

Schwarz, Udo H. A.

Das Modische. Zur Struktur sozialen Wandels der Moderne
Berlin (Duncker & Humblot) 1982, 161 Seiten

Inhalt

1. Prolegomena	7
2. Das Modische als symbolisches Medium der Kommunikation	18
2.1. Die Sinnprovinz ‚Mode‘	18
2.2. Mode als Strategie selektiven Verhaltens	23
2.3. Struktur und Bedeutung sozialer Symbole	39
2.4. Handlungsmuster als Selektionsergebnis von Handlungstyp und intersubjektiver Erfahrung	51
3. Die Ausdifferenzierung von Mustern des symbolischen Kommunikationsmediums Mode als Teilstruktur der Öffentlichkeit	61
3.1. Die öffentliche Meinung des Publikums der Eigentümer	65
3.2. Selbstkontrolle: Selbstzwang zur Identität	77
3.3. Zeit als sozialer Faktor	88
3.4. Ästhetik: Die Rezeption des Zeichens	90
3.5. Rationalität: Vernunft und Beliebigkeit der Stilisierung	92
3.6. Funktionale Habitualisierung: Nachahmung	100
Exkurs: Die modische Nachahmung in der Literatur des 16. und 17. Jahrhunderts	107
4. Die Ritualisierung der Handlungsmuster zu Codes des symbolischen Kommunikationsmediums Mode und ihre Generalisierung zur Norm des andern	113
4.1. Die Reifizierung des Symbols ‚Mode‘	113
4.2. Die Ausbildung der Norm des generalisierten andern	119
4.3. Die Generalisierung des ritualisierten Kommunikationsmediums Mode zur Norm des verallgemeinerten andern	135
Literaturverzeichnis	150