

Modernisering, consumptiecultuur en vrouwelijke individualisering

Een analyse van modevertogen in Nederland, 1880-1920.

De opkomende consumptiecultuur aan het eind van de negentiende en het begin van de twintigste eeuw heeft een belangrijke rol gespeeld in de individualisering van vrouwen. Ik laat dit zien aan de hand van een analyse van het modediscours, zoals dat verspreid werd door twee Nederlandse damesbladen: *De Gracieuse* en *De Vrouwen-Wereld*. Mode is immers een van de markantste uitingen van de consumptiecultuur.

Individualisering wordt hier bestudeerd vanuit een Foucauldiaans perspectief, als het effect van individualiserende technieken en technieken van het zelf. Tegelijk houd ik een pleidooi voor een meer genderspecifieke benadering van de processen van individualisering.

Individualisering: een Foucauldiaanse benadering

Individualisering was vanaf het ontstaan van de sociologie een centraal thema. Zowel in het werk van Durkheim, Weber als Simmel was het ontstaan van het moderne individu in een snel veranderende samenleving een belangrijk aandachtspunt. De laatste decennia kent het onderwerp een hernieuwde belangstelling. Hedendaagse spraakmakers als Giddens, Baumann en Beck

* Met dank aan NWO voor het subsidiëren van dit onderzoek.

1 Durkheim, E. (1973(1898)) 'Individualisme en intellectuelen', in H.P.M. Goddijn (red.), *Sociologie, socialisme en democratie. De politieke sociologie van E. Durkheim*, pp.174-187, (vert. van *L'Individualisme et les intellectuels*), Meppel: Boom; Simmel, G. (1908(1957)) 'Freedom and the individual', in D. Levine (ed.), G. Simmel, *On Individuality and Social Forms. Selected Writings*, pp. 324-339, Chicago.

besteden ruim aandacht aan het individualiseringsproces als een van de centrale ontwikkelingen in onze tegenwoordige samenleving.

Ook binnen de (cultuur-en ideeën)geschiedenis werd het onderwerp ruimschoots bestudeerd. Te denken valt aan het werk van Trilling, Taylor en Morris, om er maar enkele op te noemen.

De Engelse socioloog Nikolas Rose heeft, geïnspireerd door het werk van Michel Foucault, een aantal interessante kritieken geformuleerd op de manier waarop deze beide disciplines het individualiseringsproces tot nu toe hebben bestudeerd.

Rose bekritiseert de sociologen omwille van het feit dat zij het proces van individualisering niet als een 'eigenstandige' ontwikkeling zien. Wat alle bovengenoemde sociologen gemeen hebben, aldus Rose, is dat zij het moderne individu opvatten als de resultante van maatschappelijke veranderingen als toenemende arbeidsdeling, functionele differentiatie, verzelfstandiging van maatschappelijke subsystemen, toegenomen rationalisering of een proces van de-traditionalisering. Echter, individualisering moet volgens Rose niet gezien worden als het resultaat van meer fundamentele processen in andere domeinen. Individualiteit (of subjectiviteit) heeft, aldus Rose, haar eigen geschiedenis en die is meer heterogeen, meer technisch en bevindt zich meer op het 'banale' niveau van de dagelijkse praktijken dan wat de meeste theorieën doen uitschijnen. Een kritische geschiedenis van het individu moet zich direct richten op de concrete praktijken die, zowel nu als in het verleden, menselijke wezens tot individuen hebben gemaakt.

Ten tweede verzanden sociologische benaderingen van het individualiseringsvraagstuk, aldus Rose, weleens in een vruchteloze discussie. De hypothese over toenemende individualisering in de westerse cultuur is veel besproken,

2 Beck, U. (1986) *Risikogesellschaft*, Frankfurt a/Main: Suhrkamp; Beck, U. & P. Sopp (red.) (1977) *Individualisierung und neue Integration. Neue Konfliktlinien und neuer Integrationsmodus*, pp. 143-160 (Leske/Budrich); Beck, U. & E. Beck-Gerschein (2002) *Individualization*, Londen: Sage; Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity; Baumann, Z. (2001) *The Individualized Society*, Cambridge: Polity.

3 Trilling, L. (1971) *Sincerity and Authenticity*, Cambridge: Harvard University Press; Taylor, C. (1989) *Sources of the Self. The Making of the Modern Identity*, Cambridge: Cambridge University Press; Morris, B. (1991) *Western Conceptions of the Individual*, Oxford: Berg.

4 Rose, N. (1991) *Governing the Soul. The Shaping of the Private Self*, p. 295, London/New York: Routledge.

maar ze roept ook veel weerstand op. Herhaaldelijk wordt de kritiek geopperd of de diagnose wel klopt, of de individualiseringstheorie niet primair een illusie, een ideologie achteraf is. Mensen (zeker in hun hoedanigheid van consument) denken vrij te kiezen, maar eigenlijk zouden ze 'gedomineerd', gemanipuleerd worden door de dwang van allerlei imperatieven. Vaak klinkt, aldus Rose, in deze kritiek dan nog een ander aspect door, namelijk dat de regulering via allerlei dwangimperatieven valse reguleringen zouden zijn. Uit een dergelijke redenering blijkt dat de persoonlijkheid wordt opgevat als een essentie. Politieke systemen, marktstrategieën worden veelal veroordeeld wegens het domineren of dwingen van mensen, of met andere woorden wegens het niet respecteren van de 'echte' of 'authentieke' individuele persoonlijkheid. Maatschappelijke reguleringen worden dan ook geëvalueerd naar de mate waarin zij individuen respecteren of onderdrukken. Volgens Rose wordt de vraagstelling interessanter als men ze omkeert en zich afvraagt hoe de persoonlijkheid of de subjectiviteit in haar verschillende gedaantes en concepties zelf de maatstaf is geworden van politieke systemen, marktstrategieën en andere machtsrelaties. De relaties tussen macht en individualiteit worden vanuit deze vraagstelling niet beperkt tot het begrenzen of onderdrukken van de vrijheid van individuen. Deze relaties zijn veeleer op te vatten als het stimuleren van subjectiviteit en persoonlijkheid, het promoten van zelf-inspectie en van zelfbewustzijn, het vormen van verlangens, het creëren van lichaamsbewustzijn, het maximaliseren van intellectuele capaciteiten.⁵ De vaststelling dat de moderne mens meer variatiemogelijkheden heeft, meer op zichzelf aangewezen is en zich/haarzelf als autonoom individu ziet, kan nooit impliceren dat zij geen deel meer zou uitmaken van maatschappelijke machtsdispositieven. Integendeel, het moderne individu is het product van intensieve en indringende maatschappelijke reguleringen.

Rose formuleert ook kritiek aan het adres van de cultuurhistorische benaderingen van het individualiseringsproces. Het is interessant de geschiedenis te schrijven van de verschillende doctrines van het individu, aldus Rose. Echter, dergelijke geschiedenissen geven nog geen inzicht in de organisatie van de banale dagelijkse praktijken die het gedrag van mensen in bepaalde situaties

5 Rose, *Governing the Soul*, p. 4.

6 Vollebergh, W. (1989) 'De dwang tot het normale: jongeren over hun toekomstperspectief', *Jeugd en Samenleving*, 19: 104-114.

7 Rose, *Governing the Soul*, p. 4.

vorm geven.⁸ Ideeëngeschiedenissen verduidelijken niet hoe betekenissystemen concreet ingezet werden in de productie van individuen. Betekenissystemen moeten niet worden opgevat als deel uitmakend van een diffuus veld van de cultuur, maar als belichaamd in institutionele en technische praktijken – zij het van spirituele, medische, politieke of economische aard – die specifieke vormen van individualiteit tot stand brengen. De geschiedenis van het individu zou volgens Rose geschreven moeten worden op het technische niveau, als een genealogie van de individualiserende technieken en de technieken van het zelf.⁹ Daarbij is het belangrijk, aldus Rose, in te zien dat de filosofische ‘canonieke teksten’ over het individu geen prioriteit hebben. Van belang zijn precies die teksten die de vele dagelijkse filosofieën bevatten van hen die proberen de criminelen, de gevaarlijke stad, de sociale relaties op de werkplek of de consumenten te beheren, en die als resultaat van de technische toepassing van die dagelijkse filosofieën individualiteit produceren.¹⁰

De grote inspirator van Nikolas Rose is, zoals gezegd, de Franse filosoof/historicus Michel Foucault. Waar Foucault zijn analyses vooral richt op lichamen als doel van macht, concentreert Rose zich veel meer op de individualisering van de psyche. En waar Foucault voornamelijk gericht was op machtsdispositieven die verbonden waren met overheidsinstellingen en de filantropie, heeft Rose ook aandacht voor dergelijke machtsrelaties op de vrije markt. Uitgangspunt blijft, ook bij Rose, de productieve relatie tussen macht en individualiteit, zoals ze functioneert op het concrete niveau van de individualiserende technieken. Het is aan de hand van deze benadering dat ik probeer enig licht te werpen op de manier waarop de westerse consumptiecultuur heeft bijgedragen aan de individualisering van vrouwen.

Individualisering van mannen, individualisering van vrouwen

Problematisch aan zowel de klassieke historische en sociologische individualiseringstheorieën als aan de Foucauldiaanse benaderingen is dat ze de uitstraling hebben algemene en sekseneutrale theorieën te zijn, terwijl ze vaak enkel over

8 Rose, N. (1996a), ‘Authority and the genealogy of subjectivity’, in P. Heelas, S. Lash & P. Morris (red.), *Detraditionalization. Critical Reflections on Authority and Identity*, p. 298, Cambridge: Blackwell.

9 Rose, *Governing the Soul*, p. 11.

10 Rose, *Authority and Genealogy*, p. 299.

mannen gaan. Of dat ze voorbijgaan aan de verschillende implicaties die bepaalde maatschappelijke ontwikkelingen hebben voor mannen, respectievelijk vrouwen.¹¹ Feministische wetenschappers hebben de kritiek geopperd dat vrouwen lange tijd uit de westerse individualiseringsprocessen werden uitgesloten. Binnen bepaalde stromingen wordt de geschiedenis van vrouwen hoofdzakelijk opgevat als een proces van uitsluiting uit het individualiseringsproces. De toewijzing van vrouwen tot het private domein zou gefunctioneerd hebben als een instrument van anti-individualisering. De individualisering van vrouwen zou, vanuit dit perspectief, op gang zijn gekomen op het moment dat vrouwen toegang kregen tot die maatschappelijke instituties die de individualisering van mannen mogelijk hebben gemaakt. Dat is alvast de mening van de sociologe Elizabeth Beck-Gerschein:

(...) Zu Beginn der Moderne bleibt Individualisierung ganz auf Männer Beschränkt. (...) Charakteristisch für den Verlauf des Modernisierungsprozesses ist gerade, dass sich männliche und weibliche Normalbiographie zunächst nach ganz unterschiedlichen Richtungen hin verändern. Der weibliche Lebenszusammenhang wird im 19. Jahrhundert nicht erweitert, sondern im Gegenteil: enger begrenzt auf den Binnenraum des privaten. (...) Die Freisetzung aus traditionellen Bezügen, die zu Beginn der Modernisierung auf Männer beschränkt blieb wird seit Ende 19. Jahrhunderts, und erst recht seit den 60'er Jahren dieses Jahrhundert, auch für Frauen spürbar.¹²

De individualisering van vrouwen komt, aldus Beck-Gerschein, op gang in de loop van de jaren zestig als meisjes massaal hoger onderwijs gaan volgen; als vrouwen deelnemen aan de arbeidsmarkt en als gevolg daarvan hun rol in het gezin anders gaan invullen (Beck-Gerschein 1986).

11 Zie: F. de Haan (1995) 'De tijden roepen om haar', Een reactie op Maarten Praks 'De nieuwe sociale geschiedschrijving in Nederland', *Tijdschrift voor Sociale Geschiedenis*, 21: 61-80.

12 Beck-Gerschein, E. (1986) 'Von der Liebe zur Beziehung? Veränderungen im Verhältnis von Mann und Frau in der individualisierten Gesellschaft', in J. Berger (ed.), *Die moderne Kontinuitäten und Zäsuren*, pp. 219-220, Göttingen; zie ook: E. Beck-Gerschein (1983) 'Von "Dasein für andere" zum Anspruch auf ein Stück "eigenes Leben"', *Zeitschrift für Sozialwissenschaftliche Forschung und Praxis*, 34: 307-340.

Een analoge redenering vinden we in het werk *Feminism without Illusions* (1991) van de historica Elizabeth Fox-Genovese.¹³ Volgens haar plaatsten de achttiende-eeuwse revoluties – en met name de Franse – het individualisme in het centrum van de westerse cultuur. Het werd echter al snel duidelijk, aldus Fox-Genovese, dat de mannen die de individuele soevereiniteit voor zichzelf predikten, niet van plan waren alle segmenten van het mensdom in hun definitie van het individu op te nemen. Vrouwen, kinderen, slaven en mannen met onvoldoende persoonlijk bezit werden niet als individuen gezien en ongeschikt geacht voor politieke deelname. Echter, in de achttiende eeuw vond er niet enkel de ontwikkeling van het politieke individualisme plaats. Er was ook de ontwikkeling van een nieuwe ideologie van huiselijkheid, ware vrouwelijkheid en gescheiden maatschappelijke sferen. De maatschappelijke toewijzing van de vrouw tot het private domein betekende, aldus Fox-Genovese, dat de vrouw zelf de status van individu geweigerd werd, terwijl ze die status van anderen moest bewaken. Hoewel het politiek individualisme niet van toepassing was op vrouwen, bleven ze, volgens Fox-Genovese, er niet door onaangevoerd. Nog in het heetst van de strijd tijdens de Franse revolutie werd door een aantal vrouwen, onder wie Mary Wollstonecraft in haar *A Vindication of the Rights of Women* (1792), dezelfde individuele rechten voor vrouwen opgeëist. Het feminisme ontwikkelde zich in interactie met de doctrine van het individualisme en kan er niet los van worden gezien. Zo ziet Fox-Genovese de individualiseringsgeschiedenis van vrouwen voornamelijk als de geschiedenis van hun strijd tegen de uitsluiting uit het politieke individualisme.

Het is niet mijn bedoeling deze visie op de individualiseringsgeschiedenis van vrouwen te ontcrachten. Het is onmogelijk de uitsluiting van vrouwen uit bepaalde maatschappelijke domeinen te ontkennen, evenmin als de vele inspanningen die vrouwen hebben geleverd voor gelijke (individuele) rechten. Ik denk echter dat het belangrijk is de genealogie van de vrouwelijke individualisering te nuanceren en aan te vullen. Volgens mij werden vrouwen weliswaar uitgesloten uit de zogenaamde mannelijke individualiseringsprocessen, maar waren zij tegelijk ook product en drager van andere, zo men wil vrouwelijke individualiseringsprocessen, die tot nu toe niet als dusdanig worden erkend en herkend. Ik ben ervan overtuigd dat een analyse van de consumptiegeschiedenis licht kan werpen op een dergelijk specifiek vrouwelijk individualise-

13 Fox-Genovese, E. (1991), *Feminism without Illusions. A Critique of Individualism*, Chapel Hill & London: University of North Carolina Press.

ringstraject, waarbij ik zeker niet wil beweren dat het het enige of het belangrijkste was.

Consumptie, mode en constructie van vrouwelijkheid

De studie van de consumptiecultuur is een vrij jong maar expansief terrein. Verschillende disciplines zoals de sociologie, geschiedenis, economie en vrouwenstudies hebben dit onderwerp tot een min of meer respectabel onderzoeksdomein verheven. Binnen vrouwenstudies, waar voorheen onderwerpen als mode en consumptie met de nodige afkeer werden benaderd als onderdrukkende patriarchale structuren, staat nu veeleer de vraag centraal naar de betekenis van consumptie in de culturele constructie van vrouwelijkheid.¹⁴ De uitspraak van de cultuurhistorica Elizabeth Kowaleksi-Wallace, 'In the end there is no Western understanding of femininity that is not already embedded in the discourse of consumerism' geeft aan hoe fundamenteel, in haar ogen, vrouwelijkheid en consumptiecultuur in het westen met elkaar verknoopt zijn geraakt.¹⁵ De stelling die ik in dit artikel aannemelijk wil maken is dat domeinen als consumptie en mode in onze moderne samenleving een belangrijk individualiserend effect hebben gehad op vrouwen. Hoe dat precies in zijn werk is gegaan probeer ik duidelijk te maken aan de hand van een analyse van twee Nederlandse damesbladen uit de periode 1880-1920: *De Gracieuse* en *De Vrouwen-Wereld*. Geïnspireerd door bovengenoemde benaderingswijze van Foucault en Rose probeer ik de 'dagelijkse filosofieën' te bestuderen die door

14 zie bijvoorbeeld: R. Bowlby (1985) *Just Looking*, New York/Londen: Methuen; Carter, E. (1997) *How German is She? Postwar West German Reconstruction and the Consuming Woman*, Ann Arbor: University of Michigan Press; Felski, R. (1995) 'Imagined pleasures: the erotics and aesthetics of consumption', in Rita Felski, *The gender of modernity*, pp. 61-91, Cambridge: Harvard University Press; Kowaleski-Wallace, E. (1997) *Consuming Subjects. Women, Shopping and Business in the Eighteenth Century*, New York: Columbia University Press; Mackie, E. (1997) *Market à la Mode. Fashion, Commodity and Gender in "The Tatler" and "The Spectator"*, Baltimore: John Hopkins; Rappaport, E.R. (2000) *Shopping for Pleasure. Women in the Making of Londen's West-End*, Princeton: Princeton University Press; Reekie, G. (1993) *Temptations. Sex, Selling and the Department Store*, St. Leonards: Allen & Unwin; Nava, M. (1991) 'Consumerism reconsidered: buying and power', *Cultural Studies*, 5: 157-173.

15 Kowaleski-Wallace, *Consuming Subjects*, p. 157.

deze bladen verspreid werden om de consumenten te 'beheren' en probeer ik te analyseren hoe deze filosofieën werden vertaald in concrete individualiserende technieken. De periode 1880-1920 is gekozen omdat toen in Nederland de bakens werden uitgezet van wat de huidige consumptiecultuur zou worden. *De Gracieuse* was een exclusief modeblad. *De Vrouwen-Wereld* was deels een modeblad, maar bevatte ook belletristiek en een uitgebreide rubriek huis-, tuin- en keukentips. Ik concentreer mij vooral op het geheel van de teksten over mode. Mode was immers één van de markantste uitingen van de consumptiecultuur. Dit geheel van teksten over mode vat ik op als een modediscours: een geheel van uitspraken dat door het gebruik van welbepaalde concepten sommige betekenissen mogelijk en andere onmogelijk maakte. *De Gracieuse* was waarschijnlijk een van de populairste modebladen uit de negentiende eeuw. Hoewel het een vrij duur tijdschrift was (f 1,37½ per kwartaal, in luxe uitgave f 1,87½), bereikte het zeer hoge oplages. De oplage steeg van 4000 exemplaren in 1864 naar 15.000 exemplaren in 1893 en 22.000 exemplaren in 1904.¹⁶ Uit de inhoud en de prijs blijkt dat dit tijdschrift voor de hogere kringen bedoeld was.¹⁷ In een briefwisseling van uitgever Sijthoff met de boekhandelaren omschreef hij het blad als het tijdschrift dat in 'de deftigste kringen' of 'aanzienlijkste kringen' verspreid werd.¹⁸ *De Gracieuse* was een Nederlandse editie

16 Voor meer over de voorgeschiedenis van *De Gracieuse* zie: L. Jensens (2001) 'De Nederlandse vrouwenpers in een internationaal perspectief', *Nederlandse Letterkunde*, 3: 219-239.

17 Het is op het eerste gezicht tegenstrijdig dat een duur tijdschrift dat zich bovendien tot de aanzienlijkste kringen richtte zo populair was. Uit onderzoek is echter gebleken dat het vaker voorkomt dat het beoogde lezerspubliek niet samenvalt met het actuele lezerspubliek. Ballaster e.a. verklaren dit vanuit de praktijk dat lezers hun verlangens projecteren in een imaginaire wereld. Lezers verlangen rijker, aanzienlijker te zijn dan ze in werkelijkheid zijn. Door het lezen van tijdschriften die de hoger klasse als doelgroep beoogde, kunnen ze zich heel even wanen in de wereld waarin ze zouden willen leven. Zie: Ballaster, M. Beetham, E. Frazer en S. Hebron (1991), *Women's Worlds. Ideology, Femininity and the Women's Magazines*, p. 11, Houndsmills: MacMillan. Bovendien blijkt dat het tijdschrift na veertig jaar nog precies even duur was en dat het dubbel zoveel bladzijden telde als toen het voor het eerst bij Sijthoff verscheen (1864). Het is dus waarschijnlijk dat het lezerspubliek van *De Gracieuse* na veertig jaar gedeeltelijk een ander was dan in de beginperiode.

18 Collectie 'Prospectussen en Personalia' van de Bibliotheek van de KVB, gehuisvest in de Universiteitsbibliotheek Amsterdam, map Sijthoff, brieven van de uitgever A.W. Sijthoff aan de boekhandelaren, 17 en 21 oktober 1891.

(24° JAAUGASTG)

[371]

De Vrouwen-Wereld.

MODE-GIDS EN DAMES-LECTUUR.

Maandelijks twee Nummers.

Ieder Kwartal

DRIE KNIPPATRONEN

DE ABBONNEMENTSPRIJS VOOR DRIE MAANDEN

(Een Nummer met drie Knippatronen) is f. 0.15, voor welk bedrag de Bind.
dies tweemaandelijks van den Hoofdbindt, geleverd wordt.
Knapplaten, Frans en ook vertaald, kosten 50c. per stuk.

AANKUNDTIEN:

van 1 tot regel 11, alle vol-
gende regels 25 cent. Om de
letters of vignetten betalen naar
de plaats die zij innemen.



No. 1. Toilet met opgenomen rok en kanten tusschenzetel.
Zie No. 29 en knipoverzicht van den rok No. 34 en 35.

No. 2. Toilet met blousetaille.
Zie No. 27.

No. 3. Toilet met jakje. Knipoverzicht van den rok
(zie de beschrijving).

Voorpagina van *De Vrouwen-Wereld*, 25 juli 1894 (Universiteitsbibliotheek Amsterdam)

van het Duitse modeblad *Der Bazar*. Uit vergelijkend onderzoek is gebleken dat het Nederlandstalige blad *De Gracieuse* precies hetzelfde modediscours verspreidde als het Duitstalige zusterblad. Het uitgeven van vertaalde edities kwam in die tijd veelvuldig voor.¹⁹ Dit betekent dat modebladen, en dus ook modediscours, op Europees niveau verspreid werden, hetgeen een belangrijke nuancerende inhoudt van de titel van dit artikel.

Behalve *De Gracieuse* heb ik *De Vrouwen-Wereld* onderzocht. Op basis van historisch onderzoek naar tijdschriften in Nederland is niet veel bekend over dit blad.²⁰ Het tijdschrift vermeldde zelf haar oplages niet, dus over de verspreiding kunnen we alleen maar gissen. Zijn relatief lange levensduur (1888-1917?) doet vermoeden dat het blad populair was. Uit de prijs (f 0,75 per kwartaal) en de inhoud leid ik af dat het gericht was op een lager segment in de burgerij dan *De Gracieuse*. Deze laatste bood ook modellen aan voor dames die aan het hof moesten verschijnen. Dit vinden we niet in *De Vrouwen-Wereld*. Toch was de doelgroep van beide tijdschriften duidelijk de (hogere) burgerij. In beide tijdschriften gaat het om representaties van vrouwen wier leven bestond uit theevisites, middagwandelingen, diners, theaterbezoeken, bals en soirées.

Modediscours en vrouwelijkheid

Wat vertellen deze bladen ons nu over de vrouwelijke identiteit? Bladerend door *De Gracieuse* en *De Vrouwen-Wereld* zien we representaties van kleding-

19 Van het Duitse modeblad *Die Modenwelt. Illustrierte Zeitung für Toilette und Handarbeiten* (1865-1932) verschenen in de loop der tijd veertien verschillende edities. Zie: M.A. Ghering van Ierlandt (1988) *Mode in Prent, 1550-1914*, p. 87, Den Haag: Gemeentemuseum.

20 In Hemels, J. & R. Vegt (1993) *Het Geïllustreerde Tijdschrift in Nederland: 1840-1945. Bibliografie*, Amsterdam: Cramwinckel is *De Gracieuse* wel opgenomen en besproken, *De Vrouwen-Wereld* daarentegen niet. Ook in de catalogus *Kostuum- en modetijdschriften aanwezig bij het Kostuum- Gemeentemuseum te Den Haag* is niet veel informatie over het tijdschrift opgenomen. Het is niet eens bekend tot in welk jaar het tijdschrift verscheen. De laatste aanwezige nummers dateren uit 1917. Zie voor de geschiedenis van de Nederlandse vrouwentijdschriften in de achttiende en negentiende eeuw: L. Jensen (1991) 'Van Dames-Post tot Onze Roeping: Nederlandse vrouwentijdschriften in de achttiende en negentiende eeuw', *Literatuur*, 1: 11-18 en L. Jenssen, (2001) 'Bij uitsluiting voor de vrouwelijke sekse geschikt', Proefschrift, Universiteit van Amsterdam.

stukken, vergezeld van lange beschrijvende teksten over hoe men de gepresenteerde modellen kan vervaardigen. De lezeressen worden uitgebreid geïnformeerd over het benodigde materiaal en de te volgen werkwijze. Op de eerste bladzijde treffen we meestal een meer beschouwende tekst over mode en een modeplaat aan. Ook binnenin waren de bladen rijkelijk geïllustreerd met gravures. De vele illustraties representeren haast uitsluitend kledingstukken gedragen door vrouwen. Een enkele keer wordt er weleens een jongetje afgebeeld, maar zelden een man.²¹ Als er al een mannelijk kledingstuk wordt aangeboden, dan wordt enkel het kledingstuk afgebeeld, niet een door een man gedragen kledingstuk. Dergelijke beeldvorming laat zien hoe onze westerse cultuur mannen en vrouwen verschillend positioneert ten opzichte van hun lichamen. Vrouwen vallen als het ware met hun lichamen samen. Mannen daarentegen worden tot ont-lichaamde wezens gemaakt die boven elke vorm van lichamelijk-zijn verheven zijn. Volgens de cultuurtheoretica Garber kan de man niet 'belichaamd' gerepresenteerd worden. Elke belichaming houdt volgens haar per definitie een vorm van 'feminisering' in. De belichaming van mannen betekent zowel een aantasting als een verschuiving van het construct mannelijkheid.²² De boodschap die door deze illustraties wordt uitgezonden is duidelijk: vrouwen zijn modieuze en lichamelijk wezens en behoren dat ook te zijn. Deze boodschap werd nog versterkt naarmate het belang van het visuele in de bladen toenam. In de onderzochte periode spanden de uitgevers zich hard in om de illustraties verder uit te breiden. In hun boek *Women's World*, een geschiedenis van Engelse damesbladen, stellen Ballaster, Beetham e.a. dat de klemtoon op de visuele kwaliteit van het blad hand in hand ging met het toenemende belang van uiterlijke schoonheid in de definitie van vrouwelijkheid.²³ De illustraties lijken op het eerste zicht heel gedetailleerd de beschreven tekst uit te beelden. De vrouwen werden meestal totaal en frontaal afgebeeld. Alle details van een jurk, kantjes, strikjes en borduursels waren minutieus en met veel precisie getekend waardoor de representaties een realistisch effect

21 In de loop van de veertig jaargangen heb ik drie uitzonderingen gezien op de regel: drie mannen werden afgebeeld in sportkostuum. Alle drie voorbeelden kwamen voor na 1910. Opvallend is dat het telkens gaat om representaties van mannen in de informele sfeer van de sport.

22 Garber, M. (1992) *Vested Interests. Cross Dressing and Cultural Anxiety*, London: Routledge.

23 Ballaster, e.a., *Women's Worlds*, p. 97.

kregen en dus 'natuurlijkheid' suggereerden.²⁴ De laatste decennia werd steeds meer de aanname in vraag gesteld als zou er iets bestaan als een 'natuurlijk' lichaam dat vooraf gaat aan de cultuur. Lichamen zijn altijd al gecodeerd door de cultuur.²⁵ Modeprenten laten juist heel scherp de culturele bemiddeldheid van lichamen zien. Ze presenteren silhouetten zoals de laatste mode dat voorschrijft. In de ene periode zien we allemaal fors 'geboezemde' vrouwen, in de andere periode hebben ze allen eenzelfde wespentaille. Modeprenten hebben dus meer betekenis dan het louter afbeelden van wat er in de tekst beschreven staat. Naast een vrij nauwkeurig beeld van de kleding zelf laten ze ook zien wat ideale vrouwelijke 'contouren' zijn, welke lichaamshoudingen vrouwen horen aan te nemen, alsook in welke plekken zij zich horen op te houden. De bevallige vrouwenlichamen met wisselende silhouetten werden voornamelijk afgebeeld keuvelend in salons, wandelend in tuinen en parken. Het stileren van de lichaamshouding, het dragen van de juiste kleding, het vertoeven op de juiste plaatsen, zijn alle belangrijke aspecten in de constructie van vrouwelijkheid. De auteur binnen *genderstudies* die het belang van stijl en techniek onderstreept in de constructie van gender is Judith Butler. Volgens Butler is gender veel meer het resultaat van het 'stileren' van lichamen volgens bepaalde maatschappelijk normen dan een inherent kenmerk van het lichaam. Het onophoudelijk uitvoeren van de 'juiste' bewegingen, kledingvoorschriften en gedragsregels brengen een geslachtelijkheid teweeg die aanvoelt als een natuurlijk gegeven:

Further, gender is instituted through the stylization of the body and, hence, must be understood as the mundane way in which bodily gestures, movements, and enactments of various kinds constitute the illusion of an abiding gendered self.²⁶

24 Teunissen, J. (1992) *Mode in beweging. Van modeprent tot modejournaal*, pp. 9-10, Amsterdam: Stichting Nederlands Filmmuseum.

25 Wilson, E. (1987) *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*, Londen: Virago; Wilson, E. (2001) 'These new components of the spectacle: fashion and postmodernism' in E. Wilson, *The Contradictions of Culture. Cities, Culture, Women*, pp. 50-64, Londen: Sage; Hollander, A. (1993) *Seeing through Clothes*, Berkely: University of California Press; Mascia-Lees, F.E. & P. Sharpe (1992) 'Introduction' in F.E. Mascia-Lees & P. Sharpe, *Tattoo, Torture, Mutilation and Adornment. The De-Naturalization of the Body in Culture and Text*, pp. 1-9, Albany: State University of New York Press.

26 Butler, J. (1990) 'Performative acts and gender constitution: an essay in phenomenology and feminist theory', in S.E. Case (ed.) *Performing Feminisms*.

Gender is volgens Butler een performatief product, waarbij performativiteit begrepen moet worden als een praktijk van herhalen en citeren waardoor het vertoog de effecten die het benoemt ook genereert.²⁷ Vrouwelijkheid komt tot stand door het geritualiseerd herhalen en citeren van normen omtrent vrouwelijkheid. Modebladen spelen daarin een belangrijke rol: zij articuleren onophoudelijk welbepaalde normen omtrent vrouwelijke kleding, lichaamshoudingen, en sociabiliteit. Vrouw worden is het zich eigen maken en opvoeren van die normen. Door het feit dat deze normen onophoudelijk worden herhaald ontstaat er een gevoel van vanzelfsprekendheid waardoor vrouwelijkheid wordt 'genaturaliseerd'. Toch moest de 'natuurlijkheid' van vrouwelijkheid, zo blijkt uit de bladen, met regelmatige tussenpauzes benadrukt worden. In de teksten lezen we vaak dat vrouwen het 'natuurlijk' verlangen hadden goed gekleed te gaan of dat ze het natuurlijk vermogen bezaten zich modieus te kleden. Vrouwelijke kenmerken worden, aldus Butler, door ze op die manier te benoemen, met terugwerkende kracht geprojecteerd als natuurlijk en voorafgaand aan de cultuur.

Echter, in deze bladen werden voornamelijk normen aangehaald en geciteerd voor het produceren van bourgeois vrouwen. Vrouwen werden afgebeeld in luxueuze ochtendgewaden, tijdens theevisites, wandelend in tuinen en parken, als toeschouwer bij de paardenrennen en gekleed in chique soirée- en baltoiletten. *De Gracieuse* en *De Vrouwen-Wereld* articuleerden en citeerden gelijktijdig klassen- en gendernormen. Vrouw-zijn in de hogere burgerij betekende voor een belangrijk deel op de juiste manier aangekleed zijn en op de juiste plek gezien worden. Het was voornamelijk Thorstein Veblen die in zijn inmiddels klassiek geworden studie *The Theory of the Leisure Class* beschreef hoe het nietsdoen, het kenmerk bij uitstek van de hogere burgerij, aanschouwelijk werd gemaakt door middel van demonstratieve consumptie en verspilling. De wet van de demonstratieve verspilling beheerste met name de consumptie van vrouwenkleding. Door middel van uitbundige kleding werd de arbeid voor vrouwen letterlijk onmogelijk gemaakt. Vrouw-zijn in de bourgeoisie betekende dan ook door middel van uiterlijke verschijning op te treden als uithangbord van het financieel vermogen van man of vader.

Feminist Critical Theory and Theatre. p. 270, Baltimore: John Hopkins University Press.

27 Halsema, A. & M. Wilms (red.) (2000) *Judith Butler. Genderturbulentie*, p. 99, Amsterdam: Boom/Parresia.

Het beheer van de vrouwelijke identiteit

Maar uit de bladen blijkt ook hoezeer de bourgeoisie het moderne geloof in het individu aanhing. Het modediscours van *De Gracieuse* en *De Vrouwen-Wereld* staat bol van de normen en waarden die verwijzen naar het individu.²⁸ Individuele autonomie, vrije keuze, individuele harmonie en persoonlijkheid zijn concepten die verspreid in de teksten steeds weer in het oog springen. In eerste instantie valt de alomtegenwoordigheid op van de gedachte van 'keuzevrijheid'. Persoonlijke keuze, eigen oordeel en zelfbepaling zijn centrale noties die het discours van de mode typeren. De mode werd omschreven als chaotisch en warrig. Vooral in de jaren tachtig en negentig van de negentiende eeuw werd daar met de nodige nadrukkelijkheid over geschreven. Tegen deze verwarring, zo stellen de redactrices, moesten de vrouwen zich wapenen met een eigen oordeel en eigen keuzes:

Wordt er overal geklaagd over de toenemende wanorde der denkbeelden, over de behoefte aan vrijheid op elk gebied, ook de mode kan zich niet op eenheid beroemen, doch verre van dit feit betreurenswaardig te noemen, gelooven we dat het door de meesten als een groot voorrecht zal beschouwd worden. (...) Deze verwarring vereischt een goed oordeel en diep inzicht, om daar uit een behoorlijke keuze te doen en de eischen van goeden smaak en spaarzaamheid tot hun recht te laten komen. (*De Vrouwen-Wereld*, 1893, nr. 8)

De ware elegantie vertoont zich ook hierbij als meesteres in de beperking en kiest zelf uit den zinverwarrenden chaos der hedendaagse mode, hetgeen haar individualiteit in bescheiden vorm ten goede komt. (*De Vrouwen-Wereld*, 1899, nr. 2)

Deze chaos werd veroorzaakt, zo werd de abonnees gemeld, door een explosief aanbod van goederen op de markt maar ook door het vervagen van sociale tradities.²⁹ Traditionele regelgeving bepaalde niet langer het modegedrag, de

28 Aan de hand van een analyse van Nederlandse romans verschenen in de periode 1840-1919 constateerden Stokvis en Mathijssen dat er vanaf de jaren 1880 steeds meer kritiek verscheen op het standsverschil dat tot die tijd als vanzelfsprekend werd beschouwd. Zie: P. Stokvis & M. Mathijssen (1994) 'Literatuur en Maatschappij: het beeld van de burgerlijke levensstijl in de Nederlandse roman 1840-1910', *De Negentiende Eeuw*, 2: 159.

29 Tijdens de oorlogsjaren is er uiteraard geen sprake meer van een overvloedig aanbod. Integendeel, in die periode wordt voortdurend de schaarste aan materialen

lezeressen hadden nu de vrijheid zelf te kiezen. Individuele zelfbepaling werd zelfs ook gestimuleerd in die situaties waar de invloed van de traditie nog het grootst was: bij de overgangsrites. Het volgend citaat komt uit een nummer dat aan rouwkleren is gewijd:

(...) Wat den voorschriften aangaat voor den eersten tijd van zwaren rouw moeten wij zeggen dat wij hierover in voorgaande jaargangen steeds genoeg uitgeweid hebben, dan dat wij daaromtrent nog iets nieuws zouden te vermelden hebben. (...) Het meer of minder streng opvolgen van de zoo strenge bepalingen voor den zwaren rouwtijd laten wij natuurlijk aan ieder persoonlijk over. Dit hangt van af van het eigen individu, van de gevoelens en van de graad van droefheid zelve. (*De Gracieuse*, 1910, nr. 15)

Het individu met haar hoogst eigen gevoelens kwam steeds meer in de plaats van de traditionele voorschriften te staan. Het verdwijnen van de traditionele regels en normen werd enerzijds als een geruststelling omschreven, anderzijds stelde het vrouwen voor een moeilijke en ingewikkeld taak:

Bij de veelzijdigheid der aangeboden vormen kan het ons tot geruststelling dienen, dat men tegenwoordig niet meer onderworpen is aan een ambtelijke vastgestelde kleederregeling, maar uit het aangeboden naar eigen smaak mag kiezen. (*De Vrouwen-Wereld*, 1893, nr. 6)

Wij worden thans overstelpt met zulk een rijke verscheidenheid aan vormen, stoffen en kleuren, dat het bepaald een hoogst moeilijke en ingewikkelde quaestie wordt, voor het naderende seizoen het meest passende en gekleede uit te kiezen. Daarbij komt dat, wat de een past, voor den ander ongeschikt is. (...) De groote kunst bestaat steeds hierin, dat het toilet in elk opzicht in harmonie zij met den persoon zelf; dat alles wat men draagt, in snit, zowel als in keuze van stof en kleur ons figuur en onze geheele persoonlijkheid op het best doet uitkomen. (*De Gracieuse*, 1892, nr. 2)

Bij de uitoefening van deze nieuwe en moeilijke taak riepen de redactrices zichzelf op als gidsen van hun lezeressen. Heel expliciet werd dit gezegd in een

benadrukt. Opvallend is echter dat het benadrukken van vrijheid niet geheel uit het discours verdwijnt. Even enthousiast werd geadviseerd met de schaarse materialen die voorhanden waren in vrijheid een creatief toilet naar eigen smaak samen te stellen.

brief van de redactie van *De Vrouwen-Wereld* aan haar publiek naar aanleiding van een uitbreiding van het blad:

Wij van onze kant zullen thans op uitgebreider terrein voortgaan met te doen wat sinds drie jaar onze taak was; den vrouwen tot een gids te zijn in de verstandige en toch fraaie versiering harer personen, in het bestuur van haar huishouden, in de verzorging van het haar omringende gezin, maar ook en vooral in de aankweking harer echt vrouwelijken hoedanigheden, in de ontwikkeling harer vermogens van geest en hart. (*De Vrouwen-Wereld*, 1890, nr. 1)

Bovenstaand fragment toont hoe de redactrices het blad presenteerden als een soort handleiding en zichzelf als begeleiders. In die hoedanigheid waren ze ook in hun teksten nadrukkelijk aanwezig. Maar de eerder aangehaalde tekstfragmenten verraadden ook reeds de manier waarop de redactrices hun lezeressen adviseerden. De vrouwen werden steeds opnieuw uitgenodigd een eigen oordeel te vormen en een smaak te ontwikkelen in harmonie met de eigen persoonlijkheid. Ook in onderstaande citaten, die samen slechts een greep vormen uit het veelvuldige materiaal, zien we in wisselende combinaties steeds weer dezelfde drie aspecten opduiken. Ten eerste, zoals we reeds eerder aanhaalden, stonden de noties van keuzevrijheid, zelfbepaling en autonomie centraal. De redactrices deden een onophoudelijk beroep op de eigen actieve oordeelsvorming. Vrouwen konden niet meer kritiekloos regels en voorschriften van mode en modistes volgen. Ze moesten er zelf iets van maken. Ze hadden de vrijheid maar ook de verantwoordelijkheid dat te doen. Ten tweede treffen we naast de liberale noties van vrijheid, keuze en zelfdeterminatie in het modediscours ook vele ideeën aan die terug te voeren zijn tot de doctrine van de romantiek. Waarden als originaliteit, 'eigenaardigheid', individualiteit en artisticeit werden door het modediscours veelvuldig verspreid. Ten derde werd vrouwen geleerd zichzelf te zien als enige referentie bij het nemen van beslissingen inzake mode. Niet de mode, zonder aanzien des persoons, maar integendeel, de eigen persoonlijkheid, moest de leidraad vormen. Vrouwen moesten zich vooral kleden 'in harmonie' met hun eigen persoonlijkheid.

Hoe moeten wij ons kleden?

'De kleederen maken den man,' zegt wel een oud spreekwoord, maar kleederen alleen kunnen de uiterlijke verschijning eener vrouw niet verfraaien.

Noch kleur, noch vorm, noch stijl van het kleeid, noch de kostbaarheid daarvan, zelfs niet de blinde gehoorzaamheid aan het laatste voorschrift der mode, heb-

ben daarop een beslissenden invloed. Slechts in harmonie met de gestalte, de kleur en de eigenaardigheden der persoonlijkheid schuilt de gratie, het bekoorlijke en bevallige der kleeding, welke aan menige vrouw zulk een bijzonder toovermacht verleent. Menige Eva's dochter vindt instinctmatig het geheim van zich goed te kleeden, anderen studeeren er op en helaas! Voor niet weinigen blijft het raadsel onopgelost, hoewel eenige oplettendheid, een weinig nadenken en studie zeer spoedig het talent van een goede keuze en samenstelling der kleederen kan vormen.

Het eene past niet voor allen. Dit geldt als grondregel in de kunst zich te kleeden en vooral bij de keuze der kleuren voor onze kleederen. (*De Vrouwen-Wereld*, 1891, nr. 16)

Opvallend aan bovenstaand citaat is de *gender*-subtext. Het stuk opent met het gezegde 'de kleren maken de man'. Zonder verder commentaar, als een volkomen vanzelfsprekendheid, brengen de redactrices mode vervolgens in verband met vrouwen. Mode behoort tot het domein der vrouwen en dat behoeft verder geen betoog. Daarnaast klinken in dit fragment de drie bovengenoemde aspecten door. Vrouwen moesten niet blind gehoorzamen aan de mode maar door nadenken en studie zelf het talent van een goede keuze ontwikkelen. Ten tweede werd geadviseerd de 'eigenaardigheid' der persoonlijkheid te cultiveren en als laatste werd benadrukt dat bij de keuze van kleding de eigen persoonlijkheid het uitgangspunt moest vormen. Ook in het volgende citaat zien we de zonet besproken principes aanwezig:

De nieuwe modes bevatten intussen zulke rijke verscheidenheid op elk gebied, dat het niet mogelijk is met een enkel woord haar richting te geven. Want al zal men in hoofdzaak de Empire of reformdracht zien dragen, zoo zal men tevens zeer veel punttailles zien, welke de taille bepaaldelijk zichtbaar verlengen, terwijl ook de keursrokken die in tegenstelling daarmee de taille zeer verkorten, bijzonder in den smaak vallen. Een ieder, het zij men een kort of lang en slank figuur heeft, zal bij de tegenwoordige modes datgene vinden wat haar het beste past. Dit is een zeer groot voordeel, want hoe meinigmaal gebeurt het, dat het karakteristieke van een persoonlijkheid, het individuele van een figuur verloren gaat onder de algemene regelen en voorschriften der mode. (*De Gracieuse*, 1906, nr. 2)

Modevertogen, zo blijkt uit deze citaten, verspreidden een wijze van spreken over het subject, waarbij vrouwen werden uitgedaagd zélf bron te zijn van keuze, autonomie en creativiteit. Deze systematische wijze waarop vrouwen

werden uitgenodigd zichzelf te zien als zelfstandige en zelfbepalende consumenten, bewust te zijn van hun persoonlijkheid en individualiteit kunnen we in navolging van Michel Foucault technieken van individualisering noemen. Modebladen prezen duidelijk niet alleen modieuze koopwaar aan, maar stimuleerden tegelijk vrouwelijke subjectiviteit en individualiteit. Individualisering, zo bleek ook uit bovenstaande analyse, werd tot stand gebracht door middel van een vorm van macht die uitnodigde en aanspoorde, niet door middel van dwang of verbod zoals dat bij formele regelgeving als weeldewetten het geval was.³⁰ In zijn boek *Consumer Culture & Modernism* stelt Don Slater:

the eminently modern notion of the social subject as a self-creating, self defining individual is bound up with self-creation through consumption: it is partly through the use of goods and services that we formulate ourselves as social identities and display these identities. This renders consumption as the privileged site of autonomy, meaning, subjectivity, privacy and freedom.³¹

Mijn eigen analyse laat zien hoe het modediscours aan de hand van technieken van individualisering het terrein van de consumptie tot een belangrijke plek heeft gemaakt waar autonomie en individualiteit tot stand werd gebracht, zoals Slater beweert. Echter, bovenstaande uitspraak van Slater is naar mijn mening zowel te a-historisch als te genderneutraal. Vanaf de achttiende eeuw tot diep in de twintigste eeuw werden vooral vrouwen aangesproken de rol van consument te vervullen. Ook de geschiedenis van de mode leert ons dat de mode meer dan tweeënhalve eeuw een haast exclusief vrouwendomein is geweest.³²

30 De weeldewetten regelden de consumptie van voedsel tot kleding volgens maatschappelijke rangen en standen. Vanaf de veertiende eeuw breidde dit juridisch systeem zich steeds verder uit. Het is echter bekend dat deze wetten niet in staat waren de tekens van status te beschermen aangezien de wetten voortdurend overtreden werden. Zie Y. Delaporte (1984) 'Perspectives methodologiques et théories dans l'étude du vêtement', *L'Ethnographie*, 80: 33-75.

31 Slater, D. (1997) *Consumer Culture & Modernity*, p. 31, Cambridge: Polity.

32 De beroemde stelling als zouden mannen zich in die periode 'terugtrekken' uit de mode wordt de laatste jaren sterk gerelativeerd. Ook voor mannen bleef de mode een rol spelen, zij het op een totaal andere manier dan voor vrouwen. Zie J. Entwistle (2000) *Fashioned Body*, p. 161, London: Polity Press; Finkelstein, J. (1991) *The Fashioned Self* (hfst. 4), Oxford: Polity Press. Voor een historische analyse van associatie van mode en vrouwelijkheid in onze westerse cultuur: zie Entwistle, *Fashioned Body*, pp. 147-158.

Het modediscours heeft het terrein van de consumptie tot een bevoorrecht domein van autonomie en individualiteit gemaakt voor vrouwen. Ook Georg Simmel wees in zijn essay 'Die Mode' (1911) op een verband tussen mode en individualisering van vrouwen.³³ Volgens Simmel had mode aan het einde van de negentiende eeuw een dubbele functie: het was enerzijds een middel om maatschappelijke status uit te drukken, anderzijds werd het ook gezien als een teken van individuele expressie. Volgens Simmel waren het vooral vrouwen die belang stelden in de individualiseringsmogelijkheden die de mode bood omdat dat de enige vorm van individualisering was die de samenleving hun toeliet. Maar zelfs in de 'laatmoderne periode', waar zo veronderstel ik Don Slater op doelt, gekenmerkt door een onverbiddelijke consumptiecultuur die zowel mannen, vrouwen, kinderen als ouderen in haar netten vangt, blijft het domein van de consumptie het bevoorrechte domein van autonomie en subjectiviteit van vrouwen.³⁴ De technieken van individualisering die de dames- en modebladen jarenlang verspreidden, hebben vooral vrouwen 'beheerd' tot autonoom beslissende consumenten, bewust van zichzelf en hun eigen persoonlijkheid. Mode en consumptie worden daardoor nog steeds door vrouwen ervaren als geprivilegerde plekken van creativiteit en subjectiviteit.

Technieken van het zelf

Modevertogen verspreidden een taal die het vrouwen mogelijk maakte zichzelf te zien als bron van keuze, autonomie en creativiteit. Aangesproken worden als een autonoom, in vrijheid kiezend individu gaat hand in hand met het ontwikkelen van specifieke kennis over zichzelf. In Foucauldiaanse termen gesteld: technieken van individualisering staan in een zekere symbiotische relatie met technieken van het zelf.³⁵

Technieken van het zelf zijn, aldus Foucault, technieken die het mensen mogelijk maken om zelf of eventueel met behulp van deskundigen operaties uit te voeren op hun lichaam, emoties en gedrag, op hun gedachten en hun wijze van zijn, met de bedoeling een staat van geluk, perfectie of autonomie te bereiken. Deze technieken brengen het individu in een specifieke relatie met

33 Simmel, G. (1911) 'Die Mode', in G. Simmel, *Philosophische Kultur*, Leipzig: W. Klinkhardt.

34 Negrin, L., *The Self as Image*, p. 115.

35 Rose, *Governing the Soul*, p. 10.

zichzelf en dit door het aanreiken van vocabulaires en suggesties voor het doen van zelf-onderzoek, het verzamelen van zelf-kennis, en het ontcijferen van het zelf door het zelf.³⁶

Het onderstaande fragment laat zien hoe vrouwen tegelijk aangesproken werden als zelfstandige en naar eigen inzicht handelende consumenten en uitgenodigd werden de nodige kennis over zichzelf te verzamelen:

Nog nooit misschien heeft er in de mode zoveel afwisseling plaatsgevonden als heden ten daage, nog nooit heeft zij zich zoo met het denkbeeld vereenzelvigd dat niet aan elkeen hetzelfde goed staat, en daarom geeft zij aan ieder afzonderlijk de gelegenheid zich naar eigen inzicht te kleeden, en in groote trekken de gebiedster te volgen. De kunst toilet te maken bestaat toch juist niet zozeer daarin dat men op de hoogte zij wat gedragen wordt, maar veel meer in die fijne puntjes waardoor de vrouw in de eerste plaats reeds bij hare verschijning een zekere elegance ten toon spreidt, en daardoor in de tweede plaats doet vermoeden dat zij op het gebied der mode geen oningewijde is.

En (...) er zijn tallooze nieuwigheden. (...) voor iedereen weet de mode raad, altijd echter onder de voorwaarde, dat iedere dame zich zelve goed beoordele, een zelfkennis welke der Parijsche vrouw aangeboren schijnt te zijn, ten gevolge waarvan zij aan alle warrigheden op dit terrein het hoofd weet te bieden. (*De Gracieuse*, 1886, nr. 12)

In dit citaat zien we hoe ook hier weer gerefereerd wordt naar de verwarring in de mode. Eigen inzicht en zelfkennis worden aangedragen als antwoord daarop. 'Dat iedere dame zich zelve goed beoordele' is een raadgeving die in de bladen vaker werd herhaald. De volgende voorbeelden zijn afkomstig uit een serie van twee artikelen genoemd 'de kunst van het kleeden'. Het eerste fragment is afkomstig uit het eerste artikel dat 'kleur' heet.

Bij de groote vrijheid die tegenwoordig in de mode heerscht, wordt er bij de vrouwen een veel hogere mate van oorspronkelijkheid en goeden smaak vereischt dan voorheen, toen dozijnen van dames en modenaaiers naar een model gekleed werden.

36 Foucault, M. (1988) 'Technologies of the self', in L.H. Martin, H. Gutman & P.H. Hutton (eds.), *Technologies of the Self*, pp. 16-49, Amherst: University of Massachusetts Press.

Iedere vrouw moest er zich op toeleggen door zorgvuldige studie voor zichzelf een manier van kleding te vinden die haar persoonlijkheid zoo voordelig mogelijk doet uitkomen en tevens er een eigenaardigen stempel aan gaf. (*De Vrouwen-Wereld*, 1888, nr. 13)

Het artikel beschreef verder hoe men zichzelf moest onderzoeken en daarbij nagaan welke kleur haar, huid en ogen men had. Vervolgens werd er gedetailleerde informatie gegeven over welke kleur van jurk er bij welke kleur van haar, huid en ogen paste. Vrouwen werden geacht deze raadgevingen op te volgen.

Het tweede artikel ging over de vorm van jurken en wederom werden de lezeressen uitgenodigd zorgvuldig hun lichaamsvormen te onderzoeken. De redactrices boden regels voor het kiezen van modellen en materialen die het best geschikt waren voor de eigen specifieke lichaamsvorm.

‘Kent u zelf’ zeide een beroemd Grieksch wijsgeer en zoo mag men het schoonste gedeelte der mensheid ook aanraden om zoo niet de kennis van hun inwendig dan ten minste van hun uiterlijk ‘zelf’ te maken. Spotters van alle eeuwen hebben zich vrolijk gemaakt over de vrouwen en haar spiegels, laat het dan aan de 19de eeuwse dochterschap gegeven zijn te bewijzen dat de tijd aan zelfbeschouwing niet verloren is.

‘Kent u zelf’.

Daarom moet zij die een studie wil maken van de kunst in kleding zich voor haar kleedspiegel plaatsen en ernstig haar persoonlijkheid beschouwen. Hoogte, breedte, omvang, lengte van het middel, grootte van den voet, vorm van den schouder, lengte van den hals, en houding van het hoofd moeten allen met zorg beschouwd worden. (*De Vrouwen-Wereld*, 1888, nr. 15)

Verspreid over de jaargangen zien we hoe redactrices criteria leverden waarmee vrouwelijke consumenten zichzelf konden onderzoeken en evalueren. Zij instrueerden hun lezerspubliek hoe hun kledinggedrag aan de onderzoeksresultaten aan te passen. Het modevertoog creëerde een nieuw vocabularium aan de hand waarvan vrouwen leerden bewust te zijn van zichzelf als uiterlijke verschijning en hoe die verschijning zelf te sturen. Persoonlijkheid werd gedefinieerd in termen van lichamelijke en uiterlijke verschijning en vrouwen werd geleerd hun lichamelijke ook op die manier te beleven en te ervaren. Eerder in dit artikel kwam reeds aan de orde dat lichamelijke een belangrijk aspect was in de definitie van vrouwelijkheid. Deze paragraaf benadrukte de manier waarop vrouwen geleerd werd met behulp van technieken van het zelf hun lichamen te beleven en te ervaren als uitdrukking van het ‘ik’. De lezeres-

sen werd geleerd hoe die persoonlijkheid te leren kennen en tot uitdrukking te brengen.

De laatste decennia was het aantal boeken dat verscheen over de geschiedenis of de sociologie van de mode haast niet bij te houden. Toch bleef de aandacht voor de lichamelijke effecten ervan vaak minimaal. Een van de grote verdiensten van het boek *The Fashioned Body* (2000) van Joanne Entwistle is haar aandacht voor de lichamelijke uitwerkingen van de mode. In het hoofdstuk over mode en identiteit besluit Entwistle:

In our contemporary culture the body has become the site of identity. We experience our bodies as separate from others and increasingly we identify with our bodies as containers of our identities and places of personal expressions.³⁷

Entwistle benadrukt dat deze specifieke lichamelijke ervaring geenszins een universele ervaring is maar een typisch kenmerk van onze hedendaagse westerse cultuur. Mijn eigen analyse probeert aan te tonen hoe deze ervaring met behulp van technieken van het zelf tot stand werd gebracht en hoe mode daar een belangrijke rol in heeft gespeeld. Daarbij heb ik ook willen benadrukken dat deze koppeling van lichamelijkheid en individualiteit vooral bij vrouwen tot stand werd gebracht.

Kunst en het expressieve zelf

In het modediscours, verspreid door de bladen *De Vrouwen-Wereld* en *De Gracieuse*, treffen we een amalgaam aan van verschillende concepten die op een of andere manier verwijzen naar het individu. Deze concepten zijn dan ook te herleiden tot verschillende bronnen. Het concept van de autonome consument is een centrale notie binnen de liberale traditie. Deze liberale notie van autonome consument is volgens Don Slater zelf afgeleid van het ruimere verlichtingsideaal van de moderne mens als een zelfbepalend mens.³⁸ Echter, het verlichtingsdenken sprak in een taal van universele rechten maar sloot tegelijk vele groepen uit. Zo hanteerde ook het liberalisme een notie van de rationele zelfbeslissende consument terwijl het vrouwen, de feitelijke consumenten,

37 Entwistle, J. (2000) *The Fashioned Body. Fashion, Dress and Social Theory*, p. 139, Cambridge: Polity Press.

38 Slater, *Modernity*, p. 39.

daarvan uitsloot. Vrouwen daarentegen werden gezien als impulsieve, onbeheerste en gemakkelijk manipuleerbare consumenten.³⁹ Maar ook al sloot dit liberale gedachtengoed in zijn gendersubtext vrouwen uit, toch werden ze door dit gedachtengoed aangesproken. Het modediscours was doordrenkt van liberale ideeën die op hun beurt vertaald werden in concrete technieken van individualisering. Vrouwen werden in de bladen onophoudelijk uitgenodigd zich te zien en te gedragen als rationele, autonome en zelfbepalende consumenten.

Maar naast de liberale traditie was ook de romantiek een belangrijke leverancier van begrippen die verwijzen naar het individu. Zoals reeds eerder aan bod kwam, waren romantische noties als 'originaliteit, authenticiteit, artistiekheid' belangrijke principes aan de hand waarvan vrouwelijke individualiteit werd gestimuleerd. Eerder bleek hoe zowel in *De Gracieuse* als in *De Vrouwen-Wereld* mode voortdurend geassocieerd werd met kunst. De journalistes spraken van de kunst van het 'zich kleeden', de ontwerpen van modistes werden als kunst gedefinieerd, de modistes zelf werden 'kunstenaresen' genoemd. Ook het volgende fragment, waarin een vrouwelijke kunstenaar haar houding ten opzichte van mode verwoordt, is in dit opzicht interessant.

'de mode verandert voor mij nooit anders dan als het mij bevalt' zeide een welbekende kunstenares onlangs 'en dat om de goede reden dat ik ze zelf uitvind.' En dat zij hierin goed slaagde bewees steeds de keuze van haar kostuum. (*De Vrouwen-wereld*, 1888, nr. 13)

Dit citaat, hoogst waarschijnlijk een gefingeerde uitspraak, is mijns inziens een treffend voorbeeld van individualiserend discours. De consumente, in dit geval de vrouwelijke kunstenaar, ziet zichzelf als het centrum van alle handelen; als de enige referentie in haar modegedrag. Sterker nog, ze ziet zichzelf als de uitvinder van haar eigen mode. Dat deze vrouw werd opgevoerd als een kunstenares is geen toeval. De kunstenaar werd immers gezien als de verpersoonlijking bij uitstek van individualiteit en authenticiteit. Deze verwijzingen naar kunst en kunstenaars, alsook de eerder besproken opvattingen over originaliteit, zelf-expressie en autonomie, zijn volgens de godsdienstsocioloog Colin Campbell alle elementen die deel uitmaken van de romantische ethiek die een *spirit* heeft voortgebracht die noodzakelijk was voor de ontwikkeling

39 Slater, *ibidem*, p. 55.

van een dynamisch consumentengedrag.⁴⁰ In het voetspoor van Max Weber probeert Campbell de ontwikkeling van het moderne consumptiegedrag te verklaren door te verwijzen naar een ethiek, gebaseerd op specifieke opvattingen over het individu. In zijn *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus* (1905) stelt Max Weber dat het ascetisch protestantisme een cruciale rol gespeeld heeft in de ontwikkeling van een habitus die leidde tot de productie en accumulatie van steeds meer kapitaal. Deze productie en accumulatie werden in eerste instantie gelegitimeerd als een plicht tegenover God, later werden ze legitieme doelen in zichzelf. In dezelfde geest stelt Campbell dat de Romantische ethiek een cruciale rol heeft gespeeld in de ontwikkeling van de moderne consumptiepraktijken en dat deze praktijken hun legitimatie vinden in de eer en de glorie van het individu. Traditionele consumptie was gericht op het verwerven van een specifiek en een beperkt aantal objecten. Modern consumptiegedrag is niet zozeer gekenmerkt door een verlangen naar concrete objecten, als wel door een verlangen naar steeds nieuwe en andere dingen. Het Romantische individu-concept beklemtoonde, in tegenstelling tot dat van de Verlichting, het unieke van elk individu en zijn/haar plicht die uniciteit te ontwikkelen. Dit individu-concept maakte de cultivering mogelijk van het zoeken naar steeds meer en steeds verschillende ervaringen. Het creëerde de behoefte om zichzelf uit te drukken door middel van artistieke praktijken, maar ook door middel van consumptiepraktijken.

Bovendien, zo stelt Campbell, was de romantische theorie van de kunsten niet enkel belangrijk als een stimulator van plezier en esthetisch genot, maar ook vanwege de nadruk die deze theorie legde op de kunst als een instrument van moraliteit. Kunst had de kracht om zielen te zuiveren en om deugdzaamheid voort te brengen. In plaats van mensen een voorbeeld te stellen of ze aan te spreken om een beter mens te worden, had kunst de kracht om mensen zonder bemiddeling beter te maken. De verspreiding van de romantische doctrines met hun specifieke opvatting over het individu, creativiteit en de morele functies van de kunst voorzagen, aldus Campbell, in een cruciaal aanbod aan motivaties en legitimaties voor de ontwikkeling van consumptiegedrag.⁴¹

40 Campbell, C. (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford: Blackwell.

41 Campbell, C. (1983) 'Romanticism and the consumer ethic: intimations of a Weber-style thesis', *Sociological Analysis*, 44: 289.

Het volgende fragment is afkomstig uit een brief van de moderedactie van *De Vrouwen-Wereld* aan haar lezerspubliek in 1890. Het laat zien hoe zij gebruikmaakte van romantische ideeën over de zuiverende kracht van de kunst om het consumptiegedrag van haar lezeressen te motiveren en te legitimeren.

(...) Kunst en schoonheid, ziedaar wat de vrouw, zowel in haar eigen omgeving als in haar eigen persoon bevorderen moet!

Kunst en schoonheid in alles! waar zij beiden om zich heen verspreidt daar reinigt en zuivert zij de atmosfeer, welke haar zelf en de haren omgeeft; waar kunst en schoonheid in den uitgebreidsten zin heerschen daar vindt men orde, harmonie, geluk!

Het is steeds de taak van 'De Vrouwenwereld' geweest deze eigenschappen, waarvan de zorg in de eerste plaats aan de vrouw toevertrouwd is, zoveel in haar vermogen lag onder haar talrijke lezeressen te verspreiden.

De werkring der vrouw is een groote, edele, nuttige; dwaas zou 't wezen daar met minachting of geringschatting op neer te zien, dat veelen het nog doen, is slechts aan de vrouw zelf te wijten. Neemt zij haar taak hooger op, weet zij (...) het schijnbaar gewone, alledaagsche door den invloed harer persoonlijkheid te bezielen, tracht zij op alles hoe nietig ook, den stempel te drukken van het ware, schoone, goede, geen twijfel! of ieder zal onder den invloed komen van haar veredelenden geest. (*De Vrouwen-Wereld*, 1890, nr. 1)

In de laatste alinea wordt ook verwezen naar de maatschappelijke geringschatting van vrouwelijke culturele praktijken, mode inclus. Hoewel dames en modebladen als doel hadden de mode te promoten bij vrouwen, werd de mode toch vaak in negatieve termen omschreven: de grillige mode, de luimige mode, de buitensporige mode.⁴² De voortdurende associatie van een vrouwelijke praktijk als mode met adjectieven als grillig, luimig, dwaas en buitensporig laat zien hoe de macht van gender en gendernormen werkte als een stilzwijgende

42 Enkele voorbeelden: 'Maar is het dan wel zoo noodzakelijk om zonder protest ons aan haar grillen te onderwerpen? (...) Het lot der sleeprokken geeft ons moed en houdt de hoop in ons levendig, dat de dames verstandiger geworden op het gebied der modeëischen, zich niet zonder protest zullen onderwerpen aan dwaze voorschriften (...)' (*De Vrouwen-Wereld*, 1 maart 1893). 'Ongelukkig vergeet men zijn eigen oordeel te doen gelden en onderwerpt zich liever aan de tot buitensporigheden zoo genegen meening der modistes, die de voorschriften der mode blindelings volgen (...)' (*De Vrouwen-Wereld*, 1 juni 1893). '(...) en volg de grillen en luimen der mode niet blindelings' (*De Gracieuse*, 16 februari 1903).

organisator van sociale hiërarchieën waarin mannen en vrouwen werden ingevoegd.⁴³ De minachting van de mode is een maatschappelijke waardering die tot op de dag van vandaag is blijven voortbestaan. De voortdurende associatie van mode met de hooggewaardeerde kunst kan dan ook gelezen worden als een poging om de geminachte vrouwelijke praktijken op te tillen naar de hogere sferen van de cultuur. Geheel in de lijn van het liberalisme werd elke individuele vrouw hier zelf verantwoordelijk gesteld voor de maatschappelijke geringschatting van haar praktijken.

Maar wat bij deze analyse van *De Gracieuse* en *De Vrouwen-Wereld* vooral opvalt is dat zowel het modediscours dat verspreid werd door de kanalen van 'de Parijse mode' als het anti-modediscours van de reformbeweging een beroep doen op dezelfde romantische ideeën over het originele, authentieke en expressieve individu. Aan het eind van de negentiende eeuw ontstonden in een aantal West-Europese landen – waaronder Engeland, Duitsland en Nederland – en in Amerika bewegingen die ijverden voor gezondere kleding voor vrouwen en kinderen. Dit streven naar een gezondere klederdracht werd veelal ondersteund door kunstenaars die deze dracht ook volgens nieuwe esthetische principes probeerden vorm te geven. De Nederlandse vereniging voor verbeterde vrouwenkleding werd opgericht in 1899 naar het voorbeeld van de Duitse vereniging en in het kielzog van de Nationale Tentoonstelling van Vrouwenarbeid.⁴⁴ De reformbeweging kantte zich fel tegen het insnoeren van de taille door een korset, tegen het dragen van te smalle schoenen met hoge hakken, tegen het torsen van te zware en niet-ademende kleding. De reformbeweging benadrukte niet alleen de hygiënische principes maar ijverde ook voor een nieuw schoonheidsgevoel dat vooral de 'waarheid' van het lichaam en de persoonlijkheid en de individualiteit van de draagster tot uitdrukking moest brengen.⁴⁵ Hoewel de reformbeweging zich sterk afzette tegen de Parijse mode, waren de twee vertogen niet onverzoenbaar. Integendeel, het pleidooi voor gezonde, artistieke en authentieke kleding van de reformbeweging bediende zich van precies

43 De opvattingen over vrouwelijke consumenten hebben in de tweede helft van de negentiende eeuw in belangrijke mate het debat over massacultuur bepaald. Zie Felksi, 'Imagined Pleasures', 80.

44 Schnitger, C. (1985) 'Ijdelheid hoeft geen ondeugd te zijn. De Vereeniging voor Verbetering van Vrouwenkleding', in *Jaarboek voor Vrouwengeschiedenis 6. De eerste feministische golf*, pp. 163-185, Nijmegen: Sun. Zie ook C. Schnitger (1984), *Reformkleding in Nederland*, Utrecht: Centraal Museum Utrecht.

45 Schnitger, 'Ijdelheid hoeft geen ondeugd te zijn', p. 185.

dezelfde romantische concepten als de *mainstream* mode deed. Uit de modebladen *De Vrouwen-Wereld* en *De Gracieuse* blijkt dat de twee discours niet in een onverzoenbare concurrentiepositie ten op zichte van elkaar stonden maar dat de reformbeweging bepaalde accenten in het gangbare discours heeft ondersteund, misschien zelfs wel versterkt. Onderstaande fragmenten laten zien dat, onder invloed van de reformbeweging, de eerder genoemde principes als originaliteit en individuele harmonie als het ware extra in de verf werden gezet door het herhaaldelijk benadrukken van het belang van de ‘artistieke kunstzin’ en de ‘schoonheid’.

Men heeft van het modevak een echt kunstwerk gemaakt, daaruit verbannende alles wat niet schoon, niet artistiek is en bovenal heeft men gestreefd naar natuurlijkheid. Wanneer men de portretten bekijkt van den beroemden Spaanschen schilder Velasquez, zien wij vrouwenfiguren, waarvan als het ware met geweld het bovenlijf veranderd is in een langen spits toeloopenden driehoek, terwijl men op de Duitsche schilderijen uit de 17de en 18de eeuw ziet, hoedanig de vrouwen in dien tijd gepantserd zaten in het korset. Die tijden zijn gelukkig voorbij. Ook tracht men er tegenwoordig meer en meer naar den individueelen smaak te voldoen. Het kleed moet in overeenstemming zijn met het karakter van de persoonlijkheid. Er moet harmonie bestaan. Het mag natuurlijk niet tegengesproken worden, dat er vele vrouwen zijn, die zich met artistieke smaak weten te kleden en daarin het talent van de juiste rekening weten te houden met den leeftijd, het figuur, het gelaat; doch hoevelen geven zich niet blindelings over aan een tailleuse, zonder een eigen oordeel te hebben. En zoo is menigeen afhankelijk van haar tailleuse. Is dit nu een persoon met een artistieke smaak, dan kan men natuurlijk in geen beter handen zijn, doch laat deze smaak daarentegen wel iets te wenschen over, dan wordt men, om zoo te zeggen, er het slachtoffer van. Het beste is daarom, dat men eigen smaak en zin voor het schoone ontwikkelt, dat men zelf weet te kiezen; dat men met eigen individualiteit te rade gaat. Niet alles is voor allen geschikt. Deze stelregel moet men boven alles in het oog houden, wanneer men de kleederen voor anderen of wel voor zich zelf vervaardigt. (*De Gracieuse*, 1906, nr. 6)

Tot op heden is het een in het oog vallend feit geweest, dat een bepaalde karakteristieke moderichting, zoals b.v. de tegenwoordig bijna alles overheerschen den Japansche stijl, niet heel veel langer stand hield dan slechts een seizoen. Zonder twijfel zal ook deze richting haar tegenstanders hebben, doch het is een zekere waarheid geworden, dat de meer en meer toenemende voorliefde voor ongedwongen, losse en bevallige lijnen en voor een meer artistieke kunstzin

getriomfeerd heeft over de traditionele mode, zoals de Parijsche toonaangeefsters ons tot op heden steeds hebben willen voorschrijven. Want zoals nimmer tevoren, stelt de oogenblikkelijk heerschende moderichting bepaaldelijk als hoofdvereischte, dat men zijn individueel karakter nimmer laat verloren gaan bij een gedachteloos navolgen van de voorgeschreven mode-regelen. Integendeel moet er ook overeenstemming zijn tussen het wezen van een persoon en de kleeding, die men kiest. (*De Gracieuse*, 1907, nr. 17)

In zijn boek *Consumer Culture & Modernism* betoogt Don Slater dat zowel het ‘bourgeois’ consumentisme als haar kritische tegenstanders zich beriepen op de romantiek om hun functioneren te legitimeren.⁴⁶ De romantische doctrine had, aldus Slater, de uitdrukkelijke bedoeling kritiek te formuleren op de manier waarop de moderne kapitalistische en technocratische samenleving de cultuur aantastte maar dat verhaal werd tegelijk ook opgepakt door het mainstream consumptiediscours. Uit bovenstaande fragmenten blijkt dat, in tegenstelling tot wat men vaak geneigd is te denken, het idee van het expressieve en originele zelf en de concrete vertalingen ervan in technieken van individualisering niet enkel circuleerden binnen maatschappijkritische, artistieke en feministische kringen. Deze concepten en technieken werden ook, zoals bovenstaande analyse liet zien, verspreid buiten deze elites door de gewone kanalen van de ‘parijse mode’. De oplages die deze kanalen in die tijd bereikten waren, zoals we eerder zagen, niet bepaald gering.

Tot besluit

Ik wil deze analyse graag afronden met het maken van een kritische kanteekening bij de postmoderne verheerlijking van het samenvallen van vrouwelijke maskerade en identiteit. In dit essay heb ik laten zien hoe het terrein van de mode, als een exponent bij uitstek van de consumptiecultuur, een belangrijke plek is geweest van vrouwelijke individualisering. Aanvullend op de stelling dat vrouwen in de negentiende eeuw en aan het begin van de twintigste eeuw uitgesloten werden uit de individualiseringsprocessen waar mannen toegang toe hadden, wilde ik vooral laten zien dat vrouwen ook betrokken waren bij ‘andere’, zo men wil, typische vrouwelijke – en daardoor ook vaak getrivialiseerde – processen van individualisering. Vrouwen, zo bleek uit de analyse,

46 Slater, *Modernity*, p. 19.

werden door het modediscours opgevoed tot autonome, zelfbepalende consumenten. Ze werden geleerd bewust te worden van hun individuele verschijning en uitgenodigd een persoonlijke smaak te ontwikkelen aan de hand waarvan ze hun 'persoonlijkheid' tot uitdrukking konden brengen. In zijn boek *Culture and Consumption* stelt McCracken: 'the connection between consumption and individualism, largely wrought in the eighteenth century, is one of the great fusions of the modern world'.⁴⁷ De genderblindheid van een dergelijke uitspraak verhindert een goed inzicht in de historische positionering van vrouwen in de moderne consumptiecultuur. Het zijn vooral vrouwen die in onze cultuur geminacht worden om de wijze waarop zij de mode volgen als een middel om hun persoonlijkheid tot uitdrukking te brengen. En het zijn ook vooral vrouwen die lijden onder het feit dat de samenleving hun persoonlijkheid reduceert tot hun uiterlijke verschijning. Bij de 'postmoderne' verheerlijking van de fusie van uiterlijke maskerade en vrouwelijke identiteit wil ik dan ook graag de nodige kritische kanttekeningen plaatsen. De kritische cultuurtheorieën van de Frankfurters, met hun afkeer van massa- en consumptiecultuur, hebben lange tijd de toon gezet voor zowel progressieve als feministische benaderingen van mode en consumptie. Postmoderne auteurs als Wilson, Silverman en Young vinden dat de feministische afkeer van mode te eenzijdig gebaseerd was op een lezing van de mode als een 'onderdrukkende' structuur. Daarbij werd uit het oog verloren dat vrouwen esthetisch plezier aan mode beleefden.⁴⁸ Bovendien zien deze auteurs juist een bevrijdend potentieel in de mode. Het vluchtige en veranderlijke karakter van de mode stelt heel expliciet de geconstrueerdheid van vrouwelijkheid aan de orde. De opeenvolging van stijlen en genres laten zien dat de vrouwelijke verschijning niet een essentie is. Er is niet een 'echt' zelf achter de verschillende verschijningen. Iemands identiteit valt samen met haar verschijning. Het 'zelf' bestaat niet onafhankelijk van de kleren die iemand draagt. Integendeel, iemand 'is' dank zij dat wat zij draagt. 'Clothing not only draws the body so that it can be seen, but also maps out the shape of the ego,' aldus Kaja Silverman in haar inmiddels

47 McCracken, G. (1988) *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Goods and Activities*, p. 20, Bloomington: Indiana Press.

48 Silverman, K. (1986) 'Fragments of a fashionable discourse', in T. Modleski (ed.) *Studies in Entertainment*, pp. 139-154, Bloomington and Indianapolis: Indianapolis University Press; Wilson, E., *Adorned in Dreams*; Wilson, E. *These New Components*; Young, I.M. (1994) 'Women recovering our clothes', in S. Benstock & S. Feriss (eds.) *On Fashion*, pp. 197-210, New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

klassiek geworden artikel 'Fragments of a fashionable discours'.⁴⁹ Volgens de kunsttheoretica Llewellyn Negrin is een dergelijke redenering problematisch en deze mening deel ik met haar.⁵⁰ Het feit dat de mode het geconstrueerde karakter van de identiteit blootlegt betekent nog niet per definitie dat ze ook bevrijdend is. Integendeel, men kan ook stellen dat de mode in het huidige klimaat waar de reclame iemands 'zelf' in toenemende mate definieert in termen van uiterlijke verschijning, veeleer onderdrukkend is. In plaats van kritische kanttekeningen te plaatsen, is de mode medeplichtig aan de reductie van het ik tot een opeenvolging van verschillende verschijningen, tot een beeld dat bepaald wordt door de waar die men koopt. Elke kritiekloze ode aan de verschijning is volgens Negrin medeplichtig aan onze 'spektakel'-cultuur die de uiterlijke verschijning – nog steeds in veel hogere mate bij vrouwen – bevoorrecht boven alle andere identiteitsbronnen. Iemands inzichten, maatschappelijke engagementen en persoonlijke inspanningen zijn in een dergelijke beeldcultuur van geen betekenis meer. Vrouwen zelf ervaren deze fusie van uiterlijke verschijning en persoonlijkheid heel vaak als beledigend en beperkend. Inzicht in de concrete technieken die deze specifieke verknoping in de loop van de geschiedenis tot stand hebben gebracht is de enige weg tot het in vraag stellen ervan en hopelijk tot het begin van relativering ervan.

49 Silverman, *Fragments*, p. 149.

50 Negrin, L. (1999) 'The self as image: a critical appraisal of postmodern theories of fashion', *Theory, Culture & Society*, 3: 99-118.