WerkstattGeschichte 9, Ergebnisse Verlag, Hamburg 1994, S. 76-77

Die Dingwelt des Alltags

Wolfgang Ruppert (Hrsg.), Chiffren des Alltags. Erkundungen zur Geschichte der industriellen Massenkultur, Marburg (Jonas Verlag) 1993, 124 S., zahlr. Abb., 25,- DM; ders. (Hrsg.), Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge, Frankfurt/Main (Fischer-Taschenbuch) 1993, 239 S., zahlr. Abb., 24,90 DM.

Ein spezieller Zweig der Erforschung der historischen Alltagswelt ist die Beschäftigung mit ihren materiellen Hinterlassenschaften, deren Gebrauch und Bedeutung. Zwei von Wolfgang Ruppert herausgegebene Bände versuchen ein erstes Resümee einer mehrschichtigen Annäherung an die Objekte der industriellen Massenkultur.

»Chiffren des Alltags« befaßt sich vor allem mit den Theorien über eine industrielle Massenkultur. Als Ergebnis einer Tagung stellen die einzelnen Autoren in diesem Band zwar sehr unterschiedliche Standpunkte und Themen dar, gehen jedoch gemeinsam von einem Interesse an der Dekodierung der äußeren Erscheinungform industrieller Produkte aus. Zwar scheint die serielle Herstellung die Interpretation des Produkts zu dominieren, doch verbirgt sich hinter seiner Uniformität eine Vielzahl von Bedeutungsmîglichkeiten, Produktions- und Wirkungszusammenhängen. Anliegen des Bandes ist es, so Ruppert, interdisziplinäre Zugriffe vorzustellen, »mit deren Hilfe die Objektgeschichten in ihrem kulturellen und sozialen Kontext erkannt und gelernt werden kînnen«. Die »multivalente Bedeutung der Objekte« wird denn auch recht unterschiedlich herausgearbeitet. Gert Selle präsentiert anhand der Dokumentation von Haushaltsinventarien, die er den Besitzern zur Interpretation vorlegt, »Fallstudien des Gegenstandsgebrauchs und der Erinnerung« und versucht dadurch, Objekte aus ihrem gesellschaftlichen Gebrauch heraus auf drei Ebenen zu analysieren: der individuellen des Gebrauchs und der Erinnerung, der der Ausdifferenzierung sozialer Deutungsmuster sowie der allgemeinen der industriellen Produktionsweise; auf solche Art beziehen sich Sozialgeschichte und individuelle Lebensgeschichte in der Fokussierung auf Objekte unter Wahrung jeweils unterschiedlicher Blickwinkel aufeinander.

Weitere Beträge bleiben dagegen eher an der Oberfläche der Objektinterpretation: Penny Sparke schildert die Schritte des Industriedesigns in der USA zwischen 1860 und 1960 als eine Entwicklung vom produktionsgeführten zum konsumentenorientierten Design, das nach 1945 in der Entwicklung jährlicher Moden selbst für langlebige Gebrauchsgüter gipfelte. Chup Friemert führt die technologische Entwicklung des Radios, seine Gestalt und die Hörgewohnheiten zueinander, wobei letztere weniger, die Bedeutung des Radios für sozialen Status und innere Organisation der Familie leider nur am Rande thematisiert werden. Mit Thomas Schwerdtfegers Beitrag über Gebrauchswert und Fetisch des Bierglases bleibt der letzte Beitrag des Bandes ganz an der Oberfläche. »Chiffren des Alltags« löst denn auch nur teilweise ein, was Ruppert und Selle vorgegeben haben.

Band zwei, die ebenfalls von Wolfgang Ruppert herausgegebene Sammlung einer »Kulturgeschichte der Alltagsdinge«, folgt dem Prinzip der Beschreibung massenkultureller Leitfossilien. »Fahrrad, Auto, Fernsehschrank«, so der populär gehaltene Titel, lassen hinlänglich bekannte kulturgeschichtlich orientierte Phänomenbeschreibungen befürchten, jedoch wird der Leser oftmals angenehm überrascht. Während Christoph Asendorfs »Super Constellation« etwas knapp und offensichtlich in Anlehnung an den – nicht zitierten – Wolfgang Schivelbusch das »Flugzeug als kulturelle Erfahrung« skizziert, bietet Knut Hickethier eine Kurzgeschichte des Fernsehens und seiner Nutzungsangebote. Ähnlich knapp auch Wolfgang Rupperts Aufsatz über das Auto, der kaum über die herkömmlichen Zugriffe, wie sie aus älteren Texten, Ausstellungskatalogen usw. bereits bekannt sind, hinausgeht. Das fatale Manko, alles bereits einmal irgendwo gelesen zu haben, mag an der Bedeutung der beschriebenen Objekte als Leitfossilien der Moderne liegen, denn anhand weniger populärer Themen läßt sich die kultur- und sozialgeschichtliche Bedeutung der Alltagsdinge durchaus aufschlußreich entwickeln. Karin Hausens Beschreibung der Symbolvermarktung der Blume zeigt die Entwicklung der »Blumensprache« aus der christlichen Ikonografie und ihre Popularisierung in Benimmbüchern des 19. Jahrhunderts ebenso, wie deren zunehmenden Warencharakter und Modeabhängigkeit seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts. Die Entwicklung des kommerziellen Blumenhandels und der Handelsgärtnereien wie auch die Arbeitsverhältnisse der in ihnen Beschäftigten sind ebenso Gegenstand des Beitrags, wie die Abstimmung der Symbolzuschreibungen der Blume an ihre industrielle Produktion und Vermarktung. Der Muttertag, so ist zu erfahren, ist eine Erfindung des Blumenhandels.

Der Band wird abgerundet durch zwei theoretisch orientierte Beiträge, wobei vor allem David Sabeans These, daß es sich beim Konsum auch industrieller Massenprodukte weniger um eine Subjekt-Objekt-Beziehung, als vielmehr um eine Subjekt-Subjekt-Beziehung der Kommunikation und des Austauschs handle, besticht. Dieses Konzept ließe die industrielle Massenkultur als Bestandteil menschlichen Handelns erscheinen und zugleich deutlich werden, warum beispielsweise Projekte des Konsumverzichts weitgehend gescheitert sind.

Andreas Ludwig (Berlin)