

Soziologisches Institut der Universität Zürich

Georg Simmels Modetheorie

Eveline Müller

evelinemueller@access.unizh.ch

Zürich, Oktober 2003

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Klärung des Begriffs Mode	4
3. Simmels Modetheorie	8
4. Kritik an Simmels Theorie und Weiterführungen	10
4.1. Trickle-Across-Theorie	11
4.2. McCrackens Erweiterungen des Trickle-Down-Ansatzes	14
5. Modeausbreitung vertikal oder horizontal?	16
6. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen	18
7. Fazit.....	19
9. Bibliografie	22

1. Einleitung

Georg Simmel war einer der ersten Soziologen, der sich mit dem Thema Mode auseinander gesetzt hat. So hat er 1905 seinen ersten Artikel über Mode – „Philosophie der Mode“ – veröffentlicht. Seine Ausführungen über Mode haben die Debatten über dieses Thema bis heute geprägt.

Seine Grundannahme ist, dass das Phänomen der Mode aus den menschlichen Dualismen der Nachahmung und der Absonderung entsteht. Diese Dualismen kommen vor allem durch die sozialen Schichten einer Gesellschaft zutage. Das heisst, dass sich die höheren Schichten von den sie Nachahmenden tieferen immer wieder abzugrenzen versuchen, wobei sie durch diesen Abgrenzungsdrang nach neuen Moden suchen. (Simmel, 1998: 40f.) Je näher sich die Gruppen gesellschaftlich sind, desto intensiverer Modewandel entsteht (Simmel, 1998: 43).

Meine Fragestellung diesbezüglich ist, welche gesellschaftlichen Voraussetzungen gegeben sein müssen, damit ein Modewandel entsteht.

Meine daraus abgeleitete Hypothese ist, dass der Modewandel nicht von der Gesellschaftsstruktur abhängig ist.

Ich werde mich in meiner Arbeit vor allem auf die Literatur von Thomas Schnierer, „Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von ‚in‘ und ‚out‘“, stützen. Um meine Hypothese zu erarbeiten, werde ich zuerst den Begriff der Mode genauer klären. Danach werde ich im Kapitel drei darauf eingehen, wie Simmel anhand der Trickle-Down-Theorie den Modewandel erklärte, um nach einer kritischen Auseinandersetzung mit seinem Ansatz weiterführende Theorien aufzuzeigen. Dies ist einerseits die Trickle-Across-Theorie von Charles W. King und andererseits die Theorie von Grant McCracken, welcher eine Erweiterung des Trickle-Down-Ansatzes von Simmel erarbeitet hat. In den Kapiteln fünf und sechs werde ich genauer auf meine Fragestellung eingehen. Zuerst werde ich der Frage nach der Ausbreitungsrichtung der Mode in der Gesellschaft nachgehen, danach werde ich untersuchen, ob es sozial hierarchisierte Gruppen in der Gesellschaft braucht, um einen Modewandel zu bewirken. Anschliessend wird ein zusammenfassendes Fazit kommen.

2. Klärung des Begriffs Mode

Ich werde im Folgenden versuchen, den Begriff der Mode aus soziologischer Perspektive zu definieren. Die Modetheoretiker sind sich uneinig seit wann es Mode gibt. Die Anschauungen darüber lassen sich in zwei Hauptrichtungen aufteilen. Die eine Gruppe vertritt den Ansatz, dass die Mode im Zusammenhang mit der menschlichen Kultur aufgetaucht ist. Die Wurzeln der Mode sind demnach in der Steinzeit zu suchen. Die Vertreter der anderen Gruppe sind dem gegenüber der Ansicht, dass sich die Mode erst im europäischen Spätmittelalter herausgebildet hat (Schnierer, 1995: 27f.). Diese Frage ist meines Erachtens schwierig zu beantworten, da zuerst einmal geklärt werden muss, was alles unter Mode verstanden wird. Dass Mode erst im europäischen Spätmittelalter – ca. 1200-1500 – entstanden sein soll, finde ich jedoch fragwürdig, da auf anderen Kontinenten zu dieser Zeit Hochkulturen existierten, welche schon ausgeprägte gesellschaftliche Strukturen und hatten. Die Wahrscheinlichkeit, dass es bei anderen Hochkulturen zu dieser Zeit einen Modewandel gegeben hat, ist meines Erachtens gross. Ich möchte im Rahmen dieser Arbeit jedoch nicht genauer darauf eingehen, da ich mich in erster Linie auf das Phänomen der Mode in europäischen Gesellschaften unserer Zeit konzentrieren werde.

Mode beinhaltet ein sehr grosses Spektrum von Stilen und Farben bis Umgangsformen und Verhaltensmuster. Am häufigsten wird der Begriff Mode auf die Bekleidung bezogen, welche zu einer gewissen Zeit, für eine gewisse Zeitspanne von einer Gruppe in der Gesellschaft getragen wird. Mit Mode können aber auch Frisuren, Farben, Accessoires, Schmuck, Angewohnheiten, Architektur et cetera gemeint sein. Somit kann Mode auch ganz kleine temporäre Phänomene, welche von einigen Personen zelebriert werden, sein.

Ich werde in dieser Arbeit den Begriff der Mode auf den Aspekt der Bekleidung reduzieren.

Für die Mode sind laut Schnierer drei Aspekte zentral. Dies ist erstens der Zeitaspekt, da für die Mode eine gewisse Kurzlebigkeit notwendig ist. Der Modewandel muss also relativ schnell sein. Zweitens kommt der soziale Aspekt hinzu. Von Mode kann nur gesprochen werden, wenn etwas von mehreren Individuen getragen wird. Das heisst, es muss eine Kollektivität vorherrschen. Und drittens ist ein sachlicher Aspekt für den Modebegriff von Bedeutung. Damit ist der

Bereich gemeint, auf den sich die Mode bezieht (1995: 20). In diesem Fall also die Bekleidung.

Im Bezug auf den Zeitaspekt ist es wichtig,

„sich klar zu machen, dass sich die besagte ‚relative Kurzlebigkeit‘ nicht nur auf den Anfang, sondern auch auf das Ende einer Mode bezieht. Das heisst, dass nur dann von Mode gesprochen werden sollte, wenn nicht nur etwas Neues kommt, sondern wenn dieses Neue auch relativ schnell wieder verschwindet“ (Schnierer, 1995: 21).

Einen genauen Zeitrahmen zu geben ist problematisch, da der Modewandel sehr unterschiedlich vor sich geht. Es sollte hierbei die Unterscheidung gemacht werden zwischen einem langzeitigen Modewandel und dem kurzfristigen „Trend“. So ist der langzeitige Modewandel eine Aufeinanderfolge vieler kurzfristigen Einzelmoden (Schnierer, 1995: 25). Turnschuhe sind zum Beispiel schon seit einiger Zeit „in“, das heisst, sie werden im Alltag und nicht nur für den Sport benutzt und sind auch zu eleganterer Kleidung passend. Dies ist nun der Modewandel im langfristigen Sinn, kurzfristig gesehen gilt aber jede Saison ein anderer Typ von Turnschuh als modisch. Ab wann etwas nicht mehr zur Mode gezählt werden kann, da es zu lange währt, ist in keiner der Modetheorien definiert, da es dem bis zu einem gewissen Masse willkürlichen Phänomen der Mode nicht gerecht werden würde. Eine Regel zu finden, nach welchem Tempo sich die Mode zu wandeln hat, würde den Begriff zu sehr einengen und wäre wahrscheinlich auch nicht möglich.

Simmel umschreibt das Phänomen der Mode wie folgt: *„Das Wesen der Mode besteht darin, dass immer nur ein Teil der Gruppe sie übt, die Gesamtheit aber sich erst auf dem Wege zu ihr befindet“ (1998: 46)*. Für Simmel gehört das Befristete, nämlich solange noch nicht die Gesamtheit die Mode übt, zu einem essentiellen Teil der Mode. Das zeitlich Begrenzte wird durch die Anzahl Menschen, welche die Mode trägt, gegeben.

Wisweddes Definition bezieht den zeitlichen, genauso wie den sozialen Aspekt mit ein. Dazu kommt aber, dass er dem Willkürlichen auch Rechnung trägt. Im Bezug auf den sachlichen Aspekt bringt Wiswede noch einen anderen interessanten Punkt in den Diskurs ein, denn er unterscheidet modeanfällige von modeindifferenten Gütern. Das

heisst, er beschreibt, welche Elemente dem Modewandel unterworfen sind und welche und warum nicht.

„Mode ist ein fluktueller Wandel peripherer Verhaltensformen, der durch willkürliche Vorbildsetzung ohne wesentliche Beeinflussung sozialer Strukturen erfolgt und sich auf grössere Bevölkerungsteile erstreckt. (...) Die Objekte der Mode sind in unterschiedlichem Masse ‚anfällig‘ für Mode, so dass Güter desto mehr der Mode unterworfen sind, je eher sie sich verfeinern, also an der Peripherie verändern lassen. Kleider und Haartracht sind demnach modeanfällige Güter, Nägel und Backsteine dagegen weitgehend modeindifferente Güter“ (Wiswede; 1976: 395).

Nach Simmel ist es vor allem das Unnatürliche, welches sich als Mode ausleben kann, während das klassische Schlichte, um einen ruhenden Mittelpunkt Konzentrierte, sich der Mode eher verweigert. Nicht jede Mode muss unnatürlich sein, aber das schlechthin Unnatürliche kann nur in der Form der Mode überhaupt bestehen (Simmel, 1998: 62f.).

Nach Wiswede ist die Mode meist ohne politischen Inhalt, sie hat also keinen wesentlichen Einfluss auf die sozialen Strukturen einer Gesellschaft. Dies ist jedoch meines Erachtens fragwürdig da sie allgegenwärtig ist und durch Mode sehr viel ausgedrückt wird. Es gibt aber immer wieder Gruppen, welche die Mode als Protestmittel benutzen. Mit anderen Worten, kann die Mode sehr wohl dazu beitragen, dass die sozialen Strukturen verändert werden, nur wird sie dazu meist nicht gebraucht. Trotzdem würde ich die Mode nicht als so inhaltslos und willkürlich darstellen wie dies Wiswede tut, da meines Erachtens die Mode nie kommunikationslos ist. Das heisst, mit allem was eine Person trägt, kommuniziert sie nach Aussen etwas von ihr selbst oder von dem, was sie gerne sein möchte. *„Everyday experience, in which clothes are selected according to what one will be doing that day, what mood one is in, who one expects to meet and so on, appears to confirm the view that fashions and clothing are used to send messages about oneself to others“ (Barnard, 1996: 28).* Ein politischer Inhalt kann der Mode also schon dadurch verliehen werden, indem eine Person durch die Mode täglich ein bisschen die gängigen Normen überschreitet.

Mode hat etwas ruheloses an sich und oftmals wird es auch in den Zusammenhang mit Antilangeweile gebracht. So ist für Veblen die Mode ein Mittel für Veränderungen und Konsum: Die Mode ist dem Prinzip der Neuheit gleichzusetzen und dieses wiederum stellt *„nichts anderes als eine Ableitung aus dem Gesetz der demonstrativen Verschwendung“* (Veblen, 1989: 169) dar. Mode entsteht also laut Veblen aus dem Wunsch nach etwas Neuem und Abwechslung, sowie dem Wunsch zu zeigen, dass die entsprechende Person Geld hat und auch die Zeit, dieses auszugeben. Das Willkürliche der Mode besteht meines Erachtens in erster Linie im Rhythmus und der Form, im Inhalt hingegen nur bedingt. Denn, sobald der Inhalt der Mode einen politischen Zweck verfolgt, ist er nicht mehr willkürlich. Wenn durch die Mode etwas politisch ausgedrückt wird, ist der Zeitpunkt wann das geschieht und die Form, wie sich der politische Inhalt ausdrückt willkürlich, während hingegen der Inhalt klar eine politische Aussage hat, welche aus den gegebenen politischen, sozialen und ökonomischen Umständen entsteht.

Mendes charakterisiert Mode durch *„its ephemerality and by incessant stylistic changes that some consider to be imposed dictatorially by the industry and/or designers“* (Mendes 2001:29). Für sie wird im Vergleich zu Simmel, welcher den Wechsel in der Gesellschaft selbst sieht, die Mode durch die Industrie und/oder dem/der DesignerIn befristet.

Mendes wie Barnard verstehen die Mode als Kommunikationsmittel zwischen Menschen, welche gezielt eingesetzt werden kann. Durch Mode kann ausgedrückt werden, wer eine Person ist und/oder was sie sein möchte. Mode ist somit auch Repräsentation, sie drückt Identität und Status aus. *„Call it fashion, costume, or dress, what we wear and how we decorate ourselves tells the world who we are, even in less-than-fashionable circumstances“* (Mendes; 2001: 49).

Wodurch die Mode nun ihre Kurzlebigkeit und ihren Wandel erhält, ist eine der viel umstrittenen Fragen in den soziologischen Theorien über Mode. Ich werde mich in meiner Arbeit auf die drei Punkte von Schnierer – Zeitaspekt, sozialer und sachlicher Aspekt – beziehen. Das heisst, ich werde mich vor allem auf den Modewandel im kurzfristigen Sinn konzentrieren. In Bezug auf den sachlichen Aspekt werde ich, wie schon anfangs des Kapitels erwähnt, Mode in Bezug auf Kleidung untersuchen. Der soziale Aspekt wird konkreter Gegenstand meiner Untersuchungen sein, da mich interessiert, welche gesellschaftlichen Strukturen vorhanden sein müssen, damit ein

Modewandel entsteht. Im Folgenden werde ich zuerst auf Simmels Ansatz des Modewandels eingehen.

3. Simmels Modetheorie

Für Simmel entsteht Mode durch eine spezifisch menschliche Spannung zwischen den Bedürfnissen der Nachahmung und der Absonderung (1998: 39). Diese Dualismen sind Auslöser einer Kette von Aktionen und Reaktionen, welche sich ständig wiederholen. Das Phänomen der Nachahmung und Absonderung vollzieht sich vor allem zwischen den Schichten, das heißt, die unteren Schichten versuchen die ökonomisch bessergestellten nachzuahmen (sozialer Aspekt), dadurch entsteht bei den höheren Schichten erneut das Bedürfnis sich abzugrenzen, sie suchen nach neuen Symbolen des Zusammenschlusses und der Abgrenzung und somit entsteht eine neue Mode (zeitlicher Aspekt) (Simmel, 1998: 43). Mode ist laut Simmel also ein Produkt der Klassenunterschiede. Ohne eine klassenspezifisch differenzierte Gesellschaft kann keine Mode entstehen. Er schreibt: „(...) die Buschmänner dagegen, bei denen eine Klassenbildung überhaupt nicht stattgefunden hat, haben überhaupt keine Mode ausgebildet, d.h. es ist an ihnen kein Interesse für den Wechsel von Kleidung und Schmuck festgestellt“ (Simmel, 1998: 45). Und weiter:

„Die Gefahr von der Vermischung und Verwischung, welche die Klassen der Kulturvölker zu den Differenzierungen von Kleidung, Benehmen, Geschmack usw. veranlasst, fehlt häufig bei primitiven sozialen Strukturen, die einerseits kommunistischer sind, andererseits aber die bestehenden Unterschiede starr und definitiver festlegen“ (Simmel, 1998: 44).

Da bei kommunistischen und egalitären gesellschaftlichen Strukturen alle Menschen „gleich“ sind, besteht die Angst vor einer Vermischung der Hierarchien nicht.

Für Simmel sind es hauptsächlich die besser gestellten, welche den Rhythmus und die Form der Mode bestimmen. Simmel ist somit in die Reihe der Trickle-Down-Theoretiker einzuordnen, welche das Herabrieseln der Mode von der Ober- in die Unterschicht als Grundannahme haben. Der Trickle-Down-Ansatz, welcher durch Herbert Spencer (1888) begründet wurde, war in der Modetheorie lange Zeit der unumstrittene Ansatz um das Phänomen zu erklären. McCracken hat den Ansatz

1985 entscheidend weiterentwickelt und somit für seine Aktualität auch heute noch gesorgt (Schnierer, 1995: 44f.). Auf diesen, meines Erachtens wichtigen Ansatz, werde ich im Kapitel 4.2 noch genauer eingehen.

Der Trickle-Down-Prozess ist zwar nach Simmel auch zwischen den verschiedenen Gruppen der höheren Schichten zu beobachten (Schnierer, 1995: 47). Es muss aber in erster Linie der Wunsch nach Abgrenzung und der des Zusammenschlusses vorhanden sein. Diese Voraussetzung sieht Simmel bei den unteren Schichten aber als nicht vorhanden. „Soziale Formen, Kleidung, ästhetisches Urteil, die gesamten Ausdrucksformen des Menschen werden ständig durch die Mode umgewandelt, jedoch in einer Weise, dass die Mode – bei allen diesen Punkten – nur die oberen Schichten beeinflusst“ (Simmel, 1957: 545). Mode kann nur sein, was nicht die ganze Gesellschaft trägt. Das heißt, eine Gruppe von Menschen muss nach wie vor danach streben. Die Mode

„(...) gehört damit dem Typus von Erscheinungen an, deren Intention auf immer schrankenlosere Verbreitung immer vollkommenere Realisierung geht – aber mit der Erreichung dieses absoluten Zieles in Selbstwiderspruch und Vernichtung fallen würden“ (Simmel, 1998: 46).

Das heißt, die Mode strebt ständig nach etwas, was sie aber nie erreichen darf, weil sonst ihr Antrieb entzogen ist. „Ihre Frage ist nicht Sein oder Nichtsein, sondern sie ist zugleich Sein und Nichtsein, sie steht immer auf der Wasserscheide von Vergangenheit und Zukunft und gibt uns so, solange sie auf ihrer Höhe ist, ein so starkes Gegenwartsgefühl, wie wenige andre Erscheinungen“ (Simmel, 1998: 47).

Laut Simmel müssen die neuen Moden nicht „auch inhaltlich in den oberen Ständen entstehen. Diese können vielmehr bestimmte bestehende Inhalte aufgreifen und sie dadurch erst zur Mode machen“ (Schnierer, 1995: 47). Hier sind in erster Linie Randgruppen und Subkulturen, die von ihm genannten „Pariaexistenzen“ (Simmel, 1998: 54) gemeint. Das sind Gruppen, welche nicht zu der eigentlichen Gesellschaft dazugezählt werden, und somit auch nicht einer bestimmten Schicht zugehörig sind. Im Folgenden werde ich einige Kritikpunkte an Simmels Trickle-Down-Theorie anfügen, um in den Kapiteln 4.1 und 4.2 durch Herbeiziehen von anderen theoretischen Ansätzen meine Hypothese bezüglich der gesellschaftlichen Struktur als Voraussetzung für einen Modewandel zu verifizieren.

4. Kritik an Simmels Theorie und Weiterführungen

Simmels Theorie der Dualismen geht von einer Ausbreitung der Mode von Oben nach Unten aus, das heisst von einem Heruntertröpfeln der Mode von den besser gestellten Schichten zu den tieferen. Die Trickle-Down-Theorie ist seit den 70er Jahren vor allem wegen dieser Grundannahme in Misskredit gefallen. Als Antwort darauf wurden Theorien entwickelt, welche andere Diffusionsprozesse annahmen. Dies waren der Trickle-Up-Ansatz, welcher die Ausbreitung der Mode von den unteren Schichten der Gesellschaft nach Oben als Grundannahme für den Modewandel hatte, der Trickle-Across-Ansatz, welcher von einer horizontalen Ausbreitung ausging, der Trickle-Up-And-Down-Ansatz, der ein gleichzeitiges Ausbreiten von der Mitte nach Oben und Unten zur Annahme hatte, sowie das Virulenzmodell, dessen Theoretiker eine spiralenförmige Ausbreitung von der Mitte her vertraten. Es gäbe noch andere wichtige theoretische Grundströmungen zu nennen, diese haben aber nochmals andere Ansätze und gehen nicht von einer auf gesellschaftliche Schichten bezogenen Ausbreitung aus. Sie sind somit nicht relevant für diese Seminararbeit.

Ich werde mich in dieser Arbeit vor allem auf die Trickle-Across-Theorie von Charles W. King und auf das erweiterte Trickle-Down-Modell von Grant McCracken stützen, da sie meines Erachtens eine gute Ergänzung zu Simmels Ansatz darstellen.

Simmels Beobachtungen über die Mode sind sehr vielschichtig und auch heute noch zum grossen Teil modern. Für die heutige Zeit sicher nicht mehr aktuell ist, dass Simmel von Klassen spricht. Die Gesellschaft, wie sie heute in der Soziologie gesehen wird, ist um einiges differenzierter, als dass sie einfach in starre Klassen eingeteilt werden könnte. Trotzdem ist fragwürdig, ob, so wie Simmel sagt, Mode nur entstehen kann, wenn die Gesellschaft Hierarchien aufweist. Ich werde im Folgenden die Schichten als heterogene Einheiten betrachten, welche aus mehreren Gruppen zusammengesetzt sind. Dies erlaubt mir, Gruppen auch Schichten unabhängig zu betrachten. Denn somit können in einer sozialen Schicht einerseits Hierarchien zwischen Gruppen auftreten und andererseits können verschiedene Gruppen ohne hierarchisches Gefälle nebeneinander existieren. Für Simmel kann Mode nur dann entstehen, wenn eine Schicht Gruppe nach dem strebt, was eine andere besitzt und diese wiederum sich besser fühlt als die Gruppe, von der sie nachgeahmt wird. So entsteht bei der bessergestellten Gruppe ein Wunsch nach Absonderung.

Gleichzeitig sieht Simmel selbst den Wunsch nach Nachahmung und Absonderung als ein typisch menschliches Phänomen. Laut ihm ist die ganze Geschichte der Gesellschaft ein Kampf zwischen der „Verschmelzung mit unserer sozialen Gruppe und der individuellen Heraushebung aus ihr“ (1998: 39). Die Frage stellt sich hierbei also, warum dieses Phänomen nur zwischen Gruppen von verschiedenen Schichten auftritt. Und wieso dies bei den tieferen Schichten nicht ausgeprägt sein soll (Simmel, 1957: 545).

Simmel bemerkt zwar, dass das Phänomen der Abgrenzung auch zwischen gleichgestellten Schichten vorkommt, aber erst dann, wenn eine Absonderung nach Unten nicht notwendig erscheint. „Wie sehr dieses Abscheidungsmoment - neben dem Nachahmungsmoment – das Wesen der Mode bildet, zeigen ihre Erscheinungen da, wo die gesellschaftliche Struktur keine übereinander gelagerten Schichten besitzt; dann sind es oft die nebeneinander gelagerten, die es ergreift“ (Simmel, 1998: 43). Für Simmel ist die Abgrenzung von anderen Schichten also erstrangig, vor dem menschlichen Abgrenzungsdrang, welcher auch unabhängig von Schichten entstehen kann. Simmel anerkennt, dass es auch Personalmoden gibt, diese sind seines Erachtens aber nur ein Grenzfall der Sozialmoden, da die entsprechende Person ein Nachahmen ihrer selbst anstelle anderer betreibt (1998: 57). Diese Erklärung der Personalmode ist meines Erachtens jedoch fragwürdig, da es einerseits nicht ersichtlich ist, wie eine Person sich selbst nachahmen kann und andererseits ist das Phänomen, dass sich einige Menschen gerne durch einen eigenen Stil hervorheben mit dieser Begründung sicher nicht abgetan.

Ich werde im folgenden Kapitel aufzeigen, dass das Wesen der Mode keine übereinander gelagerte Schichten braucht, das heisst, ich werde auf einen Ansatz eingehen, welcher den Diffusionsprozess der Mode horizontal über alle sozialen Schichten hinweg vertritt.

4.1. Trickle-Across-Theorie

Die Trickle-Across-Theorie geht wie ihr Name schon sagt von einer horizontalen Ausbreitungsrichtung der Mode aus.

Ihr Ursprung liegt in der Diffusionsforschung und in den Theorien der Massenkommunikation und persönlicher Kommunikation. Dementsprechend werde ich zuerst diese zwei Ansätze erklären, um danach anhand der Trickle-Across-Theorie meiner Fragestellung nachzugehen.

Die Diffusionsforschung, welche vor allem von Everett M. Rogers (1962) beeinflusst wurde, beschäftigt sich mit der „Ausbreitung einer neuen Idee von der Quelle ihrer Entdeckung und Schöpfung bis hin zu ihren letzten Benutzern und Übernehmern“ (1962: 12). Wobei davon ausgegangen wird, dass wenn die grosse Mehrheit die Neuheit übernommen hat, deren Ausbreitung schon wieder abnimmt, da es somit keine Neuheit mehr ist (Schnierer, 1995: 56f.). Dies lässt schliessen, dass die Anwendungsmöglichkeiten für die Mode sehr gross ist, da der Zeitaspekt und somit die Kurzlebigkeit bei der Mode ebenfalls eine grosse Rolle spielen.

Die zweite Theorie, auf welche sich der Trickle-Across-Ansatz stützt, ist diejenige der Einflussverteilung im Zusammenhang zwischen Massenkommunikation und persönlicher Kommunikation. Diese Theorie beruht auf einer Studie von Lazarsfeld, Berelson und Gaudet aus dem Jahr 1944. Die aus dieser Forschung abgeleitete Annahme ist, dass in jeder Schicht eine Art Meinungsführer vorhanden sind, die sich als „Spezialisten“ für ein bestimmtes Gebiet herauskristallisiert haben. Diese Meinungsführer beeinflussen die Umgebung stärker als die Massenmedien dazu fähig sind, wobei betont wird, dass sie ihr Wissen unter anderem aus den Massenmedien beziehen (Schnierer, 1995: 58). Für die Trickle-Across-Theorie wichtig ist, dass sich „die Menschen zumeist von Angehörigen der eigenen Schicht beeinflussen lassen, die Meinungsführer also der Bevölkerungsverteilung entsprechend in allen Schichten zu finden sind“ (Lazarsfeld et al., 1948: 151). Im Bezug auf die Mode kann dieses Meinungsbildungsmuster ebenfalls beobachtet werden.

Charles W. King (1976) braucht nun diese Forschungsansätze, um die Modetheorie des Trickle-Across herzuleiten. „In historischen Unterlagen, die die frühen Theoretiker zitierten, sprechen starke Anzeichen dafür, dass der Prozess des vertikalen Flusses bei verschiedenen Arten von Klassenstrukturen funktioniert haben könnte“ (1976: 377). In der modernen Welt wird jedoch laut King die Ausbreitung von Oben nach Unten durch drei Veränderungen verhindert und somit eine gleichmässige horizontale Verteilung der Information und Mode erleichtert. Dies sind erstens die moderne soziale Umwelt, da „(s)oziale und ökonomische Nivellierungsflüsse“ dazu geführt haben, dass „es sich ein viel grösserer Teil der Bevölkerung leisten (kann), die neueste Mode zu übernehmen“ (King, 1976: 378). Und zweitens kommt die Massenkommunikation hinzu, welche es ermöglicht, dass „(i)nnnerhalb von Stunden nach den exklusiven Musterungen Pariser und

amerikanischer Modeschöpfer (...) der Stil der Saison via Zeitungen und Fernsehen das Massenpublikum erreicht“ (King, 1976: 378) hat. Und der dritte Punkt sind die Herstellungs- und Verkaufsstrategien, welche „tatsächlich jeden Prozess des vertikalen Flusses“ verhindern, da schon in kürzester Zeit die Saison-Kollektionen von Warenhäusern zu „volkstümlichen Preisen für die Verbraucher“ (King, 1976: 380) bereitgestellt sind. Mit anderen Worten, die Mode wäre schon nachgeahmt, bevor die oberen Schichten sie hätte ausüben können. Es bleibt gar keine Zeit für ein Herunterrieseln der Mode zu den weniger gut Gestellten.

Bei King steht die ganze Modeproduktion und Ausbreitung in einem viel komplexeren Zusammenhang als bei Simmel. So spielen bei King die ökonomischen Einflüsse eine grosse Rolle. Für Simmel sind die Massenproduktionen ein Beschleuniger des Modewandels, während sie für King ausschlaggebend für die von sozialen Schichten unabhängige Ausbreitung der Mode sind. Hierbei nochmals zu erwähnen ist die Tatsache, dass Simmel seine Theorien über Mode um 1900 entwickelt hat. Zu einer Zeit also, wo die Massenproduktionen und Kommunikationsmöglichkeiten noch andere Ausmasse hatten, und die Erfahrungen und Beobachtungen solcher Phänomene noch nicht über eine lange Zeit hinweg möglich war ¹.

Der theoretische Ansatz von King ist meines Erachtens nur teilweise Beweis genug für eine von den sozialen Schichten unabhängige Ausbreitung der Mode. Denn für King ist die Tatsache, dass die Modekreationen, welche zwar schnell für alle sozialen Schichten zugänglich sind, nach wie vor in der obersten Schicht der Designer und Modeschöpfer entstehen – was eigentlich wieder für Simmels Heruntertröpfeln der Mode sprechen würde – nicht relevant, da ein Stil nur über die Masse zur Mode werden kann und diese wiederum übernimmt den Stil fast gleichzeitig, wie die „Elite“. Meines Erachtens sollte die Annahme, dass die kreativen modischen Ideen immer in der obersten sozialen Schicht entwickelt werden, genauer untersucht werden. Ebenfalls ist die Tatsache nicht zu verleugnen, dass die obere Schicht nach wie vor hauptsächlich Designerkleider und nicht Massenware trägt. Auf diese Einwände werde ich im Kapitel fünf noch genauer eingehen.

Für King bedeutender ist, dass die Zeitspannen immer kürzer werden, in denen ein Modewechsel stattfindet. Somit geschieht eine „Kompression des Adoptionsprozesses zu einem verschwommenen Bild. Die Schnelligkeit der

¹ Einzuwenden ist jedoch, dass schon damals in erster Linie Menschen aus den untersten Schichten der Gesellschaft in den Textilfabriken arbeiteten. Das heisst, die eigentliche Produktion der Mode geschah und geschieht auch heute noch in diesen Schichten.

Adoption, die durch die Modesaison diktiert wird, fordert direkt die Operationalität des ‚Durchsickerungsprozesses‘ heraus“ (King, 1976: 379).

Das heisst, die Ausbreitung erreicht in kürzester Zeit alle sozialen Schichten, so dass die Mode nicht aus einer Abgrenzungs- und Zusammenschlusshaltung heraus entstehen kann und auch keine Zeit hat herunterzutropfen. *„Die Verzögerungszeit für den vertikalen Fluss der Modeadoption auf der Konsumentenebene ist fast nicht existent“* (King, 1976: 379). *Die Differenzierungen liegen viel mehr in der Produktion der Kleider aber nicht im Stil selbst. So tendieren „die höheren Preisklassen (...) zu höherer Material- und Verarbeitungsqualität (...), die offensichtlichen Unterschiede sind jedoch (...) schwer zu erkennen“* (King, 1976: 380). Dies wiederum erklärt Veblen mit seiner Theorie der Verschwendung, nach welcher sich die Forderung nach Kostspieligkeit in unsere Denkgewohnheiten eingegraben hat, sodass wir billige Kleider als weniger schön empfinden. *„So finden wir mit wenigen unerheblichen Ausnahmen ein teures, handgemachtes Kleidungsstück viel schöner und viel brauchbarer als eine weniger kostspielige Nachahmung, so geschickt diese auch das Original imitieren mag“* (Veblen, 1989:165f.). Auf den Modestil hat das aber meines Erachtens keinen Einfluss, da Original und Nachahmung sehr ähnlich sind und es sowieso immer eine grosse Auswahl an Interpretationen eines Stils braucht, damit alle Geschmäcker abgedeckt sind.

Ich möchte dieses Thema nun von Schichten und Klassen unabhängig betrachten, um auf meines Erachtens wichtigere gesellschaftliche Strukturen bei der Entstehung von Mode hinzuweisen.

4.2. McCrackens Erweiterungen des Trickle-Down-Ansatzes

Mein Interesse liegt bei Gruppenbildungen bezüglich der Mode, wie sie McCracken (1985) in seiner Theorie vertritt, die nicht unter die horizontalen sozialen Gruppenhierarchien der Gesellschaft fallen. McCracken macht drei wichtige Modifikationen für die Trickle-Down-Theorie. Dies ist erstens, dass er den Fokus von den Schichten und Klassen weg auf andere gesellschaftliche Differenzierungen, welche Statusunterschiede hervorbringen, richtet. Zweitens wird das Nachahmungsphänomen nicht mehr nur als blindes Übernehmen dargestellt, sondern ist eine selektive Aneignung gewisser modischer Elemente. Und drittens werden durch die Mode nicht nur gesellschaftliche Unterschiede ausgedrückt, sondern auch verfestigt. (McCracken, 1985: 50f.) *„Clothing not only marks the*

difference between cultural categories, it also specifies the nature of the difference that exist between them“ (McCracken, 1985: 46). Durch Mode kann eine Identität geschaffen und verankert werden, sie kann aber auch grenzziehende kulturelle Schranken hervorbringen, um Unterschiede und Status zu betonen. McCracken sieht den Modewandel wie Simmel auch als eine Folge der Abgrenzungsbemühungen, weshalb er auch zu den Trickle-Down-Theoretiker gezählt werden kann. Er schreibt: *„What drives the dynamic is an upward ‚chase and flight‘ pattern created by a subordinate social group that ‚hunts‘ upper class status markers, and a superordinate social group that moves on in hasty flight to new ones“* (McCracken, 1985: 40).

Die Bekleidung drückt einen sozialen Status aus. Denn dadurch, dass nur Personen, welche auch über diesen Status verfügen, das bestimmte Kleidungsstück tragen dürfen, wird die Position der entsprechenden Person und gleichzeitig auch der Status, der damit verbunden ist, verfestigt. Das ist meines Erachtens ein Phänomen, welches unabhängig von der Gesellschaftsstruktur beobachtet werden kann.

So kommen Abgrenzungsmechanismen auch in anderen sozialen Bereichen der Gesellschaft zutage. Gender, Alter und Ethnizität funktionieren zum Beispiel als häufige Abgrenzungsgründe. Anhand dieser Bereiche entstehen ebenfalls Hierarchien, sie verlaufen aber schichtenübergreifend. Das Phänomen der Nachahmung muss hier mehr als Durchmischung verstanden werden. Denn es geht nicht darum, dass zum Beispiel Männer Frauen nachahmen wollen, sondern eher, dass die Grenzen der Geschlechter weniger klar sind als früher, sie jedoch nach wie vor bestehen. Das heisst, gewisse Elemente der Kleidung funktionieren nach wie vor als Abgrenzung, während bei anderen die Möglichkeit vorhanden ist, mit genau diesen Geschlechterrollen zu spielen, sie also zu durchmischen. So sind zum Beispiel in unserer Gesellschaft Stöckelschuhe immer noch den Frauen vorenthalten, während aber Röcke, welche früher ganz klar nur von Frauen getragen wurden, durchaus schon den Weg in die Männermode gefunden haben.

Ein starkes Abgrenzungsmoment lässt sich bei den verschiedenen Jugendgruppierungen beobachten. Welche Musikrichtung gehört wird, was immer auch eine bestimmte Mode beinhaltet, zählt hier viel mehr als aus welcher Schicht die Eltern kommen. Das Zugehörigkeitsgefühl ist hier sehr wichtig und lässt die Überzeugung in uniformähnlicher Weise darstellen. In diesem Fall werden aber Abgrenzungs- und Angleichungsmechanismen nicht über soziale Hierarchien festgemacht. Vielmehr führen kulturelle und politische Aspekte zu diesen

Gruppenbildungen. *„The point being that fashionable clothing is used in western capitalist societies to affirm both membership of various social and cultural groups and individual, personal identity“* (Wilson 1985: 54). Über was sich eine Person identifiziert, kann ethnischer, kultureller, soziologischer, ökonomischer und/oder politischer Natur sein. Aus dieser Selbstidentifikation heraus entsteht das Abgrenzungs- und Nachahmungsbedürfnis, welches sich immer auch über Bekleidung und Mode ausdrückt. Durch die Mode wird also die eigene und/oder gewünschte Identität untermauert und gewechselt.

Das Phänomen der Angleichung, wie es zum Beispiel bei Jugendgruppen zu beobachten ist, hat Simmel in seiner Modetheorie ebenfalls aufgenommen. *„Eben durch jene Differenzierung werden die an der Absonderung interessierten Gruppenabteilungen zusammengehalten: der Gang, das Tempo, der Rhythmus der Gesten wird zweifellos durch die Kleidung wesentlich bestimmt, gleich gekleidete Menschen benehmen sich relativ gleichartig“* (Simmel, 1998: 43). Das gibt eine gewisse Sicherheit und ein Zugehörigkeitsgefühl. Je klarer die Regeln der Mode in einer Gruppe definiert sind, desto unauffälliger kann eine Person sich darin bewegen, wenn sie diesen folgt. Dies ist gerade in der Jugend sehr wichtig, da zu dieser Zeit eine starke Identitätsbildung geschieht. Daraus können sehr spezifische Moden entstehen. Das selektive Übernehmen gewisser Elemente kann so ausdrücken, zu welcher anderen Modekultur eine Gruppe sich nahe fühlt. Das heisst, durch Mode wird ausgedrückt, worüber eine Person oder Gruppe sich identifiziert.

5. Modeausbreitung vertikal oder horizontal?

Viele grosse Modelabels und Modeindustrien schauen auf die Trends der Jugendlichen und Jungen. So wurden in den letzten Jahren viele Elemente aus der Bekleidung von subkultur- und Jugendszenen genommen. Dass Mode aus den Slums den Weg in die ‚Haute Couture‘ gefunden hat, ist einerseits sicher damit zu erklären, dass sie auch vermarktet werden konnte und andererseits, dass die „Elite“ es nicht mehr nötig hat, sich klar abzugrenzen von den unteren Schichten, da der soziale Unterschied zwischen denen die besitzen und dem grossen Rest, sowieso unüberwindbar ist. Vielmehr ist es ein Spielen mit übernommenen Elementen, das sie sich leisten kann ohne Angst vor einem Statusverlust haben zu müssen. Somit werden diese Elemente auch erst zu einer Mode gemacht, die durch die ganze Gesellschaft hindurch getragen wird. So produzieren teure Modelabels seit einiger

Zeit auf aufwändige Weise abgetragene Jeans – eine Mode, die in Punkerszenen, auf nicht aufwändige Weise produziert, schon lange anzutreffen war – und verkaufen sie als eine gewagte, freche Modeerfindung.

Dass die teure gefeierte Mode in den exklusiven Ateliers der Modedesigner(innen) entsteht, ist wohl nicht abzustreiten. Die Frage stellt sich hier vielmehr, was alles Mode bedeutet. Dass teure Modelabels auch teure Werbekampagnen machen, um ihre Kleider als die Mode der Saison zu verkaufen, ist klar. Was ist aber mit den Moden, die am Rande entstehen? Leute mit wenig Geld müssen deswegen nicht zwangsweise auch weniger Sinn für Mode haben. Vielmehr fehlen ihnen die Mittel, diese durch teure Werbung in Fernsehen und Presse als Mode zu feiern.

"The annual catwalk cycle of Paris/Milan/New York/London remains high profile but is no longer the almighty force it once was.(...) The once obvious 'leaders and followers' clothing blueprint, still apparent at ceremonial and formal events, has largely been replaced by more subtle and diverse methods of announcing 'this is me and these are my attributes' and of indicating one's place in the pecking order" (Mendes,2001: 31f.).

Wohlstand ist nicht mehr der ausschlaggebende Punkt bei der Frage, wer bestimmt was Mode ist. Ein Aspekt, den McCracken betont, ist, dass nur gewisse Elemente übernommen werden. Dieses gezielte Herauspicken einzelner Elemente erlaubt es jeder Person, aus dem breiten Angebot von modischen Kleidern ihren persönlichen Stil selbst zu kreieren.

Die von Simmel erwähnten „Buschmänner“ (Simmel, 1998: 45), welchen er jeglichen Sinn für das Modische abspricht, haben ganz bestimmt ihre kleinen feinen Unterschiede in der Art, wie sie sich bekleiden, schmücken und benehmen. Nur fehlt uns dazu mit grosser Wahrscheinlichkeit der Blick und die nach unserem Erachten notwendige Werbekampagne. Genauso war die Mode der Punks in unseren Gesellschaften für die Punks schon lange Mode und nicht erst, seit die grossen Modelabels Elemente daraus für ihre Zwecke entdeckt haben. So gesehen entsteht Mode überall dort, wo Kreativität gelebt wird und wo dominante Persönlichkeiten den Mut und die Überzeugungskraft haben, ihre Mode zu lancieren. Denn wie auch King sagt, jede soziale Gruppe orientiert sich nach ihren Spezialisten und Meinungsmacher (King 1976: 390).

„The democratization of fashion has created a vast potpourri of styles from which to select. There is no doubt that fashion mirrors social formations – not least the present youth-centered ‚anything goes‘ dynamic“ (Mendes, 2001: 32).

Um auf meine anfangs gestellte Frage zurückzukommen, kann gesagt werden, dass es nicht sozial hierarchisierte Gruppen in einer Gesellschaft braucht, damit ein Modewandel von sich geht. Nachahmungs- und Absonderungsprozesse geschehen auch im kleinen zwischen Gruppen der gleichen sozialen Schicht. Es kann also nicht gesagt werden, die Mode breite sich von Oben nach Unten aus, es scheint vielmehr, dass für die Entstehung einer Mode Elemente, Arbeitsschritte und Ideen aus allen Schichten der Gesellschaft aneinandergereiht werden. Egalitäre sowie kommunistische Gesellschaften sind dem Phänomen der Mode ebenso unterworfen wie kapitalistische.

Im folgenden Kapitel werde ich mich mit der Frage auseinandersetzen, ob es um einen Modewandel herbeizuführen, Gruppen, die sich absondern und nachahmen braucht, oder ob der Dualismus der Nachahmung und der Absonderung ein Phänomen ist, das auch zwischen zwei Individuen stattfinden kann, welche dann einen Modewandel auslösen. Da, wie ich in diesem Kapitel erarbeitet habe, eine Hierarchie zwischen Gruppen nicht notwendig ist, stellt sich die Frage, ob überhaupt spezifische gesellschaftliche Bedingungen vorhanden sein müssen, damit Mode entsteht.

6. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Ich denke Simmels Dualismen der Nachahmung und der Absonderung tragen entscheidend zum Modewandel bei, sind aber sicher nicht die einzigen Faktoren. Es gibt in jeder Gruppe und Gesellschaft Menschen, welche dominanter sind und einen höheren Status haben als andere, was zum Teil auf ganz persönliche Charaktereigenschaften zurückzuführen ist. Dies sind Personen, welche nachgeahmt werden und somit auch eine Vorreiterrolle in modischen Angelegenheiten spielen. Dabei ist zu betonen, dass keine Hierarchien bestehen müssen, damit jemand nachgeahmt wird.

Mode ist etwas, das sich zwischen Individuen in einer Gesellschaft abspielt, wobei klar ist, dass diese sich immer auch zu einer oder mehreren Gruppen zugehörig fühlen. Simmel legt den Grundstein für diesen Ansatz selbst: Es „(...) ergibt sich, dass die Mode der eigentliche Tummelplatz für Individuen ist, welche innerlich

unselbständig und anlehnungsbedürftig sind, deren Selbstgefühl aber doch zugleich einer gewissen Auszeichnung, Aufmerksamkeit, Besonderung bedarf“ (Simmel, 1998: 49). Obwohl er jedoch von Individuen und von „der psychologischen Tendenz zur Nachahmung“ (Simmel, 1998: 39) spricht, ist für ihn das Phänomen der Mode nicht ohne gesellschaftlich hierarchisierte Gruppen möglich. Für Simmel ist der „Modenarr“ (Simmel, 1998: 49f.) ein unselbständiges Individuum, während meines Erachtens nur Menschen nachgeahmt werden, die auch ein sicheres Auftreten haben und bewusst etwas Neues tragen, ohne sich zu fragen, ob dies nun Mode ist oder wird. Mode kann etwas sehr persönliches sein und dient der Darstellung der eigenen Identität. Dies persönliche Komponente betonte auch Gertrud Lehnert an einer Tagung über Mode und Kunst: „Mode dient der Modellierung kultureller wie individueller Identitäten; sie ist immer auch eine Ästhetisierung der Alltagswelt und prägt unsere ästhetische Wahrnehmung in höherem Masse als Museumsbesuche oder das Lesen von Gedichten“ (Lehnert, 2003: 2).

Es ist klar, dass Mode nicht ohne eine gewisse Kollektivität entstehen kann (sozialer Faktor). Trotzdem ist es meines Erachtens möglich, dass die Suche nach neuen Moden etwas ganz persönliches sein kann. Ein Mensch kann in einer Gruppe, zu der er sich zugehörig fühlt, sich trotzdem von den anderen abgrenzen wollen. Diese Person erfindet dann einen persönlichen Stil, der, falls er überzeugend ist und auch so getragen wird, zur Mode in dieser oder auch anderen Gruppen werden kann.

Es kommt meines Erachtens auf soziale Differenzierungen, die sowieso in jeder Gesellschaft vorhanden sind, an. So braucht es innovative Junge, Subkulturen, Männer und Frauen, die in einem Spannungsverhältnis zueinander stehen. Es braucht eine soziale Durchmischung und somit auch eine spielerische Übernahme gewisser Elemente.

Um somit nochmals auf meine Fragestellung zurückzukommen, ob eine gewisse Struktur in der Gesellschaft vorhanden sein muss, damit ein Modewandel entsteht, kann gesagt werden, dass dies nicht der Fall ist. Denn die Prozesse der Nachahmung und der Abgrenzung sind nicht von der Gesellschaftsstruktur abhängig, das heisst, sie erfolgen in jeder möglichen gesellschaftlichen Konstellation.

7. Fazit

Ich habe in dieser Arbeit versucht zu erarbeiten, wie Georg Simmel den Modewandel erklärte, welche Elemente seines Ansatzes heute noch modern sind und welche aus

der heutigen Perspektive angeschaut, an Aktualität verloren haben. Nach einer Definition des Begriffs aus einem soziologischen Blickwinkel heraus, welche deutlich gemacht hat, wie vielseitig das Phänomen der Mode ist und wie unterschiedlich dies auch gesehen wird, ging ich genauer auf Simmels Modetheorie ein.

Simmels Ansatz der Dualismen zwischen Anziehung und Absonderung sind meines Erachtens wichtige Punkte, welche das Grundmuster des Modewandels erklären. Zwischen welchen Gruppen und Individuen nun diese Dualismen entstehen, ist hingegen ein strittiger Punkt. Für Simmel sind es die gesellschaftlichen Schichten, welche sich gegenseitig absondern, das heisst, vor allem die Oberen von den Unteren, wobei den Unteren die Rolle der Nachahmenden zufällt. Dass Simmels Schichten heute nicht mehr so klar getrennt in der Gesellschaft auftreten, das heisst, dass diese unterdessen viel differenzierter gesehen werden, ist nicht meine Hauptkritik an seiner Theorie. Denn dieses Element lässt sich auch auf die moderne Gesellschaft übertragen. Meine Fragestellung diesbezüglich war, ob es hierarchisierte Gruppen in der Gesellschaft braucht, um einen Modewandel zu bewirken. Anhand meiner Hypothese, dass die gesellschaftliche Struktur keinen Einfluss auf die Mode hat, habe ich einerseits untersucht, ob die Ausbreitungsrichtung der Mode wirklich von Oben nach Unten in der gesellschaftlichen Hierarchie von sich geht und andererseits, ob es darauf ankommt ob es sozial hierarchische Gruppen in der Gesellschaft gibt, das heisst, ob die gesellschaftliche Struktur überhaupt einen Einfluss auf die Mode hat.

Dazu habe ich mich vor allem auf die Theorien von Charles W. King und Grant McCracken bezogen. Durch Kings Trickle-Across-Ansatz konnte ich aufzeigen, dass die Mode sich nicht von Oben nach Unten in den gesellschaftlichen Hierarchien ausbreitet, sondern horizontal geschieht. Anhand von McCrackens erweiterter Trickle-Down-Theorie habe ich meine Hypothese, dass es gar nicht auf Hierarchien zwischen sozialen Gruppen ankommt, untermauern können.

Mode ist ein Phänomen, welches immer da auftritt, wo mehrere Menschen sind, unabhängig von der gesellschaftlichen Form des Zusammenlebens. Denn die Dualismen der „*self-assertion and self-negation, sexual attraction and competition, conformity and rebellion*“ (Mendes, 2001: 31), welche einen grossen Bestandteil der Mode ausmachen, sind überall dort zu finden, wo mindestens zwei Individuen in Beziehung zueinander stehen. Die Grundbedingungen sind also schon bei einer sehr kleinen Anzahl von Menschen gegeben, gerade auch dadurch, dass die Mode ein

Mittel ist um sich auszudrücken und sich selbst darzustellen. Sie bietet auch die Möglichkeit, die eigene Identität zu untermauern oder je nach dem zu wechseln. Wer einmal erkannt hat, dass durch die Mode mehrere Identitäten möglich sind, hat ein riesiges Feld an Möglichkeiten, um je nach Stimmung eine andere Botschaft oder Persönlichkeit seiner/ihrer selbst nach Aussen zu kommunizieren.

Die Mode braucht eine gewisse Kollektivität, damit sie überhaupt bestehen kann. Die Dualismen der Nachahmung und der Abgrenzung, als Hauptantrieb des Modewandels, wie Georg Simmel dies definierte, ist sicher in jeder Gesellschaft einer der wichtigsten Punkte, damit ein so komplexes Phänomen wie die Mode überhaupt entstehen kann.

9. Bibliografie

- Barnard, Malcolm. 1996. Fashion as Communication. London, New York: Routledge.
- King, Charles W. 1976. „Mode und Gesellschaftsstruktur“, in Marketing-Soziologie (Soziale Interaktionen als Determinanten des Marktverhaltens). Hrsg. Karl Gustav Specht, Günter Wiswede, pp. 375-392. Berlin: Duncker und Humblot.
- Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard, Gaudet, Hazel. 1948. The People's Choice (How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign). New York: Columbia University Press.
- Lehnert, Gertrud. 2003. Die Kunst der Mode (Expose der internationalen Tagung an der Universität Potsdam, 8.-10. Oktober)
http://www.uni-potsdam.de/u/avl/Expose_ModederKunst.pdf 29.8.03, 22¹⁰ Uhr
- McCracken, Grant. 1985. „The Trickle-Down-Theory Rehabilitated“, in The Psychology of Fashion. Hrsg. Michael R. Solomon, pp. 39-54. Lexington: Lexington Books.
- Mendes, Valerie. 2001. „Introduction“ (The Fashion of Fashion), in Fashion (National Geographic). Hrsg. Cathy Newman, pp. 28-35. Washington: The National Geographic Society.
- Rogers, Everett M. 1962. Diffusion of Innovations. New York: The Free Press of Glencoe.
- Schnierer, Thomas. 1995. Modewandel und Gesellschaft. (Die Dynamik von „in“ und „out“). Opladen: Leske und Budrich.
- Simmel, Georg. 1905. „Philosophie der Mode“, in Reihe Moderne Zeitfragen. Hrsg. Hans Landsberg, No 11. o.J. Berlin: Pan-Verlag.
<http://socio.ch/sim/mod05.htm> 1.9.03, 10¹⁵ Uhr
- Simmel, Georg. 1957. „Fashion“, in: American Journal of Sociology, Vol. 62: pp. 541-558 (Nachdruck aus: 1904. International Quarterly, Vol X: pp. 130-155).
- Simmel, Georg. 1998. Philosophische Kultur (Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne). Berlin: Wagenbach. (Nachdruck aus 1923. Potsdam: Gustav Kiepenheuer Verlag).
- Veblen, Thorstein. 1989. Theorie der feinen Leute (Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen). Frankfurt a/M.: Fischer Taschenbuch Verlag.

- Wilson, Elizabeth. 1985. *Adorned in Dreams (Fashion and Modernity)*. London: Virago.
- Wiswede, Günter. 1976. „Theorien der Mode aus soziologischer Sicht“, in *Marketing-Soziologie (Soziale Interaktionen als Determinanten des Marktverhaltens)*. Hrsg. Karl Gustav Specht, Günter Wiswede, pp. 393–409. Berlin: Duncker und Humblot.