

Inhalt

1. <i>Prolegomena</i>	7
2. <i>Das Modische als symbolisches Medium der Kommunikation</i>	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. <i>Die Ausdifferenzierung von Mustern des symbolischen Kommunikationsmediums Mode als Teilstruktur der Öffentlichkeit</i>	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. <i>Die Ritualisierung der Handlungsmuster zu Codes des symbolischen Kommunikationsmediums Mode und ihre Generalisierung zur Norm des andern</i>	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 anderen	135
<i>Literaturverzeichnis</i>	150