



MODE IN DE LAATMODERNE CONSUMPTIECULTUUR

Balancerend tussen 'oude' en 'nieuwe' vormen van sociale ongelijkheid

Christine Delhaye

Kleren en mode fungeerden lange tijd als belangrijke instrumenten om sociale ongelijkheid te representeren en te legitimeren. Bovengeschikte lagen van de bevolking onderscheidden zich door middel van ostentatief uiterlijk vertoon. In de feodale periode en ten tijde van de absolute monarchieën was mode het symbool bij uitstek van de macht van de adel, een symbool dat juridisch werd vastgelegd en beschermd door middel van een uitgebreid netwerk van weeldewetten. Tijdens de Franse revolutie werden de kledingvoorschriften ongrondwettelijk verklaard. Maar aan de reële situatie veranderde niet veel. In de burgerlijke samenleving functioneerde mode binnen nieuw ontwikkelde klasseculturele en geslachtsspecifieke voorschriften en bleef op die manier de maatschappelijke vormen van ongelijkheid representeren. Een situatie die tot laat in de jaren vijftig van deze eeuw zou duren.

Maar met de ontwikkeling van de na-oorlogse consumptiesamenleving wordt mode meer en meer een autonoom systeem dat zijn eigen vormen van ongelijkheid genereert. Enerzijds is er een steeds verdere ontwikkeling en verspreiding van de specifieke mode-logica over een groter deel van de kledingproductie. Anderzijds wordt met het vervagen van de traditionele klasseculturen en waardesystemen mode meer gebruikt als een expressiemiddel op zich. Mode wordt niet meer in eerste instantie beoordeeld en gewaardeerd als afspiegeling of re-presentatie van achterliggende klasseposities. Ze functioneert daarentegen steeds meer als een autonoom presentatiesysteem waarbij interne (stijl)elementen eigen vormen van ongelijkheid genereren.

1. INLEIDING

Lange tijd fungeerden mode en consumptie als belangrijke middelen om vormen van sociale ongelijkheid te representeren en te legitimeren. In de feodale periode en ten tijde van de absolute monarchieën was mode het symbool bij uitstek van de macht van de adel, toegeschreven aan afstamming en blauw bloed. Later in de moderne burgerlijke samenleving wordt mode symbool van economische rijkdom, een symbool dat enkel nog plaatsvervangend door de vrouw zal worden ingezet.

Met de ontwikkeling van de na-oorlogse consumptiesamenleving wordt mode meer en meer een autonoom systeem dat haar eigen vormen van ongelijkheid in het leven roept. Enerzijds is er een steeds verdere ontwikkeling en verspreiding van de specifieke mode-logica over een groter deel van de kledingproductie. Anderzijds wordt, met het vervagen van de traditionele klasseculturen en waardensystemen mode meer gebruikt als een expressiemiddel op zich. Mode wordt steeds minder een middel tot re-presentatie van achterliggende ongelijkheid, echter steeds meer een autonome presentatie die eigen aspecten van ongelijkheid genereert.

In een eerste paragraaf schets ik bij wijze van voorbeeld een aantal fragmenten uit twee historische periodes, het Ancien Régime en de moderne klassenmaatschappij waarin kledij en mode heel sterk functioneerden als afspiegeling van sociale ongelijkheid. In een tweede paragraaf schets ik de belangrijkste mechanismen die geleid hebben tot de ontwikkeling van de mode als een autonoom expressiesysteem. Een derde paragraaf behandelt kort een aantal visies over 'nieuwe' vormen van sociale ongelijkheid. In een vierde paragraaf probeer ik te laten zien dat, niettegenstaande modegedrag nog steeds voor een deel bepaald wordt door de 'klassieke' achtergrondvariabelen, mode toch in toenemende mate gaat functioneren als een autonoom criterium waarin eigen rangordes werkzaam zijn. Mode dus als een vorm van 'nieuwe' ongelijkheid.

Alvorens deze historische evolutie nader uit te tekenen, wil ik nog even ingaan op het begrip mode. Mode wordt hier gedefinieerd als het proces van georganiseerde verandering, van opeenvolging van stijlbreuken en vernieuwingen. Twee aspecten zijn essentieel om van mode te kunnen spreken: verandering en (korte) tijdsduur. Een kledingstijl die een hele tijd lang blijft duren en dus niet verandert, maakt geen deel uit van de mode maar van een klederdracht (De Leeuw, 1991: 14-15). Lipovetsky (1987: 26-28) spreekt in die zin over mode als

een 'sociale vorm' die zich echter niet beperkt tot één specifieke 'inhoud', tot één specifiek 'object', dat van de kleding en het uiterlijk. Het is het wel zo dat dit het terrein is waar de mode zich het eerst heeft ontwikkeld. De late middeleeuwen worden daarbij genoemd als tijdstip waarop de mode op dit vlak haar eerste beslag heeft gekregen (Lipovetsky, 1987 : 25; König, 1958(1965) : 99). Het is ook het domein waarin de mode zich het meest nadrukkelijk manifesteert. De band tussen deze vorm en deze specifieke inhoud is hier zo sterk dat men in het dagelijks spraakgebruik onder mode haast automatisch de mode op het vlak van de kleding en het uiterlijk verstaat. Toch treft men deze vorm verder ook aan in uiteenlopende domeinen als de woningbouw en -inrichting, de auto-industrie, de intellectuele productie, de artistieke productie, het spreken en de manieren. In deze tekst gaat het voornamelijk over mode op het vlak van de kleding en het uiterlijk.

2. MODE ALS REPRESENTATIE VAN ACHTERLIGGENDE ONGELIJKHEID (1)

2.1. Het Ancien Régime

Klederdracht en mode zijn vanouds belangrijke middelen om sociale verschillen te visualiseren. Bovengeschikte lagen proberen zich van de rest van de bevolking met uiterlijke middelen te onderscheiden. Een hele tijd lang wordt zelfs bij wet vastgelegd wie wat mag dragen. Consumptieve praktijken en uiterlijke verschijningsvormen worden per stand nader bepaald. Dergelijke kledingverordeningen en wetten tegen de weelde bestaan al heel lang. Ze zijn reeds te vinden in de oudheid. Ook is bekend dat Karel de Grote in 808 een verordening uitvaardigde die de kleding van de verschillende standen regelde (König, 1958(1965) : 97).

Maar met de ontwikkeling van de steden en de opkomst van de zelfbewuste burgerij neemt vanaf ongeveer de dertiende eeuw het aantal verordeningen zeer sterk toe en het uitvaardigen houdt gestaag aan. De drang van de opkomende burgerij om de adel te imiteren is groot. Vanaf die tijd ontwikkelt zich in Europa een uitgebreid netwerk van weeldewetten. Historici twifelen sterk aan het succes van die wetten. Uit de aanzienlijke vermeerdering wordt algemeen geconcludeerd dat deze voorschriften in toenemende mate overtreden worden (König, 1958(1965) : 97; Mongrédién, 1948 : 66-67 in Maso, 1989 : 109; Dela-

porte, 1984 : 35; Roche, 1987 : 102). De koning slaagt er nog nauwelijks in de adel te beschermen tegen de aspiraties van de burgerij. Rond 1700 worden de formele kledingvoorschriften dermate genegeerd dat de edelman Saint-Simon in 1714 lamenteert : '...on porte en France ce qu'on veut' (Saint-Simon, I 1327n geciteerd in Maso, 1989 : 110).

Toch zijn en blijven de hoven nog geruime tijd de plaats waar nieuwe modes worden gelanceerd. Aan het hof van Lodewijk XIV bereikt de mode een absoluut hoogtepunt. Maar ook in deze context is de mode aan voorschriften en regels gebonden, want ook hier heeft de mode als doel het uitdrukken van de status en de plaats van elkeen in de hiërarchie van het hof (Elias, 1974). Vooral de ceremoniële kleding is aan strenge en gedetailleerde voorschriften gebonden. Zo is bijvoorbeeld de lengte van de sleep van de mantels nauwkeurig vastgesteld : 'vier voet voor de kroonprins, drieënhalf voor de broer van de koning, twee voor de prinsen van den bloede, drie of vier duim voor een hertog' (Saint-Simon III, 1198n geciteerd in Maso, 1989 : 110). Het gebruik van niet-ceremoniële kleding wordt voornamelijk door ongeschreven regels georganiseerd. Eén daarvan is bijvoorbeeld dat personen van hogere rang over het algemeen kostbaarder kleding dragen dan hun mindere. Volgens Saint-Simon kleepte en kapte de parvenu Langlée zich op gelijkaardige wijze als de broer van de koning, maar zijn kleding was 'comme de raison', veel minder rijk versierd (Maso, 1989 : 110). De burgers die aan het hof belangrijke ambten bekleedden droegen onder het wakend oog van de koning het zwart waartoe zij verplicht waren. Slechts een enkeling kreeg het voorrecht zich te tooien als een edelman, maar dan 'de couleurs et de dorure plus modestes' (Saint-Simon II : 407 in Maso, 1989 : 112).

Ook in de steden functioneerden de min of meer formeel vastgelegde statussymbolen als belangrijke oriënteringspunten. Aan de kledij, aan de wapens, aan de plaats in de kerk en in de processie kon men zien tot welke stand iemand behoorde (Bolte, 1990 : 33).

In zijn boek *The Great Cat Massacre*, een cultuurhistorische studie van het 18de eeuwse Frankrijk, geeft de Amerikaanse historicus Darnton (1985 : 107-145) de beschrijving van Montpellier weer, zoals die in 1768 werd opgetekend door een anonieme burger uit de middenklasse van deze stad. In een 426 pagina's tellend manuscript, beschreef deze burger zijn hele stad, elk deeltje ervan, elk kapsel, elke pruikenmaker, kortom alles wat hem belangrijk scheen om een stad te leren kennen. Zo kwam hij ook met een beschrijving van 'une procession générale' op de proppen. Aan de hand van de kledij en de positie in de stoet, las de

anonieme auteur de maatschappelijke positie van de participanten af. Zo'n 'procession générale' was een indrukwekkende vertoning van kleuren, materialen en vormen. Bij dit hele spektakel wist de anonieme auteur te vertellen wat de precieze status en het inkomen was dat correspondeerde met de kleur en het materiaal van de gedragen gewaden en accessoires.

Dergelijke 'processions générales' functioneerden in deze sterk hiërarchische samenleving als een instrument om de realiteit te ordenen, grenzen te trekken, in- en uit te sluiten. Maar zo'n vertoning mag niet gelezen worden als een letterlijke afspiegeling van de samenleving aldus Darnton (1985 : 122), want het ver-groot sommige elementen en negeert andere. De anonieme auteur uit Montpel-lier was zich daar duidelijk bewust van. Volgens deze laatste bezat de geestelijkheid lang niet meer zo'n prestige als bleek uit de processie. Verder wees hij erop dat Montpellier een handelscentrum was, waar de burgers een gezond respect hadden voor weelde. De 'noblesse de robe' die een belangrijke plaats innam in de stoet had dan ook geen onderscheiden levensstijl, bezat geen specifieke autoriteit of voorrechten in deze stad waar in het algemeen bezit en weelde het belangrijkste waren. Voor de handelaars was er in de stoet veel minder plaats en de fabrikanten kwamen helemaal niet aan bod. Ook de rest van de bevolking : ambachtshui, huispersoneel en arbeiders waren uitgesloten. De processie gaf een realiteit te zien, die van de officiële instanties die niet meer strookte met het sociaal-economisch leven. De auteur zag zeer goed dat ten gevolge van de economische expansie de wereld sedert halfweg de eeuw behoer-lijk aan het veranderen was.

Maar ook hier temidden de verschuivingen en veranderingen van het leven van alle dag, weg van de ceremoniële wereld van de officiële instituten functioneerde de mode als een code van de sociale hiërarchie. 'Heren' droegen kniebroeken, arbeiders lange broeken. Dames waren gekleed in velours of zijde al naar gelang het seizoen. Gewone vrouwen droegen wol of katoen en hadden niet echt afzon-derlijk kleren voor de verschillende seizoenen. Alle vormen van opsmuk, van schoengespen tot pruiken onderscheidten adel en burgerij van de rest van het volk. De vroegere scheidslijn tussen adel en burgerij was aan het schuiven gegaan. Een andere maatschappelijke samenstelling was in aantocht.

2.2. De moderne industriële maatschappij

Na de val van het Ancien Régime, zijn standenstelsel, zijn absolutisme en aristocratie, blijft de mode binnen sterke klasseculturele voorschriften functioneren. Even ziet het er naar uit dat de Franse revolutie de discriminaties op het vlak van de mode teniet zal doen. De kledingvoorschriften worden ongrondwettelijk verklaard (Pellegrin, 1989 : 91; Perrot, 1981 : 31). Maar aan de reële situatie verandert weinig, de praktijken van het zich onderscheiden door middel van mode en etiquette gaan gewoon door. De moderne industriële maatschappij ontwikkelt zich tot een echte klassenmaatschappij, waarbij de hoogste klasse zich duidelijk opnieuw afzondert van de rest. Daartoe neemt de burgerij heel wat symbolen van de vroegere aristocratische levenswijze over : mode, ceremonieel en goede manieren.

"Ainsi la Révolution transforme radicalement en droit l'ordre des signes, commandé cette fois par un système non plus légal mais normatif. (...) Peu à peu ce ne sont plus que les rapports entretenus avec toute une science vestimentaire en élaboration (dans les domaines de l'esthétique, de l'hygiène, de la mode ou de la bienséance), constitutive de tout un capital symbolique, de toute une stratégie sociale, de toute une idéologie morale (du bon goût, du bon ton, de la distinction, de la décence, de la respectabilité ou du self-control), qui vont dorénavant permettre à la bourgeoisie de s'affirmer à son tour en matière d'habits, de dominer elle aussi le paraître" (Perrot, 1981 : 38-39).

Deze nieuwe klassensegregatie is echter niet de enige vorm van maatschappelijke segregatie. Naast de klassenstructuur kent de industriële samenleving ook de uitbouw van een typische geslachtelijke structuur (Beck, 1986 : 177). Met de ontwikkeling van de industriële samenleving worden arbeid en gezin in toenemende mate van elkaar afgezonderd. Mannen en vrouwen gaan steeds meer in gescheiden domeinen functioneren. De wereld van de arbeid wordt in toenemende mate een mannelijke wereld, het bestieren van de huishouding wordt een vrouwelijke. Althans dat is de nieuwe werkelijkheid van de burgerij, het nieuwe streefdoel daarentegen van de lagere klassen. Ieder krijgt van nu af aan zijn of haar specifieke taken toebedeeld : 'De man gaat op in de arbeid' (König, 1958(1965) : 115), de vrouw houdt zich onledig met huishouden en kinderen, mode en consumptie. Zo verlaten de mannen aan het begin van de 19de eeuw de mode, of beter zij trekken zich terug, aldus König in de mode van 'de nuchterheid' (König, 1958(1965) : 111). Mannen dragen van

nu af aan sobere donkere pakken die perfect passen bij hun ethiek van werkzaamheid, spaarzaamheid en deugd. Arbeid wordt nu het hoogste goed. Demonstratief nietsdoen en demonstratieve consumptie worden secundaire taken die de vrouw krijgt toevertrouwd. Zij zal plaatsvervangend de status van haar man uitdragen door zich te kleden en te bewegen volgens de code van het elegante nietsdoen (Veblen, 1899 (1974) : 148-163). Met haar inschakeling in de nieuwe klasse- en geslachtsstructuur is de mode onderhevig aan een tweevoudige waardering. Enerzijds wordt mode gedegradeerd tot 'vrouwelijke frivoliteit' of 'gril', ondergeschikt aan de ernstige, waardige bezigheden van de man. Anderzijds blijft ze functioneren als symbool van rijkdom en status van echtgenoot of vader. Als bewijs dat zij van gegoede komaf is of een goede partij getroffen heeft, tooit de burgervrouw zich met kleren die het haar onmogelijk maken zich met nuttige arbeid onledig te houden : "De crinoline die monsterlijke afmetingen aanneemt, is op zichzelf al een samenvatting van dit tijdperk van insnoering en verlamming. (...) Hoe meer een jurk de vrouw in haar bewegingen beperkt, des te meer impliceert deze personeel, ceremoniële verplaatsingen en verloren tijd" (Perrot, 1987 : 165). En het tijdschrift *La vie Parisienne* van 7 mei 1870 meldt : "meet men de plaats die willekeurig welke vrouw van deze tijd aan grondoppervlak inneemt, en u weet direct welke plaats zij in de maatschappelijke orde inneemt" (Perrot, 1987 : 256).

3. MODE ALS EEN ZELFSTANDIG EXPRESSIESYSTEEM

Maar het belang van stand, klasse of rijkdom als richtinggevende principes bij de produktie en consumptie, de perceptie en het gebruik van mode neemt gestaag af. Mode wordt steeds meer gezien en gewaardeerd als een doel op zich, als een geheel van stijlen en stijlverschillen die alle belang aan zichzelf ontlennen.

Twee ontwikkelingen zijn van bijzonder belang in het proces van het autonoom worden van de mode. Enerzijds is er aan de aanbodzijde de verdere ontwikkeling en verspreiding van de veldlogica over een steeds groter deel van de kledingproduktie. Anderzijds is er aan de gebruikerszijde het proces van individualisering waardoor mensen meer los komen te staan van traditionele normen en waardensystemen en traditionele klasseculturen. Dit loskomen maakt het mogelijk mode te percipiëren als een doel op zich, niet meer als afspiegeling van een achterliggende sociaal-economische logica. Beide processen krijgen, na een

lange ontwikkelingsgeschiedenis, een diepere betekenis aan het eind van de jaren vijftig.

3.1. De verdere verspreiding van de veldlogica (2)

Een fundamentele stap in het proces van het autonoom worden van de mode is de ontwikkeling van de 'haute couture'. Vanaf de tweede helft van de 19de eeuw gaan couturiers steeds meer zelfstandig werken en een eigen mode-huis openen. In plaats van uit te voeren wat de opdrachtgever oplegt, worden hier voor het eerst eigen creaties tentoongesteld aan een select publiek. De geïnteresseerden kunnen na afloop een model naar keuze bestellen op maat. Charles-Frédéric Worth, algemeen erkend als de grondlegger van de 'haute couture', opent in 1857 zijn huis. Wat later volgen Doucet (1880) en Rouff (1884), Paquin (1891) en de gezusters Callot (1896). Poiret (1906) en Lanvin (1909) zijn de grote vóór-oorlogse sterren. De 'haute couture' is geboren. Met deze ontwikkeling krijgen we voor het eerst een institutionalisering en orkestratie van de mode los van de gebruikers. Niet meer de opdrachtgever maar de couturier is nu de legitieme instantie om nieuwe tendensen te lanceren. Mode wordt steeds meer een autonoom veld, dat bezet wordt door professionelen en dat functioneert overeenkomstig een eigen veldlogica. De juiste lijn en het tijdstip van vernieuwing worden door de Parijse couturiers bepaald. De 'haute couture' legt de mode een eigen ritme op en bepaalt het tijdstip waarop de nieuwe collecties dienen te verschijnen. Ook het model wordt vanaf nu door de autonome couturier ontworpen. Stijlvorming en esthetische principes staan daarbij voorop, niet meer de leefwereld van de gebruikers. In de jaren '20 ontwerpen de couturiers Chanel en Patou een 'genre pauvre', door Poiret blijkbaar bespot als een soort 'misérabilisme de luxe' (Lipovetsky, 1987 : 95). Chanel en Patou stappen af van de traditie van de overladen luxe en decreteren de opzichtige eenvoud en soberheid tot de ultieme stijl. De door hen vooropgezette code zegt dat het chique staat om arm te lijken. Eeuwenoude statussymbolen worden afgedankt. Ook de traditionele representaties van mannelijkheid en vrouwelijkheid worden aan de kant gezet. In een eerste fase schaft Paul Poiret het corset af, symbool bij uitstek van het 'plaatsvervangend nietsdoen' (Veblen, 1899), van de vrouw als ornament. Even later gaat Chanel nog verder. Zij zal één van de belangrijkste verspreiders worden van de mannelijke look. 'La garçonne' wordt een nieuwe stijl voor vrouwen. Weer later zal Dior met zijn 'New Look' opnieuw een extreem vrouwelijke pracht en praal-stijl introduceren. En zo volgen de lijnen en stijlen zich op. Lijnen, vormen en materialen komen steeds meer los te staan van de aristocratische tradities, van de traditioneel gedefinieerde identiteiten van

mannelijkheid en vrouwelijkheid. De vestimentaire goederen worden in toenemende mate geconcipieerd en gecodeerd vanuit de specifieke veldlogica die gebaseerd is op stilistische meerwaarde, op continue vernieuwingen en obligate stijlbreuken.

Deze specifieke logica beperkt zich lange tijd tot de 'haute couture', de kledingproductie bestemd voor een heel kleine fractie van de samenleving. De meeste mensen richten zich tot kleermakers, naaisters of tot de goedkopere confectie. Ook in de eigen huishouding wordt er nog heel wat kleding vervaardigd. In deze laatste gevallen staan vaak heel andere principes voorop. Duurzaamheid, functionaliteit en prijs zijn de uitgangspunten van de kledingproductie gericht op het dagelijks gebruik van de lagere klassen.

Vanaf de jaren vijftig van deze eeuw komt er beweging in de situatie. De principes van stilering, stijlbreuken en wisselende collecties krijgen een steeds verdere uitbreiding over een groter deel van de kledingproductie. De periode van de wederopbouw na de oorlog betekent voor West-Europa niet alleen financiële ondersteuning, maar onvermijdelijk ook de introductie van een aantal elementen van 'the American Way of Life'. Amerika is al langer bekend met de industriële design. Hun grootmeester in het vak, de uitgeweken Fransman Raymond Loewy geniet reeds internationale naam en faam (Schönberger, 1990). In de na-oorlogse periode is West-Europa aan de beurt. Ook onze bedrijven komen onder de design-imperatief, gestuurd door de principes van marketing en publiciteit (Pauwels, 1988). Het veld van de mode ontkomt niet aan deze nieuwe zienswijze. Er is uiteraard nog steeds de triomf van de 'haute couture'. Dior zal in deze periode een onvergetelijke naam worden. Verder zijn er nog de successen van couturiers als Lucien Lelong, Jean Patou, Nina Ricci, Pierre Cardin en Balenciaga. Maar daarnaast ontwikkelt zich een 'andere' mode, een mode zoals die in Amerika bestaat, los van de gesofistikeerde 'haute couture', aangepast aan de eisen van het moderne functionele leven, een 'prêt-à-porter'-mode, die ver zal uitstijgen boven de bestaande confectiemode (Lambotte, 1989 : 243-245). De eerste confectionneur die vanuit deze nieuwe design-logica zijn confectie concipieert is de Fransman J.C. Weil. In 1949 lanceert hij zijn nieuwe soort massaproductie en geeft ze naar analogie van de Amerikaanse term 'ready-to-wear' de naam 'prêt-à-porter' (Lipovetsky, 1987 : 128; Yonnet, 1985 : 335-336). De tot dan toe voorhanden zijnde industriële productie in Europa bestond enerzijds uit een goedkoop genre massaconfectie, grof van snit en gericht op het dagelijks gebruik van de gewone burger en arbeider. Anderzijds bestond er een luxe-confectie die voornamelijk op de couture modellen geïnspireerd was (Meij,

1981 : 6-13). Een belangrijke sector van de mode-industrie in Amerika produceerde weliswaar ook in grote series maar van bijzonder hoogstaande kwaliteit, modellen aangepast aan de 'moderne' vormgeving en aan de moderne functionele vereisten. In 1956 gaat een Franse delegatie - onder leiding van A. Lempereur - op uitnodiging van de Amerikaanse regering deze 'revolutie' ter plaatse bestuderen. Zij is al snel overtuigd van de zaak en zal proberen in eigen land de nieuw verworven inzichten toe te passen (Lambotte, 1988 : 249). Zo valt een groter deel van de kledingproductie onder de logica van de design en wisselende collecties. Industriëlen worden bewust van de noodzaak stylisten in dienst te nemen om produkten aan te bieden die een modieuze en esthetische meerwaarde hebben. Kwaliteit, design en wisselende collecties worden de kenmerken van de betere massaproductie. In november 1957 wordt in Frankrijk het eerste salon van de prêt-à-porter georganiseerd, dat in april 1963 internationaal wordt. Steeds meer landen passen de 'ready-to-wear'-principes toe bij hun industriële kledingproductie.

Aan het begin van de jaren zestig zal de 'prêt-à-porter' echt naam maken door de komst van een eerste generatie ontwerpers die niet meer tot het domein van de 'haute couture' behoren : Daniël Hechter, Cacharel, Christiane Bailly, Pipart, Emmanuelle Kahn, Dorothée Bis... De eerste merken van de 'prêt-à-porter' worden gelanceerd en verschijnen vanaf deze periode in de reclame (Lipovetsky, 1987 : 128). De industriële productie verlaat de anonimiteit en krijgt een naam die ostentatief te kijk wordt gezet. Door de algemene erkenning van de 'industriële design' in het veld van de mode is het massaproduct een volwaardig 'teken' geworden, omgeven door de aura van een merknaam en opgenomen in het betekenisstelsel van de mode. De 'haute couture' is van haar dominante plaats verdreven. Er is niet meer één 'legitieme' mode die geïmiteerd of geadapteerd wordt, maar er zijn oneindig vele modes die alle proberen een distinctief kenmerk tot uiting te brengen. De hele kledingproductie, 'haute couture', 'prêt-à-porter haut de gamme', goedkope massaconfectie is nu aan de mode-logica onderworpen. Modieuze kledij is beschikbaar geworden voor zeer brede lagen van de bevolking. Het spel van stijlen en stijlverschillen wordt alles omvattend. Het 'esthetiseren van de alledaagsheid' is een manier van leven die voor steeds grotere maatschappelijke groepen open komt te staan (Schulze, 1989 : 73; Featherstone, 1991 : 65-83).

3.2. Individualisering en de ontwikkeling van de consumptie ethiek

Aan de aanbodzijde heeft zich alvast een radicale pluralisering en toeganke-lijkheid van de mode voorgedaan. Ook aan de gebruikerszijde doen zich een aantal ontwikkelingen voor die uitmonden in een veralgemeend consumptie-ver-langen, een verlangen naar steeds nieuwe en andere modes, een waardering van mode als doel op zich. Binnen het geheel van ontwikkelingen speelt het indivi-dualiseringsproces een doorslaggevende rol.

Een eerste aspect is de verkorting van de arbeidstijd. De instelling van de vijf-dagenweek en de vijfenveertigurenweek, de geleidelijke uitbreiding van de betaalde vakantie tot 12 dagen zijn belangrijke factoren in de mentaliteitswijzi-ging van brede lagen van de bevolking. Ontspanning, vrijetijdsbesteding, con-sumptie, reizen en toerisme kunnen nu in het tijdsbudget van steeds bredere lagen van de bevolking worden opgenomen. Een ander belangrijk element is de forse stijging van de lonen waardoor een ander verbruikspatroon mogelijk wordt. Het aandeel dat aan levensnoodzakelijke behoeften wordt besteed, vermindert gradueel. De op luxe gerichte consumptie stijgt. Zowel bij de arbeiders als bij de bedienden is een dergelijke verschuiving in deze periode op te merken. Vooral het voedselaandeel vermindert sterk. Bij kleding en linnen is de ver-schuiving veel beperkter. Het verbruik van meer modegebonden artikelen wordt hiervan als oorzaak aangeduid (De Brabander, 1988 : 109-110). De ethiek van spaarzaamheid en soberheid die nog in zwang was bij een groot gedeelte van de bevolking wordt langzaam aan ingeruild voor een veralgemeende consumptie-ethiek.

Geleidelijk aan verliezen de traditionele waardenproducerende instituties hun impact. Mensen komen steeds meer los te staan van traditionele banden, geloofssystemen en klasseverhoudingen. De speelruimte voor individuele beslis-singen, opvattingen en keuzes wordt steeds groter. In navolging van U. Beck (1986; Beck-Gerschein, 1983) omschrijven we dit globale proces van 'bevrijding' uit historisch voorgegeven patronen en de daarmee gepaard gaande toenemende beslissingsruimte van individuen met het begrip individualisering. Door het vervallen van de vroegere normerende voorstellingen en opvattingen, komt er steeds meer ruimte vrij voor nieuwe levenswijzen, visies en praktijken. Zo ook kunnen er zich nieuwe consumptie- en modepraktijken ontwikkelen. De consumptie-ethiek wint aan belang naarmate de traditionele waardepatronen verbleken. Want aldus Beck (1986 : 211), mensen kunnen zich nu wel bevrijd weten van de druk van de vroegere klasseculturen en traditionele voorschriften,

ze zijn daardoor wel direkt afhankelijk geworden van de druk van de arbeidsmarkt en van de consumptiecultuur. De functies van de traditionele socialiserende en identiteitsvormende instanties (klasse, gezin) worden geleidelijk door de consumptiecultuur overgenomen. Geheel in dezelfde lijn beschrijven Leiss, Kline en Jhally in hun studie over de geschiedenis van de publiciteit de verschuiving van de consumptieregulerende instanties: "The space left as these influences - the influences of church sermons, political oratory and the words and percepts of family elders - have diminished has been filled largely by 'the discourse through and about objects'" (Leiss e.a., 1986 : 3) en "The functions of older cultural traditions in shaping consumption patterns and the sense of satisfaction for individuals have been taken over by media based messages through which are circulated a great assortment of cues and images about the relationship between persons and goods" (Leiss e.a., 1986 : 11). Niet meer de traditionele klasseculturen maar etalages, reclame en publiciteit, 'de vertogen door middel van en over de objecten' geven nu richting aan de mode en consumptiepraktijken. Zo worden consumptiegoederen en modes niet meer in eerste instantie beoordeeld en gewaardeerd als afspiegeling van achterliggende klasseculturen of maatschappelijke posities maar in en voor zichzelf. Mode en consumptiepraktijken worden steeds meer gericht vanuit 'veld-interne' criteria als stijl en 'in zijn', 'er jong uit zien'. Veld-externe criteria als klassepositie, standsbewustzijn, afkomst en status verliezen aan belang.

Uit eigen onderzoek naar de betekenis van mode en modepraktijken bij vrouwen tussen 20 en 50 jaar blijkt inderdaad dat enkel nog de vrouwen uit de oudste leeftijdscategorie refereren aan een soort klassebewustzijn, die ofwel nog steeds dient als leidraad voor hun handelen of die ze zich nog herinneren van 'in de tijd toen ze nog thuis waren'. Een 48-jarige moeder vertelt in een interview over de conflicten die ze met haar dochter had in verband met haar modekeuze. Haar dochter wou, aldus de moeder, teveel met de 'massamode' meedoen. Zijzelf vindt dat mode aanvaardbaar moet zijn binnen het kader van 'ons soort mensen'. Kleding moet standing zijn, iets verraden van je afkomst. Een andere vrouw (40 jaar) vertelt dat ze zich van haar ouders absoluut niet mocht opmaken omdat dat niet gepast was voor mensen van hun soort : "*Dat was goed voor de dochter van de kolenboer, zei mijn moeder*".

De jongere generaties daarentegen refereren in het geheel niet meer naar iets als een klassecultuur of naar externe referentiegroepen die bepalend zouden zijn voor hun consumptiegedrag. Het belang dat men hecht aan vorm en stijl, het verlangen naar iets nieuws, dat zijn de nieuwe drijfveren achter hun mode- en

consumptiepraktijken. De enige richtinggevende instanties dat zijn zij zelf, hun persoonlijke smaak, hun individuele wensen, zo vertellen zij. Zonder zich te storen aan de vroegere voorschriften, leven de jongere generaties mee op het ritme van de objecten en de modes. Mode wordt meer en meer een expressiesysteem dat op zichzelf wordt gewaardeerd. Daarmee verandert de betekenis van de esthetiek van het alledaagse leven grondig: naarmate zij steeds minder fungeert als een sociaal-economisch distinctiemiddel treedt het betekenisstelsel van het specifieke veld in kwestie steeds sterker naar voren.

4. 'NIEUWE ONGELIJKHEDEN'

Vanuit verschillende hoeken worden er pogingen ondernomen om het vervagen van de specifieke klasseculturen te thematiseren. De consumptiemaatschappij, tot volle ontwikkeling gekomen aan het eind van de jaren vijftig, begin de jaren zestig, heeft volgens bepaalde cultuurtheoretici een complete nivellering onder de bevolking teweeggebracht (3). 'De verburgerlijking van de arbeidersklasse' is een andere variant op deze nivelleringsstheorie. De auteur die wel op een zeer eigenzinnige wijze gefascineerd was en is door de werking en effecten van de westerse consumptiemaatschappij is J. Baudrillard. In zijn analyses trekt hij deze nivellerings-gedachte radikaal door. Volgens Baudrillard zijn door de ontwikkeling van de massaconsumptie alle reële verschillen tussen mensen en tussen sociale groepen verdwenen. Wat nog rest zijn de 'hyperreële' verschillen, tot stand gebracht door de gedifferentieerde consumptie van tekens en modellen.

"...c'est la concentration monopolistique industrielle qui, abolissant *les différences réelles* entre les hommes, homogénéisant les personnes et les produits, inaugure simultanément le règne de la différenciation. (...) c'est sur la perte des différences que se fonde le culte de la différence" (Baudrillard, 1970 : 127).

Maar ook vanuit totaal andere hoeken komt er kritiek op de klassieke visie die sociale ongelijkheid voornamelijk in verband brengt met de positie in het productieproces. De vrouwenbeweging, de toenemende interesse voor 'welzijn' in plaats van 'welvaart', de nieuwe gevoeligheid voor 'de kwaliteit van het leven', het ontstaan van nieuwe sociale bewegingen; dit alles brengt nieuwe vormen en aspecten van ongelijkheid naar voren. Steeds meer 'horizontale' ongelijkheden tussen geslachten, leeftijdsgroepen, regio's, etnische groepen worden in de loop

van de jaren zeventig aan de kaak gesteld (Berger en Hradil, 1990 : 5-9). Deze 'nieuwe' sociale ongelijkheden - nieuwe dimensies (bijvoorbeeld openbare goederen, vrijetijd en consumptie) zowel als nieuwe oorzaken - (bijvoorbeeld de welvaartsstaat) als nieuwe determinanten (bijvoorbeeld geslacht, cohorte, leeftijd, nationaliteit) zijn onder de aandacht gekomen vanwege hun groeiende omvang enerzijds, anderzijds zijn ze juist zichtbaar geworden door een veranderde waarneming, interpretatie en betrokkenheid (Kreckel, 1983 : 7, Hradil, 1990 : 124-126). Begrippen als stand en klasse blijken dan ook in toenemende mate ongeschikt om de specifieke vormen van hedendaagse ongelijkheid te kunnen vatten.

Met de opname in de jaren tachtig van het 'post-modernisme'-debat in de sociologie, genieten de 'klassieke' moderniseringstheorieën als het ware een hernieuwde belangstelling. In deze context wordt dan ook de vraag naar de 'moderne' vormen van ongelijkheid gesteld. Het is voornamelijk de verdienste geweest van Ulrich Beck (1983; 1986) om de moderniseringstheorie te koppelen aan de vraagstelling van sociale ongelijkheid, en dat in zijn al eerder vernoemde 'individualiseringstheorie'. Het proces van individualisering heeft de bestaande sociale ongelijkheid niet uitgewist, aldus Beck. Wel is het zo dat de sociaal-economische positie van groepen ('klassen') en het specifieke culturele karakter van groepen steeds losser van elkaar komen te staan. Onafhankelijk van de bestaande objectieve sociale ongelijkheid eroderen de specifieke klasseculturen. Individualisering betekent dat er binnen gegeven objectieve grenzen een pluralisering van levensstijlen ontstaat. Vanuit het perspectief van de individualisering van sociale ongelijkheid moeten beide aspecten; dat van de sociaal-economische *afstand* tussen groepen en dat van het specifieke *karakter* van groepen uit elkaar worden gehaald (Beck, 1986 : 142). De historische symbiose van stand en klasse heft zich op (Beck, 1986 : 154) (4).

Dergelijke differentiatie van de sociaal-economische en de esthetisch-expressieve dimensie heeft als consequentie dat beide kunnen functioneren als autonome en strategische terreinen van sociale ongelijkheid.

Het is dan ook niet toevallig dat het begrip 'levensstijl' na een tijd lang in de vergeethoek te zijn geraakt, mede onder impuls van de marketing waar het reeds een aantal jaren floreert, terug in de sociologie is terechtgekomen. Met de (her)introduktie van dit begrip sluit de sociologie opnieuw aan bij de traditie van twee van haar grondleggers. Enerzijds is er Max Webers thematisering van de 'Lebensführung' van standen. Weber geeft toe, dat alhoewel het niet noodza-

kelijk zo is, standen en klassen vaak samenvallen. Echter, met het begrip stand wil hij juist de autonomie van het symbolisch-expressieve moment aan de orde stellen. De waarde en eer die aldus Weber aan de levensstijl van bepaalde statusgroepen gehecht wordt, is gerelateerd aan niets anders dan hun schoonheid en uitmuntendheid. Deze eer oefent in zoverre invloed uit op de maatschappelijke ordening in de mate ze mensen stratificeert in termen van hun levensstijl (Weber, 1946(1973) : 186-194; Weber, 1964 : 226-227; Duncan, 1969 : 41). Anderzijds is ook bij Simmel de stilering van het leven een belangrijk sociologisch thema. Simmel beklemtoont voornamelijk het feit dat met de toenemende differentiatie zowel de kans als de druk tot individuele expressie groeit. Het moderne individu heeft steeds meer behoefte om uit het groeiende aanbod van culturele en commerciële goederen een actieve keuze te maken waarbij hij door middel van collectief gesanctioneerde vormen zijn identiteit uitdrukt. Een identiteit die hij tegelijk ontleent aan een vorm van 'er bij horen' als aan een zekere 'differentiatiebehoefte'. Zowel Weber als Simmel erkennen vormen van 'Lebensführung' respectievelijk de stileringsvormen van het leven als autonome systemen met een eigen stratificatiedynamiek.

5. MODE BALANCEREND TUSSEN 'OUDE' EN 'NIEUWE' VORMEN VAN ONGELIJKHEID

Uiteraard blijven variabelen als inkomen en opleiding een rol spelen in de verklaring van menselijk keuzegedrag, in casu modegebruik. Dit blijkt uit een onderzoek van G. Loosveldt naar levensstijlen bij jongeren van 19 en 20 jaar. Zoals sekse is ook de klasseachtergrond - geoperationaliseerd aan de hand van de variabele 'al dan niet beroepsactief zijn van beide ouders' en de variabele 'opleidingsniveau van de ouders' - een belangrijke verklarende variabele inzake modegebruik (Loosveldt, 1989). Ook M. de Waal constateert in haar onderzoek naar kledingstijlen op middelbare scholen dat er nog steeds een relatie is tussen jongerenstijlen, klasseachtergrond en onderwijstype (de Waal, 1987 : 297). Maar de enorme variëteit en discontinuïteit van verschijningsvormen en stijlen doen vraagtekens rijzen bij causale verklaringen die zich beperken tot sociaal-economische achtergrond of opleidingsniveau.

Ganzeboom, die in zijn verkennende studie *Leefstijlen in Nederland* ingaat op een aantal methodologische en theoretische vragen in verband met leefstijlanalyse, geeft toe dat de systematiek in keuzegedrag en dus de voorspelbaarheid

ervan samenhangen met de klassieke achtergrondvariabelen als leeftijd, opleiding, beroep, inkomen... De sociale achtergrond opent nu eenmaal mogelijkheden en legt beperkingen op. Maar er is meer aan de hand, aldus Ganzeboom. Gedragsvoorkeuren hebben een systematiek en samenhang die zich niet helemaal laten reduceren tot de specifieke restricties en mogelijkheden die de sociaal-culturele achtergrond met zich meebrengt. Juist daardoor wordt veelal de behoefte gevoeld leefstijlgroepen in de analyse op te nemen (Ganzeboom, 1988 : 7-8).

Ook al zijn de begrippen 'leefstijl', 'leefstijlgroepen' of 'stijlgroepen' binnen de sociologie nog niet vastomlijnd maar eerder diffuus, ze duiken in toenemende mate op in analyses van de 'laatmoderne' of de 'postmoderne' samenleving. Paul Willis constateert, naar aanleiding van een recent onderzoek naar culturele praktijken bij jongeren in Engeland, een nieuwe wijze van groepsvorming die hij 'proto-communities' noemt (Willis, 1990). Deze 'proto-communities' functioneren, aldus de auteur, als los-vaste, verschuivende, groepeerende en her-groepeerende gemeenschappen, die tot stand komen op basis van gedeelde stijlen, modes, interesses en verlangens. Groepen ontstaan steeds meer op basis van 'subjectieve' factoren als bijvoorbeeld gedeelde culturele interesses en aspiraties in plaats van 'objectieve' factoren als positie op de arbeidsmarkt of buurtlidmaatschap (Willis, 1990 : 140-142).

Uiterlijke stijlen en modes worden steeds meer ingezet om zichzelf te presenteren als behorende tot deze of gene groep, om anderen te ordenen en te beoordelen, om ze uit te kiezen of ze uit te sluiten, om ze boven of onder te schikken. Stijl op zich, los van een eventuele verwijzing naar de klasse-achtergrond, wordt in toenemende mate een autonoom criterium. Uit het reeds eerder aangehaalde onderzoek van Mieke de Waal blijkt duidelijk hoe stijl onder jongeren functioneert als een primordiaal ordeningsprincipe. Meer nog, aldus de Waal, het beoordelen van anderen krijgt onder tieners nog een extra dimensie : er wordt niet alleen gekeken naar hoe iemand is. Er wordt vooral ook de vraag gesteld 'zou ik zo willen zijn ?' (de Waal, 1987 : 294). Tieners bevinden zich in een levensfase waarin ze een eigen identiteit moeten ontwikkelen. Modes en stijlen spelen daarbij een belangrijke rol : "Eén van de manieren om erachter te komen wie je bent, is te kijken tot welke personen en levensstijlen je je aangetrokken voelt" (de Waal, 1987 : 294). En éénmaal een plaats innemen in een stijlgroep, is tegelijk een positie innemen in een bepaalde hiërarchie. Er is nogal wat gekrakeel tussen de stijlgroepen over welke de beste, de vlotste, de meest modieuze zijn. Minstens even belangrijk zijn de rangordes binnen de stijl-

groepen. "Er zijn - van boven naar beneden - allereerst de leiders, de trendsetters. Direct na hen komen de snelle volgers, degenen die onmiskenbaar tot de groep te rekenen zijn maar niet de dienst uitmaken. Vervolgens heb je de zogenaamde meelopers, personen van wie het duidelijk is dat ze eerst anderen met iets moeten zien, voor ze er aan denken om het zelf aan te trekken. Door de leiders en de snelle volgers worden zij geduld maar niet hoog geacht. (...) Helemaal onder in de hiërarchie staan diegenen die door hun uiterlijk te kennen geven tot de groep te willen horen, maar die hun claim niet waar kunnen maken. Op hen richt zich de spot van de anderen. Die noemen hen denigrerend een 'semi-kakker' of een 'semi-punk'" (de Waal, 1987 : 309).

Ook in de volwassen wereld bieden dergelijke vormen van 'stilistische' ongelijkwaardigheid - weliswaar op een meer impliciete wijze - evenzovele aanknopingspunten en criteria op grond waarvan sociale relaties en/of communicatiekanalen geopend of gesloten kunnen worden. In mijn eigen onderzoek drukt een 35-jarige vrouw het heel typerend uit : "Ik vind het pretentius van sommige mensen die zeggen och, het uiterlijk het doet er allemaal niet toe en dan te gaan hopen dat anderen maar de moeite zullen nemen om te graven, om uit te vissen of je toch een interessant iemand bent. (...) Ik bedoel maar zo'n houding is niet serieus ten opzichte van je medemens. Ik bedoel, ik doe dat zelf ook niet. Mensen die mij er totaal oninteressant uitzien hebben een standje achter gewoon en ik zou wel eventueel als ik daar duizend uren de tijd voor heb wel eens gaan graven of het inderdaad nog wel klopt, maar ik bedoel, daar moet ik voor arbeiden bij wijze van spreken en het is dus van die mensen uit dan ook een pretentieuze opstelling van te denken dat ik elke keer voor elke medemens die ik ga tegenkomen, dat ik daar de tijd ga insteken om eens te graven hoe interessant die wel is". Een andere vrouw stelt het wat minder onomwonden : "Ik beoordeel mensen ook vaak, nu ja niet puur op hun uiterlijk. Maar ik ben zelf ook zo, dat ik zou zeggen, van ja kijk, tiens die..., ja ik voel mij ook meer aangetrokken tot mensen die er goed uitzien. Niet dat dat het belangrijkste is, maar ik bedoel, vermits ik zelf altijd kijk, of rond mij kijk naar mensen die er goed uitzien, ligt dat voor de hand dat ik probeer zelf er ook wel een beetje goed uit te zien". En of iemand er al dan niet goed uitziet, wordt dan ook in hoofdzaak aan de hand van stilistische criteria beoordeeld. De gebruikte terminologie om niet-stijlgelijken te omschrijven is dan ook vaak nogal plastisch. Deze repondente die zelf nogal beïnvloed is in haar kleurenvoorkeur door de 'punkstijl' heeft het met de nodige minachting over de 'talkpoedermensen', zij die een voorkeur hebben voor de pastelmode.

In een klimaat van toegenomen aandacht voor de verschijning functioneren stijl en esthetiek als een soort platform voor vlottende groepsvorming of door M. Maffesoli 'tribus' genoemd. In dit tijdperk van verhoogde esthetische sensibeleit werkt het beeld, de vorm, de stijl als aantrekkingspool voor de vorming van verschillende 'tribus'. Of het nu gaat om groepsvorming op het vlak van kledij, vrije tijd; aan de basis ligt een gedeelde esthetische gevoeligheid die functioneert als een soort collectieve emotie, als een 'cum-sensualis' (Maffesoli, 1990 : 110-113, 10). De postmoderniteit introduceert, aldus Maffesoli, een vorm van sociale solidariteit, gebaseerd op verschillende vormen van esthetische geladenheid. De sociale verhoudingen worden niet langer uitsluitend bepaald door een economisch-politieke logica maar evenzeer door een 'éthique de l'esthétique' (Maffesoli, 1990 : 13).

Niettegenstaande de conceptualisering nog vrij diffuus is, wijzen toch heel wat bevindingen in de richting van een toenemende autonomie van de alledaagse esthetische expressiesystemen. Hiermee wordt bedoeld dat de esthetische expressie niet meer ingezet wordt als representatie van een achterliggende logica en daaruit resulterende groepsvorming (bijvoorbeeld socio-economische), maar steeds meer functioneert als een logica op en voor zichzelf en zelf uitgangspunt is van maatschappelijke groepsvorming of om de woorden van Maffesoli over te nemen, zelf oorzaak is van sociale solidariteit. In die zin kunnen we ook spreken van mode als een autonoom expressiesysteem dat eigen verschillen, onderscheidingen en vormen van sociale ongelijkheid genereert.

VOETNOTEN

- (1) Voor een meer uitgebreide chronologische uitwerking van dit thema, zie Delhaye, C., 'Geschiedenis van de mode van 1990', *De Gids*, 153(1990) : 254-264.
- (2) Een explicietere definiëring van het veldbegrip is te vinden in Delhaye, C., 'Mode en Consumptie. Enkele sociologische aantekeningen', *Tijdschrift voor Sociologie*, 12(1991)1 : 61-82.
- (3) Adorno en Horkheimer, en Marcuse zijn wellicht de meest bekende vertegenwoordigers van de 'linkse' variant van deze 'nivelleringsthese'.
- (4) In tegenstelling tot het eerste deel van deze tekst waar het begrip stand verwijst naar een maatschappelijke groep binnen een hiërarchische ordening van groepen gekenmerkt door een verschillende mate van sociaal

prestige en door een formeel vastgelegde ongelijke verdeling van rechten en plichten, gebruikt Beck het begrip hier in nogal uitgesproken Weberiaanse zin, namelijk in hoofdzaak de klemtoon leggend op het aspect van 'Lebensführung' van een bepaalde groep.

BIBLIOGRAFIE

- Bader, V.M., A. Benschop (1988) *Pro-theorie van sociale ongelijkheid en collectief handelen*. Groningen : Wolters-Noordhoff.
- Barber, B., L.S. Lobel (1952) 'Fashion in womens' clothes and the American social system', *Social Forces*, 31 : 124-131.
- Baudrillard, J. (1970) *La société de consommation*. Paris : Denoël.
- Baudrillard, J. (1972) *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris : Gallimard.
- Baudrillard, J. (1976) *L'échange symbolique et la mort*. Paris : Gallimard.
- Beck, U. (1983) 'Jenseits von Klasse und Stand ?' pp. 35-74 in R. Kreckel (Hrsg.) *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen : Schwartz (Soziale Welt : Sonderband 3).
- Beck, U. (1986) *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt : Suhrkamp.
- Beck-Gerschein, E. (1983) 'Von 'Dasein für Andere' zum Anspruch auf ein Stück 'eigenes Leben' : Individualisierungsprozesse im weiblichen Lebenszusammenhang', *Soziale Welt*, 34 (3) : 307-340.
- Bolte, K.M. (1990) 'Strukturtypen sozialer Ungleichheit. Soziale Ungleichheit in der Bundesrepublik Deutschland im historischen Vergleich', pp. 27-50 in P.A. Berger, S. Hradil (Hrsg.) *Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile*. Göttingen, Schwartz (Soziale Welt : Sonderband 7).
- Bourdieu, P. (1980) *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Minuit.
- Brout, B. (1983) 'Ritueel verzet en wetenschappelijk ritueel. De subkulturele benadering van Jeugdsbulturen', *Te Elfder Ure*, 26 (3) : 573- 593.
- Darnton, R. (1985) *The Great Cat Massacre. And other Episodes in French Cultural History*. New York : Vintage Books.
- De Brabander, G. (1988) 'Economische Transitie', *De fifties in België*. Sint-Niklaas, Agoran : 104-121.
- Delaporte, Y. (1984) 'Perspectives méthodologiques et théoriques dans l'étude du vêtement', *L'Ethnologue*, LXXX (92/93/94) : 33-60.

- De Leeuw, K.P.C. (1991) *Kleding in Nederland 1813-1920. Van een traditioneel bepaald kledingpatroon naar een begin van modern kledinggedrag*. Tilburg : Proefschrift ter verkrijging van de graad van doctor aan de Katholieke Universiteit Brabant.
- Delhaye, C. (1990) 'De geschiedenis van de mode ofte wel l'histoire de l'homme ou de la femme comme il faut', *De Gids*, 153 (4) : 254-264.
- Delhaye, C. (1991) 'De na-oorlogse geschiedenis van de mode : van transparant symbool tot vlottend teken'. Lezing voor de conferentie *Media en Sociaal-culturele verandering ca. 1500-nu*. Amsterdam, Stichting Maatschappij-geschiedenis, 24 mei 1991.
- Delhaye, C. (1991a) 'Mode en consumptie. Enkele sociologische aantekeningen', *Tijdschrift voor Sociologie*, 12 (1) : 61-82.
- de Waal, M. (1987) 'Kijken en bekeken worden. Kledingsstijlen op de middelbare school', *Jeugd en Samenleving*, 17 (5) : 292-315.
- Duncan, H.D. (1969) *Symbols and social theory*. New York : Oxford University Press.
- Elias, N. (1974) *La société de cour*. Paris : Calman-Lévy.
- Featherstone, M. (1991) *Consumer culture and Postmodernism*. London : Sage (Theory, Culture & Society).
- Ganzeboom, H. (1988) *Leefstijlen in Nederland : een verkennende studie*. Rijswijk : Sociaal en Cultureel Planbureau / Alphen aan den Rijn : Samsom.
- Hoerning, K.H., M. Michailow (1990) 'Lebenstil als Vergesellschaftungsform', P.A. Berger, S. Hradil (Hrsg.), *Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile*. Göttingen : Schwartz (Soziale Welt : Sonderband 7).
- Hradil, S. (1990) 'Postmoderne Sozialstruktur ? Zur empirischen Relevanz einer 'modernen' Theorie sozialen Wandels', pp. 115-152 in P.A. Berger, S. Hradil (Hrsg.), *Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile*. Göttingen : Schwartz (Soziale Welt : Sonderband 7).
- König, R. (1965) *Sociologie van de mode*. Utrecht/Antwerpen : Aula (vert. van Die Mode in der menschlichen Gesellschaft, 1958).
- Kreckel, R. (Hrsg.) (1983) *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen : Schwartz (Soziale Welt : Sonderband 3).
- Lambotte, J. (1988) 'Van Dior tot prêt-à-porter', *De Fifties in België*. Sint Niklaas, Agora : 424-253.
- Leiss, W., S. Kline, S. Jhally (1986) *Social communications in advertising*. New York/London : Methuen.

- Lipovetsky, G. (1987) *L'empire de l'éphémère*. Paris : Les Editions Gallimard.
- Loosveldt, G. (1989) 'Aandacht voor vertoon : stijl of bricolage?', *Tijdschrift voor Sociologie*, 10 (3/4) : 479-508.
- Luedtke, H. (1990) 'Lebensstile als Dimension handlungsproduzierter Ungleichheit', pp. 433-454 in P.A. Berger, S. Hradil (Hrsg.), *Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile*. Göttingen : Schwartz (Soziale Welt : Sonderband 7).
- Maffesoli, M. (1988) *Le Temps des Tribus*. Paris : Meridiens Klincksieck.
- Maffesoli, M. (1990) *Aux Creux des apparences*. Paris : Plon.
- Maso, B. (1989) 'Mode en Monarchie', *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift*, 16 (2) : 108-132.
- Meij, I. (1981) 'De verkoop van confectie in Nederland', *Mode voor Iedereen : confectie 1880-1980*. Den Haag : Haags Gemeentemuseum.
- Mueller, H.P. (1989) 'Lebensstile. Ein neues Paradigma der Differenzierungs- und Ungleichheitsforschung?', *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 41 : 53-71.
- Pauwels, H. (1988) 'Het creatieve geweten', *De Stoute Jaren 58-68*. Leuven, Kritak : 91-107.
- Pellegrin, N. (1989) 'Het dagelijks leven en de mode. Vrouwen, kleding en de Revolutie', pp. 88-93 in *Vrouwen in de Franse Revolutie*. Brussel, Bank Brussel Lambert.
- Perrot, Ph. (1984(1987)) *Werken aan de schijn. Veranderingen van het vrouwelijk lichaam*. Nijmegen : Sun (vert. van *Le travail des apparences*).
- Perrot, Ph. (1981) *Les Dessus et les Dessous de la Bourgeoisie*. Paris : Editions Complexe.
- Roche, D. (1987) 'L'économie des garde-robes à Paris de Louis XIV à Louis XVI', pp. 93-118 in O. Burgelin, Ph. Perrot (red.), *Parure, pudeur, étiquette*. Paris : Seuil (Communications, 46).
- Schoenberger (ed.) (1990) *Raymond Loewy. Pioneer of American Industrial Design*. Munich : Prestel.
- Schulze, G. (1988) 'Alltagsästhetik un Lebenssituation. Ein Analyse Kultureller Segmentierungen in der Bundesrepublik Deutschland', pp. 71-92 in H.G. Söffner (Hrsg.), *Kultur und Alltag*. Göttingen : Schwartz (Soziale Welt : Sonderband 6).
- Simmel, G. (1900 (1989)) *Philosophie des Geldes*. Frankfurt a. Main : Suhrkamp.

Simmel, G. (1911 (1986)) 'Die Mode', pp. 38-63 in G. Simmel, *Philosophische Kultur*. Berlin : Verlag Klaus Wagenbach.

Veblen, Th. (1899(1974)) *De theorie van de nietsdoende klasse*. Amsterdam : De Arbeiderspers (vert. van *the Theory of the Leisure Class*).

Weber, M. (1946(1973)) *From Max Weber : Essays in Sociology* (vertaling, red. en met een inleiding van H.H. Gerth & C. Wright Mills). New York : Oxford University Press.

Weber, M. (1964) *Wirtschaft und Gesellschaft*. Erster Halbband (red. J. Winckelmann). Köln/Berlin : Kiepenheuer & Witsch.

Willis, P. (1990) *Common Culture. Symbolic Work at Play in Everyday Culture of the Young*. Buckingham : Open University Press.

Yonnet, P. (1985) *Jeux, modes et Masses*. Paris : Les Editions de Gallimard.