



AANDACHT VOOR HET VERTOON: STIJL OF BRICOLAGE?

Geert Loosveldt

De initiële vraag van deze bijdrage was of er bij jongeren leefstijlpatronen te onderkennen zijn. Deze vraag werd verder uitgewerkt door na te gaan of de aandacht voor uiterlijke tekens als expressief element van de leefstijl kon beschouwd worden.

Bij de onderzochte groep jongeren werden met betrekking tot die aandacht duidelijke verschillen vastgesteld. Het was mogelijk om die differentiatie te relateren aan componenten die betrekking hebben op de socio-culturele en economische dimensies van de leefstijlruimte. Daarbij dient opgemerkt dat naast deze klassieke dimensies het noodzakelijk lijkt om een ideologische dimensie in die ruimte op te nemen. Vervolgens werd, conform de definitie van het leefstijlconcept, de samenhang vastgesteld tussen de aandacht voor uiterlijke tekens en opvattingen in verband met arbeidsethos, (post)materialisme en vreemdelingen. Dit betekent dat stijlelementen kunnen beschouwd worden als een representatie van achterliggende waarden en opvattingen.

Uit de resultaten blijkt dat het concept leefstijl een werk- en vruchtbaar uitgangspunt is gebleken om betekenisvolle samenhangen te detecteren en te interpreteren.

1. Inleiding

Een van de centrale begrippen in teksten over jongeren is Jeugdcultuur. De oorspronkelijke functie van het begrip was het onderscheid tussen jongeren en volwassenen duidelijk te maken. Een belangrijk aandachtspunt bij onderzoek over jeugdcultuur is de stijl die jongeren hanteren waardoor de onderliggende waarden zichtbaar worden. Cultuur impliceert immers handelingswijzen die waarden herkenbaar maken of symboliseren en de stijl objectiveert het zelfbeeld van de groep (Brentjens, 1982, 11-14).

De aanwezigheid van het aspect stijl in de benadering van jeugdcultuur verwijst naar een belangrijk concept dat niet uitsluitend op jongeren van toepassing is met name leefstijl. Leefstijl kan omschreven worden als een herkenbare en samenhangende verzameling gedragingen die verbonden zijn aan de positie die men inneemt. Het gaat hierbij niet alleen om uiterlijk waarneembare gedragsvormen maar eveneens om symbolische uitingen (bv. taalgebruik) in sociale communicatie. Uitingen van smaak en voorkeur behoren daarbij (Ganzeboom, 1988, 52). Een belangrijk element daarbij is dat een leefstijlpatroon kan gesitueerd worden in een driedimensionele ruimte die bepaald wordt door culturele status, economische status en levensfase. Toegepast op jongeren betekent vooral de economische en situationele bepaaldheid een duidelijk accentverschil met de klassieke invulling van jeugdcultuur.

Beide concepten impliceren echter een samenhangend geheel van waarden, gedragingen en uiterlijke elementen waarmee men iets tot uiting wenst te brengen. Zo wijst Frith erop dat men jeugdculturen vaak associeert met aparte en sterk opvallende kledingstijlen en dat de identiteit die jongeren ontleen aan dergelijke jeugdculturen een kwestie is van er op de juiste manier bijlopen en een gemeenschappelijke smaak in muziek en vrijetijdsbesteding (Frith, 1987, 59). Ook de titel van een artikel: 'Steil haar, haar stijl. Een bezinning over jeugdcultuur.' verwijst naar de sterke verwantschap van de begrippen jeugdcultuur en stijl en het belang daarbij

van uiterlijke (kleding) kenmerken (Allegaerts en Vanmarcke, 1988). Die kenmerken hebben een communicatieve functie waarmee men duidelijk maakt met welke groepen men zich wenst te identificeren en van welke groepen men zich wil distantieren. Dit proces gebeurt in interactie met het sociale netwerk waarvan men deel uitmaakt.

Tegenover de benadering van jeugdcultuur die de leefstijl centraal stelt, staat een interpretatie van jeugdculturen die gebruik maakt van het bricolage concept. Het concept werd ontwikkeld door de Franse antropoloog Levi Strauss en verwijst naar het 'doe het zelf'-aspect bij het selecteren en herdefiniëren van elementen bij de cultuurconstructie. Jeugdcultuur wordt dan gezien als een herschikking van reeds bestaande elementen en in het aspect kleding is dit verschijnsel vrij duidelijk aanwezig. Het ruime aanbod en de mogelijkheid van jongeren om zelf kleding te kiezen en te kopen zou hiervoor een verklaring zijn (Janssen, 1987, 1988).

Wanneer de lijn van het bricolage denken wordt doorgetrokken dan moet onderzoek dat zich richt op samenhang van inhoud en betekenis resulteren in de vaststelling dat die samenhang onbestaand is. In het discours van het bricolage denken wordt gesteld dat we meer en meer te maken hebben met een geïndividualiseerde cultuurconstructie waarbij mensen hun eigen cultuur maken uit de brokstukken van het bestaande (Janssen, 1988). Verder zouden uitspraken die poneren dat haardracht, kledij en muziek als tekens een onderliggende betekenis bezitten en verwijzen naar een geheel van opvattingen, problematisch worden. Ook zou een eenduidige relatie teken-betekenis niet langer mogelijk zijn in de stijlenproductie binnen jeugdsubculturen (Allegaerts en Vanmarcke, 1988). Uit wat vooraf gaat blijkt duidelijk dat de leefstijl-analyse en bricolagebenadering haaks op elkaar staan. De geïndividualiseerde cultuurconstructie staat tegenover de samenhang van vorm en inhoud die binnen sociale netwerken tot stand komt en waarneembaar is. Bricolage vereist een bewust en actief bezig zijn en heeft een tegendraads, nonconformistisch element in zich. Bij leef-

stijl daarentegen ligt de klemtoon op het situationeel bepaald zijn en het conformistische.

De tegenstelling kan ook doorgetrokken worden naar onderzoeksmethodologische aspecten van beide benaderingen. Leefstijl maakt gebruik van kwantitatieve technieken zoals cluster-, componenten- en correspondentie-analyse. Die technieken richten zich trouwens op de structuur van de samenhang en sluiten in die zin nauw aan bij wat leefstijlanalyse beoogt. Onderzoek waarbij bricolage centraal staat, maakt eerder gebruik van kwalitatieve technieken zoals case-studie en participerende observatie. Ook dit hoeft niet te verwonderen; dergelijke technieken richten zich meer op het unieke, het individuele. Het lijkt er sterk op dat de voorkeur voor één van beide benaderingen sterker bepaald wordt door de voorkeur voor de onderzoekstechnische aspecten dan door de inhoudelijk theoretische gegrondheid ervan. De tegenstelling kwalitatief-kwantitatief maakt echter duidelijk dat de benaderingen complementair kunnen zijn en dat de vermelde tegenstellingen niet op de spits gedreven mogen worden. Bevestiging van bricolage impliceert de negatie van leefstijlen niet - en omgekeerd -.

Binnen een onderzoek dient en wordt meestal een keuze gemaakt. De probleemstelling die wij verder zullen uitwerken plaatst zich in de traditie van het leefstijlonderzoek. Centrale vraag daarbij is of het mogelijk is om bij een globale - in technische termen uitgedrukt - representatieve groep jongeren leefstijlpatronen te onderkennen? Concreter gesteld betekent dit dat zal nagegaan worden of de aandacht die men besteedt aan uiterlijke tekens kan gerelateerd worden aan bepaalde achtergrondskennmerken zoals dat op basis van leefstijlonderzoek kan worden verwacht. Vervolgens zal de relatie van die aandacht met waarden en opvattingen i.v.m. algemeen maatschappelijke thema's worden onderzocht.

2. Onderzoekspopulatie en dataverzameling

Bij het zoeken naar een antwoord op de zojuist geschetste probleemstelling werd gebruik gemaakt van data die verzameld werden in het kader van leeronderzoek in de

tweede kandidatuur sociale wetenschappen tijdens de academiejaren 87-88 en 88-89.

De onderzoekspopulatie werd gehomogeniseerd tot niet gehuwde Vlaamse (Belgische nationaliteit) jongeren geboren in 68 en 69. De beperking tot niet gehuwden gebeurde vanuit de aanname dat het gehuwd zijn een belangrijk element is van de volwassenwereld. De interviews werden afgenomen in de maanden maart, april, november en december van 1988. Dit betekent dus dat de onderzoeksgroep enkel bestaat uit 19 en 20 jarigen. Door beide beperkingen menen we wel de 'harde kern' of een uiterst belangrijke deelgroep van de jongeren te vatten.

Bij de steekproeftrekking werd gestratificeerd naar provincie en inwonersaantal. De feitelijke namen en adressen werden getrokken uit de kiezerslijsten. De interviews gebeurden aan de hand van een gestandaardiseerde vragenlijst. In het totaal werden 529 bruikbare interviews afgenomen.

We menen te kunnen stellen dat de gevolgde werkwijze resulteerde in een representatieve steekproef van niet gehuwde 19- en 20-jarige Vlaamse jongeren.

3. Typologie van de aandacht voor en de wijze van omgaan met uiterlijke tekens

De aandacht die men schenkt aan en de voorkeur die men heeft voor uiterlijke tekens en kleding in het bijzonder hebben, zoals uit het voorgaande blijkt, een belangrijke betekenis binnen een leefstijlpatroon. Kleding is een belangrijk element in de eerste beoordeling van een persoon. Men kijkt en wordt bekeken en op basis daarvan gebeurt een wederzijdse beoordeling. De kleding is daarbij een eerste te decoderen informatie (de Waal, 1987).

Niemand zal ontkennen dat jongeren zelf veel meer aandacht schenken aan kleding dan een aantal jaren terug. Illustratief voor de belangstelling en de gevoeligheid voor het onderwerp waren de meer dan 1200 brieven op de Panorama uitzending waarin het fenomeen merkkleding werd behandeld (Panorama, 6/3/86; Jambers, 1986).

De evolutie in het jeugdmodebeeld is er duidelijk een van diversificatie. In de jaren zestig was de mode nog

vrij uniform en konden er in grote trekken twee groepen onderkend worden: alternatief en traditioneel. Tegenwoordig is het aantal verschijningsvormen toegenomen en kan er een grote diversificatie gebeuren door het groot aantal mogelijks te variëren kenmerken (Janssen, 1987, 269). Maso vermeldt in dit verband dat op het eind van de jaren vijftig de overgang tussen kindertijd en volwassenheid voortdurend langer werd en daardoor een zelfstandiger karakter kreeg. Om aan de eigen status en identiteit van deze nieuwe groep uitdrukking te geven bestond er begin van de jaren zestig nauwelijks kleding. Het is in die periode dat de boetieks ontstonden om aan die behoefte te voldoen. De kleren in de boetieks waren ontworpen door mensen die geheel buiten de gevestigde modeindustrie stonden en die deel uitmaakten van de groep waarvoor de kleren bestemd waren (Maso, 1987, 320-321). Aandacht voor kleding van jongeren kan dus beschouwd worden als een recent fenomeen dat de eigenheid van die groep tot uitdrukking brengt.

Nu is het wel zo dat niet alle jongeren zich bewust volgens een bepaalde stijl kleden. Er bestaat zoiets als 'non stijl' en in feite heeft slechts een beperkt aantal jongeren een uitgesproken stijl (de Waal, 1987). De aandacht heeft niet altijd een keuze voor een maatschappelijk gedefinieerde en herkenbare stijl tot gevolg.

Bij de typologieconstructie die hier gepresenteerd wordt, is het niet de bedoeling om jongeren onder te brengen in een bepaalde kledingstijl. Wel wordt geprobeerd om eventuele verschillen in interesse en aandacht voor uiterlijke kenmerken in kaart te brengen. Net zoals bij alle typologieconstructies dient ook hier gewezen op het relatieve en reducerende karakter van dergelijke constructies. Het relatieve karakter wordt mede bepaald door de in de analyse gebruikte variabelen.

Wij gebruikten de volgende variabelen:

** Variabele 1: Subjectieve beoordeling van de aandacht die men besteedt aan eigen kleding.*

Hiervoor werd gevraagd of men van zichzelf vond dat men zeer veel, veel, niet bijzonder veel of weinig, weinig

AANDACHT VOOR HET VERTOON: STIJL OF BRICOLAGE?

of zeer weinig aandacht besteedt aan kleding. Uit de antwoorden op deze vraag blijkt dat 53% van de ondervraagden beweert zeer veel of veel aandacht te besteden aan kleding.

* Variabele 2: kennis van mode.

Om een idee te krijgen van de kennis van mode werd een lijst van 57 merknamen voorgelezen. Per merknaam werd gevraagd of men dit al dan niet kende. De in de lijst opgenomen merken werden door kenners beschouwd als de 'betere' en de 'duurdere' merken. Voor de volledige groep bedraagt het gemiddelde aantal gekende merknamen 23.

* Variabele 3: bezit kledingstukken.

Van diezelfde 57 merknamen werd gevraagd of men er een bepaald kledingstuk van bezat. Naast de subjectieve aandacht en de kennis gaat het hier om een eerste element van effectief modegedrag. Gemiddeld bezat men 5 kledingstukken van de opgesomde merken.

* Variabele 4: modegedrag.

De variabelen modegedrag en trendgevoeligheid zijn twee factoren afkomstig uit een factoranalyse waarbij 10 variabelen gebruikt werden (1). De factor modegedrag wordt bepaald door het regelmatig krijgen van goedkeurende opmerkingen over de kleding die men draagt, het praten over mode, het kijken (bewust of toevallig) naar modeprogramma's op TV, het kopen van een modeblad, gaan kijken naar een modeshow en het zeer veel of veel aandacht besteden aan kapsel en parfums.

* Variabele 5: trendgevoeligheid.

De tweede factor wordt bepaald door 2 variabelen die kunnen geduid worden in termen van trendgevoeligheid. Tijdens het interview werd gevraagd om 7 elementen (prijs, kwaliteit, merknaam, modetrend, gemak in onderhoud, gemakkelijk zitten, mooi zijn) die een rol kunnen spelen bij de aankoop van kleding te rangschikken naar belangrijkheid. Indien modetrend bij de eerste drie werd gerangschikt, dan wordt de respondent beschouwd als ie-

mand die dit aspect vrij belangrijk vindt. De tweede variabele die op trendgevoeligheid wijst heeft betrekking op het feit of men een kledingstuk dat uit de mode is minder of helemaal niet meer zal dragen. De helft van de ondervraagden antwoordde dat dit het geval is.

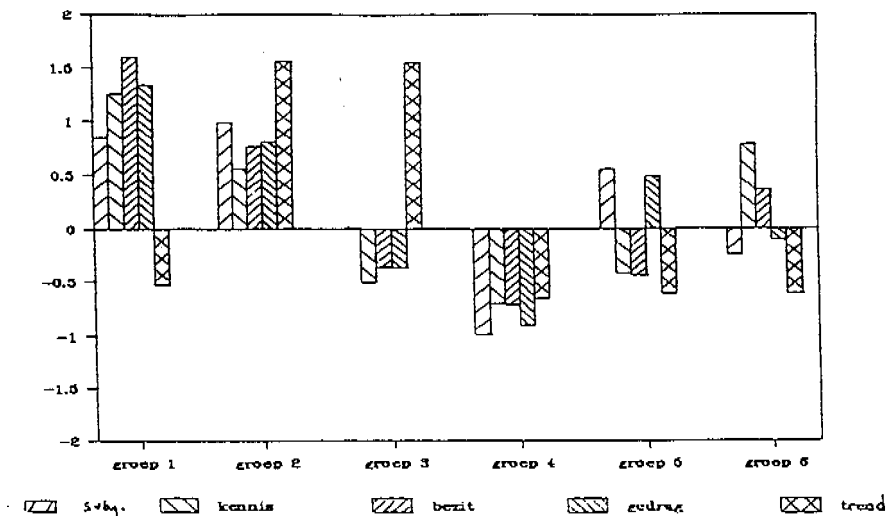
Om te komen tot een typologie werden de vijf zonet besproken variabelen gebruikt in een niet-hiërarchische clusteranalyse (2).

In tabel 1 zijn de gemiddelde Z-waarden van de variabelen opgenomen. Op basis van het profiel (cfr. figuur 1) van deze gemiddelden wordt gepoogd om de cluster te interpreteren en te benoemen. Bij de bespreking van de clusters worden af en toe enkele 'sprekende' percentages vermeld m.b.t. de variabelen op basis waarvan de twee factoren (modegedrag, trendgevoeligheid) zijn opgebouwd. Hierdoor krijgen de clusters iets meer kleur.

Tabel 1: Gemiddelde Z-waarden van de 5 basisvariabelen van de typologie m.b.t. uiterlijke tekens per onderscheiden groep.

	subject.	kennis	bezit	gedrag	trend
groep 1	0.84	1.26	1.60	1.34	-0.53
groep 2	0.99	0.55	0.76	0.81	1.57
groep 3	0.02	-0.51	-0.36	-0.37	1.56
groep 4	-0.99	-0.71	-0.72	-0.91	-0.66
groep 5	0.55	-0.43	-0.45	0.49	-0.62
groep 6	-0.25	0.79	0.36	-0.11	-0.62

Figuur 1: Profiel van de gemiddelde Z-waarden van de 5 basisvariabelen van de typologie m.b.t. uiterlijke tekens.



Groep 1: modebewust maar niet trendgevoelig (11%).

Het is de groep die het meest van de opgesomde merknamen kent, van die merknamen ook het meest kledingstukken bezit en het hoogst scoort op de factor modegedrag. Zo merken we dat, op twee uitzonderingen na, iedereen van deze groep beweert regelmatig een goedkeurende opmerking te krijgen over de kleding die men draagt en 80 % koopt ook regelmatig een modeblad. Het is ook de groep waar men het hoogste percentage vindt die het afgelopen jaar een modeshow had bijgewoond.

Opmerkelijk bij deze groep is de lage score op de factor trendgevoeligheid. Hierdoor ontstaat een duidelijk verschilpunt met groep 2. Gegeven de aard van de merknamen en die lage score mag aangenomen worden dat het hier gaat om een eerder elitair modebewustzijn waarbij het zich willen distancieren van anderen een belangrijk element zou kunnen zijn. Het lijkt dan ook niet uitgesloten dat deze groep zich eerder zal situeren binnen het hoog

sociaal niveau en het relatief aandeel van hoger opgeleiden vrij groot zal zijn.

We kunnen deze groep echter zonder probleem beschouwen als een groep die veel aandacht heeft voor kleding maar beweert van niet trendgevoelig te zijn.

Groep 2: modebewust en trendgevoelig (10,1%).

Binnen deze groep vinden we diegenen die beweren het meest aandacht te besteden aan kleding. Ook wat betreft de trendgevoeligheid scoort deze groep het hoogst. De waarden bij de overige kenmerken wijzen op een behoorlijk actieve betrokkenheid op mode. Zo beweert nagenoeg iedereen (92%) regelmatig met vrienden over mode te praten.

Opvallend is wel dat deze groep qua kennis slechts op de derde plaats komt. Dit laat vermoeden dat het hier gaat om interesse voor eerder modale uitingen van mode. Toch kan de groep zonder twijfel als modebewust en trendgevoelig worden bestempeld.

Groep 3: trendgevoelig (18,0%).

Het meest opmerkelijk bij deze groep is dat iedereen (100%) de modetrend als een van de drie meest belangrijke elementen opnoemt bij het kopen van kleding en dat bijna drie op vier gedemodeerde kleding minder of niet meer zou gebruiken.

De lage waarden op de overige kenmerken laten echter uitschijnen dat er naast die trendgevoeligheid niet direct een gecultiveerde modeactiviteit - zoals door ons geoperationaliseerd - aanwezig is. Het is echter niet uitgesloten dat een andersoortige betrokkenheid op mode speelt.

Het lijkt er op dat men wel zou willen modeactief zijn en er wel zou willen bijhoren, maar dit niet kan of niet weet hoe dit wel zou kunnen. Dit niet kennen en niet kunnen lijkt naar laag sociaal niveau te verwijzen.

Groep 4: onverschillig (24,8%).

Op alle in de analyse gebruikte variabelen (ook de variabelen op basis waarvan de factoren zijn geconstrueerd) scoort deze groep het laagst. Het is duidelijk

AANDACHT VOOR HET VERTOON: STIJL OF BRICOLAGE?

dat men mode niet belangrijk vindt, dat men er weinig van afweet en er zich weinig zorgen over maakt. Kleding en elementen die er mee te maken hebben behoren blijkbaar niet tot de aandachtssfeer, vandaar de algemene omschrijving van deze groep als onverschillig. In deze groep is er slechts één iemand die het afgelopen jaar een modeblad kocht en is er niemand die modetrend bij de drie belangrijkste elementen rangschikt bij de aankoop van kleding. Verder beweert slechts iets meer dan één vierde (27%) een bepaald kledingstuk dat niet meer in de mode is niet meer of minder te zullen gebruiken (in de volledige steekproef is dat 50%).

Het lijkt niet uitgesloten dat in een aantal gevallen het niet gaat om een onverschilligheid maar eerder om negatieve houding t.a.v. elementen die met mode te maken hebben.

Groep 5: middenmoters (17,5%).

Deze groep vindt mode niet onbelangrijk en situeert zich in vergelijking met de andere groepen wat modegedrag betreft op een derde plaats. Het lijken de middenmoters van het modegedrag te zijn. Toch is er slechts een beperkte kennis, bezit men weinig kledingstukken van de vernoemde merknamen en is er zeker geen sprake van trendgevoeligheid.

Deze groep situeert zich tussen de onverschilligen en de modebewusten.

Groep 6: de negatieven (18,6%).

Reeds bij de bespreking van groep 4 werd opgemerkt dat het in een aantal gevallen wellicht niet zozeer gaat om onverschilligheid maar eerder om een negatieve houding. Bij groep 6 komt dit negatief aspect duidelijker tot uiting. Ze hebben een meer dan behoorlijke kennis. Ook bezitten ze gemiddeld genomen een redelijk aantal kledingstukken van de opgenoemde merken. Het is de enige groep waarbij positieve waarden op die variabelen gecombineerd worden met negatieve waarden op de drie overige variabelen. Dit is trouwens een duidelijk verschilpunt met de groepen 1 en 2 waarbij ook positieve waarden werden vastgesteld bij kennis en bezit, maar dan in combinatie

met minstens twee positieve waarden bij de overige drie variabelen.

Men weet m.a.w. wel wat er op de modemarkt te vinden is maar men vindt het duidelijk onbelangrijk en de lage waarde op de factor trendgevoeligheid wijst erop dat men zich onafhankelijk van het modegebeuren wil opstellen. Men zou zich zonder veel problemen wel modebewust kunnen gedragen maar men lijkt het niet te willen. Vandaar de omschrijving negatief.

Opmerkingen:

- Uit de typologie blijkt dat iets meer dan 20% (groepen 1 en 2) van de onderzochte jongeren een positieve interesse en betrokkenheid heeft op uiterlijke tekens. Daartegenover staat dat een vierde (groep 4) onverschillig is voor en bijna 20% eerder negatief staat t.a.v. die zaken. De groepen 3 en 5 hebben een profiel dat minder gemakkelijk als positief of negatief kan geduïd worden. Vooral groep 5 lijkt een tussenpositie in te nemen.
- Het is duidelijk dat bij de gevolgde werkwijze (variabelen- en typologieconstructie) bepaalde beslissingen worden genomen en interpretaties gebeuren waardoor er vragen kunnen gesteld worden bij de validiteit van de gevormde groepen. We nemen echter aan dat indien de gevormde groepen louter op arbitraire basis tot stand komen en bijgevolg intern vrij heterogene groepen zijn m.b.t. de aandacht en de interesse voor uiterlijke kenmerken dit niet zal bijdragen tot de samenhang van de typologie met andere variabelen. Dit betekent dat de afwezigheid van samenhang zowel kan wijzen op een beperkte validiteit van de typologie als op het feit dat mode geen element uitmaakt van iemands leefstijl.

4. Situering van de typologie in de socio-culturele en economische omgeving

Een belangrijke vraag is of de onderscheiden groepen kunnen gerelateerd worden aan een aantal kenmerken die verwijzen naar de socio-culturele en economische omge-

ving van de jongeren. Om die samenhang te onderzoeken werd een correspondentie analyse uitgevoerd op een tabel die informatie bevatte over geslacht en opleidingsniveau van de respondent, het opleidingsniveau van de ouders en het al dan niet beroepsactief zijn van de beide ouders. Bemerk dat de samenhang van de typologie met de vier variabelen afzonderlijk telkens significant is.

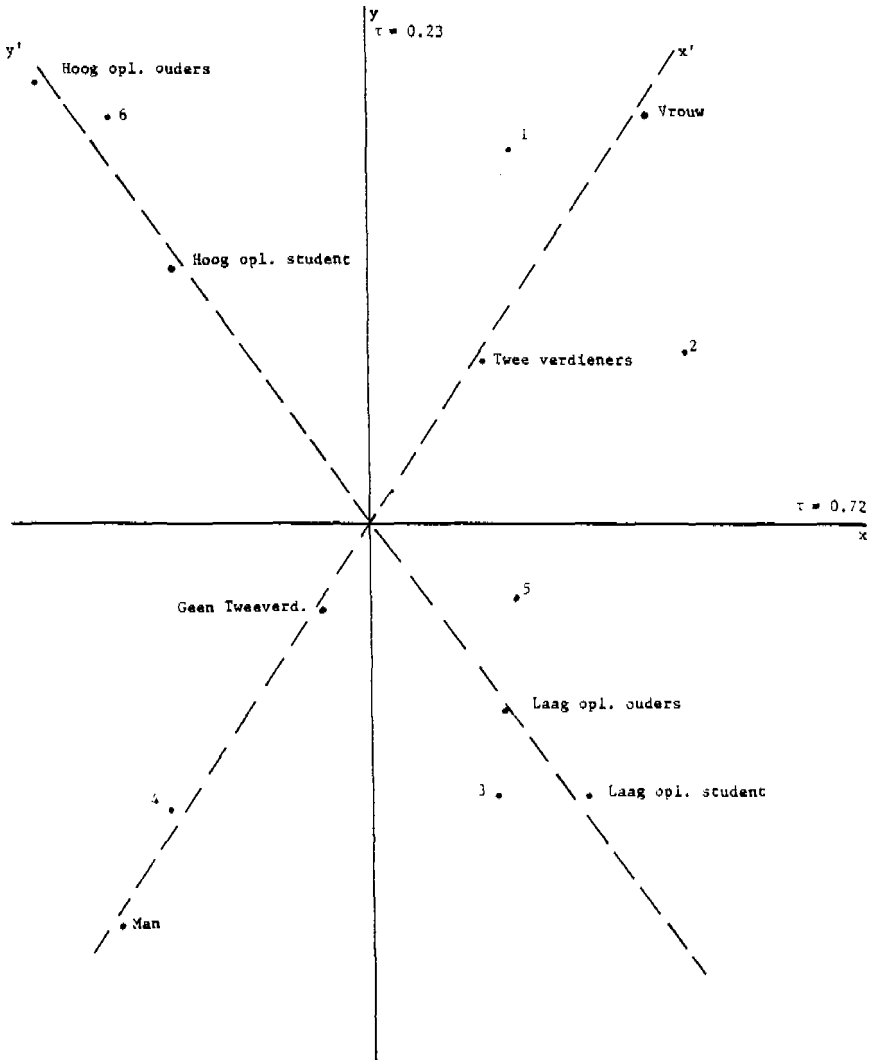
De opleidingsvariabelen verwijzen naar de culturele dimensie. Er dient hier echter bij opgemerkt te worden dat gegeven de leeftijd van de onderzochte groep en de bepaling van hoog opleidingsniveau nl. hoger niet-universitair en universitair onderwijs, de variabele opleiding zeer sterk samenhangt met al dan niet nog studeren.

Het beroepsactief zijn van beide ouders (tweeverdieners) wordt gebruikt als een indicatie van economische status. De culturele en de economische dimensies zijn de klas-sieke dimensies waarrond de leefstijlruimte wordt opgespannen. Een weinig of in ieder geval een minder relevant geachte variabele in de context van leefstijlanalyse is geslacht. We nemen echter aan dat ook geslacht een betekenisvolle variabele is van de positionele bepaaldheid van de verwachtings- en handelingspatronen i.v.m. uiterlijke tekens. Vandaar dat deze variabele mee in de tabel werd opgenomen. Uit het onderzoek van Dhooghe (1980, 197-201) blijkt trouwens dat geslacht de voorkeur voor een genre van kleding het meest determineert en belangrijker is dan sociale klasse. Meisjes zijn daarbij gevoeliger voor mode-elementen.

Correspondentieanalyse is een in leefstijlonderzoek frequent gebruikte techniek waarbij de informatie in een tabel grafisch wordt voorgesteld. De nabijheid van elementen in figuur 2 wijst op hun onderlinge samenhang. Groep 6 bv. ligt het dichtst bij het punt 'hoog opleidingsniveau ouders', dit betekent dat we in die groep het hoogste percentage vinden waarvan de ouders hoog zijn opgeleid (nl. 53%; dit percentage kan niet uit de figuur worden afgelezen, maar komt uit de bivariate verdeling van die kenmerken).

Uit de proportionele bijdragen tot de totale associatie blijkt dat de belangrijkste bijdragen afkomstig zijn van

Figuur 2 : Grafische representatie van de typologie in de socio-culturele en economische omgeving.



AANDACHT VOOR HET VERTOON: STIJL OF BRICOLAGE?

de categorieën van geslacht. Hieruit blijkt het belang van deze variabele m.b.t. de situering van de typologie. De categorieën m.b.t. tweeverdieners dragen slechts in beperkte mate bij.

Bij de interpretatie van de figuur kan men best gebruik maken van twee assen:

- een as loopt over geslacht en tweeverdieners en deze wordt in feite het sterkst bepaald door geslacht.
- een as die de beide variabelen van opleidingsniveau verbindt (respondent en ouders).

De plaats van de groepen in figuur 2 stemt vrij goed overeen met wat op basis van de inhoudelijke omschrijvingen van de groepen verwacht werd. Zo zien we dat groep 4 en groep 1 het verst van elkaar verwijderd zijn. Waarin verschillen beide groepen nu van elkaar. Groep 4 is uitgesproken mannelijk, groep 1 daarentegen is uitgesproken vrouwelijk. Verder wordt groep 1 sterker gekenmerkt door het feit dat beide ouders werken. Wat de tweede as betreft zien we dat groep 1 hoger is opgeleid en uit een hoger opgeleid milieu afkomstig is. Deze groep lijkt zich voornamelijk te situeren binnen het hoog sociaal niveau.

Groep 2 is eveneens zeer vrouwelijk. Dit betekent dat de twee meest modieuze groepen ook de meest vrouwelijke zijn.

Het belangrijkste verschilpunt tussen groep 1 en groep 2 is het opleidingsniveau en milieu. Dit zou eventueel het vastgestelde verschil tussen beide groepen in trendgevoeligheid kunnen verklaren: hoe hoger opgeleid hoe meer men zich wil onderscheiden. Dit wordt trouwens bevestigd door de vaststelling dat er bij de factor trendgevoeligheid een significant verschil is tussen de gemiddelde waarden van de hoog en de laag opgeleiden; hoog opgeleiden scores significant lager.

Daarmee kan onmiddellijk de positie van groep 6 en groep 3 in verband gebracht worden. De meest negatieve groep (groep 6), waarbij het zich onderscheiden kan beschouwd worden als een zich afzetten tegen, situeert zich duidelijk het best op de dimensie opleiding. Groep 3 waarbij enkel een sterke trendgevoeligheid werd vastgesteld is

dan duidelijk lager opgeleid en afkomstig uit een lager opgeleid milieu. Het is de groep met het profiel die het sterkst verwijst naar laag sociaal niveau. Het economisch en cultureel kapitaal van groep 3 zijn wellicht te beperkt om modeactief te zijn. Laag opgeleiden willen er perse bijhoren terwijl hoog opgeleiden er zeker niet willen bijhoren. Het er niet willen bijhoren heeft wellicht twee uitingsvormen nl. het zich willen onderscheiden en het zich willen afzetten. Deze laatste vorm zou dan voornamelijk te vinden zijn bij hoog opgeleiden. De positie in de figuur van groep 5 stemt volledig overeen met de benoeming van deze groep als middenmoters (dichtst bij de oorsprong) en de situering ervan tussen onverschilligen en modebewusten.

Uit het voorgaande blijkt dat de situering van de groepen behoorlijk conform is aan de inhoudelijke omschrijving ervan. Hierbij dient zeker beklemtoond te worden dat de informatie die gebruikt werd bij de vorming van de groepen niet gebruikt werd bij de constructie van de figuur.

De mogelijkheid om de groepen te situeren in een socio-culturele omgeving impliceert de aanwezig van de samenhang tussen elementen van de sociale positie en gedrags- en smaakvoorkeuren. Die samenhang is een essentieel element van het concept leefstijl en in die zin ondersteunen de resultaten de realiteitswaarde ervan.

Merkwaardig is wel de positie van groep 6. Op basis van de inhoudelijke omschrijvingen zou men deze groep verwachten in de buurt van groep 4 maar nog verder verwijderd van de modieuze groepen 1 en 2. In wat volgt zal dan ook geprobeerd worden deze groep duidelijker te typeren.

5. Situering van de groepen in de politieke ruimte

Alvorens de onderlinge samenhang na te gaan van de typologie met waarden en opvattingen die niet direct iets te maken hebben met uiterlijke tekens wordt de samenhang ervan met de politieke voorkeur onderzocht. Kunnen de groepen politiek worden ingekleurd? Indien dit het geval is en we aannemen dat de politieke preferentie geen

geïsoleerd gegeven is maar geassocieerd is met standpunten in verband met algemeen maatschappelijke problemen dan kunnen we verwachten dat de typologie ook daarmee in verband kan gebracht worden. In die zin moet deze paragraaf als een overgang gezien worden.

Er dient wel opgemerkt te worden dat bij de vraag naar politieke voorkeur we bij 10% van de respondenten geen informatie hebben en de totale associatie typologie - politieke voorkeur, niet significant is. Verder zijn de frequenties m.b.t. het Vlaams Blok vrij klein (4,2% in de totale groep). Enige voorzichtigheid bij de interpretatie is hier dus wel geboden.

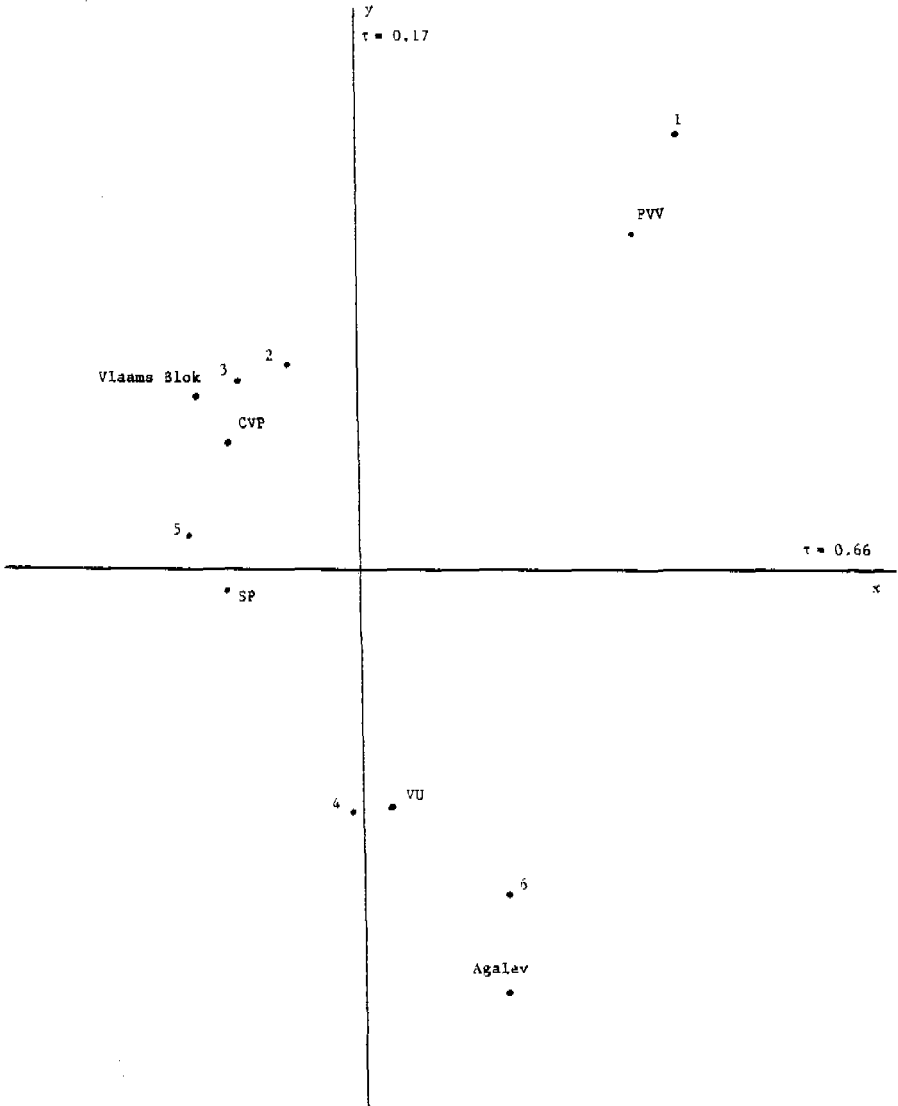
De twee meest typerende posities in figuur 3 zijn de nabijheid van groep 1 bij de plaats van de PVV en de nabijheid van groep 6 en Agalev. Beide groepen komen hierdoor het verst van elkaar te liggen en dragen het sterkst bij tot de totale associatie in de tabel. Hiermee wordt ook de positie van groep 6 in de vorige figuur duidelijker. Beide groepen (1 en 6) verschillen niet zo zeer m.b.t. de kenmerken die gebruikt werden bij de constructie van figuur 2 maar zijn ideologisch blijkbaar erg verschillend. In de volgende paragraaf, waarin de samenhang van de typologie met algemeen maatschappelijke waarden en opvattingen wordt behandeld, verwachten we dat beide groepen dan ook het sterkst zullen verschillen.

Verder is het politiek profiel van groep 4 het sterkst gelijkend op dat van groep 6 maar is de voorkeur voor VU iets groter en de Agalev aanhang iets beperkter. Deze politieke verwantschap sluit aan bij de inhoudelijke omschrijving van beide groepen.

Van de in het centrum gesitueerde groepen en partijen is het enkel zinvol om aan te stippen dat ook hier groep 5 zich terug het meest centraal situeert. Het blijven middenmoters.

De relatieve concentratie in het centrum van de figuur laat wel vermoeden dat de samenhangen die in de volgende paragraaf onderzocht worden wellicht niet zo erg uitgesproken zullen zijn.

Figuur 3 : Grafische representatie van de typologie in de politieke ruimte



6. Samenhang van de typologie met algemeen maatschappelijke waarden en opvattingen

De basisconcepten van waaruit we vertrokken zijn geven weinig aanwijzingen die richtinggevend zijn bij het beantwoorden van de vraag welke waarden en opvattingen we kunnen relateren aan de typologie.

Om tot een selectie te komen plaatsen we ons in de lijn van de ethnosociologieën (cfr. Laermans). Hierin worden jongeren sterk geassocieerd met verandering en dit zowel met een verwijzing naar het verleden als naar de toekomst. Ze zijn anders dan vroeger en verwacht wordt dat ze het in de toekomst op een andere manier zullen doen. Centrale thema's daarbij zijn de houding van jongeren t.a.v. werken en de aandacht voor en het belang dat men hecht aan materiële zaken. Zo wordt het beeld van de Yuppies - hard werkende jongeren die een luxueuze omgeving rond zich creëren - bijna volledig bepaald door die twee dimensies. Onderzoeksmatig worden die thema's vertaald in probleemstellingen die zich richten op evoluties in arbeidsethiek en verschuivingen van materialistische naar postmaterialistische waarden.

Vertrekkend vanuit de definitie van het concept leefstijl kunnen we dus samenhang verwachten van de typologie met houdingen in verband met arbeid en (post)materialisme. De definitie van leefstijl op zich laat echter niet toe die samenhang inhoudelijk verder te specificeren. Daarvoor moet en kan enkel gebruik gemaakt worden van inzichten in de samenhang van de verschillende variabelen en de dimensies die de leefstijlruimte bepalen en de houding waarmee de typologie wordt geassocieerd.

In zijn onderzoek naar evoluties in de arbeidsethiek van jongeren concludeert Rosseel (1985, 124-125) dat bij hogere onderwijsniveaus het werk zeker niet primeert op andere bestaanssferen en dat lagere onderwijsniveaus vooral de waarde van werken benadrukken voor de sociale zelfrealisatie. Er is met andere woorden een sterk effect van opleidingsniveau op aspecten van arbeidsethos. Deze bevinding laat vermoeden dat die groepen van de typologie die het sterkst verschillen qua opleiding met

name groep 6 en groep 3 (cfr. figuur 2) ook het sterkst zullen verschillen in arbeidsethos.

Om enkele aspecten van het arbeidsethos te meten werden 7 uitspraken gebruikt uit het onderzoek van Rosseel naar elementen van een traditioneel en een kritisch arbeidsethos bij een steekproef van Vlaamse recruten (3). Na een factoranalyse werden daarbij twee dimensies onderscheiden: een daarvan is een aspect van het traditioneel arbeidsethos en omschrijven we als werkcentraliteit, de tweede dimensie situeert zich binnen het nieuw arbeidsethos en drukt een negatieve houding uit t.a.v. werk en wordt als werkaversie omschreven.

Conform de bevindingen van Rosseel is er een vrij sterke samenhang van werkcentraliteit met het opleidingsniveau van de jongeren ($F=40.85$, $df=1$, $P<0.001$, $R=0.073$) en het opleidingsniveau van de ouders van de jongeren ($F=28.84$, $df=1$, $P<0.001$, $R=0.053$).

Zoals uit tabel 2 blijkt is er een significante samenhang van de typologie met het belang dat men hecht aan een (vaste) baan (werkcentraliteit). Uit het paarsgewijze testen van de gemiddelden blijkt dat groep 6 zich significant onderscheidt van alle overige groepen en dat dit eveneens het geval is met groep 3 maar wel met uitzondering van het niet significante verschil van die groep met groep 2. De waarde van groep 6 die een lage werkcentraliteit uitdrukt kan zonder veel probleem in het tot nu toe geschetste beeld van die groep worden ingepast. In groep 3 wordt het meest belang gehecht aan een job (sterk negatieve waarde = hoge werkcentraliteit). De verwachting dat de samenhang voornamelijk via de opleidingsdimensie tot stand komt lijkt hierdoor bevestigd.

Wat de dimensie werkaversie betreft is er geen samenhang. Hier valt enkel aan te stippen dat groep 1 gekenmerkt wordt door de geringste werkaversie (sterk negatieve waarde = sterke werkaversie). Zo beweert 43% van die groep dat de uitspraak i.v.m. het winnen van de lotto en het toch blijven werken zoals voorheen, helemaal klopt (voor de volledige steekproef is dit 30%).

AANDACHT VOOR HET VERTOON: STIJL OF BRICOLAGE?

Een detail dat wel in het beeld van die groep kan worden ingepast.

Tabel 2: Gemiddelde waarden van werkcentraliteit, werkaversie, postmaterialisme en vreemdelingen naar de groepen van de typologie

	centra- liteit	aversie	postmateri- alisme	Vreemde- lingen
groep 1	0.03	0.14	1.03	0.20
groep 2	-0.09	-0.06	1.13	0.20
groep 3	-0.32	-0.03	1.26	0.12
groep 4	0.07	-0.05	1.54	-0.14
groep 5	-0.05	-0.03	1.36	0.07
groep 6	0.28	0.09	1.37	-0.23
F=	6.27*	ns	3.38*	3.46*
R	0.06		0.03	0.03

* $P < 0.01$

Voor het meten van (post)materialisme werden de 12 politieke doelen zoals die in het instrument van Inglehart vermeld worden gebruikt. Aan de respondenten werd gevraagd om die 12 doelen te rangschikken naar belangrijkheid. Het aantal postmaterialistische items die bij de eerste drie werden geplaatst, werd dan gebruikt als schaalwaarde.

Een belangrijke determinant van postmaterialisme is de gevolgde opleiding. Hoe langer men onderwijs heeft gevolgd, des te meer is men postmaterialistisch ingesteld (De Graaf en De Graaf, 1988, 412). Ook deze samenhang wordt in onze data bevestigd ($F=19.72$, $df=1$, $P < 0.001$, $R=0.036$). Er is echter geen samenhang met het opleidingsniveau van de ouders en ook dit is conform De Graaf en De Graaf. Hierdoor zal de opleidingsdimensie wellicht minder bepalend zijn dan dit het geval was bij de analyse van elementen van arbeidsethos.

Postmaterialisme is echter inhoudelijk sterk ideologisch gedefinieerd. Heunks (1989, 120) stelt dat de samenhang tussen postmaterialisme en een linkse oriëntatie in de loop der jaren (1975-1985) vrij aanzienlijk is gebleven. Bij de door ons ondervraagde jongeren werd eveneens een samenhang tussen politieke voorkeur en (post)materialisme gevonden ($F=3.24$, $df=5$, $p<0.01$, $R=0.033$). De jongeren met een Agalev voorkeur zijn het sterkst postmaterialistisch georiënteerd (1.57), vervolgens krijgen we SP (1.42), CVP (1.31), VU (1.22), PVV (1.15), Vlaams Blok (0.85). De ordening van de partijen naar postmaterialisme volgt blijkbaar vrij goed het klassieke links rechts schema.

Bij de situering van de typologie in de politieke ruimte werd een eerder zwakke ideologische dimensie onderkend met als extremen PVV en Agalev. Dit betekent dat de samenhang van de typologie met (post)materialisme dus zowel via opleiding als via een ideologische component tot stand kan gebracht worden.

Uit tabel 2 met de gemiddelde waarden blijkt dat ook postmaterialisme significant met de typologie geassocieerd is. Ditmaal zijn groep 1 (sterkst materialistisch) en groep 4 (sterkst postmaterialistisch) het sterkst (en significant) verschillend. Wanneer we de plaats van deze groepen bekijken in figuur 2 dan blijken die groepen het verst van elkaar verwijderd te zijn op de as die het sterkst bepaald wordt door geslacht. Dit laat vermoeden dat postmaterialisme ook samenhangt met geslacht. Dit is echter niet het geval.

Verder zijn de verschillen tussen groep 6 en groep 3 niet uitgesproken (en niet significant). Gegeven het effect van opleidingsniveau werd dit wel enigszins verwacht.

De vastgestelde samenhang typologie-(post)materialisme laat zich blijkbaar niet goed vatten door de plaats van de groepen in wat we genoemd hebben de socio-culturele en economische ruimte. Dit komt wellicht door een significant interactie-effect van geslacht en opleidingsniveau op (post)materialisme. Bij laag opleidingsniveau zijn meisjes postmaterialistischer dan jongens, bij hoog

opleidingsniveau is dit net andersom. Vandaar dat het hoofdeffect van geslacht verdwijnt.

Dat groepen 1 en 2 het sterkst materialistisch zijn en de groepen 4 en 6 het meest postmaterialistisch, ligt in de lijn van wat op basis van figuur 3 kan verwacht worden en is een indicatie van het belang van de ideologische dimensie bij de differentiëring en typering van de groepen.

De resultaten i.v.m. (post)materialisme zijn ook in overeenstemming met de inhoudelijke omschrijvingen van deze groepen. Dat modebewuste personen eerder materialistisch georiënteerd zijn en personen die negatief of onverschillig zijn t.a.v. mode postmaterialistisch zijn, mocht in feite wel verwacht worden.

Naast elementen van arbeidsethiek en (post)materialisme werd ook de houding m.b.t. een concreet en actueel thema in de analyse betrokken. Meer bepaald gaat het om de houding t.a.v. vreemdelingen. Bij dit thema is de relatie met de inhoudelijke omschrijving van de groepen van de typologie en meer concreet met de variabelen die bij de typologieconstructie werden betrokken minder evident dan dit het geval was bij de tot nu toe behandelde onderwerpen (arbeidsethos en postmaterialisme). Ogen-schijnlijk heeft de aandacht voor uiterlijke tekens niets te maken met een houding t.a.v. vreemdelingen en lijkt het onwaarschijnlijk dat die houding in de leefstijlruimte kan worden gesitueerd. Tenzij we natuurlijk aannemen dat de ideologisch dimensie de samenhang bewerkstelligt. Gegeven de politieke gevoeligheid van het onderwerp vreemdelingen lijkt dit aannemelijk en verwachten we in feite een samenhang met de typologie die analoog is met de resultaten i.v.m. (post)materialisme.

Aan de hand van zeven uitspraken was het mogelijk om een schaal te construeren die een algemene houding uitdrukt t.a.v. vreemdelingen (4). Er wordt terug gewerkt met factorscores en een sterk positieve waarde drukt een negatieve houding uit.

De samenhang tussen de typologie en houding t.a.v. vreemdelingen is terug significant. Op basis van de ge-

middelste waarden op de schaal hebben de groepen 1 en 2 de meest negatieve houding en de groepen 4 en voornamelijk 6 de meest positieve houding. In die zin komt het patroon dat gevonden werd bij de analyse van (post)materialisme, zoals verwacht, terug naar boven. Gegeven het feit dat de samenhang op deze wijze tot stand komt mogen we terug samenhangen verwachten en vinden we ook effectief significante samenhangen met politieke voorkeur, opleiding en geslacht in interactie met opleiding. Wat de samenhang met de politieke voorkeur betreft ($F=11.07$, $df=6$, $P<0.001$, $R=0.10$) is de volgorde behoudens de omkering van VU en CVP, die nagenoeg een gelijke gemiddelde waarde hebben, gelijk aan de volgorde die vermeld werd bij postmaterialisme. Vermeldenswaardig daarbij is wel dat Agalev en Vlaams Blok duidelijk extreme waarden hebben en zich duidelijk van de andere partijen onderscheiden.

Hoog opgeleiden staan positiever t.a.v. vreemdelingen dan laag opgeleiden ($F=27.38$, $df=1$, $P<0.001$, $R=0.05$) en binnen deze laatste groep zijn jongens beduidend negatiever dan vrouwen. Daar er bij de hoog opgeleiden nagenoeg geen sekse verschil is ontstaat hierdoor het verwachte interactie-effect ($F=10.90$, $df=3$, $P<0.001$, $R=0.06$).

Om deze paragraaf af te ronden kan nog meegedeeld worden dat wanneer op basis van de vier houdingskenmerken een houdingstypologie geconstrueerd wordt, deze zoals verwacht significant samenhangt met de typologie m.b.t. uiterlijke tekens (5).

7. Besluit

De algemene uitgangsvraag van deze bijdrage was of er bij jongeren leefstijlpatronen te onderkennen zijn. Om deze vraag te beantwoorden werden variabelen geconstrueerd, eenheden gegroepeerd en samenhangen geanalyseerd. Bij de gevolgde werkwijze kunnen ongetwijfeld opmerkingen gemaakt worden, o.a. bij de keuze van de variabelen, de interne homogeniteit van de groepen van de typologie en de evaluatie van de aard en de sterkte van de samenhangen. Belangrijker dan die opmerkingen lijkt

ons inziens echter de vaststelling dat het concept leefstijl een werk- en vruchtbaar uitgangspunt is gebleken om betekenisvol samenhangen te detecteren en te interpreteren.

De aandacht die besteed wordt aan uiterlijke tekens werd beschouwd als een expressief element van de leefstijl. Bij de onderzochte groep jongeren werden met betrekking tot die aandacht duidelijke verschillen vastgesteld. Het was mogelijk om die differentiatie te relateren aan componenten die betrekking hebben op de socio-culturele en economische dimensies van de leefstijlruimte. Daarbij dient opgemerkt dat naast deze klassieke dimensies het noodzakelijk lijkt om ook een ideologische dimensie in die ruimte op te nemen. Vervolgens werd, conform de definitie van het leefstijl-concept, de samenhang vastgesteld tussen de aandacht voor uiterlijk tekens en opvattingen in verband met arbeidsethos, (post)materialisme en vreemdelingen. Dit betekent dat stijlelementen kunnen beschouwd worden als een representatie van achterliggende waarden en opvattingen.

Ten slotte dient nog gewezen te worden op het gevaar van deterministisch denken bij dit type onderzoek. Uitspraken zoals: 'zeg me of je af en toe een modeblad koopt en ik zal je vertellen wie je bent' zijn onmogelijk en ontoelaatbaar daar ze een miskenning impliceren van de probabilistische grondslag van leefstijlpatronen. Het is dit probabilistisch karakter die het mogelijk maakt dat er binnen de leefstijlruimte voldoende ruimte is om te bricoleren.

VOETNOTEN

- (1) Tabel: Elementen van de factoren modegedrag en trendgevoeligheid met factorladingen (varimax-rotatie).

	gedrag	trendgevoeligheid
opmerkingen	0.40	0.12
praten	0.61	0.22
TV (bewust)	0.58	0.19
modeblad	0.62	0.08
TV (toeval)	0.55	0.18
modeshow	0.36	0.02
modetrend	0.03	0.91
kapsel	0.36	0.28
parfums	0.46	0.15
oude kleding	0.21	0.38

- (2) De gebruikte methode is de nearest centroid sorting (SAS). Om aan elke variabele een zelfde gewicht toe te kennen werden de variabelen gestandaardiseerd. De beslissing om 6 clusters te weerhouden is gebaseerd op de resultaten van het samenvoegingspatroon van een hiërarchische (Ward) clusteranalyse.

AANDACHT VOOR HET VERTOON: STIJL OF BRICOLAGE?

(3) Tabel: Uitspraken i.v.m. werkcentraliteit en werkaversie met bijbehorende factorladingen (varimaxrotatie).

	centraliteit	aversie
1. Als je iets van het leven wilt maken, dan moet je aan een vaste baan geraken.	0.53	-0.07
2. Niet werken dat is pas leven.	-0.04	0.36
3. Je kunt in je vrije tijd wel nuttige dingen doen, maar een vaste baan is toch belangrijk.	0.70	-0.18
4. Een loopbaan met veel geldgewin en aanzien trekt me toch wel aan.	0.50	0.07
5. Zelfs als ik de grote pot van de Lotto zou winnen dan zou ik nog blijven werken zoals voorheen.(*)	-0.04	0.51
6. Gaan werken lijkt me zo natuurlijk dat ik me niet kan voorstellen dat ik niet zou werken.(*)	-0.27	0.50
7. Zo ik de kans had te kunnen leven zonder te moeten werken dan zou ik die kans niet laten voorbijgaan.	0.11	0.65

(*) uitspraak werd bij de analyse omgedraaid.

- (4) Tabel: Uitspraken i.v.m. vreemdelingen met bijbehorende factorladin-
gen (varimaxrotatie).

1. Vreemdelingen zijn even betrouwbaar als Belgen.(*)	0.55
2. Gastarbeiders zijn de oorzaak van de huidige werkloosheid.	0.56
3. Het zou beter zijn de vreemdelingen terug te sturen naar hun land van herkomst.	0.77
4. Men moet vreemdelingen de toegang weigeren tot dancings.	0.73
5. Gemengde huwelijken moeten verboden worden.	0.53
6. Vreemdelingen plegen meer misdaden dan Belgen.	0.59
7. Belgen moeten voorrang krijgen op vreemdelingen bij het verkrijgen van werk.	0.66

* uitspraak werd bij de analyse omgedraaid.

- (5) Dit onderdeel van de analyse wordt hier in de tekst niet verder behandeld maar is bij de auteur beschikbaar.

BIBLIOGRAFIE

- ALLEGAERTS, P. EN L. VANMARCKE (1988), *Steil Haar, Haar stijl. Een bezinning over jeugdcultuur. Acco Aktueel*, 1, 5: 9-10.
- BRENTJENS, H. (1982), *Jeugdcultuur een veelheid van verschijnselen*. In: H.J.H. Brentjens e.a., *Waar blijft de jeugd*. Ambo, Baarn, 9-29.
- DHOOGHE, J. (1980), *Jeugd en verbruik, studie betreffende de leerlingen van 16 tot 19 jaar in Vlaanderen*. Rapport OIVO, Brussel.
- FRITH, S. (1987), *Jeugdsociologie*. Wolters Noordhoff, Groningen.

AANDACHT VOOR HET VERTOON: STIJL OF BRICOLAGE?

- GANZEBOOM, H. (1988), *Leefstijlen in Nederland: een verkennende studie*. Sociaal en Cultureel planbureau, Rijswijk.
- GRAAF, N.D. DE, EN P.M. DE GRAAF (1988), De samenhang tussen leeftijd en postmaterialistische waardenpatronen. *Sociologische Gids*, 35, 6: 397-417.
- HEUNKS, F.J. (1989), Activisme en politieke waarden 1974-1985. In: C.J.M. Corver en M. Elchardus, *Sociologisch en antropologisch jaarboek 1989*, reeks van het tijdschrift voor Sociologie, 99-131.
- JAMBERS, P. (1986), *Jassenstrijd, Wij moeten toch kleren hebben*. C. de Vries-Brouwers, Antwerpen.
- JANSSEN, J. (1987), What hempen homespuns have we swagering here ?! Jeugdkleding als totemcultuur. *Jeugd en Samenleving*, 17, 5, 259-291.
- JANSSEN, J. (1988), De jeugd, de toekomst en de religie, een analyse op basis van recent onderzoek. *Jeugd en Samenleving*, 18, 7/8, 407-426.
- MASO, B. (1987), Jeugdcultuur en de ontwikkeling van de mode. *Jeugd en Samenleving*, 17, 5, 317-335.
- ROSSEEL, E. (1985), *Ruiters en ridders van de lege dageraad. Evoluties in de arbeidsethiek van de jeugd*. Vrije Universiteit Brussel.
- WAAL, M., DE (1987), Kijken en bekeken worden. Kledingstijlen op een middelbare school. *Jeugd en Samenleving*, 17, 5, 292-315.