

Zeitschrift: Emanzipation : feministische Zeitschrift für kritische Frauen
Herausgeber: Emanzipation
Band: 15 (1989)
Heft: 9

Artikel: Kulturphänomen Mode
Autor: Studer, Brigitte
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-361020>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kulturphänomenen

Mode

In den sechziger und siebziger Jahren wurde ihr Ende ausgerufen, in den Achtzigern scheint sie lebendig wie nie.

*Kleider machen wieder Leute
Modehäuser ebenso wie Boutiqueketten erleben neue Umsatzrekorde.*

von Brigitte Studer

Mode hat heutzutage jegliche Kleidung erfasst, von der Uniform über die Kinderkleidung bis zum Look der Feministinnen. Diese massenhafte Ausbreitung der Mode nach dem Zweiten Weltkrieg ist eng mit einer andern Entwicklung verbunden. Was sich seit Ende des Kriegs angebahnt hatte, kam Anfang der sechziger Jahre zum Ausbruch: das Phänomen Jugend. Niemand hatte es erwartet, auch die Modeschöpfer nicht. „Plötzlich war alles umgekehrt. Die Mütter und Väter versuchten, wie die Kinder auszusehen.“ (Andy Warhol)

Ganz unvorhersehbar war diese Entwicklung freilich nicht. Seit Eugene Gilbert, ein findiger neunzehnjähriger

Student aus Chicago, 1945 den „Teenager“ als Kategorie der Marktforschung entdeckt hatte, eröffnete sich der Werbung ein konsumkräftiges Zielpublikum, das sie bis heute hätschelt. Der neue Trend kam wie fast alles zu jener Zeit aus den USA, wo boombegüterte Eltern ihre Kinder reichlich mit Taschengeld versorgten. Aus diesen finanziell potelten, in der Familie, der Arbeit und der Politik aber machtlosen Jugendlichen entstand eine Gesellschaftsschicht, für die Mittel und Zweck zugleich der Konsum war. Da die Beziehungen der entstehenden Jugendgruppen vor allem über Konsumgüter liefen, erhielten diese eine bis anhin kaum gekannte Bedeutung. Die schwarze Lederjacke von James Dean und Marlon Brando wurde zum Symbol für die Verweigerung gegenüber der (Erwachsenen-)

Welt. Kleidungsstücke waren jetzt mit doppelter Bedeutung belegt: Sie funktionierten als Erkennungszeichen der eigenen Gruppe und als Symbole der andern.

Die Mode dieser Jugendgruppen hat nichts mehr mit der Haute Couture gemein. Ebenso wenig haben es die Blumenröcke und indischen Hemden der konsumverweigernden Hippies und der gesellschaftskritischen Achtundsechziger. Zusammen mit den Frauen, die ihre traditionelle Geschlechtsrolle in Frage stellen, treten sie den langen Gang durch die Estriche ihrer Grosseltern und die weite Reise durch die Traditionen der Völker der Dritten Welt an. Nur eins ist allen gemeinsam: die Jeans. Für fast dreissig Jahre bildet die Hose aus genuesischem Tuch den Grundstock jeder Garderobe; bis das Schwarz der Punks das Indigoblau (vorübergehend) verdrängt.

Radischen auf dem Kopf

Im Rückblick erscheint das, was als Antimode oder als Ende der Mode angesehen wurde, nur als kleiner Abschnitt in ihrer langen Geschichte. Die Haute Couture hat dabei zwar ihren Exklusivitätsanspruch verloren, doch die Mode ist dabei keineswegs abgeschafft, sondern im Gegenteil noch stärker verbreitet worden.

Blicken wir noch etwas weiter zurück. Der Gebrauch des Begriffs „Mode“ geht auf das Frankreich des 15. Jahrhunderts zurück. Ein schneller und ständiger Wechsel der Kleidung konnte erst gegen Ende des Mittelalters mit der Ausbreitung der Städte und des Handelskapitalismus entstehen. Denn Mode erfordert sowohl kulturellen Austausch wie Vielfältigkeit der Materialien. Das war damals noch viel ausgeprägter eine Klassenfrage. Arme Leute und Bauern wechselten ihre

Kleider erst, wenn sie zerfielen, und falls sie nicht selber woben, konnten sie sich nur die abgetragenen Stücke der Reichen leisten.

Ganz anders dagegen der Adel. Nachdem die steife spanische Mode, die den Widerstand gegen die liberalen Bestrebungen der Renaissance und die bürgerlichen Ideale der Reformation verkörpert hatte, durch die freiere, verspieltere französische entthront worden war, fand die entfesselte Phantasie kaum mehr Grenzen. Die Hofdamen verkleideten sich als Schäferinnen und verzierten ihre turmhohe Haartracht mit ganzen Gemüsegärten. Als die französische Königin Marie Antoinette mit einer Artischocke, einem Kohlkopf, einer Karotte und einem Bund Radieschen auf dem Kopf erschien, soll eine Hofdame begeistert ausgerufen haben: „Ich werde nur noch Gemüse tragen, das ist viel natürlicher als Blumen.“

Der Modeschöpfer als Vermittler

Die Revolution von 1789 fegte die maskenhafte Künstlichkeit gleichzeitig mit der Adelherrschaft hinweg. Die Mode wurde vom Hof auf die Strasse versetzt, und dort wollte man so gesehen werden, wie man war. Frauen und Männer, mit hauchdünnem Musselin bekleidet, nästeten diesen engen Stoff zusätzlich, damit er noch durchsichtiger werde. Entsprechend der Unsicherheit der eigenen sozialen Stellung erhielt die Mode Elemente der Selbstironie und der Parodie.

Die Fortschritte der Frauen in der Gleichberechtigung gingen hingegen mit der Rückkehr zum nunmehr bürgerlichen Alltag verloren. 1820 war das Korsett wieder da, und zwar für die kommenden hundert Jahre. Gesittete Frauen hatten nichts mehr auf der Strasse zu suchen. Ihre Kleidung hatte Schwäche und Zartheit auszudrücken, ihr Gesicht vornehm bleich zu sein. Die Differenzierung zwischen männlicher und weiblicher Mode trieb nie gekannte Blüten. Der beschäftigte Mann übernahm die funktionale, düstere Weste und Hose der englischen Grossgrundbesitzer, die Frau verwandelte sich zu Hause in einen farbenfrohen Engel, der dem müden Mann am Abend das Leben verschönern sollte. Das der Revolution überdrüssige Bürgertum übertrug seine Sitten – Unauffälligkeit, Neutralität, Anonymität – auf seine Kleidung und trennte Haus- und Strassenmode. Da aus dieser „abgeschmackten Mittelmässigkeit“ (Richard Sennett) keine Modeimpulse entsprangen, war das bourgeoise Paar



auf die Neuerungen der ehrfurchtsvoll verachteten „Demimonde“ angewiesen, die mit ihren Schauspielerinnen und Prostituierten, den Dandies und Gaunern die neuen ProtagonistInnen der Mode stellte.

Als Vermittler beider Welten kam um 1850 mit Frederick Worth der „Modeschöpfer“ auf, der mit Geschick überall Anregungen aufgriff, von der Aura des Künstlers umgeben und doch als Geschäftsmann die Fertigungsweisen nutzend, die mit der Erfindung der Nähmaschine möglich geworden waren.

Mode wird demokratisiert

Die Massenproduktion verbilligte jetzt die Mode, und die Presse ermöglichte die schnelle Verbreitung ihrer Tendenzen: Die Mode demokratisierte sich. Das Kaufhaus machte sie den Frauen aus dem Mittelstand direkt zugänglich. Das rasch anwachsende Heer der Verkäuferinnen und den angebotenen Modellen schwang sich nach dem Zahltag zu einer neuen Käuferinnenschicht auf, die wie die zahlreichen Angestellten im harten Konkurrenzkampf viel auf ihr Äusseres geben musste. Eingezwängt zwischen ihrem Geltungsbedürfnis und ihrem Portemonnaie stürzte sie sich auf alle Imitationen, auf die falschen Perlen und den falschen Schildpatt am Kamm.

Dank den modischen Sekretärinnen und Verkäuferinnen holte die Damenmode gegen Ende des 19. Jahrhunderts endlich ihren Rückstand zur Männermode auf und wurde praktisch. Es begann mit dem Kostüm (Jupe und Jacke), das mit einer Bluse getragen wurde. Paul Poiret und vor allem Gabrielle (Coco) Chanel trugen die Frauenkleider vollends ins 20. Jahrhundert hinüber.

Während Poiret das Korsett lockerte, schuf Chanel es ganz ab. Sie schenkte den Frauen endlich einen dynamischen Stil, den Einklang zwischen Körper und Kleider. Sie führte das „kleine Schwarze“ ein, reduzierte es zu radikaler, raffinierter Einfachheit und wählte ein bis anhin den Männern vorbehaltenes Material, den Jersey. Unter dem Einfluss des Funktionalismus von Le Corbusier und des Bauhauses sowie

der Konstruktivisten gab sie dem Kostüm geometrische Formen und befreite es vom Zierat und von Imitationen. Ihr Erfolg nach dem Ersten Weltkrieg war blitzartig: ihre Modelle entsprachen genau dem Stil der Zeit. Die sich emanzipierenden Frauen, die arbeiteten, Auto und Velo fuhren, Romane schrieben und Frauenfreundschaften lebten, ergriffen ihre Mode, ja, führten sie zum Teil noch weiter. Die „garçonne“ trug Frack und Hosen, kurze Haare und Schminke und klemmten manchmal ein Monokel ins Auge. Die Männer durften sich in Pullover und Flanellhose ebenfalls lockerer geben und so nach hundert Jahren Abstinenz wieder zum Objekt der Mode werden.

Von der Mode Zweideutigkeit

Die Universalität, Wandelbarkeit und Widersprüchlichkeit der Mode hat von jeher zu Reflexionen angeregt. So meinte Sittenforscher Eduard Fuchs, „der fast ausschliessliche Zweck“ der Mode sei „die Herausarbeitung der erotischen Reizwirkung des weiblichen Körpers“. Der Psychologe J.C. Flügel stimmte damit überein, dass die erste Funktion der Kleidung der erotisierende Schmuck sei, gestand dies aber beiden Geschlechtern zu.

Neuere, vor allem psychoanalytische Annäherungsversuche, trugen der Zweideutigkeit des Phänomens Rechnung und zeigten, wie sich negative und positive gefühlsmässige Bedeutung der Mode miteinander verschränken. Der Semiologie Roland Barthes hat schliesslich der Mode eine weitere Dimension erschlossen, indem er den Diskurs der Mode als Sprache begriff, die das schwierige Verhältnis zwischen Individualität und Allgemeinheit sowie das Spiel mit der Identität regelt.

Barthes vollzog den Schritt von der Sicht der Mode als isolierte, besondere Erscheinung hin zum allgemeinen Kulturaustausch. Er stellte die Mode an jenen Platz, wo um die Bedeutung der Zeichen und der Sprachen einer Gesellschaft gekämpft wird. Fasst man die Mode wie Elizabeth Wilson oder René König als wesentliches Ausdrucks- und Regelungsmittel der Gesellschaft auf, so kann sie nicht frei von Konflikten sein. Denn die Mode verbindet und unterscheidet und ist deshalb so wechselnd wie die sie jeweils tragenden Gruppen.

Zeichen und Maske

Die Mode kann als umkämpftes Zeichen verwendet werden. Die Mods haben beispielsweise in den sechziger

Jahren die konventionellen Abzeichen der Geschäftswelt – Veston, Krawatte, kurze Haare – ihrer ursprünglichen Nebenbedeutung der Tüchtigkeit, des Ehrgeizes und der Ordnungsliebe entkleidet und zu einem bedeutungslosen, „leeren“ Fetisch gemacht. „Die Mode ist die ewige Platzhalterin des Surrealismus. In ihr stecken exzentrische, revolutionäre und surrealistische Möglichkeiten“, schrieb Walter Benjamin zu früheren solchen Umdeutungsversuchen. Durch die Unterwanderung des herkömmlichen Gebrauchs wird dieses Herkömmliche seines Bodens beraubt. Andererseits lässt sich Mode – wie es das Bürgertum im 19. Jahrhundert tat und die grosse Masse der Konsumenten es heute tut – als Maske benutzen, die Distanz und Konformität schafft.

Maske ist aber auch Spiel, und Zeichen können zugunsten der Anpassung gesetzt werden. Der Punk trieb das ästhetische Spiel zwischen Zeichen und Maske auf einen Höhepunkt. Seine ProtagonistInnen, die arbeitslosen Kinder der inneren Londoner Stadtbezirke, benutzten Konsumgüter, um auf die Leere der Verbrauchergesellschaft hinzuweisen, und Symbole, um das Zufällige ihrer Bedeutung zu untergraben. Plastiksäcke dienten als Pullover, Hakenkreuze als Broschen. Das Konstruierte der diskreten Eleganz und des guten Geschmacks der zur Arbeit eilenden Stadtbewohner verdeutlichten sie durch nach aussen getragene Kleidernähte, Reissverschlüsse und Sicherheitsnadeln. Schminke wurde zum Gesicht der Entfremdung in der Industriegesellschaft, der Objektstatus der Frauen wurde auf die schwindelerregenden Spitzen der Absätze getrieben. Die Kennzeichen der Perversität – schwarze Ledermasken, Netzstrümpfe und Sklavenfesseln – in der hintersten Ecke des bürgerlichen Kleiderschranks und in die Pornoläden der Hintergassen verbannt, wurden enthüllt und der Gesellschaft ins Gesicht geworfen. Schwarz, die distanzschaffende Nicht-Farbe der Existentialisten und Dichter, der Anarchisten wie der Faschisten. Obwohl Punk selber wieder schon bald zur konventionellen Maske der Modernität verkam, und obschon die Modeschöpfer jede Saison neue Farben proklamieren, hat Schwarz, die einzige Farbe, die zur Stadt passt, seinen Anreiz behalten.

Opposition und Konformismus

Wie stark die Mode in unser System eingebaut ist, mussten alle erfolgrei-

chen Oppositionsmoden erfahren. Sobald eine oppositionelle Mode als Widerstandszeichen von vielen verstanden, geteilt und übernommen wird, ist sie auch schon von der Gefahr der Integration und des Konformismus bedroht. Erfolgreiche Oppositionsmoden hingegen sterben schnell ab, ausser sie seien von relativ autonomen Gruppen getragen.

Viele Kleidungsreformen und Oppositionsmoden basieren allerdings auf einem Missverständnis der Mode und postulieren eine „natürliche“ Form. Das ist angesichts der kulturellen Bedingtheit des Menschen eine konservative Haltung; wenn das „wahre Sein“ im Natürlichen liegt, ist jede gesellschaftliche Veränderung ausgeschlossen. Auch Feministinnen entgingen nicht immer diesem Fehlschluss. Nach Susan Brownmiller ist die heutige Weiblichkeit von Männern konstruiert, während das wahre Sein der Frauen irgendwo unter Korsett und Schminke oder Minirock liegt. Diese Position vernachlässigt die Möglichkeiten der Frauen zum Aufbau eigener Geschlechtsrollen und stempeln sie zu reinen Opfern ab.

Solange die Frauen – als die von der Mode besonders Betroffenen – nicht die Konstruiertheit jeglicher Kleidung erkennen, werden sie entweder dem Phantom einer Natürlichkeit nachhaken oder schuldbewusst wieder „erotisierte“ Kleidung einführen. Die Frauenbewegung hat heute nicht die Kraft, wie einst die Punks, schwarze Netzstrümpfe mit neuer Bedeutung zu besetzen. Doch sie hat die Macht und das Recht, am Spiel der alltäglichen Verwaltung, der allen zugänglichen Strassenperformance mitzumachen. Warum nicht dieses Medium der Selbstdarstellung benutzen und damit Kommentare zum Alltag und zur Gesellschaft abgeben? Auch wenn sich das utopische und das zynische Element in der Mode nur schwer unterscheiden lassen.

Brigitte Studer

geb. 1955 in Basel. Aufgewachsen in Fribourg. Historikerin. Studium der Geschichte, Anglistik und Pädagogik. Anschl. 2 Jahre Archivistin/Übersetzerin bei der Stadt Fribourg. Seit 1985 Mitarbeit an einem Nationalfondprojekt (Schweizergeschichte).



Literatur zum Thema Mode

- Roland Barthes. **Die Sprache der Mode.** Frankfurt/M 1975
- Silvia Bovenschen (Hrsg.). **Die Listen der Mode.** Frankfurt/M 1986. (Eine Sammlung von Aufsätzen vieler klassischen und auch neueren Modetheoretikern)
- Susan Brownmiller. **Weiblichkeit.** Frankfurt/M 1984
- Dick Habdige. **Subculture/ The Meaning of Style.** London 1979
- Diedrich Diederichsen, Dick Hebdige, Olaph O. Marx. **Schocker. Stile und Moden der Subkulturen.** Hamburg 1983
- René König. **Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess.** München 1985
- Elizabeth Wilson. **Adorned in Dreams. Fashion and Modernity.** London 1985
- Gabrielle Wittkop-Ménardeau. **Unsere Kleidung. Aus der Geschichte der Moden bis zum Jahr 1939.** Frankfurt/M 1985