

KLEDING: HET AUTHENTIEKE BEELD? HET STANDPUNT VAN JONGEREN

Laura Bovone

Ons leven wordt bepaald door beelden. Hoe complexer de ons omringende werkelijkheid, des te minder ze in logische concepten en redeneringen kan worden gevat. Daarom gebruiken we beelden om te communiceren. In deze tijd van film, televisie en reclameborden zijn we hieraan gewend geraakt. We lijken voortdurend in deze richting te worden geduwd. We zeggen dan ook dat we in een 'beeldmaatschappij' (een maatschappij met een beeldcultuur) leven. Hetzelfde geldt voor ons eigen beeld. Wanneer we onszelf bekijken, zien we een kern die moeilijk te verklaren is, vol tegenstellingen waarvan we zelfs niet meer verwachten dat we ze kunnen uitwissen. In elk geval zien we ze in grote mate als het resultaat van de tegenstrijdigheid van de wereld waarin we leven. Wanneer we de anderen willen laten zien wie we zijn, werken we daarom aan het beeld van onszelf. We kleden ons op een bepaalde manier, we volgen een bepaalde mode en ons beeld speelt, net als elk ander beeld, met ambiguïteit en stuurt een bepaalde boodschap en tegelijk het tegenovergestelde uit.

Dit is alvast in het kort hetgeen naar voren kwam uit de gesprekken die we hadden met zowat zeventig jonge Milanezen (tussen 16 en 26) over hun manier van kleden. Voor deze gesprekken zijn we vertrokken van de vraag: "We zouden het willen hebben over de manier waarop jonge mensen zoals u zich kleden". Dit was het startpunt voor diepgaande interviews met 19 laatstejaarsstudenten van verschillende middelbare scholen (privé-school/staatsschool, centrum/periferie, technische richting/humaniora). Vervolgens hebben we dezelfde vraag voorgelegd aan 49 respondenten uit 10 doelgroepen waarvan de leden elkaar spontaan ontmoeten. Voor sommige van de groepen die voor de studie werden gekozen (bv. een voetbalploeg, een vriendenkring van mensen die elkaar altijd in hetzelfde café ontmoeten, leden van een koor, een parochiale jeugdclub), werd ervan uitgegaan dat ze de volwassenencultuur volgden, terwijl andere groepen (zoals hooligans, graffitikunstenaars of schrijvers, leden van een sociaal centrum, rockers en ravers) volgens ons een rebelser gedrag vertoonden (1).

Ondanks de verschillende types die we hebben geïnterviewd, werden in grote lijnen de algemeen geldende opinies en de meeste sociologische studies bevestigd die de hedendaagse maatschappij als een 'beeldmaatschappij' zien. We waren wel verwonderd door een zienswijze die herhaaldelijk werd benadrukt met betrekking tot het basisthema: een beeld kan (en moet in vele gevallen) authentiek zijn. We vroegen ons af of beeld en authenticiteit met elkaar kunnen worden verzoend. Moet iets wat authentiek is niet altijd identiek zijn met zichzelf, even standvastig als de waarheid? En heeft het niet te maken met het diepste van de menselijke ziel? Wat heeft het dan te maken met de veelkleurige uitdrukkingen van het uiterlijk voorkomen?

Daarom zou ik de resultaten van dit onderzoek vanuit een eerder onconventionele aanpak willen bespreken. Ik zal niet vertrekken vanuit een hypothese die wordt ondersteund door de literatuur van andere wetenschappers en die wordt getoetst aan onze empirische gegevens, maar veeleer afwisselende theoretische kaders met de resultaten van het empirisch onderzoek vergelijken. Eerst zal ik verduidelijken wat we bedoelen met beeld en voorstellingswereld, en aanduiden wat we hier vóór ons empirisch onderzoek over dachten (par. 1). Daarna zal ik ingaan op de verbanden die de geïnterviewde jongeren leggen tussen hun kleren en het beeld van zichzelf (par. 2). Vervolgens zal ik de resultaten van ons onderzoek verder bespreken en in het bijzonder aandacht besteden aan het punt waaraan we ons niet hadden verwacht, namelijk het verband tussen beeld en authenticiteit (par. 3). Tenslotte zal ik deze mening van de jongeren eerst in het kader van het theoretisch debat over authenticiteit bespreken en het vervolgens bekijken binnen het bredere veld van de discussie over identiteit (par. 4). Wanneer we de theorie bekijken, zullen mijn referentiepunten veeleer afkomstig zijn uit de bijdragen van de algemene sociologie dan uit de sociologische literatuur die zich specifiek met jongeren en mode bezighoudt. Ter afsluiting (par. 5) zal ik, zonder dat ik mijn resultaten probeer te veralgemenen, pogen iets te zeggen over de hedendaagse relatie tussen de generaties en de ambivalente betekenis van de meest afwijkende kledij.

1. MODE EN BEELD

In de sociale wetenschappen bestaat er tegenwoordig een zeer omvangrijke literatuur over het onderwerp mode, alhoewel er behalve het vaak geciteerde boek van Fred Davis (1992) zeer weinig systematiek achter zit. Davis gebruikt de categorie van identiteit als een interpretatiesleutel: de identiteit wordt door de frivole keuze van kledij onthuld of verhuld. De bijzonder lastige taak die hij op zijn schouders heeft genomen om iet of wat orde te scheppen in het zeer verbrokkelde materiaal dat door wetenschappers vóór hem werd bijeengebracht, is een meer dan voldoende rechtvaardiging voor het feit dat Davis het probleem van de identiteit slechts ten dele heeft kunnen aanpakken. Ik zal verder in de tekst dieper op dit concept ingaan, maar eerst zou ik het willen hebben over de mode als typisch fenomeen van de beeldmaatschappij.

We zouden kunnen zeggen dat in de hedendaagse maatschappij het beeld of de verbeeldingswereld centraal staat. Beelden zijn niet alleen een zo belangrijke plaats gaan innemen dat ze niet meer van de realiteit kunnen worden onderscheiden, dus een

belangrijk deel uitmaken van wat we realiteit noemen. Tevens heeft onze opvatting van de maatschappij zelf steeds meer te maken met 'verbeelding'. De globale maatschappij, de globale cultuur, de globale stad: om er een idee van te krijgen, om erover te kunnen spreken, moeten we vertrekken van de opeenstapeling van beelden die de massamedia op ons afsturen. Wanneer we het over een globale samenleving (2) hebben, verwijzen we eigenlijk eerder naar een geheel van 'verbeelde samenlevingen' (Calhoun, 1991): de individuen onderhouden er alleen onrechtstreekse relaties mee, en die worden tot stand gebracht door middel van beelden.

We zijn er ons allemaal van bewust dat deze bevoorrechte relatie met beelden voor de laatste generaties reeds in de kinderjaren begon, dus op jongere leeftijd dan voor de vroegere generaties. In dit verband heeft Langman (1994) een interessante nieuwe interpretatie voorgesteld van de theorie van de 'veralgemeende Andere' van Mead. Volgens Mead (1934) hangt het maatschappelijk leven af van onze mogelijkheid om onszelf in andere rollen in te beelden, eerst en vooral in onze kinderlijke verbeelding. Daarbij nemen we de rol van onze moeder en vader of van onze leraren over, tot we op het punt komen waarop we in staat zijn om ons de houdingen en gedragingen van de 'veralgemeende Andere', met andere woorden de sociale groep als geheel, eigen te maken. Langman (1994: 56) beweert dat dit proces thans een secundaire rol speelt vergeleken met de 'Andere uit de verbeelding', die niet zozeer het product is van een persoonlijke verbeeldingskracht maar veeleer het gevolg van de overdaad aan beelden die ons omringen. Dit betekent dat "we niet zozeer handelen door de rol van de Anderen over te nemen, maar alsof er een camera op ons gericht is en de Andere toekijkt". Als dit waar is, dan kijken we naar mensen op televisie die op hetzelfde ogenblik naar ons kijken. Beelden, een integraal bestanddeel van de wereld van kinderen, begeleiden ons ook in ons leven als volwassene en behouden of vergroten nog hun mogelijkheid om ons te beïnvloeden.

De Westerse maatschappij maakt op dit ogenblik een radicaal veranderingsproces door. Het is zelfs niet gemakkelijk om te voorspellen welke vorm deze verandering uiteindelijk zal aannemen, maar we moeten er ons wel van bewust zijn dat dit proces nu plaatsvindt. Het steeds meer verbreide wantrouwen in de rede is niet alleen het resultaat van de crisis van het Westerse denken, maar ook het gevolg van de nieuwe omgeving die tot stand is gebracht door de technologische revolutie (3), die eeuwen van rationalisme in één klap wegveegt. Het wantrouwen van de intellectuelen tegenover de massamedia-revolutie van de 20ste eeuw, waardoor communicatie door middel van beelden een overheersende positie heeft ingenomen ten nadele van geschreven communicatie of discursieve redenering, vindt zijn oorsprong in minstens tweeduizend jaar 'endemische beeldenstorm' in de Westerse cultuur. De Griekse logica, de middeleeuwse scholastiek en, meer recent, het wetenschappelijk samengaan van empirisme en rede, verdrongen de beeldenwereld naar de oncontroleerbare wereld van kinderen en ongeletterden, of in het beste geval naar de wereld van de kunstenaars. Op weinige uitzonderingen na (zoals de Byzantijnse iconencultus, of de uitgesproken opleving van de beelden tijdens de Contra-reformatie en de Romantiek) heeft het rationalisme tot nu toe altijd de Westerse wereld overheerst. De duidelijkste bedreiging werd steeds gevormd door de 'onlogische' structuur van het beeld (Durand 1994). Interessant is dat Weber (1919) in verband met het moderne

rationaliseringsproces reeds het woord 'onttovering' gebruikte om de groeiende overtuiging te beschrijven dat het mogelijk was de grenzen van de rede te overstijgen die door de traditie en de godsdienst waren gecreëerd. Onttovering betekent afzien van beelden, de negatie ervan.

De verbeeldingswereld is een wisselende stroom, die soms onder de oppervlakte verdwijnt. De menselijke leefwereld impliceert betovering en onttovering, perioden die de verbeelding en het irrationele benadrukken en andere perioden die het onderdrukken. De 'verbeeldings sfeer' waarin we leven betekent een ommekeer naar een periode van 'her-betovering'. Rond de beelden worden nieuwe 'geloofsuitingen zonder dogma's' gecreëerd en daardoor ook nieuwe mogelijkheden, voortvloeiend uit consumptie, sport, muziek of politiek, voor nieuwe soorten van sociale verbanden (Maffesoli 1990). Op het ogenblik dat we het vertrouwen in de rede verliezen, treden nieuwe gevoelswijzen op de voorgrond - soms individueel, soms lokaal - waarvan sommige op instinct en andere op gezond verstand zijn gebaseerd. Vaak draaien ze rond een geïmproviseerde leider of een groepsgevoel. Strikte rationele rede wordt vervangen door beeld- en symbooltaal, aldus Maffesoli (1988).

Het is echter Goffman die de meest nauwkeurige analyse maakt van een maatschappij die wordt beheerst door het uiterlijke. Daarin is het dagelijks leven een lastige toneelopvoering en vormen formeel gedrag en de 'regels van de etiquette' de hoeksteen van de maatschappelijke orde (Bovone 1990). De acteur op de scène van het leven riskeert zijn 'gezicht' of beeld, en onderhandelt daarom voortdurend over 'betekenis' met de andere acteurs en het publiek. Hij rust zichzelf uit met een hele reeks vermommingen en rekwisieten, gaande van de meubelen in zijn huis tot zijn eigen kleren en accessoires. In de korte nota van amper enkele regels lang die Goffman (1979) in zijn essay *Role Distance* aan de mode wijdt, wordt die gezien als een manier om de eigen publieke rol onder controle te houden, zodat andere rollen op de voorgrond kunnen treden. Daarom zijn kleren een fundamenteel onderdeel van dat 'gesitueerde activiteitensysteem' of moment van wisselwerking waarop de acteur bepaalt welke persoon hij wil zijn en totaal vrij kiest voor een van zijn 'talrijke zelfidentificaties' (of, beter nog, beslist aan welke zelfidentificatie hij in een welbepaalde situatie de voorkeur zal geven). De keuze van een bepaalde mode lijkt een middel te zijn om over zichzelf na te denken, over welk deel van zichzelf men wil benadrukken en in beelden vertalen. Telkens als we van kleren veranderen, stellen we onszelf ter discussie en zijn we ons ervan bewust dat het nooit zo drastisch is, aangezien de rol die op een bepaald ogenblik wordt verwaarloosd op een ander moment op de voorgrond kan treden.

2. JONGE MENSEN EN DE OPBOUW VAN HUN ZELFBEELD

Net als de categorie 'geslacht', wordt ook de categorie 'jongeren' sterk beïnvloed door haar geschiedenis. Net als geslacht meer is dan een verschil in sekse, hangt het feit of men tot de jongeren behoort zeker niet alleen samen met een bepaalde leeftijdsgrens. Het is geen toeval dat deze groep in de schijnwerpers kwam te staan met de opkomst van de eerste generatie voor wie hogere studies massaal bereikbaar waren en die de intellectuele werkloosheid van de jaren '60 heeft meegemaakt, zeg maar de generatie van de studentenrevoltes. Bovendien wordt het begrip 'jongeren' in de jaren '90 steeds ondoorzichtiger en problematischer. Terwijl jonge mensen zichzelf in het verleden definieerden (en werden gedefinieerd) tegenover volwassenen, zijn de grenzen tussen de twee categorieën tegenwoordig vervaagd. De problemen van de jongeren werden niet opgelost, in de allereerste plaats de werkloosheid, maar volwassenen hebben de neiging om jongeren met hun eigen problemen te confronteren veeleer dan met hun gezag, zodat deze jongeren helemaal niet gehaast zijn om volwassen te worden.

In elk geval is het zo dat veel van de beelden van de massacultuur, vooral wanneer ze met mode te maken hebben, steeds weer uitnodigende scènes van het dagelijks leven voorstellen waarin jeugdige esthetische waarden (gezondheid, schoonheid, etc.) op de voorgrond staan. Het is mogelijk dat de jongeren die door ons werden geïnterviewd zichzelf zo zien, in tegenstelling tot de volwassenen, omdat ze half-automatisch het collectieve beeld weerspiegelen dat door de massacultuur wordt opgedrongen om een belangrijk marktaandeel van de consumenten te behouden. Het is echter even waarschijnlijk dat de geïnterviewde jongeren zichzelf als jongeren catalogeren om een zekere afstand te bewaren ten opzichte van de standaardcultuur van de volwassenen.

De complexe relatie die ze met hun kleding hebben, toont duidelijk aan dat de respondenten het officiële beeld kennen, dit gebruiken en bekritisieren, en dat ze zich bewust zijn van hun eigen ambivalentie. Mode is de 'lichere' kant van dit zelfbewustzijn, waarvan het hoogtepunt niet alleen bestaat in het accepteren van de vergankelijkheid van de mode, maar ook in de aanvaarding van de vergankelijkheid van de jeugd zelf. Net als televisie een beeld van de hele wereld toont en daardoor alles in onze wereld relativeert, biedt het ook een beeld van alle leeftijdsgroepen. Jonge mensen hebben reeds een beetje van de wijsheid van de volwassenen, niet alleen door hun eigen ouders, maar op een veel complexere manier dankzij de communicatiemedia (Meyrowitz, 1985: hoofdstuk XIII). Ze weten dat wat voor sommigen - en misschien zelfs voor henzelf - normaal is, niet noodzakelijk normaal is voor anderen. Daarom zijn ze zich bewust van de risico's die hun vreemde keuzes met zich meebrengen. Mode vertaalt de keuze van het moment voor een jeugdige levensstijl in beelden, terwijl de persoon die de keuze maakt zich wel degelijk bewust is van de voor- en nadelen en de beperkingen in de tijd van de gekozen levensstijl. De 'beeldencultus', die typisch is voor de overheersende mentaliteit, lijkt dus een integraal bestanddeel van het leven van de mensen die we hebben geïnterviewd. Toch heeft dit proces op zoveel verschillende manieren plaatsgevonden dat het voor volwassenen vaak niet meer herkenbaar is. Daarom kunnen zelfs de meest zorgvuldig afgewogen keuzes van jongeren met een totaal gebrek aan aandacht voor hun uiterlijk worden verward.

De jongste geïnterviewden, doorgaans studenten, voelen aan dat ze belang moeten hechten aan hun uiterlijk, niet alleen omdat het een duidelijke vereiste is van de hedendaagse maatschappij. Het verschijningsbeeld wordt duidelijk beschouwd als een manier om te communiceren, om boodschappen uit te zenden ("wanneer ik 's morgens opsta, voel ik me misschien rot en dan draag ik zwart", zegt een van de rockers). Het verschijningsbeeld staat niet los van de werkelijkheid, maar is toch veeleer een manier om een gevoel met betrekking tot een deel van die werkelijkheid tot uitdrukking te brengen (Goffman, 1981). Voor sommige meisjes is de manier waarop ze zich kleden eigenlijk een geliefkoosd middel om het meest verborgen deel van zichzelf uit te drukken, dat ze niet onder woorden kunnen brengen. Er zijn er die door hun kledij in het maatschappijbeeld willen passen en anderen die zich door hun kleren daar precies tegenover willen afzetten. Door hun kledij bijvoorbeeld willen rockers en ravers net de regels doorbreken.

De geïnterviewden geven doorgaans toe dat ze hun ambivalente gevoelens met betrekking tot de wereld en hun rol als jongeren in een wereld van volwassenen uitdrukken door hun uiterlijk. Dat is hiervoor in feite beter geschikt dan de gesproken taal. Zo hoeft er nooit een definitieve keuze te worden gemaakt en kunnen ze zichzelf en anderen flexibeler interpreteren ("je moet je niet alleen kleden om er op een bepaalde manier uit te zien, je moet ook zorg besteden aan je uiterlijk; je moet het beste uit jezelf halen, zonder te overdrijven, want anders lijkt het niet echt meer; je kunt jezelf voor een welbepaald doel 'vermommen', bijvoorbeeld om te gaan solliciteren"). De gekozen stijl hangt af van de gemoedsgesteldheid ("Ik draag punkkleren, maar ook hippiekleren", zei een jonge mannelijke student van de kunsthogeschool). Maar kleren proberen ook een compromis te zijn tussen het gevoel van de persoon die ze draagt en de vereisten van de groep waartoe hij of zij behoort. En alhoewel niets uitgesloten is, is ook niets onvoorwaardelijk verplicht. Door de onlogische structuur van het beeld is het juist mogelijk om geen definitieve houding aan te nemen en de grenzen van de non-contradictie te overschrijden. De dingen kunnen altijd in het voordeel van de drager van de kleren worden gedraaid, en geen enkele fout is onherstelbaar of zo vernietigend dat ze de persoonlijkheid van de drager ter discussie stelt. Maffesoli (1990: 140) merkt in dit verband op dat een verschijningsbeeld, in tegenstelling tot het rationele denken dat duidelijke afbakening en antinomieën creëert, bruggen slaat: "het is een soort mesokosmos, een wereld tussen de macro- en de microkosmos, het universele en het concrete, de soort en het individu, het algemene en het bijzondere. Dat verklaart zijn doeltreffendheid".

Verschillende groepen van jongeren waarop door de geïnterviewden een welbepaald etiket wordt geplakt, kiezen andere ontmoetingspunten, kleden zich anders, rijden met andere motoren, lijken verschillende types van 'anderen' in strikte categorieën onder te brengen. Toch zegden sommige geïnterviewde jongeren dat ze probleemloos van de ene categorie naar de andere overstappen, en dat ze in bepaalde winkels kopen zonder zich met het normale cliënteel van de betreffende winkels te willen identificeren. Deze jongeren beschouwen zichzelf niet als duidelijk identificeerbaar (de meest gebruikte uitdrukking was "het hangt ervan af" op de vraag over mensen, plaatsen, geld,

gelegenheden en vooral een combinatie van deze factoren. Het lijkt erop - vooral voor de jongsten onder hen - dat de evaluatie van al deze elementen bijzonder complex en in elk geval nooit definitief is). De plaats of - meer nog - de gelegenheid is de bepalende factor: telkens de omgeving wijzigt, veranderen ook de kleren.

Ondanks alle 'retoriek' over principes - ze zeggen dat ze zich op hun gemak willen voelen, dat ze tegen het consumerisme en 'alternatief' zijn - is bij alle jongeren een onbetwistbare wil aanwezig om zich aan te passen. Ze verlangen er naar om voor de vereiste prestatie niet te worden uitgesloten, of het nu om een mondeling examen op school, een jobinterview of een feest van 'ravers' gaat. Net als alle andere facetten van het maatschappelijk 'gezicht' zijn kleren het resultaat van een wisselwerking. Ze drukken de betrokkenheid uit van het individu bij deze wisselwerking: kleren zijn een 'belofte' (zoals bedoeld door Goffman, 1959; 1967), die loyaliteit ten opzichte van zichzelf en de anderen vereist. Een groep binnenkomen met de passende kleren betekent dat men zich aan de ongeschreven regels van die groep aanpast. Bovendien past de groep zelf, als collectief, ook zijn kledij gedurig aan: de kledij bestaat uit alle mogelijke variaties die door de leden worden bedacht. De collectieve oplossing die bij elke ontmoeting wordt gevonden, bepaalt de regels voor de volgende bijeenkomst.

3. HET VERSCHIJNINGSBEELD ALS MIDDEL TOT AUTHENTICITEIT

Niets is paradoxaler dan over verschijningsbeeld en authenticiteit tegelijk te spreken. Bestaat er zoiets als een authenticiteit van het beeld? Is het beeld sinds Plato immers niet altijd eerder leegte dan essentie geweest, een afschaduw van de realiteit, een sluier die moet worden verwijderd om de ware essentie van het object te zien? De geïnterviewde jongeren associëren het idee van beeld nochtans vaak met dat van authenticiteit. Of veeleer met een hele reeks van verbale uitdrukkingen die, zoals ik in de laatste paragraaf zal proberen aan te tonen, duidelijk kunnen worden teruggevoerd tot wat in het huidige theoretische debat met het concept van authenticiteit wordt bedoeld. Laten we daarom eerst aantonen wat authenticiteit voor de geïnterviewde jongeren betekent. Kan men überhaupt zijn authenticiteit aan de buitenwereld medelen of is het een puur reflexief proces van een subject met zichzelf als object? En als het kan worden veruitwendigd, welke rol spelen kleren dan in dat proces?

Het verschijningsbeeld is een manier om naar buiten te brengen wat men binnenin voelt: "kleren weerspiegelen wat iemand denkt" (de groep van het sociaal centrum); "kleren, uitlatingen, muzikale smaak, de plaatsen waar je naartoe gaat [...], al die dingen drukken uit hoe je je voelt" (de voetbalploeg). In de woorden van deze jongeren lijkt authenticiteit eerder een relatie dan een entiteit, een relatie met zichzelf en de anderen. Authenticiteit is veranderlijk en leidt geen eigen leven. Deze veranderlijkheid betekent dat een tijdelijke afwijking ervan eigenlijk wel kan worden getolereerd. Ze kan zelfs voor anderen worden verborgen door zijn imago te gebruiken ("soms voel ik me triest en wil ik niet dat de anderen dit weten, dus draag ik dan felle kleuren", aldus een studente van een hogeschool voor toerisme). Want de enige die de waarheid kent, is het subject zelf. Interessant is hier het feit dat men zich ervan bewust is (men kan er zich ook van

bewust zijn dat men op een bepaald ogenblik niet authentiek is geweest). De geïnterviewden beseffen hoezeer de manier waarop jongeren zich kleden intentioneel of, als het ware, 'gemaakt' is. Het dragen van een T-shirt met de nationale kleuren van Ethiopië volstaat bijvoorbeeld niet om tot een bepaalde politieke groepering te behoren. Het hangt ervan af of er aan de kledij ook een idee beantwoordt, omdat iedereen die bepaalde kleren draagt zonder dat hij of zij zich ervan bewust is waarvoor ze staan, eigenlijk een 'marionet' is (aldus de jongeren van het sociaal centrum). Daarom is het verschijningsbeeld een poging tot 'bemiddeling' tussen authenticiteit en de verwachtingen van anderen, tussen een zelfkritische houding (de eigen overtuiging) en standaardisering (de maatschappelijke regels). Het punt waarop een evenwicht wordt bereikt, kan wisselen. Maar het lijkt dat niemand doorgaans een absolute keuze maakt voor of tegen persoonlijke ethische overtuigingen of externe normen.

De geïnterviewde ravers verklaren openlijk dat ze twee verschillende maatschappelijke identiteiten hebben, twee soorten moraal, die met twee verschillende werelden samenhangen: de nacht, de wereld van de 'innerlijke vrijheid', en de dag, de wereld van de 'dagelijkse regels'. Twee sociale identiteiten betekent ook twee verschijningsbeelden, twee manieren om zich te kleden, of veeleer een stel kleren en een 'kostuum' dat op een 'vrijheid ten opzichte van de gewoonten' wijst. Maar dat betekent ook een ongegeneerd open 'duplicitéit', een authenticiteit die als een doorbreken van regels, zonder enig gevoel of schuld, wordt getheoretiseerd. Normaliteit is niet langer verbonden met normen, maar wordt veeleer getoetst aan zichzelf. "Uiteindelijk is het zelfs geen rebellie, het is normaal. Dit woord heeft zijn betekenis verloren [...], het is gewoon een alternatieve levenswijze, een manier om je verbeelding op hol te laten slaan; vrijheid [...] kan innerlijke vrijheid zijn die wordt gekanaliseerd in een vrijheid om zich te kleden en te doen zoals men wil" (groep van ravers).

De hooligans bevinden zich in een identieke situatie, alhoewel het voor hen zelfs nog moeilijker schijnt om de normaliteit te aanvaarden, het idee dat ze zich aan een levensstijl met een job moeten aanpassen. Dit is een dilemma dat de jonge ravers op een bevredigende manier lijken te hebben opgelost. Ook de oplossing van de graffitikunstenaars die aan de rand van de stad en van de legaliteit leven, bergt conflicten in zich. Zij zetten zich niet zozeer door hun kleren van de rest af, maar wel door het verontrustend beeld dat ze uitsturen. Hun onconventionele beelden bedekken de muren van de stad en worden door volwassenen als strijdig met de normale moraal gezien. Maar voor deze jonge mensen zijn concepten, net als normen, niet langer vaststaand. "Het verspreiden van deze kunstvorm heeft te maken met rebellie [...]. Maar het is onbelangrijk [...]; voor de enen kan het kunst zijn, voor anderen is het een overtreding van de regels" (groep van graffitikunstenaars).

Een normaal leven en de mogelijkheid om hun eigen, authentieke gevoelens te uiten, lijken beter met elkaar te verzoenen voor de rockers, die op de avondzitting de resultaten van het intensief teamwerk tijdens de dag voorlegden. Op een vergelijkbare manier zijn de jongste geïnterviewden, die nog school lopen, zich perfect bewust van het voorlopige karakter van hun gedrag. Ze beseffen dat ze ooit, in de toekomst, wanneer ze volwassenen zullen zijn, zeker anders zullen denken en zich anders zullen kleden. Ze

weten dat je jezelf kan 'camoufleren' voor een jobinterview en de formele conventies kunt volgen, maar dat je 'je eigenste zelf' niet mag verbergen (voetbalploeg) wanneer je bij vrienden of bij je vriendin bent. "Alternatief zijn is iets dat meer dan wat ook uit je binnenste komt [...]; in de maatschappij waarin we leven, moeten we ons alleen maar aanpassen aan situaties, alhoewel er mensen zijn die altijd zichzelf kunnen blijven, zelfs wanneer ze zich aan een bepaalde gedragswijze moeten aanpassen" (studente van de kunsthogeschool).

Alle geïnterviewde groepen, ook de politiek actieve jongeren van het sociaal centrum, zijn zich bewust van de beperkingen. Ze zien in dat authenticiteit ambivalent moet worden om te kunnen blijven bestaan in een tegenstrijdige cultuur die de methoden van de ambivalentie weliswaar woordelijk verwerpt, maar er toch ruim gebruik van maakt. De authenticiteit resulteert uit de aanvaarding van de complexe relatie tussen het individu en zijn omgeving. Naar buiten toe wordt ze tot uitdrukking gebracht door een hele reeks van kledingsgewoonten, gaande van de automatische aanvaarding van de kleding die door de cultuur van de volwassenen wordt voorgestaan over de uitdrukking van een politieke opinie tot de 'grunge', die prat gaat op zijn 'onvolkomenheid'.

Het is interessant vast te stellen dat de authenticiteit van het gedrag niet altijd een historische grondslag heeft: er wordt niet altijd rekening gehouden met de manier waarop een bepaald kledingstuk deel is gaan uitmaken van de gewoonten van een groep. Een bepaalde stijl van kleden kan zijn oorsprong vinden in het verre Amerika, waar de betreffende groep (bijvoorbeeld de graffitikunstenaars) totaal andere motieven had dan die van zijn Italiaanse uitloper. Deze afstand wordt aanvaard en de betekenisverandering is irrelevant. Met 'de esthetica van het verschil' (Appadurai, 1992: 28), een mechanisme dat zeer goed gekend is in de economische dynamiek van de mode, hebben deze jongeren geen probleem. Ze passen dit zelfs bewust toe om uit te drukken dat ze zich helemaal niet om betekenisverschuivingen (4) bekommeren.

Op een vergelijkbare manier, zoals in een beeldcultuur te verwachten is, leidt de discursieve praktijk tot directe uitdrukking. De nadruk op de materialiteit van het lichaam en de noodzaak om zichzelf te distantiëren van gevoelens, brengen het wantrouwen tegenover abstract denken tot uitdrukking. Het belang dat aan mode, kleuren, muziek en zelfs druggebruik wordt toegekend om de waarnemingsgaven te versterken, wijst op dit materieel perspectief. Dat kan ertoe leiden dat van elke inspanning wordt afgezien die reflexiviteit vereist. In elk geval legt de materialiteit van de beelden hun betekenis niet vast. Deze betekenissen blijven onzeker en authenticiteit lijkt tot uitdrukking te worden gebracht door een puur esthetische keuze, die in overeenstemming is met elementen die naargelang van de context veranderen.

Toen we hen vroegen om het arsenaal van beelden te beschrijven waarmee ze hun leven invullen, bleek dat de geïnterviewde jongeren de beschikbare instrumenten wonderwel wisten te hanteren. Ze kunnen hun prestaties aan de context aanpassen en zijn er zich wel degelijk van bewust dat ze hun gesproken en figuratief taalgebruik op het publiek moesten afstemmen. Alhoewel ze misschien T-shirts en tatoeeringen verkiezen boven woorden, zijn ze perfect in staat om over hun keuzes te spreken en er terzelfdertijd afstand tegenover te bewaren. Ze kunnen de betekenisverandering ironisch becommentariëren en perfect over zichzelf spreken. Alhoewel ze de meer rationele elementen van ons communicatie-arsenaal aan de kant lijken te schuiven, zijn ze experts in beeldspraak. Ze gebruiken beelden om de onuitsprekelijke authenticiteit uit te drukken en tegelijk een burcht op te trekken waarmee ze zich verdedigen tegen de rationeel verpakte aanvallen van de volwassenencultuur. Voor sommigen resulteert het verlies van het vertrouwen in de rede in een overbenadrukken van handeling en uiterlijk, in het afzien van het discours "omdat het, precies omdat het een discours is, met een of ander cliché zal eindigen, iets wat reeds gezegd is en als je het gebruikt, kunnen ze dus zeggen dat je fout zit" (rave group). Met een verschijningsbeeld kan men het spel van goed of fout niet spelen, zoals dit wel kan in de volwassenencultuur, de geschreven cultuur of de cultuur van de massamedia, die voor elke gelegenheid twee versies paraat hebben, één pro en één contra. Met beelden is er geen probleem om ambivalentie te vermijden, integendeel: de ambivalentie wordt bewust gezocht en gewaardeerd.

4. IDENTITEIT, AUTHENTICITEIT EN REFLEXIVITEIT

Het is niet moeilijk om theoretische kaders te vinden die overeenkomen met de manier waarop jongeren de kloof aanvoelen tussen hun authentieke eigenheid en haar imperatieve enerzijds en de moderne cultuur en haar normen anderzijds. Tegenwoordig worden we meer dan vroeger geconfronteerd met een expliciete theoretisering van het feit dat "moraliteit niet kan worden geuniversaliseerd" en elk individu zijn of haar morele beslissingen alleen neemt, zich bewust is van hun onomkeerbare ambivalentie (Bauman, 1993). Deze stelling gaat in zekere zin terug op de theorie van Habermas, waarin twee praktische sferen worden onderscheiden, één die het universele aspect benadrukt en een andere die de nadruk legt op het subjectieve aspect. Terwijl, volgens Habermas, in het verleden in samenlevingen zowel universele normen als bijzondere waardenoriënteringen normaal waren en harmonisch met elkaar konden samengaan in de concrete wereld, hebben deze laatste nu een eigen stem verworven: "evaluatieve vragen ... vallen onder de algemene categorie van problemen van het 'goede leven' en kunnen alleen rationeel worden besproken 'binnen' de context van een concrete historische levensvorm of een individuele levensstijl" (Habermas, 1990: 178). Moraliteit onderscheidt zich van 'ethiciteit', morele normen van handelingsmotieven gebaseerd op gewoonten en bijzondere ervaringen.

Een vergelijkbare analyse van de praktische levenssfeer komt steeds vaker voor bij de theoretici van het postmodernisme. Zij gaan niet akkoord met de hervorming die door Habermas wordt voorgesteld en met zijn onaangetast geloof in de rede. Meer algemeen interpreteren zij de dilemma's van onze tijd als de resultaten van een duidelijker perceptie

van de beperkingen van de menselijke natuur, zonder dat ze echter een middel voorstellen om die beperkingen te overstijgen. Vanuit dit standpunt is er, wanneer het individu niet langer gelooft dat hij of zij de waarheid kent, geen absolute horizon meer waarop een idee van het goede kan worden gebouwd: uiteindelijk moet het individu op basis van persoonlijke ervaringen werken. Dit is ook de richting die Franco Crespi inslaat wanneer hij ethiek definieert als "een uitnodiging naar het individu toe om zichzelf te kennen" teneinde persoonlijke verantwoordelijkheid te kunnen opnemen zonder universalistische normen. "Het voornaamste criterium van ethiek is dat van de authenticiteit van het bestaan [...]. Het concept van authenticiteit [...] mag niet worden gezien als een verwijzing naar een bepaald ideaal model, maar als een basishouding ten opzichte van openheid en een zich concentreren op het bijzondere potentieel van het subject dat, uiteindelijk, onbereikbaar is". De uitnodiging tot authenticiteit is ook een oproep om zichzelf te herdenken, tot een nooit eindigende reflexiviteit. Want ze zal nooit haar doel bereiken, aangezien de zin van de eigen individualiteit "wel kan worden ervaren maar nooit kan worden begrepen" (Crespi, 191: 21-23). Crespi (1991: 26) volgt Habermas wanneer hij stelt dat "de basis van de ethiek een intuïtief karakter heeft, [...] terwijl de basis van de moraliteit discursief van aard is". Moraliteit impliceert daarom het geloof in een gemeenschappelijke rationaliteit en vooral in het nut van een verbale uitdrukking van gemeenschappelijke overtuigingen teneinde deze in concepten te vertalen; intuïtie is daarentegen het resultaat van een terugplooiën op zichzelf, een snelle maar indringende blik die moeilijk kan worden meegedeeld en meer met beelden dan met concepten heeft te maken.

Ondanks hun dualistische aanpak zijn de twee vermelde auteurs het over één punt eens: ze suggereren beiden dat tussen de twee sferen een brug kan worden gebouwd. Door het intuïtief begrip van zichzelf en van zijn eigen persoonlijke waarden als hefboom te gebruiken, kan met anderen een rationele discussie worden aangegaan om een aantal criteria te bepalen voor het 'gemeenschappelijk goede'. Deze brug was echter niet duidelijk in onze gesprekken met de geïnterviewde jongeren. Ze leken zich alleen te bekommeren om een harmonische uitdrukking van zichzelf en lieten zich niet in met de rationele bepaling van de norm. Ongetwijfeld had dit te maken met hun leeftijd en met het feit dat hen werd gevraagd om over kleren te spreken. Maar zeer zeker speelt ook de moeilijkheid, die ik eerder al heb aangeduid, om te bepalen wat tegenwoordig normaal is.

Met de term reflexiviteit wordt de gewoonte aangeduid om alles, zichzelf en anderen, ter discussie te stellen, "het feit dat de meeste aspecten van de maatschappelijke activiteit in aanmerking komen ... voor chronische herziening" (Giddens, 1991: 20). Want elk aspect kan met elk ander aspect worden vergeleken, aangezien we in een systeem van globale communicatie (5) leven. Daarom is reflexiviteit een persoonlijk middel om tot authenticiteit te komen en tegelijk een gevolg van de toegang tot andere culturen die de beperkingen van onze levens en onze waarden aanduiden. Ze maken die permanent onzeker en leggen zo de noodzaak van verdere keuzes op. Het individu en zijn of haar authenticiteit worden enerzijds de enige maatstaf om beslissingen te nemen. Maar anderzijds is de reflexiviteit, het verhaal van de eigen tentatieve biografie, datgene waaraan het individu zich kan vasthouden en uiteindelijk zijn leidend beginsel.

We zijn duidelijk aanbeland op het punt van de deconstructie van het moderne concept van identiteit (Hall, 1996) als een stabiele, solide kern van het subject, als een jeugdproject en een troef tijdens de volwassenheid. Er bestaat geen twijfel over dat het plan om te komen tot stabiliteit (dat misschien nooit meer is geweest dan nostalgie voor de goede, 'premoderne' tijd) tegenwoordig al lang verleden tijd is. "Het postmoderne identiteitsprobleem bestaat er in de eerste plaats in 'vastroesten' te vermijden en de opties open te houden" (Bauman, 1995: 18-19). Natuurlijk is deze afwijzing van stabiliteit niet gewoon een spontane richtingsverandering die resulteert uit het hedonisme van de jongere generatie: er is altijd een realistisch element in hun keuzes, een progressieve aanpassing van microgedrag aan macroveranderingen. Wanneer de regels van het spel zeer vaak veranderen, loont het de moeite niet om zich met lange-termijnprojecten in te laten en kan men beter van dag tot dag leven, waarbij de grotere problemen worden opgesplitst en tot alledaagse problemen herleid. Volgens Bauman (1995) zou het moderne individu, net als een pelgrim, zijn roeping kunnen koesteren, het pad dat hij heeft gekozen zijn hele leven lang kunnen volgen. De instabiliteit van het leven en vooral van de werkgelegenheid belemmert tegenwoordig de planning op lange termijn. Het is zelfs niet meer mogelijk om echt op mensen te rekenen, omdat we er geen idee van hebben hoe lang ze bij ons zullen blijven. Er zijn andere nuttige metaforen om het mens-zijn van tegenwoordig te beschrijven: de landloper die zonder vaste bestemming niet alleen in winkels maar ook op het scherm rondwaalt, die er nooit in slaagt om zich ergens te vestigen omdat vaste verblijfplaatsen in de traditionele zin achterhaald zijn; de gokker, die de wereld ziet als een reeks uiteenlopende spelen met verschillende regels, waar niets volledig onder controle kan worden gehouden en toch tegelijk ook niets onverbiddeijk vaststaat, omdat het van beperkte duur is; de niet meer occasionele maar genormaliseerde toerist, die altijd op zoek is naar nieuwe ervaringen en zelfs wanneer hij een thuis heeft altijd met het idee speelt om te verhuizen.

De metaforen buiten beschouwing gelaten was toerisme vroeger alleen mogelijk voor een intellectuele en/of rijke elite. Zij kon zich een blasé air van permanente verveling veroorloven en de luxe van een nooit aflatende zoektocht permitteren. Voor mensen met een voldoende opleiding of voldoende middelen is massatoerisme nu algemeen bereikbaar. Op dezelfde manier worden de vraag naar verandering en het verlangen om nooit definitief op eender welke plaats te moeten blijven steeds sterker, inzonderheid binnen de beter opgeleide en creatievere middenklasse (Bovone, 1994). En ook binnen de jongere generatie, vooral dan bij die jongeren die beter beschermd geweest zijn, thuis hebben gewoond en geen directe ervaringen hebben met marginaliteit of immigratie.

5. AFSLUITENDE OPMERKINGEN

Er is geen openlijk conflict tussen de diverse generaties. Alhoewel dit geen hoofdthema van onze interviews was, weten we dat de jongeren die door ons werden geïnterviewd, op enkele gehuwden na, allemaal bij hun ouders wonen (zoals bij de meeste jonge Italianen gebruikelijk is) en er geen belangrijke conflicten zijn. De relatie gaat van toegevendheid (de begrijpende of kritische moeder die toch samen met haar zoon of dochter kleren gaat kopen, vooral in het geval van studenten) tot medeleven: ouders die het gedrag van hun kinderen helemaal niet aanvaarden, maar die men toch vergeeft omdat "ze al zoveel problemen hebben [...] die arme schepsels, ik kan begrip voor hen opbrengen, ze zijn niet goed bij hun verstand" (zoals een meisje van de rave-groep zei). Toch lijkt de wereld verdeeld in twee delen. Enerzijds mensen zoals 'ik', voor wie woorden haast overbodig zijn en daarom de vorm aannemen van een esoterisch jargon; de overeenstemming is zichtbaar en voelbaar, ze is een manier van leven die met anderen wordt gedeeld, een uniform waardoor het gemeenschappelijk gevoel blijkt. Anderzijds de anderen, die 'mij' onmiddellijk als een outsider bestempelen, waarbij dit wantrouwen gebaseerd is op de immense verschillen, de veelzeggende nuances. Daarom is het 'wij' beperkter dan het 'wij' van jongeren of het 'wij' van studenten. Het is een 'wij' dat alleen naar één welbepaald type van school kan verwijzen (het uniform van de middelbare school in het stadscentrum is een 'gewaste Barbour-jas') of naar de groep vrienden die elkaar voor een bepaalde activiteit ontmoeten die geen welbepaalde kledij vereist (de groep die samen voetbal speelt of de parochiale jeugdclub) en min of meer aan de normen van de volwassenen beantwoordt. Of het kan een zeer duidelijk gedefinieerd 'wij' zijn, dat zichzelf doelbewust buiten de aanvaarde regels situeert: de graffitikunstenaars met hun hiphopstijl, de jonge mensen in het maatschappelijk centrum met hun agressieve T-shirts, de doodskopmaskers van de ultra's, de extremistische voetbalsupporters. Dit zijn de jonge mensen die een hinderpaal betekenen voor de volwassenen en van wie alleen al de aanwezigheid een probleem vormt: men weet niet hoe men een outsider moet behandelen.

Wanneer de authenticiteit die deze vreemde kledij tot uitdrukking wil brengen in woorden of door redeneren zou worden uitgedrukt, dan zou er misschien een openlijk conflict ontstaan. Wanneer de jongeren in het maatschappelijk centrum echt iemand op een rationale manier zouden willen overtuigen, zouden er barricades kunnen worden opgeworpen of zouden ze minstens door hun ouders het huis kunnen worden uitgezet of zelf het initiatief nemen om van huis weg te gaan. Maar zo is het niet. Het feit dat van grote discussies wordt afgezien, het alluderende en projectieve gebruik van beelden laat altijd een beetje ademruimte, een vluchtweg, een alibi zowel voor de kinderen als voor de ouders. Niemand eist rechten op die verbonden zijn met sociale klasse, leeftijd of geslacht. Er hoeft geen maatschappelijke rol tot het bittere einde te worden verdedigd: de acteurs spelen hun rollen alleen op sommige momenten en tot op zekere hoogte. Iedereen weet dat de dingen op andere momenten - misschien dezelfde dag nog, of de volgende dag of binnen drie jaar - kunnen veranderen en daardoor ook de stijl om zich te kleden. Omdat ze alleen maar tijdelijk is en wordt uitgedrukt door middel van ambivalente beelden kan elke afwijkende houding op elk ogenblik worden aangenomen of ontkend (6).

Wie ontvangt dan de boodschap van 'mijn' authenticiteit? Wie kan deze boodschap begrijpen? Die jonge mensen, met hun extreme tolerantie (authenticiteit heeft niets te maken met universele normen, iedereen kan zich gedragen zoals hij of zij zich het best voelt), hebben aangetoond dat ze zowel possibilisten als realisten zijn. Want de boodschap heeft veel verschillende onderdelen en moet dus toegankelijk zijn voor verschillende doelgroepen. Deze authenticiteit is uiteindelijk alleen 'de mijne', alleen 'ik' kan ervoor instaan, niemand anders kan er meer van weten dan ik. Maar de jongeren zijn niet alleen moedeloos wanneer ze met volwassenen spreken, met wie de culturele verschillen in vele gevallen (b.v. de interviewers) als enorm worden beschouwd, maar ook wanneer ze de boodschap van een andere groep met een niet te ontcijferen beeld proberen te lezen. Maar moedeloos is misschien niet het juiste woord. Ze zijn perfect gewend aan ambivalentie, zodat ze de mogelijkheid behouden om met hun eigen beeld te spelen, om te pogen zichzelf verstaanbaar te maken en er toch zeker van te zijn dat ze nooit volledig zullen worden begrepen. Ze zijn bewust van de onmogelijkheid om anderen te begrijpen en van de openheid die het voor hen mogelijk maakt om andere toch te aanvaarden, alhoewel ze hen niet kunnen begrijpen. Het is in elk geval duidelijk dat zelfs authenticiteit kan veranderen en op een flexibele manier verbonden is met de eigen keuze van beelden.

Alhoewel alle geïnterviewde jongeren een middelbare school bezochten (of hadden bezocht) en sommigen van hen een universitair diploma behaalden, biedt de school hen geen steun. De cognitieve ontwikkeling en de geschiedenislessen staan lichtjaren van hen af. Hun schooltijd heeft alleen tot een wantrouwen tegenover woorden geleid, vooral wanneer ze uit de mond van leraren komen, van diegenen "die je proberen te dwingen om iets te doen of te begrijpen" (groep van graffitikunstenaars). Het enige wat uit hun opleiding lijkt te zijn overgebleven, is reflexiviteit, de gewoonte om zichzelf voortdurend opnieuw ter discussie te stellen en het bewustzijn dat dit niet op een rationele en definitieve manier kan worden gedaan. Dat is waarschijnlijk hetgeen ze het meest gemeenschappelijk hebben met de generatie van hun ouders en leraren. Het verlangen om zichzelf eerlijk te bekijken en als groep naar buiten te komen, lijkt echter sterker te zijn dan in het verleden. Gezien de bekwaamheid die ze tentoon hebben gespreid, is het onwaarschijnlijk dat ze zichzelf zullen distantiëren van de taalvaardigheid, uit vrees dat ze het potentieel van de taal niet langer meer zouden beheersen. Ze weten wat met woorden kan worden bereikt, ze weten dat volwassenen niet te verslaan zijn wanneer ze hun wil wensen op te leggen en hun handelswijze met woorden rechtvaardigen. Ze trekken zich terug op een plaats waar niemand hen kan bereiken, omdat ze zich sterker voelen in de 'nonsens' van beelden, onoverwinnelijk wanneer ze met de ambiguïteit van hun jargon spelen, dat wordt 'gekoesterd' in de schoot van de groep.

VOETNOTEN

- (1) Wanneer uittreksels uit interviews worden geciteerd, wordt het geslacht van de geïnterviewde alleen aangegeven in het geval van de studenten die afzonderlijk werden geïnterviewd. De graffitikunstenaars, hooligans, voetballers en rockers waren uitsluitend mannen, de andere groepen waren gemengd. De studie werd in 1995-96 uitgevoerd door het *Centro per lo studio della moda e della produzione culturale* van de Università Cattolica del Sacro Cuore te Milaan en werd gepubliceerd in Bovone & Mora, 1997.
- (2) De paradox van de moderne cultuur drukt zichzelf duidelijk uit in het feit dat we niet langer het concept cultuur in het enkelvoud kunnen gebruiken zonder dat we ons onmiddellijk verplicht voelen om een onderscheid te maken (of toe te geven dat we geen onderscheid meer kunnen maken) tussen cultuur met grote en met kleine c, massacultuur en populaire cultuur, de cultuur van ouders, kinderen en grootouders, de verschillende jeugdculturen. Anderzijds spreken we van globale cultuur alsof het één grote cultuur zou zijn op een manier die een paar jaar geleden nog onmogelijk zou zijn geweest: het concept van globale cultuur "is een puur geval van een concept dat uit zijn territoriale basis is losgerukt en in een context van communicatiemedia is ingebed" (Albrow, Eade, Washbourne & Durrschmidt, 1994: 379).
- (3) Een effect dat zelfs nog radicaler lijkt dan wat in 1993 door Meyrowitz werd aangehaald, namelijk de gewijzigde ruimtelijke beleving die door de elektronische revolutie is teweeggebracht.
- (4) De onzekerheid van de individuele identiteit waarover ik het later zal hebben, wordt weerspiegeld door de onzekerheid van de betekenis van verbruiksgoederen: hoe homogener ze lijken te worden, des te groter zijn de subtiele betekenisverschuivingen die door de biografie van individuele producten kunnen worden achterhaald (Kopytoff, 1992).
- (5) "De reflexiviteit van het hedendaags maatschappelijk leven bestaat uit het feit dat maatschappelijke praktijken constant worden onderzocht en herschapen in het licht van binnenkomende informatie over deze praktijken zelf en dus hun karakter essentieel kunnen wijzigen" (Giddens, 1990: 38).
- (6) We moeten er wel op wijzen dat we geen echte marginalen hebben gecontacteerd, die overigens per definitie moeilijk kunnen worden benaderd.

BIBLIOGRAFIE

- ALBROW, M., J. EADE, N. WASHBOURNE & J. DURRSCHMIDT (1994), 'The Impact of Globalization on Sociological Concepts: Culture and Milieu', *Innovation*, 7, 4.
- APPADURAI, A. (1992), 'Introduction: Commodities and the Politics of Value', in: APPADURAI, A. (ed.), *The Social Life of Things*. Cambridge: Cambridge University Press.

-
- BAUMAN, Z. (1993), *Postmodern Ethics*. Oxford: Blackwell.
- BAUMAN, Z. (1995), 'From Pilgrim to Tourist - or a Short History of Identity', in: HALL, S., P. DU GAY (eds.), *Questions of Cultural Identity*. London: Sage.
- BOVONE, L. (1990), 'Etica come etichetta: il contributo emblematica di Erving Goffman', in: *In Tema di postmoderno*. Milano: Vita e Pensiero.
- BOVONE, L. & E. MORA (eds.) (1997), *La moda della metropoli. Dove si incontrano i giovani milanesi*. Milano: Angeli.
- CALHOUN, C. (1991), 'Indirect Relationships and Imagined Communities', in: BOURDIEU, P., J.S. COLEMAN (eds), *Social Theory for a Changing Society*. San Francisco and New York: Westview Press, Boulder.
- CRESPI, F. (1991), 'Limiti della morale ed apertura etica nell'esperienza postmoderna', in: CRESPI, F. (ed.), *Etica e scienze sociali*. Torino: Rosenberg e Sellier.
- DAVIS, F. (1992), *Fashion, Culture and Identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- DURAND, G. (1994), *L'imaginaire*. Paris: Hatier.
- GIDDENS, A. (1990), *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- GIDDENS, A. (1991), *Modernity and Self-identity*. Cambridge: Polity Press.
- GOFFMAN, E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- GOFFMAN, E. (1961), *Encounters*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- GOFFMAN, E. (1967), *Interaction Ritual*. Chicago: Aldine and Doubleday.
- GOFFMAN, E. (1981), *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- HABERMAS, J. (1990), *Moral Consciousness and Communicative Action*. Cambridge: Polity Press.
- HALL, S. (1996), 'Who Needs Identity?', in: HALL, S., P. DU GAY (eds.), *Questions of Cultural Identity*. London: Sage.
- KOPYTOFF, I. (1992), 'The Cultural Biography of Things', in: APPADURAI, A. (ed.), *The Social Life of Things*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LANGMAN, L. (1994), 'Neon Cages: Shopping for Subjectivity', in: SHIELDS, R. (ed.), *Lifestyle Shopping, The Subject of Consumption*. London: Routledge.
- MAFFESOLI, M. (1988), *Le temps des tribus*. Paris: Meridiens Klincksieck.
- MAFFESOLI, M. (1990), *Au creux des apparences*. Paris: Plon.
- MEAD, G.H. (1934), *Mind, Self and Society*. Chicago: Chicago University Press.
- MEYROWITZ, J. (1985), *No Sense of Place*. Oxford: Oxford University Press.
- WEBER, M. (1919), *Wissenschaft als Beruf*. München und Leipzig: Duncker und Humblot.