

Mooi, mode en identiteit Een filosofische benadering

Centraal Museum

Rob van Gerwen, Utrecht

1 maart 2008

1 VOORWOORD



Chronicle / Frederic Larson

Figuur 1: *Wel of geen kleren?*

Naakt kan niet. Mensen moeten kleren dragen. Maar welke kleren? En van dan af heb je het over mode.

Ik wil beginnen met een waarschuwing. Het is trouwens niet mijn stiel om antwoorden te geven. Dat leidt soms tot verwarring bij mijn publiek. Verwacht van mij geen helder overzicht van stijlen of periodes in de mode—ik ben een estheticus, filosoof van de kunsten, en uit dien hoofde het meest begaan met mode als een normatieve praktijk. Mode heeft culturele, sociologische en persoonlijke betekenissen en die vinden hun basis in die ene normatieve vraag: “Staat het ook?” Hoewel die

betekenissen wetenschappelijk of alleen maar kritisch beschreven kunnen worden is het veel lastiger vat te krijgen op de vraag of men er door mode als een “looser” uitziet, of lelijk, of mooi en succesvol. Maar dat deze kwestie lastig is is de slechtste reden om er geen aandacht aan te schenken, omdat hier de mens zijn identiteit definieert te midden van zijn soortgenoten.

2 KLEREN MAKEN DE MAN!

In het sprookje *De nieuwe kleren van de keizer*, van Hans Christian Andersen doet een keizer zijn best om er opperbest uit te zien, maar wordt hij door spin-doctors voor de gek gehouden—met hem heel het volk. Totdat een “onschuldig” kind roept “Maar hij heeft helemaal niets



Figuur 2: *De nieuwe kleren van de keizer*

aan!?” De moraal van het sprookje gaat over de ontmaskering van de image-building waar de keizer zich schuldig aan maakt. Het is een tamelijk naïeve moraal, meen ik: je moet je niet beter voor doen dan je bent, want dat is leugenachtig. Maar wat is dan het ware ik van de keizer dat hij probeert te verbergen door zich mooi voor te doen? Je ware ik, zo zou men kunnen zeggen, dat is het verhaal dat je over jezelf vertelt. Je uiterlijk, *hoe je eruit ziet*, is geen verhaal, maar is eerder een karikatuur, de manier waarop je je aan anderen voordoe,¹ iets wat iets uitbeeldt maar wat je niet per se ook bent. De keizer probeert zich

¹ Deze notie van iemands uiterlijk als een karikatuur van de persoon, heb ik van Levinas 2000.

mooier voor te doen dan de verhalen over hem kunnen waarmaken. We zien hetzelfde bij de (voor)verkiezingen in de VS. Het sprookje zegt: het gaat om de inhoud, niet om het uiterlijk. Dat is een typisch Westerse, Verlichtingsopvatting—in Afrika zul je hier niemand op betrappen. Ik noem die moraal naïef omdat ons leven aan elkaar hangt van indruk maken op anderen en onder de indruk zijn van anderen, tegen anderen opkijken, op anderen neerkijken. We hebben meer van de keizer in ons dan ons lief is. We willen er mooi uitzien, maar weten niet meteen ook hoe. Dat is de moraal van *mijn* verhaal: dat image-building, ofwel expressie, sociaal gezien belangrijker is dan de dingen die we zeggen, en: dat het moeilijk is.

Over mode wil ik tegen die achtergrond drie dingen zeggen. 1. Met mo-

(a) *Golfer*(b) *gothic*(c) *Hippies*

Figuur 3: *Communiceren met mode*

de kun je communiceren, laten zien wie je bent (golf-club-mode, gothic, punk, hippie). 2. Mode kan mooi zijn (fijne stofjes, mooie kleuren, goed afgewerkt). 3. Mode moet staan. Tussen deze drie componenten van mode zit een spanning waar ieder zelf mee moet worstelen, want, laten we wel wezen, mode moet wel gedragen worden.

Een paar jaar geleden was ik huisfilosoof in Centraal Museum. Ik schreef toen een boekje over kunst kijken in het museum, *Kleine overpeinzingen* dat in 2003 prachtig is uitgegeven. Daarin schreef ik over mode:

“Kunnen wij nog lachen om grappen van een eeuw geleden?
Kunnen we nog wel aanvoelen waarom men zich 50 jaar geleden zus of zo kleepte?”

Kun je mode beleven als ze om een statische pop gedrapeerd is?”²

Zulke overwegingen leidden tot vragen waar ik momenteel aan werk en die binnenkort resulteren in een boek over cosmetische chirurgie en 's-mensen gelaatsexpressie—verder inspireren ze mij tot het volgende betoog.

3 SOCIOLOGISCHE EN SEMIOTISCHE BENADERINGEN

Mode is zelden tijdloos, zoals we dat wel soms van kunst zeggen. Meestal is mode juist erg tijdelijk (voor kunst zou dat niet best zijn, gedateerdheid). Dat is inherent aan de term. Het gaat ook niet om kleding in het algemeen, want die is in principe tijdloos: de broek, de jurk, het truitje, de jas, dat is kleding. Mode is een *bepaald soort* jas, broek, jurk of trui, of: *vooral geen* trui, maar bloesjes, wat dan ook. Mode geeft instructies en regels die moeilijk te doorgronden of te beschrijven zijn, maar daarom niet minder sterk heersen. Je kunt ze bestuderen, maar je moet er vooral feeling voor hebben. Het is een beetje een kwestie van de juiste mensen nadoen—maar hoe weet je wie dat zijn en: of je ze op de juiste manier nadoet. En het heeft ook iets paradoxaals, want je wilt vooral laten zien hoe uniek je zelf bent, je bent er echt niet op uit om de indruk te wekken dat je anderen nadoet. Een identiteit heb je alleen als je niet identiek aan anderen bent.

Wie kleren draagt, loopt het risico uit de tijd te zijn. Het lijkt ook wel dat de snelheid van mode gelijke tred houdt met iets heel anders: rijkdom. Wie rijk is kan zich veroorloven om zich altijd “bij de tijd” te kleden—de armen is dat natuurlijk niet gegeven. Een element van klasse-discriminatie is mode dus niet vreemd. Helemaal waarden-vrij is mode niet. Met mode kun je *laten zien* dat je rijk bent. Maar dan heb ik het over sociaal-politieke waarden. Mode kan daar natuurlijk ook op reageren. Zo is er underground-mode die zich juist verzet tegen de rijkdom die er voor het dragen van haute-couture vereist is. Anti-mode, die van scheuren, gaten en versleten plekken aan elkaar hangt. Maar mode zou geen mode zijn, wanneer ook dat niet meteen tot een mode leidt die weer wel veel geld kost.

En zo kun je een heel sociologisch verhaal over mode vertellen. Hooglijk interessant, maar er zitten ook hier adders onder het gras. Je kunt dit nog een stap verder voeren door er een semiotiek over op te zetten: een

² van Gerwen 2003, 25. Op p. 145: “Maar *mensen*, ook de in mode verpakte, zijn geen gebruiksvoorwerpen met een nuttig doel. Hun bestemming komt van binnenruimte, vanuit hun morelemoraal innerlijk. Of een bepaalde mode blijvend is, heeft te maken met de inschatting van het publiek of die mode (nog) geschikt is om het gewenste morele innerlijk uit te stralen. Sommigen kleden zich omdat ze het image (imago) dat bij die kleren hoort, al hebben (dat is het ideaal van mode). Anderen doen het omdat ze dat graag willen voorwenden.”

(a) *Eco*(b) *Gothic***Figuur 4:** *Mode met betekenis*

analyse van het tekensysteem dat mode wellicht ook is. Roland Barthes heeft dat eens gedaan. Volgens hem is ieder systeem van objecten onderhevig aan regels van de taal. Voor wie het interesseert: zijn *Système de la mode* verscheen in 1967.

Dat alles laat onverlet dat mode ook inherente esthetische waarden kent. En daar moet het om begonnen zijn als je je afvraagt wat mode met identiteit te maken heeft. Je kleedt je niet uitsluitend zus of zo om bij een groep te horen, maar ook, of vooral, om je eigen identiteit mee te etaleren. De sociaal-economische of semiotische betekenissen van mode en haar esthetische waarden lopen over de hele breedte door elkaar en je moet van goede huize komen om ze uiteen te rafelen. Dat komt onder meer omdat mode zich langs twee wegen verspreid: langs een officiële en langs een pragmatische route.

4 TWEE ROUTES

De publieke route is die der mode-shows, en -magazines. Op mode-shows wordt mode getoond in optimaal gunstige omstandigheden: er zit een hilarisch juichend publiek naar te kijken, de hele ambiance is er een van bewondering, het publiek bestaat zelf ook uit zeer geslaagde mensen, beroemdheden en rijken. De modellen hebben zich erop toegelegd om zichzelf als persoon weg te cijferen en een pion van de kleding die ze dragen te worden. Ze spelen een acteursrol, en hun personage is . . . , wel, niets meer of minder dan “de ideale persoon voor deze kleren”, maar dat is eerder de expressie van een pop dan van een mens. Hun gelaats-



Figuur 5: *Het publiek*

repertoire is zeer beperkt—je vergeet dat het echte mensen zijn. Toch zijn het mensen, en geen poppen. Ze zwieren, slingeren en lopen. Een



Figuur 6: *Acteurs met minimaal repertoire*

enkel model, Naomi Campbell, Claudia Schiffer, brengt het tot de sterrenstatus en dan gaat iets van hun persoonlijkheid doorschemeren, maar voor het grote publiek wie het om de kleren gaat (en voor het gros van de modellen) zijn zij buiten-categorie. Kortom: alles wordt in het werk gesteld om de mode als iets geweldigs te tonen. De modellen hebben de kleding ook perfect aangemeten gekregen en ze bewegen zich alsof ze zich er geweldig in voelen—en misschien doen ze dat ook wel en hadden ze anders de baan niet eens gekregen, maar dat is speculeren. De kijker, aan de andere kant, ziet succes (en hoopt dat zelf ook uit te

stralen): kleren die passen, en die dankzij de hele ambiance ook weer succes uitstralen. Zo'n kijker komt tot een jaloerse én motiverende conclusie: was ik maar zo mooi en zo succesvol. De kleding ziet ze als middel tot de verwerkelijking van dat verlangen.

En dan begint een informelere, pragmatische route, want wat er in



Figuur 7: Gewone mensen kleden zich (Foto's van "Sez Shares" (<http://sezshares.blogspot.com/>)).

de winkels ligt is slechts een aftreksel van de haute-couture die men op televisie zag. De informele, pragmatische route, is zo mogelijk nog interessanter. Op straat zie je namelijk ook mooie mensen, en minder mooie. En het valt ons op dat we de beter geklede mensen doorgaans mooier vinden dan de slechter geklede. (Uiteraard gehoorzaamt "goed" of "slecht" hier aan de persoonlijke smaak, maar voor mijn betoog is dat neutraal.) Draai het voor het gemak maar eens om: kijk om je heen naar wie je mooier of lelijker vindt en het zal opvallen dat dit voor een belangrijk deel met de kleding te maken heeft.

Men zegt wel eens dat schoonheid van binnen komt, en ik geloof dat daar meer waarheid in zit dan we bevroeden. Maar hoewel het van binnen komt, laat het zich wel pas zien als het naar buiten komt. Schoonheid is een waarneming.

5 HET MOET STAAN

We vinden niet alleen hen mooi die de laatste mode dragen, die zich bij de tijd weten te kleden, maar vooral hen die zich thuis voelen in hun uiterlijk. En eigenlijk streven we dat na. Maar dat beseffen we niet altijd, of beter: we denken te vaak dat de middelen die we kiezen meer macht



Figuur 8: *Meisjes van de mode-vakschool*

hebben dan ze hebben. De middelen, daarmee bedoel ik nu de mode, maar het geldt ook voor cosmetica, zelfs voor cosmetische chirurgie. De goede route is deze: iemand voelt zich thuis bij zichzelf en sleutelt af en toe wat aan haar uiterlijk, maar alles wat ze doet is ingegeven door dat gevoel van zekerheid over het eigen uiterlijk. Dat is waarom wat ze uitkiest haar ook *staat*: deze persoon maakt geen fouten, meet zich niets aan waarvan ze niet aanvoelt dat het staat. Mindere goden (99% van de bevolking—het is niet anders) menen soms dat een goede keus voor de middelen der succesvollen vanzelf ook bij ons succes teweeg brengen of tenminste hopen we daarop. We zitten in hetzelfde schuitje als de keizer: we weten het zelf allemaal niet zo best.

6 PSYCHOLOGISCHE WERKELIJKHEID

Je leest dit van mensen die cosmetische chirurgie hebben laten toepassen op hun gelaat. Zij roepen achteraf: “het heeft me zelfverzekerder gemaakt, daarna werd mijn leven succesvoller en mochten mensen me meer.” Ik heb hier de grootst mogelijke scepsis over. Het doet mensen denken: als ik me nu eerst maar eens het uiterlijk van die mooie mensen aanmeet, dan wordt ik dus zelf ook mooi, en mijn zelfverzekerdheid komt dan vanzelf ook. We rekenen hiermee buiten onze psychologie. Als iemand niet al zelfverzekerd is over zijn uiterlijk heeft dat een erg lange persoonlijke geschiedenis. Zo iemand heeft vermoedelijk een reeks erva-

ringen achter de rug die bij hem het idee hebben doen post vatten dat er iets niet goed met hem zit. Zo'n idee ziet hij dan voortdurend bevestigd worden in de reacties die mensen op hem hebben. En als iemand weer eens kritisch op hem reageert, zo van “kom op, doe eens wat beter je best”, dan is hij onmiddellijk geneigd dat op die ene hoop te gooien van dat ene idee dat hij een looser is. Die gedachte doortrekt zijn psychologie, en anderen kunnen er van meepraten: zij kennen zijn geschiedenis even goed als hijzelf hem kent.



Figuur 9: *Tattoos—welke tragedie zit er soms achter?*

7 AL DRAAGT EEN AAP EEN GOUDEN RING ...

Het is overigens frappant dat filosofen zich nimmer hebben verdiept in de betekenis van lelijkheid, terwijl ze boeken volschreven over schoonheid—ook al gingen die boeken dan weer niet over gelaatsschoonheid, maar over natuur- of kunstschoonheid. Over de redenen waarom ze het nooit over gelaatsschoonheid hebben wil ik het nu niet hebben, maar wat is er mis met het begrip “lelijkheid”: is dat niet interessant genoeg? Onlangs nog publiceerde Umberto Eco een boek over lelijkheid, maar dat gaat niet filosofisch in op de betekenis van de term. Hij geeft slechts plaatjes waarvan men destijds vond dat ze lelijkheid weergaven. Dat is een goed begin, maar het verklaart niet waarom we er zo weinig over te zeggen hebben. Ik geloof dat we er überhaupt niet goed over kunnen praten. Vraag je af waarom je best bereid bent om tegen een ander te zeggen dat ze mooi is, maar niet dat ze lelijk is. Het moge duidelijk zijn dat we met zo'n term geen objectieve beschrijving van de ander geven en evenmin de ander complimenteren. Nee, we schofferen de ander. Maar wat als

die ander nu echt lelijk is? Dan nog zeg je het hem niet. En dat komt onder meer omdat lelijkheid (en schoonheid dus ook) iets te maken heeft met de persoon van de ander, niet alleen met zijn uiterlijk. Maar dat tussendoor.

Trouwens, als je naar “looser” googelt vind je alleen verliezers van wedstrijden, letterlijk verliezers dus. De term zoals wij die gebruiken, levert geen afbeeldingen op. Ga maar na: wie een foto van zichzelf laat zien en zichzelf daar looser noemt, koketteert eerder met de term, daagt ons als het ware uit om te zeggen: “hoezo, jij een looser?” En iemand die een ander als looser afbeeldt, schoffeert die ander. Ook dat tussendoor.

Als zo’n zelf-belijde mislukkeling een chirurg uitzoekt en zich een succesvoller gelaat laat aanmeten, wordt hij vermoedelijk niet wakker (als het verband van zijn gelaat gewikkeld wordt) met het idee dat “Yes, nu zie ik er niet meer als een mislukkeling uit, vanaf nu gaat het goed komen met mijn leven”? Denken mooie mensen zo over zichzelf na? Of is dit typisch een gedachte ingegeven door een geschiedenis van gevoelens van mislukking? Het feit alleen al dat deze gecorrigeerde mislukkeling zichzelf zo ziet—als een “gecorrigeerde mislukkeling”—luidt al een tijdperk van nieuw falen in. Uiteraard is het gebruik van een begrip als “looser” een cruciaal onderdeel van het probleem. Identiteitsproblemen zijn eerder sociale problemen, dan individuele problemen van het eigen zelfbeeld. Maar het zou toch over mode gaan? Ja, maar het gaat ook over een aspect van mode dat zich moeilijk laat grijpen: dat het moet staan. Wat is dat?



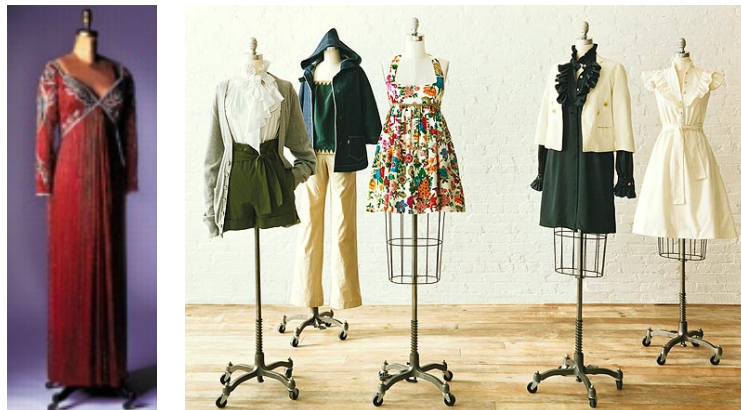
(a) 40-er jaren

(b) 60-er jaren

Figuur 10: *Bij de tijd—in een andere tijd*

8 EXPRESSIE

Als mode iemand staat, dan betekent dat dat de kleding en diens uitstraling—die grosso modo bepaald is door de cultuur die als haar achtergrond fungeert—passen op de expressie van de persoon, en die expressie heeft psychologische werkelijkheid, dat wil zeggen, de persoon zelf, maar ook zijn betekenisvolle anderen—vrienden, familie, partner, kinderen, ouders—begrijpen die psychologische werkelijkheid: hen hou je niet voor de gek. Alleen mensen die jou nog niet kennen kun je met mode, zelfs als die je niet staat, voor de gek houden: maar niet lang, en dat is het punt van mijn argument. Of mode je staat of niet, is niet een of andere geheime regel die lang interpreteren vereist: iedereen ziet het, niet alleen “het onschuldige kind”. Het onschuldige kind (zelf natuurlijk ook al een mythe) uit het sprookje is slechts degene die zijn gevoel uit—dat gevoel had iedereen al, dat blijkt wel uit het hoongelach data opsteekt als het kind eenmaal heeft geroepen dat de keizer niets aan heeft. Zelfs iemand die geen feeling voor de laatste mode heeft, en die verzucht “moet dat nou, die lage broeken met die gaten” zelfs zo iemand kan na verloop van enige tijd het verschil zien tussen iemand die zich er gelukkig mee kleedt en iemand die het vanuit eigen ongeluk doet met het oog geluk te bewerkstelligen. Dat laatste is zielig, het is niet “cool”: een looser. En dat, zo wil ik betogen, is hoe mensen zich tot andere leden van hun soort verhouden. Men kiest voor een stijl uit bepaalde overwegingen en als die op psychische onvrede terug gaan—onzekerheid over het zelf—dan helpt daar geen moedertje-lief aan, ook geen kledingkeus. Maar wie wil er nou in dit soort termen over mode nadenken? Dat vinden we toch helemaal niet leuk? Kennelijk beschouwen we lelijkheid als een belediging.



Figuur 11: *Mode op poppen*

9 POPPEN

In het bovenstaande is stilletjes verondersteld dat mode bedoeld is om gedragen te worden en ik neem ook aan dat iedereen het zo ziet. Maar als je dan in een museum of zo door zalen loopt waar poppen met mooie mode zijn uitgerust, wat betekent dat dan? Wel, het betekent dat we mode esthetiseren, omwille van betekenis, vorm en kleur op zich waarderen. Dat activeert je verbeelding: hoe zou ik (mijn vriendin, of wie ook) er niet uitzien met die kleren aan? Je stelt jezelf voor in dat mantelpakje, in die jurk, dat kostuum, en je ziet jezelf erin rondlopen, op bepaalde plaatsen—vermoedelijk niet in de keuken met een schort eroverheen, maar op straat, flanerend, bewonderd door toevallige passanten: een keizer maar dan met echte mooie kleren aan.

Dergelijke fantasieën laten zien hoezeer de betekenis en esthetische waarden van mode de hele cultuur omvatten, en die ook doortrekken. Wie in mode uit een verkeerd tijdperk loopt, wordt ofwel interessant gevonden—want wie durft dat? alleen iemand die er heel zeker over is—maar hij loopt ook een zeer gereede kans om niet voor vol aangezien te worden, tenzij zij of hij iets heeft aangetrokken wat haar of hem toevallig persoonlijk geweldig goed staat: sommige mensen kunnen alles dragen, zeggen we wel eens, anderen eerder niets.

Het probleem is de vertaalslag. We kijken naar de modeshows op televisie en de reportages in de bladen en pikken daar het volgende op: dit zijn mooie mensen, onder andere omdat de mode die ze dragen hen zo prachtig staat. Primair worden we geacht vooral over die mode te denken, maar stiekem denken we ook over de mensen. We vergeten dat ze er door de omstandigheden mooier uitzien dan ze werkelijk zijn—in de bladen zijn ze gefotoshopped—door de hele ambience en doordat iedereen om hen heen ervoor zorgt dat ze alleen dat dragen wat hen werkelijk staat. De kijker wil net zo mooi zijn—denkt dan primair aan de mode; maar in tweede instantie, maar dat kan ook best de eerste instantie zijn: denken we toch over hoe we er zelf uit zien.

10 MODE EN COSMETISCHE CHIRURGIE

Steeds vaker zullen we ons afvragen of het misschien geen tijd wordt voor cosmetische chirurgie. Maar hoewel cosmetische chirurgie met dezelfde maten gemeten wordt als de mode—“staat het”—en hoewel zowel de modes in de cosmetische chirurgie als die in kleding vergaan en elkaar met gelijke stelligheid opvolgen (ongeacht de vraag of daar sprake is van enige vooruitgang, het lijkt eerder van niet: breuken)—er zijn dus duidelijk overeenkomsten—is er een groot verschil: kleding die niet blijkt te staan, kun je uittrekken. Maar een chirurgisch veranderd gelaat kan alleen

(a) *Botox*(b) *Een nieuwe borst***Figuur 12:** *Cosmetische chirurgie*

verder veranderd worden: je kunt cosmetische chirurgie niet ongedaan maken. En in dat licht wil ik een lans breken voor mode.

11 VERANDERT DE MENS OF VERANDERT DE MODE?

Er is nog wat gek met mode. Stel je voor dat toekomstige sociologen over tweehonderd jaar naar het huidige tijdsgewricht kijken. Waar moeten ze hun gegevens vandaan halen? Juist, van de publicaties van vandaag. Wat ze zullen zien als ze de magazines van de zestiger en zeventiger jaren vergelijken met die van nu is niet alleen een wisseling in de modes, maar ook een ander soort mensen. In de eerdere periode: bepaalde soorten gezichten en figuren, in de latere totaal andere. We lezen momenteel in de krant dat de metro-man (die zich niet voor zijn vrouwelijke kanten schaamt maar zich goed verzorgt à la David Beckham) vervangen wordt door de aloude macho-man met haren op zijn borst, die het voortaan vertikt om op zaterdag urenlang mee te gaan met zijn vrouw om schoenen te kopen (NRC, 2 februari 2008, p. 20). Sociologen willen graag concluderen dat de man in de tussentijd veranderd is, zoals de mannen én de vrouwen veranderd zijn tussen de zestiger en zeventiger jaren en het na-millennium tijdperk. Nu vraag ik jullie: zijn de mensen veranderd, of lijkt het alleen maar zo omdat het de bladen beliebt heeft om andere mensen te kiezen voor hun foto-reportages? Ik heb decennia lang “dat laatste” kunnen zeggen. Decennia lang is het zo geweest dat de mensen zelf niet veranderden maar hun afbeelders andere selectie-overwegingen hadden. Een tijdlang beeldde men vrouwen af met puntige behaatsjes, totdat Dolle Mina de bh in de ban deed en vrouwen plotseling



Figuur 13: *90-er jaren*

hangborsten kregen. En momenteel, door de zgn. pornificatie van onze cultuur, krijgen vrouwen plots grotere borsten. Voorheen konden we nog menen dat alleen de strategieën voor de onderwerp keuzen in de bladen veranderd waren. Slechts koos men andere vrouwen om af te beelden. Er verandert dus wel iets in de wereld, maar dat betekent niet dat de mensen zelf veranderen. Waarom zouden er nu meer mensen met een bepaald uiterlijk zijn dan voorheen? Zo snel verandert onze genetische samenstelling natuurlijk niet.

Is mode gewoon de soort kleding die we in een bepaalde periode en cultuur *aantreffen*, of is het een normatief systeem waar men zich aan moet houden om erbij te horen? Als de mode verandert betekent dat dan dat de mensen veranderd zijn, of betekent het alleen maar dat iedereen zijn kleren moet wegdoen en vervangen door de nieuwe mode? Omdat we vandaag de dag ieder aspect van een zich wijzigend mensbeeld in ons eigen lichaam kunnen realiseren, is die vraag als het ware onmogelijk geworden—niemand stelt hem ook meer. We gaan er steeds meer vanuit dat een andere mode onmiddellijk ook betekent dat iedereen over moet. Mode is volstrekt prescriptief geworden. Het volstaat niet meer te denken dat met een nieuwe mode andere mensen een kans op succes krijgen. Eerst waren de Twiggies in de mode en nam anorexia nervosa hand over hand toe, nu komen de wat molligere Dove-vrouwen op en moet iedereen ervoor zorgen dat er wat vet om het skelet zit—maar weer niet teveel. Nu



(a) Van
Anorectische
vrouwen



(b) via Pamela
Anderson



(c) naar: Dove's
"gewone" vrouwen

Figuur 14: *Vrouwbeelden*

zitten we zowel met liposucties als vet- en vraatzucht en overgewicht.³ De nieuwe mode wil in beginsel wellicht primair de dikkere mede-mens menselijker maken, ontdoen van zijn lelijkheid maar gaandeweg blijft dat niet zonder gevolgen en worden de skinny girls er het slachtoffer van. Mode in een cultuur waarin het lichaam maakbaar is geworden, is altijd impertinent. Ze kan het nooit goed doen. Waar bemoeit de mode zich mee, zou men zich kunnen afvragen. Laat iedereen toch gewoon in zijn waarde. Ja, dat negatieve aspect zit er ook aan de mode, haar normerende werking. Het wordt echter altijd pas echt problematisch voor zover er een lichaamsbeeld wordt verspreid, dat niet alleen descriptief bedoeld is (zo van, "kijk, dit soort mensen is mooi"), maar ook discriminerend ("als je er niet zo uit ziet ben je een looser") en dus normerend ("wie er niet zo uit ziet heeft onvoldoende zijn best gedaan"). Van weergave naar waarmaker. Mode biedt mensen de helpende hand als ze erbij willen horen, mijn positieve moraal van de Nieuwe kleren van de keizer—maar ze is ook medeplichtig aan de fouten van cosmetische chirurgie—maar dat is een ander onderwerp.

Trouwens, de drie vrouwbeelden kun je ook zo beschrijven: van een (in ziekte) vastgelopen ideaal, via een tot porno verworden wensdroom naar reële vrouwen met wie je een relatie kunt voorstellen.

³ Technologieën als de cosmetische chirurgie en liposuctie brengen mensen ertoe de oplossing louter technologisch te formuleren, in plaats van primair psychologisch.

Utrecht, 1 maart 2008

VERWIJZINGEN

Levinas, Emmanuel. 2000. "Reality and its Shadow." In *The Continental Aesthetics Reader*, edited by Clive Cazeaux, 117–128. London and New York: Routledge.

van Gerwen, Rob. 2003. *Kleine overpeinzingen. Kunst kijken in het museum*. Utrecht: Centraal Museum Utrecht.