

**Der Kaufmann ohne Eigenschaften: Wie Daniel Defoes
Complete Tradesman im System der Kommunikationen
verschwindet
Christian Huck**

***published in: ZAA: Zeitschrift für Anglistik und
Amerikanistik 54:3 (2006), 233-247.***

CHRISTIAN HUCK

Der Kaufmann ohne Eigenschaften: Wie Daniel Defoes *Complete Tradesman* im System der Kommunikationen verschwindet

Abstract: This article is based on the observation of a discrepancy: The tradesman, arguably one of the most important figures of eighteenth-century society, is astonishingly absent in most portraits of this century. It will be argued that such omission is more than welcome to the individuals in question. The public task of the tradesman is to act as the medium of trade, and in order to perform such function he has to be as unobtrusive as possible, as if producer and consumer were dealing with each other directly. Obviously, no tradesman is without an agenda of his own, but to fulfil the position society expects from him, he has to present himself just as if he were not there. To function as a medium, the tradesman himself has to be, and, most importantly, look medium, that is: middling, average, normal, and inconspicuous. The tradesman then becomes the model of a modern individual: the *man* without qualities. *Women*, on the other hand, are denied such a place in modern, functionally differentiated society.

1805 veröffentlichte William H. Pyne unter dem Titel *The Costumes of Great Britain* ein optisches Panorama der britischen Gesellschaft des 18. Jahrhunderts (Pyne 1989). Im Gegensatz zu ähnlichen Publikationen der Zeit, die die unterschiedlichen Kostüme der verschiedenen Nationen der Erde zu dokumentieren versuchten,¹ versprach dieses Buch, sich den intra-kulturellen Differenzen innerhalb Großbritanniens zu widmen – und das möglichst vollständig. Im Vorwort lässt Pyne verlauten: “In making this selection, it has been attempted to include all classes of society.” Das Buch offeriert dann sechzig Zeichnungen von Richtern, Metzgern, Feuerwehrleuten, Baronen und vielen anderen Berufs- und Bevölkerungsgruppen. Allerdings fehlt eine Gruppe, die im Rückblick zum neuen Zentrum, ja gar zum Ideal der britischen Gesellschaft des 18. Jahrhundert erklärt werden kann: “After 1700 the prosperity and stability which all had longed for seemed to be being acquired. The merchant was doing the acquiring and the providing. He became his society’s central figure, its type, and its ideal” (McVeagh 1981, 63). Konträr zu dieser Einschätzung aus heutiger Sicht wird in Pynes Pa-

¹ Die Reihe solcher Atlanten reicht von Cesare Vecellios Renaissance-Meisterwerk *Degli abiti antichi et moderni di diverse parti del mondo* (1590) über Carel Allards *Orbis Habitabilis oppida et vestitus* (c1695) und Jehoshaphat Aspins *Cosmorama, a View of the Costumes and Peculiarities of all Nations* (1826) bis zu Auguste Racinets berühmten und bereits historisierenden *Le Costume historique* (1887).

norama weder ein Kaufmann, noch ein Händler, noch überhaupt irgendein Geschäftsmann porträtiert.² Die meisten Kulturbeobachter und -analysten, die Pyne in den folgenden beiden Jahrhunderten in dem Versuch nachfolgten, die britische Gesellschaft zu porträtieren, haben diese Auslassung übernommen; zwar wurde in den letzten Jahren die Rolle des Konsumenten gegenüber dem Produzenten rehabilitiert, aber diejenigen, die zwischen diesen beiden Polen stehen, blieben weiterhin meist unbeachtet (vgl. Cox 2000, 13).

Eine solche Auslassung ist keinesfalls zufällig. Vielmehr ist es der Kaufmann selbst, der nach einer solchen Unsichtbarkeit strebt – bzw. dazu angehalten wird, sich möglichst unsichtbar zu verhalten. Dieser Versuch, unbeobachtbar zu bleiben, kann zunächst aus der im 18. Jahrhundert vorherrschenden ökonomischen Theorie erklärt werden. In diesem Zusammenhang werde ich besonders die Rolle und Funktion untersuchen, die Daniel Defoe dem Händler in seiner Anleitung für den ‘perfekten englischen Kaufmann’ – *The Complete English Tradesman* (1725-27) – zugeschrieben hat. In einem nächsten Schritt soll dann gezeigt werden, wie dieses Ideal des ‘unsichtbaren Händlers’ zum Modell für eine erfolgreiche Teilnahme an der modernen Gesellschaft wurde, und warum Frauen der Zugang zu einer solchen Gesellschaft häufig verwehrt blieb. Obwohl eine solch komplexe gesellschaftliche Entwicklung sich in fast allen Bereichen niederschlägt, werde ich mich hier hauptsächlich darauf konzentrieren, wie die Mitglieder einer Gesellschaft sich einander im visuellen Bereich präsentieren, insbesondere durch ihr Äußeres und ihre Kleidung, und wie sich eine solche Präsentation bei Männern und Frauen unterscheidet. Meine grundlegende Hypothese wird bei dieser Untersuchung sein, dass es Männern eher möglich war, sich entsprechend den Anforderungen einer modernen Gesellschaft selbst zu erfinden, weil sie, zumindest ihrer Selbsteinschätzung und -darstellung nach, in der Lage waren, sich von allen gegebenen und determinierenden Qualitäten zu befreien – und dabei ist das Wahrgenommenwerden und damit das eigene Aussehen und die eigene Kleidung von besonderer Wichtigkeit: Um ein perfekter Kaufmann sein zu können, muss man vor allem auch als solcher erscheinen.

Eine solche Konzeption der Selbst(un)darstellung kann schließlich als Zeichen des Übergangs in eine moderne funktional-differenzierte Gesellschaft im Sinne der Luhmannschen Systemtheorie interpretiert werden. Was man dabei beobachten kann, ist der Versuch, das Individuum auf den Eintritt in eine kommunikationsbasierte Gesellschaft vorzubereiten. Alles was am Individuum nicht Kommunikation ist, muss dafür verschwinden – oder zumindest unbeobachtbar gemacht werden.

² Die meisten zeitgenössischen Kommentatoren haben die Differenz zwischen dem *tradesman* und dem *merchant* stark gemacht, wobei nur der *merchant* als internationaler Kaufmann positiv bzw. zumindest als notwendiges Übel beurteilt wurde, da allein im Außenhandel eine Möglichkeit gesehen wurde, durch positive Bilanz den Reichtum der Nation zu mehren. Daniel Defoe minimiert diesen Unterschied in seinem zweibändigen Werk über den *Complete English Tradesman* (1725-27) und betont den Nutzen von *inland trade*. Der Leitfaden Defoes wird im Folgenden unter dem Kürzel *Complete Tradesman* zitiert nach dem 1970 vorgelegten Nachdruck der Ausgabe von 1745. Ich werde im Deutschen den Begriff des ‘Händlers’ für den Mittler in allen Formen des Handels benutzen.

1. Die Kleidung der Männer und die Mode der Frauen

Anne Hollander, eine der führenden Kostümhistorikerinnen der Gegenwart, hat sich eingehend mit der optischen Differenzierung zwischen Mann und Frau beschäftigt, die besonders im 18. Jahrhundert vorangetrieben wurde:

At the neo-classic moment, tailored suits put a final seal of disapproval on gaudy clothes for serious men, whatever their class. At the same time, they confirmed and approved a sharpened visual separation between men and women, whatever their class. [...] From that [...] epoch [...] dates the custom of putting only women into colorful ornamented fancies and dressing men in simple, dull-finished, undecorated shapes [...]. (Hollander 1995, 7)

‘Mode’ wurde in diesem Zusammenhang zum frivolen und ephemeren Vergnügen der Frauen, während Männer sich von nun an (angeblich) seriös Gefertigtem zuwandten (Hollander 1995, 65). Anhand der Position des Händlers soll nun die gesellschaftliche Evolution nachgezeichnet werden, die mit dieser vestimentären Entwicklung einhergeht. Insbesondere gilt es zu zeigen, wie sich in Defoes Vorstellung des Händlers das Ideal des modernen Menschen präfiguriert: der Mann ohne Eigenschaften. Es ist kein Zufall, dass ein solches Ideal sich ganz besonders in Fragen der Sichtbarkeit niederschlägt.

2. Das Lob des Händlers als Mittler

Von den vielen Lobpreisungen des Händlers in den Magazinen und Handbüchern des Bürgertums des frühen 18. Jahrhunderts ist diejenige, die im Mai 1711 im *Spectator* erschien, vielleicht die deutlichste:

For these Reasons there are no more useful Members in a Commonwealth than Merchants. They knit Mankind together in a mutual Intercourse of good Offices, distribute the Gifts of Nature, find Work for the Poor, add Wealth to the Rich, and Magnificence to the Great [...]. (*Spectator* 1711, n. pag.; vgl. auch *Complete Tradesman* 1970, II, Kap. XXV)

Zu beachten sind hier die Aktivitäten, die dem Händler zugeschrieben werden: Er verteilt (*distributes*) die Güter, er knüpft (*knits*) die Menschheit zusammen, und er vergrößert (*adds*) den Reichtum der Reichen und die Größe der Großen. Das Lob des Händlers bezieht sich gerade nicht auf irgendwelche substantiellen Qualitäten des Händlers selbst; vielmehr wird er porträtiert als eine Art Katalysator für die Distribution der Güter – er selbst und die Güter, mit denen er handelt, bleiben von diesem Prozess des Handels gänzlich unberührt.

Dieses Bild des Händlers als nicht-involviertem und interesselosem Mittelsmann ergibt sich aus der im 18. Jahrhundert vorherrschenden Vorstellung des Ökonomischen. Defoe hat die populäre Konzeption des Handels wie folgt zusammengefasst:

Trade is a general Exchange of the Necessaries and Utensils of Life, from and between Person and Person, Place and Place. The Principal Subjects of Trade are Included, in

Provisions, House-Furniture, and Cloathing; and they are handed from Place to Place, by an Infinite and incessant Circulation [...]. (Defoe, 1706, n. pag.)

Die "great machine of trade" (Richardson 1734, 19), wie Samuel Richardson und viele andere es bezeichnet haben, wird von Konsumenten und Produzenten in Bewegung gehalten – von denen, die Bedarf haben, und denen, die Angebote machen. Der Händler ist demzufolge lediglich ein neutraler Faktor im Austausch von einem knappen Gut (dem Produkt) gegen ein anderes knappes Gut (Geld).

Das "Medium of Trade," wie Defoe weiter ausführt, ist zunächst einmal das Geld. Dieses bringt die Unterschiede zwischen den verschiedenen Gütern aus verschiedenen Bereichen und verschiedenen Gegenden zum Verschwinden und macht so einen generellen Austausch möglich. Der Händler kann helfen, Produzenten und Konsumenten zusammen zu bringen, die bisher durch mangelhafte Kommunikation nicht zusammen kommen konnten. Dem Händler, der in dieser universalen Sprache des Geldes kommuniziert, wird es so ermöglicht, jedwede kommunikative Grenze zu überschreiten, wie es der *Spectator* in der oben bereits zitierten Lobpreisung geradezu euphorisch beschreibt:

I am infinitely delighted in mixing with these several Ministers of Commerce, as they are distinguished by their different Walks and different Languages: Sometimes I am justled among a Body of Armenians; Sometimes I am lost in a Crowd of Jews; and some times make one in a Groupe of Dutchmen. I am a Dane, Swede, or Frenchman at different times; or rather fancy my self like the old Philosopher, who upon being asked what Countryman he was, replied, That he was a Citizen of the World [...]. (*Spectator* 1711, n. pag.)

Wie ein Übersetzer, so wird der Händler lediglich als unsichtbares Medium des Austausches konzipiert (vgl. Venuti 1995). Als ein solches Medium muss er notwendigerweise unbemerkt bleiben, da er sonst die Transaktionen, für die er ein Medium sein soll, behindern würde; vergleichbar ist der Händler damit einer Vorstellung von Sprache, die als Medium zum Austausch von Gedanken möglichst unbemerkt verwendet werden sollte. Als Medium muss der Händler selbst über eine möglichst geringe Eigenständigkeit verfügen, um so für möglichst viele verschiedene Handelstransaktionen offen zu sein. Um ein solches Medium sein zu können, muss der Händler selbst 'medium' sein bzw. 'medium' aussehen, das heißt durchschnittlich, mittel, mittelmäßig.

3. Das Mittelmaß des Händlers

Im Rahmen eines Wirtschaftskonzepts, das auf (freie) Warenzirkulation abhebt, ergeben sich bestimmte Anforderungen an einen konkreten Händler, wie ihn Defoe in seinem Buch zu entwerfen versucht. Grundsätzlich ist es dem Händler nicht erlaubt, eine eigene Agenda zu verfolgen – die (häufig anti-semitisch gefärbte) Angst vor dem wuchernden Händler gehört seit langem zum Grundbestand kultureller Ängste. Eine zeitnahe Verurteilung des Händlers findet sich in *Britannia Languens, or a Discourse of Trade* (Philanglus 1680/1689): Der anonyme Freund Englands (Philanglus) erklärt darin den Händler als komplett unnötig

und fordert eine Rückkehr zum direkten Warenverkehr von Produzent zu Konsument, um das Wohl Englands wieder herzustellen.³ Defoe scheint um die Ungänglichkeit des Handels in der modernen Gesellschaft zu wissen und begegnet solchen Ängsten, indem er den Händler von jeglichen individuellen Bedürfnissen zu befreien versucht: Auf endlosen Seiten geißelt Defoe das Spielen, Jagen, Trinken und andere Formen der Faulheit und des Lasters, die seiner Meinung nach insbesondere der Händler sich nicht leisten darf (vgl. *Complete Tradesman* 1970, I, Kap. IX und X). William Maitland fordert daher gerade im Hinblick auf junge Auszubildende die Wiedereinführung strenger *sumptuary laws* (1739, 160). Weder des Händlers politische noch seine religiöse Einstellung, weder sein geographischer noch sein persönlicher Hintergrund, weder seine Begierden noch seine Triebe dürfen ihn beeinflussen, wenn die "great machine of trade" vom Händler nicht behindert, sondern geradezu katalytisch gefördert werden soll.

Geld, wie schon erwähnt, ist die erste Waffe des Händlers gegen die Beschränkungen einer spezifischen Erziehung oder Herkunft seiner selbst oder seiner Güter: Geld ist ent-personalisierend, de-kontextualisierend und de-historisierend (vgl. Luhmann 1988, 18). Mithilfe von Geld kann man die persönliche Bindung an das eigene Gut gegen die Vielzahl von Möglichkeiten austauschen, die durch das neutrale Geld eröffnet werden. Dennoch beginnt Daniel Defoe seinen Leitfaden für den perfekten englischen Händler nicht mit detaillierten Ausführungen zu den Vorteilen des Geldes, sondern mit Instruktionen zum korrekten Schreiben, also damit, was es heißt, "to correspond like a man of business" (*Complete Tradesman* 1970, I, 11). Defoe rät dem aufstrebenden Händler, alle Spuren zu löschen, die seiner Art zu Schreiben einen exzentrischen Stil verleihen: "I know this affectation of style is accounted very grand, and thought modish; but the best merchants are come off from it, and now choose to write plain and intelligibly" (*Complete Tradesman* 1970, I, 15). *Intelligibility*, Verständlichkeit des Anliegens, und keinesfalls Präsentation der eigenen Person, wird zum letztendlichen Ziel des Schriftverkehrs. Anders als der von Greenblatt präsentierte Höfling der Renaissance, der gleichsam Ware und Vertreter in einer Person vereinigt und sich folgerichtig selbst präsentiert, muss der moderne Händler eine Art *self-unfashioning* betreiben. Schließlich will bzw. muss der Händler in der modernen Wirtschaftswelt mit Handelspartnern korrespondieren, die einen gänzlich anderen Hintergrund aufweisen als er: Wenn er mit einem Tuchhändler aus Newcastle ebenso Handel betreiben will wie mit einem Baron aus Gloucestershire, dann muss seine Sprache weitgehend frei von sozialen und regionalen Besonderheiten sein, die eventuell nur von seinen unmittelbaren Nachbarn verstanden werden würden. Defoe führt weiter aus:

Easy, plain, and familiar language, is the beauty of speech in general [...]. The end of speech is, that men may understand one another's meaning; certainly then, that speech [...], which is most easily understood, is the best. If any man were to ask me, what I would suppose to be a perfect style, or language, I would answer, that in which a man

³ Für eine Übersicht über die Vielzahl weiterer Negativdarstellungen des Händlers siehe Cox 2000, 21-3, und Volkmann 2005, 24-6.

speaking to five hundred people, all of common and various capacities, should be understood by them all, in the same sense which the speaker intended to be understood [...]. (*Complete Tradesman* 1970, I, 19)

Der Mensch hinter dem professionellen Händler muss verschwinden, damit der Händler als *perfekter Händler* erscheinen kann, genau so wie die Schrift des Händlers zu verschwinden hat, damit die Information der Äußerung in Reinform erscheinen kann. Dieser Prozess des Unterdrückens der Idiosynkrasie des Einzelnen – manchmal auch euphemistisch Zivilisierung genannt (vgl. Campbell 1747, 285) –, um so ‘den Händler’ generieren zu können, steht im Zentrum von Defoes Buch.

Wird der Handel nicht schriftlich geführt, sondern von Angesicht zu Angesicht, dann wird das Unterdrücken des individuellen Temperaments zur zentralen Aufgabe: “the man that stands behind the counter [...] must not be affronted, or any way moved, by any manner of usage, whether owing to casualty or design” (*Complete Tradesman* 1970, I, 62). Der Händler muss das Gesicht bewahren, das heißt, sein Ausdruck muss im neutralen Modus verweilen. Defoe räumt ein, dass dies mitunter eine schwere Aufgabe ist:

It is true, natural tempers are not to be always counterfeited; the man cannot easily be a lamb in his shop, and a lion in himself; but let it be easy, or hard, it must be done, and it is done: there are men who have, by custom and usage, brought themselves to it, that nothing could be meeker and milder than they, when behind the counter, and yet nothing be more passionate and choleric in every other part of life; nay, the provocations they have met with in their shops have so irritated some men, that they have gone upstairs from their shop, and vented their passion on the most innocent objects, their wives, children, or servants, as they fell in their way; and when their heat was over, would go down into their shop again and be as humble, as courteous, and as calm as before; so absolute a government of their passions had they in the shop, and so little out of it. (*Complete Tradesman* 1970, I, 62; vgl. auch Campbell 1747, 197)

Kein weiteres Wort wird im Verlauf von Defoes Ausführungen über die Gewalt gegenüber der Familie des Händlers verloren; Defoe scheint eine strikte Trennung zwischen *man* und *trades-man* zu propagieren, zwischen dem spezifischen Menschen und seiner Rolle in der Geschäftswelt. Der Umgang mit den eigenen Emotionen definiert demnach auch nicht den Menschen, sondern nur den Händler. Was man(n) im Privaten treibt, ist nicht von Interesse, wenn es um die Beschreibung des perfekten Händlers geht.

Das hat durchaus auch Vorteile: So führt Defoe aus, dass der “death of the tradesman,” d.h. sein Bankrott, nicht notwendigerweise auch den Untergang des Menschen bedeutet, der die Rolle dieses Händlers inne hatte. Während es als äußerst problematisch galt, einer anderen Gilde beizutreten, wenn man in der angestammten versagt hatte, so kann der ehemalige Händler ohne weiteres ein neues Geschäft eröffnen – solange er auch seinen Bankrott professionell gemanagt hat (vgl. *Complete Tradesman* 1970, I, 47-53). Die Komplettinklusion des Einzelnen in eine Gilde in der stratifizierten Gesellschaft gab diesem zwar mehr Sicherheit, aber bedeutete auch eine strengere Regelung von Inklusion und Exklusion, da diese immer auch an den physikalischen Körper des Einzelnen gebunden war.

Die Exklusion aus einem Familienhaushalt oder einem Berufsstand, die innerhalb der stratifizierten Gesellschaft die Zugehörigkeiten regelten, war nur in den seltensten Fällen durch Inklusion in einen anderen Verbund zu kompensieren, sondern führte meist zur Exklusion aus der gesamten Gesellschaft: Man wurde Bettler, Pirat oder ähnliches und lebte fortan am Rande der Gesellschaft.⁴ Die funktional-differenzierte Gesellschaft, die auf eine solche Komplettinklusion verzichtet, muss, so möchte ich im Folgenden herausarbeiten, eben diese Körperlichkeit des Einzelnen unterdrücken, kann dem Menschen dadurch aber auch größere Freiheiten anbieten.

4. Die Dinge des täglichen Handelns

Die Kontrolle über die Emotionen ist auch in anderer Hinsicht von großer Bedeutung für den Händler: Gerade derjenige, der mit den meistbegehrten Gütern aus aller Welt handelt, muss sicher gehen, dass er selbst den Reizen dieser Güter nicht erliegt und sein Geld nicht sinnlos vergeudet (vgl. Neumann 2001, 228-9). Derjenige, der den Verkehr der Güter beherrscht, darf nicht von diesen Gütern beherrscht werden. In diesem Verhältnis zwischen dem Menschen und den Dingen zeigt sich eine wichtige Differenz in der ideologischen Konstruktion der Geschlechter. Während er die Dinge besitzt, ist sie von diesen besessen (vgl. Scholz 2004, 48-68); ihr Hang zum Konsum (*shopping*) macht sie selbst zum konsumierbaren Gut (*pornography, prostitution*) (vgl. Kowaleski-Wallace 1997). Für die Welt des Handels bedeutet dies, dass Frauen konsumieren, was Männer lediglich handeln. Mandevilles (1714) berühmtes Paradoxon, dass *private vices* zu *public benefits* führen können, wird somit gleichsam typentheoretisch aufgelöst, indem den Frauen das Sündigen und den Männern der Gewinn überlassen wird. Die Differenz zwischen Käufer und Verkäufer wird so auch als geschlechtliche Differenz inszeniert, wie Elisabeth Kowaleski-Wallace präzise herausgearbeitet hat:

While all sellers were not male and all buyers were not female, each participant in the retail process was assigned a gender-marked position. The seller was most often cast in the dominant, or masculine, role of the seducer and the buyer, characterized either by her malleability or by her disruptive desires, as feminine. (1997, 87)

Solch Auseinanderklappen von Handel und Konsum lässt sich vielleicht nirgendwo besser beobachten als im Bereich der Kleidung und insbesondere der modischen Kleidung: "female adornment becomes the main emblem of commodity fetishism" (Brown 1993, 112). Zumindest seit Nicholas Barbon existiert eine Ahnung davon, dass gerade die Wechselhaftigkeit der Mode dem Handel zum Vorteil gereicht: "Fashion or the alteration of Dress, is a great Promoter of Trade, because it occasions the Expence of Cloaths, before the Old ones are worn out" (1690, 65). Nicht zuletzt wegen dieser ständig neu erwachsenen Bedürfnisse ist der Händler gezwungen, ständig neuartige Kleidung zu liefern. Um diesen Be-

⁴ Zur Veränderung der Differenz von Inklusion und Exklusion im Laufe der Gesellschaftsevolution siehe Luhmann 1997, 618-27.

darf decken zu können, betreibt er Handel mit den entlegendsten Gebieten der Erde, die bisher noch unbekannte Kleidungsstücke zu bieten haben. Die Frauen, so beschreibt es der *Spectator*, tragen schließlich zur Schau, was der Mann gehandelt hat:

The single Dress of a Woman of Quality is often the Product of a hundred Climates. The Muff and the Fan come together from the different Ends of the Earth. The Scarf is sent from the Torrid Zone, and the Tippet from beneath the Pole. The Brocade Petticoat rises out of the Mines of Peru, and the Diamond Necklace out of the Bowels of Indostan. (*Spectator* 1711, n. pag.)

Die Unterscheidung in Mann und Frau, Verkäufer und Käuferin, triebloser Bereitsteller und triebgesteuerter Konsument scheint somit unverzichtbarer Bestandteil der modernen Wirtschaftsordnung.

5. Die Performanz des Unsichtbaren

Während die Frau durch eine auffällige Kleidung herausgestellt wird, findet sich der Händler von Defoe dazu angehalten, in Sachen Kleidung äußerste Zurückhaltung zu wahren. Nicht die Bedeutung der Kleidung, sondern die des Handelnden soll sichtbar sein:

Trade is not a ball, where people appear in mask, and act a part to make sport; where they strive to seem what they really are not, and to think themselves best dressed when they are least known; but it is a plain, visible scene of honest life, shown best in its native appearance, without disguise [...]. (*Complete Tradesman* 1970, I, 79)

Wie schon im Umgang mit der Schrift soll hier jedwede partikuläre Präferenz für bestimmte Formen unterdrückt werden, damit der Händler *als solcher* erscheinen kann. Allerdings erscheint mir die Situation hier komplizierter, als Defoe es suggeriert: Schließlich muss der Händler seine Verkleidung nicht ablegen bzw. sich dieser nicht verwehren, um *keine* Rolle zu spielen, sondern gerade um seiner Rolle als *plain dealer* gerecht werden zu können. Die einfache, klare Unverstelltheit, die Defoe fordert, muss, wie die vorherigen Ausführungen zum Schreiben und zum emotionalen Verhalten gezeigt haben, unter hohem Aufwand performativ hergestellt werden. Anders als der Produzent der Waren, der dem Konsumenten bzw. der Konsumentin im modernen Wirtschaftssystem nie begegnet, muss der Händler die Bürde der körperlichen Präsenz zu überwinden versuchen. Nur wenn der Einzelne es schafft, sich selbst 'verschwinden' zu lassen, kann er zum 'kompletten Händler' werden, d.h. komplett, ganz und gar Händler werden – und nichts anderes mehr.

6. Das Verschwinden im System

Was man hier beobachten kann, sind, wie bereits erwähnt, die Vorbereitungen des Individuums auf den Eintritt in die moderne Gesellschaft. Um als Rechtssubjekt, als Wähler oder als Wirtschaftender an der funktional-differenzierten

Gesellschaft teilnehmen zu können, müssen die Menschen ihre partikulär-widerständigen Körper aus dieser Gesellschaft zurückziehen. Die Teilsysteme der Gesellschaft funktionieren auf der Basis von Kommunikationen, ja sie bestehen geradezu aus diesen Kommunikationen: die moderne Wissenschaft, *in idealiter*, fragt nicht nach der Herkunft einer These, sondern nach deren Wahrheit; in der modernen Wirtschaft kann man entweder Zahlen oder man kann es nicht – etwas anderes zählt nicht (vgl. Luhmann 1997, 743-76). Damit nun die Zahlungshandlung oder die wissenschaftliche These als solche erscheinen kann, muss der vielfach verunreinigte Ursprung dieser Kommunikationen zum Verschwinden gebracht werden. Geld z.B. verdichtet die mögliche Kommunikation auf die Frage, ob man den Preis zahlen will oder nicht, alle anderen möglichen Kommunikationsanschlüsse, z.B. die Aufnahme einer intimen Kommunikation oder der Rückbezug auf die Herkunft des Zahlenden, werden somit höchst unwahrscheinlich (vgl. Luhmann 1988, 19).

Die Systeme bestimmen dadurch ihre eigene 'kommunikative Realität,' wie die Systemtheorie uns zu Genüge vorgeführt hat, aber ohne Frage sind diese Systeme unmittelbar abhängig von den Produzenten solcher Kommunikationen, d.h. den Menschen (vgl. Fuchs 1994). Gerade im 18. Jahrhundert, in der Phase der Herausbildung der gesellschaftlichen Teilbereiche und der Umstellung dieser auf Kommunikationen, ist nun zu beobachten, wie die Semantik des richtigen Handelns in Schriften wie der von Defoe den geänderten strukturellen Bedingungen angepasst werden muss.

In dem Moment, in dem sich die Wirtschaft als eigenständiges Wirtschaftssystem herausbildet, welches sich in erster Linie auf eigene Operationen (Zahlungen) bezieht, ändern sich auch die Anforderungen an die Menschen, die von nun an in der Umwelt dieser Systeme leben. Was Defoe hier herausarbeitet, ist eine radikale Trennung von kommunikativer Rolle und physisch-psychischem Einzeldasein. Was er beschreibt, ist die Anstrengung, die unternommen werden muss, um diese Trennung auch semantisch aufrecht zu erhalten. Das heißt: Auch wenn strukturelle Vorgaben, so wie sie beispielsweise die Systemtheorie darlegt, eine operative und kommunikative Schließung des Wirtschaftssystems bedingen, so heißt dies noch nicht, dass die Semantik, deren sich der Einzelne bedient, schon immer mit diesen strukturellen Vorgaben in Einklang ist. Defoe arbeitet nun daran, das Verhalten der Menschen den geänderten bzw. den sich ändernden Gesellschaftsverhältnissen anzupassen. Der Mensch muss lernen, was das Geld schon lange kann: neutral kommunizieren, d.h., der Kommunikation nicht im Wege zu stehen. Für Defoe ist der Händler der Präzedenzfall dieser neuen Umstände, und hier wird zunächst das Ideal des 'Mann ohne Eigenschaften' erprobt.

Das heißt natürlich auch, dass das, was Defoe beschreibt, ein konstruiertes Ideal ist, das 'lediglich' diskursiv existiert. Während es durchaus nachvollziehbar ist, dass das Wirtschaftssystem der modernen Gesellschaft ausschließlich aus Kommunikationen, d.h. Zahlungen, besteht (und das neu entstehende Banken- und Börsenwesen spricht dafür, dass die kommunikative Schließung des Wirtschaftssystems im 18. Jahrhundert einsetzt), so ist doch unumstritten, dass der

Mensch nicht allein aus Kommunikationen besteht, sondern zumindest auch an Bewusstseinsystem und Organismus partizipiert – ohne jedoch in diesen völlig aufzugehen. Das Ideal des ‘Mann ohne Eigenschaften’ ist ein Effekt der kommunikativen Selbstorganisation des Wirtschaftssystems – aber damit nicht weniger real als der tatsächliche Händler, der diese Vorgaben nie vollständig erfüllen kann: Er

ist eine kommunikative Fiktion der Rechts- und der Wirtschaftspraxis selbst, also weder analytisches Konstrukt der Wissenschaft noch reales psychisches Motiv der handelnden Menschen. [...] Solche Akteursfiktionen sind ‘real’ in einem doppelten Sinne. Zum einen bilden sie für wirtschaftliche und rechtliche Operationen eine soziale, also kommunikative Realität. Akteure sind kommunikative Strukturen, die von den Operationen selbst erzeugt sind und diese zugleich leiten. Zum anderen koppeln sich die sozialer Akteursfiktionen als ‘virtual realities’ eng an die psychischen Eigendynamiken der beteiligten Menschen an, ohne aber je mit ihnen zu verschmelzen. (Hutter/Teubner 1994, 110)

So beschreibt auch Defoe nicht, wie individuelle Menschen tatsächlich denken und welche Motive ihren Handlungen zu Grunde liegen. Vielmehr wird geschildert, mit welchen sozialen Erwartungen der Händler zu rechnen hat, d.h., was er erwarten kann, was andere von ihm erwarten. Anders als in der von Foucault (1977) beschriebenen Welt von Überwachen und Strafen, arbeitet Defoe überwiegend mit Zuckerbrot (= wirtschaftlicher Erfolg) statt Peitsche. Zudem scheint sich Defoe bewusst, dass die “sozialen Akteursfiktionen” zwar sozialisierend auf den Menschen wirken können, dass eine Gleichförmigkeit des gesamten Menschen für das Funktionieren des Wirtschaftssystems jedoch nicht notwendig ist: im Sinne der Konsumsteigerung sind individuelle Vorlieben sogar wünschenswert, wenn auch, wie gesehen, weiblich codiert.

Problematisch werden solche Realitäten erst in Interaktionssituationen, nämlich dann, wenn die Kommunikation gezwungen ist, die anwesenden Körper wahrzunehmen, die sie in ihrer Selbstorganisation ausgeschlossen hatte. Und wie diese Körper wahrgenommen werden, hängt nicht zuletzt von der Kleidung ab, die gewählt wurde, um diese Körper zugleich zu verdecken und sichtbar zu machen. Der Versuch, in Interaktionen unsichtbar zu erscheinen, kann so als semantische Rekonstruktion bzw. Verdopplung der sich entwickelnden operativen Schließung der Funktionssysteme verstanden werden. Damit ein Gesellschaftssystem reibungslos funktioniert, bedarf es also der entsprechenden semantischen Inszenierung.

Das Wirtschaftssystem ist wohl auch nicht zuletzt deshalb dasjenige System, in dem die semantische Umsetzung der strukturellen Evolution am vehementesten vorangetrieben wurde: Es hat mit dem Geld ein Kommunikationsmedium entwickelt, das die Konzentration und Abstraktion der Kommunikation auf die Entscheidung Zahlen/Nicht-Zahlen in hohem Maße erleichtert. So wird mehr noch als in anderen Subsystemen die Möglichkeit unterdrückt, andere als die präferierten Kommunikationswege anzusprechen. Anders als z.B. im Kunstsystem, das über die Genieästhetik und andere semantische Manöver Kommunikation und Individuum aneinander zu binden versucht, ist ein Bezug der Zahlung auf die Persönlichkeit einer Person geradezu unanständig (vgl. Luhmann 1988, 19).

7. Die Unterscheidung der Geschlechter

Wie bereits mehrfach angedeutet, ist in diese Anpassung an die neuen Gesellschaftsverhältnisse eine wichtige Geschlechterdifferenz eingebaut: Eine Frau, im Unterschied zum Mann, ist niemals ohne Qualitäten – sie ist immer zumindest eine Frau. So hebt ihre Kleidung z.B. die erogenen Zonen hervor⁵ und markiert sie so als Person mit einem weiblichen Körper – die Entwicklung der männlichen Kleidung geht indessen zum modernen Dreiteiler, der jegliche essentiellen Qualitäten zu verdecken hat. Während der neutrale Anzug des Mannes aber gerade durch diese Neutralität einen großen Handlungsspielraum erlaubt, verweist die reich verzierte, meist farbige Kleidung⁶ der Frau auf Eigenschaften, die ihr zunächst einmal äußerlich bleiben, d.h. auf Eigenschaften, die ihr allein qua Geschlechtszugehörigkeit übertragen werden (Hollander 1995, 92). Der *Mann* ohne Eigenschaften hat nach diesem Modell keinerlei Essenz – seine einzige Essenz ist, dass er das Potential hat, Akzidenzien aktiv und eigenständig anzunehmen. So beschreibt Ned Ward, der *London Spy* des frühen 18. Jahrhunderts, wie einer der erfolgreichsten Händler Englands auffällig unauffällig und zurückhaltend auftritt:

‘Pray’, said I, ‘what tall, sober-looking gentleman is that, in so grave a dress, in the long black wig and formal hat that stands as level in the brim as a pot-lid? He seems to be wonderfully revered by a great many much finer than himself.’ ‘That man’, says my friend, ‘is the greatest merchant we have in England, and those fellows that keep astern and now and then come upon his quarter with their topsails lowered, are commanders of ships who are soliciting for employment.’ (Ward 1993, 59)

Durch das Unterdrücken jeglicher Determination gewinnt der Mann die Macht, sich nach seinen eigenen Selektionen zu inszenieren – und gewinnt damit erst die Möglichkeit, sich zu individualisieren. Frauen hingegen bleiben Frauen – zumindest solange Gesellschaft in face-to-face Situationen ausagiert wird, aber auch in anderen Formen stärker medial vermittelter Interaktion (vgl. Stäheli 2003). Egal ob *sie* als Schülerin im Erziehungssystem auftritt, als Händlerin im Wirtschaftssystem oder als Forscherin im Wissenschaftssystem – sie bleibt immer ein weiblicher Schüler, ein weiblicher Händler, ein weiblicher Wissenschaftler. Der Mann hingegen wird nicht zum männlichen Händler, sondern zum Händler. Im Gegensatz zum Mann wird der Frau in einer solchen Inszenierung die Möglichkeit verweigert, sich vollständig von allen gegebenen Determinanten zu befreien, um ihre gesellschaftliche Rolle im vollen Einklang mit den Systembedingungen zu erfüllen; sie bleibt immer Tochter, Ehefrau oder Witwe, egal was sie sonst noch erreicht. Frauen wird so eine volle Individualität verwehrt, da sie immer auch

⁵ Um wechselnde Betonung verschiedener Bereiche des weiblichen Körpers durch Kleidung hat sich eine ganze Theorie formiert, die den Modewechsel vom Prinzip der *shifting erogenous zones* bestimmt sieht; siehe Flügel 1930; für eine detaillierte und kritische Darstellung dieser Theorie siehe Davis 1992, 82-5.

⁶ Da der Anzug des Mannes nicht unifarbig sein kann, trägt er die Nicht-Farbe Schwarz; auch hier kommt zum Vorschein, dass alle Versuche, unsichtbar zu sein, immer nur semantische Manöver sein können. Man muss immer noch zeigen, dass man unsichtbar ist. Zur Bedeutung von Schwarz in der Modernisierungsgeschichte der männlichen Kleidung siehe Harvey 1995.

aufgrund von generischen Qualitäten beurteilt werden: Sie ist immer auch eine sorgende Mutter, eine ergebene Frau oder eine gehorsame Tochter. Ihre Kleidung unterstreicht solche prä-modernen, oder vielleicht auch eher anti-modernen, Ausrichtungen: Indem sie als Frau markiert und sichtbar gemacht wird, werden in Interaktionen Eigenschaften der Person aufgerufen, die eigentlich im Dasein als Händler oder Wissenschaftler keine Rolle spielen sollten. So beschreibt der *Spectator* beispielsweise, wie ihn die Schönheit weiblicher Händler von seinem eigentlichen Kaufvorhaben ablenkt (*Spectator* 1712, n. pag.). Obwohl also die Struktur der Gesellschaft vermeintlich ohne Rücksicht auf das Geschlecht konstruiert ist, kommt dieser Unterschied im Ausagieren der Gesellschaft in Interaktionssituationen deutlich zum Tragen (vgl. Weinbach 2003), und das gilt sowohl für die Wirtschaft wie für Politik (vgl. Weinbach 2002) oder Wissenschaft, die die Beteiligung an diesen Systemen seit ihrer Entstehung geschlechtsspezifisch organisieren. Besonders im achtzehnten Jahrhundert scheint dabei allein das weibliche Geschlecht bedeutungstragend zu sein. Während der Mann in seiner Unsichtbarkeit als Individuum sichtbar werden kann, bleibt die Frau bei aller Sichtbarkeit doch als Einzelne unsichtbar (vgl. Irigaray 1977).

Die neutrale Kleidung des modernen Mannes ist daher in meinen Augen auch kein Modell der Männlichkeit, wie es beispielsweise David Kuchta in seinem Buch über *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity* (2002) vorschlägt. Vielmehr ist der Anzug dasjenige, "which outplays the paradigm" (6), wie Roland Barthes (2005) es in seiner Arbeit über das Neutrale formuliert. Der Mann erreicht es so, nicht als geschlechtliches Wesen wahrgenommen zu werden, sondern eben als neutrale Person. Emphatische Männlichkeit hat in der Wirtschaft keinen Platz, denn schließlich verweist auch Männlichkeit letztlich auf einen Körper. Im Gegensatz von männlich und weiblich nimmt der 'Mann ohne Eigenschaften' eine privilegierte dritte Position ein. Das Perfide daran ist nun nicht, dass ein Machtungleichgewicht zwischen Männern und Frauen besteht, sondern dass die wahren Machtpositionen jenseits dieser Dichotomie liegen, aber nur von Männern erreicht werden können. Der (soziale) 'Mann ohne Eigenschaften' hat sich vollständig vom Körper abgetrennt und kann dementsprechend auch nicht als Mann beobachtet werden. Dass dies nicht notwendigerweise positive Folgen für den einzelnen Menschen, sein Bewusstsein, seinen Organismus, hat, versteht sich von selbst.

8. Die unsichtbare Mitte

"'To outplay the paradigm' is an ardent, burning activity" (7), führt Barthes weiter aus. Der letzte Abschnitt meines Textes soll nun zeigen, dass es sich bei der Suche nach einer neutralen Kleidung keineswegs um einen passiven Rückzug aus der Welt der Mode handelt, sondern um eine sehr aktive Suche nach der (unsichtbaren) Mitte. So ist es keine einfache Aufgabe, unsichtbar zu werden, um dann sichtbar werden zu lassen, was der jeweiligen kommunikativen Rolle entspricht. Defoes lapidare Anweisung ist keinesfalls leicht zu befolgen: "There is a medium to be observed in everything" (*Complete Tradesman* 1970, I, 34; vgl.

auch *Complete Tradesman* 1970, I, 198). Um als Medium, als Mittler für die (kommunikationsbasierte) Gesellschaft fungieren zu können, muss er selbst mittel sein, 'medium' – und er muss dies zeigen. In der eigenen Kleidung unsichtbar werden zu können, heißt daher auch nicht, sich außerhalb der Mode zu befinden, sondern dass man sich am Nullpunkt der Mode zu orientieren hat, der nicht außerhalb, sondern vielmehr im Zentrum der Modeentwicklung liegt.⁷ Man muss daher ständig jeglichen Verstoß gegen diesen Nullpunkt beobachten, sowohl was ein Zurückhängen als auch was ein Voranpreschen betrifft. Die neuen Publikationen der neu entstehenden – bzw. sich als solche inszenierenden – Mittelschicht (vgl. Earle 1989) haben dann auch jegliche Verfehlung gegen die unsichtbare Mitte aufs Korn genommen: Landbewohner, die der aktuellen Mode hoffnungslos hinterherhinken, werden ebenso satirisch behandelt wie die (Pseudo-)Aristokraten, die jedem Spiel französischer Mode folgen. Während der Arbeiter funktionale Kleidung trägt und die Oberschicht ihre Freiheit von Arbeit in Luxus dokumentiert, will die Mitte weder mit manueller Arbeit noch mit Luxus identifiziert werden. Aber natürlich bleibt die Mitte davon nicht unberührt. Neue Moden werden langsam in den neutralen Modus integriert; schließlich würde die vermeintlich modefreie Mode sonst bald sehr alt aussehen. Die Leser entsprechender Publikationen lernen daher nicht nur etwas über die Verfehlungen der Mode, sondern zumindest ex negativo auch etwas über *the happy medium*. Während die Essays in *Spectator*, *Tatler* u.a. sich fast ausschließlich kritisch überheblich mit Mode auseinandersetzen, bieten die Werbeanzeigen, die die Rückseiten dieser ursprünglich einblättrigen Magazine beherrschten, zu großen Teilen modische Güter an. Zumindest die Ladenbesitzer schienen sich darüber im Klaren zu sein, dass derjenige, der sich für die Verfehlungen der Mode interessiert, auch wissen will, wie man es richtig macht.

Und warum ist es nun gerade so wichtig, ein so ephemeres Phänomen wie Mode einer solch genauen Beobachtung und Beschreibung zu unterziehen? Warum beschäftigen sich die Säulenheiligen des neu entstehenden Bürgertums – *Spectator*, *Tatler*, *Guardian* – immer und immer wieder mit Fragen der falschen Kleidung? Kleidung, so möchte ich hier abschließend behaupten, zeigt mehr als alles andere, wie sehr ein vermeintlich neutraler Ort von den Bewegungen der Mode abhängig ist. Der unmarkierte Status des weißen, heterosexuellen Mittelschicht-Engländers scheint gerade in der Frage über das richtige Auftreten zu erfahren, welche Arbeit es bedeutet, Stabilität aus kontingenten Umständen herauszuschälen: Diese Stabilität beruht "nicht auf der Welt und einer prästabilierten Ordnung [...], sondern auf der Beobachtung der Welt und der anderen Beobachter" (Esposito 2004, 10). Die Mitte muss dabei ständig nach oben und un-

⁷ Bis in die zweite Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts galt statt dessen die Theorie der *great male renunciation*, die davon ausging, dass sich die Männer seit dem 18. Jahrhundert aus der Welt der Mode zurückgezogen hätten – wer sich dennoch mit Mode beschäftigte galt als effeminiert; siehe dazu ebenfalls Flügel 1930. Auch Kuchta 2002 geht in seiner Kulturgeschichte des Dreiteilers noch vom Prinzip der Entsagung aus und wertet den Anzug als Zeichen von Männlichkeit.

ten, nach links und rechts schauen – in ihr selbst kann sie die gesuchte Stabilität nicht finden. Gerade diese Tatsache, dass die eigene Stabilität nur auf einer Beobachtung zweiter Ordnung basiert, soll dadurch verdeckt werden, dass der Händler ohne Eigenschaften sich invisibilisiert und so selbst unbeobachtbar macht, während er alle anderen beobachtet.

Literaturverzeichnis

- Allard, Carel (c1695). *Orbis Habitabilis oppida et vestitus*. Amsterdam.
- Aspin, Jehoshaphat (1826). *Cosmorama, a View of the Costumes and Peculiarities of all Nations*. London.
- Barbon, Nicholas (1690). *A Discourse on Trade*. London.
- Barthes, Roland (2005). *The Neutral*. Trans. Rosalind Krauss und Denis Hollier. New York: Columbia University Press.
- Brown, Laura (1993). *Ends of Empire: Women and Ideology in Early Eighteenth-Century English Literature*. Ithaca: Cornell University Press.
- Campbell, Richard (1747). *The London Tradesman*. London.
- Cox, Nancy (2000). *The Complete Tradesman: A Study of Retailing, 1550-1820*. Aldershot et al.: Ashgate.
- Davis, Fred (1992). *Fashion, Culture, and Identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Defoe, Daniel (1706). *The Review* 3,2.3.
- Defoe, Daniel (1970). *The Complete English Tradesman*. 2 vols. New York: Franklin.
- Earle, Peter (1989). *The Making of the English Middle Class: Business, Society and Family Life in London 1660-1730*. London: Methuen.
- Esposito, Elena (2004). *Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode*. Trans. Alessandra Corti. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Flügel, John Carl (1930). *The Psychology of Clothes*. London: Hogarth Press.
- Foucault, Michel (1977). *Überwachen und Strafen: die Geburt des Gefängnisses*. Trans. Walter Seitter. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Fuchs, Peter (1994). "Der Mensch – das Medium der Gesellschaft?" Peter Fuchs und Andreas Göbel, eds. *Der Mensch – das Medium der Gesellschaft?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 15-39.
- Harvey, John (1995). *Men in Black*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hollander, Anne (1995). *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. New York: Kodansha.
- Hutter, Michael und Gunther Teubner (1994). "Der Gesellschaft fette Beute: *Homo juridicus* und *homo oeconomicus* als kommunikationserhaltende Fiktionen." Peter Fuchs und Andreas Göbel, eds. *Der Mensch – das Medium der Gesellschaft?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 110-145.
- Irigaray, Lucy (1977). *Ce sexe qui n'est pas un*. Paris: Éditions de Minuit.
- Kowaleski-Wallace, Elisabeth (1997). *Consuming Subjects: Women, Shopping, and Business in the Eighteenth Century*. New York: Columbia University Press.

- Kuchta, David (2002). *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity: England, 1550-1850*. Berkeley et al.: University of California Press.
- Luhmann, Niklas (1988). *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Maitland, William (1739). *A History of London*. London.
- Mandeville, Bernhard (1714). *The Fable of the Bees, or: Private Vices, Publick Benefits*. London.
- McVeagh, John (1981). *Tradefull Merchants: The Portrayal of the Capitalist in Literature*. London et al.: Routledge & Kegan Paul.
- Neumann, Fritz-Wilhelm (2001). "The New Man of the Tatlers." Walter Göbel, Saskia Schabio und Martin Windisch, eds. *Engendering Images of Man in the Long Eighteenth Century*. Trier: WVT, 227-38.
- Philanglus (1680 / 1689). *Britannia Languens, or a Discourse of Trade*. London.
- Pyne, William H. (1989). *Pyne's British Costumes*. Ware: Wordsworth Editions.
- Racinet, Auguste (1887). *Le Costume historique*. Paris.
- Richardson, Samuel (1734). *The Apprentice's Vade Mecum: or, Young Man's Pocket-Companion*. London.
- Scholz, Susanne (2004). *Objekte und Erzählungen: Subjektiver und kultureller Dingegebrauch im England des frühen 18. Jahrhunderts*. Königsstein, Taunus: Ulrike Helmer.
- Stäheli, Urs (2003). "'134 – Who is at the Key?' – Zur Utopie der Gender-Indifferenz." Ursula Pasero und Christine Weinbach, eds. *Frauen, Männer, Gender Trouble: Systemtheoretische Essays*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 186-216.
- The Spectator*, No. 69 (May 19, 1711).
- The Spectator*, No. 454 (August 11, 1712).
- Vecellio, Cesare (1590). *Degli abiti antichi et moderni di diverse parti del mondo*. Venedig.
- Venuti, Lawrence (1995). *The Translator's Invisibility*. London et al.: Routledge.
- Volkman, Laurenz (2005). "Entstehung eines neuen Menschenbildes: Der Homo oeconomicus in der Frühen Neuzeit." Vera Nünning, ed. *Kulturgeschichte der englischen Literatur: Von der Renaissance bis zur Gegenwart*. Tübingen: Francke, 23-35.
- Ward, Ned (1993). *The London Spy*. Ed. Paul Hyland. East Lansing: Colleague Press.
- Weinbach, Christine (2002). "Systemtheorie und Gender: Überlegungen zum Zusammenhang von politischer Inklusion und Geschlechterdifferenz." *Soziale Systeme* 8.2, 307-32.
- (2003). "Die systemtheoretische Alternative zum Sex-und-Gender-Konzept: Gender als geschlechtsstereotypisierte Form 'Person'." Ursula Pasero und Christine Weinbach, eds. *Frauen, Männer, Gender Trouble: Systemtheoretische Essays*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 144-70.