

# Het culturele emancipatieproces van de mode

**José Teunissen** ‘Mode is voor ijdele zielen en vrouwen die niets om handen hebben.’ Dit is slechts een van de vooroordelen waar mode mee te kampen heeft, waardoor mode maar moeilijk op weet te klimmen naar hoge cultuur, aldus José Teunissen in haar inaugurele rede op 23 september als lector Modetheorie bij ArteEZ hogeschool voor de kunsten.

Wie zich professioneel en intellectueel met mode bezighoudt, stuit op grote vooroordelen. Mode heet oppervlakkig te zijn en een medium waarbij het uitsluitend om de buitenkant gaat. In intellectuele kringen kan men zich nauwelijks voorstellen dat mode diepgang heeft of zelfs sterker, dat mode bij uitstek de verbeelding is van wat wij als onze ‘moderne’ cultuur en maatschappij zijn gaan beschouwen. Mode leeft in brede kring voort als een onderwerp voor vrouwen die niets om handen hebben en geen serieuze inhoud aan hun leven kunnen geven. Mode is er voor ijdele zielen en *fashion victims* die wanhopig achter de laatste mode aanlopen en hun identiteit ontleen aan het feit dat ze modieus zijn en weten wat de laatste mode inhoudt. En toch is dat laatste nu juist een wezenskenmerk van onze maatschappij. Het hebben van smaak – weten hoe je te kleden – is een vitaal statussymbool van onze moderne visuele cultuur, waarin klasse en status niet meer per definitie aan afkomst gebonden zijn, maar

steeds opnieuw gedefinieerd worden in het alsmat maar wisselende en veranderende tekensysteem van de mode.

Hoe dat principe precies werkt, is in 1895 al beschreven door de Duitse filosoof Georg Simmel en in de jaren zestig van de twintigste eeuw door Roland Barthes gepreciseerd in *Système de la Mode*. Zelfs de intellectueel in slobbertrui die denkt de mode links te laten liggen, neemt een plek in binnen het spectrum van de mode. Ook hij is onderdeel van het systeem – want al zijn collegadenkers dragen niet toevallig een vergelijkbare trui: het maakt hem onderdeel van zijn groep. Een groot filosofisch denker in een krijtstreppak bestaat niet: dat is gewoon een bankier. Ook de academicus communiceert zijn identiteit en persoonlijkheid via zijn kleren en ook die zijn onderhevig aan mode-invloeden. Ontsnappen doet simpelweg niemand aan de mode.

### Kapitalistische uitwas

En dan is er nog een ander zwaarwegend punt dat mode tot een controversieel onderwerp maakt. Anders dan de kunst, de literatuur of de muziek – waarin we ook ons gevoel voor smaak en de tijdgeest uitdrukken – is mode door en door commercieel. Het is zelfs een kapitalistische uitwas, want het behoort tot de tien belangrijkste industrieën van de wereld. Mode verleidt ons en dwingt ons om onze kleerkast te vernieuwen lang voordat onze oude kleren versleten zijn. Mode was en is daarmee nog altijd de beste vertegenwoordiger van het kapitalisme. De mode bouwde in de negentiende eeuw in de wereldstad Parijs als eerste een feilloos en ingenieus massacommunicatie- en reclameapparaat op, zodat ze met een enorme omloopsnelheid steeds ‘het nieuwe’ en het ‘allermodernste’ kon verbreiden en zo het echte consumentisme op gang kon brengen. In de manier waarop ze een verleidelijk aura weet op te bouwen rond een product is ze in de twintigste eeuw het absolute voorbeeld geworden voor de marketing van productdesign, voeding, en inmiddels ook musea en ons culturele erfgoed.

Voor al dit commerciële aspect van de mode bracht onmiddellijk vurige tegenstanders op de been. De filosoof/socioloog Thorstein Veblen zag eind negentiende eeuw mode als het ultieme uitdrukkingmiddel van het

klassenverschil. Via de mode kon de nieuw opgekomen elite demonstreren dat ze geld had om zich ‘modekleren’ te veroorloven. Rijke vrouwen konden met onpraktische crinolines onderstrepen dat zij hun tijd in ledigheid doorbrachten. Veblen zag in mode niet meer dan het etaleren van kapitalistische spilzucht. De pronkzucht van de nieuw opgekomen burgerelite verschilde in zijn ogen niet van die van de vroegere adel. Alleen was er nu een commerciële en kapitalistische machine die met zijn verleidings-

## Een groot filosofische denker in een krijtstreep pak bestaat niet: dat is gewoon een bankier

strategieën en veel goedkopere productiemogelijkheden een steeds groter publiek in de ban kreeg.

De Duitse filosoof Georg Simmel zag in diezelfde periode de in steeds bredere lagen opkomende mode juist als een ultiem democratiserend en bevrijdend symbool van het moderne leven. Dit idee baseerde hij op Charles Baudelaire, die in 1859 al een beroemd artikel over moderniteit schrijft, waarin hij vindt dat de kunst meer open moet staan voor de eigen tijd en deze vast dient te leggen. Kunstenaars behoren alle uitingen van het moderne leven te omarmen en ze te reflecteren in de kunst. Schoonheid ligt volgens hem in het contemporaine en niet uitsluitend in het historische schoonheidsideaal van de eeuwige schoonheid. De mode verbeeldt, zo signaleert hij aan de hand van modeprenten en de vrouwen op straat, bij uitstek die contemporaine geest. Mode verandert permanent, ze blijft fragmentarisch en drukt voor een moment de ideale schoonheid uit. Daarbij weet ze historische elementen alsmaar opnieuw te actualiseren

en ze overtuigend met het heden te laten smelten. Precies daaraan zou de kunst een voorbeeld moeten nemen.

Terwijl Baudelaire steeds de nadruk legt op het sublieme en het efemere, het vluchtige van de mode, gaat het bij Simmel meer om de differentiatie en imitatiemogelijkheden. Hij plaatst de mode in een sociale en politieke context en ziet haar als een symbool van het moderne leven. In *Zur Psychologie der Mode* uit 1895 beschrijft hij hoe mode bij het subject zelfbewustheid creëert. Mode maakt een individu creatief, want via de mode kan elk individu zich laten leiden door een modern en persoonlijk gevoel van schoonheid. Mode is tegelijkertijd ook een dialectisch gegeven: datgene waarmee iemand zich kan onderscheiden, maar tegelijkertijd ook kan conformeren aan de groep. Ook dat is een vitaal aspect van de 'moderne' mens. Hij kan kiezen wanneer en hoe hij tot een bepaalde groep wil horen en wanneer hij zich wil onderscheiden.

### Badinerende behandeling

Deze dialectiek die inherent is aan de mode en Simmel al vroeg signaleert zou van de mode een belangrijk object in het historisch-materialistisch denken moeten maken, analyseert Ulrich Lehmann anno 2000 in *Tigersprung*, een studie over de relatie tussen mode en moderniteit. Maar vanwege haar vluchtigheid en oppervlakkigheid werd er aan de mode juist geen grote rol toebedeeld. 'Als er in de historisch-materialistische context over cultuur werd gesproken, werden literatuur, schilderkunst en muziek van belang gevonden, terwijl de laatste mode werd afgedaan als bourgeois en oppervlakkig en niet wezenlijk voor de uitdrukking van de cultuur', aldus Lehmann.

Deze geringschattende houding heeft ervoor gezorgd dat mode gedurende bijna de hele twintigste eeuw op weinig waardering en serieuze aandacht kon rekenen, zowel in de wetenschap als in het culturele veld. Tot aan de jaren tachtig van de twintigste eeuw kon je als student bij geen enkele discipline terecht als je meer wilde weten over het

Poster Global Fashion / Local Tradition.  
Ontwerp: Thonik.



modesysteem. Over het functioneren, het maatschappelijke belang, de psychologische en sociologische dimensie van mode moest je te rade bij de hier genoemde individuen die ooit het diepere belang van de mode ingezien hadden.

Dezelfde – wat badinerende – behandeling kreeg mode ook in het culturele veld, bijvoorbeeld in de musea. Mode werd wel verzameld, maar vervolgens ondergebracht in een kelder of andere marginale plaats van het museum. Ook hier werd gedaan alsof het uitsluitend een stijlgeschiedenis was die met geen andere factoren in de maatschappij te maken had.

Pas toen de jeugdcultuur in de jaren zestig de modewereld op zijn kop zette en zijn eigen modebeeld ging samenstellen, drong door dat mode wel degelijk iets met maatschappelijke processen te maken had. De Franse filosoof Gilles Lipovetsky zette dat belang in 1994 in helder perspectief in *The empire of fashion: dressing modern democracy*. Volgens hem valt de opkomst van de mode niet toevallig samen met de industrialisatie, de ver-

lichting en de opkomst van de burgerij. Het is het moment waarop het traditionele klassensysteem wordt losgelaten en iedereen 'in principe' iets kan bereiken in het leven. Het is tevens het moment waarop een mens een individu mag zijn en zijn eigen wensen, karakter en persoonlijkheid mag ontwikkelen. Deze nieuwe en democratische beginselen komen volgens Lipovetsky niet toevallig ook tot uitdrukking in de mode die rond 1800 met name voor de man radicaal verandert. Vanaf die tijd gaat de man in een tijdloos zwart pak, dat steeds in kleine details verandert. Het is een bijna uniformachtig kledingstuk dat aan de ene kant gemakkelijk te imiteren is en daarmee dus bereikbaar voor velen, maar aan de andere kant in detail steeds verandert en zo voldoende ruimte biedt voor individualiteit, groepscode of een al dan niet aanwezig modebewustzijn. Dat allemaal kan worden afgelezen in een pak.

De jaren zestig ziet Lipovetsky vervolgens als de tweede belangrijke democratiseringsgolf in onze cultuur, die zich niet toevallig opnieuw ook uitdrukt in een kledingrevolutie. De jeugdculturen ontworstelen zich in deze jaren aan alle autoriteit en gezag van de maatschappij en vinden met hun nieuwe levensstijl ook een eigen kledingstijl uit. Niet alleen de gevestigde orde boet aan gezag in, ook de

modewereld moet zich compleet herbezinnen, want vanaf dat moment dicteren de ontwerpers niet langer de nieuwe mode, maar de jeugdculturen zelf. Ook dat ziet Lipovetsky als een vorm van verdere democratisering. Smaak is niet langer een top-down, maar vanaf nu ook een bottom-up proces en daarmee krijgt de mode als zogenaamde *low culture* opeens veel meer serieuze aandacht in de maatschappij.

## Vanuit de musea en de wetenschap ontstaat plotseling een serieuzere belangstelling voor het fenomeen mode

### Vreemde esthetiek

Hoe mode als betekenissysteem functioneert, wordt nog duidelijker als in de jaren tachtig de Japanse ontwerpers naar Parijs komen met hun vreemde esthetiek en conceptuele mode. Ook een ontwerper als Jean Paul Gaultier wordt in brede, intellectuele kringen geprezen om het postmoderne spel dat hij met kleding speelt. Hij gooit vaststaande kledingcodes door elkaar door een avondjurk te combineren met sneakers. Ontwerpers als Martin Margiela en Yohji Yamamoto proberen het verstrijken van tijd, 'het gedragene' en de vergankelijkheid van kleding in mode uit te drukken. De inhoud van mode en die van kunst blijken opeens niet zo ver meer uit elkaar te liggen. Ook mode kon een concept of inhoud hebben en liet dan niet alleen maar een ultiem schoonheidsideaal zien. Zo ontstaat er vanuit de musea en de wetenschap plotseling een veel serieuzere belangstelling voor het fenomeen mode.

Opvallend is dat vooraanstaande musea op het

gebied van beeldende kunst, zonder eigen modedcollectie, hierin het voortouw nemen. Zo nodigt het Stedelijk Museum in 1990 modeontwerper Issey Miyake uit voor de groepstentoonstelling *Energieën*. Miyake ontwerpt hiervoor geen traditionele poppenopstelling, maar hij maakt een installatie waarbij de toeschouwer op kousenvoeten over een witte vloer moet lopen met uitsparingen van kleurige plisséstoffen. Deze museale modepresentaties worden een voorbeeld voor een nieuwe generatie ontwerpers die van hun modeshows steeds meer kunstperformances gaan maken. Martin Margiela, Hussein Chalayan en Viktor&Rolf doen zo nadrukkelijk de grenzen tussen mode en kunst verder vervagen. Ze verwerken politiek commentaar in hun mode, verkennen de grenzen van wat kleding is en becommentariëren het modesysteem. Anno 2005 is al massaal verbreid dat het grote publiek en de commercie conceptuele mode steeds normaler beginnen te vinden.

Het een en ander heeft tot gevolg gehad dat mode nog nooit zo in de mode is geweest als vandaag de dag. Via internet, bladen en mondiale televisiezenders worden we direct over alle laatste modenieuwtjes geïnformeerd. In het museale veld is het vanzelfsprekend geworden dat musea voor Beeldende Kunst zonder grote kostuumcollectie

Mode  
is nog  
nooit  
zo in  
de mode  
geweest  
als  
vandaag  
de dag

regelmatig een modetentoonstelling presenteren als een vorm van moderne visuele cultuur. In het Centraal Museum in Utrecht valt op dat mode een relatief grote groep mensen aanspreekt: jongeren komen er met enthousiasme vanzelf op af. De combinatie moeder–dochter is populair en het klassieke museumpubliek meldt regelmatig in de dagverslagen dat ze vroeger mode oversloegen, maar er nu de vitale kracht van inzien. De enige doelgroep die nog achterblijft in het emancipatieproces van de mode is de dag- en weekbladjournalistiek, die mode en modetentoonstellingen stevast blijven bespreken in hun lifestyle- en consumentenrubrieken. Een recensie van een modetentoonstelling in het kunstkatern is nog altijd te veel eer voor zoiets oppervlakkigs als mode.

Deze tekst is een ingekorte bewerking van de oratie die 23 september in Zwolle werd uitgesproken als inaugurele rede op het modelectoraat ArtEZ.

De tentoonstelling *Global Fashion / Local Tradition* is nog tot en met 15 januari te zien in het Centraal Museum te Utrecht.

#### Literatuur

- Barthes, R. (1967) *Système de la mode*. Parijs: Editions du Seuil.
- Baudelaire, Ch. (1992) *De schilder van het moderne leven*. Amsterdam: Uitgeverij Voetnoot.
- Lipovetsky, G. (ter perse) 'Kunst en esthetiek in de modemaatschappij'. In: *De macht van de mode*.
- Lipovetsky, G. (1994) *The empire of fashion: Dressing modern democracy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Lehmann, U. (2000) *Tigersprung: fashion in modernity*. Londen/Cambridge: MIT.
- Simmel, G. (1986) 'Die Mode: Zur philosophischen Psychologie'. In: *Die Liste der Mode*.
- Veblen, Th. (1974) *De Theorie van de nietsdoende klasse*. Amsterdam: Arbeiderspers.