

ZEICHEN & Symbole

SCHMUCK FÜR FRAUEN UND MÄNNER

Es gibt Völker, die keine Kleidung tragen, aber es gibt kein Volk, das keinen Schmuck trägt. Wenn man bedenkt, unter welchen harten Lebensbedingungen manche Naturvölker leben und trotzdem nicht darauf verzichten, Schmuck herzustellen und zu tragen, kann Schmuck keine reine Sache des Luxus sein. Seine Bedeutung für die Menschen muss sehr viel tiefer liegen.

Der Soziologe René König schreibt, dass Schmuck ursprünglich durch eine ganz spontane Selbstverwandlung entstanden ist, als Erhöhung der eigenen Person vor sich selbst und vor anderen. Der Jäger beispielsweise, der einen besonders schönen Vogel geschossen hat, steckt sich eine Feder ins Haar, bestätigt damit vor sich selbst das Jagdglück, verleiht dem momentanen Erfolg eine gewisse Dauer und teilt zugleich den anderen mit, was ihm gelungen ist. Durch diese Kommunikation gewinnt er eine Auszeichnung.

Dies ist die älteste und ursprünglichste Funktion von Schmuck. Dazu gehören Trophäen, wie die erwähnte Vogelfeder, aber

auch Talismane, die dazu dienen, bestimmte Fähigkeiten lebendig und kraftvoll zu erhalten, zum Beispiel die handwerkliche, künstlerische oder sexuelle Potenz. Eine weitere wichtige ursprüngliche Bedeutung des Schmucks liegt in der Vermittlung von sozialem Rang und Stammeszugehörigkeit. Diese ursprünglichen Schmuckformen sind relativ stabil und wandeln sich, wenn überhaupt, nur sehr langsam.

Die modische Wandlungsfähigkeit des Schmucks entsteht erst, wenn er aus seinen

traditionellen Rangordnungen und Sozialgefügen herausgebrochen und durch Kommerzialisierung allen verfügbar gemacht wird. Dadurch kommt es zu einem spontanen Bedeutungsverlust, und der modische Aspekt des Schmucks rückt in den Vordergrund. So ist unser industriell gefertigter Schmuck einem stetigen modischen Wandel unterworfen. (König 1999, S. 89f.)

Der Objektpsychologe Tilman Habermas schreibt, dass der Einzelne heutzutage seine eigene Identität entwirft und sie den anderen zur Bestätigung anbietet. Der Schmuck unserer Zeit fungiert, zusammen mit der Mode, als Identitätssymbol und hilft dabei, unsere Identität zu gestalten.

Überhaupt dienen alle Objekte, die am Körper befestigt werden können, auch als Identitätssymbole: Schmuck, Brillen, Kleidung und Schuhwerk. Andere Identitätsobjekte sind loser mit dem Körper verbunden, wie z.B. ein Stift, ein Smartphone, eine Aktenmappe oder eine Handtasche. Gebrauchsgegenstände können primär



Von der informellen Kunst beeinflusster Manschettenknopf von Alfred Bauer, späte 1960er-Jahre



eine praktische Aufgabe erfüllen, aber genauso symbolische Gegenstände sein, die primär dazu dienen, etwas zu bedeuten. Je nachdem, was den Träger eines Objekts dazu bewegt, es bei sich zu haben, kann beispielsweise ein Kugelschreiber also tatsächlich sowohl als Gebrauchsgegenstand dienen als auch reiner Schmuck sein. (Habermas 1996, S. 231f., S. 179f.)

Der Schmuckbegriff muss demnach weit gefasst werden und in mancherlei Hinsicht über die alltagssprachliche Bedeutung hinausgehen: Erstens wird Schmuck nicht zwingend unmittelbar am Körper getragen. Auch Gegenstände, die man mit sich führt oder mit denen man seine Umgebung gestaltet, können Schmuck sein. Zweitens ist auch ein Gebrauchsgegenstand als Schmuck anzusehen, wenn sein Gebrauchswert gegenüber dem symbolischen Aussagewert in den Hintergrund tritt. Es kommt also nicht so sehr darauf an, ob ein Ding einen praktischen Nutzen hat oder nicht, sondern auf die Art und Weise, wie es eingesetzt wird.

An äusserlichen Kriterien ist Schmuck demnach nicht zu fassen. Beim Schmuck kommt es einzig und allein auf die subjektive Bedeutung an, die einem wie auch immer gearteten Gegenstand verliehen wird. Aus diesem Gedanken ergibt sich eine erweiterte Definition von Schmuck:

Als Schmuck kann man persönliche Objekte bezeichnen, die Menschen entweder unmittelbar am Körper anbringen, bei sich tragen oder in ihrer Umgebung platzieren. Es handelt sich dabei nicht um

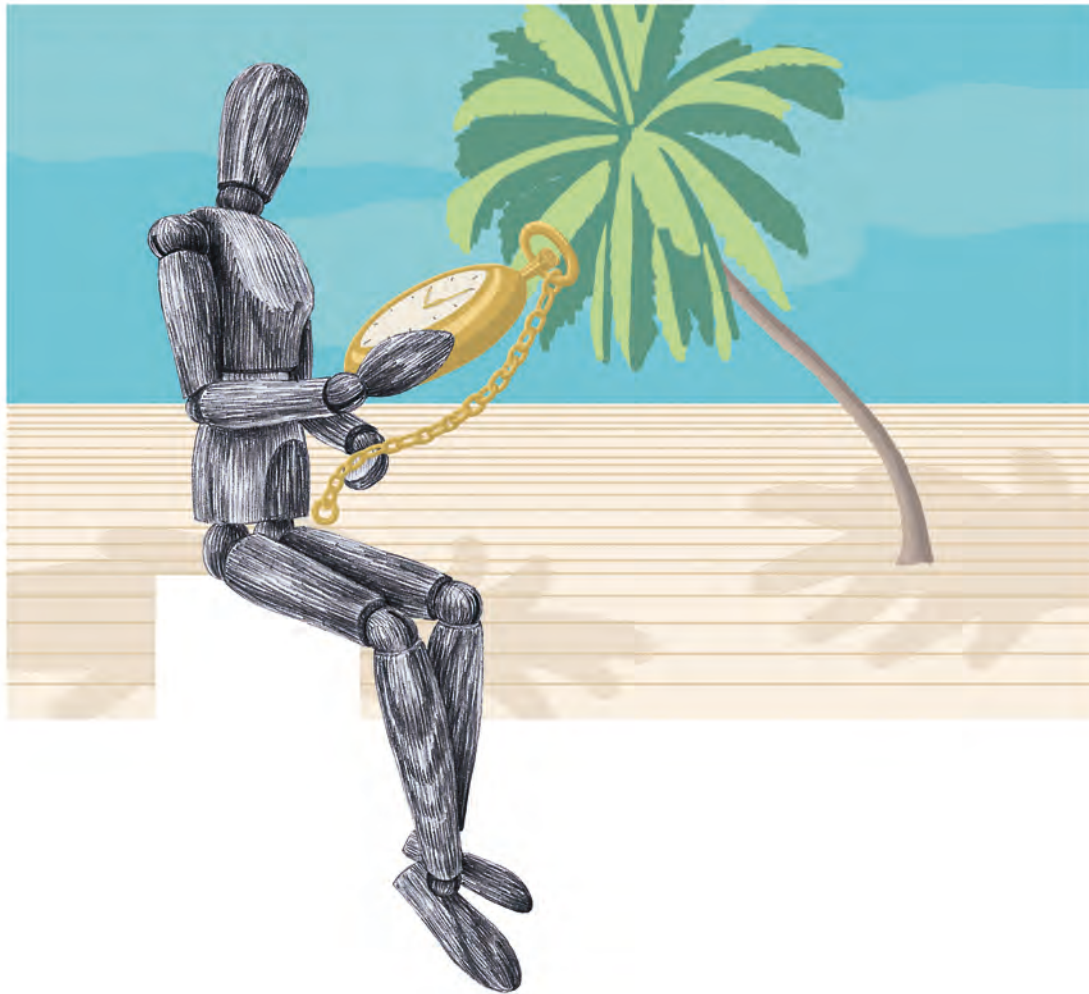
Dinge, die primär eine praktische Aufgabe erfüllen, sie dienen vielmehr hauptsächlich dazu, etwas zu bedeuten. Demnach wird ein Gegenstand dann zum Schmuckstück, wenn er von jemandem als Zeichen oder Symbol eingesetzt wird.

SCHMUCK UND GENDER

Intuitiv haben wir alle ein Gespür dafür, dass Männer und Frauen unterschiedlich mit dem Thema Schmuck umgehen. Für Frauen ist Schmuck etwas selbstverständliches; er gehört für die meisten einfach zu ihrem äusseren Auftritt wie Mode, Make-up und Frisur. Bei Männern ist das irgendwie anders: Opulent geschmückte Herren kommen in der Realität recht selten vor. Warum berührt uns beispielsweise die Art, wie der Modeschöpfer Harald Glööckler sich schmückt, anders, als wenn eine Frau genau das gleiche tragen würde? Haben Männer grundsätzlich ein geringeres Bedürfnis, sich zu schmücken, oder hat ihr Umgang mit Schmuck gesellschaftliche Ursachen?



Von der informellen Kunst beeinflusster Manschettenknopf von Alfred Bauer, späte 1960er-Jahre



Wird die Definition von Schmuckstücken als Zeichen oder Symbole konsequent weiter gedacht, führt dies zu der Annahme, dass womöglich viele Gegenstände, mit denen Männer sich umgeben, in Wirklichkeit Schmuck sind, auch wenn sie auf den ersten Blick nicht als solcher erkennbar sind. Besteht Männerschmuck heute etwa aus Smartphones, wertvollen Kugelschreibern, Gürteln oder repräsentativen Autos?

In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts waren beispielsweise Raucherutensilien ein typischer Männerschmuck. Zigaretten wurden damals lose verkauft; man(n) füllte sie in die eigene Zigarettendose, die ihm seine persönliche Note verlieh. Dazu gehörten auch Feuerzeuge und Zigarettanzünder. Ein weiterer Klassiker ist der Manschettenknopf, der oft die Form eines Mini-Kunstwerks im Stil der zeitgenössischen Kunstrichtungen annahm.

Es scheint so, als ob Männer sich subtiler schmücken als Frauen: Frauen verfolgen mit ihrem Schmuck unmittelbar ästhetische Absichten, Männer trachten anscheinend danach, diese zu verbergen,

indem sie ihren Schmuck als Gebrauchsgegenstand tarnen. Antworten darauf, warum dem so ist, gibt der Psychologe Franz Kiener in «Kleidung, Mode und Mensch», 1956 erschienen und noch immer verblüffend aktuell. Als modepsychologische Abhandlung gedacht, behandelt das Buch immer wieder auch den Schmuck.

Von besonderem Interesse sind Kieners Differenzierungen zwischen männlichem und weiblichem Verhalten: Während die Frau ihre Geltung durch rein ästhetischen

Schmuck heben möchte, zieht der Mann Imponierschmuck vor. Sein Zierrat muss ein Zeugnis von männlicher Kraft und Tüchtigkeit, also eine Art Trophäe sein, oder einen Rang andeuten. Diese Dinge beschäftigen die männliche Eitelkeit im gleichen Masse, wie die der Frauen durch Mode angesprochen wird.

Männer sind aus gesellschaftlichen Gründen der Sachlichkeit stärker verpflichtet und tragen so wenig offensichtlichen, reinen Schmuck wie möglich. Während man den Frauen Glanz zugesteht, ist dieser aus der versachlichten Männerkleidung fast völlig verbannt worden. Von Kleidung und Schmuck hat er sich auf das Auto, Motorrad und Elektronik verlagert: eine Verschiebung der Repräsentationswünsche auf das Objektive.

Die Versachlichung der äusseren Erscheinung des Mannes hat verschiedene Gründe. Zum einen fehlen die psychologischen Voraussetzungen für eine Erotisierung, wie sie bei der Frauenkleidung vorkommt. Der Mann ist eher in der aktiven Rolle, muss also weniger mit Äusser-



Manschettenknopf,
Gestalter unbekannt,
Museum Idar-Oberstein,
1970er-Jahre

lichkeiten locken. Frauen kann er eher mit Körperkraft, sicherem Auftreten und durch Macht, die sich in einer entsprechenden sozialen Stellung ausweist, imponieren. Männer scheuen sich deshalb davor, mehr Haut als nötig zu zeigen, und lassen sich dafür die Schultern wattieren, um kraftvoller zu wirken.

Früher kannte auch der Mann die Prachtentfaltung als Imponiereffekt. Seit der Aufklärung fand jedoch eine Verlagerung der wertbestimmenden Aktivität des Mannes vom höfischen Treiben auf die Arbeit statt, die Französische Revolution beschleunigte diesen Vorgang noch. Das Prachtgewand wurde unter dem Schlagwort der «Gleichheit, Freiheit und Brüderlichkeit» von den neuen Männern verpönt. Der Mann sah seine Hauptaufgabe nicht mehr im Salon, sondern im Amt, wo praktische und einfache Kleidung gefragt ist.

Während Männer sich scheuen, zu sehr voneinander abzuweichen, fühlen Frauen sich subjektiver und wollen individuell gekleidet sein. Kiener meint, dass Männer diesen Verzicht auf Kleiderluxus aber durch eine interessante Verhaltensweise ausglei-



Männerschmuck der 1940er-Jahre als elektrischer Zigarettenanzünder in Form eines Hundekopfes der Gebrüder Schmidt

chen: Sie projizieren ihren Imponierwunsch auf ihre Partnerin. Der Mann ist stolz, wenn er mit seiner schön gekleideten Frau in der Öffentlichkeit auftritt und bezieht die Bewunderung, die ihr gezollt wird, auf sich. Je strenger und einförmiger die Herrenkleidung ist, desto mehr suchen Männer einen Ausgleich in der raffinierten und nuancenreichen Kleidung ihrer Frau. (Kiener 1956, S. 50, 62, 66, 69, 104f.)

Diese These erhärtet sich anhand der Tatsache, dass im Vergleich zu den 1950er-

Jahren, als Kieners Buch erschienen ist, die Herrenmode heute offener und bunter ist, wohingegen die Damenmode einfacher geworden ist. Der Druck auf die Frau, perfekt aussehen zu müssen, hat abgenommen, während den Männern mehr Spielraum gelassen wird, ihre eigene Identität zu gestalten.

Da Männlichkeit in der Moderne mit Sachbezogenheit verknüpft wird und der soziale Status des Mannes von seiner Arbeit herrührt, können Männer ihre Geltung mit rein ästhetischem Schmuck nicht heben. Das Repräsentationsbedürfnis des Mannes verschiebt sich deshalb auf die Dinge, mit denen er sich umgibt. Ihre Existenzberechtigung ziehen sie aus ihrer scheinbaren Nützlichkeit. Wenn jedoch ein Mann ein Ding benutzt, um anderen zu imponieren, und der rein funktionale Nutzen demgegenüber in den Hintergrund tritt, so ist es als Schmuck anzusehen. Die Verschiebung der Repräsentationswünsche des Mannes auf das Objektive erweitert den Raum, innerhalb dessen Schmuck auftritt: Er wird von Männern kaum direkt am Körper angebracht, wie Frauen das tun.





SCHMUCK ALS STATEMENT

Menschen können mit Schmuck die verschiedensten Statements abgeben. Es gibt aber auch Schmuckformen, die vorwiegend der Selbstkommunikation dienen. Grundsätzlich kann man sagen, dass die Gender-Unterschiede beim Schmuck dort auftreten, wo er der Identitätsgestaltung dient, also eine soziale Funktion hat. Steht die Selbstkommunikation im Vordergrund, verwischen sich diese Unterschiede, wie folgende Beispiele zeigen.

MAGISCH-RELIGIÖSES OBJEKT

Dies ist die älteste und ursprünglichste Funktion von Schmuck. Dazu gehören Trophäen, wie die erwähnte Vogelfeder, aber auch Talismane, Glücksbringer und religiöse Symbole. Hier dient Schmuck schwerpunktmässig der Selbstkommunikation, indem er beispielsweise den Glauben an die eigene Kraft oder an das Glück stärkt. Im Fall der Vogelfeder wird aber auch der eigene Jagderfolg vor anderen demonstriert. Die Grenzen sind also immer fließend. (König 1999, S. 93f)

SYMBOL FÜR SOZIALEN RANG

In diesem Fall dient Schmuck dem Ausdruck von Macht und als Demonstration

von Reichtum. Dies geschieht heutzutage nicht mehr unbedingt nur durch das Tragen von Echtschmuck, sondern auch durch guten Geschmack oder ein zeitgemässes Erscheinungsbild; Marken spielen hier sicher ebenfalls eine Rolle. Aber auch demonstrativer Konsum, wie beispielsweise sich stets das neueste Smartphone mit dem angebissenen Apfel zu leisten, fällt in diese Kategorie. (König 1999, S. 88f., 95, 115f., 96f.)

RELIQUIE UND SOUVENIR

Schmuck kann auch eine andere Person vertreten, der er früher gehört hat. Durch die Nähe zum Körper dieses anderen Menschen ist Schmuck dafür besonders geeignet. In diesem Fall symbolisiert das Schmuckstück die Anwesenheit eines Menschen, oder die Verbindung zwischen

dem jetzigen und dem früheren Besitzer. Beim Souvenir hingegen vertritt Schmuck eher einen ersehnten Ort als eine Person. Reliquien und Souvenirs treffen Aussagen, die von einer räumlich oder zeitlich entfernten Perspektive ausgehen und auf diese verweisen und dienen damit vorwiegend der Selbstkommunikation. (König 1999, S. 93, Habermas 1996, S. 283f., 296f.)

IDENTITÄTSSYMBOL

Als Identitätssymbol wird Schmuck zu einer Requisite, um die eigene Person in ein möglichst günstiges Licht zu rücken. Der Begriff Schmuck ist hier wieder sehr weit gefasst und kann auch in modischen Turnschuhen bestehen. Aber auch der Körper selbst erfüllt diese Funktion: Frisur, Bemalungen, Tattoos, Piercings, Hörnchen, künstliche Körperteile wie Toupets, falsche Brüste oder Korsetts. Mittels Identitätsobjekten kann eine Person verschiedene Aussagen über sich selbst treffen: Sie bezieht Stellung zu ihrer natürlichen Identität wie Geschlecht, Alter oder Herkunft. Ausserdem bringt die Person damit individuelle Werte und Lebensorientierungen zum Ausdruck. [Habermas 1996, S. 15, 162]

SCHMUCK ALS VERMITTLER

Das Wohlgefallen, das schöner Schmuck erregt, wird mit der Person des Trägers verknüpft und dient damit der Vermittlung besserer Beziehungen. Solche öffentliche Identitätssymbole sind für die soziale Interaktion unbedingt erforderlich: Je unbekannter sich miteinander interagierende Personen sind, desto wichtiger ist es, durch Signalisieren von sozialen Identitäten die Interaktion vorzustrukturieren. Kleidung und Schmuck eignen sich besonders dafür, denn sie tragen entscheidend zum ersten Eindruck einer Person bei. Je persönlicher Kontakte werden, desto unwichtiger werden dann solche Identitätssymbole im Vergleich zu den natürlichen Eigenschaften einer Person.

Habermas fand heraus, dass geliebte Objekte und Schmuck zwischen Gegensätzen wie Mensch und Kultur, dem Einzelnen und seinen Mitmenschen vermitteln können, indem das Individuum schmückende Dinge als Drittes zwischen die beiden opponierenden Elemente setzt. Diese werden dadurch miteinander ver-



Art déco Manschettenknöpfe von Victor Mayer, 1940er-Jahre



AUTORIN

Anne-Barbara Kern (ehemals Knerr) ist promovierte Kunsthistorikerin und hat sich auf seriell gefertigten Schmuck spezialisiert. Im Buch «Schmuck und Sinn. Fragen und Antworten zum Phänomen Schmuck» nimmt sie das Phänomen Schmuck unter die Lupe, zu dem viele elementare Fragen bisher ungeklärt waren. Während im Fachbereich Design von Beginn an zahlreiche Theorien existierten, die das Schaffen und die Ziele der Gestalter erklären, wurde beim Schmuck bisher kaum über solche Dinge nachgedacht. Die Autorin Anne-Barbara Knerr (heute Kern) stellt die sechs wichtigsten offenen Fragen zu diesem Thema und bietet erste Antwortversuche: Warum trägt der Mensch Schmuck? Wie hängen Mode und Schmuck zusammen? Schmücken Männer sich anders? Gibt es eine Funktionalität des Schmucks? Ist Schmuck eher Zeichen oder Symbol? Was ist Schmuck?

KNERR, Anne-Barbara (2009): Schmuck und Sinn. Fragen und Antworten zum Phänomen Schmuck. Norderstedt. Das Buch ist unter der ISBN 978-3-8370-3858-3 erhältlich.

QUELLEN

KÖNIG, René & THURN, Hans Peter (1999): Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess. (Vol. Band 6, Schriften / René König). Opladen: Leske und Budrich.

HABERMAS, Tilmann (1996): Geliebte Objekte. Symbole und Instrumente der Identitätsbildung. (Vol. Band 19, Perspektiven der Humanwissenschaften). Berlin, New York: De Gruyter.

KIENER, Franz (1956): Kleidung, Mode und Mensch. Versuch einer psychologischen Deutung. München: Reinhardt.

bunden, bewahren aber gleichzeitig ihre Eigenständigkeit, und Gegensätze werden in Spielräume verwandelt. (Habermas 1996, S. 230f., 235f., 442f.)

MANN – FRAU – SCHMUCK

Der unterschiedliche Umgang mit Schmuck bei der Identitätsgestaltung hat also tatsächlich gesellschaftliche Gründe. In der Barockzeit und im Rokoko waren am Hofe noch beide Geschlechter gleichermaßen geschmückt. Schmuck diente hier als Demonstration von Reichtum und zeigte, dass man es nicht nötig hatte, zu arbeiten. In unserem gesellschaftlichen Kontext kann ein Mann mit offensichtlich zur Schau getragenen Schmuck nicht imponieren, da er damit «untüchtig» wirken würde. Ganz im Gegensatz zum eingangs genannten Harald Glööckler – er stellt sich als Marke zur Schau und möchte durch das Tragen seines Schmucks seine Kreativität demonstrieren. Und so sehr man darüber auch schmunzeln mag, sein Erfolg beweist, dass es in dem Kontext, in dem er sich bewegt, funktioniert.



BODYMORPHOSE & ANPASSUNG

«Der Mensch kann sich anpassen oder aus der Menge herausstechen. Dies erreicht er durch innere oder äussere Darstellungen. Der Mensch besitzt keine natürliche Anpassung oder aufsehenerregende Begabungen (...) Allerdings können wir uns dank unserer Intelligenz die gewünschte Tarnung oder eine gezielte Veränderung schaffen und so allen anderen Lebewesen überlegen sein. Tarnung und Auffallen gehen miteinander einher. Doch verfolgen sie gegensätzliche Ziele. Wer auffallen will, muss aus der Menge herausstechen. Wer hingegen keine Aufmerksamkeit auf sich lenken möchte, sollte sich so gut wie möglich tarnen bzw. anpassen.»

Textauszug und Fotos aus der Maturaarbeit «Bodymorphose – Oberthema Metamorphose», BBZB Bahnhof Luzern; von Nina Gantenbein, Sarah Staffelbach, Joëlle Vonwil, Michelle Strähler

