

The Commercialisation of Cultures - the Cultures of Commerce

Überlegungen zum Forschungsprofil des Großbritannien-Zentrums

Der Gründungsausschuß hat das Großbritannien-Zentrum zu Beginn der 1990er Jahre konzipiert "als eine kulturwissenschaftliche Einrichtung, die den Selbstdeutungsprozeß Großbritanniens als [des] Pioniers der modernen industriellen Welt auf den Gebieten von Sprache und Literatur, Geschichte und Politik, Kunst und Medien sowie Wirtschaft und Recht in einem interdisziplinären Verbund erforscht und für die wissenschaftliche Lehre fruchtbar macht" (Empfehlungen des Gründungsausschusses, S. 2). Sechs Jahre nach der Eröffnung des Zentrums im Jahr 1995 sind drei der ursprünglich geplanten sechs Professuren eingerichtet und mit einer geringen Anzahl von Mitarbeitern ausgestattet. Es sind dies die Professuren für

- Literatur und Kultur Großbritanniens
- Britische Geschichte seit dem 18. Jahrhundert
- Rechts-, Wirtschafts- und Sozialstrukturen Großbritanniens.

Noch nicht eingerichtet - und wohl auch in naher Zukunft nicht zu erwarten - sind die Professuren für

- Großbritannien und die anglophone außereuropäische Welt
- Vergleichende Staats- und Regierungslehre unter besonderer Berücksichtigung Großbritanniens
- Kulturelle Zeichensysteme und Medien unter besonderer Berücksichtigung Großbritanniens.

Das GBZ ist daher in hohem Maße auf die Kooperation von Kollegen und Kolleginnen aus den nicht vertretenen Disziplinen angewiesen. In dem postgradualen Studiengang "Master of British Studies" konnte diese

Kooperation durch die Erteilung von Lehraufträgen institutionalisiert werden. In der Forschung wurde sie bisher nur punktuell verwirklicht, weil infolge des langsamen personellen Aufbaus des Zentrums andere Aufgaben vordringlich erschienen. Nun ist das Zentrum jedoch in der Lage, einen auch für Außenstehende attraktiven Forschungsrahmen bereitzustellen. Dieses Papier möchte diesen Forschungsrahmen explizieren und zur Diskussion stellen. Es geht in drei Schritten vor. Im ersten Schritt wird eine durch die Schlüsselbegriffe "commerce" und "culture" umrissene Präzisierung und Neuakzentuierung des vom Gründungsausschuß empfohlenen Rahmenthemas "Großbritannien als Pionier der modernen Welt" vorgeschlagen. Im zweiten Schritt werden methodische Fragen und die Möglichkeiten einer breiten interdisziplinären Kooperation erörtert. Und im dritten Schritt geht es um die thematische Schwerpunktsetzung und die Prinzipien der Forschungsorganisation.

I.

Während der "deutsche Sonderweg" von der Forschung mittlerweile ad acta gelegt worden ist, werden die "British peculiarities" nach wie vor intensiv diskutiert. Gegenüber dem traditionellen Ansatz, Großbritannien als Pionier der Industrialisierung und der industriellen Welt zu betrachten und daraus Erklärungen für die bemerkenswerte politische Stabilität des Landes im 19. und 20. Jahrhundert zu entwickeln (vgl. zusammenfassend Weisbrod 1990), hat sich jedoch seit einigen Jahren eine Akzentverschiebung ergeben. Ohne daß die bisherigen Befunde in Frage gestellt worden wären, richtet sich das Erkenntnisinteresse heute eher auf Besonderheiten im Zusammenhang von Handel, Finanzen und "services" auf der einen, auf bestimmte Ausprägungen der "British national identity" und des "British way of life" auf der anderen Seite. "Commerce" und "culture", diese beiden Schlüsselbegriffe markieren die forschungsrelevanten Schnittstellen des derzeitigen Diskurses über die "British

peculiarities", und sie werden in vielfältiger Weise als Zusammenhang untersucht.

Den Hintergrund dieser Akzentverschiebung bildet die auch von vielen Briten selber als problematisch erkannte Tendenz, daß die durchgreifende Kommerzialisierung der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Beziehungen, die mit dem Übergang zur postindustriellen Gesellschaft verbunden ist, den Druck und die Chancen für eine immer dichtere Vernetzung mit anderen Ländern Europas und der westlichen Welt erhöht, ohne daß die Bereitschaft Großbritanniens zur politischen und kulturellen Einbindung in supranationale Netzwerke und Organisationen im selben Maße wachsen würde. Das legt die Fragen nahe: Funktioniert der britische Kapitalismus anders als der deutsche, italienische oder amerikanische? Sind die damit verbundenen Konventionen und kulturellen Praktiken in Großbritannien inkompatibel mit denen anderer europäischer Länder? Oder ist diese Zurückhaltung lediglich Ausdruck der pragmatischen Überzeugung, daß sich britische Interessen im Alleingang besser durchsetzen lassen? Solche Fragen werden heute intensiv im Zusammenhang mit der Erweiterung der EU, der Einführung des Euro, mit Unternehmensfusionen und mit Fragen der Globalisierung diskutiert.

Neben diesen aktuellen Interessen sind es einige bemerkenswerte Neuinterpretationen der britischen Wirtschafts-, Sozial- und Kulturgeschichte, die das Thema "commerce and culture" ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt haben. An erster Stelle ist hier das 1982 publizierte Buch von Neil McKendrick, John Brewer und J.H. Plumb "The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-century England" zu nennen. Darin wird das vorindustrielle England als eine nicht nur im Hinblick auf die Entstehung von Boden-, Kredit- und Arbeitsmärkten, sondern auch im Waren-, Freizeit und Medienkonsum der Bevölkerung außerordentlich fortgeschrittene, moderne Gesellschaft beschrieben, und es wird gezeigt, daß neben dem Adel und der entstehenden "middle class" in beträchtlichem Maße auch schon die "lower

class" in die Konsumgesellschaft dieser Zeit verwoben war. Obwohl "The Birth of a Consumer Society" im Grunde nicht mehr leistete, als bereits bekannte Einzelbefunde zu einem Gesamtbild zusammenzufügen, und methodisch eher konventionell vorging, erwies sich das Buch als außerordentlich stimulierend für die weitere Forschung im Überschneidungsgebiet von Wirtschafts-, Sozial- und Kulturgeschichte. Da nun nicht mehr nur „supply and production“, sondern auch „demand and consumption“ interessierten, ergaben sich ganz neue Forschungsthemen: „the market culture“, „the morality of spending“, „the social life of things“ – so und ähnlich lauten jüngere Buch- und Aufsatztitel zur neueren britischen Geschichte (wie im übrigen auch zur Geschichte anderer europäischer Gesellschaften).

Die damit vorgenommene ‚Vorverlegung‘ des Durchbruchs der ökonomischen Modernisierung führte zu einer Neuinterpretation der historische Rolle des Staates in Großbritannien. Während die konfliktrichtige Beziehung von Monarchie und Parlament, die das britische Staatswesen in seiner Geschichte maßgeblich prägte, bis dahin meist unter dem Aspekt der politischen Prerogative betrachtet worden war und ökonomisch allenfalls im Hinblick auf die flankierenden Rahmenbedingungen des entstehenden Kapitalismus interessiert hatte (Rechtssystem, Währungshoheit etc.), wurden Monarchie und Parlament nun auch als eigeninteressierte, die moderne Marktgesellschaft aktiv mitgestaltende Kräfte erkennbar (Brewer 1989; Stone 1994). Als eine der ersten zielgerichteten Aktionen wurde die sog. „financial revolution“ am Ende des 17. Jahrhunderts identifiziert, die unter dem Eindruck der hohen Kosten des Krieges gegen die Niederlande zur Gründung der Bank of England (1694) in Form einer privaten Aktiengesellschaft führte (Roberts/Kynaston 1995).

Eine weitere hier vorzustellende Neuinterpretation aus der Perspektive von "commerce" und "culture", die zur Diskussion über die „British peculiarities“ beigetragen hat, ist mit den Namen der beiden Wirtschaftshistoriker P. J. Cain und A. G. Hopkins verbunden. Mit ihrem Konzept des "Gentlemanly

Capitalism" gaben sie Anfang der 1990er Jahre einer vereinzelt auch schon vorher vertretenen Interpretation der britischen Gesellschaftsgeschichte Rückhalt, die den industriebürgerlichen Charakter der Wirtschaftselite grundsätzlich in Frage stellt (Cain/Hopkins 1993, 2 Bde.). Diese Interpretation hat zum einen die späte und verhältnismäßig undramatische Durchsetzung industrieller Produktionsformen (Fabriken, Maschineneinsatz) unterstrichen, zum anderen hat sie auf die langanhaltende Dominanz des Adels auch im 'modernen' Sektor der britischen Wirtschaft hingewiesen. Cain und Hopkins radikalisieren das Argument nun dadurch, daß sie im Gefolge der "financial revolution" die Herausbildung eines "service capitalism" diagnostizieren, dessen Akteure mit der Schaffung von Anlegechancen für britisches und fremdes Kapital befaßt waren. Die 'Zentrale' des "service capitalism" bildete die City of London mit ihren weltweiten Finanzaktivitäten. Sie rekrutierte ihre Führungskräfte aus dem landbesitzenden Adel, der Kaufmannschaft und den städtischen "professions". Das Selbstverständnis dieser Elite orientierte sich nach Cain und Hopkins an dem ursprünglich aristokratischen Ideal des Gentleman, so wie es in den Public Schools kultiviert wurde; dadurch sei die Wertschätzung bestimmter Tugenden wie selbstloses Pflichtbewußtsein und "leadership" im britischen Geschäftsleben verankert worden. Außerdem hätten die geschäftstüchtigen Gentlemen ein ausgeprägtes Sendungsbewußtsein entwickelt. "The imperial mission was the export version of the gentlemanly order" (Cain/Hopkins 1993 a: 34), konstatieren die beiden Autoren - und erklären damit die imperiale Expansion zu einem genuinen Bestandteil des britischen Kapitalismus.

Das zweibändige Werk von Cain und Hopkins verdient hier nicht nur wegen der Betonung eines problematischen Aspekts der britischen Nationalgeschichte Beachtung, der aus der 'kleinenglischen' Perspektive des "Sonderwegs" gern übersehen wird. Es ist gleichermaßen im Hinblick auf den Zweck des hier entwickelten Forschungskonzepts relevant, weil es ebenso wie "The Birth of a

Consumer Society" die Fruchtbarkeit einer Zusammenschau der beiden Pole "commerce" und "culture" für die britische Geschichte belegt. Während die Konsumforscher um Neil McKendrick die Verbindung herstellen, indem sie nach den kulturellen Effekten der Kommerzialisierung fragen, thematisieren Cain und Hopkins umgekehrt die kulturellen Voraussetzungen und vorindustriellen Prägungen der Kommerzialisierung. Aus beiden Blickrichtungen ergeben sich zahlreiche Anschlußfragen von grundsätzlicher Relevanz, auch über den britischen Fall hinaus:

- Welchen Veränderungen unterliegen in bestimmten sozialen Kontexten entstandene kulturelle Praktiken, wenn sie sich unter Marktbedingungen fortentwickeln? Welche Kulturbereiche und kulturellen Praktiken werden überhaupt erst unter Marktbedingungen erzeugt? Welche ‚sträuben sich‘ gegen eine Kommerzialisierung oder werden – etwa aus Pietätsgründen - aus dem kommerziellen Sektor verdrängt bzw. von vornherein herausgenommen? Und was sind die Konsequenzen für diese Kulturbereiche bzw. kulturellen Praktiken?
- Wenn es richtig ist, daß moderne Marktgesellschaften auf bestimmten nicht-marktförmigen Grundlagen basieren (Gemeinschaften und ihre kollektiven Mentalitäten, Religionen, Selbstdeutungen, Normen etc.), um die leere Form des Marktes mit „Sinn“ zu füllen, stellt sich die Frage, wie diese Grundlagen im britischen Fall konkret aussehen.
- Und wenn es richtig ist, daß diese nicht-marktförmigen Grundlagen durch den Markt überflüssig gemacht und ‚aufgezehrt‘ werden können, stellt sich die Frage nach den Möglichkeiten der Substitution des entstehenden Vakuums durch Literatur, Medien, Public Relations, virtuelle Kommunikation und andere kulturelle Praktiken.

Die von solchen Fragen nahe gelegte ‚Verlängerung‘ des Themas „commerce and culture“ in die Gegenwart leisten die beiden skizzierten Studien selber nicht.

McKendrick u.a. wissen die spannende Frage, worin die langfristigen Folgen und „path dependencies“ der Kommerzialisierung unter vorindustriellen Bedingungen liegen, nicht nur nicht zu beantworten; sie stellen sie gar nicht erst. Und Cain/Hopkins halten ihre Interpretation auch für das fortgeschrittene 20. Jahrhundert aufrecht (der zweite Band ihres Hauptwerks untersucht die Jahrzehnte bis 1990), obwohl offensichtlich ist, daß dem „gentlemanly capitalism“ spätestens seit dem Ersten Weltkrieg die soziale Basis immer mehr abhanden kommt.

II.

Der historische Ansatz allein führt also nicht weiter; er bedarf der Ergänzung und Korrektur durch stärker gegenwartsorientierte Disziplinen wie die Wirtschaftswissenschaften, Politik- und Rechtswissenschaften, Soziologie, Ethnologie/Anthropologie, Literatur- und Medienwissenschaften, und diese Forschungen müßten koordiniert und gebündelt werden. Durch die Übernahme solcher Aufgaben kann sich das GBZ aufgrund seiner interdisziplinären Struktur zu einem Laboratorium für die Analyse der Wechselbeziehung zwischen „commerce“ und „culture“ entwickeln. Es kann entsprechende Forschungen anregen, durchführen, bündeln und der wissenschaftlichen wie allgemeinen Öffentlichkeit vermitteln. Im Nebeneffekt kann es die vielbeschworene „Einheit von Forschung und Lehre“ herstellen und nutzen, weil sich vielfältige Berührungspunkte mit dem postgradualen Studiengang „Master in British Studies“ ergeben. Vor allem aber kann das GBZ auf diese Weise eine neue, vielversprechende Perspektive auf Großbritannien erproben und fortentwickeln. Denn die skizzierten Fragen sind so komplex, so daß sich Antworten nur in interdisziplinärer Anstrengung finden lassen. Auch erscheint die Erwartung, daß die Forschungsergebnisse auch über den britischen Fall hinaus relevant sind, nicht unrealistisch.

Bei der Durchführung von Projekten, die sich in diesen Rahmen einfügen, sollen die folgenden Prinzipien moderner kultur- und sozialwissenschaftlicher Forschung stärker berücksichtigt werden, als das derzeit in Großbritannien selber geschieht:

An erster Stelle wäre methodisch in Rechnung zu stellen, daß das Thema „commerce and culture“ zwei unterschiedlich konturierte Wirklichkeitsdimensionen moderner Gesellschaften miteinander in Verbindung bringt: Die Dimension der Kultur, welche die nach Raum und Zeit außerordentlich variablen Formen wie auch die ‚weichen‘, ‚flüssigen‘ Bedeutungen des sozialen Handelns und der Kommunikation umfaßt, entzieht sich einer scharfen Definition, zumal sich Kultur auch im Spiel entfalten (Huizinga); die Forscher müssen sich daher immer wieder mit Ambivalenzen und Kontingenzen auseinandersetzen. Für die Dimension des Kommerz und der Kommerzialisierung steht hingegen ein umfangreiches Begriffs- und Theorienrepertoire der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zur Verfügung; so kann diese Dimension entweder mit Blick auf die Geldwirtschaft und den „cash nexus“ (Simmel), den Markt und die Konkurrenz (Weber, Polanyi, Randall Collins) oder die konfliktreichen Herrschafts- und Abhängigkeitsverhältnisse im Kapitalismus (Marx) definiert werden. Diese Andersartigkeit von „commerce“ und „culture“ ist schwer zu überbrücken, und so wird es darauf ankommen, produktiv damit umzugehen. Anregungen gibt die moderne Wirtschaftssoziologie, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die „Einbettung“ ökonomischen Handelns in kulturelle Praktiken für die Wirtschafts- und Sozialwissenschaften nutzbar zu machen (Granovetter/Swedberg 1992). Eine andere Möglichkeit besteht darin, die Ambivalenz der Kultur zu antizipieren und, um ihr gerecht zu werden, mehrere Interpretationsmöglichkeiten parallel ‚durchzuspielen‘.

Als weitere methodische Anforderung sollten die Forschungsprojekte zu Großbritannien international vergleichend konzipiert werden, um die Ergebnisse

überprüfen und ggf. verfremden zu können (über die geringe Wertschätzung des Vergleichs bei britischen Autoren: cf. Crossick). Im Unterschied zu den bisherigen Forschungen zum "britischen Sonderweg" sollte dabei nicht nur Deutschland als Vergleichsland gewählt werden; im Hinblick auf die Tendenz zur Globalisierung sollten vielmehr auch andere Vergleichsländer gewählt werden. Ein besonderes Augenmerk wäre auf Osteuropa zu richten. Dies nicht nur, weil der Standort des GBZ in Berlin, an der Grenze zwischen West- und Osteuropa, dies nahelegt, sondern auch und vor allem, weil die osteuropäischen Staaten durch die außerordentlich späte Kommerzialisierung von Gesellschaft und Kultur – in manchen Fällen erst nach dem Zerfall des "realen Sozialismus" – einen optimalen, geradezu radikalen Kontrast zum britischen Fall bieten.

Im Rahmen solcher vergleichenden Forschungen sollten schließlich auch Kulturtransfers untersucht werden, obwohl diese das Instrumentarium der Komparatistik in mancher Hinsicht sprengen. Die Problematik des Kulturtransfers ist in der traditionellen Sonderwegsforschung bislang vernachlässigt worden, obwohl Großbritannien auch als Pionier der modernen Welt niemals autochthon in der Entwicklung seiner Kultur war. Nicht einmal das britische Empire war in Sachen Kultur nur „Geber“ für seine Kolonien; es war durchaus auch „Nehmer“ – eine komplementäre Rolle, die unter dem Aspekt zunehmender Europäisierung und Globalisierung heute immer mehr in den Vordergrund tritt.

III.

Um die in diesem Papier recht abstrakt vorgetragenen Perspektiven etwas konkreter zu fassen, sei abschließend ein Katalog möglicher Themen für das Forschungsprofil „commerce and culture“ aufgelistet, in den weitere Vorschläge eingetragen werden können:

A.Kommerzielle Kulturen/Kulturphänomene

- Dienstleistungsgesellschaft /Expertenkulturen /Professionalisierung
- Konsum, Shopping, Werbung
- Leisure (Tourism, Sport, Musik, Entertainment)
- Massenmedien (Massenpresse, Radio, TV, Film und Kino, Internet)
- Hier als Kontrastfolie auch: Aus der kommerziellen Sphäre ‚moralisch‘ ausgegliederte Bereiche, strittige Themen und kommerzielle Tabus:
 - bestimmte Emotionen (z.B. Liebe, Trauer)
 - Stammzellen-, Genforschung
 - Lebensversicherungen, Friedhöfe
 - das spezifisch britische Verständnis des „Amateurs“.

B.Funktionale BeziehungenKultur als Basis und Voraussetzung kommerzieller Beziehungen, beispielsweise

- Vertrauen, Normen (das, was bei E.P. Thompson "moral economy" heißt) und Regeln; „Vertrauen in die Währung“ ("Euro") etc.
- bestimmte Institutionen wie Staat und Common Law (Vorarbeiten dazu hat schon die Historische Schule der Nationalökonomie geleistet),
- mentale und ideologische Voraussetzungen der kolonialen Expansion
- "cultural styles", z.B. die Vorstellungen von "fairness" und "reciprocity"
- Techniken der Selbstfindung und Selbstausslegung (Literatur, Kunst etc.), um Austauschakte mit 'Sinn' zu füllen.

Kommerzielle Beziehungen als prägende Kraft für Kultur im weiten Sinn, beispielsweise

- Markt/Geld/Kapitalismus als vergesellschaftende Kräfte
- Markt/Geld/Kapitalismus als institutionen-bildende Kräfte (z.B. news market, media market)
- Der Markt als normbildende, aber auch normverändernde und zugleich traditionszerstörende Kraft (z.B. Aushöhlung des Common Law durch Handelsbeziehungen unter EG-Recht)
- kulturelle Folgen der De-Regulierung
- die sich verändernde Nomenklatur in den mit "commerce" und "culture" befaßten Wissenschaften: von der Verdammung des Kapitalismus zum Lob auf die Marktwirtschaft.

Literatur

- Brewer, John, *The Sinews of Power. War, money and the English state, 1688-1783*, London 1989.
- Cain, P.J./A.G. Hopkins, *British Imperialism: Innovation and Expansion 1688-1914*, London/New York 1993.
- , *British Imperialism: Crisis and Deconstruction 1914-1990*, London 1993.
- Crossick, Geoffrey, *And what should they know of England? Die vergleichende Geschichtsschreibung im heutigen Großbritannien*, in: Heinz-Gerhard Haupt/Jürgen Kocka (Hg.), *Geschichte und Vergleich. Ansätze und Ergebnisse international vergleichender Geschichtsforschung*, Frankfurt 1996, S. 61-76.
- Granovetter, Marc / Richard Swedberg (Hg.), *The Sociology of Economic Life*, Boulder 1992.
- McKendrick, Neil/John Brewer/J.H. Plumb, *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-century England*, London etc. 1982.
- Roberts, Richard/David Kynaston (Hg.), *The Bank of England. Money, Power and Influence 1694-1994*, Oxford 1995.
- Stone, Lawrence (Hg.), *An Imperial State at War. Britain from 1689 to 1815*, London 1994.
- Weisbrod, Bernd, *Der englische "Sonderweg" in der neueren Geschichte*, in: *Geschichte und Gesellschaft* 16, 1990, S. 233-252.

Christiane Eisenberg (Juni 2001)