

wie Geschlecht, Religion, ‚Race‘ und Nation machen – nachgerade angesichts seiner historischen Bandbreite – das kritisch-reflexive Potential des Bandes aus.

Denis Hänzi, Bern

Laura Ugolini, **Men and Menswear. Sartorial Consumption in Britain 1880–1939** (The History of Retailing and Consumption), 306 S., EUR 73,99, ISBN 13-978-0-7546-0384-9.

Laura Ugolini legt mit dem zu besprechenden Buch ihre erste Monographie vor und bearbeitet darin die Frage nach Konsumgesellschaft und Männlichkeitsbildern, der sie sich in den letzten Jahren bereits mehrfach gewidmet hat. Die Autorin forscht an der *School of Humanities, Languages and Social Sciences* der *University of Wolverhampton* in Großbritannien und leitet dort das *Centre for the History of Retailing and Distribution*. Sie verschränkt in ihrer Arbeit Untersuchungen von Handel, Einkauf und Konsum von Männerkleidung mit Fragen nach der Konstruktion von Männlichkeit bei Produzenten, Verkäufern und Konsumenten. Ihre Studie ordnet sich damit in den wachsenden Korpus an Forschungen zur Kleidungsgeschichte in Konsumgesellschaften ein, hebt sich durch ihren Fokus auf Männlichkeitsbilder und Konsum jedoch auch davon ab.¹ Zur Besonderheit tragen außerdem der Untersuchungszeitraum und die verwendeten Quellen bei: Ugolini beleuchtet die sechs Jahrzehnte vor dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs in Großbritannien. Sie ist nicht an kulturellen Bildern und Repräsentationen von Männlichkeit und Kleidungskonsum interessiert, sondern an den viel diffiziler zu beschreibenden Erfahrungen, Gefühlen und Sehnsüchten von Männern in Bezug auf Kleidung: „The evidence for men’s experiences of sartorial consumption ... *does* exist, tucked away in autobiographies, oral history recordings and other contemporary writings“ (7). Kleidung war im Untersuchungszeitraum für Männer unterschiedlicher sozialer Kontexte ein viel diskutiertes, oft umstrittenes Thema.

Den theoretischen Rahmen gibt Arjun Appadurais Sammelband „The social life of things“.² Dessen Auseinandersetzung mit dem sozialen Leben von Männerkleidung bildet für Ugolini die Brücke zwischen den Erfahrungen von unterschiedlichen Männern und heterogenen Männlichkeitsbildern im Untersuchungszeitraum. Bereits in der Einleitung wird deutlich, wie eng das ‚soziale Leben‘ von Kleidung mit jenen Menschen zusammenhängt, die sie produzieren, verkaufen und tragen. „[T]his book is more about men and menswear ... as it seeks to find out what the use, sale and acquisition of clo-

1 Vgl. u. a. Jennifer Craik, *The Face of Fashion. Cultural Studies in Fashion*, London/New York 1994; Ian Griffiths u. Nicola White Hg., *The Fashion Business. Theory, Practice, Image*, Oxford/New York 2000.

2 Arjun Appadurai Hg., *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge 2005; ders., Introduction: Commodities and the Politics of Value, in: ebd., 3–63.

thes reveal about men's lives and identities in this period“ (1). Unter Bezugnahme auf die hier genannten drei Station im Leben von geschlechtsspezifisch konnotierten Konsumgütern will die Autorin mehr über das Leben von Männern und über Männlichkeitsbilder herausfinden. Es kommen Männer heterogener sozialer, beruflicher, ethnischer etc. Herkunft zu Wort.

Der Aufbau der Arbeit ist unkonventionell. Er orientiert sich an drei Etappen des Konsumkreislaufs von Kleidung – Verkauf, Ankauf und Konsum, löst aber deren chronologische Abfolge auf. Ugolini beginnt ihre Analyse mit dem Abschnitt „Consuming Menswear“. Die Abschnitte „Selling Menswear“ und „Buying Menswear“ werden mit der Begründung nachgereiht, erst über die Bedeutungen von Männerkleidung im Alltag von Männern Bescheid wissen zu müssen.

Der erste Teil steht ganz im Zeichen des identitätsstiftenden Einflusses von Männerkleidung zwischen 1880 und 1939. In den vier Unterkapiteln „Identities, 1880–1939“, „Non-conformity, 1880–1939“, „Menswear and War, 1914–1918“ und „The Democratisation of Menswear? 1919–1939“ geht es um Bedeutungen von Kleidungsstücken, um Kategorien, die in der Kleiderwahl eine Rolle spielen, und um heterogene Gruppen von Trägern. Im ersten Kapitel bespricht Ugolini Faktoren und Kategorien, die die Konstruktion von Männlichkeitsbildern und den Konsum von Männerkleidung beeinflussen: Geschlecht, Alter, ethnische und soziale Zugehörigkeit, geographischer und zeitlicher Kontext sowie privates und öffentliches Umfeld. Besondere Aufmerksamkeit gilt dem sozialen Druck, den Männer in Sachen Kleidungswahl aufeinander ausübten: „Conformity ... was ultimately enforced by the use of ridicule, verbal abuse and even physical violence“ (255). Die Veränderungen von Männerkleidung während des Ersten Weltkrieges werden sehr eindrücklich beschrieben. Die Auswirkungen des Krieges sind für Laura Ugolini auch in veränderten Männerkleidungsidealien zu erkennen.

Im zweiten Teil des Buches steht der Verkauf von Männerkleidung im Mittelpunkt, respektive geht es um Männer, die diese herstellten und vertrieben. Männlichkeitsbilder von Schneidern und Verkäufern werden ebenso behandelt wie die wirtschaftliche Lage während des Ersten Weltkrieges und die Konkurrenz zwischen den Schneidern und den neu gegründeten Kaufhäusern in der Zwischenkriegszeit. Die Autorin bietet eine detaillierte Beschreibung des gesellschaftlichen Bildes von Schneidern im Untersuchungszeitraum, samt dessen Wandel. Würden während des 19. Jahrhunderts Schneider in Großbritannien vielfach als hager, ungepflegt und heruntergekommen parodiert, hatte deren Repräsentation im ausgehenden Jahrhundert an Aggressivität verloren; vielmehr kennzeichnete nun Pathos die Darstellungen. Den konkreten Grund für diesen Wandel kann die Autorin nicht festmachen; auf potentielle Verschiebungen der Geschlechterspezifität des bis zum Ende des 19. Jahrhunderts stark mit Frauen verbundenen Berufsbildes Schneiderin geht sie nicht ein.

Im dritten und letzten Abschnitt befasst sich Ugolini mit dem Kauf von Männerkleidung. Sie gliedert diesen Teil der Studie in die Kapitel „Shopping Decisions, 1880–1939“ und „Making a Purchase, 1880–1939“ und erarbeitet ein komplexes Bild des

Käufers, den sie als einen „interested, engaged, well-informed consumer, for whom, in 1939 as much as 1880, the purchase and ownership of new clothes were key to the successful assertion of the manly identity“ (203) charakterisiert. Einmal mehr geht die Autorin auch auf die Diversität der Akteure ein, auf ihre jeweiligen sozialen Umstände sowie auf die damit verbundenen Möglichkeiten des Konsums. Darüber hinaus stellt sie sich erneut der Frage, welche geschlechtsspezifischen Stereotype mit dem Käufer und mit dem Verkäufer verbunden sind.

Ugolini bindet zahlreiche Memoiren von Männern zwischen 1880–1939 ein und beschränkt sich zugleich nicht auf die Bearbeitung schriftlicher Quellen – vor allem auf das einbezogene Bildmaterial ist hinzuweisen (z. B. 33, 86, 90, 101). Die Vielfalt des Materials liefert allerdings auch Grund zur Kritik. Es gelingt nicht, den untersuchten Quellenkorpus einzugrenzen oder zu beschreiben, nach welchen Kriterien die Quellen ausgewählt und zueinander in Bezug gesetzt wurden. Auch eine Darlegung der methodischen Zugänge bleibt Laura Ugolini schuldig und vergibt damit einiges vom Potential der untersuchten Quellen, ebenso wie sie es verabsäumt, eine theoretische Eingrenzung beziehungsweise eine analytische Auseinandersetzung mit dem Erfahrungsbegriff zu leisten.

Zentral für das Buch ist das Kapitel „Identities, 1880–1939“, in dem der Einfluss von Kategorien und Faktoren wie soziales und biologisches Geschlecht, Alter, ethnische und soziale Zugehörigkeit, geographischer und zeitlicher Kontext auf die Kleiderwahl sowie das Berufsbild Schneider beschrieben werden. Nachhaltigeres Bewusstsein für und Wissen um die Mächtigkeit dieser Kategorien hätten erreicht werden können, wenn dies in die einzelnen Kapitel ‚eingewoben‘ worden wäre und nicht isoliert vorangestellt. Schließlich geht es immer wieder um die Beschreibung von Überschneidungen und Schnittflächen unterschiedlicher Kategorien und deren Bedeutung für Männlichkeitsbilder unter Trägern und Herstellern von Männerkleidung.

Auffallend ist auch, dass Ugolini sich nicht mit Körper und Körperlichkeit auseinandersetzt. Entgegen dem Gros an historischen, soziologischen und anthropologischen Arbeiten zu Kleidung seit dem Beginn der 1990er Jahre ignoriert sie Körper und Körperkonstruktionen sowie deren Veränderbarkeit durch Kleidung.³ Wenngleich sie mit ihrer Arbeit gegen die stereotype Assoziation von Kleidung und Frauen anschreibt, behält sie die Binarität zwischen Körper/Frau und Geist/Mann bei. Sich der durch Kleidung konstruierten und kommunizierten Körperlichkeit von Männern im ausgehenden 19. und beginnenden 20. Jahrhundert zu widmen, hätte die Untersuchung bereichert.

Laura Ugolini bringt mit „Men and Menswear. Satorial Consumption in Britain 1880–1939“ eine aufwendig recherchierte Arbeit in den rasant wachsenden Litera-

3 Vgl. u. a. Joanne B. Eicher, Kim K. P. Johnson u. Mary Ellen Roach-Higgins Hg., *Dress and Identity*, New York 1995; Anne Brydon u. Sandra Niessen Hg., *Consuming Fashion. Adorning the Transnational Body*, Oxford/New York 1998; Joanne Entwistle, *The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Cambridge 2000.

turkorus zur Kleidungs- und Konsumgeschichte ein. Trotz der analytischen und methodischen Lücken gelingt es der Autorin, die bis in die Gegenwart wirkende ausschließliche Verbindung von Kleidung und Frauen aufzulösen.

Silvia Ruschak, Wien

Nancy M. Wingfield and Maria Bucur eds., **Gender and War in Twentieth-Century Eastern Europe**, Bloomington/Indianapolis: Indiana University Press 2006, 240 p., EUR 56,50, ISBN 978-0253347312.

In the last two decades social, cultural and gender historians of Western Europe and the United States have expanded and redefined the meaning of war. They have managed to deconstruct the essentialist assumptions about femininity and masculinity as well as the very categories of home front versus battlefield as hierarchical. Despite some recent studies, most of the historiography on Eastern Europe and the former Soviet Union consists of traditional diplomatic and military histories. In this regard, the appearance of a volume on gender history of war, covering Eastern Europe, is an important scientific event. The thematic foci of this book are wartime experiences, challenges to traditional gender roles, the post-war restoration of the gender order, collaboration and resistance, the body, memory and commemoration. The introduction places gender in war in Eastern Europe within the studies on the same topic concerning Western countries.

The contributions are organised in three thematic parts. The first covers different facets of challenges to gender roles and restoration of gender order in the post-World War I period. Based on detailed diaries, memoirs, and reports by Habsburg aristocratic Red Cross nurses sent to Russia during the war, Alon Rachaminov studies the Austro-Hungarian prisoners-of-war relief effort. The mission is revealed as a combination of traditional upper-class involvement in charity and philanthropy with diplomatic and political missions sponsored by the Habsburg state. That was why the women had considerable power authority over millions of men. Rachaminov explains the lukewarm reception of nurses among the prisoners in terms of the tremendous social gulf between prisoners from different nationalities and nurses, and from the supervisory nature and tutelage of the nurses' tasks.

Maureen Healy explores a gradual process by which men in post-war Austria made the transformation from soldier to civilian in their everyday lives. She based her study on detailed analyses of press accounts and some archive material. It is revealed how the restoration of order in the family through strong male authority was conceived as the first step in restoring order in Austrian society at large, coping with delinquent youths and 'fallen' women. The author reveals convincingly the strong tension between the vision of family as an institution that could regenerate Austria, on the one hand, and the model of paternal authority upset by the war, on the other. Families were expected