

Einführung

»Warum haben nun aber einige Menschen Erfolg in Litauen und andere nicht?,« fragte mich eine Journalistin des litauischen Nachrichtenmagazins *Veidas*¹ wiederholt während eines Interviews, das sie für ein Heft zum Thema »Erfolg« mit mir führte. Zwar unterlief ich ihre Erwartung an eine Expertin, indem ich Erfolgsrezepte schuldig blieb, doch das journalistische Interesse an meiner Forschung nahm deshalb nicht ab.

2005 betrieb ich Feldforschung in der litauischen Hauptstadt Vilnius. Im Mittelpunkt meiner Untersuchung stand die Frage, wie sich kulturelle Kategorien von Erfolg und ›gutem Leben‹ im Zuge der postsozialistischen Transformation und der europäischen Integration Litauens veränderten, und wie soziale Positionen, vor allem die soziale Rolle der Eliten,² im Rahmen dieser Prozesse (neu) bestimmt wurden. Es handelte sich dabei um Veränderungen, die für die Gesellschaft größte Relevanz besaßen und sich mit besonderer Intensität vollzogen. Entsprechend wurde ich während meiner Forschung wiederholt von Society-Reportern aufgesucht, die sich mit Wohlstand, Geschmack, Lebensstil und dem Körper beschäftigten und mich als Sachverständige interviewen wollten. Aus diesen Gesprächen entstanden Berichte für Frauenzeitschriften und Lifestyle-Magazine, die Wege zum guten Leben beschrieben und meine Person als eine inszenierten, die der Welt des Wohlstands und Erfolgs zum Greifen nahe gekommen sei:

Warum haben einige Menschen Erfolg und andere nicht? Anthropologen, Psychologen und Soziologen suchen nach einer Antwort auf diese Frage. Die Wissenschaftlerin Asta Vonderau, eine Anthropologin der Humboldt-Universität in Berlin, ver-

1 Veidas [Das Gesicht] ist ein wöchentlich erscheinendes litauisches Nachrichtenmagazin, das sich mit politischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Themen beschäftigt und darin in etwa dem deutschen Magazin *Der Spiegel* vergleichbar ist.

2 Zum Elitenbegriff siehe die Diskussion im Kapitel »Machtfelder erforschen«.

brachte mehrere Monate in der Nähe erfolgreicher Litauer. Sie versuchte herauszufinden, wie diese Menschen ihre jetzige gesellschaftliche Position erreicht haben und welche Visionen eines guten Lebens sie dazu motivierten, aufwärts zu streben. [...] Gemeinsam mit den Protagonisten ihrer Forschung besuchte die Wissenschaftlerin luxuriöse Empfänge, Restaurants, Sportklubs und Wohltätigkeitsveranstaltungen.³

Tatsächlich erwies sich die die Frage nach dem guten Leben im Verlauf meiner Forschung als viel zentraler für die litauische Öffentlichkeit, als ich zunächst vermutet hatte. Tageszeitungen, Fernseh-Gesprächsrunden und andere Diskussionsforen thematisierten sie dabei meist im Blick auf Formen von »Wachstum«: hinsichtlich der »wachsenden« Wirtschaftsleistung etwa, aber auch in Bezug auf die »fortschreitende« Demokratisierung oder die »zunehmende« europäische Integration Litauens. Wachstum wurde als Fortschritt des Landes auf dem Weg zu einem besseren Zustand der Gesellschaft gedeutet. Mehr noch: In den öffentlichen Debatten und Berichten erschien das Streben nach einem besseren Leben geradezu als nationale Tugend, ja als gegebenes Merkmal einer litauischen Identität, welche die Litauer von ihren östlichen Nachbarn unterscheidet und ihr Verhältnis zu den westeuropäischen Ländern prägte. Im Leitartikel einer Sonderausgabe von *Veidas*, die zum ersten Jahrestag der litauischen EU-Mitgliedschaft herauskam, wird diese Haltung beispielhaft deutlich:

Nach einem Jahr der EU-Mitgliedschaft beginnen wir zu verstehen, warum das alte Europa es mit allen Mitteln vermeidet, sich weiter für uns zu öffnen. [...] Die Alt-Europäer haben Angst vor unserem Hunger und unserem Streben, vor unserer Entschlossenheit zu arbeiten und für das eine Ziel zu leiden, das wir mit allen Mitteln zu erreichen suchen: besser zu leben.⁴

Visionen eines guten Lebens wurden in den Medien dabei nicht als abstraktes Ziel oder ferner Orientierungshorizont der Gesellschaft verhandelt. Vielmehr unternahm man alle Anstrengungen, diese Visionen zu personifizieren und zu materialisieren, ihnen ein menschliches Gesicht, ja einen Körper zu geben, indem man sie in »authentischen« Lebensgeschichten verwirklichte. So erschienen in den nun in großer Zahl gedruckten Lifestyle-Magazinen regelmä-

3 Aurelija Vernickaitė/Eugenija Grižibauskienė: »Ambicijų genami« [Von Ambitionen getrieben], in: *Veidas* vom 16.03.2006, S. 38-43, hier S. 38.

4 »Editorial«, in: *Veidas* (Sonderausgabe zum ersten Jahrestag der litauischen Mitgliedschaft in der EU) vom 28.04.2005, S. 6. Wie Elizabeth C. Dunn in Bezug auf Polen anmerkt, wird die Idee eines Wandels zum Guten – im Sinne einer Annäherung an die Länder Westeuropas und die USA – in den osteuropäischen Gesellschaften als wichtigstes Ziel der postsozialistischen Transformation verstanden. Dies trifft auch auf Litauen zu. Vgl. Elizabeth C. Dunn: *Privatizing Poland. Baby Food, Big Business and the Remaking of the Polish Working Class*, Ithaka, New York: Cornell University Press 2004, S. 162.

Big Porträts erfolgreicher und glücklicher Menschen: emotionalisierte Berichte von berausenden Erfolgen, erfüllten Alltagsmomenten, erstaunlichen Karrieredurchbrüchen, harmonischen Familienverhältnissen, abenteuerlichen Hobbys, aber auch von Urlaubsplänen, Konsumgewohnheiten und dem Inhalt von Kleiderschränken. Diese quasi-ethnographischen Beschreibungen zielten nicht nur auf Realitätsnähe und Glaubwürdigkeit, sondern wollten vor allem suggerieren, dass sich die Visionen eines guten Leben verwirklichen ließen, wenn man nur genügend um sie bemüht wäre:

Glauben Sie, dass Träume Wahrheit werden können? Wenn nicht, dann sollten Sie unbedingt einmal Frau Violeta Campana treffen. Lassen Sie sich diese Frau vorstellen. Violetas Mann ist ein internationaler Industriemagnat, was die Produktion goldener Uhren betrifft, ihre Tochter ist ein bekanntes Fotomodel, und Violetas eigener Name ziert eine Kollektion von Schmuck und Uhren.⁵

Meine anfänglichen Vorstellungen, was im litauischen Kontext unter Schlagwörtern wie Erfolg verstanden wird, blieben somit nicht lange abstrakt. Die von mir zunächst spontan unter Bekannten gestellte Frage, wer in dieser Gesellschaft Erfolgsmodelle liefern und (vor-)leben könne, führte mich rasch in einen Kreis von Personen, die beruflich erfolgreich und materiell wohlhabend, vor allem aber auch als solche öffentlich sichtbar waren. Unter ihnen fanden sich Unternehmer, hochrangige Manager internationaler Firmen nebst ihrer Ehefrauen, Ehemänner und Kinder, Berühmtheiten der lokalen Unterhaltungsindustrie, Stilberater, Architekten, Designer und Ärzte. Personen also, die sich in Alltag, Karriere oder Einkommen unterschieden, aber gleichermaßen öffentliches Interesse auf sich zogen. Die Berichte über ihren Erfolg schienen mir zunächst denen der internationalen Boulevardpresse zu gleichen, und ich wunderte mich, dass sich in Litauen ein entsprechendes Leserinteresse voraussetzen ließ, musste ich doch davon ausgehen, dass die Zeit noch präsent war, in der andere soziale Strukturen und andere Wege zu Glück, Wohlstand und Erfolg als angemessen galten.

Was bedeutet es, »gut zu leben« in einer sich schnell und fortlaufend wandelnden Gesellschaft? Wie stellt sich ein solches Leben in seiner Materialität, seiner Dinglichkeit und Körperlichkeit dar? Wie riecht es, wie fühlt es sich an? Wer sind die »Gewinner« der gegenwärtigen gesellschaftlichen Situation, die Vorstellungen vom guten Leben zu realisieren und zu verkörpern glauben? Welche Personen gehören zur Elite, von der man sich Lösungen dafür verspricht, dass der soziale Zustand des guten Lebens erreicht und über gesellschaftliche Transformationen hinweg beibehalten werden kann?

5 »Po meilės Pasaulį valdo pinigai« [Nach der Liebe regiert das Geld die Welt], in: Veikli, Dezember/Januar 2004/2005, S. 26-29, hier S. 26. Veikli [Die aktive Frau] ist eine Zeitschrift, die sich vor allem an berufstätige Frauen richtet.

Folgt man der Beobachtung Zygmunt Baumans, dass das Projekt des persönlichen Lebens und das gesamtgesellschaftliche Projekt sozialer Ordnung unmittelbar verbunden sind,⁶ dann gelten solche Fragen nicht nur den Dilemmata einzelner Personen. Sie betreffen die sozialen Strukturen, in die das Leben Einzelner eingebettet ist, und sie können dazu dienen, gesellschaftliche Hierarchien zu bestimmen. Dieses Buch geht davon aus, dass Machthierarchien entstehen, die bis in das Leben konkreter Personen hineinwirken, wenn in den Medien und anderen Foren öffentlichen Austauschs unter Gruppen und Akteuren über Fragen wie die oben gestellten diskutiert wird. Eben die Verbindung zwischen der sozialen Ordnung als Projekt und dem Projekt des individuellen Lebens bildet also den Ausgangspunkt meiner Forschung. Mit »Projekt« meine ich zum einen Ideologien, Diskurse und Machtkonstellationen, die sich als Ergebnis eines Aushandlungsprozesses zwischen Institutionen, Märkten und verschiedenen sozialen Gruppierungen im konkreten gesellschaftlichen Kontext als dominant etablieren und zum *common sense*⁷ werden. Zum anderen verstehe ich darunter die Art und Weise, wie soziale Akteure ihre Identitäten konstruieren, wie sie ihre alltäglichen sozialen Praxen und ihre kulturellen Repräsentationen an der Schnur der eigenen Biographie auffädeln und mit dem Ziel organisieren, einen »eigenen Platz« in der Gesellschaft zu besetzen.

Die Verbindung zwischen dem Projekt des individuellen Lebens und dem der sozialen Ordnung wurde in einer Gesellschaft wie der litauischen in den letzten Jahrzehnten dabei besonders vielen, oft radikalen Veränderungen unterworfen. Die Frage nach Erfolg und gutem Leben stellte sich im veränderten sozialen Rahmen immer wieder, und Antworten mussten entsprechend stets neu verhandelt werden.

Wie in anderen sozialistischen Ländern organisierte sich in Litauen seit den 1960er Jahren Widerstand gegen das sowjetische System, wobei dieser weniger auf konkreten politischen Zielen, als vielmehr auf ökonomisch begründeten Vorstellungen und Wünschen beruhte – auf der Vision eines besseren westlichen Lebens und der Vorstellung vom Konsum westlicher Waren.⁸

6 Vgl. Zygmunt Bauman: *Unbehagen in der Postmoderne*, Hamburg: Hamburger Edition 1990, S. 40. Bauman bezeichnet diese Verbindung als wesentliches Charakteristikum der Moderne, die in der Postmoderne nicht mehr gegeben ist. Ich würde hingegen behaupten, dass sie in der fragmentierten postmodernen Gesellschaft von heute fortbesteht, wenn auch in anderer Form.

7 Vgl. Michael Herzfeld: *Anthropology. Theoretical Practice in Culture and Society*, Malden: Blackwell 2001, S. 1ff. Laut Herzfeld besteht die Aufgabe der Anthropologie darin, das scheinbar Selbstverständliche des gesellschaftlichen Lebens (den *common sense*) zu hinterfragen.

8 Litauen war zwischen 1940 und 1990 ein Teil der Sowjetunion. Bis zum Ende der 1950er Jahre gab es in Litauen einen starken bewaffneten und politisch begründeten Widerstand (die sogenannte Partisanenbewegung). Die 1960er Jahre

Schon damals nahm die Vision des guten Lebens folglich die Form eines Diskurses an, der sich nicht so sehr ideell gegen die sowjetische Mangelwirtschaft richtete, sondern eine fast schon körperlich greifbare Materialität aufwies, die sich in konkrete Konsumbilder und Konsumgüter einschrieb. Paradoxerweise fiel die Verwirklichung dieser Vision nicht etwa Systemkritikern zu, sondern Personen, die in den politischen Strukturen der Kommunistischen Partei eine privilegierte Position erreicht hatten, über die sie Zugang zu den Inhalten des vorgestellten guten Lebens und zu westlichen Gütern besaßen.

Imaginationen des guten Lebens entstehen aus der Verbindung zwischen der sozialen Ordnung und individuellen Lebensentwürfen, unter Einwirkung lokaler und globaler Machtstrukturen und in Form eines »ironischen Kompromisses«⁹ zwischen Wunschvorstellungen und Möglichkeiten. Es handelt sich also um *soziale* Imaginationen im Sinne von Arjun Appadurai, die nicht die bloße Phantasie, sondern »organisierte Bereiche sozialer Praxen«¹⁰ formen und Wirkkraft entwickeln, indem sie zum Handeln aktivieren und dadurch die Entwicklung der Gesellschaft insgesamt beeinflussen. Konsumforscher sind sich einig, dass die mit westlichen Konsumbildern verbundene soziale Imagination des guten Lebens in Osteuropa eine entscheidende Kraft gewesen ist – »fuel for action«,¹¹ das zum Zusammenbruch des Sozialismus beitrug.¹² Imaginationen von Erfolg und gutem Leben entstehen somit auf mehreren, miteinander verzahnten Ebenen und müssen auf eben diesen Ebenen analysiert werden. Sie sind gleichermaßen kollektiv und individuell, diskursiver, aber

gelten als Zeit der »Lockerung« des sozialistischen Regimes, aber auch als Jahrzehnt, in dem in der UdSSR eine moderne Konsumgesellschaft entstand. Meist wird dies mit der fortschreitenden Modernisierung der Gesellschaften und der Konsumorientierung der kommunistischen Regierung in Zusammenhang gebracht, wie sie nach dem Tod Stalins und der Wahl von Nikita Chruschtschow zum ersten Sekretär des Zentralkomitee der KPdSU (1953) offiziell ausgerufen wurde. Siehe hierzu: Hannes Siegrist: »Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa«, in: Hannes Siegrist/Hertmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt/Main, New York: Campus 1997, S. 13-50, hier S. 33ff. Zu den westlichen Konsumbildern und Visionen eines besseren Lebens siehe: Peter Niedermüller: »Kultur, Transfer und Politik im ostmitteleuropäischen Sozialismus«, in: Hartmut Kaelble/Martin Kirsch/Alexander Schmidt-Gernig (Hg.), Transnationale Öffentlichkeit und Identitäten im 20. Jahrhundert, Frankfurt/Main: Campus 2002, S. 159-175, hier S.170ff.

9 Arjun Appadurai: *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation*, Minneapolis: University of Minnesota Press 1996, S. 54.

10 Ebd., S. 31.

11 Ebd., S. 54.

12 Vgl. Stephan Merl: »Staat und Konsum in der Zentralverwaltungswirtschaft. Russland und die ostmitteleuropäischen Länder«, in: Hannes Siegrist/Hertmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte, S. 205-241, hier S. 235ff.

auch materieller und körperlicher Natur. Wenn der soziale Raum einer Gesellschaft neu organisiert wird, deren Materialität dem Wandel unterliegt (wie dies bei der Transformation vom sozialistischen zum kapitalistischen Gesellschaftssystem der Fall war), müssen auch die Imaginationen des guten Lebens neu konstruiert werden.

Den soziohistorischen Kontext meiner Forschung bildet die gegenwärtige europäische Integration sowie der Übergang von der sozialistischen Planwirtschaft zum freien Markt (und damit von einer sozialistischen zu einer kapitalistischen Konsumgesellschaft), der die materiellen Lebensbedingungen der litauischen Gesellschaft radikal veränderte. ›Wirtschaft‹ und ›Markt‹ interessieren hier als Aspekte des gesellschaftlichen Lebens, die einen besonders großen Einfluss auf die materielle Gestalt einer Gesellschaft und auf die Organisation des sozialen Raumes besitzen, also auch auf die dominanten Vorstellungen von gutem Leben und Erfolg. Ich betrachte den Markt dabei nicht als eine Gegebenheit, die außerhalb und unabhängig von lokalen sozialen Strukturen existieren würde. Märkte können zwar die Grenzen einer Gesellschaft überschreiten, zumal sie oftmals globalen Entwicklungen unterliegen, sie bilden jedoch zugleich einen integrativen Bestandteil des lokalen sozialen Lebens und der Regierungsform eines Staates.¹³ Wenn Wirtschaft und Markt in das Projekt einer gesellschaftlichen Ordnung integriert sind, stehen sie auch in unmittelbarem Zusammenhang mit den Lebensprojekten des Einzelnen. In Übereinstimmung mit Elizabeth C. Dunn behaupte ich, dass die wichtigsten Mechanismen sozialer Regulierung in den heutigen Gesellschaften durch makroökonomische Strukturen geschaffen werden, insofern solche Strukturen nach bestimmten Subjektivitätsformen (*forms of personhood*) verlangen, die wiederum zur Stärkung dieser Mechanismen beitragen.¹⁴ Wie Dunn bemerkt, haben die Gestalter der postsozialistischen Ökonomien im Westen und Osten die Komplexität der Verbindung zwischen ökonomischen Strukturen und Subjektivitätsformen unterschätzt. Sie gingen davon aus, dass es genüge, den Kommunismus zu beseitigen, damit die Profitorientierung, die Arbeitsweisen

13 Lemke, Krassmann und Bröckling sprechen von einer Neudefinition des Verhältnisses von Staat und Ökonomie, das in der neoliberalen anders als in der klassisch-liberalen Rationalität ausfalle. Dort »überwacht der Staat nicht länger die Marktfreiheit, sondern der Markt wird selbst zum organisierenden und regulierenden Prinzip des Staates. Der Neoliberalismus ersetzt ein begrenzendes und äußerliches durch ein regulatorisches und inneres Prinzip: Es ist die Form des Marktes, die als Organisationsprinzip des Staates und der Gesellschaft dient.« Ulrich Bröckling/Susanne Krassmann/ Thomas Lemke: »Gouvernementalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. Eine Einleitung«, in: Ulrich Bröckling/Susanne Krassmann/Thomas Lemke (Hg.), *Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2000, S. 7-41, hier S. 14.

14 Vgl. E. C. Dunn: *Privatizing Poland*, S. 3.

und Konsumpraxen des Kapitalismus durchschlugen und zu einem reibungslosen Funktionieren der Marktwirtschaft führten. Doch: »the successful creation of market economy requires changing the very foundations what it means to be a person«.¹⁵

Um die litauische Marktwirtschaft zum Erfolg zu führen, musste die Imagination des guten Lebens selbst überholt werden, und damit auch das Bild des erfolgreichen Menschen, der imstande ist, diese Imagination zu verwirklichen. Begleitet von Losungen des »Intensivierens«, »Flexibilisierens«, »Harmonisierens« oder »Normalisierens«, die Managementstrategien ebenso wie politischen Ideologien (etwa EU-Europas) entstammen, wurde die Umgestaltung früherer Subjektivitätsformen und Identitätsmodelle eingeleitet. Am Ende dieses Prozesses standen idealerweise Personen, die in den veränderten wirtschaftlichen und politischen Strukturen erfolgreich funktionierten und eben dadurch auch regierbar waren: Eigentümer, Konsumenten, Experten, Manager und Europäer. Damit wurde zugleich nahegelegt, dass der im sozialistischen System sozialisierte Mensch ein gutes Leben im Kapitalismus kaum führen könne, ohne sich selbst »auszutauschen« – ohne sich zu einer anderen Art von Persönlichkeit zu wandeln. So jedenfalls lautete die Lektion des Marketing-Bestsellers *Karaoke-Kapitalismus* (2004) von Jonas Ridderstråle und Kjell Nordström, der in der litauischen Medienöffentlichkeit und unter meinen Interviewpartnern große Resonanz hervorrief:

Also, meine Damen und Herren – schärfen Sie Ihre Sinne. Was möchten Sie heute an der Welt ändern – Ihren Ehegatten, Ihr T-Shirt, sich selbst oder Ihre Socken? [...] In dieser Welt des Karaoke-Kapitalismus überwältigt die Vielfalt der Wahlmöglichkeiten. [...] Der Konsum ist zu einer Art Konfession geworden. [...] Und nun die schlechte Nachricht. Der Karaoke-Club ist nicht für alle geöffnet. Nur hell scheinende Sterne erhalten garantiert freien Eintritt.¹⁶

Die Selbstreform verlief nicht einseitig, als ein bloß von Außen durch politische Ideologien und Marketingstrategien an einzelne soziale Akteure herangetragener Prozess. Meine Gesprächspartner erkannten durchaus die neuen Machtkonstellationen und die Ein- und Ausschlussmechanismen, welche die Verwirklichung ihrer sozialen Imaginationen reglementierten. Sie bemühten sich, diese neuen Strukturen in ihre individuellen Lebensmodelle zu integrieren oder sie zu umgehen, in dem sie Nischen und Lücken für eigene Lebenswege suchten. In diesem Prozess gestalteten sie ihre Lebenspläne, ihre Körper und ihre Persönlichkeiten neu.

15 Ebd., S. 7.

16 Jonas Ridderstråle/Kjell Nordström: *Karaoke-Kapitalismus: Fitness und Sexappeal für das Business von morgen*, Heidelberg: Redline 2005, S. 21-22.

Auch diese (Neu-)Gestaltung besaß eine besonders ausgeprägte Materialität und Körperlichkeit, der große symbolische Bedeutung zukam. Der Grund hierfür war, dass die nach dem Zusammenbruch des Sozialismus abgewerteten sozialistischen Erfahrungen, Qualifikationen und Kompetenzen nicht (oder zumindest nicht offen) als Fundament für andere Identitätswürfe, Images, Lebenswege und Karrieren genutzt werden konnten. So kam den äußerlichen Zeichen – der körperlichen Erscheinung und den materiellen Gütern im eigenen Umfeld – die besondere Funktion zu, die Transformation in ein neues Individuum zu symbolisieren.¹⁷ Entsprechend wird Materialität (*materiality*) hier im Einklang mit Michael Herzfeld als Aspekt des sozialen Lebens und nicht nur als Eigenschaft seiner Elemente verstanden.¹⁸ Die materiellen Dinge werden als eigenständige Akteure betrachtet, die gesellschaftliche Entwicklungen mitbestimmen können.¹⁹

Im Mittelpunkt dieses Buches stehen neue Formen der Subjektbildung, die auf der neugestalteten Verbindung zwischen den Projekten der sozialen Ordnung und denen individueller Lebensentwürfe beruhen und eine Redefinition kultureller Kategorien und sozialer Differenzen nach sich ziehen, wobei die Prozesse der postsozialistischen Transformation und europäischen Integration den Kontext der Studie abgeben. Das ihr zugrundeliegende empirische Material besteht aus Interviews, die ich über einen Zeitraum von sieben Monaten in Litauen mit Personen geführt habe, die sich der litauischen Elite zurechnen und ihr zugerechnet werden, sowie aus Beobachtungen der symbolischen Repräsentationen ihres privilegierten sozialen Status im Alltag und aus Analysen medialer Diskurse.²⁰ Die Interviewten sprechen in diesem Buch gleichsam mit zwei Stimmen: als Privatpersonen, die den gesellschaftlichen Wandel erleben und ihre individuellen Vorstellungen vom guten Leben zu realisieren versuchen, und als Experten und Aktivist*innen eines freien Marktes, die diesen gesellschaftlichen Wandel initiierten und (mit-)gestalteten. Würde man versuchen, die thematische Ausrichtung der vorliegenden Studie in gängigen sozialwissenschaftlichen Kategorien zu fassen, so ließe sie sich als Beitrag zu Erforschung des (Post-)Sozialismus, zur Europäisierungs-, Konsum- und Elitenforschung bezeichnen. Es gehört indessen auch zu ihren erklärten Zielen, diese kategoriellen Grenzziehungen zu überwinden und die Kategorien selbst

17 Vgl. E. C. Dunn: *Privatizing Poland*, S. 3.

18 Vgl. M. Herzfeld: *Anthropology*, S. 93.

19 Vgl. Bruno Latour: *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press 2007.

20 Ausführlichere Überlegungen zur Feldforschung finden sich im Kapitel »(Miss-)Erfolge einer einheimischen Ethnographin«. Dort unterziehe ich auch den Elitenbegriff einer kritischen Diskussion. Im Verlauf meiner Untersuchung werden Bezeichnungen wie »Etablierte« oder »Gewinner« synonym mit dem Elitenbegriff benutzt, um die Gruppe meiner Informanten zu beschreiben.

zu problematisieren, unter denen die Forschung zum Thema bislang organisiert wurde.



Abbildung 1: Eröffnung einer Edelboutique, Vilnius 2005, fotografiert von A. Vonderau.

