

**Aus:**

AIDA BOSCH

## **Konsum und Exklusion**

### **Eine Kulturosoziologie der Dinge**

Januar 2010, 504 Seiten, kart., zahlr. farb. Abb., 33,80 €, ISBN 978-3-8376-1326-1

Dinge besitzen sowohl physische wie auch virtuelle Körper. Ausgehend von dieser Beobachtung entwickelt Aida Bosch eine »Soziologie der Dingwelt«, die sich aus weitverstreuten Ansätzen bedient. Im Zentrum der empirischen Fragestellung stehen die Dingwelten gesellschaftlicher Milieus in sozialen Randlagen. Identitätskonstruktionen sowie Formen sozialer Inklusion werden mit der eigens entwickelten »Objektesozio-logie« untersucht.

Ein innovativer Forschungsansatz, der sowohl inhaltlich wie methodisch neue Erkenntnisse und Einsichten vermittelt und zu einer kulturosoziologischen Neuausrichtung der Armuts- und Ungleichheitsforschung beiträgt.

**Aida Bosch** (PD Dr. phil.) lehrt Soziologie an der Universität Erlangen-Nürnberg.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/ts1326/ts1326.php](http://www.transcript-verlag.de/ts1326/ts1326.php)

# 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 Übergangobjekte	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	100
2.7.4 Ästhetik und Kreativität der Massenkultur	107

<b>3. Die Warenform der Dinge: Konsum und Mode in der Moderne</b>	<b>111</b>
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>	<b>163</b>
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>	<b>209</b>
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>	<b>253</b>
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>	<b>287</b>
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	429
<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 verhalfen.

»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 Milieus 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 Handlungs-rationalitäten 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 Feinessen – 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 Erwerbszusammenhängen 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 lebhaft, 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 präzise 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 vornherein 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 Neu-Erfindung 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

schaft 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 historischen 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, omniprésente 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 »eentlichen« 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 verfügbaren 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 – eindrücklichen, 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 lauernden 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.