auch die symbolische Präsenz des Kollektivs. Der Computer ermöglicht zeit- und raumüberschreitende Kommunikation mit oder innerhalb verschiedener, selbstgewählter Gemeinschaften, ermöglicht manchem sogar eine zweite, alternative

Existenz als Wirtschaftssubjekt. Die Massenmedien spielen deshalb gerade bei den prekär Inkludierten eine große Rolle.

Askese und Verzicht gehörten bei den meisten erwerbslosen Befragten zu ihrem Alltag, auf die eine oder andere Weise. Eine markante Minderheit von Erwerbslosen macht aus der Not eine Tugend und entwickelt auf Basis entsprechender gesellschaftskritischer Hintergrundüberzeugungen eine explizit konsumkritische, postmaterialistische und Askese betonende Haltung, die auch im Alltag konsequent umgesetzt wird und den Lebensstil entsprechend formt. Hier wird bewusst ein kognitiver und symbolischer Abstand zur Mode sowie zum statusorientierten Konsum gesucht. Waren- und Konsumkritik sowie eine Haltung der bewussten Askese verbindet sich dabei mit gesellschafts- und arbeitsmarktkritischen Einstellungen zu alternativen Lebensentwürfen. Diese Befragten sehen sich selbst als »Außenseiter«, »Sonderlinge« oder »Eigensinnige«, da sie in ihrer eigenen Wahrnehmung auffallen, erkennbar nicht dazugehören, symbolisch nicht inkludiert sind – was sie explizit in Kauf nehmen. Sie reduzieren ihr Leben sowie den Ge- und Verbrauch von Gütern bewusst auf das Notwendige und Wesentliche. Man konsumiert nur das Allernotwendigste – manches davon in sehr guter Qualität (z. B. Nahrung) und versucht, sich den angebotenen symbolischen Inklusionen des Kapitalismus sowie den sozialen Bedeutungen der Mode und der modischen Gebrauchsgüter zu entziehen. Bei diese Befragten entsteht eine deutliche symbolische Distanz zur sozialen Umwelt, zum »mainstream«, die sich in den Interviews häufig als Warenkritik oder auch Medienkritik äußerte. Diese symbolische Distanz kann durch neue kollektive Einbindungen, durch politisches Engagement für Gleichgesinnte oder andere Erwerbslose, kompensiert und in eine aktive, selbstgewählte Form der sozialen Inklusion verwandelt werden. Wo die kollektive Einbindung des »asketischen Erwerbslosen« aufgrund eines individualisierten Lebensstils nicht gelingt, kann diese »eigensinnige« Haltung allerdings in Isolation und Vereinsamung sowie zu einer bedrohten, fragilen Identität führen, wie ein Fallbeispiel darlegt (vgl. Abschnitt 7.2). Das Handlungsmuster des sozialen Engagements hingegen führt zu einer sozial abgestützten Identität und erweist sich als stabiler, es kann sich für Erwerbslose durchaus zu einer interessanten und sinnvollen alternativen Beschäftigung jenseits des Arbeitsmarktes entwickeln – setzt allerdings unter den derzeitigen Rahmenbedingungen eine ausgeprägte materielle und symbolische Verzichtsbereitschaft sowie einen entwickelten Gemeinschaftssinn voraus. Es stellt sich jedoch die Frage, wie häufig eine solche – traditionelle, z. B. familiär, religiös oder gewerkschaftlich geprägte Form der kollektiven Orientierung empirisch tatsächlich vorliegt und die den heutigen individualisierten Lebensstil zu relativieren oder bzw. zu transzendieren vermag. Es spricht einiges dafür, dass diese sozialisatorischen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für den Typus des engagierten, politischen Erwerbslosen empirisch nicht allzu häufig gegeben sind.

Die Haltung einer Anti-Mode (im Sinne der Waren- und Konsumkritik) kann zur sozialen Isolation führen, jedoch bei kollektiv eingebetteten individuellen

Engagement auch neue, aktive Inklusionen erzeugen, während Mode und Konsum symbolisch inklusiv wirken, jedoch spezifische relevante Ausschlüsse (Bildung, Arbeitsmarkt) stabilisieren können. Neben Medien- und Mode-Objekten existiert eine weitere Objektkategorie, die ebenfalls inklusiv wirkt, jedoch in einem gänzlich anderen Sinne. Hier sind Objekte angesprochen, die Ergebnisse von *Eigenarbeit und Kreativität* sind. Eigenarbeit an Objekten kann entweder innerhalb einer *informellen Ökonomie* zum ökonomischen Überleben bzw. zur Verbesserung der Lebenssituation beitragen. Oder sie dient der aktiven *symbolischen Strukturierung der Umwelt*, der Herstellung einer (ästhetischen) Ordnung und der Bewältigung des erlebten Chaos und der Unsicherheit der Lebensbedingungen. Eigenarbeit in diesem Sinne dient in besonderer Weise aktiv dem Prozess der Kultivation, das heißt der »Objektivierung« des Subjekts und gleichzeitig der aktiven Subjektivierung menschlicher Kultur. Sie ist – neben dem politischen Engagement – eines der wenigen identifizierbaren aktiven Muster zur Bewältigung von Exklusionserfahrungen. Die verschiedenen Formen von Eigenarbeit können sowohl ökonomische Verbesserungen im Rahmen von Austauschprozessen innerhalb einer informellen Ökonomie als auch ein Plus an sozialer Anerkennung und Integration mit sich bringen. Kreative Tätigkeiten und ästhetische Strukturierungsleistungen fokussieren Aufmerksamkeit anstatt diese zu zerstreuen und zu entfremden und wirken dem Zerfall der alltäglichen Zeitstrukturen und des Identitätsgefühls entgegen. Darüber hinaus verstärken die verschiedenen Formen der Eigentätigkeit die Wahrnehmung und das Empfinden von Selbst-Wirksamkeit des Subjektes: Handlungspotentiale werden durch Eigentätigkeit und symbolische Strukturierungsleistungen hervorgehoben zu Lasten von passiven »Erleidensprozessen« und der »Schicksalhaftigkeit« der Situation. Der Schaffensprozess, der Handlungspotentiale ermöglicht und betont, und »Erleidenspotentiale« relativiert und zurückdrängt, wirkt in der Regel stabilisierend auf die motivationalen Ressourcen sowie auf die gesamte psychosoziale Situation. Inklusiv wirken diese Arbeitsformen und die Objekte, die durch sie hervorgebracht werden, in einem durchaus aktiveren, stärker selbstgesteuerten Sinne als die oben genannten »Konsum- und Medienobjekte«: Man partizipiert nicht nur mehr oder weniger passiv an kollektiver Kultur und ihren symbolischen Strömen, sondern ist in der Lage, am Prozess der »grounded economics« oder der »grounded aesthetics« durch aktive Gestaltung mitzuwirken. Die Umformung von Symbolen und/oder Materie und die expressive Umsetzung des eigenen Identitätsentwurfs eröffnen die Chance, am beständigen kulturellen Transformationsprozess mitzuwirken, und damit passiv erfahrener Exklusion und Stigmatisierung handelnd entgegenzuwirken, sich vom Objekt zum Subjekt des Prozesses zu wandeln.

Eine weitere Kategorie der Dinge wirkt inklusiv vor allem auf die eigene Biografie, auf den eigenen Lebenslauf und vermag es, verschiedene Ereignislinien und Sinnstrukturen zu integrieren. Bei dieser Kategorie von Dingen handelt es sich um *biografische Objekte*, Dinge, die an besondere Wendepunkte und Schalt-

stellen des Lebenslaufs erinnern und diese symbolisieren oder Dinge, die gewonnene Grundüberzeugungen oder Lernerfahrungen zum Ausdruck bringen. Biografische Objekte können »Kindheitsdinge« sein, zum Beispiel Puppen, Stofftiere oder Kinderbücher, die an die Geborgenheit glücklicher vergangener Tage erinnern, die geordnete und gesicherte kindliche Unbeschwertheit repräsentieren und in das unsichere Erwachsenenleben hinein »retten« wollen. Nicht selten wird mit Hilfe dieser Objekte der Versuch der symbolischen und emotionalen Stabilisierung in einer durch äußere und innere Faktoren destabilisierten oder gefährdeten Lebenssituation unternommen. Zu der Kategorie der biografischen Objekte gehören auch Dinge, die gewissermaßen individuell, unter Rückgriff auf kulturelle Traditionen und symbolische Bestände des kollektiven Wissens, »magisch« aufgeladen werden, von denen man sich eine positive Beeinflussung der Ereignisverläufe oder einen Schutz gegen negative äußere Einflüsse erhofft. Dinge dieser Kategorie sind – obwohl in ihren symbolischen Sinnbezügen in den kollektiven Wissensbeständen verankert – in der Regel hoch individuell kontextuiert. Es sind ganz unterschiedliche Objekte, die eine solche biografische Bedeutung, vor dem Hintergrund ganz verschiedener Lebensgeschichten und Erfahrungsstränge, erlangen. Die biografisch bedeutsamen Dinge stellen nicht primär soziale Inklusionen her, sondern haben ihre Bedeutung vor dem Hintergrund ganz persönlicher Lebensentwürfe und Ereignisverkettungen. Die biografischen Objekte vermögen es, individuelle Bedeutungshorizonte mit fragmentierten Erfahrungsbestandteilen durch ihre stoffliche, materielle Präsenz zu repräsentieren und zu integrieren. Ihre Bedeutung zielt nicht in erster Linie, sondern nur vermittelt auf soziale Inklusion; zuvorderst sind diese Objekte vor allem auf personale und biografische Integration gerichtet – nicht zuletzt eine wichtige Voraussetzung für Vergemeinschaftungen.

Diese hochindividualisierten biografischen Objekte lassen sich keinen schichtspezifischen Kulturen und Habitusformen im Bourdieuschen Sinne zuordnen, denn sie sind in hohem Maße kontextabhängig und personalisiert. Für den einen wird eine »anständige« Jacke oder Hose zum Symbol eines neuen, wieder in sich gefestigten und sozial anerkannten Lebens, für eine andere ein Babyfuß aus Stein, der Neubeginn, Unschuld und Unverletztheit einer neuen Lebensphase repräsentiert. Für wiederum eine andere Person wird eine Puppe das biografische Symbol eines rückversicherten und integrierten Lebens, das soziale Berührungängste überwindet; für jemand anderes ein »magischer« Glücksbringer in Form einer Eule, der Ordnung in das von sozialer Auflösung und Unsicherheit geprägte Leben zurückbringen soll. Die dinglichen Symbole und ihre biografischen Bezüge sind ganz verschieden und hoch individuell, während ihre Funktion bei den verschiedenen Fallbeispielen eine ähnliche ist: Sie sollen als materielle, dingliche Symbole, in denen sich spezifische, erinnerte oder erwünschte Aspekte und Merkmale des Lebensverlaufs manifestieren, eine ordnungsstiftende und integrierende Kraft in von Chaos und Ausgrenzung gezeichneten Lebenssituationen entfalten.

Die biografisch relevanten Dinge sowie die Dinge der Eigenarbeit repräsentieren im eigentlichen Wortsinne »grounded aesthetics« (oder in Analogie zu diesem Begriff, in Bezug auf die informelle Ökonomie die »grounded economics«): selbstgeschaffene, personalisierte Kulturformen, die der ökonomischen oder der symbolisch-sinnhaften Bewältigung des Lebens geschuldet sind. Folgt man den Forschern der »Cultural Studies« enthält auch der Konsum durch vielfältige Möglichkeiten und Techniken des kreativen Kombinierens, der kontextfremden Verwendung, des Samplings und des Cross-Over kreativen Eigensinn und Formen von »grounded aesthetics«. Jede kulturelle Handlung enthält wohl Spuren beider Elemente, von subjektiver Aneignung objektiver Kulturbestände einerseits und von kreativer Entäußerung, Objektivierung von subjektivem Erleben andererseits – jedoch jeweils unterschiedlich gewichtet. Man muss auf der Differenz zwischen »passiv-rezeptiver Aneignung« und »aktiv-kreativer Aneignung« von Kulturformen bestehen, selbst wenn von fließenden Grenzen und Übergängen auszugehen ist. Denn für das Subjekt und seine Haltung gegenüber der Gesellschaft macht es einen Unterschied, ob seine Beziehung zu den Dingen der Kultur von aktiver Aneignung, von selbstgesteuerter Eigentätigkeit, von spezifischen Handlungszielen geprägt ist oder vor allem aus passiver Unterhaltung und rein symbolischer Inklusion besteht. Es macht eine Differenz, ob die menschliche Ressource der Aufmerksamkeit und Kreativität lediglich »verbraucht« wird oder in einen produktiven kulturellen Aneignungs- und Schaffensprozess fließt.

Dinge sind profane Nutzenträger, doch sie sind bei weitem nicht nur das. Sie erweitern nicht nur das Spektrum und die Reichweite der menschlichen Handlungsmöglichkeiten, wirken als verlängerte Arme, Beine oder Gehirne. Sie machen den Menschen nicht nur unabhängiger von Umweltbedingungen, von Raum und Zeit, sie machen sein Leben nicht nur angenehmer und berechenbarer, sondern Dinge können nützliche Werkzeuge und ausdrucksstarke Identitätsmetaphern gleichermaßen sein. Objekte verbinden den Menschen mit seiner sozialen Gruppe und seiner Gesellschaft, sie zeigen symbolische Zugehörigkeiten und Abgrenzungen an. Objekte vermögen es, biografische Wendepunkte zu manifestieren oder zersplitterte Erfahrungsstränge und Bruchstellen symbolisch und sinnhaft zu integrieren. Diese Funktionen der Dinge basieren auf sozial zugeschriebenen Bedeutungen, aber auch auf der materiellen Beschaffenheit der Dinge und ihrer verschiedenen stofflichen Eigenschaften. Die Dinge (und ihre Beziehungen untereinander) bilden den materiellen Kern der selbstgeschaffenen Zivilisation des Menschen. Darüber hinaus bilden sie auch den materiellen Kern seiner kulturellen Überzeugungen und Sinnkonstrukte. Dinge repräsentieren die Art des Weltzugangs, der Weltdeutung und der »Weltbeherrschung« des Menschen. Deshalb sind die Dinge auch in einer nicht-materiellen Hinsicht soziologisch von Interesse, und diese »symbolische« Dimension stand im Mittelpunkt dieser Untersuchung: Dinge sind Manifestationsobjekte und Träger von Identität – in kultureller wie in individueller Hinsicht. Im ersten Kapitel wurde gezeigt,

dass mit den Dingen Wissen, Körpertechniken und Praxen von Generation zu Generation weitergegeben werden. In den Dingen, der Art ihrer Beschaffenheiten, in ihren Möglichkeiten manifestieren sich der technologische Entwicklungsstand einer Kultur – und ihre kulturellen Grundüberzeugungen, der selbstverständliche »Grund« einer Kultur, das Nicht-Explizierte und Nicht-Explizierbare. Dieses Nicht-Sagbare der Kultur, ihre nicht-explizierten Wissensbestandteile werden über körperliche Praxen und über die materiellen Artefakte, die Dinge, weitergegeben und tradiert. Werkzeuge, rituelle Gegenstände, Gebrauchsdinge, Kunstobjekte sowie die Art und Weise ihrer Handhabung, ihres Gebrauchs, vermitteln nicht-explizites gesellschaftliches Wissen. Die Dinge enthalten zu Materie geronnene menschliche Praxis, Wissen und Technologie. Doch sie enthalten noch mehr: die Idee, die Ästhetik, die sinnlich-körperlichen Bestandteile der Kultur, die nichts rein Äußerliches oder Abgelöstes sind, sondern die nicht hinterfragten Grundüberzeugungen einer Kultur dramaturgisch darstellen und vermitteln.

Dies gilt nicht nur für vormoderne Kulturen, sondern auch für unsere Moderne: Auch hier sprechen die Dinge ihre eigene Sprache: Computer, Autos, Bekleidung und die unüberschaubare Vielzahl anderer Objekte »sprechen« von der Frage der Identität in der modernen Kultur, von den kulturellen und ökonomischen Grundüberzeugungen der Gesellschaft, von ihren symbolischen Konstrukten und ihrer grenzüberschreitenden Symbolik. Der »Warenfetisch« ist Teil unserer kulturellen Identität geworden, die Auflösung der Traditionen durch die Dinge und Praxen der Moderne offensichtlich. Die Dinge als Waren – und die Bilder der Massenmedien – überschreiten Grenzen und formen Kulturen um, in einem Prozess, der jedoch bei weitem nicht unilinear oder eindeutig ist, sondern verschiedene kulturelle »Hybrid-Formen« produziert. Die Dinge sprechen auf diese Weise von unserer heutigen komplexen kulturellen Identität zwischen vormoderne Ding- und Bild-Traditionen (die man heute nur noch im »kulturellen Plural« denken kann) und der kapitalistischen Moderne, die die Dinge vereinnahmt und umformt, sie auf komplexe Weise kulturell vereinheitlicht wie differenziert. Doch auch in der Moderne sind die Dinge nicht nur Waren, nicht nur von ökonomischen Kreisläufen und technologischen Herstellungsprozessen geprägt, sondern eben auch individualisierte Objekte des Gebrauchs und der personalisierten symbolischen Bedeutungen. Die Dinge sprechen auch von individuellen Lebensentwürfen der Menschen – von den sozialen Strukturen, die personale Identität formen, aber eben auch von sehr persönlichen Bedeutungszuschreibungen und Weltzugängen. In der Dingwelt eines Menschen drücken sich, neben sozialstrukturellen Bezügen und Prägungen, auch persönliche Beziehungen, individuelle biografische Ereignisse und eigene und manchmal eigensinnige Deutungsmuster aus.

Sich in forschender Absicht an die Dinge zu wenden, macht insofern Sinn, will man die komplizierte Wechselwirkung zwischen sozialstruktureller Prägung und persönlichen Bedeutungszuschreibungen nachvollziehen. Die vorliegende



Arbeit sollte zeigen, dass die Befragung der Dinge des Menschen (und die Befragung des Menschen zu seinen Dingen) einen hervorragenden methodischen Zugang zu biografischer Identität bietet, zum Wechselspiel der Identität zwischen persönlichen Selbst-Entwürfen und sozialstrukturellen Raum-Zeit-Verortungen. Die persönlichen »Lieblingsobjekte« fungieren als Schlüssel zu Schalt- und Schnittstellen individueller Biographien, zu Wendepunkten, offenen Fragen, identitätsprägenden Erfahrungen und Erlebnissen, zu Verlusten und Gewinnen im Lebenslauf. Das Thema »Lieblingsobjekte«, das auf den ersten Blick wie ein »leichtes«, unbeschwertes Forschungsthema wirken mag, hat es bei näherer Betrachtung soziologisch »in sich« und erweist sich als vielschichtig. Die »Objekt-methode«, die in dieser Arbeit entwickelt wurde, unter Einbeziehung textlicher Narrationen und Fotografien, bietet einen produktiven und neuen methodischen Zugang zur theoretisch relevanten Schnittstelle der menschlichen Identitätskonstruktion, die zwischen subjektiven Bedeutungszuweisungen und Selbst-Erfindungen, handlungseinschränkender Sozialstruktur sowie den kollektiven symbolischen Sinnkonstrukten angesiedelt ist. Mit Hilfe der persönlichen Dinge, beispielsweise der Lieblingsobjekte, lassen sich soziale Inklusionen und Exklusionen sichtbar machen – und mehr noch, auf Deutungs- und Bewältigungsmuster, auf die Auswirkungen dieser Ein- und Ausschlüsse für personale Identität schließen. Einen Zusammenhang zwischen der »Dingkultur« und der sozialstrukturellen Positionierung machte schon die große und bahnbrechende Arbeit von Pierre Bourdieu deutlich. Jedoch sind das System der Dinge, der Geschmack, der Habitus sowie seine Verankerung in den Milieus seit Bourdieus Zeit komplexer geworden. Die dinglichen Objekte erlauben keine unmittelbare und umstandslose Zuordnung zu Positionen in Bourdieus sozialen Raum mehr, sondern erfordern eine Überprüfung an den jeweiligen milieuspezifischen und individuellen Sinnkonstruktionen. Anders als Bourdieu, der den Fokus seiner Forschung auf den schichtspezifischen »Habitus« legte, erlauben wir uns, die Frage dieser Untersuchung offener zu stellen: Welches sind die Bedeutungen der Dinge für die sozialen Prozesse der Inklusion und Exklusion? Welche Bedeutungen haben die Objekte in der individuellen Biographie mit ihren je eigenen sozialen Ein- und Ausschlüssen sowie in der selbstgesteuerten Konstruktion biografischer Identität?

Diese Arbeit nimmt für sich in vielerlei Hinsicht den Status eines explorativen Vorgehens in Anspruch – ein Vorgehen, das in Details sicher weiterentwickelt und verbessert werden kann. Doch nach dieser explorativen Arbeit kann festgestellt werden: Die sozialwissenschaftliche Welt der Objekte ist vielschichtig und beinhaltet vielfältige methodische Möglichkeiten für die Analyse sozialer Prozesse. Die persönlichen Objekte bilden empirische »Ankerpunkte« für soziale Identität. Ihre Thematisierung im Forschungsprozess ist geeignet, komplizierte Fragen der Identitätskonstruktion in ihrem Wechselspiel mit sozialen Erfahrungen methodisch zugänglich zu machen, Fragen, die textlich kaum repräsentierbar sind, da sie neben dem Sagbaren auch Unsagbares, Implizites enthalten (vgl. hierzu beispielsweise das Fallbeispiel K., Abschnitt 7.4). Über das

Hilfsmittel der Objekte (und der Fotografien der Objekte) werden diese Fragen auf vergleichsweise einfache und für die Befragten nachvollziehbare Weise empirisch angesprochen. Mit ihren Lieblingsobjekten thematisieren die Befragten, in der Regel ohne große Scheu und ganz selbstverständlich innerhalb ihrer eigenen Relevanzstrukturen für sie biografisch hochrelevante Themen, Problematiken und soziale Beziehungen, soziale Ein- und Ausschlüsse, Erfahrungen von Anerkennung und Stigmatisierung. Durch die Thematisierung der »Lieblingsobjekte« erhält man verdichtete narrativ-biografische Erzählungen und Bilder, gewissermaßen »materialisierte« und auf Kernpunkte verdichtete Entwicklungslinien sozialer Identität.

In unserem Falle erhält man vor allem Symbole für Biografien mit Auf- und Abstiegen sowie mit Ein- und Ausschlüssen – Exklusionen vom Arbeitsmarkt, von sozialen Beziehungen, von Prozessen und Verhältnissen der Anerkennung und Reziprozität. Doch stecken noch viele weitere Möglichkeiten in einem »objektsoziologischen Zugang«, die an dieser Stelle nicht systematisch ausgebreitet werden konnten: Durch die Thematisierung der persönlichen Objekte ließen sich auch typische, nicht-explizite Dimensionen von Familienstrukturen, Gender-Beziehungen, Milieu-Kulturen oder auch Generationenbeziehungen rekonstruieren. Darüber hinaus könnte man mit einer weiteren Arbeit an ähnlichen empirischen Daten weitere Aspekte der Mensch-Ding-Beziehung ausführlicher und systematisch herausarbeiten: zum Beispiel empirische Ergebnisse zur Bedeutung der materiellen Eigenschaften und der »Sinnlichkeit« der Objekte, zu den Sinnkonstruktionen der Handelnden über die dinglichen Objekte sowie zu den Möglichkeiten und Fähigkeiten der Dinge zur »Symbolisierung«, zur Expressivität der Symbole nach außen (soziale Kommunikation) und nach innen (Konstitution bzw. Bestätigung des Selbst), oder zur Bedeutung »magischer« Eigenschaften von Objekten wie Glücksbringern und Talismanen – sowie vielen anderen Detailfragen einer Objekte-Soziologie.

Weitere Forschung zu diesen verschiedenen Fragen einer »Soziologie der Dinge« wäre lohnenswert. Wenn es gelungen ist, die Welt der dinglichen Objekte methodisch und inhaltlich für die Konstitution des »Sozialen« ein Stück weiter aufzuschließen, dann hat die vorliegende Arbeit ihren Sinn erfüllt.

## Literaturverzeichnis

---

- Altenhöner, Norbert 2000: » ›Brand Lands‹ – Die dreidimensionale Inszenierung von Markenwelten«. In: Wolfgang Isenberg,/Matthias Sellmann (Hg.): Konsum als Religion? Über die Wiederverzauberung der Welt, Mönchengladbach: Neuland, S. 25-30.
- Andreß, Hans-Jürgen 1998: Empirical Poverty Research in a Comparative Perspective, Aldershot: Ashgate.
- Andreß, Hans-Jürgen 1999: Leben in Armut. Analysen der Verhaltensweisen armer Haushalte mit Umfragedaten, Opladen/Wiesbaden: VS.
- Andreß, Hans-Jürgen/Lohmann, Henning (Hg.) 2008: The Working Poor in Europe. Employment, Poverty and Globalization, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Appadurai, Arjun 1988: The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective. Cambridge Studies in Social and Cultural Anthropology, Cambridge: Cambridge University Press.
- Appadurai, Arjun 1990: »Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy«. In: Mike Featherstone (Hg.): Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity: A Theory, Culture & Society special Issue, London: Sage Publications, S. 295-310.
- Appadurai, Arjun 1998: »Globale ethnische Räume. Bemerkungen und Fragen zur Entwicklung einer transnationalen Anthropologie«. In: Ulrich Beck (Hg.): Perspektiven der Weltgesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Arringer, Rudolf M. 1918: Der weibliche Körper und seine Verunstaltungen durch die Mode, Berlin-Lichterfelde: Bermühler.
- Bachmann-Medick, Doris 2006: Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften, Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.
- Backert, Wolfram 2003: Leben im modernen Schuldturm, Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang.
- Backert, Wolfram/Lechner, Götz 2000: Und befreie uns von unseren Gläubigern, Baden-Baden: Nomos.

- Baecker, Dirk (Hg.) 2002: *Kapitalismus als Religion*, Berlin: Kadmos.
- Bandura, Albert 1997: *Self-efficacy. The Exercise of Control*, New York: Freeman.
- Barber, Benjamin R. 1999: *Demokratie im Würgegriff. Kapitalismus und Fundamentalismus – eine unheilige Allianz*, Frankfurt am Main: Fischer.
- Barber, Benjamin R. 2008: *Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Demokratie untergräbt*, München: Beck.
- Barlösius, Eva/Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang (Hg.) 2001: *Die Armut der Gesellschaft*, Opladen: Leske+Budrich.
- Barnard, Malcolm 1996: *Fashion as Communication*, London/New York: Routledge.
- Bartelheimer, Peter 2008: »Wie man an seiner Eingliederung mitwirkt. Arbeitsmarktdienstleistungen nach SGB II zwischen institutionellem und persönlichem Auftrag«. In: *Zeitschrift für Sozialreform*, Heft 1, S.11-36.
- Barthes, Roland 1980: *La chambre claire. Note sur la photographie*, Paris: Gallimard/Seuil/Cahiers du cinéma.
- Barthes, Roland 1981: *Camera Lucida. Reflexions on Photography*, New York: Hill and Wang.
- Barthes, Roland 1985: *Die Sprache der Mode*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baudrillard, Jean 1978: *Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen*, Berlin: Merve.
- Baudrillard, Jean 1983: *Laßt euch nicht verführen!*, Berlin: Merve.
- Baudrillard, Jean 1990: *Das Jahr 2000 findet nicht statt*, Berlin: Merve.
- Baudrillard, Jean 1991a: *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Baudrillard, Jean 1991b: *Der symbolische Tausch und der Tod*, München: Matthes und Seitz.
- Baudrillard, Jean 1992: *Von der Verführung*, München: Matthes und Seitz.
- Baudrillard, Jean 2006: *Die Macht der Verführung*. Audio-CD, Köln: Supposé Verlag.
- Bauman, Zygmunt 1996: »Gewalt – modern und postmodern«. In: Max Miller/Hans-Georg Soeffner (Hg.): *Modernität und Barbarei. Soziologische Zeitdiagnose am Ende des 20. Jahrhunderts*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 36-67.
- Bauman, Zygmunt 1997: *Flaneure, Spieler und Touristen. Essays zu postmodernen Lebensformen*, Hamburg: Hamburger Edition.
- Bauman, Zygmunt 2003: *Flüchtige Moderne*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bauman, Zygmunt 2005: *Verworfenes Leben. Die Ausgegrenzten der Moderne*, Hamburg: Hamburger Edition.
- Baumgart, Franzjörg (Hg.) 2000: *Theorien der Sozialisation*. 2. Aufl., Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.
- Beck, Ulrich 1997: *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Becker, Irene/Hauser, Richard 2005: Dunkelziffer der Armut. Ausmaß und Ursachen der Nicht-Inanspruchnahme zustehender Sozialhilfeleistungen, Berlin: Edition sigma.
- Becker-Schmidt, Regina 1983: Arbeitsleben Lebensarbeit. Konflikte und Erfahrungen von Fabrikarbeiterinnen, Bonn: Verlag Neue Gesellschaft.
- Becker-Schmidt, Regina/Knapp, Gudrun-Axeli/Schmidt, Beate 1984: Eines ist zuwenig, beides ist zuviel. Erfahrungen von Arbeiterfrauen zwischen Familie und Fabrik, Bonn: Verlag Neue Gesellschaft.
- Behrend, Olaf 2007: Was ist das, was da fehlt? Zur systematischen Bestimmung von subjektiven Bezügen zur Arbeit als theoretischer wie analytischer Basis des individuellen „Leidens“ an der Arbeitslosigkeit. Vortrag auf der Herbsttagung der Sektion „Soziale Ungleichheit und Sozialstrukturanalyse“ am 19. und 20. Oktober 2007, unveröff. Ms.
- Behrend, Olaf 2008: »Aktivieren als Form sozialer Kontrolle«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 40-41, S. 16-21.
- Behrend, Olaf, Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang 2008: »Sisyphos motivieren, oder: Der Umgang von Arbeitsvermittlern mit Chancenlosigkeit«. Zeitschrift für Sozialreform, Heft 1, S. 37-56.
- Bell, Daniel 1996/1975: Die nachindustrielle Gesellschaft, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Bellebaum, Alfred 1994: Vom guten Leben. Glücksvorstellungen in Hochkulturen, Berlin: Akademie Verlag.
- Bellebaum, Alfred 2002: Glücksforschung. Eine Bestandsaufnahme, Konstanz: UVK.
- Belliger, Andréa, Krieger, David J. (Hg.) 1998: Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Belting, Hans/Haustein, Lydia 1998: Das Erbe der Bilder. Kunst und moderne Medien in den Kulturen der Welt, München: Beck.
- Belting, Hans 2001: Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft, München: Fink.
- Belting, Hans 2005: Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft. München: Fink.
- Belting, Hans (Hg.) 2007: Bilderfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch, München: Fink.
- Benjamin, Walter 1963: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter 1991: Gesammelte Schriften in sieben Bänden, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Berns, Gregory: Satisfaction. Warum nur Neues uns glücklich macht, Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag.
- Bescherer, Peter/Röbenack, Silke/Schierhorn, Karen 2008: »Nach Hartz IV: Erwerbsorientierung von Arbeitslosen«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 33-34, S. 19-24.

- Bhabha, Homi K. 1998: »Culture's In-Between«. In: Stuart Hall/Paul Du Gay (Hg.): Questions of cultural identity, London: Sage Publications, S. 53-60.
- Bhabha, Homi K. 2000: Die Verortung der Kultur, Tübingen: Stauffenburg.
- Bielefeldt, Heiner/Heitmeyer, Wilhelm (Hg.) 1998: Politisierte Religion. Ursachen und Erscheinungsformen des modernen Fundamentalismus, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Binswanger, Hans Christoph 1985: Geld und Magie. Deutung u. Kritik der modernen Wirtschaft anhand von Goethes Faust, Stuttgart: Edition Weitbrecht.
- Binswanger, Hans Christoph 1991: Geld und Natur. Das wirtschaftliche Wachstum im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Ökologie, Stuttgart: Edition Weitbrecht.
- Blasius, Jörg/Friedrichs, Jürgen 2001: »„Der Geschmack der Notwendigkeit“. Lebensstile in benachteiligten Wohngebieten«. In: Eva Barlösius/Wolfgang Ludwig-Mayerhofer (Hg.): Die Armut der Gesellschaft, Opladen: Leske+Budrich, S. 337-361.
- Blask, Falko 1995: Baudrillard zur Einführung, Hamburg: Junius.
- Blien, Uwe 2008: »Arbeitslosigkeit als zentrale Dimension sozialer Ungleichheit«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 40-41, S. 3-6.
- Bocock, Robert 1993: Consumption, London: Routledge.
- Bode, Ingo 2005: »Desorganisation mit System. Die Neuordnung der „governance of welfare“ in Westeuropa«. Berliner Journal für Soziologie, Heft 2, S. 219-239.
- Bögenhold, Dieter 2000: Konsum und soziologische Theorie. In: Doris Rosenkranz, Doris/Norbert F. Schneider (Hg.) 2000: Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen: Leske+Budrich.
- Boehm, Gottfried 1978: Zu einer Hermeneutik des Bildes. In: Hans-Georg Gadamer/Gottfried Boehm (Hg.): Die Hermeneutik und die Wissenschaften, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 444-471.
- Böhme, Hartmut 1988: Natur und Subjekt, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Böhme, Hartmut 2006: Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne, Reinbeck bei Hamburg; Rowohlt.
- Boehn, Max von, 1986: Die Mode. Bd. 1: Eine Kulturgeschichte vom Mittelalter bis zum Barock, Bd. 2: Eine Kulturgeschichte vom Barock bis zum Jugendstil, München: Bruckmann Verlag.
- Boesch, Ernst E. 1983: Das Magische und das Schöne. Zur Symbolik von Objekten und Handlungen, Stuttgart-Bad Cannstatt: Frommann-Holzboog.
- Bolz, Norbert/Bosshart David 1995: Kult-Marketing – Die neuen Götter des Marktes, Düsseldorf: Econ.
- Bolz, Norbert 2000: »Kultmarketing: Von der Erlebnis- zur Sinngesellschaft«. In: Matthias Sellmann/Wolfgang Isenberg (Hg.): Konsum als Religion? Über die Wiederverzauberung der Welt, Mönchengladbach: Kühlen, S. 95-98.
- Bolz, Norbert 2002: Das konsumistische Manifest, München: Fink.
- Bolz, Norbert 2007: Das ABC der Medien, München: Fink.

- Bongard, Willi 1964: Fetische des Konsums, Hamburg: Nannen.
- Bosch, Aida 2007: Global flows: Subjekt, Mode und Konsum in den globalisierten Kreisläufen. In: Markus Gottwald/Matthias Klemm/Birgit Schulte (Hg.): KreisLäufe – CircularFlows, Berlin u.a.: LIT-Verlag, S. 21-55.
- Bosch, Gerhard/Weinkopf, Claudia (Hg.) 2007: Arbeiten für wenig Geld. Niedriglohnbeschäftigung in Deutschland, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Bourdieu, Pierre 1983: Zur Soziologie der symbolischen Formen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre 1984: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre 1998: Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre 2001: Meditationen. Zur Kritik der scholastischen Vernunft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bovenschen, Silvia (Hg.) 1986: Die Listen der Mode, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bowlby, John/Seemann, Ursula 2005: Frühe Bindung und kindliche Entwicklung, München: Reinhardt Verlag.
- Bräunlein, Peter J. 2006: »Viktor W. Turner: Rituelle Prozesse und kulturelle Transformation«. In: Stephan Moebius/Dirk Quadflieg (Hg.): Kultur. Theorien der Gegenwart, Wiesbaden: VS, S. 91-100.
- Breidenbach, Joana/Zukriegl, Ina 2000: Tanz der Kulturen: Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Brost, Harald 1984: Kunst und Mode. Eine Kulturgeschichte vom Altertum bis heute, Stuttgart: Kohlhammer.
- Bruhn, Manfred (Hg.) 2001: Die Marke: Symbolkraft eines Zeichensystems, Bern/Stuttgart/Wien: Haupt.
- Brunner, Otto/Conze, Werner/Koselleck, Reinhart 1995: Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Bürger, Peter 1998: Das Verschwinden des Subjekts. Eine Geschichte der Subjektivität von Montaigne bis Barthes, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bublitz, Hannelore 2005: In der Zerstreuung organisiert. Paradoxien und Phantasmen der Massenkultur, Bielefeld: transcript.
- Bude, Heinz/Willisch, Andreas 2006 (Hrsg.): Das Problem der Exklusion. Ausgegrenzte, Entbehrliche, Überflüssige, Hamburg: Hamburger Edition.
- Bühler, Marcel/Fuchs, Elisa 2002: Mode, Marken, Märkte. Globalisierung konkret, Bern: h.e.p.-Verlag.
- Bundesagentur für Arbeit (BA) 2008: Analytikreport der Statistik 04/2008; Internet: <http://www.pub.arbeitsagentur.de/hst/services/statistik/detail/a.html>.
- Burkhart, Günter 2007: Handymania: Wie das Mobiltelefon unser Leben verändert, Frankfurt am Main/New York: Campus.

- Busse, Tanja 2006: Die Einkaufsrevolution. Konsumenten entdecken ihre Macht, München: Blessing.
- Campbell, Colin 1987: The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism, Oxford: Blackwell.
- Campbell, Colin 1991: »Consumption: The New Wave of Research in the Humanities and Social Sciences«. In: Floyd W. Rudmin (Hg.): To Have Possessions: A Handbook on Ownership and Property, Journal of Social Behaviour and Personality (Special Issue), 6 (6), S. 57-74.
- Campbell, Colin 1994: »Consuming Goods and the Good of Consuming«. Critical Review 8(4), S. 503-520.
- Canetti, Elias 1991: Masse und Macht, Frankfurt am Main: Fischer.
- Cassirer, Ernst 1925/1977: »Das mythische Denken«. In: Ders.: Philosophie der symbolischen Formen, Bd. II, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Cassirer, Ernst 1929/1982: »Phänomenologie der Erkenntnis«. In: Ders.: Philosophie der symbolischen Formen, Bd. III, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Castel, Robert 2000a: »Die Fallstricke des Exklusionsbegriffs«. Mittelweg 36, 9. Jg./3, Hamburg, S. 11-25.
- Castel, Robert 2000b: Die Metamorphosen der sozialen Frage. Eine Chronik der Lohnarbeit, Konstanz: UVK.
- Castel, Robert/Dörre, Klaus 2008: Prekarität, Abstieg, Ausgrenzung. Die soziale Frage am Beginn des 21. Jahrhunderts, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Castells, Manuel 2002: Die Macht der Identität. Das Informationszeitalter, Teil 2, Opladen: Leske+Budrich.
- Castells, Manuel/Lindman Qiu, Jack/Fernandez-Ardevol, Mereia 2006: Mobile Communication and Society: A Global Perspective (Information Revolution and Global Politics), Cambridge/ Massachusetts: MIT Press.
- Collier, John 1957: »Photography and Anthropology. A Report on two Experiments«. American Anthropologist, 59, S. 843-859.
- Commission of the European Communities 1993: »Social Europe. Towards a Europe of Solidarity: Combating Social Exclusion«. Supplement 4.
- Coser, Lewis A. 1992: »Soziologie der Armut: Georg Simmel zum Gedächtnis«. In: Stephan Leibfried/Wolfgang Voges (Hg.): Armut im modernen Wohlfahrtsstaat, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 32, S.34-47.
- Crary, Jonathan 2002: Aufmerksamkeit. Wahrnehmung und moderne Kultur, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Csikszentmihalyi, Mihaly/Rochberg-Halton, Eugene 1989: Der Sinn der Dinge. Das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs, München: Psychologie-Verlags-Union.



- Csikszentmihalyi, Mihaly 1993: »Why We Need Things«. In: Steven Lubar (Hg.): *History from Things: Essays on Material Culture*, Washington D.C.: Smithsonian Institution Press, S. 20-29.
- Csikszentmihalyi, Mihaly 1996: *Creativity. Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, New York: Harper Collins Publishers.
- Csikszentmihalyi, Mihaly 2004: *Flow im Beruf. Das Geheimnis des Glücks am Arbeitsplatz*, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Csikszentmihalyi, Mihaly/Charpentier, Anette 2007: *Flow. Die Geheimnisse des Glücks*, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Dawkins, Richard 1976: *The Selfish Gene*, Oxford: Oxford University Press.
- Debord, Guy 1978: *Die Gesellschaft des Spektakels*, Hamburg: Edition Nautilus.
- Degele, Nina 2004: *Sich schön machen. Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheitshandeln*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Degele, Nina/Schmitz, Sigrid 2007: »Somatic Turn?«. *Soziologische Revue*, 30. Jg. /1, S. 49-59.
- Denzin, Norman K. 2000: »Reading film – Filme und Videos als sozialwissenschaftliches Erfahrungsmaterial«. In: Uwe Flick et al. (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 416-429.
- Deutschmann, Christoph 1995: »Geld als soziales Konstrukt. Zur Aktualität von Marx und Simmel«. *Leviathan*, 23. Jg./3, S. 376-393.
- Deutschmann, Christoph 1999: »Kapitalismus als Religion? Eine alte Debatte, neu eröffnet«. *Leviathan* 27. Jg./4, S. 511-517.
- Deutschmann, Christoph 2000: »Geld als ‚absolutes Mittel‘. Zur Aktualität von Simmels Geldtheorie«. *Berliner Journal für Soziologie* Band 10/3, S. 301-313.
- Deutschmann, Christoph 2001: *Die Verheißung des absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus*, Frankfurt/New York: Campus.
- Deutschmann, Christoph 2002: *Die gesellschaftliche Macht des Geldes. Leviathan Sonderheft 21*, Wiesbaden: VS.
- Deutschmann, Christoph 2002: *Postindustrielle Industriesoziologie. Theoretische Grundlagen, Arbeitsverhältnisse und soziale Identitäten*, Weinheim/München: Juventa.
- Dewey, John 1988: *Kunst als Erfahrung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Dewey, John 2002: *Wie wir denken*, Zürich: Verlag Pestalozzianum.
- Dewey, John 2003: *Philosophie und Zivilisation*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Döring, Diether/Hanesch, Walter/Huster, Ernst-Ulrich 1990: *Armut im Wohlstand*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Dörre, Klaus 2008: »Armut, Abstieg, Unsicherheit: Die soziale Frage am Beginn des 21. Jahrhunderts«. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 33-34, S. 3-6.
- Dornette, Johanna/Rauch, Angela/Schubert, Michael/Behrens, Johann/Höhne, Anke/Zimmermann, Markus 2008: »Auswirkungen der Einführung des Sozialgesetzbuches II auf erwerbsfähige hilfebedürftige Personen mit gesundheit-

- lichen Beeinträchtigungen«. In: Zeitschrift für Sozialreform, Jg. 54, H. 1, S. 79-96.
- Dostal, Werner/Reinberg, Alexander (1999): Arbeitslandschaft 2010 – Teil 2. Ungebrochener Trend in die Wissensgesellschaft. Entwicklung der Tätigkeiten und Qualifikationen. (IAB Kurzbericht Nr. 10) Internet: <http://www.iab.de/177/section.aspx/Jahrgang/1999>.
- Douglas, Mary 1981: Ritual, Tabu und Körpersymbolik. Sozialanthropologische Studien in Industriegesellschaft und Stammeskultur, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Douglas, Mary 1988: Reinheit und Gefährdung. Eine Studie zu Vorstellungen von Verunreinigung und Tabu, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Douglas, Mary 1991: Wie Institutionen denken, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Douglas, Mary/Isherwood Baron 1980: The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption, London: Penguin.
- Douglas, Mary 1992: »In defence of Shopping«. In: Reinhard Eisendle/Elfie Miklautz (Hg.): Produktkulturen. Dynamik und Bedeutungswandel des Konsums, Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 95-116.
- Droit, Roger-Pol 2005: Was Sachen mit uns machen. Philosophische Erfahrungen mit Alltagsdingen, Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Duden, Barbara 2004: »Vom „Ich“ jenseits von Identität und Körper«. In: Elisabeth Rohr (Hg.): Körper und Identität. Gesellschaft auf den Leib geschrieben, Königstein/Taunus: Helmer, S. 16-32.
- Duerr, Hans Peter 1994: Nacktheit und Scham. Der Mythos vom Zivilisationsprozeß, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Duerr, Hans Peter 1999: Der erotische Leib. Der Mythos vom Zivilisationsprozeß, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Durkheim, Émile 1994: Die elementaren Formen des religiösen Lebens, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Durkheim, Emile 1999a: Über soziale Arbeitsteilung. Studie über die Organisation höherer Gesellschaften, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Durkheim, Emile 1999b: Der Selbstmord, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Eco, Umberto (Hg.) 2004: Die Geschichte der Schönheit, München: Hanser.
- Elias, Norbert 1969/1939: Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. 2 Bände, Bern/München: Francke.
- Elias, Norbert 1991: The Symbol Theory, London u. a.: Sage Publications.
- Englisch, Felicitas 1991: »Bildanalyse in strukturalhermeneutischer Einstellung. Methodische Überlegungen und Analysebeispiele«. In: Detlef Ganz, Detlef/Klaus Kraimer (Hg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung: Konzepte, Methoden, Analyse, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 133-176.
- Erikson, Erik 1966: Identität und Lebenszyklus, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Erikson, Erik 1968: Kindheit und Gesellschaft, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Erikson, Erik 1970: Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel, Stuttgart: Klett-Cotta.

- Esposito, Elena 2004: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Evers, Hans-Dieter/Gerke, Solvay 1999: »Globale Märkte und symbolischer Konsum: Visionen von Modernität in Südostasien«. In: Claudia Rademacher/Markus Schroer /Peter Wiechens (Hg.): Spiel ohne Grenzen? Ambivalenzen der Globalisierung, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 35-52.
- Ezzy, Douglas 1998: »Theorizing Narrative Identity: Symbolic Interactionism and Hermeneutics«. *The Sociological Quarterly*, Vol. 34/2, S. 239-252.
- Ezzy, Douglas 2000: »Fate and Agency in Job Loss Narratives«. *Qualitative Sociology*, Vol. 23/ 1, S. 121-134.
- Farzin, Sina 2006: Inklusion/Exklusion. Entwicklungen und Probleme einer systemtheoretischen Unterscheidung, Bielefeld: transcript.
- Featherstone, Mike 1991: *Consumer Culture and Postmodernism*, London u. a.: Sage Publications.
- Featherstone, Mike 2000: »Postmodernismus und Konsumkultur. Die Globalisierung der Komplexität«. In: Caroline Y. Robertson/Carsten Winter (Hg.): *Kulturwandel und Globalisierung*, Baden-Baden: Nomos, S. 77-106.
- Fiske, John 2000: *Lesarten des Populären*, Wien: Turia und Kant.
- Fiske, John 2001: *Die Fabrikation des Populären: Der John-Fiske-Reader*. Hg. von Rainer Winter u. Lothar Mikos, Bielefeld: transcript.
- Flam, Helena 2002: *Soziologie der Emotionen*, Konstanz: UVK.
- Flügel, Johann Carl 1950: *The Psychology of Clothes*, London: Hogarth Press.
- Floss, Harald 2005: »Die Kunst der Eiszeit in Europa«. In: Wolfgang Schürle/Nicholas J. Conard (Hg.): *Zwei Weltalter. Eiszeitkunst und die Bildwelt Willi Baumeisters*. Galerie 40tausend Jahre Kunst. Urgeschichtliches Museum Blaubeuren, Ostfildern: Hatje Cantz Verlag.
- Flusser, Villem 1978: »Die kodifizierte Welt«. *Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken*, Nr. 359, 32. Jg., H. 4, S. 374.
- Flusser, Villem 1983: *Für eine Philosophie der Fotografie*, Göttingen: European Photography.
- Flusser, Villem 1993: *Dinge und Undinge*, München/Wien: Hanser.
- Flusser, Villem 1995: *Die Revolution der Bilder. Der Flusser Reader zu Kommunikation, Medien und Design*, Mannheim: Bollmann.
- Fourastié, Jean 1969: *Die große Hoffnung des zwanzigsten Jahrhunderts*, Frankfurt am Main: Bund.
- Frackowiak, Ute 1994: *Der gute Geschmack. Studien zur Entwicklung des Geschmacksbegriffs*, München: Fink.
- Franck, Georg 1998: *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*, München/Wien: Hanser.
- Fraser, Nancy/Honneth, Axel 2003: *Umverteilung oder Anerkennung? Eine politisch-philosophische Kontroverse*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Frei, Helmut 1997: Tempel der Kauflust. Eine Geschichte der Warenhauskultur, Berlin: Peter Lang.
- Frese, Michael 2008: »Arbeitslosigkeit: Psychologische Perspektive«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 40-41, S. 22-25.
- Freud, Sigmund 1924: »Zur Einführung des Narzissmus«. In: Gesammelte Schriften, Bd. VII, Leipzig u.a.: Internationaler Psychoanalytischer Verlag.
- Freud, Sigmund 1924: »Totem und Tabu«. In: Gesammelte Schriften, Bd. X, Leipzig u.a.: Internationaler Psychoanalytischer Verlag.
- Friedeburg, Robert v. 2002: Lebenswelt und Kultur der unterständischen Schichten in der frühen Neuzeit, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag
- Friese, Susanne 1998: »Zum Zusammenhang von Selbst, Identität und Konsum«. In: Michael Neuner/Lucia A. Reisch, Lucia (Hg.): Konsumperspektiven, Berlin: Duncker & Humblot, S. 35-54.
- Friese, Susanne 2000: Self-concept and Identity in a Consumer Society, Marburg: Tectum.
- Fuchs, Andreas/Horoba, Hagen 2008: <http://www.glauben-und-kaufen.de>
- Ganssmann, Heiner 1996: Geld und Arbeit. Wirtschaftssoziologische Grundlagen einer Theorie der modernen Gesellschaft, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Gaugele, Elke/Reiss, Kristina (Hg.) 2003: Jugend, Mode, Geschlecht. Die Inszenierung des Körpers in der Konsumkultur, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Gaugele, Elke 2005: »Style-Post-Produktionen. Paradoxien des Samplings«. In : Gabriele Mentges/Birgit Richard (Hg.) : Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien., Frankfurt am Main/New York: Campus. S. 221-236.
- Gardner, Christine 2001: Die Kulturgeschichte der Herrenmode, Egelsbach u.a.: Fouqué Literaturverlag.
- Gebauer, Ronald/Petschauer, Hanna/Vobruba, Georg 2003: Wer sitzt in der Armutsfalle? Selbstbehauptung zwischen Sozialhilfe und Arbeitsmarkt, Berlin: edition sigma.
- Gehlen, Arnold 1940: Der Mensch. Seine Natur und Stellung in der Welt, Berlin: Junker u. Dünnhaupt.
- Geiger, Theodor, 1949: Die Klassengesellschaft im Schmelztiegel, Köln und Hagen: Gustav Kiepenheuer.
- Giddens, Anthony 2008: Konsequenzen der Moderne, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gill, Eric 1983: A Holy Tradition of Working, West Stockbridge: Lindisfarne Press.
- Gimpel, Denise 2004: »Wespentaille und Lotosfüße. Eingeschnürte Frauen in Ost und West an der Schwelle des 20. Jahrhunderts«. In: Elisabeth Rohr (Hg.): Körper und Identität. Gesellschaft auf den Leib geschrieben, Königstein/Taunus: Helmer, S. 215-236.

- Girtler, Roland 1986: »Kleidung als Symbol „demonstrativen Müßigganges“ bei Sandlern, Zuhältern und Aristokraten«. In: Karl Ilg/Klaus Beitz/Olaf Bockhorn (Hg.): Kleidung – Mode – Tracht. Referate der Österreichischen Volkskundetagung, Wien: Selbstverlag des Vereins für Volkskunde, S. 93-106.
- Girtler, Roland 1989: Die feinen Leute. Von der vornehmen Art, durchs Leben zu gehen, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Glötz, Peter/Bertschi, Stefan/Locke, Christ 2006 (Hg.): Daumenkultur: Das Mobiltelefon in der Gesellschaft, Bielefeld: transcript.
- Godelier, Maurice 1972: »Warenökonomie, Fetischismus, Magie und Wissenschaft«. In: Jean-Bertrand Pontalis: Objekte des Fetischismus, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 293-314.
- Godelier, Maurice 1990: Natur, Arbeit, Geschichte. Zu einer universalgeschichtlichen Theorie der Wirtschaftsformen, Hamburg: Junius.
- Godelier, Maurice 1999: Das Rätsel der Gabe. Geld, Geschenke, heilige Objekte, München: Beck.
- Goethals, Gregor T. 1998: »Ritual und die Repräsentation von Macht in Kunst und Massenkultur«. In: Andréa Belliger/David J. Krieger (Hg.): Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 303-323.
- Goetze, Dieter 1992: »„Culture of Poverty“ – eine Spurensuche«. In: Stephan Leibfried/Wolfgang, Voges (Hg.) 1992: Armut im modernen Wohlfahrtsstaat. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 32, S. 88-103.
- Goffmann, Erving 1981: Geschlecht und Werbung, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Goffman, Erving 1986: Interaktionsrituale, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Goffmann, Erving 1972: Asyl. Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gombrich, Ernst H. 1974: »The visual image«. In: David R. Olson (Hg.): Media and Symbols: the Forms of Expression, Communication und Education, Chicago: University of Chicago Press, S. 241-270.
- Gombrich, Ernst 1978: Kunst und Illusion: Zur Psychologie der bildlichen Darstellung, Stuttgart: Belser.
- Göttlich, Udo/Winter, Rainer 2000 (Hg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies, Köln: Halem.
- Göttlich, Udo 2006: Paul Willis: »Alltagsästhetik und Populärkulturanalyse«. In: Stephan Moebius/Dirk Quadflieg (Hg.): Kultur. Theorien der Gegenwart, Wiesbaden: VS, S. 394-402.
- Grossmann, Klaus E./Grossmann, Karin (Hg.) 2003: Bindung und menschliche Entwicklung. John Bowlby, Mary Ainsworth und die Grundlagen der Bindungstheorie, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Gugutzer, Robert 2004: Soziologie des Körpers, Bielefeld: transcript.
- Habermas, Tilman 1999: Geliebte Objekte, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Hahn, Hans Peter 2005: Materielle Kultur. Eine Einführung, Berlin: Dietrich Reimer.
- Halbwachs, Maurice 1950/1984: Das kollektive Gedächtnis, Frankfurt am Main: Fischer.
- Hall, Stuart 1998: »The Local and the Global: Globalization and Ethnicity«. In: Anthony D. King (Hg.): Culture, Globalization and the World-System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity, Minneapolis: University of Minnesota Press, S. 19-39.
- Hannerz, Ulf 1992: Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning, New York: Columbia University.
- Harmsen, Andrea 1999: Globalisierung und lokale Kultur. Eine ethnologische Betrachtung, Berlin u.a.: LIT -Verlag.
- Harris, Marvin 1989: Kulturanthropologie. Ein Lehrbuch, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Harris, Marvin 1990: Kannibalen und Könige. Die Wachstumsgrenzen der Hochkulturen, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Harris, Marvin 1993: Fauler Zauber. Unsere Sehnsucht nach der anderen Welt, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Haubl, Rolf 1996: »„Welcome to the Pleasure Dome“. Einkaufen als Zeitvertreib«. In: Hans A. Hartmann/Rolf Haubl (Hg.): Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 199-224.
- Haubl, Rolf 1998: Geld, Geschlecht und Konsum. Zur Psychopathologie ökonomischen Alltagshandelns, Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Hauptert, B. 1994: »Objektiv-hermeneutische Fotoanalyse am Beispiel von Soldatenfotos aus dem Zweiten Weltkrieg«. In: Detlef Garz/Klaus Kraimer (Hg.): Die Welt als Text. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 281-314.
- Hauser, Arnold 1973: Sozialgeschichte der Kunst und Literatur, München: Beck.
- Hauser, Richard 1981: Armut, Niedrigeinkommen und Unterversorgung in der Bundesrepublik Deutschland – Bestandsaufnahme und sozialpolitische Perspektiven. Mit Helga Cremer-Schäfer u. Udo Nouvertné, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Häußermann, Hartmut 1997: »Armut in den Großstädten – eine neue städtische Unterklasse?«. Leviathan, 25. Jg., H. 1, S. 12-27.
- Heidegger, Martin 1954/1994: »Das Ding«. In: Ders.: Vorträge und Aufsätze, Pfullingen: Neske, S. 163-186.
- Heinze, Andrew R. 1990: Adapting to Abundance: Jewish Immigrants, Mass Consumption, and the Search for American Identity, New York: Columbia University Press.
- Heitmeyer, Wilhelm/Müller, Joachim/Schröder, Helmut (Hg.) 1997a: Verlockender Fundamentalismus. Türkische Jugendliche in Deutschland, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Heitmeyer, Wilhelm (Hg.) 1997b: Die Bundesrepublik Deutschland auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft. Bd. 1: Was treibt die Gesellschaft auseinander? Bd. 2: Was hält die Gesellschaft zusammen?, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Heitmeyer, Wilhelm (Hg.) 1998: Krise der Städte. Analysen zu den Folgen des integrativer Stadtentwicklung für das ethnisch-kulturelle Zusammenleben, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Heitmeyer, Wilhelm/Anhut, Reimund (Hg.) 2000: Bedrohte Stadtgesellschaften. Soziale Desintegrationsprozesse und ethnisch-kulturelle Konfliktkonstellationen, Weinheim: Juventa.
- Heitmeyer, Wilhelm (Hg.) 2005: Deutsche Zustände. Folge 4, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hellmann, Kai-Uwe/Schrage, Dominik 2004: Konsum der Werbung. Reihe Konsumsoziologie und Massenkultur Bd. 1, Wiesbaden: VS.
- Hellmann, Kai-Uwe/Schrage, Dominik 2005: Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping. Reihe Konsumsoziologie und Massenkultur Bd. 2, Wiesbaden: VS.
- Henss, Martina 1994: Kleidung als Mittel der Körperstilisierung und des persönlichen Ausdrucks. Kleideranalyse auf gestaltpsychologischer Grundlage und didaktische Konsequenzen, Münster u.a.: Waxmann.
- Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Winter, Carsten (Hg.) 2005: Globalisierung und Medienkommunikation, Wiesbaden: VS.
- Hepp, Andreas/Winter, Rainer 2008: Kultur, Medien, Macht. Cultural Studies und Medienanalyse, Wiesbaden: VS.
- Heubach, Friedrich W. 1992: »Produkte als Bedeutungsträger: Die heraldische Funktion von Waren. Psychologische Bemerkungen über den kommunikativen und imaginativen Gebrauchswert industrieller Produkte«. In: Reinhard Eisendle/Elfie Miklautz (Hg.): Produktkulturen. Dynamik und Bedeutungswandel des Konsums, Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 177-197.
- Heubach, Friedrich 1996: Das bedingte Leben. Theorie der psychologischen Gegenständlichkeit der Dinge, München: Fink.
- Hilger, Marie-Elisabeth 1995: Kapital, Kapitalismus. In: Otto Brunner/Werner Conze/Reinhart Koselleck (Hg.): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Hippel, Wolfgang v. 1995: Armut, Unterschichten, Randgruppen in der frühen Neuzeit, München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Hirsch, Matthias 2004: »Körperinszenierungen. Die Funktion des Körpers in Gesellschaft und Psychotherapie«. In: Elisabeth Rohr (Hg.): Körper und Identität. Gesellschaft auf den Leib geschrieben, Königstein/Taunus: Helmer, S. 115-128
- Hirsland, Andreas/Promberger, Markus/Wenzel, Ulrich u.a. 2007: Armutsdynamik und Arbeitsmarkt. Entstehung, Verfestigung und Überwindung von

- Hilfebedürftigkeit bei Erwerbsfähigen. IAB-Projekt 896. Zwischenbericht. Juli 2007, Nürnberg.
- Hitzler, Ronald 1994: »Sinnbasteln: Zur subjektiven Aneignung von Lebensstilen«. In: Gerhard Fröhlich/Ingo Mörth (Hg.): Das symbolische Kapital der Lebensstile – Zur Kulturosoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu, Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 75-92.
- Hitzler, Ronald/Pfadenhauer, Michaela (Hg.) 2001: Techno-Soziologie. Erkundungen einer Jugendkultur, Opladen: Leske und Budrich.
- Hochschild, Arlie Russel 1983: The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling, Berkeley: University of California Press.
- Hörisch, Jochen 1985: »Die Krise des Bewußtseins und das Bewußtsein der Krise – Zu Sohn-Rethels Luzerner Exposé«. Vorwort in: Alfred Sohn-Rethel: Soziologische Theorie der Erkenntnis, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 7-34.
- Hofmann, Martin Ludwig/Korta, Tobias F./Niekisch, Sybille 2004: Culture Club. Klassiker der Kulturtheorie, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hollander, Anne 1994: Anzug und Eros. Eine Geschichte der modernen Kleidung, Berlin: Berlin-Verlag.
- Holleder, Alfons 2002: »Arbeitslosigkeit und Gesundheit. Ein Überblick über empirische Befunde und die Arbeitslosen- und Krankenkassenstatistik«. Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung MittAB 3/2002, S. 411-428. Internet: <http://www.iab.de/199/section.aspx/Publikation/k021230n19>
- Holleder, Alfons 2003: Arbeitslos – Gesundheit los – Chancenlos? IAB-Kurzbericht Nr. 4/2003; Internet: <http://www.iab.de/177/section.aspx/Jahrgang/2003> .
- Holleder, Alfons/Brand, Helmut 2006: Arbeitslosigkeit, Gesundheit und Krankheit, Bern: Huber.
- Hondrich, Karl Otto 1999: »Globalisierung der Wirtschaft – Globalisierung der Werte?«. In: Claudia Rademacher/Markus Schroer/Peter Wiechens (Hg.): Spiel ohne Grenzen? Ambivalenzen der Globalisierung, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 21-33.
- Honneth, Axel 1992: Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Horkheimer, Max, Adorno, Theodor W. 1988 (erstmalig 1944): »Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug«. In: Dies.: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main: Fischer, S. 108-150.
- Horn, Marilyn J. 1975: The Second Skin. An interdisciplinary Study of Clothing, Boston: Houghton Mifflin.
- Houellebecq, Michel 2001: Die Welt als Supermarkt: Interventionen, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Howe, Leo 1990: Being Unemployed in Northern Ireland. An Ethnographic Study, Cambridge: Cambridge University Press.



- Huysen, Andreas/Scherpe, Klaus R. (Hg.) 1993: Postmoderne. Zeichen eines kulturellen Wandels, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Illing, Frank 2006: Kitsch, Kommerz und Kult. Soziologie des schlechten Geschmacks, Konstanz: UVK.
- Illouz, Eva 2003: Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Illouz, Eva 2005: »Vermarktung der leidenschaftlichen Bedeutungswandel der Liebe im Kapitalismus«. Westend. Neue Zeitschrift für Sozialforschung. Schwerpunkt Liebe und Kapitalismus, Ausgabe 1, S. 80-95.
- Imdahl, Max 1994: »Ikonik. Bilder und ihre Anschauung«. In: Gottfried Boehm (Hg.): Was ist ein Bild?, München: Fink.
- Isenberg, Wolfgang/Sellmann, Matthias (Hg.) 2000: Konsum als Religion? Über die Wiederverzauberung der Welt, Mönchengladbach: Kühlen.
- Jäckel, Michael/Kochhan, Christoph 2000: »Notwendigkeit und Luxus. Ein Beitrag zur Geschichte des Konsums«. In: Doris Rosenkranz/Norbert F. Schneider (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen: Leske+Budrich, S. 73-94.
- Jäckel, Michael 2005: Mediensoziologie, Wiesbaden: VS.
- Jahoda, Marie/Lazarsfeld, Paul F./Zeisel, Hans 1975: Die Arbeitslosen vom Marienthal. Ein soziographischer Versuch über die Wirkungen langandauernder Arbeitslosigkeit; mit einem Anhang zur Geschichte der Soziographie, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Jahoda, Marie 1983: Wieviel Arbeit braucht der Mensch?, Weinheim u.a.: Beltz.
- James, William 1890/1950: Principles of Psychology, New York: Dover.
- James, William 1994: Was ist Pragmatismus?, Weinheim u.a.: Beltz.
- Jameson, Fredric 1993: »Postmoderne – zur Logik der Kultur im Spätkapitalismus«. In: Andreas Huysen, Andreas/Klaus R. Scherpe (Hg.): Postmoderne. Zeichen eines kulturellen Wandels, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 45-102.
- Jencks, Christopher/Peterson, Paul, E. (Hg.) 1991: The Urban Underclass, Washington: Brookings Institution Press.
- Joas, Hans 1992: Pragmatismus und Gesellschaftstheorie, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Joas, Hans 1996: Die Kreativität des Handelns, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Jordan, Bill/James, Simon/ Kay, Helen/Redley, Marcus 1991: Trapped in Poverty? Labour-market Decisions in low-income Households, London/New York: Routledge.
- Jung, Thomas/Müller-Doohm, Stefan/Voigt, Lothar 1992: »Wovon das Schlafzimmer ein Zeichen ist. Text- und Bildanalyse von Schlafräumkultur in Werbemedien«. In: Hans A. Hartmann/Rolf Haubl (Hg.): Bilderflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 245-266.

- Kalka, Jochen/Allgayer, Florian (Hg.) 2006: Zielgruppen. Wie sie leben, was sie kaufen, woran sie glauben, Landsberg am Lech: mi-Fachverlag.
- Kampe, Dietmar 1986: Soziologie der Imagination, München u. a.: Hanser.
- Katschnig-Fasch, Elisabeth 1986: »Projektionen und Inszenierungen. Überlegungen zu einer geschlechtsspezifischen Interpretation der Kleidung«. In: Karl Ilg/Klaus Beitz/Olaf Bockhorn (Hg.): Kleidung – Mode – Tracht. Referate der Österreichischen Volkskundetagung. Wien, Selbstverlag des Vereins für Volkskunde.
- Kant, Immanuel 1974: Kritik der Urteilskraft (Werkausgabe Bd. X), Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Keller, Reiner 2006b: »Michel Maffesoli: Die Wiederkehr der Stämme in der Postmoderne«. In: Stephan Moebius/Dirk Quadflieg (Hg.): Kultur. Theorien der Gegenwart, Wiesbaden: VS, S. 209-223.
- Keppler, Angela 1994: Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung, Frankfurt am Main: Fischer.
- Kiener, Franz 1956: Kleidung, Mode und Mensch. Versuch einer psychologischen Deutung, München u. a.: Reinhardt.
- Kieselbach, Thomas/Beilmann, Gert 2006: »Arbeitslosigkeit und Gesundheit. Stand der Forschung«. In: Holleederer, Alfons/Brand, Helmut (Hg.): Arbeitslosigkeit, Gesundheit und Krankheit, Bern: Huber, S. 13-31.
- King, Charles W. 1976: »Mode und Gesellschaftsstruktur«. In: Karl Gustav Specht/Günter Wiswede (Hg.): Marketing-Soziologie, Berlin: Duncker und Humblot. S. 375-392.
- Kirschner, Johannes 2008: Streetwear zwischen originaler Subkultur und erzeugtem Massenhype. Erlangen, Magisterarbeit.
- Knieper, Thomas/Müller, Marion G. 2005: War Visions. Bildkommunikation und Krieg, Köln: Halem.
- König, René 1967: Kleider und Leute. Zur Soziologie der Mode, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- König, René 1973: »Mode und Erotik«. In: Ders.: Soziologische Orientierungen. Vorträge und Aufsätze 2. Aufl. (zuerst 1965), Köln: Kiepenheuer und Witsch.
- König, René 1974: Gestaltungsprobleme der Massengesellschaft. In: Ders.: Soziologische Orientierungen, 2. Aufl. (zuerst 1965), Köln: Kiepenheuer und Witsch.
- König, René 1985: Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozeß, München/Wien: Hanser.
- Korczak, Dieter 2001: Überschuldung in Deutschland zwischen 1988 und 1999. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Stuttgart u. a.: Kohlhammer.
- Kocka, Jürgen 2000: »Arbeit früher, heute, morgen: Zur Neuartigkeit der Gegenwart«. In: Jürgen Kocka/Claus Offe (Hg.): Geschichte und Zukunft der Arbeit, Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag, S. 476-492.

- Kohl, Karl-Heinz 2003: Die Macht der Dinge. Geschichte und Theorie sakraler Objekte, München: Beck.
- Koslowski, Peter/Priddat, Birger P. 2006: Ethik des Konsums, München: Fink.
- Kreckel, Reinhard 2004: Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Kronauer, Martin 1993: Im Schatten der Arbeitsgesellschaft, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Kronauer, Martin 2002: Exklusion. Die Gefährdung des Sozialen im hoch entwickelten Kapitalismus, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Kronauer, Martin 2006: »„Exklusion“ als Kategorie einer kritischen Gesellschaftsanalyse. Vorschläge für eine anstehende Debatte«. In: Heinz Bude/Andreas Willisch (Hg.): Das Problem der Exklusion. Ausgegrenzte, Entbehrliche, Überflüssige, Hamburg: Hamburger Edition, S. 27-45.
- Kuchenbuch, Thomas 1978: »Modell 2 – Montierte Kulturklischees. Semiotische Analyse am Beispiel von Werbespots«. In: Ders.: Filmanalyse. Theorien, Modelle, Kritik, Köln: Prometh-Verlag, S. 93-129.
- Land, Rainer/Willisch, Andreas 2006: »Die Probleme mit der Integration. Das Konzept des „sekundären Integrationsmodus“«. In: Heinz Bude/Andreas Willisch (Hg.): Das Problem der Exklusion. Ausgegrenzte, Entbehrliche, Überflüssige, Hamburg: Hamburger Edition.
- Laqueur, Thomas 1992: Auf den Leib geschrieben. Die Inszenierung der Geschlechter von der Antike bis Freud, Frankfurt/New York: Campus.
- Lasch, Christopher 1986: Das Zeitalter des Narzissmus, München: dtv.
- Latour, Bruno 1995: Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie, Berlin: Akademie-Verlag.
- Latour, Bruno 2002: Iconoclash. Gibt es eine Welt jenseits des Bilderkrieges?, Berlin: Merve.
- Layard, Richard 2005: Die glückliche Gesellschaft. Kurswechsel für Politik und Wirtschaft, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Lehnert, Gertrud 1999: Mit dem Handy in der Peepshow. Die Inszenierung des Privaten im öffentlichen Raum, Berlin: Aufbau Verlag.
- Lehnert, Gertrud 2000: Geschichte der Mode im 20. Jahrhundert, Köln: Könemann.
- Lehnert, Gertrud 2003: Mode, Köln: DuMont.
- Leibfried, Stephan, Voges, Wolfgang (Hg.) 1992: »Armut im modernen Wohlfahrtsstaat«. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 32.
- Leibfried, Stephan/Leisering, Lutz u.a. 1995: Zeit der Armut. Lebensläufe im Sozialstaat, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Leisering, Lutz 2004: »Desillusionierung des modernen Fortschrittsglaubens. „Soziale Exklusion“ als gesellschaftliche Selbstbeschreibung und soziologisches Konzept«. In: Thomas Schwinn (Hg.): Differenzierung und soziale Ungleichheit, Frankfurt am Main: Humanities Online, S. 238-268.

- Leroi-Gourhan, Andre 1964/1980: Hand und Wort. Die Evolution von Technik, Sprache und Kunst, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Leviathan Sonderheft 21/2002: Die gesellschaftliche Macht des Geldes, Wiesbaden: VS.
- Levi-Strauss, Claude 1978: Traurige Tropen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Levy, Sidney J. 1959: »Symbols for Sale«. Harvard Business Review, 37, S. 117-124.
- Lewis, Oscar 1959: Five Families: Mexican Case Studies in the Culture of Poverty, New York: A Mentor Book.
- Lewis, Oscar 1968: »The Culture of Poverty«. In: Daniel Patrick Moynihan (Hg.): On Understanding Poverty. Perspectives from the Social Sciences, New York/London: Basic Books, S. 187-200.
- Liebl, Franz 2000: »„Style Wars“ – Trends als Krisenphänomen«. In: Birger P. Priddat (Hg.): Kapitalismus, Krisen, Kultur, Marburg: Metropolis, S. 131-164.
- Lindner, Rolf/Musner, Lutz (Hg.): Unterschicht. Kulturwissenschaftliche Erkundungen der „Armen“ in Geschichte und Gegenwart, Freiburg: Rombach Verlag.
- Lis, Catharina/Soly, Hugo 1979: Poverty & Capitalism in Pre-Industrial Europe, Hassocks: Harvester Press.
- Loch, Dietmar/Heitmeyer, Wilhelm 2001: Schattenseiten der Globalisierung. Rechtsradikalismus, Rechtspopulismus und Regionalismus in Westeuropa, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Loizos, Peter 2000: »Video, Film an Photographs as Research Documents«. In: Martin W. Bauer/George Gaskell (Hg.): Qualitative Researching with Text, Image and Sound, London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, S. 93-107.
- Loschek, Ingrid 1988: Mode im 20. Jahrhundert, München: Bruckmann.
- Luckmann, Thomas 2007: Lebenswelt, Identität und Gesellschaft: Schriften zur Wissens- und Protozoziologie, Konstanz: UVK.
- Ludwig-Mayerhofer 1992: Arbeitslosigkeit, Erwerbsarbeit und Armut. Längerfristige Armutsrisiken im Kontext von Haushalt und Sozialstruktur. In: Stephan Leibfried/Wolfgang Voges (Hg.): Armut im modernen Wohlfahrtsstaat, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 32, Op-laden, S. 380-402
- Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang/Behrend, Olaf/Sondermann, Ariadne 2009: Auf der Suche nach der verlorenen Arbeit. Arbeitslose und Arbeitsvermittler im neuen Arbeitsmarktregime, Konstanz: UVK.
- Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang/Promberger, Markus 2008: »Qualitative Forschung zu den Arbeitsmarktreformen«. Zeitschrift für Sozialreform, Heft 1, S. 3-10..

- Luhmann, Niklas 1995a: »Jenseits von Barbarei«. In: Ders.: Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Bd. 4, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 138-150.
- Luhmann, Niklas 1995b: »Inklusion und Exklusion«. In: Ders.: Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 237-264.
- Lunt, Peter K./Livingstone, Sonia M. 1992: Mass Consumption and Personal Identity. Everyday Economic Experience, Buckingham: Open University Press.
- Lutz, Burkart (1984): Der kurze Traum immerwährender Prosperität, Frankfurt am Main: Campus.
- Maar Christa/Burda, Hubert 2005: Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder, Köln: DuMont.
- Macionis, John J./Plummer, Ken 1998: Sociology: A Global Introduction, London: Prentice Hall.
- Maffesoli, Michel 1986: Der Schatten des Dionysos. Zu einer Soziologie des Orgasmus, Frankfurt am Main: Syndikat.
- Maffesoli, M. 1988: »Ein Vergleich zwischen Emile Durkheim und Georg Simmel«. In: Ottheim Rammstedt (Hg.): Simmel und die frühen Soziologen. Nähe und Distanz zu Durkheim, Tönnies und Max Weber, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Malinowski, Bronislaw 1986: Schriften zur Anthropologie, Frankfurt am Main: Syndikat.
- Malcolmson, R.W. 1988: »Ways of Getting a Living in 18th Century England«. In: Raymond E. Pahl (Hg.): On Work. Historical, Comparative and Theoretical Approaches, Oxford u. a.: Blackwell, S. 21-47.
- Marx, Karl 1972: Das Kapital. In: Karl Marx/Fredrich Engels: Werke, Bd. 23 (MEW 23), Berlin: Dietz.
- Mason, Roger S. 1981: Conspicuous Consumption. A Study of Exceptional Consumer Behaviour, Westmead: Gower.
- Mayring, Philipp 1997: Psychologie des Glücks, Stuttgart u. a.: Kohlhammer.
- McCracken, Grant D. 1986: »Culture and Consumption. A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods«. Journal of Consumer Research, 3, S. 71-84.
- McCracken, Grant D. 1987: »Clothing as Language: An Object Lesson in the Study of the Expressive Properties of Material Culture«. In: Berrie Reynolds/Margaret Stott (Hg.): Material Anthropology: Contemporary Approaches to Material Culture, Lanham u. a.: University Press of America, S. 103-128.
- McCracken, Grant D. 1988: Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities, Bloomington: Indiana University Press.

- McCracken, Grant D. 1990: »Culture and Consumer Behaviour: An Anthropological Perspective«. *Journal for the Market Research Society*, 32 (1), S. 3-11.
- McKendrick, Neil 1997: »Die Ursprünge der Konsumgesellschaft. Luxus, Neid und soziale Nachahmung in der englischen Literatur des 18. Jahrhunderts«. In: Hannes Siegrist/Harmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.) 1997: *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*, Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 75-108.
- Mauss, Marcel 1989: »Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften«. In: Ders.: *Soziologie und Anthropologie*, Bd. I, Frankfurt am Main: Fischer,, S. 43-182.
- Mead, George H. 1934: *Mind, Self and Society*. Hg. von C. Morris, Chicago: University of Chicago Press.
- Mead, George H. 1980/1983: *Gesammelte Aufsätze*, Bd. 1 und 2, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Meck, Sabine 2003: *Vom guten Leben. Eine Geschichte des Glücks*, Darmstadt: Primus.
- Meier, Uta/Preuße, Heide/Sunnus, Eva Maria 2003: *Steckbriefe von Armut. Haushalte in prekären Lebenslagen*, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Meller, Harald 2004: *Der geschmiedete Himmel*, Stuttgart: Theiss.
- Menger, Pierre-Michel 2006: *Kunst und Brot. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers*, Konstanz: UVK.
- Mentges, G./Richard, B. 2005: *Schönheit der Uniformität. Körper, Kleidung, Medien*, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Merleau-Ponty, Maurice 1976: *Phänomenologie der Wahrnehmung*, Berlin: de Gruyter.
- Millar, Jane 2007: »The Dynamics of Poverty and Employment: The Contribution of Qualitative Longitudinal Research of Understanding. Transitions, Adaptations and Trajectories«. *Social Policy and Society*, 6. Jg., H. 4, S. 533-544
- Max Miller/Hans-Georg Soeffner (Hg.) 1996: *Modernität und Barbarei. Soziologische Zeitdiagnose am Ende des 20. Jahrhunderts*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mitchell, William J. T. 1990: »Was ist ein Bild?«. In: Volker Bohn (Hg.): *Bildlichkeit. Internationale Beiträge zur Poetik*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 17-68.
- Mitchell, William J. T. 2003: »Interdisziplinarität und visuelle Kultur«. In: Herta Wolf (Hg.): *Diskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Band II*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 38-50.
- Mitchell, William J. T. 2005: *Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur*. München: Beck.

- Mitchell, William J. T. 2008: Bildtheorie. Hg. von Gustav Frank, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Moebius, Stephan/Quadflieg, Dirk (Hg.) 2006: Kultur. Theorien der Gegenwart, Wiesbaden: VS.
- Mohr, Katrin 2007: Soziale Exklusion im Wohlfahrtsstaat, Wiesbaden: VS.
- Mohr, Gisela/Richter, Peter 2008: »Psychosoziale Folgen von Erwerbslosigkeit und Intervention«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 40-41, S. 25-32.
- Müller, Marion G. 2003: Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden, Konstanz: UVK.
- Müller-Beck, Hansjürgen/Holdermann, Claus-Stephan/Simon, Ulrich 2001: Eiszeitkunst im süddeutsch-schweizerischen Jura. Anfänge der Kunst, Stuttgart: Theiss-Verlag.
- Müller-Beck, Hansjürgen 2004: Die Steinzeit. Der Weg der Menschen in die Geschichte, München: Beck.
- Müller-Doohm, Stefan 1993: »Visuelles Verstehen. Konzepte kultursoziologischer Bildhermeneutik«. In: Thomas Jung/Stefan Müller-Doohm (Hg.): „Wirklichkeit“ im Deutungsprozeß. Verstehen und Methoden in den Kultur- und Sozialwissenschaften, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 438-456.
- Müller-Doohm, Stefan 1996: »Die kulturelle Kodierung des Schlafes oder: Wovon das Schlafzimmer ein Zeichen ist«. Soziale Welt, 47, S. 110-122.
- Müller-Doohm, Stefan 1997: »Bildinterpretation als struktural-hermeneutische Symbolanalyse«. In: Ronald Hitzler/Anne Honer (Hg.): Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Eine Einführung, Opladen: Leske+Budrich, S. 81-108.
- Müller-Jentsch, Walther: »Künstler und Künstlergruppen. Soziologische Ansichten einer prekären Profession«. Berliner Journal für Soziologie, Heft 2, S. 159-177.
- Münch, Richard 2000: »Zwischen Affirmation und Subversion: Populärkultur im globalen System«. In: Caroline Y. Robertson/Carsten Winter (Hg.) 2000: Kulturwandel und Globalisierung, Baden-Baden: Nomos, S. 137-152.
- Mutz, Gerd/Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang/Koenen, Elmar J./Eder, Klaus/Bonß, Wolfgang 1995: Diskontinuierliche Erwerbsverläufe. Analysen zur postindustriellen Arbeitslosigkeit, Opladen: Leske+Budrich.
- Mukařovský, Jan 1970: Kapitel aus der Ästhetik, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mukařovský, Jan 1986: Schriften zur Ästhetik, Kunsttheorie und Poetik, Tübingen: Narr.
- Murphy, Gregory C./Athanasou, James A. 1999: »The effect of unemployment on mental health«. Journal of Occupational and Organizational Psychology 72, S. 83-99.
- Musiolek, Bettina 1997 (Hg.): Ich bin chic und Du mußt schuften – Frauenarbeit für den globalen Modemarkt, Frankfurt am Main: Brandes & Apsel.
- Neckel, Sighard 1991: Status und Scham. Zur symbolischen Reproduktion sozialer Ungleichheit, Frankfurt/New York: Campus.

- Neckel, Sighard 2005: »Emotion by design. Das Selbstmanagement der Gefühle als kulturelles Programm«. Berliner Journal für Soziologie, Heft 3, S. 419-430.
- Negt, Alexander/Kluge, Oskar 1981: Geschichte und Eigensinn, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Neugebauer, Gero 2008: »Die Unterschicht und die Parteien«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 40-41.
- Neumann-Braun, Klaus/Müller-Doohm, Stefan 2000: Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien, Weinheim: Juventa.
- Neurath, Otto 1980: International Picture Language/Internationale Bildersprache. Faksimile Nachdruck der engl. Ausgabe (1936) mit einer dt. Übersetzung von Marie Neurath. Department of Typography & Graphic Communication, Reading University.
- Newman, Katherine S./Massengill, Rebekah Peeples 2006: »The Texture of Hardship. Qualitative Sociology of Poverty 1995-2005«. Annual Review of Sociology, 32. Jg., S. 432-446
- Niekisch, Sybille 2004: »John Fiske. Populärkultur zwischen Alltagspraxis und Widerstand«. In: Martin Ludwig Hofmann/Tobias F. Korta/Sybille Niekisch (Hg.): Culture Club. Klassiker der Kulturtheorie, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 240-258.
- Noordhoff, Floris 2008: Persistent Poverty in the Netherlands. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Offe, Claus/Hinrichs, Karl 1977: »Sozialökonomie des Arbeitsmarktes und die Lage ‚benachteiligter‘ Gruppen auf dem Arbeitsmarkt«. In: Claus Offe (Hg.): Opfer des Arbeitsmarktes. Zur Theorie der strukturierten Arbeitslosigkeit, Neuwied u. a.: Luchterhand.
- Oswald, Andrew 1996: »Four Pieces of the Unemployment Puzzle, 1994 address to the European Association of Labour Economists«. In: The Swedish Labour Market and Work Life 1996.
- Panati, Charles 2002: Universalgeschichte der ganz gewöhnlichen Dinge, Frankfurt am Main: Eichborn.
- Panofsky, Erwin 1978: »Ikonographie und Ikonologie. Eine Einführung in die Kunst der Renaissance«. In: Ders.: Sinn und Deutung in der bildenden Kunst, Köln: DuMont, S. 36-67.
- Paugam, Serge 2008: Die elementaren Formen der Armut, Hamburg: Hamburger Edition.
- Paul, Karsten/Moser, Klaus 2001: »Negatives psychisches Befinden als Wirkung und Ursache von Arbeitslosigkeit. Ergebnisse einer Meta-Analyse«. In: Jeanette Zempel/Johann Bacher/Klaus Moser (Hg.): Erwerbslosigkeit, Opladen: Leske+Budrich, S. 83-110.
- Paul, Karsten/Hassel, Anke/Moser, Klaus 2006: »Die Auswirkungen von Arbeitslosigkeit auf die psychische Gesundheit«. In: Alfons Holleder/Helmut



- Brand (Hg.): Arbeitslosigkeit, Gesundheit und Krankheit, Bern: Huber, S. 35-52.
- Peez, Georg 2006: »Fotoanalyse nach Verfahrensregeln der Objektiven Hermeneutik«. In: Winfried Marotzki/Horst Niesyto (Hg.): Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive, Wiesbaden: VS, S. 121-141.
- Penn, Gemma 2000: »Semiotic Analysis of Still Images«. In: Martin W. Bauer/George Gaskell (Hg.): Qualitative Researching with Text, Image and Sound, London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, S. 227-245.
- Petermann, Werner 1991: »Fotografie- und Filmanalyse«. In: Uwe Flick et al. (Hg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen, München: Psychologie Verlags Union, S. 228-231.
- Pilarczyk, Ulrike/Mietzner, Ulrike 2005: Das reflektierte Bild. Die seriell-ikonografische Fotoanalyse in den Erziehungs- und Sozialwissenschaften, Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Plessner, Helmuth 1967: »Zur Hermeneutik nichtsprachlichen Ausdrucks«. In: Hans-Georg Gadamer (Hg.): Das Problem der Sprache, München: Fink, S. 555-556.
- Polanyi, Michael 1985: Implizites Wissen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Popp, Sandra; Schels, Brigitte 2008: »Do you feel excluded? The subjective experience of young state benefit recipients in Germany«. Journal of Youth Studies, Vol. 11, No. 2, S. 165-191.
- Promberger, Markus 2005: »Eine kurze Geschichte der Arbeitslosigkeit. Teil I: Vom Mittelalter bis zur Industrialisierung; Teil II: Von der Gründerzeit bis zum Ende des zweiten Weltkrieges, Teil III: Von der Ära des Wirtschaftswunders bis zum Jahr 2000«. Arbeit und Beruf, 56, NR. 1, 2 und 3.
- Promberger, Markus 2008: »Arbeit, Arbeitslosigkeit und soziale Integration«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 40-41.
- Rammstedt, Otthein (Hg.) 2003: Georg Simmels Philosophie des Geldes. Aufsätze und Materialien, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Reinberg, Alexander/Hummel, Markus 2007: »Der Trend bleibt – Geringqualifizierte sind häufiger arbeitslos«. IAB-Kurzbericht, 18, S. 18. Internet: <http://www.iab.de/177/section.aspx/Jahrgang/2007>.
- Reisch, Lucia A. 2001: »Funktionen des Konsums bei Kindern und Jugendlichen«. In: Uschi Saur/Barbara Tilke (Hg.): Jung, lässig & pleite? Konsumlust und Schuldenlast bei Kindern und Jugendlichen. Stuttgart/Bad Boll: Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg, S. 10-19.
- Reisch, Lucia A. 2002.: »Symbols for Sale: Funktionen des symbolischen Konsums«. Leviathan, Sonderheft 21, S. 226-248.
- Renn, Joachim 1999: »Der Tod des Kapitän Cook. Zur Pragmatik sozialer Integration am Beispiel einer interkulturellen Begegnung«. Handlung, Kultur, In-

- terpretation, Zeitschrift für Sozial- und Kulturwissenschaften. 8. Jg., Dezember 1999, S. 5-27.
- Renn, Joachim 2003: »Explizite und implizite Vergesellschaftung. Konturen einer Soziologie der kulturellen Lebensformen in der Moderne«. In: Jürgen Straub/Burkhardt Liebsch (Hg.): Lebensformen im Widerstreit, Integrationskonflikte in pluralen Gesellschaften, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Renn, Joachim 2005: »Die gemeinsame menschliche Handlungsweise – Das doppelte Übersetzungsproblem des sozialwissenschaftlichen Kulturvergleichs«. In: Ilja Srubar/Ulrich Wenzel/Joachim Renn (Hg.): Kulturen Vergleichen. Sozial- und kulturwissenschaftliche Grundlagen und Kontroversen, Wiesbaden: VS, S. 195-228.
- Riedel, Ingrid 1999: Farben. In Religion, Gesellschaft, Kunst und Psychotherapie, Stuttgart: Kreuz-Verlag.
- Riemann, Gerhard 1987: Das Fremdwerden der eigenen Biographie. Narrative Interviews mit psychiatrischen Patienten, München: Fink.
- Ricoeur, Paul 1974: Hermeneutik und Psychoanalyse, München: Kösel.
- Ricoeur, Paul 1986: Die lebendige Metapher, München: Fink.
- Ricoeur, Paul 1988: Zeit und Erzählung, Bd. 1: Zeit und historische Erzählung, München: Fink.
- Ritzer, George 1995: Die McDonaldisierung der Gesellschaft, Frankfurt am Main: Fischer.
- Robertson, Caroline Y./Winter, Carsten (Hg.) 2000: Kulturwandel und Globalisierung, Baden-Baden: Nomos.
- Robertson, Roland 1998: »Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit«. In: Ulrich Beck 1998: Perspektiven der Weltgesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 192-220.
- Robertson, Caroline Y./Winter, Carsten (Hg.) 2000: Kulturwandel und Globalisierung, Baden-Baden: Nomos.
- Roderer, Ursula 1986: Mode als Symbol. Ein interaktionistischer Ansatz zur Bedeutung der Mode für verschiedene Altersgruppen, Regensburg: Roderer.
- Rohr, Elisabeth (Hg.) 2004a: Körper und Identität. Gesellschaft auf den Leib geschrieben, Königstein/Taunus: Helmer.
- Rohr, Elisabeth 2004b: »Schönheitsoperationen. Eine neue Form der Körpertherapie?« In: Elisabeth Rohr (Hg.): Körper und Identität. Gesellschaft auf den Leib geschrieben. Königstein/Taunus: Helmer, S. 90-115.
- Rook, Dennis W. 1984: »Ritual Behaviour and Consumer Symbolism«. Advances in Consumer Research, 11, S. 279-284.
- Rook, Dennis W. 1985: »The Ritual Dimension of Consumer Behaviour«. Journal of Consumer Research, 12, S. 251-264.
- Rook, Dennis W. 1999: »Ritual«. In: Peter E. Earl/Simon Kemp (Hg.): The Elgar Companion to Consumer Research and Economic Psychology, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, S. 506-512.

- Rosenkranz, Doris/Schneider, Norbert F. (Hg.) 2000: Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven, Opladen: Leske+Budrich.
- Rutherford, Jonathan 1990: »The Third Space – Interview with Homi Bhabha«. In: Jonathan Rutherford (Hg.): Identity: Community, Culture, Difference, London: Lawrence & W., S. 207-221.
- Sachs-Hombach, Klaus 2005: Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Sachs-Hombach, Klaus 2006: Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft, Köln: Halem.
- Safranski, Rüdiger 2007: Romantik. Eine deutsche Affäre, München u. a.: Hanser.
- Schaffer, Johanna 2008: Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung, Bielefeld: transcript.
- Scherhorn, Gerhard 1993: »Entkommerzialisierung oder die Wiederaneignung der Wünsche«. Politische Ökologie, 11(33), S. 73-76.
- Scherhorn, Gerhard 1994: »Konsum als Kompensation«. In: Klaus-Jürgen Reinbold (Hg.): Konsumrausch: Der heimliche Lehrplan des Passivismus, Freiburg: Arbeitsgemeinschaft für Gefährdetenhilfe und Jugendschutz in der Erzdiözese Freiburg, S. 7-41.
- Scherhorn, Gerhard/Reisch, Lucia A./Raab, Gerhard 1990: Kaufsucht. Bericht über eine empirische Untersuchung, Stuttgart: Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Konsumtheorie und Verbraucherpolitik, Arbeitspapier 50.
- Schilson, Arno 2000: »Säkulare Rituale. Theologische Entdeckungen in der Konsumwelt«. In: Matthias Sellmann/Wolfgang Isenberg (Hg.): Konsum als Religion? Über die Wiederverzauberung der Welt, Mönchengladbach: Kühlen, S. 75-80.
- Schmidt, Gert 1999: »„Globalisierung“ – oder: Der gesellschaftliche Diskurs zur Sorge ums Weitermachen am Ende des 20. Jahrhunderts«. In: Gert Schmidt/Rainer Trinczek (Hg.): Globalisierung – Ökonomische und soziale Herausforderungen am Ende des 20. Jahrhunderts. Soziale Welt, Sonderband 13, S. 11-25.
- Schneider, Friedrich/Enste, Dominik 2000: Schattenwirtschaft und Schwarzarbeit: Umfang, Ursachen, Wirkungen und wirtschaftspolitische Empfehlungen, Serie Forum Wirtschaft und Soziales, München: Oldenbourg Verlag.
- Schneider, Sigrid/Grebe, Stefanie 2004: Wirklich wahr! Realitätsversprechen von Fotografien, Ostfildern: Hatje Cantz Verlag.
- Schouten, John W. 1991: »Selves in Transition: Symbolic Consumption in Personal Rites of Passage and Identity Reconstruction«. Journal of Consumer Research, 17 (4), S. 412-425.
- Schroer, Markus 2005 (Hg.): Soziologie des Körpers, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Schürle, Wolfgang/Conard, Nicholas J. 2005: Zwei Weltalter. Eiszeitkunst und die Bildwelt Willi Baumeisters. Galerie 40tausend Jahre Kunst. Urgeschichtliches Museum Blaubeuren, Ostfildern: Hatje Cantz Verlag.
- Schütz, Alfred 1932: Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie, Wien: Springer.
- Schütze, Fritz 1977: Die Technik des narrativen Interviews in Interaktionsfeldstudien – dargestellt an einem Projekt zur Erforschung von kommunalen Machtstrukturen, Universität Bielefeld, Fakultät für Soziologie, Arbeitsberichte und Forschungsmaterialien Nr. 1.
- Schütze, Fritz 1981: »Prozeßstrukturen des Lebenslaufs«. In: Joachim Mattes/Arno Pfeifenberger/Manfred Stoßberg (Hg.): Biographie im handlungswissenschaftlicher Perspektive, Nürnberg: Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung, S. 67-156.
- Schützeichel, Rainer 2005: Emotionen und Sozialtheorie. Disziplinäre Ansätze, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Schulden-Kompaß der Schufa 2007: <http://www.schulden-kompass.de>.
- Schulze, Gerhard 1990: »Die Transformation sozialer Milieus in der Bundesrepublik Deutschland«. In: Peter A. Berger/Stefan Hradil (Hg.): Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile, Soziale Welt, Sonderband 7, S. 409-432.
- Schulze, Gerhard 2005: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Schunck, Reinhard/Rogge, Benedikt 2007: Arbeitslosigkeit und Gesundheitsverhalten. Eine handlungstheoretische Rekonstruktion gesundheitlicher Ungleichheit. Vortrag auf der Herbsttagung 2007 der DGS-Sektion „Soziale Ungleichheit und Sozialstrukturanalyse“ am 10. und 20. Oktober in Nürnberg, IAB. Unveröff. Ms.
- Selle, Gert 1997: Siebensachen. Ein Buch über die Dinge, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Sellmann, Matthias/Isenberg, Wolfgang (Hg.): Konsum als Religion? Über die Wiederverzauberung der Welt, Mönchengladbach: Kühnlen.
- Sennett, Richard 1998: Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus, Berlin: Berlin Verlag.
- Siegrist, Hannes, Kaelble, Hartmut, Kocka, Jürgen (Hg.) 1997: Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Simmel, Georg 1983/1896a: Das Geld in der modernen Kultur. In: Ders.: Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl. Hrsg. von H.-J. Dahme, Otthein Rammstedt, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 78-94.
- Simmel, Georg 1983/1896b: »Zur Psychologie der Mode«. In: Ders.: Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl. Hrsg. von H.-J. Dahme, Otthein Rammstedt, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 131-140.

- Simmel, Georg 1992: Soziologie. Untersuchung über die Formen der Vergesellschaftung. Georg Simmel Gesamtausgabe Bd. 11, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Simmel, Georg 1993: »Zur Soziologie der Armut«. In: Georg Simmel Gesamtausgabe Bd. 8, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 24-57.
- Simmel, Georg 1993b: »Die Frau und die Mode«. In: Georg Simmel Gesamtausgabe Bd. 8, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 344-347.
- Simmel, Georg 1995: »Philosophie der Mode«. In: Georg Simmel Gesamtausgabe, Bd. 10, Frankfurt am Main, Suhrkamp, S. 7-37.
- Simmel, Georg 1996: »Die Mode«. In: Georg Simmel Gesamtausgabe Bd. 14, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 186-218.
- Soeffner, Hans-Georg 1992: Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags Bd. 2, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Soeffner, Hans-Georg 2004: Auslegung des Alltags – der Alltag der Auslegung. Zur wissenssoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik. 2. durchg. und erg. Auflage. Konstanz, UVK.
- Soeffner, Hans-Georg 2005: Zeitbilder. Versuche über Glück, Lebensstil, Gewalt und Schuld, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Solga, Heike 2006: »Ausbildungslose und die Radikalisierung ihrer sozialen Ausgrenzung«. In: Heinz Bude/Andreas Willisch (Hg.): Das Problem der Exklusion. Ausgegrenzte, Entbehrliche, Überflüssige, Hamburg: Hamburger Edition.
- Sombart, Werner 1902: Wirtschaft und Mode. Ein Beitrag zur Theorie der modernen Bedarfsgestaltung, Wiesbaden: Verlag J. F. Bergmann.
- Sombart, Werner 1928: »Das Warenhaus. Ein Gebilde des hochkapitalistischen Zeitalters«. In: Probleme des Warenhauses. Beiträge zur Geschichte und Erkenntnis des Entwicklung des Warenhauses in Deutschland. Hg. vom Verband deutscher Waren- und Kaufhäuser e. V. Berlin, S. 77-88.
- Sombart, Werner 1992: Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung, Berlin: Wagenbach.
- Sommer, Carlo M. 1989: Soziopsychologie der Kleidermode, Regensburg: Roderer.
- Sonderforschungsbereich 186, 2002: Statuspassagen und Risikolagen im Lebensverlauf, Abschlussbericht, hektogr. Ms., Bremen.
- Sorgo, Gabriele (Hg.) 2002: Askese und Konsum, Wien: Turia + Kant.
- Sowa, Frank 2000: Globalisierung und lokale Kultur: Am Beispiel des Wal- und Robbenfangs der grönländischen Inuit, Erlangen, unveröff. Magisterarbeit.
- Srubar, Ilja 2005: Das Politische und das Populäre. Die Herstellung der alltagsimmanenten Transzendenz durch die Massenkultur, Manuskript, Konstanz.
- Srubar, Ilja 2006: Von der Macht des Kapitals zur Macht der Semiosis. Politische Semantiken als gesellschaftliche Immunisierungsmechanismen. Vortragmanuskript.

- Srubar, Ilja/Renn, Joachim/Wenzel, Ulrich 2005: Kulturen vergleichen. Sozial- und kulturwissenschaftliche Grundlagen und Kontroversen, Wiesbaden: VS.
- Starobinski, Jean 1984: Gute Gaben, schlimme Gaben. Die Ambivalenz sozialer Gesten. Frankfurt am Main: Fischer.
- Starrin, Bengt/Svensson, Per-Gunnar 1992: »Gesundheit und soziale Ungleichheit. Über Klasse, Armut und Krankheit«. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 32/1992: Armut im modernen Wohlfahrtsstaat, S. 403-420.
- Stiegler, Bernard 2008: Die Logik der Sorge: Verlust der Aufklärung durch Technik und Medien, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Stiglitz, Joseph E./Schmidt, Thorsten 2006: Die Chancen der Globalisierung, München: Siedler.
- Stihler, Ariane 1998a: Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze, Berlin: Dunker & Humblot.
- Stihler, Ariane 1998b: »Die Bedeutung der Konsumsymbolik für das Konsumverhalten«. In: Michael Neuner/Lucia A. Reisch (Hg.): Konsumperspektiven, Berlin: Dunker & Humblot, S. 55-71.
- Strauss, Anselm 1978: Negotiations. Varieties, Contexts, Processes, and Social Order, San Francisco: Jossey-Bass.
- Strauss, Anselm 1993: Continual Permutations of Action, New York: de Gruyter.
- Taylor, Charles 1995: Das Unbehagen an der Moderne, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Teuber, Kristin 2004: »Hautritzen als Überlebenshandlung. Selbstverletzendes Verhalten von Mädchen und Frauen«. In: Elisabeth Rohr (Hg.): Körper und Identität. Gesellschaft auf den Leib geschrieben, Königstein/Taunus: Helmer, S. 128-144.
- Thiel, Erika 2004: Geschichte des Kostüms. Die europäische Mode von den Anfängen bis zur Gegenwart, Berlin: Henschel.
- Thomä, Dieter 2004: Vom Glück in der Moderne, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Thompson, E.P. 1966: The making of the English working class, New York: Vintage Books.
- Thompson, E.P. 1971: »The moral economy of the english crowd«. In: Past and Present, Vol. 50, S. 76-136.
- Thompson, Michael 1981: Die Theorie des Abfalls. Über die Schaffung und Vernichtung von Werten, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Townsend, Peter 1979: Poverty in the United Kingdom. A Survey of Household Resources and Standards of Living, Harmondsworth/Middlesex: Penguin.
- Trenz, Hans-Jörg 2005: »Das Kino als symbolische Form von Weltgesellschaft«. Berliner Journal für Soziologie Heft 3, S. 401-417.
- Turner, Victor 1989a: »Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur«. Frankfurt am Main/New York: Campus.

- Turner, Victor 1989b: Vom Ritual zum Theater. Der Ernst des menschlichen Spiels, Frankfurt am Main/New York: Edition Qumran im Campus Verlag.
- Ulrich, Wolfgang 2006: Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?, Frankfurt am Main: Fischer.
- Van Berkel, Rik/Hornemann Moller, Iver (Hg.) 2002: Active Social Policies in the EU. Inclusion through participation?, Bristol: Policy Press.
- Van Gennep, Arnold 1981/2005: Übergangsriten. (Les rites de passages). Frankfurt am Main/New York, Campus.
- Veblen, Thorstein 1958: Theorie der feinen Leute, Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Vinken, Barbara 1993: Mode nach der Mode. Kleid und Geist am Ende des 20. Jahrhunderts. Frankfurt am Main, Fischer.
- Vogel, Berthold 2004: »„Überzählige“ und „Überflüssige“. Empirische Annäherungen an die gesellschaftlichen Folgen der Arbeitslosigkeit«. Berliner Debatte Initial, 15. Jg./2, S. 11-21.
- Vogel, Berthold 2008: »Prekarität und Prekariat – Signalwörter neuer sozialer Ungleichheiten«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 33-34, S. 12-18.
- Vollmar, Klausbernd 2005: Das große Handbuch der Farben. Symbolik – Wirkung – Deutung, Krummvisch: Königsfurt.
- Vygotsky, Lev S. 1976: Psychologie der Kunst, Dresden: Verlag der Kunst.
- Vygotsky, Lev S. 1978: Mind in Society, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Vygotsky Lev S. 1985: Ausgewählte Schriften, 2 Bde, Köln: Pahl-Rugenstein.
- Wacker, Alois 2001: »Was fehlt, wenn die Arbeit fehlt? Arbeitslosigkeit aus sozialpsychologischer Perspektive«. In: Uwe Becker/Franz Segbers/Michael Wiedemeyer (Hg.): Logik der Ökonomie – Krise der Arbeit, Mainz: Matthias-Grünwald-Verlag, S. 51-64.
- Wacquant, Loïc 2003: Die Ausgeschlossenen der Stadt, Opladen: Leske + Budrich.
- Waldenfels, Bernhard 2005: Phänomenologie der Aufmerksamkeit, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Waldenfels, Bernhard 2006: Das leibliche Selbst: Vorlesungen zum Phänomen des Leibes, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Weber-Kellermann, Ingeborg 1979: Die Kindheit. Eine Kulturgeschichte, Frankfurt am Main: Insel.
- Wehling, Peter 1992: Die Moderne als Sozialmythos. Zur Kritik sozialwissenschaftlicher Modernisierungstheorien, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Wehner, Theo 2008: »Jenseits der Erwerbsarbeit liegen Antworten für eine Tätigkeitsgesellschaft. Essay«. Aus Politik und Zeitgeschichte, 40-41, S. 44-46.
- Wenzel, Ulrich 2008: »Fördern und Fordern aus der Sicht der Betroffenen: Verstehen und Aneignung von sozial- und arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen des SGB II«. Zeitschrift für Sozialreform, Heft 1, S. 57-78.

- Wiederkehr-Benz, Katrin 1973: Sozialpsychologische Funktionen der Kleidermode, Zürich: Juris.
- Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hg.) 1998: Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Willems, Herbert/Jurga, Martin 2000: »Globaler symbolischer Austausch: Zum Wandel werblicher Inszenierungslogik«. In: Caroline Y. Robertson/Carsten Winter (Hg.): Kulturwandel und Globalisierung, Baden-Baden: Nomos, S. 251-277.
- Willis, Paul (1977): Learning to labor. How working class kids get working class jobs. Westmead: Saxon House.
- Willis, Paul 1990: Common Culture: Symbolic work at play in the everyday cultures of the young, Milton Keynes: Open University Press.
- Willis, Paul 1991: Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur, Hamburg: Argument-Verlag.
- Willis, Paul 2000: The Ethnographic Imagination, Cambridge: Polity Press.
- Willke, Helmut (2001): Atopia. Studien zur atopischen Gesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Wilson, William Julius 1987: The Truly Disadvantaged: The Inner City, the Underclass, and Public Policy, Chicago: University of Chicago Press.
- Winnicott, D.W. 1979: Übergangsobjekte und Übergangsphänomene. In: Winnicott, D.W.: Vom Spiel zur Kreativität, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Winter, Rainer 2000: »Die Kunst des Handelns unter globalen Bedingungen. Zum Verhältnis von Populärkultur und Postmodernismus«. In: Caroline Y. Robertson/Carsten Winter (Hg.): Kulturwandel und Globalisierung, Baden-Baden: Nomos, S. 153-173.
- Winter, Rainer 2001: Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht, Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Winter, Rainer 2006: »Stuart Hall: Die Erfindung der Cultural Studies«. In: Stephan Moebius/Dirk Quadflieg (Hg.): Kultur. Theorien der Gegenwart, Wiesbaden: VS, S. 381-394.
- Wiswede, Günther 2000: »Konsumsoziologie – eine vergessene Disziplin«. In: Doris Rosenkranz/Norbert Schneider (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektive, Opladen: Leske + Budrich, S. 23-72.
- Wünsche, Konrad 1991: »Das Wissen im Bild – Zur Ikonographie des Pädagogischen«. Zeitschrift für Pädagogik, 27, Beiheft: Pädagogisches Wissen, S. 273-290.
- Würtz, Stefanie/Eckert, Roland 1998: »Aspekte modischer Kommunikation«. In: Herbert Willems/Martin Jurga (Hg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 177-193.
- Zirfas, Jörg 1993: Präsenz und Ewigkeit. Eine Anthropologie des Glücks, Berlin: Reimer.