

## Een kritieke stilte

### De Nederlandse modewereld mist een gezaghebbende kritische stem

Aan talentvolle modeontwerpers geen gebrek in Nederland, maar een internationale doorbraak is voor slechts zeer weinigen weggelegd.

Een van de redenen is dat er geen gezaghebbende kritiek bestaat met een corrigerende werking. Het wordt tijd voor serieuze theorievorming over mode op universitair niveau.

‘Rien n’est à négliger de l’existence d’une époque: tout y appartient à tous’  
Stéphane Mallarmé

Onder de titel **A Tribute to...** werd op 28 mei 2003 feestelijk het eerste lustrum gevierd van het Fashion Institute Arnhem (FIA), de postacademische opleiding van de Arnhemse Hogeschool voor de Kunsten. Door een eenjarige cursus en een afsluitende gezamenlijke show in Parijs tracht deze opleiding pas afgestudeerde Nederlandse modeontwerpers op de praktijk voor te bereiden.

Het drukbezochte evenement vond plaats in het Concertgebouw te Amsterdam en werd gesponsord door Moët & Chandon. De door de warmte, de rijkelijk vloeiende roze champagne en de chocoladelolly's overmande genodigden moesten in de opeengepakte Concertgebouwfoyers geruime tijd wachten tot de show zou beginnen. Maar het wachten werd beloond met een show op een spectaculair groot, taartvormig podium van vijf lagen dat in het midden van het Concertgebouw was opgesteld. Onder de zoete tonen van onder meer Schubert, Ravel en Brahms – uitgevoerd door in Nederlandse ontwerpen geklede jonge musici – liepen meer dan honderd modellen in de creaties van vijf jaargangen FIA de taartlagen rond, tot alle randen gevuld waren. Helemaal bovenaan stond een model in een speciaal ontworpen Moët & Chandon-outfit van Michiel Keuper.

Op aanroepen van het enthousiaste publiek stond van een van de zijbalkons een vrouw even op van haar zitplaats: Angélique Westerhof, directeur van het FIA/Dutch Fashion Foundation. Met een korte buiging nam zij de ovaties in ontvangst. Daarna kwamen alle modellen de taart weer af en was het evenement afgelopen. Het publiek droop af naar buiten, steelse blikken werpend op de inmiddels gesloten foyers waar de champagnekranen waren dichtgedraaid.

Voor **A Tribute to...** was een luxe en geheimzinnige convocatie uitgegaan, en het evenement had stijl en glamour. Het concept was mooi en de organisatie gecompliceerd. De locatie was uitgelezen en de sponsors waren voortreffelijk. Het was een

feest voor de zinnen. Maar er ontbrak iets wezenlijks aan. Het had geen ‘stem’.

Niet alleen werd er tijdens de show zelf geen toelichting gegeven, er was ook geen woord van welkom of afsluiting. Uit het bijgeleverde programmaboekje viel achteraf slechts met enig gepuzzel op te maken welke ontwerpen van welke modeontwerpers van welke FIA-jaargang afkomstig waren geweest.

Het merkwaardige effect hiervan was dat het evenement zo eigenlijk geen autoriteit had, omdat niemand verantwoordelijkheid op zich nam voor wat er getoond werd. De manier waarop de vele ontwerpen langskwamen kan haast worden gezien als metafoor voor de positie die de Nederlandse mode inneemt: naamloos, onopgemerkt, als talent dat opkomt en weer ondergaat, zonder een blijvende indruk achter te laten. Want ook buiten het Concertgebouw bleef het stil over de vierendertig modeontwerpers die hun creaties hadden getoond. Ook in de Nederlandse kritiek ontbreekt namelijk een ‘gezaghebbende stem’. Het lijkt wel of mode binnen de Nederlandse kunstkritiek zelfs geen énkele plaats inneemt.

**Conceptuele kleding** ‘Nederland is geen modeland’, schreef de redactie van het **Volkskrant Magazine** in de special ‘Mode NL’ op 22 februari 2003. En ‘Nederland is een niet-modeland’, zei ook Angélique Westerhof van het FIA in een radio-uitzending van de Wereldomroep op 6 maart 2003. Dat slechte modeklimaat zou in schril contrast staan met de opkomst van talentvolle modeontwerpers, die sinds het eind van de jaren tachtig steeds meer doorbreken in de internationale modewereld. Volgens Westerhof is dat mede te danken aan de speciale aandacht die de overheid besteedde aan de financiering van goede opleidingen. ‘Nederland heeft veel en kwalitatief goede opleidingen. Lange tijd waren er negen instituten, terwijl bijvoorbeeld België er maar twee heeft’, aldus Westerhof.<sup>1</sup>

Dat mag dan zo zijn, maar België heeft veel modeontwerpers met een grote internationale reputatie voortgebracht: Ann Demeulemeester, Dries van Noten, Olivier Theyskens, Martin Margiela, Raf Simons, Véronique Branquinho... om er een paar te noemen. Viktor & Rolf en Alexander van Slobbe zijn daarentegen de enige Nederlandse ontwerpers die internationaal een grote naam hebben.

‘Alle andere Nederlandse designlabels hebben het erg moeilijk’, zo erkent ook modejournaliste Milou van Rossum. ‘Nederland zelf is een slechte markt voor het soort prijzige, conceptuele kleding dat ze maken. En ook in het buitenland blijkt het lastig voet aan de grond te krijgen. Vorig jaar hielden nog twee van de meest veelbelovende talenten, Saskia van Drimmelen en Niels Klavers, op met hun prêt-à-portercollecties.’<sup>2</sup>

‘Nederlanders staan bekend om hun conceptuele ontwerpen’, zegt Angélique Westerhof in het eerder genoemde radio-interview. ‘Hun discussies beperken zich niet tot de lengte van een rok of kleurgebruik. Ze houden zich bezig met alle ontwerpfasen, van idee tot eindproduct.’ De lesmethode op de toonaangevende modeacademie in Arnhem sluit daarbij aan: ‘Eerst alle conventies van kleding overboord, en dan in vier jaar terug naar iets draagbaars.’<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Dit interview is te vinden op [www.rnw.nl](http://www.rnw.nl).

<sup>2</sup> Van Rossum 2003a.

<sup>3</sup> Gert Jonkers 2003.

De show ‘A Tribute to...’

had eigenlijk geen

autoriteit, omdat

niemand

verantwoordelijkheid op

zich nam voor wat er

getoond werd

'Nederlandse ontwerpen zijn geen trendy hebbingen, maar conceptuele zoektochten. Bij elkaar werd het zelfs een beetje een hoekige, seksloze eenheidsworst'

'Een theoretische analyse van mode, die zich kan meten met pogingen om tot een filosofie van de kunst, muziek of literatuur te komen, is bijna niet aanwezig'

Maar wat zijn de zichtbare resultaten van deze aanpak? 'Nederlandse ontwerpen zijn geen trendy hebbingen, maar conceptuele zoektochten. Bij elkaar werd het zelfs een beetje een hoekige, seksloze eenheidsworst', schrijft Milou van Rossum in het enige stuk dat in de toonaangevende kranten verscheen over het grootse FIA-jubileum.<sup>4</sup>

De Nederlandse ontwerper lijkt evenals de kunstenaar 'zijn eigen context, zijn eigen aanbod [te creëren] en de dieper liggende redenen daarvoor ligt alleen bij hem'.<sup>5</sup> Het lijkt wel alsof de Nederlandse mode volkomen autonoom is, als een zelfstandige, 'conceptuele' kunstuiting, die zich niet of nauwelijks laat beïnvloeden door de functionele of commerciële eisen die over het algemeen aan kleding gesteld worden.

Het 'functionele' van toegepaste kunst is één manier om de artistieke inzet van een product te beïnvloeden. Die functionaliteit vereist immers een aantal randvoorwaarden waaraan een toegepast kunstwerk moet voldoen. De andere manier om de artistieke inzet van een product te beïnvloeden is door middel van gezaghebbende kritiek. En aangezien de Nederlandse mode van de markt nauwelijks of geen correctie krijgt, is die corrigerende werking van de kritiek juist hard nodig.

Voor mode lijkt echter geen tegengezag te bestaan. Men kan bijvoorbeeld rustig kleding maken die ondraagbaar is en die nergens te koop is, want er is geen haan die ernaar kraait. De criticus die kan tegenspreken en beïnvloeden en zo de kunstproductie kan kanaliseren, doet zijn werk op het gebied van de moderne kunst, en ook op andere gebieden, zoals de architectuur, maar niet op modegebied. Het gevolg is dat Nederlandse modeontwerpers hetzij een marginaal bestaan leiden, hetzij er op een gegeven moment gewoon mee ophouden, hetgeen een uiterst triest resultaat genoemd mag worden van de inspanningen die worden verricht op de door Westerhof genoemde negen instituten.

Maar zou hier iets aan te doen zijn?

**Warrig en omstreden** Die 'kritiekloze' situatie van de Nederlandse mode staat uiteraard niet geheel op zichzelf. Ook internationaal wordt er nauwelijks over mode geschreven, althans niet op een intellectueel niveau. Er verschijnt weliswaar een grote hoeveelheid boeken over kostuumgeschiedenis, maar dat zijn voornamelijk boeken die handelen over de sociale aspecten van waarom mensen bepaalde kleding dragen op bepaalde momenten. Verder is er een overdonderende hoeveelheid modebladen die trends naar lezersgroepen vertalen, maar 'een theoretische analyse van mode, die zich kan meten met pogingen om tot een filosofie van de kunst, muziek of literatuur te komen, is bijna niet aanwezig'. Aldus Ulrich Lehmann, die aangeeft waarom dat volgens hem het geval is: 'Als onderwerp blijft mode warrig en omstreden door haar vermeende gebrek aan inhoud – op zowel artistiek als metafysisch niveau [...] Toch ligt hierin ook haar grootste fascinatie: omdat we hierdoor uitgedaagd worden het voorbijgaande – dat ook het wezenlijke kenmerk van de moderniteit is – om te zetten naar een medium dat in hoger aanzien staat, zonder tegelijkertijd haar specifieke kenmerken te verliezen: om te theoretiseren en te analyseren, zonder het te laten verstenen.'<sup>6</sup>

In **Tigersprung** schetst Lehmann hoe fascinerend de filosofie van de mode is met

behulp van elementen die verschillende denkers binnen de parameters van het modernisme onafhankelijk van elkaar hebben aangereikt. Onder meer behandelt hij de gedachten van Walter Benjamin (1892-1940), die zelf ook gefrustreerd was door het gebrek aan filosofische traditie op het gebied van de mode, toen hij als voorbereiding op zijn **Passagenarbeit** de Franse en Duitse bronnen tot 1928 doorlas. Benjamin baseerde zich vooral op het werk van Baudelaire, die als eerste in mode een paradigma voor moderniteit zag, en van de Duitse filosoof Georg Simmel, bij wie hij zelf college had gevolgd.

In **Passagenarbeit**, Benjamins onvoltooid gebleven studie over de negentiende eeuw waarin hij het politieke, poëtische en filosofische potentieel van visuele en literaire fragmenten ontcijferde, vormt mode – hoewel zelden met naam genoemd of als zodanig geïnterpreteerd – het centrale onderwerp.<sup>7</sup>

Zonder uitgebreid in te gaan op de vele topoi in **Passagenarbeit**, is het zinvol om hier een van Benjamins opmerkelijkste inzichten aan te halen. Doordat de mode in het heden vrijelijk uit het verleden citeert en dit verleden zelfs als toekomstvisie presenteert, bezit de mode volgens hem de kracht om een ander silhouet van de geschiedenis te schetsen. Mode bood immers een nieuwe blik op de opeenvolging van tijdperken uit het verleden en hun relatie met het nu – dus op de tijd zelf.<sup>8</sup> Voor Benjamin verving dit de **Wirkungsgeschichte**: de geschiedenis van oorzaak en gevolg. Mode inspireerde Benjamin tot het beeld van de **Tigersprung**, een 'transhistorische sprong in het open luchtruim van de geschiedenis': van heden naar verleden en weer terug, terwijl de continuïteit van de historische ontwikkeling en de verbinding met het 'eeuwige' wordt onderbroken, zonder te blijven hangen in één temporale of esthetische configuratie.<sup>9</sup>

Die tijger – die net als de kat altijd zorgvuldig en haast bewegingloos weer op zijn pootjes terecht komt – landt bijvoorbeeld midden op de catwalk, waar zijn pose verwijst naar het precieze moment (de **Zeitkern**) waarin het ware revolutionaire potentieel is bereikt of wordt gematerialiseerd. Dit brengt een zogenaamde **Chock** voort, waarin dit revolutionaire moment in de geschiedenis tot een eenheid wordt gekristalliseerd, die vervolgens filosofisch kan worden geduid.<sup>10</sup>

Het zou voorstelbaar zijn dat zulke Benjaminiaanse **Chock**-momenten in de mode steeds vele nieuwe filosofen en theoretici zou inspireren tot nadere studie. Maar intellectuele studies over mode zijn zeer zeldzaam, en beperken zich voornamelijk tot de 'modernité', zoals die zich tussen 1840 en 1940 manifesteerde in Parijs. Naast Lehmann valt bijvoorbeeld Nancy J. Troys recente **Couture Culture** te noemen (Trois 2003). Die belangstelling voor het Parijse modernisme heeft zonder twijfel te maken met het feit dat die periode door de toenemende 'tolerantie van het efemere' en de opkomst van de mode-industrie bij uitstek tot interpretatie en theorievorming uitnodigt. Dit was overigens ook de tijd waarin modeontwerpers zich als kunstenaars presenteren en dat hun shows en creaties in kunsttijdschriften werden besproken.

De Tweede Wereldoorlog vormt echter ook in dit opzicht een cesuur. De jaren vijftig zijn de bloeitijd van de haute couture en de algemene modejournalistiek wordt steeds belangrijker. Mode en markt groeien steeds meer naar elkaar toe, en in de afgelopen decennia ontstond een grote hoeveelheid publicaties, die de laatste stijlen verspreiden binnen enkele dagen nadat ze voor het eerst zijn gesignaleerd.

4 Van Rossum 2003b.

5 Dat schreef Janneke Wesseling over de kunstenaar in **NRC Handelsblad**. De uitspraak werd aangehaald door Anna Tilroe (2003).

6 Lehmann 2000, 4.

7 Idem, 203.

8 Idem, 205.

9 Idem, xviii.

10 Idem, 247.

Door deze snelheid en alomtegenwoordigheid, kortom, wordt er niet meer getheoretiseerd.<sup>11</sup> Heden ten dage bestaat er maar één internationaal wetenschappelijk tijdschrift over mode, en dat is het viermaal per jaar verschijnende **Fashion Theory**, dat in 1997 werd opgericht door de Amerikaanse Valerie Steele.

Buitenlandse kranten – en soms ook kunsttijdschriften, zoals **TATE International Arts and Culture** – compenseren dit gebrek aan theorie enigszins door aandacht aan mode te schenken in speciale bijlagen, bijvoorbeeld door kritisch-inhoudelijke interviews met modeontwerpers. Van de drie toonaangevende Nederlandse kranten daarentegen – **de Volkskrant**, **NRC Handelsblad** en **Trouw** – is de Volkskrant de enige die in de laatste jaren weleens een modespecial aanbod. **NRC Handelsblad** publiceert op de kunstpagina uitsluitend verslagjes van de internationale voorjaars- en najaarsshows. Deze korte stukken worden in de regel geschreven door een modejournaliste, maar het gebeurt ook dat ze door de krant worden uitbesteed aan de jongste bediende of een collega met een ander specialisme. Mode wordt door **NRC Handelsblad** weinig serieus genomen, en de enige manier waarop mode in het ‘Cultureel Supplement’ terecht komt is veelal indirect, zoals op 11 april 2003 door een interview met modefotograaf Juergen Teller naar aanleiding van een tentoonstelling van zijn foto’s in de Haarlemse Vleeshal. Over het imploderen van de plannen rond een in Nederland op te richten ‘Moderepresentatiepunt’ – een gezamenlijk initiatief van musea, fondsen en een modemakelaardij – verscheen zelfs helemaal niets in de kranten.

**Spastische reacties** Dit alles heeft waarschijnlijk te maken met de merkwaardige positie die mode binnen en buiten de kunsten inneemt. Mode kent een praktische, commerciële kant en een conceptuele en ideeënrijke ‘kunstenarskant’. Maar daarnaast zijn er nog allerlei sociologische, psychologische en filosofische aspecten van de mode en bezit ze een bijzondere voorspellende kracht die alleen aan mode voorbehouden is. De contemporaine tijdgeest kristalliseert nergens zo perfect uit als in het vluchtige modemoment. En het beeld dat men van voorbije tijden heeft, wordt ingevuld door de herinnering aan de kleding die men destijds droeg.

In de essaybundel **Kunst in crisis** citeert Chris Dercon uit het modieuze blad **Purple**: ‘Alle problemen van de hedendaagse beeldende kunst vinden hun uiteindelijke formulering in de mode.’ En hij schrijft: ‘Mode en de aanverwante notie lifestyle vormen het representatiemodel bij uitstek van deze nieuwe eeuw, want mode veronderstelt een permanente vernieuwing.’<sup>12</sup> Dat is – zij het in andere woorden – ook het uitgangspunt voor de beschouwing van modespecialist Guus Beumer in diezelfde essaybundel. Onder de titel ‘De taal van de mode’ analyseert hij de alomtegenwoordigheid, de communicatieve kracht van de mode, die zich niet alleen op zichzelf vernieuwt, maar zich juist als verbindende functie tussen de andere genres van de kunst manifesteert.

Abusievelijk wordt er alsmat over gedebatteerd of mode nu eigenlijk kunst is. Van belang is echter alleen dat mode een onmiskenbaar grote invloed uitoefent: op de kunst, de architectuur, op de algemene perceptie van beelden. Kunst kan helemaal

<sup>11</sup> Idem, 66.

<sup>12</sup> Geciteerd door Anna Tilroe (2003).

niet om mode heen en maakt sinds 1970 in toenemende mate gebruik van de narratieve en formele eigenschappen van mode. Maar mode neemt, zoals hierboven al werd aangestipt, binnen de kunstkritiek geen enkele plaats in. Door haar stigma van oppervlakkigheid blijft de eventuele betrekking tussen mode en kunst een gevoelig onderwerp dat zowel bij modeontwerpers als bij kunstenaars aanleiding geeft tot spastische reacties.

‘Ik moet echt niets hebben van het idee dat mode kunst zou zijn... Ik wil niet dat ze elkaar besmetten’, vertrouwde modeontwerpster Miuccia Prada de **Financial Times** toe. Zij richtte in 1995 met haar echtgenoot Patrizio Bertelli de Prada Foundation op, een tentoonstellingsruimte voor moderne kunst die zich naast – maar op ‘antiseptische’ manier strikt gescheiden van – het Pradakantoor in Milaan bevindt.<sup>13</sup>

Met modeontwerpers die zich af en toe als kunstenaar manifesteren weet de kritiek zich al helemaal geen raad. Curator Francesco Bonami organiseerde voor Pitti Immagine in Florence een installatie van ontwerper Hedi Slimane, die als titel **Intermission** koos: ‘Ik ben geen kunstenaar. Dit is geen mode-evenement. **Intermission** is de ruimte tussen twee regels, de ruimte tussen kunst en mode, tussen twee mentaliteiten die in conflict met elkaar zijn, de ruimte tussen twee werelden.’<sup>14</sup> Maar noch door de kunstkritiek, noch door de modefans wordt deze ‘tussenruimte’ begrepen.

Er is gebrek aan studie en theorievorming op het gebied van de hedendaagse mode. Dit is een internationaal verschijnsel, maar in Nederland lijkt dat gebrek wel bijzonder groot. Mode wordt gezien als vluchtig en inhoudsloos. Diepzinnige zaken met een eeuwigheidswaarde worden wel waardig geacht om aan intellectuele analyse onderworpen te worden, maar vluchtige en vergankelijke zaken worden haast altijd bewust of onbewust gelijkgesteld met het gemakzuchtige en het nutteloze.<sup>15</sup> In Nederland wordt dit gevoel wellicht versterkt omdat er ook nauwelijks een kledingcultuur is. Nederland ontbeert een hofcultuur waarin couture als belangrijk symbool naar voren wordt geschoven, en in Nederland zijn er ook geen **socialites** die – zoals in het buitenland gebeurt – regelmatig de ‘people’-pagina’s bevolken in de nieuwste haute couture. Aan het dragen van de laatste mode wordt in Nederland over het algemeen geen enkel belang gehecht en hoewel sommige vrouwenbladen de nieuwste trends ‘vertalen’ naar hun lezeressenpubliek, is de kleding die bij hun artikelen wordt afgebeeld vaak niet eens in Nederland te koop en wordt er verwezen naar een buitenlands informatienummer.

**Bepaalde initiatieven** Hoewel de Nederlandse wetenschap over het algemeen ook internationaal georiënteerd is, besteden Nederlandse universiteiten geen aandacht aan de wetenschappelijke bestudering van mode, ondanks de enorme invloed van mode op de kunst en cultuur. Als eerste biedt de International School for Humanities and Social Sciences van de Universiteit van Amsterdam in 2004 een cursus aan voor buitenlandse studenten, die gecoördineerd zal worden door gastdocentes Pauline Terreehorst en José Teunissen. Teunissen, conservator mode van het Centraal Museum te Utrecht, verricht ook pionierswerk met haar modelectoraat aan Artez – gelieerd aan de hogeschool van de Kunsten te Arnhem – dat in samenwerking met het studium generale in Arnhem jaarlijks een internationaal symposium organiseert, en aan aanvullend onderwijs, een modehandboek en een website werkt.

<sup>13</sup> Mark Irving 2003.

<sup>14</sup> Giovanni Ballerini 2002.

<sup>15</sup> Lehmann 2000, 4.

Zoals kunstkritiek uit de kunstgeschiedenis is ontstaan, zou de modekritiek moeten voortkomen uit de modetheorie

Het zijn stappen in de goede richting, maar vooralsnog zijn deze initiatieven te beperkt om een breed theoretisch draagvlak te creëren vanwaaruit een sterke modekritische poot binnen de kunstkritiek kan ontstaan, die zo hard nodig is om de Nederlandse mode te laten floreren. Modekritiek kan niet zomaar uit de lucht komen vallen. Zoals kunstkritiek uit de kunstgeschiedenis is ontstaan, zou de modekritiek moeten voortkomen uit de modetheorie. De intellectuele bestudering van mode zou een vanzelfsprekende plek moeten krijgen binnen de universitaire studies. Pas wanneer deze zich een gerespecteerde plaats verworven heeft binnen het culturele en intellectuele discours, zal er een stroom publicaties op gang komen en zullen de media meer aandacht aan mode gaan besteden. Zo zal er uiteindelijk een modekritiek ontstaan vanuit een gerespecteerde expertise en bij monde van personen die door hun kennis en zichtbaarheid steeds meer de Nederlandse 'stem' van de mode zullen worden. Een kritiek die analyseert zonder te verlammen, die interpreteert, toetst en verbanden legt met het grotere, culturele geheel.

Pas dan zal de Nederlandse mode zich als discipline beter weten te handhaven in de tussenruimte die pure kunst scheidt van de draagbare toepassing. Of anders gezegd: pas als die kritische tussenruimte effectief wordt benut, zullen het maken en het dragen, het artistieke en het commerciële meer met elkaar verbonden raken.

**Nanda van den Berg** is kunsthistorica en publiciste.

#### Literatuur

- Ballerini, G. (2002) 'Intermission, Hedi Slimane'.  
Op: <http://www.scanner.it/servizi/stampa.php>, 19 juni.
- Beumer, Guus. (2003) 'De taal van de mode', in:  
**Wolfson**.
- Irving, M. (2003) 'The art of being Miuccia'. In:  
**Financial Times**, 21-22 juni, W7.
- Jonkers, G. (2003) 'Veel draagbare kleding op  
eindexamencollecties'. In: **de Volkskrant**, 28 juni.
- Lehmann, U. (2000) **Tigersprung. Fashion in  
Modernity**. Cambridge, Massachusetts, en Londen,  
Engeland: MIT Press, xv.
- Rossum, M. van (2003a) 'Leve de commercie'. In:  
**Volkskrant Magazine**, 'Special mode NL', 22  
februari, nr. 176, 45.
- Rossum, M. van (2003b) 'Modefeest verhult  
gebrek aan sex-appeal'. In: **de Volkskrant**, 31 mei.
- Tilroe, A. (2003) 'Kunstenaar, u hebt een taak'. In:  
**NRC Handelsblad**, 28 februari, 21.
- Troy, N.J. (2003) **Couture Culture**. Cambridge,  
Massachusetts, en Londen, Engeland: MIT Press.
- Wolfson, R. (red.) (2003) **Kunst in crisis**,  
Amsterdam/Middelburg.Prometheus/De Vleeshal.