



# Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences (KNAW) KONINKLIJKE NEDERLANDSE AKADEMIE VAN WETENSCHAPPEN

## **Modes van thuis, Veranderingen in Turks-Nederlandse huizen.**

van der Horst, H.M.

**published in**  
Migrantenstudies  
2006

**document version**  
Publisher's PDF, also known as Version of record

**document license**  
CC BY

[Link to publication in KNAW Research Portal](#)

**citation for published version (APA)**  
van der Horst, H. M. (2006). Modes van thuis, Veranderingen in Turks-Nederlandse huizen. *Migrantenstudies*, 22(2), 39-56.

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the KNAW public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the KNAW public portal.

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

**E-mail address:**  
[pure@knaw.nl](mailto:pure@knaw.nl)

## **Modes van thuis, verandering in Turks Nederlandse woningen**

Hilje van der Horst\*

### **Inleiding**

Eén van de opvallendste zaken in een deel van mijn gesprekken met met name lager opgeleide Turkse Nederlanders over de inrichting van hun woningen was de relatief hoge omloopsnelheid van de meubels in hun huis. Ze kochten meubelsets die ze, zo mogelijk, na een paar jaar vaak weer vervingen. De aanleiding voor de verandering, zo lieten de bewoners weten, was verveling met de huidige set, slijtage, maar ook de wens om mee te gaan met de mode. Naast de snelle omloop was ook de harmonie van dit type interieurs frappant. Omdat de meubels in sets werden aangeschaft waren zij allemaal van hetzelfde ontwerp. Bovendien waren de accessoires vaak allemaal in één of hooguit twee kleuren. Deze accessoires werden nog vaker veranderd, allemaal tegelijk, wat het gevoel van synchronie verder versterkte. Samen creëerde dit een overweldigende indruk van coördinatie en harmonie, maar ook een gevoel van modebewustheid, alhoewel vaak niet in overeenstemming met de modes die mij bekend waren. Naast deze hoge omloopsnelheid en harmonie in sommige interieurs, vielen ook specifieke objecten mij op. Ik kwam voorwerpen tegen die ik nooit bij Nederlandse huishoudens had aangetroffen, maar tijdens mijn bezoeken aan Turkse Nederlanders juist voortdurend. Dit waren soms voorwerpen die refereerden aan een Turks verleden, zoals die ook in toeristenwinkels in Istanbul en de Turkse kuststeden te koop zijn. Het betrof dan bijvoorbeeld vloer- en wandkleden en gedecoreerde aardewerken en houten voorwerpen. Ze waren niet zo zeer oud, zelfs vaker niet dan wel, maar refereerden aan een verleden van traditie en naar een volkse Turkse identiteit.

Naast deze archaische Turkse materiele cultuur waren er ook voorwerpen die evident nieuw waren en opvielen doordat ik ze alleen in Turks-Nederlandse huizen tegenkwam en bovendien zeer frequent, zoals gedecoreerde hoedjes die voor de sier aan de muur werden gehangen. In de gesprekken die ik voerde bleek dat deze voorwerpen onderdeel waren van modes die in Turkije, maar ook onder Turkse Nederlanders populair waren.

In deze ervaringen en in dit artikel als geheel komen drie concepten samen, namelijk stijl, mode en *ethnic markers*. Het onderscheid tussen stijl en mode werd compact samengevat door Polhemus: "*That which has a fluctuating value over time - gaining or losing value, coming in and going out - is 'fashion'. That which defies change in pursuit of the timeless is 'style'.*" (1996: 19). *Ethnic markers*, een begrip dat onder andere gebruikt wordt door Gans (1979, 1994), refereert aan die objecten die een symboolfunctie vervullen voor een bepaalde etnische identiteit.

In de zeer bescheiden hoeveelheid literatuur die is verschenen over migratie en materiele cultuur of consumptie wordt aan *ethnic markers* de meeste aandacht besteed (zie bijvoorbeeld Mehta en Belk, 1991, Joy et al, 1995,). Ook stijl wordt in relatie tot migranten wel behandeld (zie bijvoorbeeld Heinze, 1992, Çağlar, 2002). Modes daarentegen, krijgen slechts zeer beperkte ruimte binnen dit veld van onderzoek. Juist in dit laatste thema liggen echter tal van mogelijkheden om te onderzoeken hoe de positionering van migranten en hun nakomelingen, ten opzicht van herkomstland, land van vestiging en verschillende groepen daarbinnen tot stand komt. Bovendien kan aandacht voor mode nieuw licht werpen op de dynamiek binnen groepen migranten over de tijd. Zoals Polhemus immers benadrukt, gaat het bij mode om een dynamisch proces. Aangezien dynamiek bij migranten vaak al snel wordt gereduceerd tot processen van integratie, kan een blik op de dynamiek van mode tot nieuwe inzichten leiden. De consumptie van Turkse Nederlanders lijkt te worden beïnvloed door modes die zowel in

Turkije, als in Nederland, als in een internationale sfeer ontstaan. Ook de invloed van de Turkse achtergrond is daarmee continu in verandering. Dit wordt gereflecteerd in de verschillende vormen van nieuw gecreëerde materiële cultuur die uit Turkije hun weg naar Nederlands Turkse huizen vinden. Deze werden niet uit Turkije meegenomen op het moment van migratie, maar pas veel later toegeëigend, als een gevolg van de voortdurende interactie van Nederlandse Turken met hun land van herkomst. De vraag die dan gesteld kan worden luidt: welke relatie met het land van herkomst komt tot uitdrukking in de verschillende trends of modes die we in Turks-Nederlandse huizen tegenkomen en hoe hangt mode hier samen met stijl en etnische distinctie?

Met de focus op etniciteit is slechts een beperkt deel van het spectrum van positionering die plaats vindt in het interieur bestreken. Zo wordt de woning ook gebruikt voor de uitdrukking en vormgeving van religieuze en politieke oriëntaties, en krijgen hobbies en interessen vaak ook een plek in het interieur. Deze laat ik hier nu buiten beschouwing, wat absoluut niet wil zeggen dat zij niet van belang zijn. Klasse daarentegen is zo sterk verweven met stijl, mode en etniciteit dat het niet weggelaten kan worden.

Dit artikel is gebaseerd op veldwerk onder Turks Nederlandse families in zowel Nederland als Turkije. Het onderzoek in Nederland bestond uit 55 diepte-interviews, waarvan 49 plaats vonden in het huis van de informanten. Deze groep is gevarieerd, bestaand uit eerste en tweede generatie, arbeiders en middenklasse en met verschillende etnische en religieuze banden. Naast het onderzoek in Nederland werd ook onderzoek gedaan in Turkije, in steden en dorpen waar veel Nederlandse Turken vandaan komen, voornamelijk in de provincies Karaman, Aksaray, Kayseri en Ankara. Gedurende dit veldwerk werden 46 huizen bezocht, die behoorden aan Nederlandse Turken en remigranten uit Nederland. De variatie binnen deze groep is anders dan de groep die in Nederland werd onderzocht. Bijna alle families waren Soennitisch en etnisch Turks. En terwijl sommigen zouden kunnen worden gekwalificeerd als middenklasse op basis van hun economische positie, is dat voor wat Bourdieu cultureel kapitaal noemde veel minder het geval.

Onderzoek naar materiele cultuur impliceert een centrale rol voor observaties in het onderzoek. Naast de diepte-interviews met bewoners werden daarom foto's gemaakt van de interieurs, en werd geobserveerd hoe mensen zich in de ruimte bewogen en met objecten daarin omgingen. Zowel observaties als interviews worden als serieuze bronnen van informatie gehanteerd en worden bovendien niet in een hiërarchische verhouding geplaatst. De omgang van mensen met objecten is veelal pre-reflexief. In interviews naar keuzes voor bepaalde artikelen leidt dit tot rationalisaties achteraf en bovendien vaak tot een sterk individualiserend vertoog. Binnen de sociale wetenschap is zowel deze rationalisatie achteraf als deze individualisering onbevredigend. De sociale component in consumptie kan immers niet slechts worden gezien als aggregatie van het individuele (zie ook Bourdieu, 1979) en bovendien is het onduidelijk hoe rationalisaties achteraf zich verhouden tot de feitelijke context waarbinnen consumptie plaatsvond. Observatie is ook daarom onontbeerlijk.

In dit artikel zal ik eerst de theorievorming over stijl en mode kort behandelen. Hierin speelt klasse een belangrijke rol. Dit wordt direct gevolgd door een evaluatie van de relatie tussen etniciteit, stijl en mode. Deze theoretische inleidingen vormen de achtergrond voor een analyse van mijn veldwerk onder Turkse Nederlanders. Hierin komen stijl, mode en etnische distinctie aan bod. Op basis van stijlen en de analyse van de toe-eigeningen van verschillende modes, zal de dynamiek van sociale positionering en de samenhang tussen stijl, mode en etniciteit onder Turkse Nederlanders scherper in beeld gebracht worden.

## **Mode en stijl**

Terwijl het begrip mode in het dagelijks taalgebruik vooral gebruikt wordt voor kleding, is dit begrip toepasbaar op allerlei domeinen van consumptie, en in die hoedanigheid gebruik ik het

hier. De klassieke theorievorming over mode, gebaseerd op het werk van Veblen (1899) en Simmel (1904), beschrijft de verspreiding van modes naar beneden in de maatschappelijke hiërarchie. Modes ontstaan volgens deze theorie in de hogere strata van de samenleving en worden vervolgens gekopieerd door degenen direct daaronder in de hiërarchie in een poging om status te verwerven. Dit proces van *trickle down* gaat door tot de specifieke mode de lagere echelons van de samenleving heeft bereikt. Tegen die tijd heeft de elite de mode al afgedankt. Deze elite zoekt vervolgens naar nieuwe vormen van exclusiviteit om hun geprivilegieerde status te onderschrijven. De elite kan in dit spel van nieuwvorming en kopie altijd de bovenhand houden, aangezien zij meer mogelijkheden heeft voor het spenderen van geld en tijd aan niet direct noodzakelijke goederen en activiteiten, *conspicuous consumption* zoals Veblen het noemt.

Blumer (1968) was één van de eersten die deze klassieke theorie ter discussie stelde. Zijn meest pertinente kritiek was gericht op de analyse van de positie van de elite binnen de verspreiding van mode. Om mode te worden moet een bepaald consumptiegoed volgens hem passen binnen de tijdgeest. Als dit het geval is kan dit volgens hem aanleiding zijn voor de elite om haar status aan dit consumptiegoed te koppelen. Dat kan de verspreiding helpen, maar niet op zichzelf op gang brengen. Hiervoor is volgens hem immers de passendheid bij de tijdgeest verantwoordelijk.

Bourdieu verlegde met *La Distinction* (1979) de aandacht van mode naar stijl. Hij identificeerde duurzame patronen in smaak, toebehorend aan groepen mensen met een specifieke combinatie van economisch en cultureel kapitaal. Cultureel kapitaal wordt door Bourdieu omschreven als een combinatie van disposities, zoals smaak, geobjectiveerde cultuurgroederen zoals kunstvoorwerpen en institutionele kwalificaties zoals diploma's (1989). Modes bevinden zich dikwijls binnen de stijlen die kunnen worden verbonden aan deze specifieke combinaties van economisch en cultureel kapitaal. Bovendien beargumenteerde Bourdieu dat stijl zowel cultureel kapitaal aanduidt als deze consolideert. Terwijl stijlen, en modes in het verlengde daarvan, dus de bestaande hiërarchie bestendigen, zoals Simmel ook al stelde, gebeurt dat niet doordat mensen de consumptiepatronen van de elite kopiëren. De verschillende habiti zorgen voor duurzame stijlverschillen die in een hiërarchische verhouding met elkaar staan. Modes hebben hier weinig invloed op.

Bourdieu probeerde vooral de standvastheid van verschillen in consumptie te verklaren (zie ook Crane, 2000), iets waar de klassieke theorie over mode niet in slaagde. Aan het concept mode, als een dynamische kracht die alle velden van consumptie beïnvloed wijdt hij opvallend weinig woorden (zie ook Rocamora, 2002). Twee van zijn artikelen waren gewijd aan het domein van de haute couture, van catwalk en couturier (1975, 1995). Hij zag dit veld echter slechts als één van de vele velden van culturele productie en consumptie en in zijn opinie was het structureel vergelijkbaar met andere velden, zoals kunst of literatuur.

De nadruk die zowel Bourdieu als de klassieke sociologen die schreven over mode leggen op klasse wordt in meer recente theorievorming over mode en smaak bekritiseerd. In plaats van klasse zien verschillende auteurs 'hypersegmentatie' die consumenten ruime keus geeft om hun individuele identiteiten vorm te geven (Crane, 2000). Dit geldt zowel voor stijlen als voor modes. Stijlen kennen hun eigen modes, die soms een effect hebben buiten hun oorsprongsgebied. Daarbij is een hiërarchische richting naar beneden niet vanzelfsprekend. Veel van de huidige modes ontstaan op straat en worden als inspiratie genomen door top ontwerpers, een proces dat wel aangeduid wordt als *trickle up* (zie bijvoorbeeld Polhemus, 1997). En als er al sprake is van nabootsing, bereiken de modes van de elite zeker niet alle lagen van de samenleving (zie ook Pallowski, 1991).

Ondanks deze nuanceringen is er nog altijd een belangrijke correlatie tussen klasse aan de ene kant en stijl en mode aan de andere. Dit betekent niet dat we op zoek moeten naar afzonderlijke consumptiepatronen van arbeiders-, midden- en hoge klasse, aangezien dit onderscheid voor het huidige tijdperk zeker te ruw is. Globalisering van consumptie en de opkomst van nieuwe identiteiten heeft geleid tot nieuwe smaakpatronen. In migratiesamenlevingen leidt diversiteit

in culturele achtergrond tot stijlen die niet met klasse alleen verklaard kunnen worden. En ook de relatie tussen mode en klasse ligt veel complexer dan gesuggereerd werd in de klassieke theorievorming rond dit thema, zoals al eerder aangegeven.

Bovendien tenderen stijl en mode steeds meer naar elkaar toe. Dat wil zeggen dat modes veelal gekoppeld zijn aan bepaalde stijlen en dat vrijwel alle stijlen de invloed van modes ondergaan. Van tijdloze stijlen, zoals Polhemus het begrip definieerde (1996), is derhalve steeds minder sprake. Maar of dat ooit wel het geval was is de vraag.

## **Mode, stijl en etniciteit**

Terwijl, en mogelijk omdat, klasse vanaf het begin centraal heeft gestaan in theorieën over stijl blijkt het moeilijk om de variaties in stijl die voortkwamen uit een migrantenachtergrond er in te betrekken (zie ook Dibbits, 2005). Verschillende auteurs suggereren dat migrantenachtergrond geen blijvend effect heeft op de stratificatie van stijlen. Uiteindelijk, verdwijnen volgens hen etnisch specifieke stijlen. Gans, die schreef over Europese immigranten die met een boerenachtergrond naar de VS kwamen, claimt bijvoorbeeld dat klasse primair blijft en dat de specifieke smaak van migranten verdwijnt na een stijging in klassepositie (1962, 1999). *"The cultures were maintained by the immigrants, partly for language reasons, but they were quickly eroded by acculturation in the second generation, not being rich enough in content to fill the increased leisure time available to this generation and being too religious to satisfy its more secular leisure preferences. In addition, the immigrant taste cultures were mainly folk and quasi-folk low cultures. When the immigrants or their children became upwardly mobile and wanted taste culture of greater sophistication and higher status, they found it easier to choose from American cultures than to upgrade the immigrant low culture or to import higher status cultures from their country of origin."* (Gans, 1999: 128) Terwijl de Europese migranten volgens Gans dus met hun eigen 'volkscultuur' kwamen, die gevarieerd was maar gelijkwaardig in de volkse status, begon smaak na migratie uiteen te lopen als gevolg van het divergeren van klasseposities. Culturele achtergronden werden symbolische etniciteiten (1979, 1994) om daarna geheel te verdwijnen. *Ethnic markers*, als belangrijke uitdrukking van symbolische etniciteit, kwamen dus pas aan de orde op het moment dat afzonderlijke stijlen en modebeelden al goeddeels waren verdwenen.

Het gebruik door Gans van het woord *folk* is betekenisvol. Ondanks dat Gans dit niet zo expliciet stelt wordt materiële volkscultuur vaak beschouwd als losstaand van de invloed van mode. Dit impliceert dat mode pas in de moderne Amerikaanse urbane ruimte, die rijkere en meer dynamische mogelijkheden voor consumptie bood, in het leven van de Europese boeren kwam. Deze tegenstelling wordt overschat. De materiële cultuur van Europese boeren was immers al lang onder invloed van modeprocessen. Dibbits beschrijft bijvoorbeeld de invloed van verschillende modes in Doesburg en Maassluis in de zeventiende en achttiende eeuw die niet alleen het leven van de notabelen, maar ook van de meer eenvoudige inwoners beïnvloedde. Parijse kledingmodes werden toegepast in de regionale dracht en Delfts blauw was een betaalbare versie van het populaire Chinese en Japanse porselein (2001). De suggestie van het gebruik van het woord *folk* in de tekst van Gans is echter, dat deze *folk cultures* statisch zijn en dat migranten met een achtergrond in volkscultuur niet kunnen putten uit deze bron voor innovaties in hun consumptie. Bovendien ziet Gans naast de lage cultuur die zij meenamen geen mogelijkheid dat zij zich later op culturele uitingen met een hogere status uit hun land van herkomst zouden gaan oriënteren. In het onderzoek naar Turkse Nederlanders dat ik later in dit artikel presenteer blijkt dit beeld zeker niet voor deze groep op te gaan.

Heinze (1992), die beschrijft hoe Joodse migranten in de VS in de negentiende eeuw door middel van consumptie, en met name woninginrichting, een Amerikaanse identiteit trachtten te verwerven, deelt grotendeels de analyse van Gans. In de consumptiestrategieën die Joodse migranten ontwikkelden in de VS speelde volgens hem vooruitstrevendheid en economisch

succes een belangrijke rol. *Conspicuous consumption* werd de materiele uitdrukking van hun streven naar Amerikaans burgerschap. Terwijl zij niet in de eerste plaats een Europees Joodse identiteit nastreefden leidde juist deze *conspicuous consumption* echter tot een onderscheidbare stijl. Ook deze stijl had haar eigen modes. Vooral de piano in de zitkamer wordt door Heinze als zodanig beschreven. Terwijl het voor Joodse migranten een symbool was van Amerika, werd het voor buitenstaanders juist herkenbaar als een Joods Amerikaanse mode.

Çaglar (2002) beschrijft een tegengestelde tendens. Ze laat zien dat de inrichting en decoratie van flats in Turkije en Duitsland die gebruikt worden door dezelfde familie zeer van elkaar verschillen. In haar onderzoek bleek dat meer energie en geld werd besteed aan het Turkse, dan aan het Duitse appartement. De Turkse woningen waren ingericht om onder andere door middel van hun modieusheid moderniteit uit te drukken, terwijl de Duitse vooral comfortabel en praktisch waren. Ook dit leidde tot specifieke modes. Het betegelde koffietafeltje paste in de praktische maar ook bescheiden inrichting van het Duitse interieur, aangezien het makkelijk schoon te maken was en zelden kapot ging. In Turkije daarentegen werd een chiquer, maar minder praktisch glazen tafeltje het geprefereerde modeartikel.

Çaglar interpreteert de betegelde koffietafel niet in termen van mode, maar van gebruikswaarde. Alleen in Turkije voeren esthetische overwegingen volgens haar de boventoon. In het licht van mijn eigen onderzoek en de bovenstaande discussie rond mode, kan dit ook anders worden beschouwd. Omdat zich in Duitsland, zoals ook in Nederland (zie ook Van der Horst, te verschijnen-a) in de eerste jaren van de Turkse migratie een morele code van spaarzaamheid ontwikkelde, kan de koffietafel ook worden beschouwd als passend bij waarden die in Turks Duitse gezinnen belangrijk waren. Juist hierdoor kon de koffietafel met tegels in de mode raken. Ondanks dat het niet in de eerste plaats een streven naar moderniteit uitdroeg, droeg het dus wel een andere belangrijke waarde uit: spaarzaamheid in Duitsland. Dit correspondeert met Blumer (1968) stelling dat mode niet alleen de vorm krijgt van *conspicuous consumption*, maar vooral ook moet passen in een bepaalde tijdsgeest.

Çaglar beschrijft ook de referenties naar Turkije, waaronder de eerder genoemde *ethnic markers*, die zij aantrof in de Duitse woningen van haar informanten. Deze bevinding komt overeen met wat Joy et al (1995) aantreffen onder Italianen in Montreal. In tegenstelling tot Gans, die stelt dat klasse belangrijker is dan etnische identiteit, leggen zij de nadruk op de blijvende neiging om door middel van artefacten in de woning een bepaalde etnische identiteit uit te drukken. Zij zijn echter in overeenstemming met Gans wanneer zij spreken van een 'cultureel verleden'. Italiaanse culturele eigenheid wordt geplaatst in het verleden en aan de andere kant van de oceaan. Het wordt volgens hen statisch getoond in de formele ontvangstkamers die zich meestal op de weinig gebruikte eerste verdieping van hun Montrealse woningen bevinden. Zoals ook Kirschenblatt-Gimblett stelt (1998), suggereert het tentoonstellen van objecten dat zij in betekenis bevroren worden; een stelling die zij terecht ontkracht. Juist deze suggestie van culturele achtergrond en de daaraan verbonden voorwerpen als een statische bron van identiteit wil ik in de rest van dit artikel, aan de hand van de dynamiek van mode en stijl, ter discussie stellen.

Wel is het belangrijk om in het achterhoofd te houden dat sommige migrantengroepen die in de bovenstaande paragraaf aan bod kwamen zich in een andere context bevinden dan de Turkse Nederlanders uit mijn veldwerk. Europese Joden in de VS aan het einde van de negentiende eeuw hadden niet het perspectief op terugkeer naar Europa. En ook de migratie van Italianen in Montreal startte eerder en ging verder van huis. Met name de bindingen met het herkomstland zijn anders van aard bij Turkse Nederlanders. Velen bezitten woningen in Turkije en/ of gaan er geregeld op vakantie. Maar er zijn ook vele andere vormen van bindingen van Turkse Nederlanders met zowel Turkije als andere 'Euroturken'. Sommige auteurs spreken in dit kader van een transnationale ruimte waar een deel van de Turkse Nederlanders in functioneert (Staring, 2001).

## Vier stijlen

Zoals hierboven aangegeven kunnen stijl en mode niet los van elkaar beschreven worden, al wordt met beide concepten wel een verschillend accent gelegd. En daarnaast is de relatie van stijl en mode met klasse nog altijd belangrijk. Een enge focus op etniciteit, los van klasse, is dan ook niet wenselijk. In deze paragraaf komt de complexiteit van stijl, mode, klasse en etniciteit daarom samen.

Om de stijlen onder Turkse Nederlanders te kunnen vergelijken met die in Nederland als geheel is het noodzakelijk de context te schetsen van stijlvariatie in woningen in Nederland. Cieraad (2000) onderscheidt vier stijlen: oud Nederlands, strak, chic en exotisch. Oud Nederlands wordt nu getypeerd door zware eiken meubelen met geronde hoeken en poten met profiel. Deze stijl ontwikkelde als een zoektocht naar Nederlands nationaal karakter, en nam haar inspiratie van de neo renaissance decoratie van de eetkamer. In reactie op deze nostalgische imitatie stijlen kwam aan het begin van de twintigste eeuw de strakke stijl op, waarin franje en imitatie werden gemeden en rationaliteit werd nagestreefd. De chique stijl als derde, nam haar inspiratie van de ontvangstkamers in de huizen van de elite. Deze wordt gekarakteriseerd door overvloedigheid en materialen die luxe uitstralen. De exotische stijl als laatste wordt gekenmerkt door een reeks aan exotische elementen die aan het interieur werden toegevoegd, zoals Turkse tapijten die op tafel werden gelegd en Delfts blauw dat geïnspireerd was op Chinees en Japans aardewerk (Cieraad, 2000).

In al deze stijlen drukken mensen hun verworvenheden, ambities en waarden uit. De strakke stijl bijvoorbeeld, die in sommige opzichten kan worden gezien als een tegengestelde van de chique stijl, was de ultieme manier voor de culturele elite om hun progressiviteit te tonen, net als de exotische stijl het cosmopolitanisme van een eigenaar kon onderschrijven en het eiken van de oud-Nederlandse stijl respect voor nationaal erfgoed, degelijkheid en kwaliteit uitdrukte. Modes beïnvloeden al deze stijlen, wat duidelijk wordt in de vele veranderingen die Cieraad beschrijft. Deze veranderingen blijven echter vaak binnen de grenzen van één stijl. Meestal is geen sprake van *trickle down*, noch van *trickle up*. De relatieve stabiliteit van stijlen en de dynamiek van mode die Polhemus (1996) onderscheidde, kunnen daarom niet los van elkaar bekeken worden.

Onder mijn informanten zijn er ook verschillende terugkerende stijlen. De variëteit in deze stijlen hangt samen met zowel klasse, als met de sociale en culturele oriëntatie op en binnen binnen Turkije en Nederland. Deze factoren zijn echter niet los van elkaar te zien. Klassepositie beïnvloedt immers sociale inbedding. Bij de laag opgeleide eerste of tweede generatie informanten domineren andere Turkse Nederlanders het sociale netwerk, vooral wat betreft mensen die ook thuis komen. Voor hen met meer opleiding binnen mijn onderzoek is dit netwerk over het algemeen meer gemengd. Het gaat echter niet slechts om daadwerkelijke contacten, maar ook om een sociale en culturele oriëntatie. Welke groepen of personen worden bijvoorbeeld tot voorbeeld genomen en voor wie bestaat bewondering? Deze oriëntatie komt niet slechts tot stand door contacten. Mediaconsumptie bijvoorbeeld heeft hier een minstens zo grote invloed op.

De classificatie die ik hieronder geef kwam tot stand door analyse van de observaties, maar werd ook gekoppeld aan de classificaties die door informanten zelf werden gemaakt. Beide vormen van classificatie hebben een subjectieve component. Mijn eigen ervaring van de woningen van informanten wordt niet alleen beïnvloed door mijn academische interesse in het onderwerp. Het is ook bepaald door mijn ervaringen als sociale actor met mijn eigen combinatie van cultureel en economisch kapitaal en een sociaal netwerk dat mij brengt in de huizen van een niet representatieve selectie van de Nederlandse samenleving, zoals dat ook bij mijn informanten het geval is. Als Nederlands, hoger opgeleid lid van de middenklasse verschilde mijn eigen sociale positionering van die van mijn informanten, niet alleen omdat zij een Turkse achtergrond hadden, maar in een meerderheid van de gevallen ook omdat zij zich in een andere klassepositie bevonden. In mijn observaties speelt dit dan ook een rol, ook al heb ik

door middel van de analyse van fotomateriaal getracht een zekere mate van distantie te waarborgen.

Subjectiviteit was ook een kenmerk van de classificaties die mijn informanten aanbrachten. Vaak waren hun classificaties van groepen 'anderen' gekoppeld aan negatieve kwalificaties. Bovendien werd het eigen interieur slechts door enkelen gekoppeld aan een collectieve stijl. De nadruk werd gelegd op individualiteit.

Niet alle modes en stijlen waren specifiek voor Turkse Nederlanders; Nederlandse en internationale modes vonden ook ingang in hun huizen. Dit was bijvoorbeeld het geval met kleuren. In foto's die mij werden getoond van eerdere huizen en inrichtingen was bruin een dominante kleur. De meubels waren van massief hout en het behang had een druk patroon. Nu zijn lichtere pastels en wit frequent en de wanden waren tijdens mijn onderzoek licht en niet of alleen mild bedrukt. Dit correspondeert met veranderingen in de mode in de Nederlandse samenleving als geheel. Maar ook Nederland staat daarin niet op zichzelf. Door de toegenomen globalisering van consumptie is deze nadruk op landen vaak onterecht. Modes verspreiden zich in rap tempo over de wereld. En ook de productie en marketing van producten blijft vaak niet binnen landsgrenzen. Wel zijn er grote lokale verschillen ten aanzien van de toe-eigening van deze modes

De eerste stijl is het 'harmonie interieur', een stijl met hoekbanken, dikwijls in pastel en gemaakt van skai, vitrines en meubelen van hoogglans. Het is ook deze stijl die wordt verkocht in Turkse meubelwinkels en import export winkels in Nederland. Deze interieurs kenmerken zich bovendien door het gebruik van een zeer beperkt aantal kleuren, vaak een basiskleur, met één accentkleur. De vitrines bevatten vaak een zorgvuldig georchestreerde selectie van beeldjes, Islam gerelateerde objecten, glaswerk en kristal, gecombineerd met kanten kleedjes op iedere glazen plank. Ook bevat de vitrine vaak een assortiment kleine cadeautjes zoals snoep of henna, die op gelegenheden rond het huwelijk worden uitgedeeld. Zij tonen, zoals Roukens (2005) suggereerde, het sociaal kapitaal van een gezin.

Deze stijl bleek de stereotiepe Turkse stijl te zijn. Met name de kinderen van Turkse migranten die hun cultureel kapitaal hadden vergroot beschreven deze stijl als de stijl waar zij zich tegen afzetten. Het verzet richt zich dan met name op de 'valse chic' van voorwerpen die bijvoorbeeld van imitatie marmer en goud zijn gemaakt, zoals blijkt uit het volgende citaat.

"Ik denk dat ze het gewoon mooi vinden. Ik denk niet dat het hele dure spullen zijn. Heel vaak is het afkomstig van Leenbakker. Met alle respect naar Leenbakker, maar dan willen ze dat goedkope, ja hoe zeg je dat...Misschien denken ze dat glamorous ook heel duur is. Dat denken ze denk ik heel gauw. Dat als ze bijvoorbeeld veel goudkleurige dingen en veel glas in huis hebben en veel wit, dat het dan duur is. Dit [eigen woning] zullen ze waarschijnlijk rommel vinden. Dat zegt mijn moeder ook iedere keer. Ze vinden het te veel verschillende kleuren en ze vinden het niet harmonieus. Terwijl ik dat wel vind."

Modes spelen een belangrijke rol binnen deze stijl. Zo is de *fiskos masasi*, een ronde kleine tafel opgesteld in de hoek van woonkamers met een tafelkleedje tot op de grond eroverheen die ook in Nederlandse gezinnen een tijd populair was, er onderdeel van. En ook het dressoir of buffet, een item dat eerder werd geassocieerd met de slaapkamer heeft recentelijk zijn intrede gedaan in woningen met deze stijl. Het is ook de stijl waarbinnen periodieke integrale wisseling het sterkst zichtbaar is. Dit harmonie-interieur correleert, zoals al aangegeven, sterk met klasse; het was de smaak van mensen met minder cultureel kapitaal binnen mijn onderzoek, wat ook doorklinkt in de afkeurende opmerkingen erover door mensen met meer cultureel kapitaal.

Aangezien deze stijl lijkt op de chique stijl van de arbeidersklasse uit Cieraads classificatie (2000) kunnen elementen ervan ook teruggevonden worden in Nederlandse huizen. Griekse ornamentiek is bijvoorbeeld zowel onder Turkse Nederlanders met deze stijl, als onder Nederlandse arbeidersgezinnen in de mode. De vorm van *conspicuous consumption* die deze



stijl kenmerkt, leidt dus niet zonder meer tot een etnisch onderscheidbare stijl. Er zijn echter ook verschillen met de chique stijl van de Nederlandse arbeidersklasse. Een grote hoekbank is bijvoorbeeld populair binnen de harmonie stijl, en wordt vaak verklaard met het vele bezoek dat Turks Nederlandse families ontvangen. Onder Nederlandse arbeidersgezinnen is deze hoekbank veel minder vaak aanwezig. Het verschil uitte zich echter ook in een verschillend aantal modes, dat echter niet altijd specifiek was voor deze stijl.

Fabrieksgeweven kleedjes werden bijvoorbeeld in een draai op tafels gelegd, met een vaas in het centrum van die draai. En de muren werden vaak gesierd met gedecoreerde drietallen van cirkels, vaak handgemaakt, die in aflopende volgorde van omvang in een verticale lijn hingen. Een ander populair item waren de in de inleiding genoemde kleine hoedjes, ook dikwijls handgemaakt van gesteven haakwerk, en versierd met kunstbloemen en linten, ook soms in trios. Zoals met alle modes wist niemand precies waar ze vandaan kwamen, wie ermee begon en waarom ze überhaupt ontstonden. De verspreiding echter was vooral in het geval van de hoedjes en cirkels, ontoombaar. Velen hadden ze cadeau gekregen en hadden ze daarom een plek gegeven in hun woning.

De harmonie stijl wordt voornamelijk aangetroffen onder gezinnen met een geringe interactie met Nederlandse gezinnen in de huiselijke sfeer. Naar aanleiding van mijn vragen naar de inspiratie om tot bepaalde keuzes te komen bleek dat de modes binnen deze stijl vooral worden doorgegeven door contact met andere Turks Nederlandse gezinnen en de Turkse meubelwinkels. Mensen met deze smaak gaan echter ook naar budgetwinkels als Leenbakker waar ook Nederlandse arbeidersgezinnen hun meubels kopen. Ten slotte zit er een internationaal element in deze stijl. Zowel de Nederlandse winkels met deze stijl als de Turkse interieurwinkels, richten zich op de meubeltrends in Italië. Terwijl veel meubels in Turkije in de regio Kayseri worden geproduceerd, wordt Italiaans fabrikaat door mijn informanten met deze stijl, maar ook in Turkije zelf, gezien als de top in zowel kwaliteit als ontwerp. Wat wordt gezien als het stereotiepe Turkse interieur, is dus in feite geënt op Italiaanse ontwerpen.

De tweede stijl de 'modern Ottomaanse stijl', maakt gebruik van donkerrood en diepblauw, donker hout, Ottomaanse motieven en een overvloed aan stof, bijvoorbeeld in de gordijnen en gedrapeerd over banken. Waarbij de eerste stijl gedomineerd wordt door lichte tinten, is het kleurenpallet hier donkerder. Door het gebruik van donker hout lijkt het op de koloniale stijl die nu al enige tijd in Nederland in de mode is en die Cieraad beschouwt als een opvolger van de oud Nederlandse stijl. Deze stijl lijkt echter ook op de chique stijl voor 'betere kringen', die Cieraad beschrijft. Diegenen onder mijn informanten met deze stijl vertelden dat het de huidige mode is in Turkije. De stijl is bovendien veelvuldig zichtbaar op de Turkse televisie, in Turkse tijdschriften en in de wat duurere meubelwinkels in Turkije. Ook deze stijl is klassespecifiek. De stijl is populair onder de Turks Nederlandse middenklasse en georiënteerd op modes van de middenklasse in Turkije. Eén informant met een interieur dat ten dele binnen deze stijl kan worden gekarakteriseerd, met onder andere donkerrode gewelfde gordijnen stelde:

"Onze gordijnen zijn echt huiselijk Turks. Als je naar Turkije gaat, naar de grote stad, dan zie je zoiets als dit"

De kwalificatie 'grote stad' onderschrijft in dit citaat de modieusheid van de stijl, aangezien vooruitstrevendheid in mode vaak wordt gekoppeld aan stedelijkheid. Het is niet een stijl die je op het platteland volgens deze informant veel ziet. Terwijl de achtergrond van deze informant in het Turkse binnenland ligt, is hij georiënteerd op het seculiere, veelal stedelijke Turkije. Het leven in de meer seculiere gebieden idealiseert hij, wat tot uitdrukking komt in zijn droom om daar ooit te gaan wonen, al acht hij de kans dat deze wens in vervulling gaat klein. Dit laat zien dat een sociaal culturele oriëntatie los kan staan van feitelijke contacten. Bovendien laat het een dynamiek zien in sociale en culturele oriëntaties die heel anders is dan die Gans (1999) beschreef. De achtergrond van deze informant ligt in de arbeidersklasse. Bovendien is hij voor een groot deel in Nederland opgegroeid. Hijzelf heeft inmiddels een huis gekocht en kan wat

betreft zijn beroep en inkomen tot de middenklasse gerekend worden. Hij en zijn vrouw oriënteren zich nu op de modes van de middenklasse in Turkije.

In sommige bronnen die in de theoretische inleiding van dit artikel genoemd werden, wordt migratie voorgesteld als een breuk met de culturele achtergrond van migranten. Deze wordt verondersteld statisch te worden vanaf het moment van de verhuizing, of dat al geweest te zijn in de hoedanigheid van volkscultuur. Uit deze stijl blijkt een voortdurende relatie met het land van herkomst. Deze is verre van statisch en verandert juist voortdurend en brengt migranten en hun nakomelingen telkens nieuwe inspiratie in hun consumptieve keuzes. Modes in Turkije worden bijvoorbeeld verkend gedurende de zomer en naar Nederland genomen aan het einde ervan. Dit geldt niet alleen voor accessoires, maar ook voor meubelen. Meer dan eens vertelden informanten dat zij meubels hadden geïmporteerd uit Turkije. Geldbesparing was een overweging, maar het feit dat Turkse winkels meubels verkochten die zich aan het front van de modeontwikkelingen binnen hun smaak bevonden en meer keuze hadden was een andere belangrijke overweging. De grotere meubelwinkels die ik in de Turkse stad Karaman bezocht, hadden allemaal faciliteiten om meubels te bezorgen in Europese landen waar veel Turken naar migreerden.

Ten derde is er de 'klassieke stijl' die elementen neemt van de oud Nederlandse stijl, met zware meubelen van eiken, maar soms gecombineerd met een vitrine en kanten kleedjes. Ondanks dat dit een veel voorkomende stijl is in de Nederlandse samenleving, kunnen zulke meubelstukken en accessoires en het aantal zitplaatsen op banken wel aan de Turkse achtergrond van de bewoners gekoppeld worden. Mensen met zulke interieurs vroegen mij echter dikwijls retorisch of ik hun interieur Turks vond, impliciet veronderstellend dat ik dat niet zou vinden. De stijl is internationaal en niet zo zeer Turks, dan wel Nederlands.

Zoals de Oud Nederlandse stijl die Cieraad benoemde, zit er een belangrijk element van anti-mode in deze stijl. Desalniettemin zijn ook hier modes zichtbaar. De oorsprong van deze modes is minder goed algemeen te benoemen, gezien de grote variëteit zowel binnen de stijl, als bij de bewoners. Zo hebben veel van de mensen met deze stijl kanten kleedjes. Deze kleedjes, alhoewel vaak beschouwd als een traditioneel onderdeel van de Turkse woencultuur, zijn sterk aan modes onderhevig (Van der Horst, te verschijnen-b). Zo hadden velen de zelf gemaakte kanten kleedjes vervangen door fabriekskleedjes, die ze regelmatig wisselden al naar gelang de mode. Zelf gemaakte kleedjes lagen diep weggestopt in kisten en onder in kasten en werden als niet modieus beschouwd.

Ten vierde is er een 'etnische stijl' die het meest wordt gevonden onder de tweede generatie met meer cultureel kapitaal, maar ook onder de eerste generatie met een meer stedelijke achtergrond. Deze stijl combineert 'traditionele' Turkse objecten tegen een achtergrond van meer moderne meubelen, niet zelden aangeschaft bij de Zweedse meubelgigant Ikea. Deze stijl past goed in de beschrijving van Cieraads exotische interieur. Ondanks dat hun huis soms vol staat met Turkse voorwerpen, beschouwen mensen met deze stijl hun huis niet als typisch Turks, aangezien dat in hun ogen verwijst naar de harmoniestijl. Een informant met een huis vol Turkse voorwerpen zegt:

"Ik ken heel veel Turken maar die hebben niet zo'n huis. Misschien herkennen ze het door het tapijt, maar de meeste Turken hebben niet zo'n huis dus ik vind dit geen Turks huis."

De Turkse objecten binnen deze stijl verwijzen naar de volkscultuur zoals genoemd door Gans. Zoals gezegd, suggereert dat, hoewel onterecht, een bestaan buiten de invloedsfeer van mode. Deze 'traditionele' materiële cultuur kan echter ook een mode op zich worden. In Cieraads beschrijving zagen we dat exotische elementen eigenlijk voortdurend in en uit de mode raken. Aan de ene kant is de relatie met Turkse objecten voor deze jonge eigenaars anders dan met de exotische modes die Cieraad beschrijft, omdat ze dichter bij de beleving van hun eigen identiteit liggen. Auteurs als Joy et al (1995) en Mehta en Belk (1991) leggen dan ook de

nadruk op de sterke verbondenheid van deze objecten met het zelf. Echter, uit mijn interviews blijkt dat deze objecten zelden de gekoesterde objecten zijn zoals voornoemde auteurs suggereren. Het zijn souvenirs van vakanties of cadeaus die leuk staan in het interieur. Terwijl zij dus het meest ostentatief Turks zijn, impliceren deze objecten niet noodzakelijkerwijs een Turks sociaal netwerk, of zelfs een focus op Turkije. Dit komt onder andere naar voren in een gesprek met een jonge Turkse vrouw die met een Nederlandse man is getrouwd:

"Er zijn wel een aantal dingen die je in een Nederlands huishouden nooit zou tegenkomen denk ik. Het is een cadeau van mijn zus. Ik heb het over dat schilderij. Er staat '*bi-smi llahi r-rahmāni r-rahīm*'. En dat heb ik ook van mijn zus gekregen. Voor ons huis, We wilden heel graag een waterpijp dus we hebben er wel samen om gevraagd. En voor de rest, ja.. Ik heb wel echt houten lepels in de keuken. Verder volgens mij niks. Er is in ieder geval niet bewust nagedacht van dat is Turks dus dat moet er in. Ik wil wel dat mijn kinderen een Turkse naam krijgen want dat kleine beetje Turks moeten ze meekrijgen."

Voor velen was het om het even of het om Turkse of andere 'exotische' voorwerpen ging. In het huis van deze vrouw en haar man hangt dan ook bijvoorbeeld een batik doek met een Afrikaanse print. En bovendien was de wisseling van objecten hoog. Dit suggereert dat deze objecten, net als de Afrikaanse beeldjes of Mexicaanse plastic in de huizen van hun Nederlandse leeftijdsgenoten, passen bij een exotische trend, zoals die er in de afgelopen eeuwen bij voortduring zijn geweest en bovendien aan mode onderhevig zijn. Naast de vraag of het gekoesterde voorwerpen zijn is het dus zelfs de vraag of we hier te maken hebben met *ethnic markers*.

### **Mode en stijl als differentiatie en binding**

Modes komen vaak in eerste instantie voort uit een wens zich te onderscheiden, maar leiden doordat velen dezelfde manier kiezen om zich te onderscheiden, tot homogenisering. Deze paradox van mode werd al door Simmel geïdentificeerd. Volgens hem bestaat in mode de wens tot onderscheiding zij aan zij met een tendens tot sociale homogenisering. *"Fashion is the imitation of a given example and satisfies the demand for social adaptation; it leads the individual upon the road which all travel, it furnishes a general condition, which resolves the conduct of every individual into a mere example. At the same time it satisfies in no less degree the need of differentiation, the tendency towards dissimilarity, the desire for change and contrast, on the one hand by a constant change of contents, which gives to the fashion of today an individual stamp as opposed to that of yesterday and of to-morrow, on the other hand, because fashions differ for different classes..."* (Simmel, 1957: 543)

Het volgen van de mode, maar ook de homogeniteit van stijlen wordt dan ook zelden openlijk besproken door mijn informanten. Paradoxaal genoeg bezigt met name de zeer modebewuste middenklasse een vertoog van unieke smaak dat moeilijk te verenigen is met het volgen van modes. Sommige zelf kritische informanten erkennen echter wel dat hun eigen stijl niet uniek is. Eén informant vertelde mij bijvoorbeeld dat zijn vrouw en hij bijna dezelfde inrichting hebben als een vriendin van zijn vrouw die in dezelfde wijk woont, beide vormen een combinatie van de eerste en de tweede stijl. Ze hadden de meubelen niet samen gekocht maar kwamen er pas achteraf achter. Ze vonden dit wel grappig, maar ook teleurstellend:

"Je kiest geen meubelen die iemand anders al heeft. Dan is de lol eraf. Je vindt iets mooi en dan wil je dat niet bij iemand anders vinden."

Deze houding was vooral kenmerkend voor mensen met meer cultureel kapitaal. Terwijl mensen met meer opleiding individuele smaak benadrukten, hadden diegenen met minder

opleiding, vaak ook van de eerste generatie, geen schaamte om mij te vertellen dat hun huis hetzelfde was ingericht als dat van kennissen, of dat ze bepaalde meubels kochten omdat ze hoorden dat anderen er tevreden over waren. Dit speelt ook een rol in de verhalen van de tweede generatie over hun ouders. Zo zegt één informant over zijn ouders:

"Het moet een functie hebben, het moet geen sierstuk zijn. Die zeggen ik heb een eettafel nodig. Daar ga ik dus op eten. Klaar. Het hoeft niet ook nog een leuk randje of de stoeltjes leuk een beetje dit. Qua smaak is het heel anders. Ze zijn meer op functionaliteit gericht." "Mijn ouders kijken echt niet naar wat in is, wij hebben bijvoorbeeld laminaat huppeldepup en dan kiezen we dus kersenkleur (voor de meubels) dat botst lekker met elkaar. Dan zie je dat het anders is. Die hebben zo iets van het vloerkleed is kapot, ik neem wel een zeil want dat is lekker schoon te maken. Of er nou bloemetjes op zitten of niet. Ze kijken wat is het goedkoopste, 'oh dat is het goedkoopste kom maar hier, klaar'." "Het verandert heel langzaam. Maar het gaat puur om functionaliteit. Ze hebben stoelen die overal op ieder terras staan."

Dat de eerste generatie zich helemaal nooit op modes heeft georiënteerd is niet juist. In de huizen van sommige ouderen die ik bezocht bevonden zich voorwerpen die ooit 'in' waren maar nu niet meer. Zij werden nooit verwijderd. Een treffend voorbeeld waren de fabrieksmatig geweven rijk gedecoreerde wandkleden, met afbeeldingen van de grote moskeeën in Istanbul, scènes uit Mekka en Medina, maar ook niet religieuze thema's zoals bostaferelen en Atatürk. Zij waren voorwerp van spot onder de jongere generaties, die het gebrek van modegevoel van hun ouders beschreven.

Naast generatie, laat het citaat hierboven ook een verschil in klassepositie zien tussen ouders en hun kinderen. De meeste migranten kwamen uit plattelandsgemeenten (Akgündüz, 1993). Hun kinderen maakten aanzienlijke stappen als een gevolg van de opleiding die zij in Nederland ontvingen, en de variëteit aan mogelijkheden in de Nederlandse urbane omgeving. Dit resulteert in verschillen in consumptie tussen de twee generaties. Aangezien de kinderen een hogere status positie in de samenleving hebben verworven zijn zij het ook vooral die kritiek uiteten op hun ouders. Ouders, aan de andere kant, uiteten ook hun verbazing over de consumptieve keuzes van hun kinderen. Terwijl zij zelf naar Nederland kwamen met als doel spaarzaam te leven en te sparen voor terugkeer naar Turkije, zien zij hun kinderen geld uitgeven aan luxe artikelen en goede meubels vervangen door nieuwe in een streven de mode te volgen waardoor er weinig geld overblijft voor de spaarrekening.

In het verleden vond deze *conspicuous consumption* vooral plaats in Turkije, zoals ook bleek uit het eerder genoemde artikel van Çaglar (2002), maar nu kleurt het ook consumptiepatronen in Nederland. Het huis is een belangrijke locatie voor deze *conspicuous consumption* bij Turkse Nederlanders. Dit wordt gereflecteerd in het feit dat zij er relatief veel geld aan uitgeven, in vergelijking met andere etnische groepen in Nederland (Nibud, 2004). Net als bij de Europese Joden die Heinze (1990) beschrijft, veroorzaakt de Turkse migratiecontext een specifiek consumptiepatroon waarin het tonen van financieel succes een belangrijke rol speelt.

Een verklaring voor deze show door middel van consumptie kan worden gezien in de sterke (ervaren) statusmobiliteit onder Turkse Nederlanders. De dreiging om buiten de boot te vallen wordt sterk gevoeld. In Nederland waren sommige Turkse migranten in staat een positie te verwerven die niet voorstelbaar waren in de Turkse dorpscontext, terwijl anderen vanuit een schijnbaar vergelijkbare achtergrond daar niet in slaagden. Weer anderen waren zelf niet heel succesvol maar hebben geïnvesteerd in de opleiding van hun kinderen die inmiddels goede banen hebben. Een zoon of dochter die bijvoorbeeld leraar is, is voor veel ouders een reden tot grote trots. Zoals Banner stelt is sociale mobiliteit vaak aanleiding tot statuscompetitie (1984). En mode is een effectieve manier om hier uitdrukking aan te geven.

## Conclusie

Mode en stijl zijn veel bediscussieerd en onderzocht in de sociale wetenschappen. Vooral Bourdieus invloedrijke werk over de hiërarchieën in smaak (1979) heeft veel sociale wetenschappers geïnspireerd. De setting van zijn onderzoek, Frankrijk in de jaren zestig, verschilt echter van de hedendaagse samenlevingen die academici proberen te begrijpen. De verschillen tussen hoge en lage cultuur, elite cultuur en populaire cultuur, zijn in toenemende mate onduidelijk. Een comfortabele positie waarbij mensen wisten wat in het museum hoorde en wat niet heeft plaatsgemaakt voor een situatie waarin elementen van de populaire cultuur, zowel als pastiche als in hun 'originele' vorm, een plek krijgen in de tempels van de goede smaak. Bovendien is de homogeniteit die Bourdieu suggereert waarin klasse de belangrijkste differentiator in de samenleving was, vervangen door samenlevingen die worden gekarakteriseerd door een pallet aan leefstijlen, jeugdculturen en migrantenidentiteiten.

Het is vooral het laatste waar ik me in dit artikel op richtte. Migratie, alhoewel een kenmerk van alle tijden, heeft de sociale aanblik van Frankrijk, Nederland en andere West Europese landen ingrijpend veranderd. Terwijl Frankrijk door Bourdieu kon worden beschreven als bestaand uit één culturele hiërarchie van culturele producten en waarin deze hiërarchie vooral ontstond door verschillen in klasse, is dat nu niet meer het geval.

Zonder de invloed van een migratie achtergrond op smaak direct tot klasse te reduceren zoals Gans doet, verdienen de bijzonderheden van de klassenverdeling van Turkse migranten en hun nakomelingen aandacht, aangezien deze verdeling markant verschilt van de Nederlandse samenleving als geheel. Klasseposities zijn steeds meer gevarieerd geraakt gedurende de vier decennia na de start van de arbeidsmigratie uit Turkije. De spreiding over klasseposities is echter nog altijd specifiek; er is een oververtegenwoordiging in de arbeidersklasse en een sterke ondervertegenwoordiging binnen de elite. Dit leidt er toe dat de als typisch Turks bestempelde smaak een smaak is van mensen met gering cultureel kapitaal. Bovendien is er een grote mate van mobiliteit, in het bijzonder tussen de eerste en tweede generatie. De hoge variatie in mobiliteit zorgt voor statuscompetitie. Mode vervult hierbinnen een belangrijke functie. Naast de prijs van meubelen is ook het aantal jaren dat een set meubels oud is indicatief voor status, en dit is af te lezen aan de vraag of de meubels passen bij de recente of vervlogen modes. Als een antwoord op de tendens om te veel homogeniteit in de samenstelling van migrantengroepen te suggereren hebben verschillende auteurs de interne variëteit benadrukt (Bolt, 2001, Smartagent, 2001). De specifieke variatie echter, in zijn geheel genomen, is verschillend en dit beïnvloedt de interne dynamiek, ook die van mode.

Mode, in plaats van de bevestigingen van oppervlakkige mensen, is een belangrijke dynamische kracht in het sociale leven. Door de toe-eigening van mode geven mensen vorm aan hun sociale en culturele oriëntaties en aspiraties. Dit proces is grotendeels pre-reflexief. Voor sommigen is de toepassing van Turkse of andere modes in hun huis wellicht een meer of minder bewuste uitdrukking van hun Turkse identiteit. Voor anderen is het eerder een indicatie van hun sociale en culturele horizons. Ook de afwijzing van mode zegt veel over sociale positionering van mensen. Vanwege deze complexiteit, maar ook het dynamische karakter, is mode een interessant middel om te kijken naar positionering van Turkse Nederlanders.

Terwijl de literatuur over etnische identiteit en smaak of consumptiepatronen al schaars is, is er echter een nog geringere hoeveelheid literatuur over migratie en de dynamiek van mode. Ten aanzien van dynamiek vragen auteurs zich vooral af of specifieke consumptiepatronen verdwijnen in gefragmenteerde mainstream en waarom er in latere generaties soms een opleving is van etnische consumptie, ook wel etnisering of symbolische etniciteit (1979, 1994) genoemd. De suggestie van deze literatuur is dat consumptiepatronen worden meegenomen uit het land van herkomst naar de migratiebestemming om daar met het verloop van tijd te eroderen. Dit doet geen recht aan de transnationale perspectieven op consumptie die veel migrantengroepen blijven hebben. Een statische 'smaakcultuur' wordt niet slechts meegenomen van het land van herkomst. In plaats daarvan wordt het repertoire van smaak van migranten en

hun nakomelingen voortdurend gevoed door nieuwe modes en innovaties in goederen die zowel in het land van herkomst als in het land van vestiging aangeboden worden. Reizen naar het land van herkomst, televisie en andere media en banden met familie en vrienden geven voortdurende input in consumptie. De aanwezigheid en diversiteit van banden met Turkije en de voortgaande veranderingen, onder andere door mode, leidt ertoe dat niet kan worden gesproken van een cultureel verleden. Het verleden speelt een rol in het heden, maar wordt voortdurend opnieuw gevormd en aangevuld met innovaties.

## Noten

\* Hilje van der Horst is promovenda bij het Meertens Instituut. Correspondentie: [Hilje.van.der.horst@meertens.knaw.nl](mailto:Hilje.van.der.horst@meertens.knaw.nl)

## Literatuur

- Akgündüz, A. (1993). Labour migration from Turkey to Western Europe (1960-1974). An analytical review. *Capital and Class* 50 (1), 153-194.
- Banner, Lois W. (1983). *American beauty*. New York: Alfred A. Knopf.
- Blumer, Herbert (1968). Fashion: from class differentiation to collective selection. *Sociological quarterly* 10, 275-291.
- Bolt, Gideon (2001). *Wooncarrières van Turken en Marokkanen in ruimtelijk perspectief*. Utrecht: Knag.
- Bourdieu, Pierre (1975). Le couturier et sa griffe. Contribution à une théorie de la magie. *Actes de la recherche en sciences sociales* 1, 7-36.
- Bourdieu, Pierre (1984 [1979]). *Distinction, a social critique of the judgement of taste*. London, Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1989). Enkele eigenschappen van velden. In: Dick Pels, *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. Amsterdam: Van Genneep.
- Bourdieu, Pierre (1995). Haute couture and haute culture. In Pierre Bourdieu, *Sociology in question* (pp. 132-138). London: Sage.
- Çaglar, Ayse Simsek (2002). A table in two hands. In Deniz Kandiyoti and Ayse Saktanber, *Fragments of culture, the everyday of modern Turkey* (pp. 294-307). London, I.B. Taurus.
- Cieraad, Irene (2000). De gestoffeerde Illusie. Jaap Huisman, Irene Cieraad, Karin Gaillard and Rob van Engelsdorp Gastelaars, *Honderd jaar wonen in Nederland 1900-2000* (pp. 44-107). Rotterdam: Uitgeverij 010
- Crane, Diana (2000). *Fashion and its social agendas. Class, gender, and identity in clothing*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Dibbits, Hester (2001). *Vertrouwd bezit, materiele cultuur in Doesburg en Maassluis 1650-1800*, proefschrift. Nijmegen: Sun.
- Dibbits, Hester (2005). Nieuw maar vertrouwd; migranteninterieurs en het samenspel tussen sociale klasse en etniciteit. *Sociologie* 1(2), 143-159.
- Gans, Herbert .J. (1962). *The urban villagers. group and class in the life of Italian Americans*. New York: The free press of Glencoe.

- Gans, Herbert J. (1999). *Popular culture and high culture. An analysis and evaluation of taste.* New York: Basic Books.
- Gans, Herbert J. (1979). Symbolic ethnicity, the future of ethnic groups and cultures in America. *Ethnic and Racial Studies* 2 (1), 1-20.
- Gans, Herbert J. (1994). Symbolic ethnicity and symbolic religiosity: towards a comparison of ethnic and religious acculturation. *Ethnic and Racial Studies* 17 (4), 577-592.
- Heinze, A. (1992) *Adapting to abundance: Jewish immigrants, mass consumption, and the search for American identity, 1880-1914.* Columbia: Columbia University Press.
- Horst, Hilje van der (te verschijnen-a) *Living Amsterdam, tangible homes behind Amsterdam's facades.*
- Horst, Hilje van der (te verschijnen-b) 'Turkish' lace in a variety of contexts; mobilizing modernity and authenticity in the ethnic field. *Etnologia Europea.*
- Joy, Annamma, Michael Hui, Chankon Kim en Michel Laroche (1995). *The cultural past in the present: the meaning of home and objects in the homes of working-class Italian immigrants in Montreal.* Janeen Arnold Costa en Gary J. Bamossy, *Marketing in a multicultural world: ethnicity, nationalism, and cultural identity.* Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kirschenblatt-Gimblett, Barbara (1998). *Destination culture: tourism, museums, and heritage.* Berkeley [etc.]: University of California Press, 1998.
- Mehta, Raj and Russell W. Belk (1991). Artefacts , identity, and transition: Favorite possessions of Indians and Indian immigrants to the United States. *The Journal of Consumer Research* 17(4), 398-411.
- Nibud (2004). *De inkomsten, uitgaven en het financieel beheer van allochtone huishoudens.* Utrecht: Nibud.
- Pallowski, Katrin (1991). *Socialer Fortschritt, aber Geschmackskatastrophe? Interpretationsmuster für Arbeiterwohnungen in der BRD.* Wolfgang Kaschuba, Gottfried Korff & Bernd Jürgen Warneken. *Arbeiterkultur seit 1945- Ende oder Veränderung* (pp. 168-188) Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde
- Polhemus, Ted (1996). *Style surfing, what to wear in the 3rd millennium.* Londen: Thames and Hudson.
- Polhemus, Ted (1997). *Streetstyle, from sidewalk to catwalk.* London: Thames and Hudson.
- Rocamora, Agnès (2002). Fields of fashion. Critical insights into Bourdieu's sociology of culture. *Journal of Consumer Culture* 2(3), 341-362.
- Roukens, Kitty (2005) lezing tijdens bijeenkomst Adviescommissie 'Migratie en Materiele Cultuur' . Amsterdam: Meertens Instituut.
- Simmel, Georg (1957 [1904]). Fashion. *American Journal of Sociology* 62, 541-558.
- Smartagent (2001). *Woonbeleving Allochtonen.* Den Haag: DGVH.
- Staring, Richard (2001). *Reizen onder regie, het migratieproces van illegale Turken in Nederland.* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Veblen, Thorstein (1899). *The theory of the leisure class.* New York: Macmillan.