

Jahreskonferenz der
Deutschen Gesellschaft für die Erforschung des 18. Jahrhunderts
9. bis 11. September 2013 (Herzog August Bibliothek Wolfenbüttel)

Die Jahrestagung wird veranstaltet von der Deutschen Gesellschaft für die Erforschung des 18. Jahrhunderts sowie von Prof. Dr. Birgit Neumann (Universität Passau). Abstracts von ca. 200 Wörtern werden bis zum 1. Oktober 2012 (Birgit.Neumann@uni-passau.de) erbeten.

Please scroll down for the English version.

Präsenz und Evidenz fremder Dinge im Europa des 18. Jahrhunderts

Die Modernisierungsprozesse des 18. Jahrhunderts fallen zusammen mit der ‚Geburt der Konsumgesellschaft‘ (McKendrick et al. 1982; Schrage 2009), als deren wichtigstes Merkmal die größere Präsenz fremder Dinge in fast allen gesellschaftlichen Bereichen von Politik und Wirtschaft über Religion und Kunst bis zu Medien und Populärkultur gelten kann. Ob aus einer geographisch oder einer zeitlich entfernten Kultur stammend, in jedem Fall werden fremde Dinge aus ihrem ursprünglichen Kontext gelöst und in neue kulturelle Wert- und Bedeutungszusammenhänge eingebettet (vgl. Frank et al. 2007: 12). Die Präsenz fremder Dinge steht daher in einem wechselseitigen Begründungszusammenhang zu neuen, oftmals impliziten Wissenstransformationen. So ist der Transfer fremder Dinge angewiesen auf Akte der kreativen Aneignung, Zur-Schau-Stellung und symbolischen Präsentation, also auf Formen des Präsentmachens, die auf den epistemischen Überschuss des Dinges verweisen. Präsenz ist dabei als Prozess der anschaulichen Vergegenwärtigung, zumeist auch der diskursiven Präsentifikation zu verstehen, der auf die scheinbar unmittelbare Schaffung von Evidenz und die dazu gehörige Legitimierung von Geltungsansprüchen angelegt ist. Die Produktion von Präsenz bezeichnet demnach nicht nur ein zeitliches, sondern auch ein räumliches Verhältnis zur fremden Welt. Was präsent ist, soll greifbar sein, durch konkrete Anschaulichkeit faszinieren und auf menschliches Begehren und (implizites) Wissen einwirken (vgl. Gumbrecht 2004: 11). Zugleich aber darf die Produktion von Präsenz unter Bedingungen des epistemologischen Primats des Empirismus das rational geleitete, distanzierte und interessenfreie Sehen nicht verhindern. Die Strategien und Paradoxien des Präsentmachens fremder Dinge in zentralen gesellschaftlichen Funktionsbereichen des 18. Jahrhunderts – Zeitalter der Aufklärung, des Reisens, des Konsums und der imperialen Expansion – gilt es kritisch zu rekonstruieren und auf ihre Bedeutungen für die Produktion von Evidenz hin zu befragen.

Unter den folgenden Fragestellungen möchte die Tagung das Potential einer an der Präsenz und Evidenz fremder Dinge orientierten Kulturgeschichte des 18. Jahrhunderts ausloten und Konsequenzen für unser Aufklärungsbild aus kulturvergleichender Perspektive diskutieren:

(1) Wissen fremder Dinge

Objekte wie Bücher, Bilder, wissenschaftliche Instrumente, Kleider, koloniale Exotika, Porzellan, Münzen und Medaillen waren im 18. Jahrhundert privilegierte Medien des Transfers zwischen Kulturen, Ländern und Regionen. Solche interkulturellen Transferhandlungen sind nie rein kumulativ, sondern immer kreative Verfahren, die mit Umfunktionalisierungen der erworbenen Dinge einhergehen. So ist die kreative Aneignung fremder Dinge, die sich in der sozialen Kommunikation beweisen muss, immer auf symbolische Transformationen angewiesen, die in den Dienst der kollektiven Wissensformation gestellt werden können. Eingebunden in kulturelle Praktiken und Wissensordnungen werden fremde Dinge mit neuer Bedeutung aufgeladen und zu sichtbaren Bestandteilen der kulturellen Selbstbegründung gemacht. Was daher im Kontext des Tagungsthemas besonders interessiert, sind die historischen, kulturellen, sozialen und medialen Bedingungen, unter denen fremde Dinge zu ‚epistemischen Dingen‘ (Rheinberger 2001) werden können, also zu Dingen, die – gerade im Zeichen aufklärerischer Erkenntnisansprüche – wissenskulturelle Transformationsprozesse initiieren und durch Präsenz Evidenz suggerieren. Evidenz ist dabei nicht nur als methodischer Beweis, sondern im weiteren Sinne auch als „Erlebnis der Wahrheit“ (Husserl 1980: 122) zu verstehen, als eine lebensweltlich zu beschreibende Grundform der Erfahrung, in der Gegebenes bzw. Anschauliches und Gemeintes zur Deckung kommen. Bei der Rekonstruktion der vielfältigen medialen, sozialen und diskursiven Kontexte, in denen fremde Dinge für die Produktion von Evidenz eingesetzt werden, ist die innere Logik der Objekte selbst daraufhin zu untersuchen, wie sie epistemische Assoziierungen präfiguriert (vgl. Latour 1991) und die Grenzen zwischen Humanem und Nicht-Humanem festlegt. Bei diesen epistemischen Assoziierungen ist auch Formen der Mystik, des Mystizismus und der Magie Beachtung zu schenken, die letztlich auf Akte des Präsentmachens abwesender Dinge bzw. der Entfremdung präsenter Dinge zielen.

(2) Medien der Präsenz: Sammeln und Ausstellen fremder Dinge

Die Fülle neuer materieller Artefakte, vor allem in Form der von Reisen und imperialen Missionen mitgebrachten Gegenstände, machte die Schaffung neuartiger Ordnungen der Dinge notwendig, innerhalb derer die Praktiken des Sammelns und Ausstellens eine zentrale Rolle spielten (vgl. Clifford 1988; Scholz 2004: 124). Neben den entstehenden Sammlungen von Naturforschern erfreuten sich im 18. Jahrhundert zahlreiche Kunst- oder Wunderkammern sowie Kuriositätenkabinette weiterhin großer Beliebtheit. Sammlungen von Naturforschern, Wunderkammern und Kuriositätenkabinette fungierten, trotz unterschiedlicher Ausstellungslogiken, als Räume, in denen die fremde Welt anhand repräsentativer Objekte, die ihre Besonderheiten versinnbildlichten, zur Schau gestellt wurden (vgl. Laube 2011). In diesen Räumen der visuellen Zur-Schau-Stellung semantisiert sich der Wunsch nach Evidenz, nach der scheinbaren Unmittelbarkeit anschaulicher Vergegenwärtigung einer fremden Welt (vgl. Fohrmann 2001: 8). Die fremden, still gestellten Dinge werden über bestimmte Ordnungen des Klassifizierens und Ausstellens (und damit auch über kulturelle Ordnungen) in einen Sinnzusammenhang gebracht, der vor allem auf rezipientenseitige Wirkung angelegt ist: Mal ist das Ziel objektiver Erkenntnisgewinn, mal das Auslösen

von Staunen; immer aber geht es um eine auf sinnlicher Präsenz basierende Beziehung zur (fremden) Welt. Zu fragen ist daher ebenso nach der Auswahl, Kontextualisierung und den Akten des Präsentmachens fremder Dinge wie nach den zugrunde gelegten Ordnungen des Klassifizierens. Besonders interessiert dabei die Frage, wie die Materialität fremder Dinge zur Produktion von Evidenz beitragen kann. Dabei ist grundsätzlich davon auszugehen, dass das Unsichtbare und Immaterielle als Bedingung des Präsenten gelten kann. Was also lassen uns die „visuellen Schauplätze“ (Findlen 1994: 193) von Sammlungen, Museen und Kuriositätenkabinetten sehen, was bleibt verborgen und wie trägt dieses Spannungsverhältnis von Sichtbarem und Unsichtbarem zur Produktion von Präsenz und Evidenz bei? Ziel ist es daher auch, zu überprüfen, ob und inwieweit die Präsenz und Evidenz fremder Dinge in Sammlungen, Museen und Kuriositätenkabinetten durch die Produktivität des Unsichtbaren bedingt ist.

(3) Subjektkonstitution, soziale Praktiken und fremde Dinge

Subjektwerdung und sozialer Status in der sich herausbildenden Konsumgesellschaft waren aufs Engste geknüpft an den Besitz und die souveräne Aneignung von Dingen, vorzugsweise fremder Herkunft (vgl. Scholz 2004). In seiner greifbaren Präsenz versinnbildlichte das fremde Ding gleichermaßen Reichtum, gesellschaftliche Autorität und Geschmack: Über die souveräne Einbindung von Dingen in Praktiken der Selbststilisierung wurden Formen der sozialen Inklusion und Exklusion ausgehandelt (vgl. Bosch 2010: 9). Vor allem die kreative Verfügung über Dinge fremder Herkunft eröffnete die Möglichkeit, kulturelle Überlegenheit und hierarchische Distinktion von einer metonymisch präsenten, aber verdinglichten fremden Welt zu demonstrieren. In welche sozialen Praktiken werden fremde Dinge eingebunden, welche Bedeutungen nehmen sie in diesen performativen Kontexten an und wie tragen sie zur individuellen und kollektiven Selbstdarstellung bei? Die Frage nach der Bedeutung von Dingen für diese Selbststilisierung stellt sich gerade mit Blick auf die Aufklärung und die vorherrschende empiristische Epistemologie, der zufolge sich der menschliche Selbstbezug vor allem über das Bewusstsein konstituiert und sich Subjektivität durch Abgrenzungen von Materie zu stabilisieren hat. So eröffnet der souveräne Umgang mit den Dingen dem Subjekt „einen Zugang zur Welt, durch den es sich seiner ‚Modernität‘ bzw. Souveränität gegenüber [...] der Welt versichern kann“ (Scholz 2004: 35). Dieser Selbstverzauberung des modernen, aufgeklärten Subjekts stehen die destabilisierenden Effekte des kulturellen Dinggebrauchs gegenüber, insbesondere die der Verdinglichung, Oberflächlichkeit und Selbstvermarktung. So sind nämlich Dinge weniger als leblose Objekte zu verstehen, von denen sich das Subjekt einfach absetzen kann; vielmehr sind Dinge (widerständiger) Teil sozialer Praktiken, die sie in spannungsreicher Interaktion von den Subjekten erst zu Objekten werden lassen (Latour 1991; Böhme 2006).

Zu fragen ist daher gleichermaßen nach der formativen und funktionalen Kraft der fremden Dinge für soziale Praktiken der Selbststilisierung wie nach dem Einfluss, die Vorstellungen von Aufklärung auf den kulturellen Dinggebrauch hatten. Geschlechterspezifische Unterschiede und Verhaltenscodes im kulturellen Dinggebrauch sind in diesem Kontext ebenso mitzudenken wie die sich wandelnden Ideale von *politeness* und Empfindsamkeit. Bei der Erforschung der Rolle von Dingen für die

Selbststilisierung wird es auch darum gehen, die innere Ordnung fremder Dinge darauf hin zu befragen, wie sie soziale Verknüpfungen modellieren und an einem von ihnen miterzeugten Netzwerk menschlicher und dinglicher Aktanten partizipieren können (vgl. Latour 1991).

(4) Repräsentation fremder Dinge: Diskursivierung von Präsenz und Evidenz

Prozesse der Repräsentation und Diskursivierung sind Bedingung dafür, dass fremde Dinge zu epistemischen Dingen werden können. Repräsentationen fremder Dinge basieren immer auf symbolischen Transformationen, die für die individuelle und/oder kollektive Selbststilisierung eingespannt werden können. Was entsteht, ist daher keine Abbildung des Dings, sondern eine selbstaffirmative und/oder selbstreflexive Konstruktion vom sehenden, besitzenden und deutenden Subjekt, das durch symbolische Wertgebung kulturelle Autorität demonstriert und die Grenzen zwischen Subjekt und Objekt, Humanem und Nicht-Humanem, Eigenem und Fremden festlegt (vgl. Stewart 1993; Bal 1994). Die Frage nach der Präsenz fremder Dinge kann daher kaum losgelöst von Diskursivierungsprozessen, sei es in Literatur, bildender Kunst oder Theater, betrachtet werden, die die Beziehungsgeflechte zwischen fremdem Ding und eigenen Wissensordnungen ausloten. Bereits Roland Barthes' (1988) frühe Ausführungen zu einer „Semantik des Objekts“ zeigen, dass die Reduktion von Dingen auf ihre instrumentellen Funktionen der Erkenntnis widerspricht, dass kein Objekt frei von einem „Funktionszusatz“, einer „leichten Emphase“ ist. Der Eigensinn der fremden Dinge, ihre ‚thingness‘ bzw. *obdurate objecthood* (vgl. Daston 2004), wird nicht nur in der „realistischen Unbedeutsamkeit“ (Rancière 2006) des unnötigen Details erfahrbar; er manifestiert sich auch in der Schaffung neuer, schillernder Begrifflichkeiten, die jeder narrativen Ökonomie – und allen von der Royal Society aufgestellten Regeln zur Wortverwendung – widerspricht. Eine solcherart ästhetisch aufgeladene Dinghaftigkeit zeugt ebenso von einer Faszination von fremden, auratischen Dingen wie von der Unmöglichkeit, ihre Wertigkeiten in eindeutig lesbare Zeichen zu verwandeln. Besonderes Interesse gilt daher der Frage, welche ästhetischen Verfahren in Text, Bild oder Aufführung genutzt werden, um fremde Dinge in einer von Visualität und Evidenz faszinierten Gesellschaft präsent zu machen.

(5) Marktordnungen: Der Wert fremder Dinge

Der Wert fremder Dinge bemisst sich in der entstehenden Konsumgesellschaft des 18. Jahrhunderts weniger an ihrem Gebrauchswert denn an ihrem Tauschwert, d.h. an ihrer Integration in die Dynamik der Warenzirkulation und ihrer Ausrichtung auf besitzende Subjekte (vgl. Bosch 2010: 32). Erst marktökonomische Akte der Sichtbarmachung, auch in Form neu entstehender Werbetechniken, sowie dazu gehörige Prozesse des kreativen Konsumverhaltens machten aus bestimmten Gütern begehrten Dinge von Wert. Wenn daher im 18. Jahrhundert über Märkte und Wirtschaftsordnungen reflektiert wird, so betrifft diese Reflexion nicht allein das Verhältnis von Preisen, Waren und Zahlungen, sondern auch die Interessen, Motive und das Konsumverhalten des ökonomischen Menschen. Zu fragen ist daher ebenso nach den ökonomischen Mechanismen wie nach dem Konsumbedürfnis und Konsumverhalten besitzender Subjekte, die den (im)materiellen Wert fremder Dinge fest-

legen und sichtbar machen. Dabei gilt es auch die diversen Strategien zu erforschen, die zur Legitimierung oder aber Invisibilisierung ökonomischer Ausbeutung fremder Kulturen (allen voran in kolonialen Konstellationen) eingesetzt wurden.

Gerade weil sich die Beziehungen zwischen Menschen und zwischen verschiedenen Kulturen im Tausch und im Warenverkehr rationalisieren, wird der Markt im 18. Jahrhundert zu einem „Ort von sozialer Ordnung schlechthin“ (Vogl 2010: 45), also zu einem Ort, der Eigeninteresse, Gier und Konkurrenzverhalten idealerweise zu disziplinieren und in einen sozialen Zusammenhang einzufügen vermag. So mochte der Einzelne zwar für den demonstrativen Konsum von Luxusgütern kritisiert werden; indes, so argumentierten zahlreiche Ökonomen, beförderten gerade die persönlichen Begierden die Wirtschaft und erwiesen sich im marktwirtschaftlichen Kontext als öffentliche Wohltat. Dabei trafen bei der Diskussion um den Import fremder Dinge zwei diametral entgegengesetzte Haltungen aufeinander: Wurde der Handel zwischen den Nationen einerseits als Instrument zur Überwindung von Konflikten zwischen den handelstreibenden Völkern und als Motor zur ‚Zivilisierung‘ fremder Kulturen gepriesen, so wurde andererseits der Konsum fremder Dinge als für die heimische Wirtschaft schädlich gebrandmarkt. Was daher besonders interessiert, ist die Frage, wie der Austausch fremder Dinge im 18. Jahrhundert in den Kontext neuer Wertgebungen gestellt und als Modell für eine soziale Ordnung auch zwischen den Nationen konzipiert wird.

Annual Conference of the German Society for 18th-Century Studies
9-11 September 2013 (Herzog August Library, Wolfenbüttel)

The annual conference is organised by the German Society for 18th-Century Studies (DGEJ) and Prof. Dr. Birgit Neumann (University of Passau). Abstracts of approximately 200 words should be sent to Birgit.Neumann@uni-passau.de by 1 October 2012.

Presence and Evidence of Unfamiliar Things in 18th-Century Europe

The modernisation processes of the 18th century coincide with the birth of the consumer society (McKendrick et al. 1982; cf. Schrage 2009), whose most important effect is the increased presence of new, unfamiliar, and exotic things in nearly all fields of society – from politics and economics to religion, and art, media and popular culture. Whether from a geographically or temporally distant culture, unfamiliar things are detached from their original context and embedded into new cultural spheres of value and meaning (cf. Frank et al. 2007: 12). Hence, the presence of unfamiliar things dynamically interacts with the formation of new, oftentimes implicit, epistemic constellations. The transfer of unfamiliar, foreign things relies on acts of creative appropriation, display, and symbolic presentation, that is, practices of presentification that directly refer to the epistemic excess of the object. The creation of presence must thus be understood as a process of concretisation, often including discursive presentification, which aims at the seemingly immediate creation of evidence and the legitimisation of claims of dominance. Accordingly, the production of presence not only denotes a temporal, but also a spatial relation to the foreign world. Being present means being tangible, to fascinate through concrete palpability, and these fea-

tures enable things to affect human desire and (implicit) knowledge (cf. Gumbrecht 2004: 11). However, according to the prevailing empiricist paradigm the production of presence must not interfere with objective, rational, and unbiased observation.

The conference will examine the strategies and paradoxes of making unfamiliar things present within central cultural fields of the 18th century, exploring the role of unfamiliar things in the production of evidence and in the presence of otherness. How did the presence of unfamiliar things shape dominant orders of knowledge, concepts of identity, and alterity in the 18th century, an age of enlightenment, travel, consumerism, and imperial expansion? Hence, the following specific topics warrant attention and discussion.

(1) The Knowledge of Unfamiliar Things

In the 18th century, things such as books, pictures, scientific instruments, exotica, clothing, chinaware, coins, and medals were privileged media of transfer between cultures, countries, and regions. Intercultural transfer processes are never purely cumulative, but always entail creative acts of signification. The creative appropriation of unfamiliar things yields creative transformations that can be exploited for cultural acts of self-fashioning. Linked to cultural practices and knowledge systems, unfamiliar things are charged with new meaning and turned into visual elements of cultural communication. The presence of unfamiliar things brought about numerous epistemic transformations in the political, economic, epistemological, and aesthetic fields (cf. Scholz 2004: 26). Under what historical, cultural, and medial conditions are unfamiliar things turned into 'epistemic things' (Rheinberger 2001) that can convey a sense of evidence? Epistemic things initiate transformations in knowledge systems and suggest evidence by way of presence. Evidence, in this respect, is to be understood not merely as a means of epistemological justification, but as a fundamental experience of truth, characterised by a match between the given or concrete and the intended (cf. Husserl 1980: 122). The logic inherent to objects can funnel epistemic associations (cf. Latour 1991) and suggest boundaries between the human and non-human. This functionality should be taken into account when reconstructing the various medial, social, and discursive contexts in which unfamiliar things are employed for the production of evidence. In this context, forms of the mystic, mysticism, and magic also deserve attention because they ultimately aim at making absent things present or estrange present things.

(2) Media of Presence: Collecting and Exhibiting Unfamiliar Things

The abundance of new material artefacts, in particular objects and souvenirs brought home from trips and imperial travels, required the creation of new orders of things. In this context, practices of collecting and exhibiting played a pivotal role (cf. Clifford 1988; Scholz 2004: 124). Collections by natural scientists, art collections, chambers of marvels, and cabinets of curiosities constituted spaces in which the foreign world was put on display through things considered representative (cf. Laube 2011). While the rationale and motivation for exhibiting things differed between these various spaces of visual display, their groundswell testifies to the desire for evidence, namely the immanent and sensual presence of a foreign world (cf. Fohrmann 2001: 8). Through classification and exhibition, unfamiliar, foreign, and exotic things were integrated into new contexts of meaning. Bringing the steady flow of goods to a halt, the ordering and exhibiting of things allow for the determining, confirming, revising, and renewing their meaning in the context of familiar webs of concepts, beliefs, and

norms. Which things were displayed in these museums, collections, and cabinets and which orders of knowledge organised their contextualisation and presentation? How did the materiality of unfamiliar things, which clearly exceeds discursive signification, shape the production of evidence? How did the exhibition of unfamiliar, other things bear on concepts of cultural identity and identification? Generally, one can assume that the invisible and the immaterial are prerequisites of presence. Thus, what do the 'visual settings' (cf. Findlen 1994: 193) make us see? What remains hidden and how does this contraction between the visible and the invisible concur in the production of presence and evidence? Whether and to what extent do the presence and evidence of things rely on the productivity of the invisible within collections, museums, and cabinets of curiosities?

(3) Subject Constitution, Social Practices, and Unfamiliar Things

Subjectivity and social status in the emerging consumer society were closely tied to the possession and appropriation of things, preferably exotic things of foreign origin. Social positionings, class and gender relations were acted out in and through the world of objects, thus fashioning the subject as a proprietor of things (cf. Scholz 2004). In its tangible presence the thing symbolised wealth, social authority, and taste: By including unfamiliar objects in practices of self-stylisation, forms of social inclusion and exclusion were negotiated (cf. Bosch 2010: 9). The creative display of exotic, unfamiliar or foreign things allowed consuming subjects to demonstrate cultural superiority and hierarchical distinction from a metonymically present, yet objectified, foreign world. In what kind of social processes are unfamiliar and exotic things integrated? What meaning do they take on in these performative contexts? How do they support individual and collective acts of self-presentation? The role of things in acts of self-fashioning is complicated by the prevailing empiricist epistemology, which demands a clear-cut distinction of subjectivity from materiality: In the process of adapting unfamiliar things to familiar cultural concepts, the would-be subjects distance themselves from the things and reconstruct them as tokens of their intellectual mastery (cf. Scholz 2004: 35). The self-enchancement of the modern, enlightened subject is challenged by the destabilising effects of the appropriation of things, especially reification, superficiality, and self-marketing. For objects need to be understood less as inanimate things, from which the subject can simply dissociate him-/herself. Rather, things and subjects take shape by virtue of their mutual relations, which are established in and through social practices (cf. Böhme 2006; Bosch 2010). These considerations raise the following questions: What is the formative and functional power of unfamiliar things in acts of cultural self-fashioning? How do concepts of enlightenment bear on the cultural usage of things? An analysis of these issues should take into account gender-specific differences and behavioural codes regarding the appropriation of things as well as changing ideals of politeness and sensibility. Again, it is also important to address the inner logic of things itself: How do things model social relations and how do they participate in the production of networks of human and non-human actants (cf. Latour 1991)?

(4) Representations of Unfamiliar Things: Discursivity of Presence and Evidence

Processes of representation and discursivity are essential to transforming unfamiliar things into epistemic things. Representations of unfamiliar, foreign and exotic things necessarily rely on symbolic transformations that can be mobilised for acts of individual and/or collective self-fashioning. Representations of unfamiliar things are there-

fore never merely descriptive, but always performative: they are self-affirmative and/or self-reflexive constructions of the seeing, possessing, and interpreting subject. By way of symbolic evaluation, the subject demonstrates cultural authority and defines the boundaries between subject and object, human and non-human, self and other (cf. Stewart 1993; Bal 1994). The presence of unfamiliar things is thus intricately related to discursive processes – be it literature, art, or theatre –, which negotiate the interrelations between unfamiliar things and familiar orders of knowledge. Yet, as highlighted by Roland Barthes' (1988) early remarks on the 'semantics of the object,' things can never be reduced to their instrumental function because no thing is free from the 'functional surplus' of a 'weak emphasis'. The materiality, "thingness" or "obdurate objecthood" (Daston 2004) of (unfamiliar) things clearly exceeds discursive signification processes. The thingness manifests itself in the 'realistic insignificance' (cf. Rancière 2006) of redundant details and in the creation of ever new, iridescent terms that resist narrative economy – especially the rules of word usage established by the Royal Society. The proliferating invention of inventories reflects the period's fascination with unfamiliar things and underlines that these things always exceed familiar epistemic constellations. What strategies are used in texts, plays, music, and the visual arts to make unfamiliar things present in a society that was deeply fascinated by visibility and evidence? And how did the fascination with unfamiliar things organise the relation between otherness and sameness?

(5) Market Orders: The Value of Unfamiliar Things

In the emergent consumer society of the 18th century the value of unfamiliar things depended less on their use value but rather on their exchange value, that is their integration into the dynamics of circulation and their eventual consumption (cf. Bosch 2010: 32). Thus, things served as powerful markers for social orientation and expressions of identification. Market-economic procedures of presentification and visualisation, such as the newly developed advertising techniques, as well as creative consumer behaviour turned specific goods into desired things of extraordinary value. Hence, analyses of markets and economic systems in the 18th century did not merely factor in the relation between prices, goods, and payments, but also the interests, motives, and consumer behaviour of the economic individual. How did economic mechanisms as well as consumer needs and consumer behaviour determine and make visible the (im)material value of unfamiliar things?

To the extent that trade, commerce, and exchange rationally organise relations between individuals and between various cultures, the market, in the 18th century, became a place of social order (cf. Vogl 2010: 45). The market was a site that ideally disciplined self-interest, acquisitive instincts, and greed, integrating these into a social context. Debates about the import of foreign and exotic things thus saw a clash between two diametrically opposed positions: On the one hand, the trade between nations was seen as an instrument to overcome conflicts between trading peoples and as an engine for 'civilising' other cultures. On the other hand, the growing dependence on foreign things evoked pervasive fears about the corrupting influence of luxuries. Therefore, the following crucial questions deserve attention: How did the exchange of foreign things during the 18th century become a model of a social order between different nations? And how were the various forms of economic exploitation that characterised the 18th century legitimised and made invisible?

Lit.:

- Appadurai, Arjun. 2006. „Commodities and the Politics of Value.“ In: Susan Pearce (Hg.). *Interpreting Objects and Collections*. London/New York, NY: Routledge. 76-91.
- Bal, Mieke. 1994. „Telling Objects. A Narrative Perspective on Collecting.“ In: John Elsner (Hg.). *The Cultures of Collecting*. Cambridge: Harvard UP. 97-115.
- Barthes, Roland. 1988. *Das semiologische Abenteuer*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Berndt, Frauke & Daniel Fulda (Hgg.). 2012. *Die Sachen der Aufklärung*. Hamburg: Meiner.
- Böhme, Hartmut. 2006. *Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Bosch, Aida. 2010. *Konsum und Exklusion. Eine Kulturosoziologie der Dinge*. Bielefeld: transcript.
- Brewer, John & Roy Porter (Hgg.). 1993. *Consumption and the World of Goods*. London: Routledge.
- Brown, Laura. 1993. *Ends of Empire: Women and Ideology in Early Eighteenth-Century English Literature*. Cornell, NY: Cornell UP.
- Clifford, James. 1988. „On Collecting Art and Culture.“ In: James Clifford. *The Predicament of Culture. Twentieth Century Ethnography, Literature, and Art*. Cambridge, MA: Harvard UP.
- Daston, Lorraine. 2004. *Things That Talk: Object Lessons from Art and Science*. New York, NY: Zone Books.
- Douglas, Mary & Baron Isherwood. 1979. *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. London: Allen Lane.
- Ecker, Gisela et al. (Hgg.). 2002. *Dinge. Medien der Aneignung, Grenzen der Verfügung*. Königstein, Taunus: Helmer.
- Findlen, Paula. 1994. „Die Zeit vor dem Laboratorium: Die Museen und der Bereich der Wissenschaft 1550-1750.“ In: Andreas Grote (Hg.). *Macrocosmos in Microcosmo: Die Welt in der Stube. Zur Geschichte des Sammelns 1450-1800*. Opladen: Leske und Budrich. 191-207.
- Fohrmann, Jürgen. 2001. „Medien der Präsenz – Einleitung.“ In: Jürgen Fohrmann, Andrea Schütte, Wilhelm Voßkamp (Hgg.). *Medien der Präsenz. Museum, Bildung und Wissenschaft im 19. Jahrhundert*. Köln: DuMont. 7-10.
- Frank, Michael C. et al. (Hgg.). *Fremde Dinge. Zeitschrift für Kulturwissenschaften*, 1/2007.
- Gumbrecht, Hans-Ulrich. 2004. *Diesseits der Hermeneutik. Die Produktion von Präsenz*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Holm, Christiane & Günter Oesterle. 2011: „Einleitung.“ In: dies. (Hgg.). *Schläft ein Lied in allen Dingen? Romantische Dingpoetik*. Würzburg: Königshausen & Neumann. 7-26
- Husserl, Edmund. 1980. *Logische Untersuchungen VI*, Bd. 2. Felix Meiner: Stuttgart.
- Laube, Stefan. 2011. *Von der Reliquie zum Ding. Heiliger Ort – Wunderkammer – Museum*. Berlin: Akademie.
- Latour, Bruno. 1991. *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*. Paris: Editions La Découverte.
- McKendrick, Neil, John Brewer & John H. Plumb (Hgg.). 1982. *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*. Bloomington, IN: Indiana UP.

- North, Michael. 2003. *Genuss und Glück des Lebens. Kulturkonsum im Zeitalter der Aufklärung*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Rancière, Jacques. 2006. *Die Aufteilung des Sinnlichen. Die Politik der Kunst und ihre Paradoxien*. Berlin: Merve.
- Rheinberger, Hans-Jörg. 2001. *Experimentalsysteme und epistemische Dinge. Eine Geschichte der Proteinsynthese im Reagenzglas*. Göttingen: Wallstein.
- Scholz, Susanne. 2004. *Objekte und Erzählungen. Subjektivität und kultureller Dinggebrauch im England des frühen 18. Jahrhunderts*. Königstein, Taunus: Helmer.
- Schrage, Dominik. 2009. *Die Verfügbarkeit der Dinge. Eine historische Soziologie des Konsums*. Frankfurt, New York: Campus.
- Stewart, Susan. 1993. *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. Durham, NC/London: Duke UP.
- Vogl, Joseph. 2010. *Das Gespenst des Kapitals*. Zürich: diaphanes.