

Column

Janice Deul

Van missie naar movement

Als fashionactiviste maak ik me sterk voor een inclusief en inspirerend kunst- en cultuurklimaat. Dat doe ik op verschillende manieren: ik geef workshops, lezingen en colleges, schrijf columns, boeken en opinie-stukken, was eerder dit jaar co-curator van een fan-tas-tisch-e tentoonstelling, *Voices of Fashion*, over 'black couture, beauty & styles' in Centraal Museum Utrecht, heb zitting in advies-commissies en besturen in de kunst- en cultuur-sector en ventileer mijn mening desgevraagd in de media. Kortom: ik doe alles wat ik kan en moet om mijn missie handen en voeten te geven. Laten we de kracht van mode en cultuur gebruiken om de wereld mooier, beter en inclusiever te maken, is de boodschap die ik al jarenlang breng. Ik heb geen organisatie achter me, geen redactie, geen afdeling pr of marketing, dus moest ik mijn eigen podia creëren om mijn zichtbaarheid te vergroten. Thank G is dit het tijdperk van de sociale media. Gretig maak ik dus gebruik van verschillende kanalen. Op persoonlijke titel deel ik berichten via Twitter (2.931 volgers), LinkedIn (ca. 3.800 connecties, 4.270 volgers), Facebook (4.916 'vrienden') en Instagram (5.615 volgers).

Content creator

Daarnaast heb ik op Fb en Insta ook een account voor mijn inspiratieplatform *Diversity Rules*, met respectievelijk 10.202 en 7108 volgers. Al met al best een aardig bereik, hoewel geenszins vergelijkbaar met dat van een beetje vlogger of YouTuber. Maar ik ben dan ook geen influencer. Ik ben een opiniemaker, een 'content creator' zo u wilt, en maak gebruik van de socials om een publiek te bereiken dat zich overal en nergens bevindt. Mijn doelgroep is heel breed. Ik richt me in feite tot iedereen. Ambitieuus ja, ik weet het. En toch... Ik hoop eenieder die denkt zoals ik, en zich niet gehoord weet, te *empoweren*, eenieder die het totaal met me oneens is, hoop ik te *educaten* en bij eenieder die zegt 'gut, daar heb ik nooit eerder bij stilgestaan', hoop ik *awareness* te creëren. En nu hoor ik menigeen verzuchten: al dat pseudo-Engels, moet dat nu echt? Ja, dat moet in mijn optiek. Dit is veelal de terminologie die op de socials wordt gebezigd. Woorden als deze klinken mij na al die jaren social media-activisme heel natuurlijk in de oren, ook al werden ze als zodanig niet gebruikt in de tijd dat ik Nederlandse taal- en letterkunde aan de toenmalige Rijksuniversiteit Leiden studeerde.

Diversity Rules

Terug naar het platform, dat ik in 2014 lanceerde toen ik een TED-talk gaf over 'de power of fashion'. Mijn oogmerk: het vergroten van inclusie en diversiteit in mode, magazines en beauty. De voertaal is Engels, een keuze die ik destijds bewust heb gemaakt. Niet alleen omdat het internet geen (lands)grenzen kent, maar ook om het mondiale karakter van de problematiek weer te geven. Ik ben de enige moderator van *Diversity Rules* (zo nu en dan met hulp van een stagiair) en ben zelf vrijwel onzichtbaar op het platform. Tenzij ik de wereldpers haal, zoals ten tijde van de Amanda Gorman-vertaaldiscussie, of als het een actueel, internationaal onderwerp betreft. Zo heb ik het nieuws dat ik in november de tweede Marjan Unger Lezing van het Rijksmuseum geef – thema: culturele toe-eigening in mode – ook gedeeld. Reacties van volgers en haters worden door mij zo goed als niet gemodereerd. Niet alleen omdat de tijd me daartoe ontbreekt, maar ook omdat ik hoop dat mensen elkaar aanspreken, opvoeden, inspireren en corrigeren. Dat gebeurt mondjesmaat in de comments, maar des te vaker in real life, en bijvoorbeeld op kunstopleidingen en hogescholen. Studenten nemen mij en mijn platform vaak mee in hun onderzoeken of scripties, wat wel aangeeft dat *Diversity Rules* een leemte opvult. Ik ben blij en trots te kunnen zeggen dat onderwerpen als mode en diversiteit, fashion als katalysator van verandering en beauty inequality mede door mijn platform op de kaart staan. Hoe anders was dat in het begin van mijn activisme. Jarenlang waande ik me een roepende in de woestijn, hoewel de boodschap die ik breng verre van nieuw was: de Amerikaanse Black is Beautiful-beweging dateert van de jaren zestig en begin jaren zeventig startte Lunette Mossel in Amsterdam een modellenbureau voor Afro-vrouwen als tegenwicht voor 'alleen maar die witte koppies in de mode en reclame', zoals ze in een krantenartikel in 1972 zei.

Representatie versus inclusie

Gaandeweg werd mijn boodschap breder gedragen, en mijn platform mag al jaren rekenen op een constant aantal loyale volgers, in binnen- en buitenland, van modellen en andere fashion insiders tot mede-activisten en bewuste modeconsumenten. Na al die jaren ben ik echter

zoekende naar een nieuwe vorm. In het begin lag het accent vooral op representatie: ik wilde meer covermodellen van kleur zien, meer afro's op catwalks, meer mannen op hakken, meer dikke vrouwen en meer 'grijze godinnen'. Dus toonde ik met name voorbeelden hiervan. Van meet af aan was het me echter te doen om echte inclusie. Dus niet alleen die verandering aan 'de voorkant', maar ook binnen de redactionele, creatieve en uitgeefteams. Dat is mijns inziens de uitdaging waar de industrie nu voor staat. Iets dat ik al langer meeneem in lezingen, presentaties en interviews, maar ik hoop die accentverschuiving ook te kunnen doorvoeren op mijn platform. Van missie naar movement, dat is de slag die ik met *Diversity Rules* hoop te maken. De vraag is: hoe? Daar ben ik nog niet helemaal uit. •



www.centraalmuseum.nl/nl/tentoonstellingen/voices-of-fashion



Janice Deul
studeerde Nederlands en was werkzaam als eindredacteur. Ze is oprichter van het platform Diversity Rules en voorvechter van inclusie in mode, beauty en cultuur. Fotografie: Melanie Marsman