

Ludwig-Maximilians-Universität München  
Institut für Soziologie  
Konradstrasse 6  
80801 München

Hausarbeit im Rahmen des Methoden-III-Seminars „Medienbeobachtung“  
Wintersemester 2008/2009  
Dozent: Dipl.-Soz. Florian Süssenguth

## **Individualitätssemantik und Mode**

**10. April 2009**

Lisa Abbenhardt  
Studienfach: Diplom Soziologie

## **Abstract**

The aim of this paper is to analyse the interrelation between the semantics of individuality and fashion and accordingly clothes. In the course of the essay it is to be examined how psychic systems are addressed and as well suggest a certain way of wanting to be addresses through their clothes. Relating to this the usage of terms of individuality and conformity as forms of self description shall be considered according to contextual expectations. This is to be analysed theoretically by means of the Systems Theory as well as empirically through interviews and application guidebooks.

# Individualitätssemantik und Mode

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Systemtheoretische Betrachtung der Mode</b> .....	<b>5</b>
2.1 Die Semantik der Individualität .....	5
2.2 Individualität in der Konformität .....	7
<b>3. Kontextbezug und Selbstinszenierung als Individuum über Kleidung: empirische Untersuchungen</b> .....	<b>8</b>
3.1. Selbstinszenierung und Multiinklusion .....	9
3.1.1 Latente Selbstinszenierung .....	9
3.1.2 Explizite Selbstinszenierung .....	11
3.1.3 Kontextabhängigkeit und mediale Funktion von Kleidung .....	13
3.2 Inszenierungsaufwand der Nicht-Inszenierung .....	14
<b>4. Schluss</b> .....	<b>15</b>
<b>5. Quellenangabe</b> .....	<b>17</b>

# 1. Einleitung

Die Kommerzialisierung des Nichtkommerziellen in der Modewelt war vor einigen Monaten Thema in dem Artikel „Ausverkauf wider Willen“ der *Süddeutschen Zeitung* (vgl.: Gertzen 2008). Besprochen wurde, wie die als unkonventionell und provokant gefeierte Designerin Rei Kawakubo eine Kollektion für das Modehaus H&M entwarf. H&M, das gemeinhin als der Inbegriff der Massenmode gilt, umwirbt ausgerechnet eine Designerin, die hauptsächlich von Künstlern und Intellektuellen getragen wird. Die Kollektion war innerhalb weniger Minuten ausverkauft. Sich mit der Bezeichnung *außergewöhnlich* zu schmücken oder schmücken zu lassen, scheint einen besonderen Reiz zu haben. Dennoch hat es den Anschein, als würde es auch gerade im Zusammenspiel mit der Masse funktionieren. Was hinter diesem Reiz am individuellen Ausdruck über Kleidung steckt, ist eine der Interessen dieser Arbeit. Ob nun als unkonventionell Bezeichnetes massenhaft getragen wird oder nur einem kleinen Kreis zugänglich ist, in beidem kommt auch ein Konformitätsanspruch zur Geltung. Was steckt dann hinter Begriffen wie *unkonventionell* und *individuell*, die gerne im Zusammenhang mit Mode verwendet werden? Zunächst kommen dabei Erwartungen zum Ausdruck, die suggerieren, über sich selbst anhand der Kleidung Informationen anzugeben. Zum anderen werden diese Begriffe so häufig verwendet, dass sich die Frage stellt, ob sie überhaupt zum Zwecke ihrer ursprünglichen Bedeutung verwendet werden. Von daher erscheint mir interessant, welche Bedeutung diese Bezeichnungen im Allgemeinen haben und wie sie im Einzelnen verwendet werden. In dieser Arbeit soll insbesondere der Funktion der Individualitätssemantik im Rahmen von Konformitätserwartungen nachgegangen werden. Zunächst wird dabei der Begriff der Individualität bzw. der Subjektivität aus systemtheoretischer Perspektive betrachtet. Dabei sind auch die situativen Bedingungen, die eine solche Sprechweise ermöglichen, von Bedeutung. Wie Personen Begriffe, die auf *Individuen* abzielen, im Bezug auf ihre Selbstbeschreibung über Mode verwenden, soll im zweiten – empirischen Teil – der Arbeit untersucht werden. Dazu werden Interviews ausgewertet, die im Rahmen der Projektarbeit durchgeführt wurden. Des Weiteren soll im Verlauf der Arbeit die Kontextabhängigkeit und die latente Adressierung an Personen über ihre Kleidung untersucht werden. Dazu werden Bewerbungsratgeber näher betrachtet, die eine sehr spezielle Form der Selbstdarstellung über Kleidung einfordern. Im Zuge des Vergleichs der situativ bedingten Beschreibungsformen soll ebenfalls der Frage nach dem Inszenierungsaufwand über

Kleidung und der Vermutung der gewollten Nicht-Sichtbarkeit desselben nachgegangen werden.

## **2. Systemtheoretische Betrachtung der Mode**

Neben der Funktion, den Körper vor Kälte zu schützen, erfüllt Kleidung weitere Funktionen. So z.B. Signale zu senden, die suggerieren, als was bzw. wie eine Person erkannt werden will. Je nach Kontext kann der modische Ausdruck wichtiger erscheinen. In dieser Arbeit soll davon ausgegangen werden, dass Mode in keinem Kontext irrelevant ist, sondern – auch wenn sie als noch so gedankenlos gewählt erscheint – bestimmte Signale senden soll.

Zunächst wird theoretisch auf die Kategorie der Individualität eingegangen. Ich möchte der Funktion dieser nachgehen, um im späteren Teil der Arbeit diesen Begriff mit den empirischen Untersuchungen zu verbinden.

Des Weiteren wird auch theoretisch der Frage nachgegangen werden, wie das Paradox, der Forderung sich individuell zu kleiden und im gleichen Zuge konform der modischen Trends zu sein, theoretisch gesehen werden kann.

### **2.1 Die Semantik der Individualität**

In der Soziologie, wie auch im Alltag, wird oftmals von einem emphatischen Begriff der Individualität bzw. des Subjekts ausgegangen. Es wird im Prinzip unhinterfragt angenommen, dass Subjekte existieren. In dieser Vorstellung sind Subjekte, schon bevor sie in einen Kontext eintreten, mit Handlungsressourcen ausgestattet, welche es ihnen erlauben, nach eigener Entscheidungsgewalt zu agieren. Für den Alltag ist diese Annahme nicht nur funktional, sondern auch notwendig, um zu gewährleisten, dass Abläufe funktionieren ohne dass jede Handlung hinterfragt wird.

Gerade die Tatsache, dass in der Praxis unhinterfragt funktioniert, was funktioniert, ist ein möglicher Interessenschwerpunkt der Soziologie. Diese Praxis lässt sich mit einem systemtheoretischen Blick beobachten. Nach Armin Nassehi ist es von daher notwendig, das Subjekt nicht als Emphatisches, Daseindes anzusehen, sondern die Praxis zu beobachten, die überhaupt erst das herstellt, was sprachlich als Individuum aufgefasst wird.

*„What we need is a praxeological theory which does not only observe individual practices within social structures but how individuals emerge within social dynamics.” (Nassehi 2007: 109)*

Von Individuen zu sprechen ist demnach nicht eine schon immer dagewesene Selbstverständlichkeit, sondern das Ergebnis von sozialen Prozessen, die eine Adressierung von Personen als Individuen hervorbringt.

Nassehi stellt dar, wie im Zuge der funktionalen Differenzierung der Gesellschaft die Funktionssysteme ihre eigene Form der Adressierung von Personen hervorbringen. Wie beispielsweise das Rechtssystem, das für das eigene Funktionieren von eigenverantwortlichen Subjekten ausgehen muss, ebenso wie für andere Funktionssysteme. Im Zuge dessen bringen Funktionssysteme diese Art der Adressierung erst hervor. Psychische Systeme werden also in den unterschiedlichen Funktionssystemen unterschiedlich, aber immer als Subjekte inkludiert. Nassehi beschreibt die Inklusion durch Funktionssysteme als einen kommunikativen Mechanismus, der psychische Systeme als Subjekte adressiert, also mit entsprechenden Erwartungen konfrontiert und dadurch hervorbringt. Psychische Systeme sind dann in den Momenten, in denen Kontakt zu den sozialen Systemen besteht, von diesen als zurechenbare Akteure angesprochen.

*„Inclusion stands for communicative strategies of considering human beings as relevant. Inclusion is the social mechanism that constitutes human beings as accountable actors, as persons. The concept of inclusion allows us to theorize the contact between social and psychic systems not as kind of containment or membership but as a mutual process of structural coupling. What is called individuality or individualization becomes the form how persons cope with social expectations.” (ebd.: 111)*

Das Reden von Individualität bzw. die Selbstbeschreibung als Individuum ist dann also das Ergebnis einer kommunikativen Inklusion in das System.

In Luhmanns Auffassung ist Individualität im Exklusionsbereich der sozialen Systeme angesiedelt. Nur dort kann sich das psychische System als eine Einheit beschreiben. Dem fügt Nassehi hinzu, dass das Sprechen von zurechenbaren Subjekten oder Individuen, also auch die Idee davon, erst durch die Programme der sozialen Systeme ermöglicht wird. Soziale Systeme bringen also mit ihren Programmen Adressierungsform hervor, die darin resultieren, dass Systeme sich auch im Inklusionsbereich der sozialen Systeme als Individuen wahrnehmen.

*„I want to emphasize in the following that what we call individualisation is not a process of externalisation of individual life-forms from the functional systems. In contrast to this I feel that all function systems create their own programs of individualized and individualizing forms of communication.” (ebd.: 114)*

Die Funktionssysteme ermöglichen Kommunikationsformen, die eine besondere Form der individuellen Einzigartigkeit konstituieren.

Damit lässt sich an dieser Stelle festhalten, dass psychische Systeme in verschiedenen Kontexten als Individuen adressiert werden. In Folge dessen sind sie gezwungen, sich ebenso zu beschreiben, sich in den jeweiligen Kontexten an die Kommunikation anzupassen. Huttner und Teubner beschreiben das Konstrukt des Individuums in ähnlicher Weise, betonen aber noch zusätzlich, wie psychische Systeme durch Funktionssysteme quasi zu Individuen sozialisiert werden.

*„Die Denkprozesse der Psyche werden somit vom sozialen Subsystem konditioniert, aber nur indirekt, weil sich die Psyche selbst sozialisiert. Die Selbstbeobachtung psychischer Systeme orientiert sich am im Sozialsystem geformten Personenbegriff.“* (Huttner et. al. 1994: 119)

Nach diesem Theorieansatz zu Individuen, kann auch Mode als eine, ein ähnliches Kommunikationsmuster hervorbringende, Instanz gesehen werden. Mode bringt einen Personenbegriff hervor, der einfordert, sich nach seinem eigenem Stil zu kleiden. Diese Erwartungen sind nicht, wie bei der strukturellen Kopplung an Funktionssysteme, nur in diesen Situationen relevant, sondern die Erwartung, sich nach dem eigene Typ zu kleiden, sind permanent. Insofern ist die Kleidung der augenfälligste Ausdruck der Individualitätserwartung an Personen.

Die Erwartung an Personen, über ihre Kleidung ihre eigene Persönlichkeit und Einzigartigkeit zu unterstreichen, nutzt dann – auch wenn die sich kleidende Person dies nicht intendiert – anderen Personen über die Kleidung Erwartungen an die Person zu richten. In diesem Sinne ist Kleidung als Medium zu sehen.

Festzuhalten ist im Weiteren, dass Kleidung primär der Person als Medium dient, um zu vermitteln, wie sie angesehen werden möchte. Wobei davon auszugehen ist, dass es Kontexte gibt, die stärker als andere vorgeben, wie sich über Kleidung die Individualität darzustellen hat.

## **2.2 Individualität in der Konformität**

Im Vorhergehenden hat sich bereits abgezeichnet, dass Mode paradoxe Anforderungen an das psychische System stellt. Zum einen wird erwartet, dass die eigene Einzigartigkeit zum Ausdruck gebracht wird, zum anderen wird die Erwartung vermittelt, sich konform der

Situation zu kleiden, bzw. die eigene Individualität gemäß klarer Formen der Individualität zum Ausdruck zu bringen.

Dieses Paradox der Konformität und Individualität hat Elena Esposito näher untersucht. Sie beschreibt, wie in der Semantik des Individualismus das Modell und die sich daran orientierende Person zu einander stehen. „*Um modisch zu sein*“ schreibt sie, „*reicht es nicht aus, etwas (wie kreativ auch immer) zu kopieren, sondern man muß eher vom gemeinsamen Bezug ausgehen, um eine einmalige und authentische Form zu entwickeln*“ (Esposito 2003: 99). Originalität ohne jeglichen Bezugspunkt sei nicht denkbar. Insofern ist der Begriff eng mit dem der Imitation verbunden, was zunächst als Paradox erscheint (vgl. ebd.: 98). Die Originalität an sich hat zur Eigenschaft, sich immer wieder zu erneuern und vom Ursprung abzuheben. Esposito verbindet diese Eigenschaft des Begriffs direkt mit dem modernen Programm des Individualismus

„[...] wenn jedes Subjekt als unwiederholbare Einmaligkeit verstanden werden muß, ist diese Andersartigkeit die einzige Eigenschaft, die jeder mit jedem gemeinsam hat - »Anders sein können heißt dann eben: so sein wie ein anderer«“ (ebd.: 100)

Wie auch Nassehi und Huttner/Teubner es im Falle der Funktionssysteme beschrieben haben, zeigt Esposito, dass in der Rhetorik der Mode eine Adressierungsform hervorgebracht wird, die auf Einzigartigkeit anspielt, aber für jedes psychische System dieselbe Adressierungsform bereithält. Einzigartigkeit, wie es der Begriff an sich vermittelt, ist insofern nicht ohne Gemeinsamkeit zu betrachten. Konformität und Individualitätsanforderungen, die durch die Mode vermittelt werden, schließen sich nach diesem theoretischen Zugang nicht aus, sondern sind vielmehr zusammenhängende Phänomene.

Einerseits habe ich nun aus der theoretischen Grundlage geschlossen, dass Kleidung als Medium gesehen werden kann, über das ein psychisches System adressiert wird und selbst vermittelt, wie es adressiert werden möchte. Zum anderen wurde mit Elena Esposito deutlich, dass Individualität bzw. Originalität nicht ohne Nachahmung funktioniert. Wie sich dies empirisch äußert, möchte ich im Folgenden nachgehen.

### **3. Kontextbezug und Selbstinszenierung als Individuum über Kleidung: empirische Untersuchungen**



Im folgenden Teil der Arbeit werden unterschiedliche Kontexte untersucht, in denen die Kleidung von Personen relevant ist bzw. Personen über ihre Kleidung adressiert werden und darin auf ihre Individualität Bezug genommen wird.

Zunächst werden Interviews ausgewertet, worin Personen explizit zu ihrem Verhältnis zu Mode und Kleidung befragt wurden (siehe Anhang S. 1-16). Der Kontext ist gewissermaßen künstlich, da die Befragten durch die Fragen überhaupt erst über die Situation reflektieren und modischer Ausdruck, so die These, sich vielmehr latent als explizit verhält, was das Sprechen darüber zu einer besonderen Situation macht. Zusätzlich dazu werden Bilder und Kurz-Interviews der Internetzeitschrift *Jetzt* ausgewertet, wobei Personen zur persönlichen Bedeutung von Mode befragt werden.

Des Weiteren soll der These nachgegangen werden, dass es Kontexte gibt, bei denen der individuelle Ausdruck über Mode unterbunden wird. Kleidung soll in diesen Situationen gerade nicht auffallen. Umso größer scheint dann der Anspruch, sich an modische Regeln zu halten. Der Inszenierungsaufwand sieht sich insofern größeren Einschränkungen ausgesetzt. Die größeren Anforderungen an korrektes Kleiden, das dadurch korrekt ist, indem es nicht auffällt, werden anhand von Bewerbungsratgebern untersucht.

### **3.1. Selbstinszenierung und Multiinklusion**

Im Rahmen der Projektarbeit wurden vier Interviews in Form von Leitfadeninterviews durchgeführt. Dabei wurden die Personen zu ihrer Einschätzung von Mode und Trends befragt. Insbesondere war dabei die persönliche Meinung und Einschätzung über die Bedeutung und das Wesen von Trends von Interesse. Des Weiteren lag uns daran herauszufinden, wie die Personen selbst ihre Beziehung zu Kleidung und deren Bedeutung für den eigenen Selbstausdruck beschreiben. Für diese Hausarbeit ist der letztere Teil der Interviews relevant.

#### **3.1.1 Latente Selbstinszenierung**

Individualität ist ein im Kontext der Mode gerne gebrauchter Begriff. Er suggeriert, dass psychische Systeme durch ihre Kleidung ihre persönliche Einzigartigkeit zum Ausdruck bringen. Der Begriff der Individualität wird in der Abgrenzung zum *Massengeschmack* dazu genutzt anzuzeigen, dass sich hinter der sich außergewöhnlich kleidenden Person

auch ein außergewöhnlicher Charakter verbirgt. Dennoch suggeriert Mode, dass sich jedes psychische System individuell – entsprechend der Einzigartigkeit jedes Menschen – ausdrücken kann. Die Masse der Individualität quasi. Wie psychische Systeme diesen geläufigen und weit verbreiteten Begriff für sich verwenden, war eines der Interessen der Interviews.

In den Interviews wird zunächst deutlich, dass die Frage zum individuellen Ausdruck auf unsichere Reaktionen stößt. In der Situation des Interviews werden die psychischen Systeme – in Bezug auf ihre Kleidung – dazu angehalten, sich als ganze Person zu beschreiben. Wie die Antworten zeigen, erweist sich dies als Schwierigkeit. Die Frage, ob der eigene Stil als individuell bezeichnet werden kann, wird von allen Befragten negiert (vgl. Materialien S. 3f, 8, 12,15). Der Begriff an sich scheint zu stark mit Bedeutung behaftet zu sein. Die Interviewten suchen dennoch nach Beschreibungsformen, die sie selbst als Einzigartig darstellen. Sie beschreiben sich als Personen mit eigenem Geschmack und Stil.

*I: Würdest du deinen Stil als individuell bezeichnen?*

*B: Nein, ich traue mich zu wenig. Ich habe zum Beispiel eine Mitbewohnerin, die sich sehr individuell kleidet, finde ich. Also ihr ist es eigentlich völlig egal, ob Sachen zusammen passen oder nicht. Oder sie passen halt auf ihre Art zusammen und sie zieht einfach an, worauf sie Lust hat. Und ich bin immer sehr bedacht darauf, dass bei mir die Sachen zusammenpassen und dass irgendwie der Stil passt und dass ich schon auch in meinem Stil irgendwie gleich bleibe, dass ich nicht heute so und morgen so, sondern dass da irgendwie so ein Grundstil schon drin ist, den ich wahrscheinlich einfach in mir habe. Aber ich muss ehrlich sagen, ich finde mich nicht besonders individuell. (Interview 3, Materialien S. 12)*

Zwar weißt die Interviewte jede Beschreibung als individuell von sich, dennoch sucht sie nach einer Beschreibung, die sie selbst als selbständige, ganze Person charakterisiert. Sie redet von einem *Grundstil*, der *in ihr ist*. Daran wird zum einen deutlich, dass der Kontext des Interviews eine solche Reflexion erwartet. Eine Reaktion, wie *ich kleide mich massenkonform, weil dies so gemacht wird*, wäre an dieser Stelle eine unwahrscheinliche Antwort. Die Form des Interviews fordert quasi eine Selbstbeschreibung als Individuum des Interviewten ein. Die Adressierungsform an das psychische System über Mode und die Form des Interviews macht eine derartige Antwort unwahrscheinlich. Dies ist also zu bedenken und womöglich der Grund für die zum Teil stockenden Antworten.

*I: Warum kleidest du dich denn genau so, wie du dich kleidest?*

*B: Hm, weil ich [...] weil ich [...] weil ich finde, dass es gut aussieht einfach [...] (Lacht) Und, ähm, ja [...] (Interview 2, Materialien S. 8)*

Nach dem primären Suchen nach einer Antwort beschreibt die Interviewte den Grund ihrer Kleiderwahl als eine *persönliche* Meinung, die aber inhaltlich wenig aussagt. Was ein Hinweis auf die oben dargestellte Vermutung ist, dass zwar die Selbstbeschreibung individuell schwierig ist, dennoch aber nach einer Beschreibung, die auf Einzigartigkeit verweist, gesucht wird.

So bleibt auch die zweite Interviewte in der Rhetorik, die besagt, dass Einzigartigkeit in der Mode ein erstrebenswertes Ziel sei.

*I: Gut, ähm, jetzt kommen wir noch dazu, was Mode für dich ganz persönlich bedeutet. Also, was würdest du sagen, so für dich, als Viola, was bedeutet für dich Mode? 00:04:35-6*

*B: Dass ich zwar [...] Dass ich die richtige Mischung daraus finde, irgendwie individuell auszusehen, aber trotzdem nicht wie so ein Kanarienvogel rumlaufe. Also dass ich mich jetzt nicht immer kunterbunt anziehe und so, dass es schrecklich aussieht, aber halt irgendwie doch versuchen, dass man jetzt mal Anziehsachen hat, die nicht jeder hat. Dass man jetzt nicht immer nur im H&M 'ne schwarze Kapuzenjacke kauft, sondern vielleicht auch mal ein bisschen mehr ausgibt, und dafür dann auch mal was hat, was nicht jeder hat, weil für mich ist wichtig, dass nicht jeder mit dem Zeug rumläuft, was ich hab. 00:05:10-2 (Interview 2, Materialien S.7)*

Zwar hat auch sie geäußert, sich nicht individuell anzuziehen, dennoch ist es ihr sehr wichtig Dinge zu haben, *die nicht jeder hat*. Dabei scheint aber die Mischung aus zu ausgefallen und dennoch einzigartig zu sein, eine schwierige Gradwanderung für die Interviewte zu sein.

### **3.1.2 Explizite Selbstinszenierung**

Eine deutlichere Form der Selbstbeschreibung über die Kategorien der Individualität wählen die vom Jugendmagazin der *Süddeutschen Zeitung – Jetzt* – gewählten Personen. Die Internetzeitschrift (vgl.: <http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/liste/1/12158>) befragt jede Woche zwei Personen zu ihrem persönlichen Kleidungsstil. Anhand der Bilder ist sichtbar, dass jeweils Personen mit einem eher ausgefallenen oder auffälligen Stil befragt werden, der dennoch aber eine gewisse Konformität zum Ausdruck bringt. Es wird in jedem der Interviews entweder auf Second-Hand-Kleidung, selbst gemachte Kleidung oder auf Flohmarkt verwiesen. Dies alles sind Inbegriffe für Einzigartigkeit, eine Einzigartigkeit,

die in der Art der Inszenierung wiederum eine Einheitlichkeit zum Ausdruck bringt. Auf dem Flohmarkt Kleidung zu kaufen ist quasi in.<sup>1</sup>

Wiederum ist hierbei auf die Auswahl der befragten Personen zu achten. *Jetzt* wird vermutlich diejenigen Interviews veröffentlichen, die in gewisser Weise diesem Bild entsprechen, also eine bestimmte Lesergruppe ansprechen.

**I:** *Hi Jo! Wie nennt sich Dein Style?*

**B:** *Den habe ich exklusiv. Alles selbst zusammengestellt. Eine Mischung aus Emo, Bollo, Punk und Hip Hop würde ich sagen. Besonders gefällt mir mein Kapuzenpullover. Ist super-bequem und hat trotzdem ein cooles Design. Früher war ich ja komplett Punk. Man sieht, ich experimentiere gerne. Ich habe schon in die unterschiedlichsten Szenen reingeschnuppert. [...] Ich habe mir vor kurzem zwei Lippenpiercings gestochen, was gut geklappt hat. Die bunten Schnürsenkel meiner Chucks habe ich selbst zusammengenäht. Meine schwarz lackierten Fingernägel und ebenfalls schwarz gefärbten Haare runden meinen ganz individuellen Style ab. (Materialien, S. 19f)*

Auffällig ist zum einen, dass es diesem Interviewten wesentlich leichter fällt sich modisch einzuordnen, als es den Personen in unseren Interviews ergangen ist. Offensichtlich macht er sich Gedanken über die Szenen in denen er ist und welchen er sich zuordnet. Des Weiteren betont er seine Schnürsenkel und die schwarzen Haare, die seinen einzigartigen Stil betonen.

Ebenso deutlich redet ein weiterer Interviewter über seinen Kleidungsstil:

**I:** *Ist dir Kleidung wichtig?*

**B:** *Ja, für den Selbsta Ausdruck. Mode ist ein Medium, um die eigene künstlerische Vision darzustellen. Es geht dabei nicht um Geschmack, sondern um eine weitere Ebene der Inszenierung und des Ausdrucks.*

**I:** *Wie würdest du deinen Stil beschreiben?*

**B:** *Elfe meets Dandy meets Thin White Duke meets New Romanticism (Materialien, S. 23)*

Dieser von der Zeitschrift *Jetzt* Interviewte drückt in eigenen Worten aus, dass der Selbsta Ausdruck über Kleidung eine Form der Beobachtung zweiter Ordnung ist. Es geht – so könnte man sagen – in der Selbstinszenierung über Mode darum, wie man von außen gesehen und in Folge der Informationen, die über die Kleidung gesendet werden,

---

<sup>1</sup> Auch, die im Rahmen des Projektes Interviewte Second-Hand Verkäuferin, verweist darauf, dass Kleidung selbst Nähen oder ändern in sei: „[...]Obwohl im Moment macht wirklich jeder sein eigenes Ding und kreiert die Sachen selbst. **I:** Du meinst, jeder, der Mode trägt kreiert selber? **B:** [nickt] Ich meine, es geht auch darum, dass die Leute nicht alle die gleichen Maße haben. Und dass sich daher jeder mit Nähen versucht, also Kleider selber macht, kürzer macht, enger, breiter oder so was oder auch irgendeine Kleinigkeit drauf macht, damit es ein bisschen individueller ist, oder so.“ (Interview 4, Materialien, S. 13f)

eingeorndet werden möchte. Die obige Aussage zeigt, dass sich der Interviewte diesem bewusst ist und dies nutzt, um sich als *Künstler* zu inszenieren.

Weniger deutlich, aber dennoch sichtbar, ist die Beobachtung zweiter Ordnung auch bei den im Rahmen des Projektes durchgeführten Interviews. Wie oben (vgl. S. 9f) dargestellt, suchen auch diese nach Worten, um sich selber in Gruppen einzuordnen. Wenn sich dieser Interviewte als Künstler inszenieren will, so inszeniert Sarah ihre *Nicht-Auffälligkeit*. Wie auch Esposito beschrieben hat, geht es dabei weniger um Ästhetik und Schönheit der Mode, sondern um die Originalität.

### **3.1.3 Kontextabhängigkeit und mediale Funktion von Kleidung**

Anhand der zuvor dargestellten Interviews wird nun folgendes deutlich. Die stockenden Antworten bezüglich der Frage nach dem individuellen Ausdruck über Kleidung verweist zum einen auf das latente Funktionieren von Zeichen der Selbstdarstellung und zum anderen ist dies ein Hinweis auf den Kontext des Interviews, der die Befragten in die Lage versetzt, sich selbst quasi in Beobachtung zweiter Ordnung zu stellen und über sich selbst das zu erzählen, was ansonsten latent funktioniert. In der Situation des Interviews werden die psychischen Systeme als ganze Personen inkludiert, während sie über etwas erzählen sollen, was in der Alltagswelt als multiinkludierte Person funktioniert. Der betriebene Inszenierungsaufwand ist schwer zu explizieren.

Leichter fällt den von *Jetzt* interviewten Personen diese Beobachtung und Einordnung. Wie erwähnt, ist zu vermuten, dass die Zeitschrift sich bewusst Personen sucht, die sich gerne ihre Inszenierung ansehen lassen. Folgern kann man aus dem Vergleich der beiden Kontexte, dass sich hinter beiden, Formen des Inszenierungsaufwands verbergen. Nur inszenieren sich die von uns Interviewten als nicht-auffällig, als nicht-inszeniert, während die von *Jetzt* Interviewten die Inszenierung mit-inszenieren. In beiden Fllen bedarf es jedoch einem Funktionieren und Verstanden werden über Zeichen, also Kleidung. Die psychischen Systeme wissen jeweils, wie sie wirken möchten. Diese Wirkung muss jedoch auch verstanden werden. Insofern kann Kleidung als Medium einer gewissen Kommunikationsform gesehen werden. Sieht man dies so, so ist auch verständlicher warum es einer Konformität – auch im *individuellen* Ausdruck – bedarf. Die Kommunikation darf zwar Neues bergen, aber die Information muss auch an Vorheriges anschließbar sein, so dass die Einordnung funktioniert.

### 3.2 Inszenierungsaufwand der Nicht-Inszenierung

Anzunehmen ist, dass es in Alltagssituationen, in denen psychische Systeme multiinkludiert sind, mehr Zeichen bedarf, als in Situationen, in denen die ganze Person relevant ist. Dann sind die Zeichen vom Selbstaussdruck über Kleidung weniger relevant und die Einzigartigkeit der *Persönlichkeit*<sup>2</sup> von größerer Bedeutung. Um diesem nachzugehen soll zum Vergleich zum oberen Teil der Arbeit ein kurzer Blick in Bewerbungsratgeber geworfen werden.

Sowohl Uschi Schabert und Birgit Latke<sup>3</sup> als auch Michael Lorenz und Uta Rohrschneider<sup>4</sup> heben die Wichtigkeit hervor, sich in der Kleidung wohl zu fühlen und die eigene Persönlichkeit zu betonen (vgl. Schabert/Latke 2001: 80f) bzw. den eigenen Stil zu unterstreichen (vgl. Lorenz/Rohrschneider 2004: 61). Dennoch wird dies stark relativiert, indem auf eine Vielzahl von Regeln hingewiesen wird. Man solle sich „unauffällig elegant“ kleiden, „ohne »overdressed« zu wirken“ (Schabert/Latke 2001: 77). Von den Farben über die Muster der Kleidung, die Länge des Rocks, die Frisur bis hin zu dem passenden Schmuck verweisen Schabert und Latke auf die angemessene Kleidung (vgl. ebd. 74ff). Stärker noch verweisen Lorenz und Rohrschneider auf Unauffälligkeit und Eleganz; die abgebildete Checkliste umfasst alle möglichen Formen der Körperbedeckung und Schmückung. Von der richtigen Rasur bis hin zur angemessenen Aktentasche (vgl. Lorenz/Rohrschneider 2004: 61ff).

Dezentes, aber elegantes Auftreten bedarf einer aufwändigen Planung, wenn man den Ratgebern folgen möchte. Das Bewerbungsgespräch scheint eine modische Gradwanderung zu erfordern, bei der kein Detail unbeachtet gelassen werden darf.

Im Hinblick auf den Kontext ist das Absehen von individuellem Ausdruck im Bewerbungsgespräch interessant. Im Bewerbungsgespräch wird das psychische System im Hinblick auf seine berufliche Professionalität adressiert. Zwar ist davon auszugehen, dass im Allgemeinen die ganze Person relevant ist – also ihr Charakter, Interessen, Lebensgeschichte – jedoch nur im Bezug auf den möglichen Arbeitsplatz. Der

---

<sup>2</sup> Mit *Persönlichkeit* soll hier ausgedrückt werden, wie eine Person adressiert wird, wenn sie als ganze Person inkludiert wird.

<sup>3</sup> Schabert, Uschi/Latke Birgit (2001): Der Bewerbungsratgeber. Praktische Tipps für Wiedereinsteiger und Absolventen, München, S. 74-82

<sup>4</sup> Lorenz, Michael/Rohrschneider, Uta (2004): Das Vorstellungsgespräch. Richtig vorbereiten – überzeugend auftreten, Freiburg i. Br., S.60-64.

multiinkludierte Alltagsmensch ist hierbei nicht relevant. Insofern wird das psychische System hier – wie auch in den Interviews – als ganze Person, aber nur im Hinblick auf kontextspezifische Aspekte, inkludiert. Die Kleidung, die somit als Ausdruck des Persönlichen im Alltag gesehen werden kann, wird im Bewerbungsgespräch auf Grund des Interesses an der Professionalität, hinderlich. Die Forderung nach einem mehr oder weniger uniformen Auftreten soll dies gewährleisten. Wie die Bewerbungsratgeber hervorheben, soll auch diese Kleidung die Persönlichkeit unterstreichen, was auch so gelesen werden kann, dass nicht auffallen soll, wie die Person sich zum Zweck des Gesprächs als professionell inszeniert. Diese Nicht-Inszenierung erfordert insofern umso mehr Inszenierung.

#### **4. Schluss**

Im Vorhergehenden wurden drei Kontexte im Hinblick auf den Zusammenhang von Individualität und Kleidung untersucht. Allen Kontexten ist gemein, dass die Bedeutung von Kleidung durch diese Arbeit explizit gemacht wurde und nicht von sich aus explizit war. In beiden Interviewformen wurden die Personen direkt nach ihrem modischen Ausdruck gefragt, den sie wohl im Allgemeinen nicht derart thematisieren. Die stockenden Antworten in denen von uns durchgeführten Interviews sind dafür ein Anzeichen.

Beide Interviewformen haben gezeigt, dass Personen, ob explizit in der Rhetorik des Individualismus oder weniger direkt, durch Umschreibungen ihre Einzigartigkeit der Persönlichkeit durch die Kleidung ausdrücken. Die Unterschiede in der Art des Ausdrucks liegt wahrscheinlich an der Auswahl der Interviewpersonen durch die Zeitschrift *Jetzt*, bzw. durch uns. In den Interviews wurden Personen im Bezug auf ihr alltagsweltliches Verständnis von Selbstdarstellung befragt.

Der dritte Kontext hingegen bezieht sich auf professionelle Bereiche. In allen Bereichen ist Individualität ein Thema. In den ersten beiden Kontexten im Hinblick auf die Adressierung im Alltag der Multiinklusion, in letzterem Kontext in einer Situation, in der von dem multiinkludierten psychischen System abgesehen wird.

In den ersten beiden Situationen dient die Kleidung dazu, Adressierungsformen erwartbar zu machen. In der letzteren Situation ist die Adressierungsform zuvor bereits bekannt.

Jeweils wird deutlich, dass je nach Kontext unterschiedliche Adressierungsformen hervorgebracht oder erwartet werden.

Wie im obigen Teil der Arbeit (vgl. S. 5f)) dargestellt wurde, werden derartige Adressierungsformen in der Praxis hergestellt und sorgen dafür, dass sich psychische Systeme darüber selbst sozialisieren. Und so kommt es, dass es funktioniert, wie es funktioniert. Die Adressierung als Einzigartig und dennoch im Rahmen einer konformen Anforderung. Dass dies Verstanden wird ohne es zu explizieren ist ein Hinweis auf die Latenz des Funktionierens von Signalen über Kleidung.

Für die soziologische Theorie wäre es bereichernd, wenn sie Mode im Hinblick auf ihre Rolle im Exklusions- und Inklusionsmechanismus ernster nehmen würde. Also im Bezug auf den Beitrag der Mode zur Herstellung einer Individualitätssemantik. Ich nehme an, dass Mode nicht im Sinne eines Funktionssystems verstanden werden kann, aber dass sie als Medium dient, das Adressierungsformen vermittelt. Dies ist ein Thema was einer näheren Betrachtung durchaus wert ist.



## 5. Quellenangabe

### **Literatur:**

Esposito, Elena 2003: Vom Modell zur Mode. Medien und Formen der Nachahmung. In: Soziale Systeme. Zeitschrift für soziologische Theorie, H. 1, Jg. 9, S.88-104.

Huttner, Michael/Teubner, Gunther (1994): Der Gesellschaft fette Beute. Homo juridicus und homo oeconomicus als kommunikationserhaltende Fiktionen. In: Fuchs, Peter/Göbel Andreas (Hrsg.): Der Mensch - das Medium der Gesellschaft? Frankfurt/M. S. 110-145.

Luhmann, Niklas (2005): Die Form „Person“, In: Ders.: Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch, Wiesbaden: VS Verlag, S. 137-148.

Nassehi, Armin: (2007): The Person as an Effect of Communication. In: Maasen, Sabine/Suttner, Barbara (Hrsg.): On Willing Selves. Neoliberal Politics and the Challenge of Neuroscience, Hampshire: Pelgrave, S. 100-120.

### **Internetangaben:**

Gertzen, Ann-Christin (2008): Ausverkauf wider Willen, URL: <http://sueddeutsche.de/Leben/584/331443/text/>, abgerufen am 20. Januar. 2009

Das Klamottenpaar: URL: <http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/liste/1/12158>, abgerufen am 15.Dezember 2009

### **Ratgeberliteratur:**

Grund-Thorpe, Heidi (2002): Knaurs Farb- und Stilberatung. Für Ihn, Augsburg, 66-87, 129-141.

Grund-Thorpe, Heidi (2002): Knaurs Farb- und Stilberatung. Für Sie, Augsburg, 6-7, 74-93, 132-141.

Lorenz, Michael/Rohrschneider, Uta (2004): Das Vorstellungsgespräch. Richtig vorbereiten – überzeugend auftreten, Freiburg i. Br., S.60-64.

Schabert,Uschi/Lattke, Brigitte (2001): Beck-Wirtschaftsratgeber. Der Bewerbungsratgeber. Praktische Tipps für Wiedereinsteiger und Absolventen, München, S. 74-82.