

Wie aus Produzenten Konsumenten wurden

Dr. Agata Rothermel

Abstract:

Im vorliegenden Band untersucht Zygmunt Bauman das Phänomen des modernen Konsums. Er beschreibt die Verwandlung der Gesellschaft der Produzenten des 19. Jahrhunderts in die heutige Gesellschaft der Konsumenten. Unter einer Konsumgesellschaft versteht der Autor das Geflecht zwischenmenschlicher Beziehungen, dessen Hauptknotenpunkte die Begegnungen zwischen Konsumenten und ihren Konsumobjekten darstellen. Bauman verdeutlicht, dass in der Konsumgesellschaft niemand ein Subjekt werden kann, ohne sich zuerst in eine Ware zu verwandeln. Der Soziologe analysiert die Folgen der Interaktionsmuster, die vom Konsum beeinflusst sind, auf unterschiedliche Bereiche der Gesellschaft, wie z.B. Politik, gesellschaftliche Schichtstrukturen oder Gruppen. Im Mittelpunkt der Betrachtungen stehen somit Themen wie die Veränderung der zwischenmenschlichen Beziehungen durch Verhaltensstrukturen, die nach den Maßstäben der Konsumgütermärkte geformt sind, die Ursprünge des Unmuts und der Auflehnung gegen diese Lebensform und die Frage nach den Grenzen der Macht des Konsumismus. Der Autor durchleuchtet die Kultur des Lebens in der Gegenwart und interpretiert sie im Licht dieser Themen neu.

How to cite:

Rothermel, Agata: „Wie aus Produzenten Konsumenten wurden [Review on: Bauman, Zygmunt: *Leben als Konsum*. Hamburg: Hamburger Edition, 2009.]“. In: KULT_online 26 (2011).

DOI: <https://doi.org/10.22029/ko.2011.576>

© beim Autor und bei KULT_online

Wie aus Produzenten Konsumenten wurden

Dr. Agata Rothermel

Zygmunt Bauman: *Leben als Konsum*. Hamburg: Hamburger Edition, 2009. 204 S., broschiert, 15 Euro. ISBN: 978-3-86854-211-0

Einer Umfrage der Internet-Partneragentur parship.co.uk zufolge nutzten im Jahr 2005 zwei Drittel aller Singles, die eine Partnervermittlung in Anspruch nahmen, das Internet. Zygmunt Bauman betont in seinem aktuellen Essay, dass diese Ergebnisse einen Wandel in der Art und Weise widerspiegeln, wie Menschen ermuntert werden, persönliche Beziehungen zu sehen. Intimität wird öffentlich ausgelebt und ist vertraglichen Normen unterworfen, die man normalerweise mit dem Kauf eines Autos oder eines Hauses assoziiert. Der Konsumgütermarkt verspricht Menschen, die die Dienste von Internetagenturen in Anspruch nehmen, dass jede Transaktion ohne Verpflichtung ist. Bauman verweist auf den Nebeneffekt dieses Daseins: den Verlust sozialer Fähigkeiten.

Das vorliegende Buch besteht aus vier großen Kapiteln. In den ersten drei Kapiteln schlägt der Sozialwissenschaftler und Philosoph "Idealtypen" vor, die keine Beschreibungen der gesellschaftlichen Realität darstellen, sondern Werkzeuge, um diese zu analysieren und zu begreifen. Thema im vierten Kapitel sind die Kollateralschäden des Konsumismus.

Im ersten Kapitel setzt sich Bauman mit dem Modell des Konsumismus auseinander, der eine Art gesellschaftliches Arrangement ist, das daraus resultiert, dass menschliche Bedürfnisse und Wünsche zur entscheidenden Triebkraft der Gesellschaft werden. Diese Kraft koordiniert die Entwicklung menschlicher Individuen und ist bedeutsam im Prozess der Identitätsbildung der Menschen und in der Umsetzung individueller Lebensstrategien. Der Verfasser vergleicht die heutige Gesellschaft der Konsumenten mit der Gesellschaft von Produzenten des 19. Jahrhunderts, einer Gesellschaft, die auf Umsicht und langfristiges Planen, auf Dauerhaftigkeit und Sicherheit setzte. Im Gegensatz dazu hängt im Konsumismus das Glück weniger mit der Befriedigung von Bedürfnissen als mit der ständigen Zunahme von Wünschen zusammen, was wiederum den sofortigen Gebrauch und die baldige Ersetzung der Objekte impliziert. Dem Autor zufolge machen also die Unbeständigkeit der Wünsche, die Unstillbarkeit der Bedürfnisse und die daraus resultierende Vorliebe für den Konsum und die Entsorgung der Objekte den Konsumismus aus. Das konsumistische Wirtschaftssystem, dessen eigentliches Schwungrad gerade die Nicht-Erfüllung der Wünsche ist, setzt auf Überschuss und Abfall, um all den neuen Bedürfnissen und Wünschen gerecht zu werden, so Bauman.

Thema im zweiten Kapitel ist der Idealtypus der Konsumgesellschaft. Bauman erläutert, dass diese Gesellschaft die Entscheidung für einen konsumistischen Lebensstil propagiert. Dabei

nimmt die Konsumgesellschaft keine Alters-, Geschlechts- oder Klassenunterschiede zur Kenntnis. Der Autor führt aus, dass die Praktiken der Exklusion in der Konsumgesellschaft viel unnachgiebiger sind als in der Produzentengesellschaft. In der Konsumgesellschaft sind die für die Exklusion vorgesehenen Menschen "fehlerhafte Konsumenten" (S. 76). Da vermeintlich jeder, der es wünscht, die Grundsätze der Konsumkultur anwenden kann, wird angenommen, dass es allein eine Frage der individuellen Bereitschaft ist, ob man ihnen gehorcht. Bauman macht deutlich, dass "soziale Invalidität" (S. 76) in der Konsumgesellschaft nur als Ergebnis individueller Mängel wahrgenommen werden kann. Er stellt fest, dass Konsumieren so zur Investition in die eigene Mitgliedschaft in der Gesellschaft wird, und übersetzt das als "Verkäuflichkeit" (S. 76).

Baumans drittes Werkzeug, um die gesellschaftliche Realität zu begreifen, ist die Kultur des Konsumismus (Kapitel 3). Der entscheidende Umbruch, der das kulturelle Syndrom des Konsumismus am deutlichsten von seinem produktivistischen Vorgänger unterscheidet, ist die Umkehrung der Werte, die der Beständigkeit bzw. der Vergänglichkeit beigemessen werden. Das kulturelle Syndrom des Konsumismus besteht in erster Linie in der Leugnung der beiden axiologischen Säulen der vom Syndrom des Produktivismus beherrschten Produzentengesellschaft: des Wertes des Aufschiebens und der Richtigkeit der Verzögerung der Bedürfnisbefriedigung. Der Autor erläutert, dass das konsumistische Syndrom in der überlieferten Hierarchie allgemein anerkannter Werte Beständigkeit ab- und Vergänglichkeit aufgewertet hat. Alles dreht sich um Geschwindigkeit, Überschuss und Abfall.

Im vierten und letzten Kapitel beschäftigt sich Bauman mit den Kollateralschäden des Konsumismus und sieht den größten Kollateralschaden ebenso wie die Soziologin Arlie Russell Hochschild in der "Verdinglichung der Liebe" (S. 157). Der Konsumismus möchte die emotionale Umkehrung von Arbeit und Familie herbeiführen. Deshalb werden etwa Arbeiter durch Werbespots dazu gebracht, zu glauben, dass sie mehr Dinge brauchen. Um diese zu kaufen, brauchen sie Geld, und so arbeiten sie noch länger und sind weniger zu Hause. Sie machen das mit Geschenken wett, sie verdinglichen ihre Liebe.

Ein weiterer Kollateralschaden des Konsumismus trifft die Armen, so Bauman. Um als vollwertiges Mitglied der Gesellschaft anerkannt zu werden, muss man auf die Versuchungen des Konsumgütermarktes effizient reagieren. Der Autor betont, dass die armen Menschen das nicht leisten können.

Fazit: Thema des aktuellen Essays von Zygmunt Bauman ist der moderne Konsum. Die Lektüre des Bandes schärft den Blick des Lesers auf die heutige vom Konsum durchdrungene Gesellschaft.

Das sehr theoretische und viele Definitionen enthaltende Buch besteht aus vier großen Kapiteln, die leider keine weiteren Unterkapitel enthalten. Es gibt kaum Absätze und einzelne Sätze erreichen eine Länge von einer halben Seite. All dies behindert den Lesefluss und erschwert das Verständnis der dargestellten Sachverhalte. Leider fehlt auch ein abschließendes Kapitel, das in der Funktion eines Resümees die wichtigsten Ergebnisse des Bandes zusammenfasst und so das Buch zu einem runden Abschluss bringt. Zygmunt Baumans Leben als

Konsum ist dennoch ein sehr lesenswertes Buch, das allerdings viel Geduld bei der Lektüre erfordert.