

Campus Bibliothek

Arlie Russell Hochschild

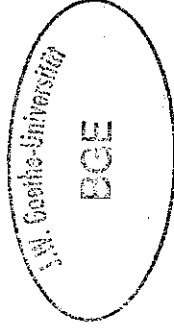
Das gekaufte Herz

Die Kommerzialisierung der Gefühle

Aus dem Englischen von Ernst von Kardorff

Mit einem aktuellen Vorwort von Arlie Russell Hochschild
und einer Einleitung von Sighard Neckel

- Arlie Russell Hochschild* ist Professorin für Soziologie an der University of California in Berkeley. Ihr Werk *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling* erschien 1983. Weitere wichtige Veröffentlichungen:
- The Unexpected Community*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall 1973
- The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home* (gemeinsam mit Anne Machung), New York 1989 (dt.: *Der 48-Stunden-Tag. Wege aus dem Dilemma berufstätiger Eltern*, Wien 1990)
- The Time Bind: When Work becomes Home and Home becomes Work*, New York 1997 (dt.: *Keine Zeit. Wenn die Firma zum Zuhause wird und zu Hause nur Arbeit wartet*, Opladen 2002)
- Nannies, Maids and Sex Workers in the New Economy* (gemeinsam hg. mit Barbara Ehrenreich), New York 2002
- The Commercialization of Intimate Life: Notes from Home and Work*, Berkeley 2004



Campus Verlag
Frankfurt/New York

cp
3000
H685

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel »The Managed Heart.
Commercialization of Human Feeling« 1983 bei University of California Press,
Berkeley/Los Angeles
Copyright © The Regents of the University of California.
Die deutsche Ausgabe wurde von der Autorin gekürzt.

Inhalt

Vorwort zur deutschen Neuauflage	7
Die Kultur des emotionalen Kapitalismus – eine Einleitung von <i>Sigvard Neckel</i>	13

Für Ruth und Francis Russell

Teil I Privatleben

Kapitel 1: Auf der Suche nach dem gekauften Herzen	27
Das private und das öffentliche Gesicht der Gefühle	33
Quellen und Methode	36
Private und kommerzielle Nutzung von Gefühlen	40
Kapitel 2: Fühlen als Zeichen	47
Kapitel 3: Die manipulierten Gefühle	53
Oberflächenhandeln	55
Inneres Handeln	56
Inneres Handeln im Alltag	61
Gefühlsmangement in Institutionen	66
Eine instrumentelle Haltung gegenüber Gefühlen	71
Kapitel 4: Gefühlsnormen	73
Falsch verstandene Beziehungen und unpassende Gefühle	80
Kapitel 5: Gefühle als Tauschwerte	85
Verbeugungen mit dem Herzen	89

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie.
Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.
ISBN-13: 978-3-593-38012-4

Erweiterte Neuauflage 2006

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Copyright © 1990 Alle deutschsprachigen Rechte bei
Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main
Umschlaggestaltung: Guido Klütsch, Köln

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.
Printed in Germany

Besuchen Sie uns im Internet: www.campus.de

Teil II Öffentliches Leben

Kapitel 6: Manipulation der Gefühle	99
Kapitel 7: Vorderansicht und Rückseite	111
Der Rechnungseintreiber	112
Berufe und Gefühlsarbeit	120
Klassenlage und Gefühlsarbeit	123
Verwandlung der Gefühle – Vorbereitung in der Familie	126
Kapitel 8: Geschlecht, Status und Gefühl	132
Frauen als Gefühlsarbeiterinnen	134
Frauen bei der Arbeit	141
Statusschutz in der Arbeitswelt	144
Das falsche Selbst	151
Anhang: Gefühlsmodelle von Darwin bis Goffman	157
Zwei Gefühlsmodelle	160
Das organismische Modell	163
Das Interaktionsmodell	168
Eine neue soziale Gefühlstheorie	175
Anmerkungen	180
Literatur	196
Postskript 1990: Gefühlsmanagement im Privatleben	206
Register	228

Vorwort zur deutschen Neuauflage

Was empfinden wir? Was sollten wir empfinden? Wie wirken wir auf unsere Gefühle ein, damit sie den von uns gewünschten Gefühlen besser entsprechen? Welche Kämpfe spielen sich zwischen unserem kontrollierten und unkontrollierten Selbst ab? Das sind die Kernfragen, die diesem Buch über Flugbegleiterinnen und Inkassoangestellten zugrunde liegen. Sie erscheinen mir heute, dreißig Jahre nach seiner Entstehung, noch drängender als damals.

Wir leben in einer zunehmend kommerzialisierten Welt. In den Vereinigten Staaten und in geringerem Ausmaß auch in Deutschland und im übrigen Europa sind Familien zerbrechlicher geworden und lokale Gemeinschaften haben an Lebenskraft verloren. Wie Robert Putnam in *Bowling Alone*^{*} gezeigt hat, ist die Wahlbeteiligung der Amerikaner an nationalen wie kommunalen Wahlen in den vergangenen dreißig Jahren zurückgegangen. Immer weniger Menschen engagieren sich ehrenamtlich an ihrem Wohnort. Sie verbringen sogar weniger Zeit mit ihren Freunden. Immer weniger Menschen spielen ein Musikinstrument und die Zeit für gemeinsame Gespräche zu Hause ist deutlich zurückgegangen. Dagegen hat der Fernsehkonsum und die in Einkaufszentren verbrachte Zeit zugenommen. Die Menschen wenden sich dem Markt zu. Familie und Gemeinschaft – von Jürgen Habermas^{**}

* Robert D. Putnam (2000), *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York.

** Die Autorin bezieht sich hier auf die frühe Auseinandersetzung mit der Systemtheorie Luhmanns, in der Habermas die konstitutive Eigenständigkeit der Lebenswelt gegenüber funktionalen Systemimperativen betonte. Vgl. Nicklas Luhmann, Jürgen Habermas (1971), *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie – Was leistet die Systemforschung?*, Frankfurt/M. (A. d. U.).

All diese Fragen und Ideen entwickelten sich im Verlauf meiner Untersuchung an Flugbegleiterinnen und Angestellten von Inkassobüros, in der ich herausfinden wollte, wie sich die Wahrnehmung der alltäglichen Arbeitsabläufe im Erleben der befragten Frauen und Männer widerspiegelt. Je länger ich ihnen zuhörte, desto mehr wuchs meine Hochachtung für ihre Bemühungen, sich ein Gefühl für ihr Selbst zu bewahren; obwohl sie darunter leiden, »unecht« oder mechanisch sein zu müssen, gelingt es ihnen, die am Arbeitsplatz geltenden Gefühlsregeln geschickt zu überlisten und die dargebrachten Gefühlsäußerungen auf eine oberflächliche Darstellung der »richtigen« Gefühle zu beschränken. Weitergehend habe ich erkannt, dass ein Wirtschaftssystem, das so weit in den Raum des privaten emotionalen Geschenkaustauschs vordringt, allen Interaktionspartnern eine ständig wachsende Zusatzarbeit abverlangt, um Unpersönliches von Persönlichem zu scheiden. Ich glaube, dass mir all dies geholfen hat, das Lächeln, das ich heute um mich herum sehe, richtig zu deuten.

Arlie Russell Hochschild, San Francisco 2006

Sighard Neckel

Die Kultur des emotionalen Kapitalismus

Eine Einleitung

In den Humanwissenschaften stellt es stets einen besonderen Glücksfall dar, wenn empirische Befunde, die aus einer intensiven Feldforschung gewonnen wurden, den Anstoß zu theoretischen Einsichten geben, von denen das wissenschaftliche Denken und Forschen dann nachhaltig profitiert. Häufig genug sind Bemühungen um wissenschaftliche Innovationen dadurch charakterisiert, dass sie sich allein begrifflichen Differenzierungen oder theoretischen Zweitinterpretationen verdanken, denen empirisches Material nur beigelegt ist. Die großen wissenschaftlichen Entdeckungen unserer Zeit waren indes meist mit der Analyse realer Prozesse verbunden, die entweder als solche bisher keine Aufmerksamkeit fanden oder plötzlich unter neuen Gesichtspunkten betrachtet wurden und bekannte Phänomene in einem völlig anderen Licht erscheinen ließen. Die Studie *Das gekaufte Herz* von Arlie Russell Hochschild darf als ein solcher Glücksfall bezeichnet werden. Sie ist daher zu Recht zu einem modernen Klassiker der Sozialforschung geworden, vielfach mit Preisen bedacht. Die *New York Times* wählte 1983 die amerikanische Originalausgabe *The Managed Heart* zu einem der Bücher des Jahres und die *American Sociological Association* vergab im selben Jahr mit dem *Charles Cooley*- und dem *C. Wright Mills Award* gleich zwei Auszeichnungen für Hochschilds bahnbrechendes Werk.

Entstanden ist es aus einer intensiven Untersuchung der Arbeitswirklichkeit in modernen Dienstleistungsberufen, die die Autorin seit Ende der 1970er Jahre in den Vereinigten Staaten unternahm. Ihre soziologischen Expeditionen führten sie dabei in jene Bereiche des modernen Sektors, in denen die Qualität personenbezogener Dienstleistungen maßgeblich am emotionalen Erlebniswert bemessen

wird, der sich für Kunden mit der Inanspruchnahme von Bedienung, Beratung, Hilfestellung oder Beistand verbindet. Das Paradebeispiel für einen Dienstleistungsberuf, in dem es nicht zuletzt darauf ankommt, eine emotional angenehme Atmosphäre zu verbreiten, ist bis auf den heutigen Tag jener der Flugbegleiterin – wie die einstige »Stewardess« auch in Europa nun schon länger genannt wird. Flugbegleiterinnen müssen für Gelassenheit unter den Passagieren sorgen, auf gestresste oder ängstliche Zeitgenossen beruhigend einwirken können, sie sollen freundlich und zuvorkommend sein und insgesamt eine positive Ausstrahlung besitzen. Fluggesellschaften werben mit ihren Serviceleistungen an Bord, und auch damit, dass dem Passagier stets ein Lächeln geschenkt werden wird. Flugbegleiterinnen sind damit in besonderer Weise zur Kontrolle ihrer Gefühle aufgefordert. Missstimmungen müssen unterdrückt werden, auch unangenehme Fluggäste wollen freundlich bedient sein. Und dass lange Flugtage physisch und psychisch ihre Spuren hinterlassen, soll man ihnen nicht anmerken können.

Flugbegleiterinnen sind prototypisch für unzählige Berufe in der modernen Dienstleistungsbranche, in denen Beschäftigte ihren Gefühlsausdruck ständig beobachten und an die Erfordernisse ihrer Berufsrolle anpassen müssen. An ihrem Beispiel das Gefühlsmanagement im heutigen Arbeitsleben zu analysieren, war daher die gut begründete Ausgangsidee, die Hochschild in ihrer detaillierten Feldstudie bei der amerikanischen Fluggesellschaft *Delta Airlines* umgesetzt hat. Da sie sich aber nicht nur für die freundliche Seite des Gefühlsmanagements interessierte, ergänzte sie ihre Studien über das weibliche Bordpersonal durch Nachforschungen bei jenen männlichen *Delta*-Mitarbeitern, die als *bill collectors* mit dem Eintreiben offener Rechnungen befasst waren und daher drohend und aggressiv aufzutreten hatten. Ihre Studie hat dadurch nicht zuletzt auch eine geschlechtersoziologische Dimension gewonnen, kann sie doch zeigen, wie das weibliche Geschlechtsstereotyp daraufhin konditioniert wird, einem Kunden das Gefühl eines Statuszuwachses zu vermitteln, während das männliche Rollenklischee darauf angelegt ist, in Interaktionen das Risiko von Herabsetzung und Statusverlust aufscheinen zu lassen.

Wie so oft in der empirischen Sozialforschung, ist der materiale Ertrag einer Untersuchung um so größer, je weniger eingefahren die verwendeten methodischen Konzepte sind. Arlie Hochschild folgte denn auch keinem standardisierten Untersuchungsdesign. Sie hat viel-

mehr eine Fallstudie erstellt, in der sie sich durch Teilnahme an Schulungsseminaren, durch Bordbesuche, persönliche Gespräche, langfristige Beobachtungen und ausgewertete Dokumente einen detaillierten Eindruck von der Alltagswirklichkeit des Flugpersonals verschaffte. Die empirische Soziologie, wie Arlie Hochschild sie betreibt, weist methodisch somit gewisse Ähnlichkeiten mit der ethnologischen Feldforschung auf. Im Unterschied zum Ethnologen kommt es Sozialologen aber stets darauf an, die erhobenen Erfahrungen einer Kultur auch in theoretische Begriffe zu überführen, um mit ihnen die grundlegenden Strukturen eines Bereiches der sozialen Wirklichkeit zu erfassen. Aus Fallstudien werden dann allgemeine Erklärungsmodelle, die weit über den eigentlichen Untersuchungsfall hinaus Geltung beanspruchen können.

Genau in dieser aufschließenden Kraft der analytischen Kategorien, die Hochschild aus ihrer Forschung gewann, und in der Generalisierbarkeit ihrer Untersuchungsergebnisse liegt das soziologisch Neue und Interessante, das Hochschilds Fallstudie repräsentiert. Mit ihr wurden zwei Begriffe in die soziologische Diskussion über Gefühle eingeführt und material durch empirische Forschungsergebnisse belegt, die seither aus der Emotionsforschung insgesamt nicht mehr wegzudenken sind.* Zum einen »Gefühlsarbeit« (*emotion work*), womit alle inneren und äußeren Bemühungen, alle praktischen Tätigkeiten und subjektiven Strategien gemeint sind, die sich im privaten Alltag wie im Berufsleben mit der Modellierung der eigenen Emotionen und derjenigen anderer Akteure befassen. Gefühlsarbeit nimmt, wie Hochschild zeigt, verschiedene Grundformen an. Personen versuchen, Emotionen zu erzeugen oder zu unterdrücken, den Grad einer emotionalen Betroffenheit zu steuern oder tatsächlich empfundene Gefühle zu verändern. Emotionsarbeit verläuft dabei nicht regellos. Sie ist stets in soziale Kontexte eingebunden, wie sie in den Regeln alltäglicher Interaktionen, in institutionellen Normen, Wertmustern und kulturellen Verhaltenserwartungen vorfindbar sind. Die sozialen Voraussetzungen, die der persönliche Umgang mit dem eigenen Gefühlsleben hat, fasst Hochschild im Begriff der »Gefühlsnormen« (*feeling rules*) zusammen, dem

* Eine erste grundlagentheoretische Formulierung findet sich in ihrem Aufsatz »Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structures« (*American Journal of Sociology*, 1979, No. 3), den Arlie Hochschild während der laufenden Forschungen zu *The Managed Heart* veröffentlicht hat.

zweiten zentralen Terminus, der mit ihrer Studie allgemeine Verbreitung in der humanwissenschaftlichen Forschung über Emotionen fand. Auf das »Ausmaß«, die »Richtung« und die »Dauer« von Gefühlen wirken danach informelle Regeln im gesellschaftlichen Zusammenleben ein, denen sich das Individuum nicht einfach willkürlich entziehen kann. Die Verpflichtung, Gefühlsregeln zu entsprechen, verspürt es vielmehr dadurch, dass es bei sich selbst eine Kluft zwischen den sozial erwarteten Gefühlen und seinen tatsächlich vorhandenen emotionalen Regungen bemerkt, und deshalb aus Sorge um seine soziale Akzeptanz versucht, die empfundene Kluft durch eine entsprechende Regulation der eigenen Emotionen zu schließen.

Seine besondere Brisanz gewinnen Hochschilds Grundbegriffe der Gefühlsanalyse allerdings erst, wenn man ihr Verständnis von Emotionen näher betrachtet, das sie ihren Untersuchungen insgesamt zugrunde gelegt hat. Emotionen fasst Hochschild als »Signale« auf, die einen Akteur über seinen inneren Zustand und darüber informieren, welche Bedeutung Menschen, Ereignisse und Objekte für ihn besitzen. Derartige Signale folgen jedoch nicht der organischen Natur des Menschen und stellen keine gleichsam automatischen Reaktionen auf wahrgenommene Reize dar, womit sich Hochschild auch von den behavioristischen Theorien in den Humanwissenschaften distanziiert. Sie sind vielmehr Resultat des Zusammenspiels von neurobiologischen Prozessen und kulturell gesteuerten Akten der Einschätzung und Bewertung der erlebten Wirklichkeit, und werden hinsichtlich ihrer Ausdrucksweise vielfältig sozial reguliert.

Zwei Abgrenzungen sind damit vollzogen. Gegenüber der Psychoanalyse Sigmund Freuds gehören Gefühle in Hochschilds theoretischer Konzeption nicht dem Bereich des Unbewussten an. Akteure sind insofern die bewussten Subjekte ihrer Gefühle, als sie an ihren selbst wahrgenommenen Emotionen arbeiten und diese somit auch verändern können. Gefühle gewinnen dadurch in Hochschilds Theorie eine viel größere Plastizität und Gestaltbarkeit, als ihnen durch die psychanalytische Instanzenlehre des menschlichen Selbst zugestanden werden könnte. Dies gilt um so mehr für die naturalistischen Gefühlstheorien, wie sie heute etwa in den Reihen der Hirnforschung vertreten werden. Der krude Determinismus, der letztlich aus den Auffassungen zahlreicher Neurowissenschaftler spricht, findet in Hochschilds Gefühlstheorie, nach der Akteure im Erleben und Handeln ihre Emotionen

aktiv selber erzeugen, einen analytisch und empirisch wohlbegründeten Widerspruch. Das Gehirn fühlt nicht stellvertretend für das Subjekt, das sich über die Urheberschaft seiner Gefühle angeblich nur täuscht, sondern stellt allein die organischen Grundlagen von Emotionen bereit, die in der subjektiven Erfahrung einer Person selber entstehen.

Andererseits würde die Soziologie Emotionen kaum hinlänglich interpretieren können, fasste sie Gefühle gerade auch in ihrer vom Subjekt »konstruierten« Natur rein als äußere Darstellungsphänomene, mithin als willentlich steuerbare Inszenierungsleistungen auf. Die zweite Abgrenzung, die Arlie Hochschild mit ihrem eigenen Emotionsverständnis vollzieht, richtet sich daher gegen die »dramaturgische« Schule des Symbolischen Interaktionismus, die mit dem Namen Erving Goffman verbunden ist. Goffmans Studien zum sozialen Interaktionsgeschehen, denen Hochschild zunächst wesentliche soziologische Anstöße entnahm, untersuchen Emotionen vor allem unter dem Gesichtspunkt ihres Darstellungswertes, den gezeigte Gefühle für die Aufrechterhaltung von Interaktionsketten und für das Selbstbewusstsein von Akteuren haben. So instruktiv diese Perspektive ist, um die sozialen Techniken strategischer Selbstinszenierungen zu durchschauen, so einschränkend wirkt sie sich aus, will man wissen, was eine Person tatsächlich fühlt, sieht sie sich mit bestimmten Erlebnissen konfrontiert. Gewiss kann man den Eindruck bestimmter Gefühle erzeugen, ohne dass diese tatsächlich vorhanden wären. Nur wohnen allen Gefühlen unwillkürliche Momente und spontane Bewertungen inne, die sich einer wissenschaftlichen Betrachtung systematisch entziehen, die ihr Interesse auf die inszenatorische Dimension des Gefühlslebens beschränkt. Goffman, so lautet denn auch Arlie Hochschilds Kritik, untersucht nicht, durch welche sozialen Umstände Individuen tatsächlich zu bestimmten Gefühlen veranlasst werden, sondern nur, wie Akteure versuchen, bestimmte Gefühle als authentisch erscheinen zu lassen. Daher seien die Akteure in Goffmans Soziologie zwar beständig damit befasst, äußere Eindrücke von Gefühlen zu produzieren, ohne sich jedoch mit ihren faktisch bereits vorhandenen Emotionen tatsächlich auseinanderzusetzen zu müssen. So wertvoll Goffmans Theorie für die Analyse von Gefühlsarbeit und ihrer Normierungen ist, so unzulänglich erscheint sie, wenn man sich für die subjektiven Folgen emotionaler Selbststeuerung interessiert. Hochschild teilt nicht die methodologische Ignoranz, die Goffmans Soziologie für die Subjekti-

vität von Akteuren übrig hat. Daher verbindet sie die symbolisch-interaktionistische Analyse der sozialen Bedeutungen von Emotionen mit einem identitätstheoretischen Interesse und gelangt dadurch auch in Problembereiche modernen Gefühlsmanagements hinein, die das Selbstverständnis moderner Akteure in emotionaler Hinsicht betreffen.

Deutlich wird dies im Kern ihrer Analyse, die die Formen, Funktionen und Folgen von Gefühlsarbeit im Alltag beruflicher Dienstleistungsarbeit zum Gegenstand hat. Angestellte in modernen Serviceberufen wie der Flugbegleiterin werden danach in zweierlei Weise zu einer Art mentaler Selbstmanipulation gezwungen. Den Darstellungsregeln moderner Kundenorientierung entsprechend, werden sie zum einen veranlasst, an der sichtbaren Außenseite des Verhaltens Gefühle zu zeigen, die sie nicht wirklich empfinden. Schon in ihrer Ausbildung werden Stewardessen darauf trainiert, ärgerliche Situationen im Arbeitsalltag durch Verhaltensstrategien zu überdecken, die ihren tatsächlichen emotionalen Zustand nicht offenbar werden lassen. In beruflichen Stresssituationen setzen überdies Strategien des emotionalen Tiefhandelns ein, mit denen die je adäquaten Gefühle vom Akteur selbst erzeugt werden müssen. Die Kabine soll sich in das eigene Wohnzimmer verwandeln, in dem die Passagiere als persönliche Freunde empfangen werden; nervtötende Fluggäste sollen als Kinder betrachtet werden, denen man liebevolle Zuwendung zuteil werden lässt. Im Ergebnis solcher Anforderungen des Gefühlsmanagements entsteht Hochschild zufolge eine Kluft zwischen emotionalem Ausdruck und emotionalem Erleben sowie eine strategische Einübung emotionaler Inauthentizität, welche die Gefühlswelt des Einzelnen ihm selbst fremd und künstlich macht. Sichtbarer Ausdruck davon ist etwa die affektierte Freundlichkeit, mit der Flugbegleiterinnen versuchen, den emotionalen Anforderungen ihrer Berufsrolle zu genügen und mit der sie gleichzeitig habituell auf Distanz zum eingeforderten Gefühlsmanagement gehen.

Als Ursachen dieser emotionalen Entfremdung, als welche Hochschild das Gefühlsmanagement analysiert, macht die Autorin die allgemeine Tendenz zur wirtschaftlichen Verwertung von Emotionen in der modernen Servicearbeit aus. In ihr sind Beschäftigte genötigt, erwünschte Gefühle wie auf Bestellung zu aktivieren, damit im harten Wettbewerb um Kunden und Klienten, denen positive Gefühle als Zusatzleistungen angeboten werden, Marktvorteile des betreffenden Unternehmens entstehen. Arlie Hochschild hat dadurch schon sehr frühzeitig auf eine

Entwicklung aufmerksam gemacht, die gegenwärtig die noch einmal stark angewachsene Dienstleistungsbranche durchgehend bestimmt. Entgegen der Annahme der klassischen soziologischen Theorie, dass die Sphären des Marktes und der Geldökonomie, dass das Innenleben moderner Wirtschaftsorganisationen und Arbeitswelten gefühlskalte Zonen seien, werden Produkte, Dienstleistungen und Verkaufsfakte heute gezielt mit Gefühlen aufgeladen. Auch strebt modernes Management ausdrücklich die Emotionalisierung von Kundenkontakten an. Arbeitskräfte im Servicebereich übernehmen hierbei die Rolle, gleichsam als persönliche Bürgschaft für die offerierten Güter und Dienstleistungen zu fungieren. Als wichtigster Indikator für die Glaubwürdigkeit des jeweiligen Angebots gilt die möglichst unverfälschte Emotionalität des Dienstleistungspersonals, das mit der »Natürlichkeit« seiner Gefühle Kunden gewinnen und eine authentische Überzeugung von der Qualität der Produkte anzeigen soll. Dies gilt um so mehr für jene Wirtschaftsbereiche, die sich direkt der Vermarktung von Emotionen widmen und vom Animateur bis zum PR-Spezialisten die Erzeugung guter Gefühle zu ihrem Gegenstand haben. Zur flexiblen Gefühlsarbeit in der Lage zu sein, verwandelt sich zu einer Schlüsselkompetenz, die nicht nur in den Servicebranchen der *smile industry* nachgefragt wird, sondern zunehmend auch die Bewertung von Mitarbeitern in den sonstigen Sphären moderner Unternehmensführung bestimmt. In den aktuellen Strukturen der Arbeitswelt entsteht so ein Nexus von Emotionalität und Effizienz, der zweckrationales und emotionales Handeln ununterscheidbar miteinander verbindet.

Hochschilds Studie über das gekaufte Herz stellt die bis auf den heutigen Tag fundamentalste Kritik an dieser Entwicklung einer zunehmenden Okonomisierung der Gefühle dar. Die kommerzielle Nutzung von Emotionen läuft ihr zufolge auf eine Konditionierung des persönlichen Gefühlslebens hinaus und lässt bei den Individuen subjektives Leid und Selbstentfremdung zurück. Der grundbegriffliche Schlüssel für diese Diagnose ist in der von ihr beschriebenen Signalfunktion der Gefühle zu sehen. Durch den Zwang, sich im Berufsleben stets emotionalen Rollenerwartungen anpassen zu müssen, verlieren Emotionen allmählich die Eigenschaft, in ungesteuerter Weise das Individuum über seine reale Befindlichkeit und die authentische Bewertung stehender Situationen zu informieren. Gefühlsarbeit, tritt sie in inflationärer Form als Fremderwartung auf, bewirkt, dass Menschen ihre eigenen

Gefühle äußerlich werden. Das Verhältnis, das das moderne Subjekt zu sich selber hat, tritt in eine Objektbeziehung über, in der auch die Emotionalität des eigenen Selbst nicht von den Maximen der kontrollierten Steuerung ausgenommen wird. Seine emotionale Wirklichkeit wird von ihm selbst gewissermaßen als ein externes Faktum betrachtet, auf das willkürlich Einfluss genommen werden kann. In späteren Beiträgen zum Problem der verkauften Gefühle spricht Arlie Hochschild etwa davon, dass Akteure heute erlernen, ihre Gefühle als »emotionales Kapital« zu begreifen und sich selbst als »emotional entrepreneurs« zu verhalten, die um ihres beruflichen Fortkommens willen auf den Arbeitsmärkten Gefühle gezielt investieren und gegebenenfalls auch wieder stormieren müssen.* Diese Verdinglichung von Emotionen löst Beschädigungen aus, die nicht nur die Erfahrungen im Berufsleben betreffen, sondern insgesamt die Identität von Personen berühren. Ob man zu »richtigen« Gefühlen überhaupt noch in der Lage ist, und was man »wirklich« fühlt, drängt sich nunmehr als nagendes Problem auf, das die authentische Welterfahrung von Personen in Frage stellt, zeitweilig zur Verarmung im eigenen Gefühlshaushalt führt, dann wieder anfällig für die Inszenierung von Stimmungen macht.

Der Markt und die instrumentellen Beziehungen, die er zwischen seinen Akteuren stiftet, kolonialisiert Hochschild zufolge die Subjektivität bis in die Tiefenschicht der Emotionen hinein. Er greift damit auch auf die privaten Seiten des Lebens über, die kaum noch als eine marktferne Welt für sich existieren. Normierte Gefühlsregeln in Arbeit und Beruf sind nur der intimste Ausdruck davon, dass sich die Logik der Gewinnmaximierung fortwährend entgrenzt und die bisher bestehenden Schranken zwischen Privatheit und Arbeitswelt eingerissen werden. Denn wo von Beschäftigten verlangt wird, emotionale Ressourcen in den Dienst von Unternehmenszielen zu stellen, kannibalisiert der emotionale Kapitalismus unserer Zeit persönliche Kompetenzen und Motive, die ihrer ureigensten Grundlage nach nicht der instrumentellen Sphäre des wirtschaftlichen Erwerbs zugehören, sondern jenem lebensweltlichen Bereich privater Interaktionen, die jedenfalls ihrem Ideal nach von den Ansprüchen auf persönliche Authentizität und emotionale Gegenseitigkeit geleitet sein sollen. Zwar ist auch der private

* Vgl. Arlie Russell Hochschild, »The Sociology of Emotion as a Way of Seeing«, in: Gillian Bendelow/Simon J. Williams (Ed.), *Emotions in Social Life. Critical Themes and Contemporary Issues*, London 1998, S. 10ff.

Alltag notwendigerweise durch intensive Gefühlsarbeit im Umgang mit Angehörigen, Freunden und Fremden bestimmt. Im Unterschied zum Privatleben geschieht die Gefühlsregulation, wird sie als bezahlte Dienstleistung erbracht, jedoch nicht auf freiwilliger Basis. Sie muss sich zudem nach Maßstäben richten, die sich die Beschäftigten selbst nicht aussuchen können.

Führt man sich die gravierenden Konsequenzen vor Augen, die ihre eindringlichen Analysen zum modernen Verkaufsprodukt der Gefühle nachzuweisen vermögen, so ist es nur folgerichtig, dass Arlie Hochschild in ihren späteren Büchern und bis in ihre aktuelle Forschungsarbeit hinein der Vermarktlichung moderner Lebensformen weiterhin große soziologische Aufmerksamkeit gewidmet hat. In *The Second Shift. Working Parents and the Revolution at Home* (1989) zeigt sie auf, wie die private Organisation von Haushaltsführung, Kindererziehung und Partnerschaft angesichts ökonomischer Wandlungsprozesse zunehmend schwieriger wird, sollen Männer wie Frauen gleichberechtigt sowohl als Wirtschaftssubjekte wie als Familienmitglieder ein gemeinsames Leben führen. *The Time Bind. When Work Becomes Home and Home Becomes Work* (1997) wiederum schildert die Invasionen, denen der Privathaushalt von Seiten ökonomischer Effizienzkriterien ausgesetzt ist, während sich Arbeitsplätze zum Surrogat häuslicher Geborgenheit wandeln. *The Commercialization of Intimate Life* (2003) beschäftigt sich mit einer Vielzahl moderner Alltagsphänomene im Konflikt zwischen Liebe und Arbeit, Markt und Gefühl. Und *Global Woman. Nannies, Maids, and Sex Workers in the New Economy* (2003), das Arlie Hochschild zuletzt gemeinsam mit Barbara Ehrenreich herausgegeben hat, beschreibt schließlich, wie wohlhabende Staaten durch weibliche Migration aus den Ländern an der Peripherie ihr *care deficit* dadurch beheben, dass sie in den schwächer entwickelten Regionen der Welt ein solches Defizit erst zum Entstehen bringen.

Während *Das gekaufte Herz* für Arlie Hochschild somit zum Ausgangspunkt einer mittlerweile weit ausgreifenden Forschungsarbeit zur Alltagskultur im modernen Marktkapitalismus wurde, nimmt die sozialwissenschaftliche Diskussion, die sich seit über zwei Jahrzehnten in intensiver Weise zum Thema der Emotionen entwickelt hat, immer wieder aufs Neue auf Hochschilds frühe Untersuchung Bezug, mit der die moderne wissenschaftliche Teildisziplin der Emotionssoziologie auch ihre eigentliche Geburtsstunde erlebte. Es kann nicht überraschen,

dass Hochschild's Thesen dabei nicht ohne Widerspruch blieben.⁷ Tatsächlich weisen die Analysen des Buches in sich Probleme auf, die soziologisch diskussionswürdig sind. Und wie immer bei einem modernen Klassiker stellt sich die Frage, ob die seinerzeitigen Analysen auch aktuelle Tendenzen in der Gegenwart noch hinreichend erfassen. Bereits bei Erscheinen des Buches wurde in der amerikanischen Diskussion etwa kritisch bemerkt, ob Hochschild's Entgegensetzung von Privatleben und Arbeitswelt die emotionalen Prozesse in den familiären und intimen Lebensbereichen nicht idealisiert, so dass im Ergebnis ein zu starker Kontrast zwischen einer vergleichsweise authentischen Emotionalität im Privaten und dem strategischen Gefühlsmanagement im kommerziellen Leben entsteht. Mit ihren späteren Arbeiten hat Arlie Hochschild selbst eine Antwort auf diesen Einwand gegeben, tauchen hier doch Ehepartner als Effektivitätsexperten familiärer Gefühlsarbeit und ihre Kinder als emotionale *bill collectors* auf.

Analytisch grundlegender fallen die Entgegnungen aus, die im Gebiet der modernen Arbeits- und Organisationsforschung formuliert worden sind. Damit ist nicht nur die auch von wissenschaftlichen Zeitgenossen bisweilen geäußerte Bemerkung gemeint, dass etwas mehr Gefühlsarbeit gewiss nicht schaden könne, schaue man sich die lausige Qualität mancher Dienstleistungen an. Neuere Studien zur Dienstleistungsarbeit machen vielmehr darauf aufmerksam, dass Emotionsmanagement auch aus subjektiven Steuerungsleistungen gegenüber Kunden, Vorgesetzten und Kollegen besteht, aus denen Beschäftigte interaktive Machtgewinne beziehen. Die Bestätigung der eigenen Selbstwirksamkeit, die sich gemeinhin mit der gefühlsmäßigen Beeinflussung anderer Personen verknüpft, würde mitnichten zu einem emotionalen Selbstverlust führen, sondern umgekehrt das Selbstbewusstsein stärken. Daran schließt sich der handlungstheoretische Vorbehalt mancher Autoren gegenüber Hochschild's Entfremdungsthese an, welche den Gefühlsarbeitern der Gegenwart letztlich den Akteursstatus im Umgang mit den eigenen Emotionen absprechen würde. Strittig ist somit das Ausmaß an Autonomie, über das moderne Subjekte bei ihrer Gefühlsregulation verfügen. Hochschild's Buch darf in diesem Zusammenhang aber als Warnung begriffen werden, bei aller Berechtigung

⁷ Zu den entsprechenden Diskussionen und zu den aktuellen Perspektiven der modernen Emotionssoziologie vgl. meinen Aufsatz »Emotion by design. Das Selbstmanagement der Gefühle als kulturelles Programm« (*Berliner Journal für Soziologie*, 2005, Heft 3).

ein(r) akteurstheoretischen Perspektive in der Emotionssoziologie nicht die Folgen der strukturellen Zwänge zu unterschätzen, denen das emotionale Handeln in Wirtschaft und Gesellschaft anhaltend unterliegt.

Die weitestgehende Kritik an Hochschild's Zeitdiagnosen haben die gegenwärtigen Vertreter der Zivilisationstheorie von Norbert Elias vorgebracht. Ihrer Auffassung nach ist die moderne Gefühlskultur nicht von ökonomisch bewirkten Kontrollmechanismen geprägt, da die gesellschaftliche Emotionsregulation insgesamt einen Prozess der »Informalisierung« von Gefühlsnormen durchläufe. Im Gefolge einer relativen Verminderung sozialer Machtunterschiede sei es im Arbeitsleben wie allgemein in der Alltagskultur zu einer Lockerung von Gefühlsregeln und zu einer größeren Flexibilität in den Verhaltensstandards gekommen. Zumal in Zeiten, in denen das marktgerechte Design der eigenen Gefühlswelt zum Imperativ im sozialen Wettbewerb geworden ist, kann aber von einer Abschwächung emotionaler Fremdzwänge, welche die Informalisierungstheorie in Fortschreibung der kulturellen Liberalisierung seit den 1960er Jahren als säkulare Tendenz unterstellt, kaum die Rede sein. Auch kennt unsere Gegenwart zahlreiche Prozesse, in denen sich die paradoxe Entwicklung vollzieht, dass zunehmende Freiheiten und zunehmender Zwang einander korrespondieren und sich nicht etwa begrenzen. Hierzu gehört, dass die autonome Selbststeuerung von Personen zugleich als gesellschaftlich standardisierte Forderung auftritt, so dass sich Autonomie und Kontrolle unauflosbar ineinander verschränken. »Gute Gefühle« in möglichst vollkommener Authentizität zu erleben und gleichzeitig emotional perfekt an die Marktgemeinschaft angepasst zu sein, stellt keinen Widerspruch dar. Und so haben sich nicht etwa Hochschild's Diagnosen überholt, sondern manche ihrer Kritiken, die inzwischen durch die Wirklichkeit längst nachhaltig dementiert worden sind.

Kompliziertere Probleme werfen indes Hochschild's grundlegende Auffassungen zu den Voraussetzungen gesellschaftlicher Gefühlsregulationen auf. Ihren Analysen wohnt die Tendenz inne, zwischen »realen« und »gespielten« Gefühlen eine starke Unterscheidung zu setzen und »echte« Gefühle stets als Störung im Ablauf moderner Organisationen zu begreifen. Auch authentische Emotionen sind jedoch soziale Konstrukte, die von gesellschaftlich erlernten Bewertungsmustern und Ausdrucksregeln schon mitgeprägt worden sind. Sie werden daher von *feeling rules* nicht erst nachträglich überformt, sondern gehen bereits in

die Konstitution unserer Gefühlswelt ein. Auch aus diesem Grund betrifft modernes Gefühlsmanagement nicht allein die Manipulation »echter« Gefühle, worauf sich Hochschilds Aufmerksamkeit richtet, sondern darüber hinaus deren Erzeugung im emotionalen Habitus selbst. Unterdrückung oder Veränderung »realer« Gefühle sind nicht die einzigen Methoden gesellschaftlicher Gefühlsregulation. Im Kapitalismus der Gegenwart, der emotionales Engagement von seinen Arbeitskräften erwartet, entsteht auch ein wachsender Bedarf an Emotionalität, den die Akteure von sich aus zu decken haben. Dem entsprechen die heutigen Selbsttechniken, sich erwünschte Gefühle selber zu induzieren, wobei ein vorgängig bereits vorhandener Bestand »authentischer« Emotionen kaum unproblematisch in Rechnung gestellt werden kann.

Der emotionale Kapitalismus unserer Zeit steht ganz im Zeichen einer Optimierung der Gefühle zugunsten der persönlichen Durchsetzungskraft und des Erfolges im Marktwettbewerb. Aus der emotionalen Selbstfindung, die einst die postmaterialistische Phase der kulturellen Liberalisierung propagierte, wurde das emotionale Selbstmanagement, dem nichts wichtiger ist, als mentale Ressourcen für die Erlangung sozialer Vorteile zu nutzen. Nicht alle Facetten dieses Kulturwandels hat *Das gekaufte Herz* bereits berücksichtigen können. Aber ohne dass Arlie Hochschilds Buch vor mehr als zwanzig Jahren die Debatte hierzu eröffnet hätte, würde nicht nur die wissenschaftliche Öffentlichkeit erheblich ärmer an Einsichten über das gesellschaftliche Schicksal unserer Gefühle sein.

Teil I

Privatleben