

Lifestyle und die Entstehung einer Mittelklasse

Gerke, Solvay

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gerke, S. (1995). Lifestyle und die Entstehung einer Mittelklasse. In H. Sahrer, & S. Schwendtner (Hrsg.), *27. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Soziologie - Gesellschaften im Umbruch: Sektionen und Arbeitsgruppen* (S. 82-86).

Opladen: Westdt. Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-137697>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

nur in einem gewissermaßen kontrollierten Zerfallsprozeß des ANC liegen. Anders gesagt, der ANC müßte die heterogenen Kräfte, die er bisher in sich zu vereinen gesucht hatte, nun gewissermaßen freigeben. Er müßte zulassen, daß seine heterogenen Komponenten sich in Parteien umwandeln, die klar definierte Interessen statt unklarer Allgemeinansprüche vertreten, und einen entsprechenden Teil der Wählerschaft ansprechen, statt an die Einheit aller Menschen guten Willens zu appellieren. Dies hätte zugleich den Nebeneffekt, daß der ANC in diesem kontrollierten Zerfallsprozeß auch die Führungskräfte wieder freisetzen würde, die er in der jetzigen Phase aus den zivilgesellschaftlichen Organisationen herausgezogen hat, um als Führungsmacht überhaupt funktionieren zu können. Damit hätte manche Basisorganisation wieder ihre fähigsten Köpfe zurück, die dann glaubhafte Interessenvertretung in die Tat umsetzen könnten.

Solange aber die fähigsten Köpfe solcher zivilgesellschaftlicher Gruppierungen vom ANC absorbiert werden, um die „Regierung der nationalen Einheit“ als *scheinbare* Überwinderin von Interessengegensätzen zu unterstützen, besteht die Gefahr, daß die *grass roots* zu schwach für wirksame Interessenvertretung bleiben. Dies heißt aber auch, daß keine Auseinandersetzung mit den Betroffenen darüber stattfindet, welche dieser Interessen unrealistisch sind und welche in welchem Zeitrahmen realisiert werden können. Solange dies unterbleibt, lauert die Gefahr gewaltsam sich entladender Frustrationen über das Ausbleiben der *revolution of rising expectations*.

Literatur

- Adam, Heribert und Kogila Moodley (1993), *The Negotiated Revolution*. Johannesburg.
 Friedman, Steven (1994), *Holding a Divided Centre: Prospects for Legitimacy and Governance in Post-Settlement South Africa*. Paper for Presentation to the International Political Science Association Sixteenth World Congress. Berlin, August 21-25, 1994.
 Tocqueville, Alexis de (1969), *Der alte Staat und die Revolution*. Reinbek.

Dr. Tilman Schiel, Baldestraße 10, D-80469 München

2. Lifestyle und die Entstehung einer Mittelklasse

Solvay Gerke

Während für westliche Gesellschaften konstatiert wird, daß sich keine lebensweltlich erfahrbaren Klassen und Schichten mehr ausmachen lassen (Michailow, 1994:108) und daher um neue Theorien zur Erklärung gesellschaftlicher Realität gerungen wird, kommt es in vielen Entwicklungsgesellschaften gerade jetzt zu Klassenbildungsprozessen. Gleichzeitig greifen, in Entwicklungsländern genauso wie bei uns, Prozesse der Globalisierung, und die Massenmedien transportieren weltumspannend neue Werte, Stile und Zeitgeiste.

Der wirtschaftliche Aufschwung der asiatischen Länder, an dem bestimmte Teile der Bevölkerung mehr partizipieren als andere, führt zwar zur Klassenbildung, schließt aber keineswegs Umbildungs- und Neuformierungsprozesse aus, die zu einem Gestaltwandel sozialer Integri-

onseinheiten führen. Die jedoch sind allein mit dem Begriffsinstrumentarium der westlichen Klassen- und Schichttheorie nicht zu erfassen.

So haben Autoren wie Geertz, Wertheim und Evers/Schiel darauf hingewiesen, daß ein wesentliches Merkmal gesellschaftlicher Organisation in Indonesien sog. "alirant"¹ sind, Gruppierungen, die die Gesellschaft nach *vertikalen* Gesichtspunkten, unabhängig von sozialem Status und Schichtzugehörigkeit, strukturieren. Für eine Gesellschaft, in der die Kluft zwischen Armen und Reichen im Vergleich zu lateinamerikanischen Ländern nicht sonderlich groß war und bis heute emische Modelle gesellschaftlicher Organisation gültig sind, stellt sich die Frage, wie sich eine solche Gesellschaft in der Konfrontation mit der westlichen Welt organisieren wird und welche *kulturellen* Dynamiken Klassenbildungsprozesse begleiten.

Die hier vertretene These ist, daß sich in Indonesien die Bedingungen der sozialen Integration geändert haben und daß "Lebensstil" eine verstärkt zur Geltung kommende soziale Integrationsform ist. Kulturelle Praktiken erlangen, so behaupte ich, als Merkmale sozialer Zuordnungen einen größeren Stellenwert gegenüber sozio-ökonomischen Klassifikationskriterien.

All dies ist von Bourdieu, Featherstone und anderen für westliche Gesellschaften hinreichend dokumentiert und theoretisch fundiert worden. In den sich rapide wandelnden asiatischen Gesellschaften stellt sich dieser Prozeß jedoch anders dar. Lifestyling unter Bedingungen der ökonomischen Unterentwicklung nimmt m.E. einen anderen Verlauf als in modernen - oder postmodernen?- Industriegesellschaften. Nicht nur in der Werbung, sondern auch in Illustrierten und Zeitschriftmagazinen werden, hier wie dort, Lebensstilfragen kolportiert. Viel wichtiger ist jedoch, daß die Menschen in ihrem Alltag andere Gesellschaftsmitglieder nach Lebensstilgesichtspunkten beurteilen, und daß Stilfragen die sozialen Kontakte strukturieren.

Zuschreibungskategorie Mittelklasse

Dies wird besonders deutlich bei der Entstehung einer Mittelklasse, die von Demokratietheoretikern herbeigeseht wird. In Indonesien ist Mittelklasse jedoch eine Zuschreibungskategorie, die nicht die realen gesellschaftlichen Verhältnisse beschreibt, da es eine Mittelklasse nach westlichem Verständnis (noch) nicht gibt. Nichtsdestotrotz ist Mittelschicht oder Mittelklasse eine *emisch* häufig benutzte Kategorie, die vor allem eine soziale Funktion hat: sie integriert diejenigen Gesellschaftsmitglieder, die sich als modern bezeichnen und dies durch einen spezifischen, in ihren Augen "modernen" Lebensstil demonstrieren wollen.

Zugehörigkeit zur Mittelklasse ist nicht unbedingt abhängig vom Einkommen, sondern definiert sich über soziales Verhalten und Lebensstil. Die klassischen Variablen der amerikanischen und europäischen Mittelstandsforschung (SES= Beruf, Einkommen, Ausbildung) greifen hier nicht. Die vielfach zu beobachtende Zurschaustellung westlicher Konsumgüter entspricht in der Regel nicht den ökonomischen Gegebenheiten, d.h. nicht der Klassenlage. Es wird nur symbolisch konsumiert, um einen Lebensstil zu demonstrieren, der Zugehörigkeit zur Zuschreibungskategorie "Mittelklasse" signalisiert.

Lebensstil als soziale Integrationsform

Damit rückt eine (nicht nur in Indonesien) verstärkt zur Geltung kommende soziale Integrationsform ins Rampenlicht. "Lebensstil" bezeichnet ein eindeutig eigenständiges Referenzniveau

auf der Ebene der sozialen Integration, d.h. er ist nicht auf andere Variablen wie z.B. Schichtindizes reduzierbar. Lebensstile sind darauf ausgerichtet, Zugehörigkeit zu Kollektividentitäten herzustellen und zu sichern. Lebensstile sind Muster zur Alltagsorganisation im Rahmen eines gegebenen Handlungsspielraums. Lebensstile sind etwas, womit man sich identifiziert (s. Lüdtko, 1989:17).

Identifikationen mit Lebensstilen werden über eine Medienindustrie hergestellt, die seit Ende der achtziger Jahre nicht aufhört zu boomen und deren Mitarbeiter - gemeinhin als Mitglieder der "Neuen Mittelklasse" identifiziert - sich als Kompositeure, Kolporteur und Segmenteure von Lebensstilen verstehen. Die Medienindustrie propagiert Konsum und Freizeit als ultimative Werte der "Neuen Mittelklasse" (kelas menengah baru) und das, obwohl eine Konsum- und Freizeitindustrie in Indonesien noch nicht entwickelt ist. Die Medienindustrie produziert symbolische Güter, sie kreiert Modernität und macht aus Realität Fiktion und behauptet, daß die Fiktion real sei. Die kulturelle Aneignung der Produktion von Bildern, die vorgeben, reales Leben zu simulieren, verändert die Wahrnehmung der Menschen und ihr Gefühl für das Reale und Machbare.

Lifestyle-shopping

Besonders die Jugend ist anfällig für die Traumproduktion und hat eigene Mechanismen gefunden, am modernen Leben teilzuhaben. Mode ist ihr Metier, am Outfit wird gearbeitet und das Tragen von brand-names gehört zum Lebensstil der modernen indonesischen Jugend. Keine anonyme Jeans, sondern eine Levis, nicht irgendein T-Shirt, sondern ein Hammer oder Benetton. Schon das Kaufen gerät zum Gruppenerlebnis des lifestyle-shopping (Shields 1992), und der Ort, an dem die Objekte des Konsums erstanden werden, ist ein sozialer Raum, in dem Menschen sich treffen, sich zeigen, kommunizieren und interagieren. Das Kaufhaus wird zum beliebtesten Aufenthaltsort der Jugend, und es ist durchaus treffend, wenn shopping-center in indonesischen Stadtplänen mit der Bezeichnung (tempat hiburan) Vergnügungsort, gekennzeichnet sind. Um sich die begehrten lifestyle-Artikel, die signalisieren, daß man dazu gehört, modern ist, auch leisten zu können, kann man auf einen second-hand Markt von Markenartikeln zurückgreifen, der - nach dem Grad der Abnutzung sortiert - von Benetton über Boss und Aigner alles zu bieten hat. Eine weitere, sehr beliebte Möglichkeit ist das Ressourcen-pooling. Wenn sich zu früheren Zeiten mehrere Familien zusammengetan haben, um festliche Tanzkleidung für ihre Töchter zu erwerben, damit diese bei Dorfereignissen tanzend im Rampenlicht stehen konnten, so poolen heute Studenten in Wohnheimen, Jugendliche in der Nachbarschaft, Freunde und Freundinnen ihre knappen Ressourcen, um sich Gemeinbesitz an Marktenkleidung zulegen zu können. Traditionelle Sparvereinigungen (arisan), die Mitgliedern der dörflichen Gesellschaft die Möglichkeit eröffnen, durch das kollektive Ansparen von Kleinstbeträgen einmal eine größere Geldmenge zu erhalten, um sich z.B. Hühner oder Ziegen anschaffen zu können, erleben bei der Jugend ein begeistertes come back. Sie nutzen die angesparte Geldsumme, um im Hammer T-Shirt bei MacDonalds eine Cola zu trinken (Gerke 1995).

Die Wertschätzungsskalen für sozial Begehrtes und Anerkennenswertes haben sich verändert. "Lebensstil wird zu einer Kategorie, in der soziale Ungleichheit, soweit sie alltagsweltlich konkret aufscheint, wahrgenommen wird" (Michailow, 1994:108). Die Beurteilungsmaßstäbe

werden kulturalisiert und auf kulturelle Differenzierungsschemata ausgerichtet. Das symbolische Feld im Kampf um soziales Ansehen und Distinktionsgewinn wird aufgewertet.

Strategische Gruppen

Lebensstile sind ebenfalls darauf ausgerichtet, Abgrenzungen und Ausschließungen vorzunehmen. Um sich als Kollektividentität ausweisen zu können, sind Grenzziehung und Grenzerhaltung notwendig.

Die spezifische Strukturierung der indonesischen Gesellschaft in "aliran" oder "Strategische Gruppen" (Evers/Schiel 1988) ist von hervorragender Bedeutung für die soziale und kulturelle Organisation der indonesischen Gesellschaft da, - so meine These - strategische Gruppe einerseits die Teilhabe an ökonomischen Gütern in der Gesellschaft wesentlich regulieren, andererseits aber auch in der Lage sind, den Zugang zu symbolischen Gütern zu kontrollieren und das kulturelle Feld im Kampf um soziales Ansehen und Distinktionsgewinn zu besetzen. Lebensstil wird als individuelle Gestaltungsaufgabe verstanden, durch die kollektive Identität reproduziert wird. Lebensstil ist das Erkennungsmerkmal für die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe.

In Indonesien ist die strategische Gruppe objektiv und subjektiv die Grundlage für soziale Anerkennung und überragende Orientierungsleitlinie für die Ausrichtung der Lebensführung. Der Beamtenapparat, das Militär und das business stellen strategische Gruppen dar, die nicht nur auf dem politischen Feld tätig sind, sondern ihre Aktivitäten auf das kulturelle Feld ausgedehnt haben. Berufsgruppenzugehörigkeit drückt sich durch die Zurschaustellung eines bestimmten Lebensstils aus. Der Lebensstil ist somit eine sichtbare Form von kollektiv verbürgter Lebenspraxis, die sich im Gewand kultureller Symbole präsentiert. Lebensstil bezeichnet somit eindeutig eine verstärkt zur Geltung kommende soziale Integrationsform.

Prestige und Status erringt man nicht durch Reichtum oder die Tatsache, Beamter oder Militär zu sein, sondern dadurch, wie man seine Stellung auf dem Feld der Kultur in Distinktionsvorteile ummünzen kann. So stehen weite Teile der indonesischen Bevölkerung, die gemeinhin unter die Kategorie "Mittelschicht" subsummiert werden, vor einem Dilemma. Sind sie qua Beruf Mitglied einer Gruppe, stehen unter dem immanenten sozialen Druck, dieses durch einen (gruppen-)spezifischen Lebensstil demonstrieren zu müssen, der allerdings durchaus entsprechend der sozialen Position innerhalb dieser Gruppe variiert. Nichtsdestotrotz: Ein Beamter des mittleren Dienstes (golongan IIIa) hat einen bestimmten Haustyp sein eigen zu nennen, der als IIIa Haus in Prospekten ausgewiesen ist. Steigt er auf, muß er anbauen und so sein Haus entsprechend der höheren Statusgruppe vergrößern und mit Parabolantenne versehen, die seinen Status weit sichtbar symbolisiert. Da der einer Dienstposition zugeschriebene Lebensstil in den wenigsten Fällen mit dem Einkommen korreliert, ergibt sich ein Dilemma, das durch symbolischen Konsum (lifestyle) oder - falls das möglich ist - Nebeneinkünfte (Korruption) gelöst wird.

Die meisten Menschen, die qua Beruf oder Bildungsstand als Angehörige der Mittelklasse gelten, aber zu den unteren Einkommengruppen gehören, sind nicht in der Lage, die Güter zu besitzen oder zu konsumieren, die ihrer Position und ihrem Status und ihrer strategischen Gruppe zugeschrieben werden. So fühlen sie sich gezwungen, ihrem Leben einen Mittelklasse-Anstrich zu geben. Da ihre Möglichkeiten aufgrund der ökonomischen Situation limitiert sind, treten Symbole an die Stelle von Konsum und die Errichtung symbolischer Räume (oder virtual realities) wird überlebensnotwendige Strategie zur Beibehaltung des Mittelschichtstatus.

Wohnzimmer werden nach den Kriterien Reise und Freizeit dekoriert, und wenn man sich auch den Trip nach Singapore oder Deutschland nicht leisten kann, so doch den Erwerb eines Merlion (des Wahrzeichens von Singapore) oder einer Kuckucksuhr. Weit sichtbar im Wohnzimmer ausgestellt, soll demonstriert werden, daß man es sich leisten kann zu reisen, Urlaub zu machen, mobil zu sein - Werte, die mit Mittelschichts-Aktivitäten assoziiert werden.

Als Mitglied einer strategischen Gruppe unterliegt man weiteren Stilisierungszwängen. Freizeitaktivitäten sind *ein* Beispiel für den strategischen Umgang mit kulturellen Ressourcen, die zugänglich und exklusiv für Mitglieder sind. Art der Freizeitaktivität, Gruppenoutfit vom T-Shirt bis zum Fahrradtyp, Marke des Golfschlägers usw., dies alles variiert je nach Berufsgruppe und Status innerhalb dieser Gruppe und hat eine sozialintegrative Funktion.

Lebensstilisierungen sind die konkrete und sichtbare Form von Lebenspraxis, die kollektiv verbürgt ist. Dabei findet eine Sensibilisierung auf solche Merkmale statt, die einen Wiedererkennungswert haben, klare Distanzierungen ermöglichen und Distinktionsgewinn versprechen. Daran werden soziale Differenzierungsprozesse angeschlossen. Lebensstilisierungen sind somit angetan, soziale Differenzen zu kulturalisieren, das Unterschiedempfinden gegenüber anderen strategisch agierenden Gruppen zu kultivieren und gleichzeitig Gruppenidentität und Gruppengeist zu stärken. Individualität ist nicht gefragt und wird sozial negativ sanktioniert. Über Lebensstil werden kollektive Identitäten produziert, und der "persönliche Stil" ist immer auch das Erkennungsmerkmal für die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe. Individualisierungstendenzen werden so in neue Verbindlichkeiten integriert.

Fassen wir zusammen: Symbolischer Konsum definiert Zugehörigkeit zur neuen Mittelklasse, nicht Einkommen und tatsächlicher Konsum. Daher ist die Bildung einer modernen "virtuellen Mittelklasse" möglich, bevor überhaupt die ökonomischen Möglichkeiten dafür geschaffen sind. Bürgerliche Kultur entsteht vor der Bourgeoisie, moderner Lebensstil vor der Bildung einer Mittelklasse. Man könnte dies vorauseilende Modernisierung nennen, die den Abbau sozialer Spannungen ohne Demokratisierung ermöglicht.

Anmerkung

- 1) Für Evers und Schiel bildet dieses emische Konzept gesellschaftlicher Organisation den Ausgangspunkt für ihre Theorie strategischer Gruppen (Evers/Schiel 1988).

Literatur

- Evers, Hans-Dieter und Schiel, Tilman (1988), Strategische Gruppen. Vergleichende Studien zu Staat, Bürokratie und Klassenbildung in der Dritten Welt. Berlin.
- Gerke, Solvay (1995), Middle Class Lifestyles: An Indonesian Perspective, to be published in: Sojourn. Singapore, Institute of Southeast Asian Studies.
- Michailow, Matthias (1994), Lebensstilsemantik, in: I. Mörth, G. Fröhlich (Hg.), Das symbolische Kapital der Lebensstile. Frankfurt/M.
- Lütke, Hartmut (1989), Expressive Ungleichheit. Opladen.
- Shields, Rob (ed) (1992), Lifestyle Shopping. The Subject of Consumption. London/New York: