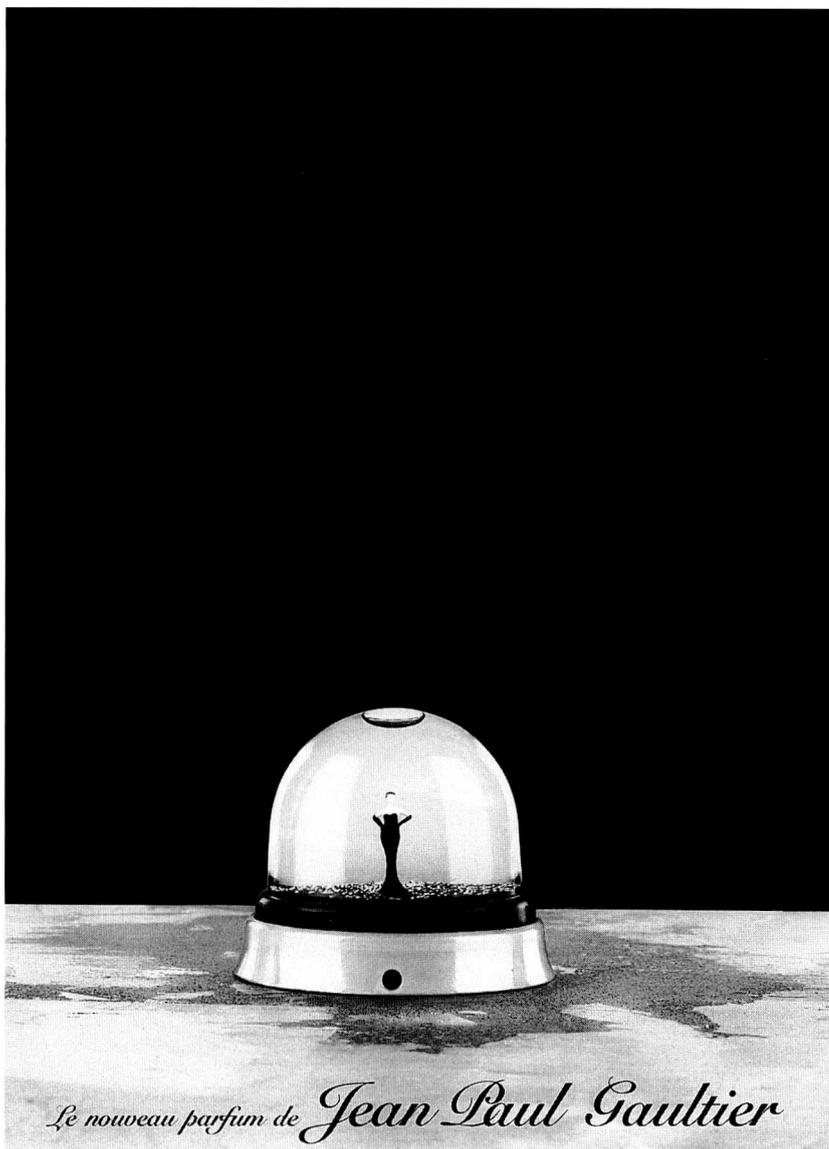


Mode und Moderne: Körperspuren zwischen Vertreibung und Verzauberung

Matthias Sellmann



Mode – der Duft der Zerbrechlichkeit, oder: »Fragile« von Jean Paul Gaultier



Zu den High-Lights der internationalen Parfumhäuser des Jahres 2000 zählt ein Parfum des französischen Stardesigners Jean-Paul Gaultier. Es heißt »Fragile« und ist von außen wie in einer normalen Postverpackung für zerbrechliche Dinge gestaltet. Wenn



man es herausholt, entpuppt sich diese grobe Verpackung des Flakons als feine Ironie. Es zeigt sich eine kleine Glaskuppel, wie man sie von Souvenirläden der Kinderzeit her kannte. Eine grazile weibliche Figur, sehr modisch und exklusiv gekleidet, steht selbstbewusst und körperbetont inmitten des beige-farblosen Parfums. Schüttelt man das Glas, so wirbeln zahllose goldener Pailletten durch das Glas und senken sich leise und dezent nach unten. Träume werden

Anzeige J.P. Gaultier



Anzeige J.P. Gaultier

assoziiert: an Schneemänner in Schüttelkugeln, an Spieluhren, an Märchen wie Goldtaler oder an magische Kristallkugeln von Wahrsagerinnen. Der ganze Flakon ist ein „Wunder technischer Raffinesse. Kein Deckel, keine erkennbare Mechanik stört seine Harmonie – zum Parfümieren drückt man nur leicht auf den Sockel.“¹

Die Symbolsprache dieses Flakons von Gaultier scheint mir eine exzellente Illustration für eine zentrale Paradoxie unserer Gegenwart zu sein. Die These dieses Beitrages ist, dass sich unser heutiges Verständnis, unsere Begierde nach Mode, Schönheit und Körperlichkeit erst vor und in die-

ser Paradoxie entfaltet. Was ist diese Paradoxie? Wir suchen den Zauber der selbstbewussten Schönheit – aber er ist eigentümlich entfernt, eben hinter Glas. Er muss sich einkuppeln, schützen, denn er ist „fragile“, zerbrechlich. Nur in dieser Kuppel ist er geschützt – und gleichzeitig riskiert. Der Zauber kann seine Wirkung nur innerhalb seiner eigenen Glas- und Wunderwelt entfalten. Eine eigentümliche Bedrohung von außen macht ihn erst zum Zauber und zur Zuflucht.

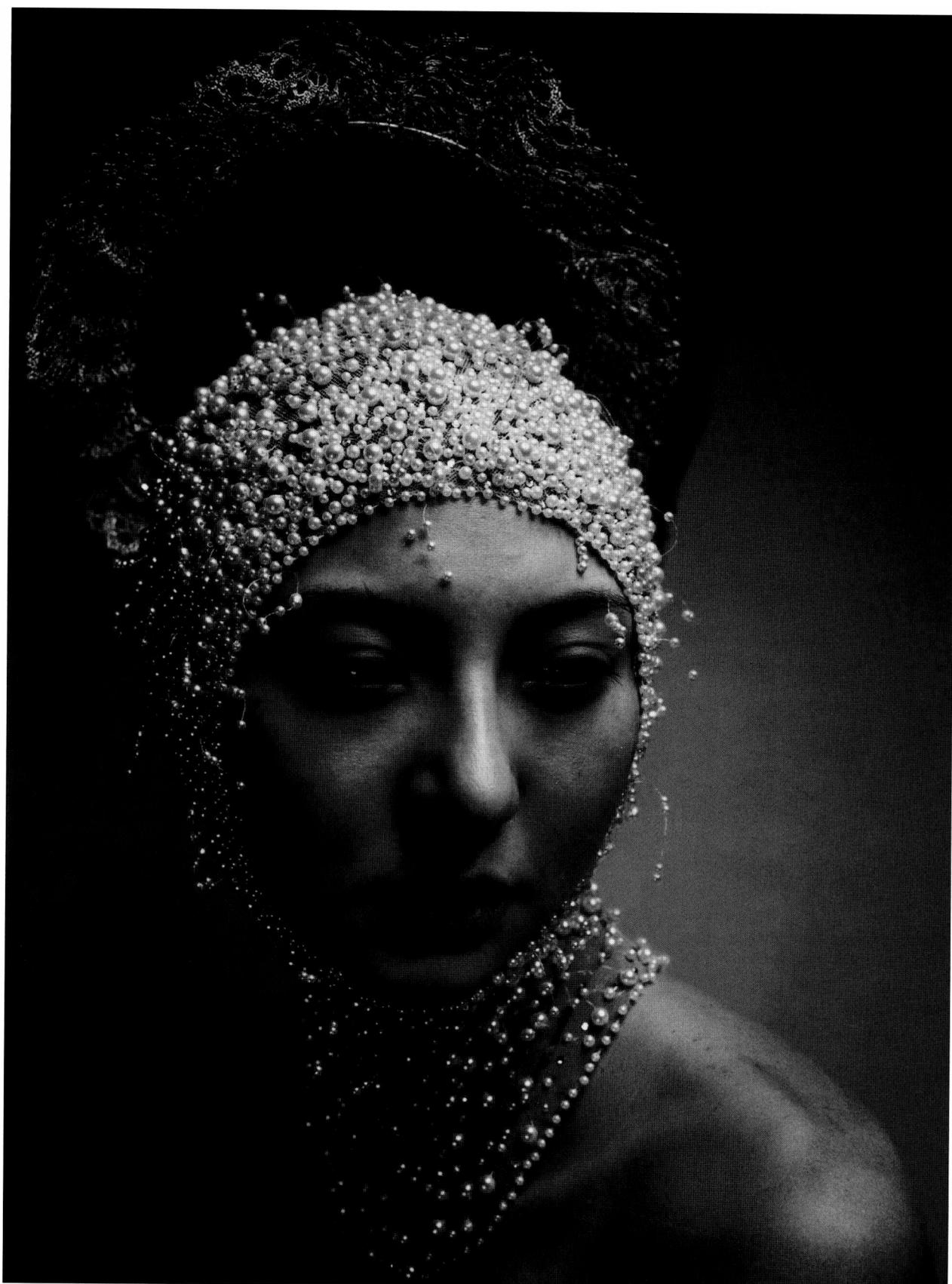
Die im folgenden gebotene soziologische Zeitdiagnose entfaltet ihre Argumentationen entlang dieses ästhetischen Schemas von »Fragile«:

1. *Was macht das Leben zerbrechlich? Oder: Was bedroht das Individuum; inwiefern ist es riskiert und sucht die bergende Kuppel? – Hier wird illustriert, dass die Moderne gegenwärtig in ein Stadium eintritt, in dem wir als Körperwesen keine Rolle mehr spielen. Der Körper wird vertrieben. Dies ist präzise die externe Dynamik, die uns unter die bergenden Kuppeln der Populärkultur treibt.*
2. *Was bringt die Welt wieder zum Duften? Nach der Vertreibung erfolgt die Wiederverzauberung des Körpers. Erst hinter Glas, geschützt, entfaltet er seinen mythischen Zauber.*
3. *Mode – Der Körper zwischen Zerbruch und Eleganz.* Nicht überraschend ist, dass der Sektor der Mode eine dieser bergenden Kuppeln der Gegenwartskultur ausbildet. In großem Stil wird hier der Körper verzaubert. Er wird genau hier, im aktuellen Modegeschäft, aber auch wieder vertrieben. Die Mode der Moderne entsteht aus dem Paradox von Vertreibung und Verzauberung.^{*}

* Der Text handelt u.a. von der neuen Dominanz der Fotografie im Modegeschäft. Es passt daher vom Medium her, dass er im folgenden durch großformatige Modefotos illustriert wird. Die gewählten Motive passen aber auch inhaltlich. Sie stammen von dem bekannten Pariser Modefotografen Antonio Spinoza (u.a. Vogue, Cosmopolitan, Fashion u.a.). Spinoza greift in seinem Werk häufig auf die Ausdruckskraft religiöser Szenarien zurück. Für das Veröffentlichungsrecht danken wir der Agentur filomeno (Paris/New York).

¹ Uschi Rollar/Regina Spelmann: Parfums. Edition 2000, Ulm 1999, S. 92.

Körperspuren zwischen Vertreibung und Verzauberung



© Filomeno

1. Was macht das Leben zerbrechlich? Die Vertreibung des Körpers aus der Gesellschaft

1.1. Kennzeichen und Dynamik der Wissensgesellschaft

Ein tieferes Verständnis auf das Phänomen des vertriebenen Körpers erfordert eine (zugegeben: schwierige) soziologische Grundlagenreflexion auf die Funktionslogik moderner Gesellschaften. Die soziologische Systemtheorie betrachtet Gesellschaften unter dem Aspekt der Kommunikation.² Wo kommuniziert wird, dort ist Gesellschaft, und Gesellschaft reicht nur soweit, wie kommuniziert wird. Man kann Gesellschaften demnach an dem Kriterium unterscheiden, wie sie den Kommunikationsmechanismus in Gang halten, wie sie also dafür sorgen, dass sich auf eine Kommunikation eine andere anschließt, indem sie sich auf die vorangegangene bezieht. Dabei zeigen sich in der Gesellschaftsgeschichte mindestens drei verschiedene Stadien:

Segmentäre Gesellschaften (Stammesgesellschaften):

Hier erfolgte der Einbezug des Einzelnen in die Gesellschaft über die Zugehörigkeit zum Segment, also etwa über die Mitgliedschaft im Stamm, in der Sippe, im Clan. Diese Zugehörigkeit wurde streng körperlich ausgedrückt; etwa durch Anwesenheit bei Stammesfesten, durch Heirat und Freundschaft innerhalb des Segmentes oder durch das Tragen derselben Trachten. Man betonte symbolisch, also in etwa Kulten, Tänzen oder allgemeinen Riten, die gemeinsame Blutsabstammung. Ein Sioux gehörte zu den Sioux; wurde er verstoßen und verließ er daher den Stamm, war er höchsten Risiken ausgesetzt. Jedenfalls konnte er nicht hoffen, von den Apachen als Apache angesehen zu werden. Kommunikation wurde also direkt und unmittelbar über Körper anschlussfähig gemacht. Zwar gab es auch Kommunikation über Nicht-Anwesenheit (z.B. Rauchzeichen); diese

war aber höchst störungsanfällig. Wichtige Entscheidungen – man denke an den germanischen *thing* – wurden nur in körperlicher Anwesenheit getroffen.

Stratifizierte Gesellschaften (Schicht- und Standesgesellschaften):

Hier waren die Menschen ebenfalls voll einbezogen; allerdings nicht mehr vermittelt über das gesellschaftliche Ganze (wie beim Stamm), sondern über ihre Familie und den Hausstand. Über die Familienfolge wurde bestimmt, in welches Teilsystem (also Adel, Bauern, usw.) jemand inkludiert war. Es kam zwar zu stärkeren Hierarchien (z.B. nahmen nur die Haushaltsvorstände an politischen Wahlen teil, hatten nur Adlige bestimmte Rechte usw.), aber über die Geburtsfolge war zunächst jeder einbezogen. Die Exklusion erfolgte über den Ausschluss aus der Familie oder den *oikos* (Haushalt). Sie bedeutete dann Degradierung innerhalb der Stände (desertierte Soldaten, amtslose Kleriker,

Das ist die Welt, in die der moderne Mensch sich geworfen sieht: Sie ist dominiert durch Funktionsbereiche mit jeweils anderen Logiken, Praktiken und Organisationen.

entlaufene Jugendliche, enteehrte Adlige usw.) oder Ausschluss aus der ganzen Gesellschaft. Auch hier spielte also die körperliche Anwesenheit der ganzen Person für die gesellschaftliche Kommunikation eine vorherrschende Rolle – sie wurde aber bereits in die Geburtsfamilie hinein gebrochen. Man kommunizierte als Mit-

glied einer Familie; man wurde als Sohn oder Tochter, als Vater oder Mutter, als Teilnehmer einer Blutlinie angesehen und erhielt von hierher Prämierung oder Verachtung. Als Kommunikationsmedien konnten sich aber jetzt schon Gruppen voneinander hierarchisch absetzen – etwa indem sie ein Standesbewusstsein (Zünfte, Gilden) oder einen Ehrencodex (Adel) ausbildeten und innergesellschaftlich kommunizierten.

Funktional differenzierte Gesellschaften:

Dieses körper- und anwesenheitsorientierte Design ändert sich grundlegend in der heute vorherrschenden Form: der funktionalen Differenzierung. Die Organisation der Gesellschaft ist jetzt von den Ständen und Zünften auf soziale Systeme übergegangen, die jeweils gekennzeichnet sind durch eine eigene, selbstbestimmte Sphäre. Die moderne Gesellschaft bewältigt ihre komplexen Bestands- und Entwicklungsprobleme nicht mehr über Personenverbände (wie Stämme oder Schichten), sondern über abgegrenzte, eigenlogisch operierende und weltgesellschaftlich ausgebildete Funktionseinheiten. Das sind die Systeme, etwa Wirtschaft, Politik, Recht, Kunst usw. Der Begriff „System“ steht dabei für eine ganz bestimmte Perspektive auf das, was für das System nicht System, also „Umwelt“ ist. Für das System Wirtschaft ist alles Umwelt, was nicht Wirtschaft ist. Für das System Recht ist alles das Umwelt, was nicht Recht ist, usw. Erst diese strenge Selektion auf eine ganz bestimmte Wirklichkeitsperspektive ermöglicht es den Systemen, bestimmte Problemlösungen für das Ganze der Gesellschaft zu liefern. So bildet das Wirtschaftssystem alles ab, was sich in Zahlungen bzw. Nicht-Zahlungen verrechnen lässt; das System Recht verhandelt alles, was justizabel ist; und das System Wissenschaft bedenkt alles, was sich als Wahrheitsfrage darstellen lässt. Gesamtgesellschaftlich wird durch diese soge-

² Die folgende Argumentation orientiert sich an den systemtheoretischen Arbeiten Niklas Luhmanns.

Körperspuren zwischen Vertreibung und Verzauberung



nannte „operative Geschlossenheit“ der sozialen Systeme ein enormer Optionengewinn bewirkt. Weil sich die Systemprozesse von externen Bestimmungen ablösen konnten und das Ganze der Wirklichkeit intern abbilden und weiterverarbeiten, sind sie nun in der Lage, sich auf sich selbst zu beziehen, Ordnungen zweiten und dritten Grades zu bilden und damit immer komplexere Kommunikationsprozesse zu realisieren. Nehmen wir als Beispiel den Fall Galilei, der die Ablösung des Systems Wissenschaft vom System Religion dokumentiert. Nachdem die Naturwissenschaft nicht mehr an die theologische Vorgabe gebunden war, den Schöpfungsbericht der Bibel zu kommentieren, konnte sie ein eigenes und

Angesichts dieser immer nur partiellen und symbolischen Einbeziehung körperlicher Aspekte in systemische Prozesse ist festzuhalten: Eine vollständige und real wirkungsreiche Inklusion des Körpers scheint nicht nötig, um das Funktionieren der modernen Gesellschaft zu gewährleisten.

höchst eigenlogisches Methoden- und Argumentationsrepertoire ausbilden. Jetzt wurde der Weg frei, religionsfreie Hypothesen zu denken, experimentelle Weltzustände zu errichten, empirisch statt ontologisch vorzugehen und eigene Standards für

wissenschaftliche Wahrheitsfindung zu entwickeln. Nicht nur das: In einem Zugriff zweiter Ordnung konnten dann Wissenschaften sich auf andere Wissenschaften oder auf Wissenschaften überhaupt beziehen. Die Physikerin kritisiert dann den Biologen, man betreibt interdisziplinäre Zusammenarbeit oder Wissenschaftstheorie.

Das ist die Welt, in die der moderne Mensch sich geworfen sieht: Sie ist dominiert durch Funktionsbereiche mit jeweils anderen Logiken, Praktiken und Organisationen. Es gibt ein Rechtssystem, das besteht aus Gerichten – man spricht Urteile. Es gibt ein Politiksystem, das besteht aus Parteien – man entwickelt Gesetze. Es gibt ein Sportsystem, das besteht aus Wettkämpfen – man spricht über Erfolge. Es gibt ein Wirtschaftssystem, das besteht aus Unternehmen – man spricht über Profit. Es gibt ein Kunstsystem, das besteht aus Ateliers, Museen und Galerien – man spricht über Geschmack..

Betrachten wir nun, wie der Körper in diese Funktionsabläufe eingebunden wird. Man erkennt, dass es in keinem Funktionsbereich mehr zur sog. Vollinklusion der Person, also des Körpers kommt. Die Kommunikation erfolgt über systemische Regeln. Der Mensch ist Rollenträger und wird von den Systemen nur in ganz spezifischen Rollenbezügen einbezogen: etwa als Wähler, als Kunde, als Gläubiger, als Antragssteller, als Studierender usw. Man hat Rechte und Pflichten aufgrund von Gesetzen und Verträgen, nicht aufgrund der Geburt; man ist religiös aufgrund von Mitgliedschaft in einer Organisation, nicht aufgrund gesellschaftlicher Vorgaben; man ist politisch tätig, weil man sich einem Parteiprogramm zuordnet, nicht aufgrund angeborener Rechte; und man nimmt am Wirtschaftsleben teil, weil man über Eigentum und Einkommen verfügt, nicht weil man einem bestimmten oikos angehört.³ Zwar kann kein Sys-



© Filomeno

³ Vgl. Niklas Luhmann: Inklusion und Exklusion, in ders., Soziologische Aufklärung 6, Opladen 1995, 237–264.



© Filomeno

tem davon abstrahieren, das Menschen leiblich beteiligt sind, aber der Einbezug des Organischen in die Systemfunktion erfolgt nur selektiv, nur symbolisch.⁴ So ist etwa die Politik auf das Medium „Macht“ hin angelegt – und dieses Medium Macht korrespondiert mit der physischen Beweglichkeit und Verletzbarkeit des Menschen. Letztlich gründet legitime

Macht in der angedrohten Möglichkeit, physische Gewalt ausüben zu können, etwa in dem man über Strafvollzug die Bewegungsfreiheit einschränkt. Das System „Wissenschaft“ ist auf die körperliche Dimension der Wahrnehmung angelegt,

4 Vgl. Niklas Luhmann: *Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität*, Frankfurt am Main, 3. Auflage 1996, 31-37.

also v.a. auf das Lesen der Augen und das Hören der Ohren. Das System „Wirtschaft“ ist auf Bedürfnisse angelegt, die letztlich aus körperlichen Dispositionen herrühren, seien es Hunger, Sicherheit oder einfach Bequemlichkeit. Das System „Religion“ betrachtet den Körper gewissermaßen spiegelbildlich als „Tempel der Seele“, und das System „Erziehung“

verlangt nach der kognitiven Formbarkeit der Rollenträger. Man sieht: Der Körper spielt eine Rolle, aber nur unter symbolischer, nicht unter realer Bezugnahme. Angesichts dieser immer nur partiellen und symbolischen Einbeziehung körperlicher Aspekte in systemische Prozesse ist festzuhalten: Eine vollständige und real wirkungsreiche Inklusion des Körpers scheint nicht nötig, um das Funktionieren der modernen Gesellschaft zu gewährleisten.

Man nennt diese systemische Gesellschaft heute „Wissensgesellschaft“. Die Produktion, Verteilung

und Anwendung von spezifischem Wissen ist die Überlebensaufgabe der Moderne überhaupt – das reicht von der Energiefrage bis hin zu BSE. Nur das richtige Wissen am richtigen Platz kann heute noch das reibungslose Kooperieren der sozialen Systeme in Aussicht stellen.⁵ Das aber heißt: In der Wissensgesellschaft weicht die kommunikative Bedeutung des Körpers den kommunikativen Bedeutungen der Codes, der Expertisen und der technischen Infrastrukturen.

Es gibt nur ein einziges Funktionssystem in der Wissensgesellschaft, das die Vollinklusion der Person leis-

tet: das System der Intimbeziehungen, der Familie.⁶ Hier begegnen sich Menschen im Modus der Anwesenheit; sie schätzen sich als Körper. Mit Sicherheit resultieren die sehr hohen positiven Umfragewerte bezogen auf die Familie daher, dass dies die letzte Bastion der Gesellschaft geworden ist, in denen die körperliche Anwesenheit noch eine essentielle Rolle spielt.

Eine weitere Überlegung schließt sich an: Während man feststellen kann, dass der Körper positiv nur in familiären Intimsystemen voll inkludiert wird, so ist dies anders für den Bereich der Exklusion. Hier greift eine unheilvolle Dynamik, „weil der Ausschluss aus einem Funktionssystem quasi automatisch den Ausschluss aus anderen nach sich zieht ... Familien, die auf der Strasse leben und keine feste Adresse haben, können ihre Kinder nicht mehr zur Schule anmelden. Oder: wer keinen Ausweis hat,

© Filomeno



5 Eine Definition der Wissensgesellschaft bietet Helmut Wilke: Von einer „Wissensgesellschaft“ lässt sich demnach sprechen, „wenn die Strukturen und Prozesse der materiellen und symbolischen Reproduktion einer Gesellschaft so von wissensabhängigen Operationen durchdrungen sind, dass Informationsverarbeitung, symbolische Analyse und Expertensysteme gegenüber anderen Formen der Reproduktion vorrangig werden.“³; vgl. Helmut Wilke: Der Supervisionsstaat, Frankfurt am Main 1999, 12f. Derartige »Expertensysteme« sind heute schon allgegenwärtig – man studiere mal das Kleingedruckte auf einer Wurstverpackung, vertiefe sich in die statistische Mathematik seines Lebensversicherungsvertrages oder versuche einfach, die Diagnosen des Hausarztes wirklich zu verstehen!

6 Einen interessanten Seitenblick kann man hier auf das Religionssystem richten, das die Vollinklusion der Person zumindest in der Individualbeichte konkret erfahrbar gemacht hatte. Und die Popularität von Bekenntnissen in Talkshows, in Homöopathie, in Beratungsstellen oder in Therapien mag von der hier gewährten Illusion der Vollinklusion herrühren; vgl. dazu Alois Hahn und Herbert Willems: Schuld und Bekenntnis in Beichte und Therapie, in: Jörg Bergmann u.a. (Hg.), Religion und Kultur (= Sonderheft 33 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie), Opladen 1993, 309–330.

ist von Sozialleistungen ausgeschlossen, kann nicht wählen, kann nicht legal heiraten.“⁷ Wer ohne Eigentum ist, verliert die Achtung vor dem Rechtsstaat; wer ohne Rechte ist, ist bald ohne Eigentum usw. Wer schließlich aus allen Systemen herausgefallen ist und obdachlos auf der Strasse sitzt oder sich auf den Müllhalden von Manila ernährt, der ist nur noch als Körper präsent – und dementsprechend lästig.⁸

1.2. Beispiele für das Verschwinden des Körpers

Das Verschwinden des Körpers ist synonym mit dem Verschwinden des Raumes und der Distanz im gegenwärtigen Stadium der Moderne. Wo zeigt sich dieses Verschwinden? Dazu einige Beispiele: In hochtechnologischen Industrien wie in Kernkraftwerken oder der Computerchipindustrie ähnelt der arbeitende Mensch eher einem OP-Arzt als einem Techniker: Man trägt Mundschutz und Kittel. Die eigentliche Präzisionsarbeit übernehmen Messmaschinen und Roboter. Große Etappen der Automobilfertigung finden in Hallen statt, in denen man keinen arbeitenden Menschen mehr antrifft. Die Roboter-technik bietet heute bereits die Vision des „Teletransporting“: Roboterkameras werden an verschiedenen Orten der Welt installiert und mit dem Internet verbunden, so dass sog. Roboteragenten für uns Informations- und Vermittlerdienste ausüben können. Bezeichnend ist das Bild, das der Direktor des Sony Computer Science Laboratory in Paris, Luc Steels für diese Roboteragenten findet: Er nennt sie „Engel mit Internetflügeln“⁹, und Engel sind bekannterweise körperlose Wesen. Auch mehr soziale Bereiche wie die der Wirtschaft kommen immer mehr ohne Körper aus: Börsenmakler reagieren auf Kurse, nicht auf Körper. Geld ist heute nichts mehr, was man anfassen kann, sondern es ist ein hochabstrahiertes, digital gesteuertes Versprechen. In Wiener Hotels liegen CD-ROMS bereit, mithilfe derer man

– so das Versprechen – Wien besser erkunden kann, als wenn man selber loszieht. Die Virtualisierung der Welten schreitet stark voran: Bald können wir über Bildtelefone konferieren; wir können uns als Avatare im Internet mehrere Identitäten schaffen; wir kaufen körperlos ein über e-commerce; ja, im Telefonsex und den einschlägigen Homepages bleibt sogar die Liebe an der (Bildschirm)-Oberfläche. Nicht nur das: Die genetische Reproduktionsmedizin schafft Körper; die kosmetische Medizin modelliert ihn. Auch hier stehen revolutionäre Neuerungen bevor, die der amerikanische Zukunftsforscher Ray Hammond so ankündigt: „Es ist durchaus denkbar, dass die jetzige Jahr-

angefordert wird: Wer fällt noch Bäume, um zu heizen?; wer kurbelt, damit das Auto anspringt?; wer klebt Briefmarken, wenn er Briefe schreibt?; wer steht auf, wenn er das Fernsehprogramm wechselt? In der Wirtschaft zählt, ob gezahlt wird – das geht auch über new economy; in der Politik zählt, ob gewählt wird – das geht auch über Wahlcomputer; in der Verwaltung zählt, ob Anträge gestellt werden – das geht auch übers digitale Bürgeramt. Wir sind zwar überall dabei, aber wir sind nicht anwesend, nicht als Körper. Wir sind bei Olympia dabei – als Zuschauer der Live-Übertragung. Wir erleben Kino total – zuhause vor dem Videogerät. Wir erleben fremde Länder – durch

Für den Trendforscher Norbert Bolz ist klar, dass wir in das Zeitalter der Unsichtbarkeit hineinsteuern, in dem die Hauptdynamiken durch vier Produktivfaktoren markiert sind: Spiritualität – das ist die Bewegung von der Materie zum Geist; Kommunikation – das ist Begegnung im virtuellen Raum; Design – das ist die Kunst der Oberfläche; und Wissen – das ist die Emanzipation von der Natur.

tausendwende später einmal primär als die Epoche verstanden wird, in der der Mensch erstmals seine biologische Befindlichkeit in den Griff bekommen hat, indem er die Entschlüsselung der Genome und die Entwicklung der Gentherapie nutzt, um sich von der Tyrannei seiner gebrechlichen körperlichen Hülle zu befreien.“¹⁰ Der gesundheitstechnische Fortschritt lässt Alter, Krankheit und Behinderung immer mehr als Unfall erscheinen. Wer braucht heute noch Körper? Aufschlussreich ist, inwiefern heute noch unser Tast- und Greifsinn

unser Teleobjektiv. Für den Trendforscher Norbert Bolz ist klar, dass wir in das Zeitalter der Unsichtbarkeit hineinsteuern, in dem die Hauptdynamiken durch vier Produktivfaktoren markiert sind: Spiritualität – das ist die Bewegung von der Materie zum Geist; Kommunikation – das ist Begegnung im virtuellen Raum; Design – das ist die Kunst der Oberfläche; und Wissen – das ist die Emanzipation von der Natur.¹¹ Insgesamt wird deutlich: Die Zukunft dieser Gesellschaft verzichtet auf den Körper.

In vielen Kunstwerken spiegelt sich die hiermit verbundene Ratlosigkeit. So etwa in Nietzsches Gedicht „Ver einsamt“ („Weh dem, der keine Heimat hat“) oder in den verstörenden Bildern Edvard Munchs. Unter Erinnerung an den angesprochenen Flakon von Jean Paul Gauthier wäre hier auch Max Weber heranzuziehen, der von der modernen Zivilisation gesagt hat, sie zwingt die menschliche Person in ein „stählernes Gehäuse der Hörigkeit“. Nun, auch Gauthiers Frauenfigur schaut aus einem Gehäuse nach draußen – wenn es auch ein gläsernes ist.

7 Luhmann, Inklusion, a.a.O., 259f.

8 vgl. zu dieser Argumentation und den Folgerungen für die sozialstaatlichen Institutionen Niklas Luhmann: Die Gesellschaft der Gesellschaft, Bd.2, 632–634; sowie Peter Fuchs/Dietrich Schneider: Das Hauptmann-von-Köpenick-Syndrom. Überlegungen zur Zukunft funktionaler Differenzierung, in: Soziale Systeme 2/1995, 203–224.

9 In „Süddeutsche Zeitung am Wochenende“ vom 2.–3.10.1999.

10 in: „Süddeutsche Zeitung am Wochenende“ vom 24.–25.4.1999.

11 vgl. Norbert Bolz: Die Wirtschaft des Unsichtbaren, Düsseldorf 1999.



2. Was bringt die Welt zum Duften?

Oder: Die Wiederverzauberung des Körpers in der Populärkultur



Der heute schon klassische amerikanische Soziologe Talcott Parsons hat ein grundlegendes soziologisches Gesetz formuliert.¹² Er beobachtete, dass die Kultur einer Gesellschaft immer stärker vereinheitlicht, immer dichtere symbolische Einheitssemantiken ausbildet und immer weiter generalisiert, je ausgeprägter die Strukturen der Gesellschaft sich ausdifferenzieren. So kam die Einheitssemantik des „Vaterlandes“ in Konjunktur, als die Weltpolitik sich internationalisierte; als das Wirtschaftssystem immer arbeitsteiliger agierte, griff kulturell die Semantik vom „Individuum“ und der „gemeinschaftlichen Solidarität“. Jüngere Beispiele sind die semantischen Formeln um Natur und Ökologie, die ab den späten 70er Jahren auf die Erkenntnisse von den „Grenzen des Wachstums“ reagieren oder die Entdeckung der „Regionalität“ (also: Einkauf heimatischer Produkte; sanfter Tourismus vor Ort; Renaissance des Selbermachens usw.) angesichts der Einsicht in die unumkehrbare Globalisierung der Strukturen.¹³

Entsprechendes lässt sich auch für die kulturelle Gegenwart feststellen: Während die Strukturen den Körper, wie gezeigt, hinwegdifferenzieren und exkludieren, holt die kulturelle Semantik den Körper wieder herein und gibt ihm eine überwältigende, eine mythische Bedeutung. Auch hier soll uns kurz theoretisch beschäftigen, wie das vor sich geht.

2.1. Kennzeichen und Dynamik der Erlebnisgesellschaft

Entscheidende Forschungen zu diesem Mechanismus hat der Kultursoziologe Gerhard Schulze vorgelegt.¹⁴ Schulze entdeckte, dass die Moderne auf der einen Seite – in ihren Strukturen und Systemen – die Gren-

zen der Räumlichkeit immer weiter steigert und schließlich überwindet. Auf der anderen Seite wird dem Subjekt jetzt in der Kultur ein neuer Raum gerade eröffnet. Es ist ein Raum, der dem Subjekt wieder Verortung, Verwurzelung und Selbsterfahrung verspricht – gemeint ist der Innenraum des körperlich erlebenden Subjektes. Erlebnisse werden der Modus, in dem der moderne Mensch der Welt begegnet. Die Ausdehnung und Steigerung wählbarer Möglichkeiten in der ausdifferenzierten Wohlstandsgesell-

Entsprechendes lässt sich auch für die kulturelle Gegenwart feststellen: Während die Strukturen den Körper, wie gezeigt, hinwegdifferenzieren und exkludieren, holt die kulturelle Semantik den Körper wieder herein und gibt ihm eine überwältigende, eine mythische Bedeutung.

schaft verändert die grundlegende Haltung des Subjektes zur umgebenden Situation. Es wird jetzt möglich, Situationen dahingehend zu arrangieren, dass sie auch den Möglichkeitsraum psychophysischer Zustände im Subjekt erweitern. Erlebnisse werden zur Währung der Kultur. Die Gesellschaft wandelt sich in eine Erlebnisgesellschaft. Produkte werden nicht mehr nach ihrem Gebrauchswert befragt, sondern nach ihrem Stimulations- und Inszenierungswert

für die je individuellen „Projekte des schönen Lebens“. Öffentliche Ereignisse sind keine Repräsentationen externer Ordnungen mehr, sondern sie müssen sich als *event* präsentieren, als auslösendes Ereignis für innere Anteilnahme – denn auf diese kommt es letztlich an. Information wird zur Unterhaltung, Ästhetisierung wird zur Weltanschauung, und der Satz „Erlebe Dein Leben. Arrangiere die Situation so, dass sie Dir gefällt“ wird zum Imperativ. Schwimmhallen werden zu Spaßbädern; Bewerbungsgespräche werden zur Image-Probe; Körperpflege zum body-styling; Haarschnitte im Juli zum beach-cut; Kaufhäuser werden zu Erlebnismärkten; Tourismuskonzerne zu Paradieslieferanten; Bildung wird zum Infotainment. Alles ist wählbar: Waschmaschinen, Fernsehprogramme, Heiratspartner, Wohnorte, Urlaubsorte, PC-Spiele, Zigarettenmarken, Grand-Prix-Gewinner, Sexualtechniken, Modetrends, Therapieformen, Religionszugehörigkeiten, Telefongesellschaften usw. Die Welt in der Erlebnisgesellschaft ist alles zugleich: Bühne, Theke, Kühltruhe, Fernbedienung, Katalog und Speisekarte. Insgesamt vollzieht sich ein grundlegender Wechsel der Konsumorientierung von äußeren Produktwirkungen zu inneren Produkteigenschaften, oder kürzer: vom Ergebnis zum Erlebnis.

Und der Körper? Er wird zur „Kulisse des Glücks“, wie Schulze dies beschreibt.¹⁵ Da Erlebnisse psychophysische Entstehungsbedingungen haben, kommt dem Körper eine unersetzliche Bedeutung zu: Er ist der Resonanzraum des Erlebens, auf den alles ankommt; er ist das Vehikel zur Eroberung der verzauberten Kultur.

12 Vgl. Talcott Parsons, *The system of modern societies*, Englewood Cliffs N.J. 1971, 11. u. 26ff.

13 Vgl. Peter Fuchs: *Die Erreichbarkeit der Gesellschaft. Zur Konstruktion und Imagination gesellschaftlicher Einheit*, Frankfurt am Main 1992.

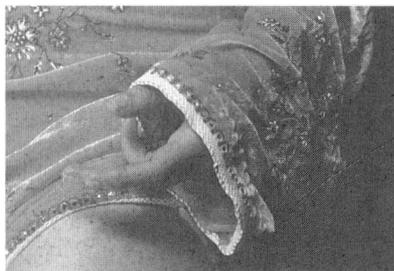
14 Gerhard Schulze: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt/New York 1992.

15 Gerhard Schulze: *Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur*, Frankfurt/New York 2000.

2.2. Die Mythisierung des Körpers: Beispiele

Der Körper ist so gewissermaßen die erogene Zone der Postmoderne. Zum Beleg dieser These nun einige Streiflichter. Selbst wenn es schwer fällt, soll der Klarheit des Gedankens wegen auch hier noch nicht direkt von Mode die Rede sein.

Ein wichtiges Beispiel ist das Phänomen der **Androgynie**. Es handelt sich hierbei um einen Mythos, der in sehr vielen Religionen vorkommt. Er besagt, dass die Menschheit einen Ursprung hat, in dem Einheit vor aller Unterschiedenheit herrschte. Der Gott, der vor der Erschaffung der Welt bereits war, vereinte in sich beides: Männlichkeit und Weiblichkeit. Erst mit dem Eintritt in die Materie schieden sich beide Geschlechter



in die Differenz hinein, und seitdem sucht das Männliche das Weibliche und umgekehrt, um in der geschlechtlichen Vereinigung diese göttliche Ureinheit zu realisieren.

Es ist ganz unverkennbar, dass dieser Mythos der Androgynie in unserer kulturellen Gegenwart wiederaufstanden ist.¹⁶ Natürlich nährt er sich aus verschiedenen Quellen: zum einen aus der sexuellen Diffusion der Geschlechter. Nach der sexuellen Befreiung hin zum eigenen Geschlecht erleben wir gegenwärtig die sexuelle Befreiung hin zum anderen Geschlecht in eigenen. Männer entdecken feminine Anteile, Frauen maskuline. Heterosexualität kann mit homosexuellen Phasen kombiniert werden – wer ist sich seines Geschlechtes heute noch ganz sicher? Als sehr innovativ in dieser Richtung eines Ausprobierens der geschlechtlichen Identität erweist sich die

Technoszene. Hier wird zum einen die Episodenhaftigkeit des geschlechtlichen Charakters gezeigt – man ist jeder Sexualität gegenüber tolerant, sei sie hetero, sei sie homo, sei sie bi oder trans. Neben diese allgegenwärtige Toleranz gesellt sich jedoch als zweites Merkmal eine ebenso gepflegte sexuelle Abstinenz. Techno ist aufgrund der eigenen Philosophie seltsam körperlos; es geht ja gerade darum, maschinelle Reflexe abzubilden, und der anschließende *chill out*

neren Verwandlung (Bekehrung), als Leidensgeschichten im Dienst eines höheren Wertes.¹⁷

Die **Wellness-Szene** hat unverkennbare Parallelen zur Esoterik. Hier wird die Loslösung des Geistes von der Materie versprochen, ein uraltes gnostisches Motiv, das wie ein Pendelschlag immer wieder die europäische Kultur befruchtet hat. Wellness bedeutet mehr als körperliches Wohlbefinden. Der „Deutscher Wellness Verband“ definiert Wellness

Ganz offen wird in letzterer der Traum von der körperlichen Unvergänglichkeit verheißen. Ärzte inszenieren sich als Schöpfer, Frauen (es sind ca. 75% Frauen) integrieren die Operationen in ihre Biographie als Übergangsrituale, als äußeres Zeichen einer inneren Verwandlung (Bekehrung), als Leidensgeschichten im Dienst eines höheren Wertes.

ist eher geschwisterlich als erotisch. Beides, die Doppelgeschlechtlichkeit wie die sexuelle Distanz, bekundet Androgynie. Leitfiguren der Popkultur wie Prince, Michael Jackson oder Boy George repräsentieren heute androgyne Ästhetik. In androgyner Ästhetik zittert die Luft geradezu von einer seltsamen Schwingung. Etwas Heiliges und etwas PerverSES liegt eng zusammen – und auch das gehört zum Wesen der Androgynie, die immer in der Spannung steht, näher an den Engeln oder am Animalischen zu sein.

Körperlichkeit als Mythos zeigt sich weiterhin in Phänomenen wie der **Fitnesswelle**, der **Wellness-Szene** und der **Schönheitschirurgie**. Ganz offen wird in letzterer der Traum von der körperlichen Unvergänglichkeit verheißen. Ärzte inszenieren sich als Schöpfer, Frauen (es sind ca. 75% Frauen) integrieren die Operationen in ihre Biographie als Übergangsrituale, als äußeres Zeichen einer in-

u.a. im Anschluss an Dr. John Travis mit folgenden 12 sog. Energien, „die den Menschen zu seinen Mitmenschen, seiner Umwelt und seinen Krankheiten in Bezug setzen...: Selbstverantwortung und Liebe; Atmen; Spüren und Wahrnehmen; Er nähren; Bewegen; Fühlen; Denken; Arbeiten und Spielen; Sichmitteilen; Sexualität; Sinn finden; Über sich hinauswachsen.“¹⁸ Wellness ist inzwischen im Tourismusgeschäft ein Hauptabsatzmarkt geworden, v.a. wenn man bedenkt, dass der Marktführer Nr. 1, die TUI Gruppe inzwischen Pauschalangebote anbietet, die unter der Signatur „Body and Soul“ versprechen, dass man als neuer veränderter Mensch nach Hause kommt. Hier verbinden sich in enger Weise Paradiesmythen mit Körpererfahrungen.

Es gäbe noch weitere Hinweise auf die Verkultung des Körpers in der Wissensgesellschaft. Zu nennen wäre der **boomende Markt um Erotik, Pornographie und Sinnlichkeit**. Sendungen wie „Peep“, „Liebe Sünde“ oder einschlägige Reality-Shows auf den privaten Kanälen sind quotensicher. Doch es gilt: „Die Sexsendungen im Fernsehen sind nur eine Facette der öffentlichen Inszenierung von Intimität. Es gibt den Telefonsex, den Prostitutionstourismus, die sich selbst inflationierende Pornobranche, den Gerätepark des Sexartikelhandels,

16 Vgl. auch Wendy McDaris: Transzendente Gesichter und Masken des Begehrens: Androgynie als künstlerisches Mittel, in: Kunsthalle Düsseldorf (Hg), Heaven (= Ausstellungskatalog), Ostfildern-Ruit 1999, 117ff.

17 vgl. Angelica Ensel: Rituale der schönheitschirurgischen Schöpfung, in: Kunsthalle Düsseldorf, a.a.O., 224–229.

18 So in einer Selbstvorstellung des Deutschen Wellness-Verbandes von 1991.

19 Schulze, Kulissen, a.a.O., 24f.



© Filomeno

die Anzeigenblätter mit ihren Rubriken für jede erdenkliche Variante der Sexualität, die Swingerclubs, es gibt Spezialgeschäfte für Sexzubehör, es gibt jede Woche neu die Veröffentlichung des Intimen in den ganz normalen Zeitschriften neben der Kasse

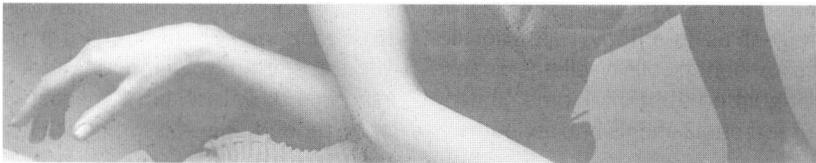
im Supermarkt, es gibt in allen größeren Hotels das Pay-TV mit obligatem Hardcore-Programm, und im Internet wird der Suchbegriff „Sex“ häufiger als jeder andere verwendet.“¹⁹

All dies sind Hinweise auf die besonders aufgeladene Bedeutung

des Körperlichen. Es scheint fast so, als müssten sich Männer und Frauen heute ganz basal ihrer selbst versichern, als wäre ein *reality-check* fällig, der sich zunächst mal sexuell, körperlich absichert.

3. Wie bildet Mode Ent- und Wiederverzauberung ab?

Nun sind die analytischen Grundlagen gelegt, um die pulsierende Dynamik der Mode in der Gegenwartskultur zu verstehen. Die These lautet, dass die heutige Gestalt von Mode mit all ihren Facetten erst von dieser Spannung zwischen Wissens- und Erlebnisgesellschaft her zu deuten ist. Mode bildet sich aus dem Paradox von Entzauberung und Verzauberung, von Körpervertreibung und



Körpermythisierung. Dies ist die Sehhilfe, die hier für das Phänomen Mode angeboten werden soll: Mode bildet genau diese kulturelle Spannung ab und bringt daher Kultur hervor. Mode ist die Inszenierung der Individualität – das ist ihr Zauber. Diese Inszenierung muss aber hinter Glas, also im stählernen Gehäuse Webers bzw. im gläsernen Gehäuse Gaultiers ablaufen – das ist ihre Riskanz.

Diese These ist ebenfalls in zwei Anläufen zu entfalten. Zunächst zeigen sich Spuren für die überraschende Beobachtung, dass sich auch in der Mode die wissenschaftliche Vertreibung des Körpers finden lässt. Im zweiten Schritt geht es dann um die erlebnisgesellschaftliche Mythisierung des Körpers in der Mode.

3.1. Wissensgesellschaft: Das Verschwinden des Körpers aus der Mode

1. Mode machen heute nicht mehr die Schneider, nicht die Designer, nicht mal die Models, sondern die Fotografen.

Eines der wesentlichen Kennzeichen moderner Mode ist das Vordringen

der Fotografie. In ihrem Band „Mode: Das Jahrhundert der Designer“ kommt Charlotte Seeling zu folgender Reihung²⁰: Am Anfang der Mode Anfang 1900 stand der Couturier, der geniale Schneider. Für diesen Start steht der Name Charles Frederick Worth, der 1858 in Paris das erste Haus der von ihm so begründeten „Haute Couture“ eröffnet. Doch ihm folgt schon mit seinem Angestell-

ten Paul Poiret der erste Designer, für den Mode mehr ist als Kleidungs-schneiderei. Ab jetzt vertritt der Modeschöpfer eine ihm eigene Ästhetik, der der Designer alles unterwirft. Schon Poiret schafft eine ganze ästhetische Welt – was erst in den 80er Jahren von Designern wie Calvin Klein oder Ralph Lauren kopiert wird. Die 80 Jahre sind nach den angestregten 70ern die Dekade der Designer; die 90er Jahre gelten als die Dekade der Models. Als diese zu mächtig werden, tritt der Fotograf an ihre Stelle. „Grunge“ ist angesagt, wie ein Fanal wirkt 1996 die Foto-Story von Jürgen Teller mit Kristen McMenamy. Sie zeigt das Topmodell hässlich und völlig nackt, übersät mit blauen Flecken und ausgemergelten Gesichtes, zwischen die Brüste ein Herz gemalt, darin das Wort „Versace“. Es war die Kriegserklärung an die sterile Schönheit des über-bezahlten und hysterischen Model- und Labelkultes und gleichzeitig die Erfindung des sog. „Heroin Chic“ – der Anti-Fashion, des „hässlichen Stils“ schlechthin. Auch wenn diese Phase kurz und schnell re-kommerzialisiert war, so hat sie eindrucksvoll und bisher irreversibel die Macht-

übernahme der Fotografen dokumentiert. Denn was ab jetzt ästhetisch überzeugen will, muss sich *fotografisch* inszenieren lassen. Dies ist bis zur Gegenwart so geblieben. Programmatisch proklamiert Jürgen Teller: „Ich möchte den Menschen die Möglichkeit geben, mit Hilfe der Photos zu träumen ... allerdings auf eine glaubwürdige Weise... Sie sollen nicht einfach ein Kleidungsstück sehen, sondern eine interessante, inspirierende Inszenierung, die jeder für sich selbst umsetzen kann. Kleidungsstücke an sich interessieren mich nicht.“²¹ Mit anderen Worten: Mode wird mediatisiert und virtualisiert.

2. Die Virtualisierung der Mode schreitet voran: Internetschauen, virtuelle Models und virtueller Laufsteg

Eine umwälzende Veränderung der Mode steht wohl durch die neuen Möglichkeiten der Wissenstechnologien ins Haus. Dazu eine Auflistung von schon gegenwärtig präsentierbaren Entwicklungen:

Virtuelle Modenschau: Zum ersten Mal konnten im Frühjahr 1999 Surfer aus aller Welt die Pariser Prêt-à-porter-Kollektionen live im Netz bewundern. Unter www.firstview.com hat man heute alle berühmten Modehäuser mit ihren aktuellen Kollektionen auf dem Schirm. Zu einem der größten Internetereignisse überhaupt wurde die Online – Dessous-Show der Dessousfirma Victoria's Secret im Februar 1999. Bekannte Models wie Heidi Klum oder Tyra Banks zeigten sehr viel nackte Haut; und in den 17 Minuten Liveshow versuchten gleichzeitig 2 Millionen Menschen, sich einzuklicken.²²

Inspiration durch High-Tech: Auch ästhetisch lassen sich die Designer von der neuen Technologie inspirieren. So schraubte das Modehaus Givenchy im letzten Winter gläserne, gesichtslose Puppen aus dem Boden; Paco Rabanne zeichnet Entwürfe mit Kleidern voller Aluminiumstacheln, und Donatella Versace steckte ihre Models in Abendkleider voller Nagel-

20 vgl. Charlotte Seeling: Mode. Das Jahrhundert der Designer 1900 – 1999, Köln 1999.

21 zitiert bei Susanne Becker/Stephanie Schütte: Magisch angezogen, München 1999, 16.

22 Ebd., 113.

köpfe. Wenn man nach den derzeit dominanten Stildefinitionen in der Frauenmode fragt, so zeigen sich folgende Gesichter: Lady Diana – ein Produkt der Medien; Königin Amidala – ein Produkt der Filmindustrie; Lara Croft – üppig weiblich, aber unfruchtbar. Diese Schönheitsköniginnen der Gegenwart haben virtuelle Körper und Gesichter.²³ Inspirierend wirkt dies z. B. auf die Entwicklung einer ganzen Cyber-Dresskombination, in der sich die kollektive Erfahrung des frisch eroberten digitalen Raumes zu einem neuen Techno-Look verdichtet.

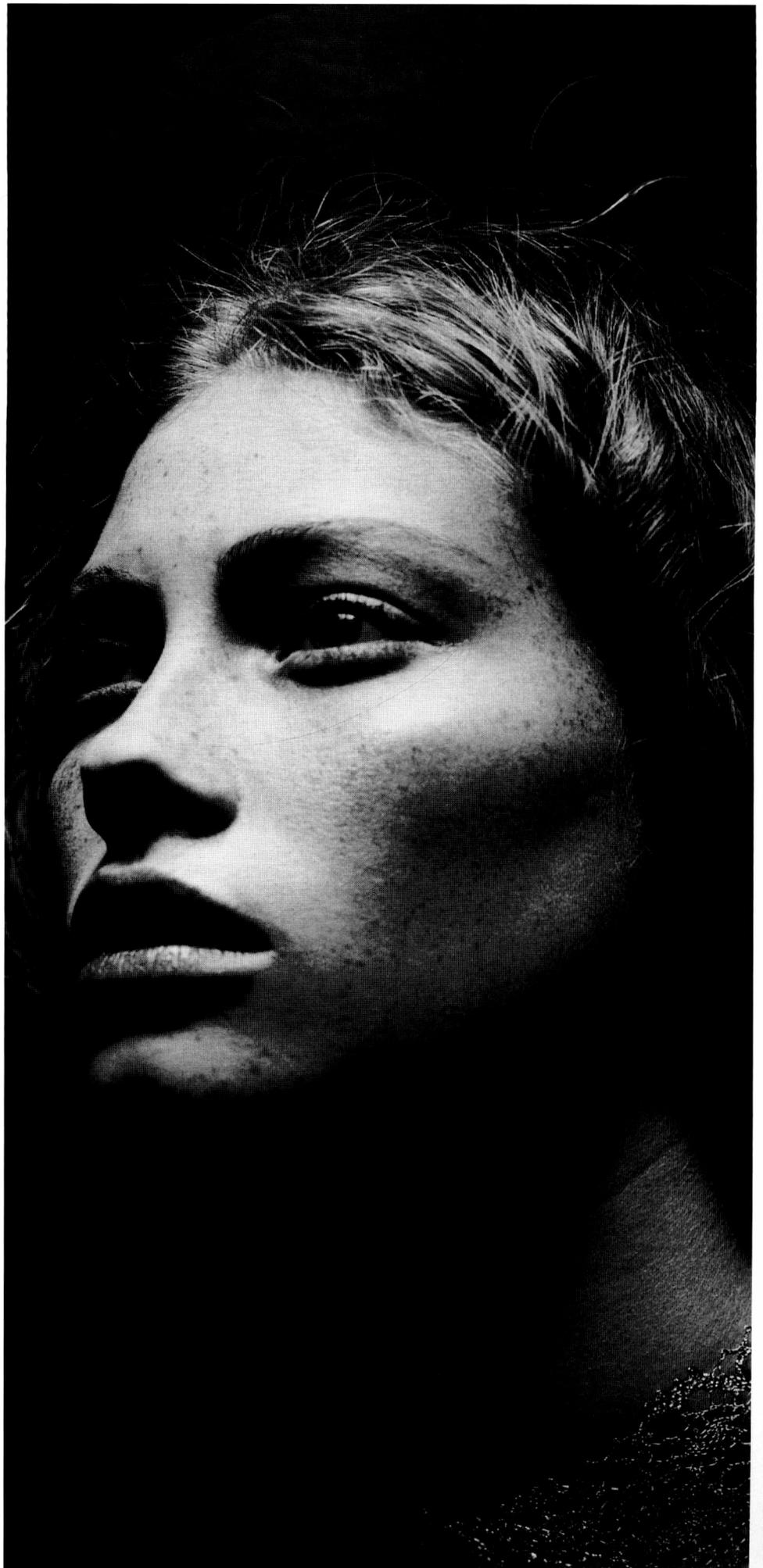
Intelligente Kleidung: Nicht nur ästhetisch, sondern auch funktional wirkt die Wissenstechnologie inspirierend. Forscher entwickeln die intelligente Kleidung, Kleidung also, die mitdenkt. So wurde für business-Kunden die Weste mit integriertem Sprach-Übersetzungscomputer entwickelt. Bereits als Patent angemeldet ist die Internet-Jacke des Stuttgarters Horst Spanyar: Die Tastatur ist in den Ärmel eingelassen, das Display eines Handy ist der Bildschirm. In Zukunft wird es Memory-Westen geben, die alles speichern, was passiert. Geplant sind auch vernetzte Unterhosen, die sich auf den Biorhythmus ihres Trägers einstellen.²⁴ Problematisch ist nur noch die Waschbarkeit der intelligenten Kleidung.

Virtueller Laufsteg: Eine weitere Neuerung wird sein, dass die Kundin selbst sich zum Model machen kann. Ein Computer scannt bis zu 60 Einzelmaße eines Menschen und simuliert dann den so simulierten Körper auf dem virtuellen Catwalk. Anhand ihres virtuellen Körpers kann man das Kleidungsstück schon so betrachten, wie es am Kunden selbst aussehen würde – man braucht also nicht auf Standardgrößen zurückgreifen.

Virtuelle Models: Schließlich noch die Cybermodels. Enorme Investitio-

²³ Dazu Seeling, a. a. O., 549–575.

²⁴ Zum ganzen: Matrix-Models, in: Computer & Co, 9/99.





nen werden von Modelagenturen getätigt, um sich mittels der Schönheiten aus dem Cyberspace von den echten Models emanzipieren zu können. Denn: Cybermodels nach dem Vorbild von Lara Croft werden nicht magersüchtig, stellen keine Lohnforderungen, altern nicht, haben keine Launen, ihre Maße sind immer ideal, sie sind immer verfügbar – und sollten sie mal aus der Mode kommen, löscht man sie einfach von der Festplatte. Virtuelle „Cyber-Weiber“ gibt es derzeit bereits als Nachrichtensprecherinnen (z.B. „Ananova“, „Tyra“ oder „Cornelia Schliwas“) und Frontsängerinnen („Kyoto Date“). Das berühmteste virtuelle Model ist „Webbie Tookay“ entwickelt von der Edelagentur Elite, die auch Claudia Schiffer oder Naomi Campbell unter Vertrag hatten. Jährlich gibt es seit neuestem in Nizza den „Virtual Model Look“, eine Art Schönheitswettbewerb für Cyber Models.

3.2. Erlebnisgesellschaft: Die Mythisierung des Körpers in der Mode

Wenn eben argumentiert wurde, dass der strukturellen Vertreibung des Körpers seine Mythisierung im Bereich der Kultur entspricht, so kommt der Mode die Funktion zu, dieser Mythisierung Ausdrucksmöglichkeiten zu verleihen. Wie geschieht dies genau? In Anknüpfung an den obigen Abschnitt über die Erlebnisgesellschaft können folgende Phänomene die Argumentation illustrieren.

Androgynie und Archaik: Die Mixbarkeit maskuliner und femininer Codes wird im gegenwärtigen Design vielfach interpretiert. So formuliert der Österreicher Helmut Lang die These, dass das visuelle Kontrastsystem Frau-Mann heute überlebt sei.²⁵ Langs Models sind beides: erotisch und geschlechtslos. Vereinzelt wagen Designer wie Jean Paul Gaultier auch den „Rock für den Mann“ – dies allerdings augenzwinkernd und ohne letzten Ernst. Insgesamt zeigt

sich in aktuellen Entwürfen das, was z.Zt. generell designprägend ist: der Rückgriff aufs Archaische. So gilt etwa die Farbe Weiß den Trendforschern als die Farbe des angebrochenen Millenniums, als die Utopie des Neubeginns, der Reinheit und der verletzlichen Offenheit auf Zukunft hin.²⁶ Und unübersehbar im modischen Zeichenvorrat von heute ist die Bricolage mit schamanistischen, fernöstlichen oder auch islamischen Stilelementen.²⁷

Markenwelten: Ein sehr auffälliges Merkmal modischer Mythenbildung ist die Konstruktion ganzer ästhetischer Kosmen. Designer wie Tommy Hilfiger, Calvin Klein oder Ralph Lauren definieren Lebensgefühle und liefern die Berechtigung, es zu entwickeln, als Accessoire gleich mit. Das Individuum taucht in eine ganze Welt von Markenprodukten ein und inszeniert seine Individualität mit ihrer Hilfe. Man kann das Lebensgefühl mit dem Namen Hugo Boss also nicht nur als Hose tragen, sondern auch als Uhr, als Schuh, als Brille, als Tasche oder als Parfüm. Auch die Verkaufsräume werden als Markenwelt gestaltet. So verkünden die Boutiquen von Jil Sander kompromisslosen, fast asketischen Minimalismus; und die Kathedralen der Fa. Nike vermitteln das neue Lebensgefühl des Sieges über sich selbst.

Religiöse Assoziationen: Besonders hervorstechend ist die modische Mythisierung des Körpers in einer unübersehbaren „Ästhetik der Sinnuche“ auf den Laufstegen des Planeten.²⁸ Die letzte Haut-Couture-Kollektion von Gianni Versace 1997 bestach durch schwarze Etui-Kleider mit reichbestickten goldenen Kreuzen. Balenciaga brachte 1998 mönchische Kuttenkleider nach dem Vorbild von „Krieg der Sterne 2“. Eric Bergères Herbstkollektion 1999 erin-

nete an die Hirtenmädchen von Fatima. Hussein Chalayan thematisierte auch im Jahr 2000 den islamischen Tschador. Karl Lagerfeld wie Bernhard Wilhelms frönten 2001 dem Motto: „Buddhas meets Barock“. Und gerade im Jahr 2002 kann man sicher sein, dass das Attentat vom 11.9.2001 auf das World Trade Center und der sich hier offenbarende brutale Gegensatz von zivilreligiös-kapitalistischer und fundamentalistisch-islamischer Kultur modische Interpretationen hervorbringen wird. Schon jetzt ist zu lesen, dass die Neonstreifen und die Mützen der New Yorker Feuerwehr zu modekultischen Sammlerartikeln geworden sind. Man muss kein Prophet sein, um zu wissen, dass die Designer mit dem Zusammenspiel von Entblößung, Verschleierung und irrationaler Gewalt experimentieren werden.

Denn Mode ist (im wahrsten Sinne des Wortes): Tuchfühlung mit der Gegenwart. Es geht um mehr, als sich in den abgegriffenen populären Assoziationen von Mode und Religion aussagen lässt, wie sie etwa in den Begriffen „Designerpapst“, „Schönheitsgöttin“ oder „Modetempel“ mitschwingen. Mode steht heute im Kampfplatz um die Hoheit der sinnstiftenden Zeichen. Sie vermittelt die Berührbarkeit von Körper und Welt. Sie reflektiert die Verlorenheit des Körpers in den Systemen genauso wie die dieser Verlorenheit korrespondierenden Verzauberung. Mode liefert Bedeutung, Identität, Zugehörigkeit, sogar Handlungsführung und Kontingenzbewältigung. Mode hat damit nicht in allen, aber in zentralen Funktionen die Religionen beerbt. Wenn es stimmt, dass das Kulturzentrum, die Gottheit der Moderne das Individuum ist (Emile Durkheim), dann stellt die Mode den obersten Hohenpriester.

25 Vgl. das Interview mit Lang bei Seeling, 607–615.

26 Dazu Eva Gesine Baur: Was kommt. Was bleibt, München 1999, 64–67; vgl. auch den ganzen Abschnitt zur Mode, 53–78.

27 Bildbeispiele aus der Parfümbranche bei Matthias Sellmann/Wolfgang Isenberg: Die Wiederverzauberung der Welten – eine Einführung, in dies. (Hg.), Konsum als Religion? Über die Wiederverzauberung der Welt (= Weltanschauungen 1), Mönchengladbach 2000, 7–15.

28 Vgl. dazu etwa das Heft der Zeitschrift Amica vom Januar 2000 „Der Sinn des Lebens“.