

Julia K. Weber

Statussymbol Mode

Funktionen und Bedeutung eines Massenphänomens

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2003 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783836604826

Julia K. Weber

Statussymbol Mode

Funktionen und Bedeutung eines Massenphänomens

Magisterarbeit

ISBN: 978-3-8366-0482-6

Julia K. Weber

Statussymbol Mode

Funktionen und Bedeutung eines Massenphänomens



Julia K. Weber

Statussymbol Mode - Funktionen und Bedeutung eines Massenphänomens

ISBN: 978-3-8366-0482-6

Druck Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2007

Zugl. Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf, Deutschland, Magisterarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2007

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	3
1. KENNZEICHEN DER MODERNEN INDUSTRIEGESELLSCHAFT	9
1.1 Das Konzept der sozialen Schicht im Kontext sozialer Ungleichheit	11
1.2 Sozialer Status und Prestige im Kontext sozialer Ungleichheit	13
1.3 Implikationen von sozialer Schicht, Status und Konsumverhalten	14
2. STATUSSYMBOLE UND DER WANDEL IHRER BEDEUTUNG IM GESELLSCHAFTLICHEN KONTEXT	17
2.1 Funktionen von Statussymbolen	20
2.2 ‚Zugangsbarrieren‘ zum Erwerb von Statussymbolen oder „Barrieren der Aneignungsbeschränkung“	24
3. DEFINITION UND FUNKTIONEN DES KONSUMS IM HISTORISCHEN WANDEL	31
3.1 Die symbolischen Funktionen des Konsumverhaltens – Das Streben nach Status und Sozialprestige	32
3.2 Demonstrativer Konsum à la Veblen	34
3.2.1 Kritische Anmerkungen zu Veblen’s ‚Demonstrativem Konsum‘	38
3.3 Die symbolischen Funktionen modernen Konsumverhaltens	39
3.3.1 Repräsentativer Nutzen	41
3.3.2 Selbstbezogener Nutzen	43
4. KLEIDERMODE ALS MITTEL DER SELBSTDARSTELLUNG UND ZEICHEN VON GRUPPENZUGEHÖRIGKEIT	47
4.1 Der Kontext von Kleidermode und Bezugsgruppen	48

5. ENTSTEHUNG UND DEFINITION DES BEGRIFFES KLEIDERMODE IM GESELLSCHAFTLICHEN KONTEXT	55
5.1 Der Wandel der Kleidermode	59
5.2 Kleidermode als Statussymbol	62
5.3 Die Dialektik von Integration und Differenzierung	66
5.3.1 Kleidung, Mode und Identität	67
5.3.1.1 Kleidung, Mode und Altersgruppen	68
5.3.1.2 Kleidung, Mode und Geschlecht	75
RESÜMEE	79
LITERATURVERZEICHNIS	83

Einleitung

Alle vier Begriffe – Statussymbole, (demonstrativer) Konsum, Industriegesellschaft und Kleidermode – sind in der alltäglichen wie der wissenschaftlichen Diskussion mehr als präsent, es existiert eine Vielzahl an Definitionen und Erklärungsansätzen, die jedoch nur selten in einen übergeordneten Zusammenhang gesetzt werden. Darum sollen im Rahmen dieser Arbeit zunächst die Begriffe definiert und schließlich in ihrem Zusammenspiel analysiert werden, um eine über den Alltagssprachgebrauch hinausgehende Diskussionsgrundlage zu schaffen.

In dieser Arbeit wird zunächst der ‚demonstrative Konsum‘ von materiellen Gütern in seinen unterschiedlichen Facetten sowie anschließend die verschiedenen Bedeutungen, Funktionen und ‚Zugangsbarrieren‘ zum Erwerb von Statussymbolen am Beispiel der Kleidermode untersucht. Dies alles geschieht vor dem Hintergrund der modernen Industriegesellschaft, in der soziale Ungleichheit, d.h. auch die unterschiedliche Ausstattung der Individuen mit materiellen Gütern, nach wie vor ein wichtiges Thema darstellt. Denn die ungleiche Ressourcenausstattung bleibt nicht ohne Implikationen auf das Konsumverhalten, den (Kleidungs)-Geschmack und den Lebensstil der Menschen.

Im Zuge der Postmaterialisierung ist die heutige Gesellschaft darüber hinaus durch eine zunehmende Erlebnisorientierung gekennzeichnet, die sich quer durch alle Schichten zieht und in der Ästhetisierung des gesamten Alltagslebens gipfelt. Der Sachwert von Gütern tritt zunehmend in den Hintergrund zugunsten symbolischer Konnotationen. Diese ‚Symbolwerte‘ beziehen sich auf die Befriedigung immaterieller Bedürfnisse und Wünsche wie Hedonismusstreben, Kompensation innerer Defizite oder auch Darstellung von sozialem Rang sowie Kompetenz im alltäglichen Umgang mit Konsumgütern. Was also inzwischen für diverse Alltagsgüter und Gebrauchsgegenstände gilt, nämlich der symbolische Zusatznutzen jenseits des Gebrauchsnutzens, gilt schon seit jeher für die viel diskutierten Statussymbole. Doch was ist eigentlich ein Statussymbol? Wozu verwenden Menschen solche Symbole und wann setzen sie diese ein? Gibt es Statussymbole, die nur gruppenspezifisch genutzt werden bzw. Bedeutung entfalten? Und an wen richten sich die durch solche Symbole vermittelten Botschaften? In diesem Kontext kommt den Bezugsgruppen eines Individuums, wie später herausgearbeitet wird, eine zentrale Rolle zu.

Ein weiterer Begriff, der in enger Verbindung mit dem Statussymbol steht, ist das Schlagwort ‚demonstrativer Konsum‘ („conspicuous consumption“), das vor etwa hundert Jahren von Thorstein Veblen in den wissenschaftlichen Diskurs eingeführt wurde. Dabei wird das demonstrative Konsumieren meist mit eher negativen Assoziationen verknüpft, dies lässt sich beispielsweise gut am Wandel des Konsumbegriffes ablesen. Dennoch ist der demonstrative bzw. symbolische Konsum ein Thema, das unser tägliches Handeln bestimmt und prägt, da der Konsum inzwischen fast alle Bereiche der modernen Gesellschaft erfasst hat und sich in nahezu allen Lebensbereichen findet.

Bereits frühe Abhandlungen über das Konsumverhalten deuten darauf hin, dass Güter und Konsumhandlungen jenseits des unmittelbaren Sachnutzens auch einen symbolischen Wert besitzen.¹ Das impliziert, dass neben der Befriedigung von Grundbedürfnissen zusätzlich so genannte immaterielle Bedürfnisse existieren, die durch den Konsum materieller Güter (z.B. Kleidung) befriedigt werden sollen. Dazu zählen beispielsweise ein gewisser (Konsum-)Hedonismus, der gerade in modernen Konsumgesellschaften weit verbreitet ist, die Kompensation psychischer Defizite und Mangelzustände (z.B. Selbstwertschwäche) oder auch die Demonstration von Status und sozialem Prestige.

Darum wird Konsum im Rahmen dieser Arbeit als „[...] Konsum von Zeichen und Symbolen [...]“² verstanden, der neben den bereits genannten Funktionen auch der individuellen sowie der kollektiven Identitätskonstruktion dient.

Der dritte zu definierende Begriff ist der der Kleidermode, jedermann kennt das Sprichwort „Kleider machen Leute“ – doch so einfach wie es klingt, ist es keineswegs. Während man in früheren Zeiten beispielsweise vom textilen Äußeren des Trägers auf dessen soziokulturelle Stellung in der Gesellschaft rückschließen konnte, ist dies heutzutage nicht ohne weiteres möglich. Denn: Kleidermode ist viel mehr als ein bloßer Statusindikator, der nur auf die eindimensionalen Kriterien des besser oder schlechter (angesehen bzw. angezogen) abhebt. Sie ist ein komplexes, vielschichtiges Phänomen, das unterschiedliche Funktionen erfüllt. Traditionell wurden der Kleidermode zunächst die Funktionen Schmuck, Scham und Schutz zugeschrieben, die in der heutigen Forschung allerdings von anderen Motiven bzw. Funktionen überlagert wurden.

¹ Vgl. Mason (1984): 26-39.

² Reisch (2002): 228.