

Andrew GORDON: *Fabricating Consumers: The Sewing Machine in Modern Japan*. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press. 2. Aufl. 2012. 304 S. (Asia: Local Studies/Global Themes; 19). ISBN 9780520267855. \$57.95, £39.95.

Der amerikanische Historiker Andrew Gordon (Harvard-Universität), spezialisiert auf die Gebiete der Geschichte von Arbeit, Klasse und Konsum in Japan, leistet mit seiner Studie *Fabricating Consumers: The Sewing Machine in Modern Japan* durch die Analyse eines wichtigen Moments der japanischen Modernisierungsgeschichte, der Einführung und Verbreitung der Nähmaschine in Japan, einen originellen und entscheidenden Beitrag zur japanbezogenen historischen Konsumforschung. Detailliert zeichnet Gordon anhand des Verkaufs, des Erwerbs und der Nutzung der Nähmaschine in Japan vom Beginn bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts eine Objekt- und Unternehmensgeschichte nach, die er als Teil eines globalen Modernisierungsprozesses verortet. Zentrale Themen sind unter anderem das Spannungsverhältnis von traditionell japanischer Kleidung (*wafuku*) zu westlicher Mode (*yōfuku*) und der Wandel der Frauenrolle durch die Herausbildung der Mittelklassekonsumentin in Japan. Diese Entwicklungen skizziert er auf der Grundlage umfangreichen originalsprachlichen Materials, mithilfe der Ergebnisse von Zeitbudgetstudien sowie durch die Analyse von Werbeanzeigen in japanischen Frauenzeitschriften aus dem untersuchten Zeitraum.

Gordons Motivation für das Thema rührt aus seinen Recherchen für ein Projekt zur japanischen Arbeiterbewegung der Vorkriegszeit. In einer 1951 von der japanischen Regierung in Auftrag gegebenen Umfrage zum Zeitbudget von Familien der Arbeiterklasse im Raum Kawasaki-Yokohama stieß er auf den seine Aufmerksamkeit erregenden Befund, dass Frauen im Japan der frühen 1950er Jahre über zwei Stunden täglich dem Nähen widmeten – mehr Zeit als Frauen aus anderen modernen Gesellschaften (S. 1, 187–190), und diese Arbeit in der Mehrzahl der Fälle mithilfe einer Nähmaschine verrichteten. Gordon erkannte, dass die Verfolgung dieser Objektgeschichte dazu beitragen könnte, die sozialen Umgestaltungsprozesse herauszuarbeiten, die Japan in eine Gesellschaft verwandelten, in der sich die Mehrheit als Mitglied einer modernen Mittelklasse verstand. Er identifiziert die Nähmaschine als Gebrauchsgut, das auf der einen Seite ein passives Objekt der Begierde des Konsumenten darstellt, auf der anderen Seite jedoch als Werkzeug zur aktiven Produktion von Kleidung durch den Verbraucher innerhalb eines Modernisierungsprozesses dient (S. 2). Das Motiv dieser Dualität erscheint schon im Titel *Fabricating Consumers*, der sich sowohl auf die Nähmaschine als modernen Verbrauch produzierendes Element beziehen könnte, genauso aber auch auf die aktiv produzierenden Konsumenten. Die Firma Singer und ihre Nähmaschinen, welche Paradigmen der Massenproduktion und des Konsums setzen, spielten zwar auch eine Rolle in der Herausbildung einer modernen Welt, in diesem Fall eines modernen Japans, doch Gordons primäres Anliegen ist es in seinem Beitrag „weniger, die Nähmaschine als Antriebskraft in einer Kausalkette anzusehen, sondern vielmehr ihren Wert als Linse für die Herausarbeitung verschiedenster Aspekte bei der Erfahrung von Modernität zu nutzen“ (S. 5f.). Er fragt also in erster Linie nicht danach, wie die Maschine Moderne produzierte, sondern was anhand ihres Vertriebs, ihrer Darstellung und Nutzung an Modernitätsszenarien in Japan abgelesen werden kann. Dies gelingt ihm, indem er das in zwei Abschnitte gegliederte Werk („Singer in Japan“, „Sewing Modernity in War and Peace“) sukzessive mit unterschiedlichen Aspekten von Modernitätserfahrungen anreichert.

Sehr spezifisch arbeitet Gordon die mit der beginnenden Expansion der Nähmaschine in Japan einhergehende Debatte über den Wandel der Kleidung vom japanischen Stil (*wafuku*) zur westlichen Mode (*yōfuku*) und der Art des Nähens heraus, von *wasai* zu *yōsai*. Die Nähmaschine prägte damit den Diskurs über den Platz Japans und des Japonischen in einer modernen Welt:

It is tempting to understand this debate as a set of battles pitting new technology and new practices identified with the West and modernity, such as the sewing machine, Western-style sewing, and Western dress, against older practices identified with tradition and Japanese-ness, such as hand sewing and Japanese dress. Although the sewing machine was sometimes positioned in this way, defenders of Japanese tradition most often and most effectively made their case by anchoring it in modern values (S.90).

Die Globalisierung, entscheidender Faktor bei der Verbreitung der Nähmaschine in Japan, sieht der Autor im Sinne des Ethnologen Arjun Appadurais als einen auf zwei Ebenen stattgefundenen Lokalisierungsprozess an, einmal auf der diskursiven Ebene, d.h. wie darüber gesprochen und berichtet wurde, und zum anderen auf der praktischen, sowohl im sozialen als auch im ökonomischen Sinne. Die Antwort auf die Frage, die Gordon immer wieder aufwirft, nämlich was nun japanisch an der Nähmaschine in Japan war, fällt deutlich aus: nicht allzu viel. Er kommt zu dem Schluss, dass das Zusammenspiel globaler Interaktionen, die Zirkulation von Bildern, Worten und dem Produkt an sich über Grenzen hinweg die Praktiken von Verkauf, Kauf und Nutzung beeinflussten und Globalität und Lokalität untrennbar miteinander verbunden seien (S.215) und plädiert in seinem Fazit folgerichtig dafür, auf Formulierungen im Sinne von „besonders in Japan“ zu verzichten zugunsten von „in Japan und anderswo“ (s. ebd.).

In Japan, as elsewhere, the decades around the turn of the twentieth century witnessed the birth of the salesman as a practitioner of science and system, „the publicist for the happy sound of civilization“ who convinced people to „replace carts with bicycles, pencils with typewriters, (oil) lamps with electric lights, and needles with sewing machines.“ Not just any light bulb or sewing machine, but those mass produced with distinct brand names, whether GE or Matsushita, Singer or Janome (S.215f.).

Gordon untersucht auch anhand von in Frauenmagazinen geschalteten Werbeanzeigen (u.a. *Fujokai*, *Shufu no tomo*, *Fujin kōron*, *Fujin sekai*) die Funktion der Nähmaschine als Vermittler eines neuen Frauenbildes. Er arbeitet das Modell der „guten Hausfrau und klugen Mutter“ heraus (S.57), deren Aufgabe es nach Singer sei, mit Mann und Familie ein modernes, vermögendes und starkes Japan aufzubauen (S.26). Die Nähmaschine sollte auf der einen Seite als rein „vernünftige Investition“ erworben werden, auf der anderen Seite moderne Attribute wie „Freiheit, Stil und das Streben nach an einem an den Westen gekoppelten Vergnügen“ propagieren (S.62). Als anschauliches Beispiel sei an dieser Stelle eine Anzeige aus der Zeitschrift *Fujokai* vom Februar 1910 angeführt, die ein junges Mädchen zeigt, in Kimono gekleidet und mit Schleife im Haar geschmückt. Die Aufschrift besagt, dass eine „Familie des 20. Jahrhunderts“ auch einen „Nähkasten des 20. Jahrhunderts“ benötige und die Singer Nähmaschine ein genau solcher „Nähkasten des 20. Jahrhunderts“ sei (S.58). Nicht nur die Prägung des Frauenideals, sondern auch die des japanischen Familienideals ist einer von Gordons Befunden, indem er diesem eine „ikonographische Umsetzung“ eines im frühen 20. Jahrhundert bourgeoisen amerikanischen Familienbildes attestiert (S.63). Beachtenswert ist Gordons duale Aufschlüsselung der Bedeutung von Frauenarbeit für das japanische Wirtschaftswunder: Auf

der einen Seite diene die niedrig bezahlte Arbeitskraft von Frauen als Teil des Wirtschaftsmotors der Nachkriegszeit, auf der anderen Seite war es die Nachfrage genau dieser in der Rolle der Konsumentin, die den Motor durch ihr Streben nach einem *bright consumer life* antrieb.

Die aufschlussreichen Anmerkungen zu Entstehen und Wesen der sozialwissenschaftlichen, den Alltag erfassenden Zeitbudgetstudien („Some Notes on Time-Use Studies“) nach dem Ersten Weltkrieg befinden sich leider erst im Anhang. Gordon selbst sieht dies als erwähnenswert, aber nicht ganz in den Rahmen des Buches passenden Punkt an. Da er jedoch die Motivation für seine Forschung aus der Betrachtung eben dieser Studien bezog und deren Ergebnisse wiederholt als Quellenbelege anführt, hätte die kurze zweieinhalbseitige Erläuterung dem Leser gleich zu Beginn Aufschluss über Umfang und Relevanz dieser Studien vermitteln können und Gordons Werk noch kohärenter gemacht.

In Bezug auf das verwendete Material schließlich wäre eine genauere Kriterien-Aufschlüsselung wünschenswert gewesen; welche Maßstäbe Gordon beispielsweise bei der Auswahl und Analyse der Werbeanzeigen anwendet, bleibt offen.

Das Werk ist dicht mit gut recherchierten Informationen beschrieben. Dass sich freilich einige Informationen teils recht häufig wiederholen, ist der Gliederung des Buches in unterschiedliche Modernitätsaspekte geschuldet, deren Inhalte sich oftmals überschneiden. Genau dieser Aufbau ist es aber auch, der diese reichhaltige historische Studie außerordentlich dynamisch hält, da sie die Form einer rein chronologisch gegliederten und überfrachteten Abhandlung vermeidet. Wer sich also nicht dadurch irritieren lässt, u.a. häufiger als eigentlich notwendig von den zwei Seiten der Nähmaschine als Objekt der Begierde der Käufer auf der einen und als Werkzeug zur Produktion auf der anderen Seite zu lesen, dem wird das Buch nachdrücklich empfohlen.

Zum Abschluss sei noch auf ergänzende Literatur zum selben Themenkomplex hingewiesen. Eine „Lesereihe“ japanbezogener konsumgeschichtlicher Literatur könnte mit Penelope Francks (SOAS London) *The Japanese Consumer – An Alternative Economic History of Modern Japan*<sup>1</sup> beginnen, in der sie von der Tokugawa-Ära bis ins späte 20. Jahrhundert eine „alternative Wirtschaftsgeschichte Japans“ aus Sicht der Konsumenten skizziert und japanische Konsumententwicklungen denen Europas und Nordamerikas gegenüberstellt. Fortgesetzt werden könnte die Lektüre mit Gordons vorgestelltem Werk, um abschließend zu Simon Partners (Duke Universität) *Assembled in Japan – Electrical Goods and the Making of the Japanese Consumer*<sup>2</sup> überzugehen, das den Aufstieg der japanischen Elektronikindustrie beleuchtet und dies innerhalb der globalen Diskussion um die Bedeutung von Technologisierung für die Herausbildung von Mechanismen des Massenkonsums und der Förderung sozialen Wandels in Industriegesellschaften verortet. Hinsichtlich der Frage, ob mit *Fabricating Consumers: The Sewing Machine in Modern Japan* ein wirklich gelungener Beitrag zur japanbezogenen historischen Konsumforschung entstanden ist, besteht kein Zweifel.

Christiane Rühle (Frankfurt)

---

1 FRANCK, Penelope (2009): *The Japanese Consumer – An Alternative Economic History of Modern Japan*. Cambridge: Cambridge University Press.

2 PARTNER, Simon (2000): *Assembled in Japan – Electrical Goods and the Making of the Japanese Consumer*. Berkeley: University of California Press.