

Momentum 2012

Bettina Leibetseder

Track – Demokratische Konsumkultur?

Von der Entzauberung des Schlaraffenlandes

Entfremdung in der Konsumgesellschaft

„'Cause we are living in the material world. And I am a material girl. You know that we are living in the material world. And I am a material girl.“ Wer kennt heutzutage nicht diese Zeilen von Madonna, wo sie Marilyn Monroes „Diamonds are girls best friends“ Mitte der 1980er Jahre persiflierte. Gleichzeitig können diese Zeilen als Inbegriff der Konsumgesellschaft gelten, wo sich ein Mensch nicht mehr über seine sozialen Beziehungen definiert, sondern darüber, was er oder sie besitzt. Bei einer Konsumgesellschaft handelt es sich um eine Gesellschaft, deren Mitglieder vor allem über ihre Eigenschaft als Konsument/in gekennzeichnet sind. Um erfolgreich ein Mitglied dort zu sein, muss man sich der Konsumkultur anpassen, also ein „material girl“ sein. Weiters zeichnet sich Konsumgesellschaft laut Zygmunt Bauman (2009) *nicht* dadurch aus, dass die Wünsche und der Wohlstand der Individuen befriedigt werden, sondern die Konsument/innen werden zu Konsumgütern, da sie in der Konsumgesellschaft „in den Status einer verkäuflichen Ware gehoben“ werden, die sich durch ihre Fähigkeit auszeichnet, ihren „Marktwert“ als Konsument/in zu erhöhen.

Hier setzt Zygmunt Bauman mit seinem Begriff des Konsumismus an, im Gegensatz zum individuellen Konsum ist „Konsumismus“ ein gesellschaftliches Attribut und stellt eine Grundlage des Zusammenlebens dar. „Konsumismus“ steuert als neues Leitbild die Gesellschaft, stellt aber ebenso eine Handlungsanleitung für das Individuum dar. Hier spricht Bauman von einer Entfremdung, Wünsche oder Sehnsüchte werden so in einer Konsumgesellschaft verändert. Das eingereichte Paper will sich kritisch mit Entfremdung und Ausbeutung in einer Konsumgesellschaft auseinandersetzen. Wie kann man das Konzept der Entfremdung von Karl Marx auf die Konsumgesellschaft anwenden? Hier wird ausgehend von den Analysen von Marx mit Hilfe von Barber (2007) die Entfremdung in der heutigen Konsumgesellschaft dargestellt.

Zudem gewinnt in einer Konsumgesellschaft die Ausbeutung und Kontrolle der Konsument/innen im Vergleich zu den Arbeiter/innen im Fordismus an Bedeutung, aber wie werden Konsument/innen ausgebeutet? Georg Ritzer (2010) zeigt auf, dass mit Konsumtionsmittel ökonomische und soziale Strukturen geschaffen wurden, damit Waren und Dienstleistungen von den Menschen gekauft werden können, andererseits kontrollieren

und beuten sie Konsument/innen hierbei aus. Georg Ritzer führt dabei eine Differenz zwischen Mittel und Ware ein, die von Karl Marx so nicht getroffen wurde, für den sind im Gegensatz zu Ritzer Konsumtionsmittel eher die Ware, die dann konsumiert wird, nicht die Mittel, die zum Konsum führen. George Ritzer unterscheidet Konsumtionsmittel von Konsumwaren, ein Fastfoodrestaurant ist für ihn ein Konsumtionsmittel, während der Hamburger das Konsumgut darstellt.

Nach der Frage der Ausbeutung will das vorgeschlagene Paper noch der Frage nachgehen, welchem individuellen und gesellschaftlichen Leitbild wir nun folgen und welche Formen es von Gegenwehr es gibt und geben kann. Kann eine solche Welt wirklich unser Ziel sein? Man versucht, dem Kreislauf von mehr Konsum, mehr Wachstum zu entkommen, man will einen „radikalen Wandel“ (Littler 2009), den „Exzessen“ der Konsumwelt ein Ende setzen (Naish 2009), „culture jamming“ (Lasn 2005), kein Logo (Klein 2001) oder ist einfach nur „genial dagegen“ (Misik 2005).

Barber, Benjamin R (2007) Consumed! Wie der Markt Kinder verführt, Erwachsene infantilisiert und die Demokratie untergräbt, München

Bauman, Zygmunt (2009) Leben als Konsum, Hamburg

Klein, Naomi (2001) No Logo! Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern, München

Lasn, Kalle (2005) Culture Jamming. Die Rückeroberung der Zeichen, Freiburg

Littler, Jo (2009) Radical Consumption. Shopping for Change in Contemporary Culture, Maidenhead

Misik, Robert (2005) Genial Dagegen. Kritisches Denken von Marx bis Michael Moore, Berlin

Ritzer, George (2010) Enchanting a Disenchanted World. Continuity and Change in the Cathedrals of Consumptions, Los Angeles et al