Fashion Studies 3

Die Medialität der Mode

Kleidung als kulturelle Praxis. Perspektiven für eine Modewissenschaft

Bearbeitet von
Rainer Wenrich

1. Auflage 2015. Taschenbuch. 414 S. Paperback
ISBN 978 3 8376 2559 2
Format (B x L): 14,8 x 22,5 cm
Gewicht: 639 g

Weitere Fachgebiete > Kunst, Architektur, Design > Design: Allgemeines & Geschichte

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Rainer Wenrich (Hg.)

DIE MEDIALITÄT DER MODE

Kleidung als kulturelle Praxis. Perspektiven für eine Modewissenschaft

[transcript] Fashion Studies

Aus:

Rainer Wenrich (Hg.)
Die Medialität der Mode
Kleidung als kulturelle Praxis.
Perspektiven für eine Modewissenschaft

Juli 2015, 414 Seiten, kart., zahlr. Abb. , 32,99 €, ISBN 978-3-8376-2559-2

Kleidung und Bildende Kunst, Kleidung und Architektur, Kleidung und Politik – in der Kleidermode finden sich vielfache mediale Wechselwirkungen. Kleidung, wenn sie zu Mode, also zu einer kulturellen Praxis wird, besitzt eine eigene Medialität und integriert als Mittlung zwischen Subjekt und Umwelt Themen wie Globalisierung, Nachhaltigkeit und Transkulturalität.
Die Beiträge des Bandes zeigen: Internet, Blogs und die Verbreitung über soziale Netzwerke lassen die Kleidermode eine neue Ebene des kommunikativen Austauschs formen. Diese Entwicklungen haben Konsequenzen für die Weiterentwicklung modetheoretischer Ansätze und der Konstitution einer Wissenschaft der Mode.

Rainer Wenrich (Dr. phil.), Kunstwissenschaftler und Kunstpädagoge, lehrt am Lehrstuhl für Kunstpädagogik der Universität Augsburg und ist an der Bayerischen Museumsakademie tätig.

Weitere Informationen und Bestellung unter:
www.transcript-verlag.de/978-3-8376-2559-2

© 2015 transcript Verlag, Bielefeld

Inhalt

Vorwort — Medialität der Mode
Harold Koda | 9

Einführung zu einer Medialität der Mode
Rainer Wenrich | 13

Kleidung denken

High and Low — Das Ende der hundertjährigen Mode
Barbara Vinken | 31

Mode
Valerie Steele | 41

Jenseits der Mode liegt das Schweigen —
Über die Unmöglichkeit das Undenkbare zu denken
Mahret Kupka | 59

Mode als Objekt der Wissenschaften und der Wissensgeschichte
Gabriele Mentges | 73

Kleidung lesen

Zwischen ›Lesbarkeit‹ und ›Unlesbarkeit‹ der Kleider-Codes
Zur bildlichen Repräsentation unauthentischer Kleidung
Philipp Zitzlsperger | 89

ModeMedien — Transmedialität und Modehandeln
Dagmar Venohr | 109

Mode auf Papier
Antje Krause-Wahl | 127

Kleidung verstehen

Kreative Liaisons in Paris
Interferenzen von Mode, Kunst und Fotografie bei Paul Poiret und Elsa Schiaparelli
Burcu Dogramaci | 147

Modezeiten — Bildwelten
Erinnerung und Nostalgie in der Kleidungspraxis
Heike Jenss | 167

Kleidung kulturell und politisch transformieren

Wie man die hegemoniale Idee der Mode als westliches Konzept auseinandernimmt
Yuniya Kawamura | 185

Mode als ästhetische Metapolitik
Zum Ethical Turn der Kleidung
Elke Gaugele | 195

Kleidung präsentieren

Die »Choreotopografie« oder das Schreiben von Modenschauräumen
Alicia Kühl | 213

Zur Räumlichkeit von Mode — Vestimentäre räumliche Praktiken
Gertrud Lehnert | 233

Mode und die Praxis des Kuratierens
Ingrid Mida | 251

Kleider, die berühren
Über das Verhältnis von Kleidermode, Taktilität und Wissen in Museumsausstellungen
Katja Weise | 265

Kleidung medialisieren

Der Kalte Krieg im Anzug
Cary Grants Kleidung in Alfred Hitchcocks *Der unsichtbare Dritte*
Ulrich Lehmann | 291

Die Sprache der Mode am Beispiel von Verbergen und Entblößen
Petra Leutner | 315

»Böse« Mode?
Visuelle und materielle Kulturen der schwarzen Stile Gothic und Black Metal
Birgit Richard | 331

Vestimentäre Einschreibungen – Über mediale Verknüpfungen in der Kleidermode
Rainer Wenrich | 345

Literatur | 375

Autorinnen und Autoren | 405

Vorwort — Medialität der Mode

Harold Koda

Die Kleidermode ist in der Zwischenzeit als ein Medium anerkannt, das unsere Kultur uneingeschränkt durchdringt. Die Mode avancierte zu einem populären Gegenstand einer kritischen Auseinandersetzung in der Wissenschaft. Zieht man die Medialität der Mode in Betracht, dann ergeben sich aufgrund der Allgegenwart der Mode eine Vielzahl von Gelegenheiten zur Nachforschung. Die Erforschung des Themas im Zusammenhang mit der Organisation und Präsentation historischer Artefakte in Museen ist ein besonders anschaulicher Aspekt, um die zentrale Bedeutung der Mode im Rahmen der Kulturkritik zu betrachten. Die wachsende Popularität und die vielfältigen Annäherungen von Kleiderausstellungen auf internationaler Ebene stellen eine sehr ausdrucksstarke Plattform für die Mode dar. Möglicherweise ist gerade dieser Mechanismus für die Interpretation von Mode am besten begründet in der Anerkennung der Rolle des Museums als kultureller Torwächter und kulturelle Instanz der Legitimierung.

Das Bewusstsein dafür, dass Kleidung, insbesondere neuere Kollektionen, eine konzeptuelle Wertigkeit besitzen und sich für eine intellektuelle Auseinandersetzung eignen, geht meines Erachtens aus den Ausstellungen von Kleidungsstücken hervor.

In der Ausstellung »Exhibiting Fashion: Before and After 1971«, einer Nacherzählung der Geschichte von Modeausstellungen, zitieren Judith Clark und Amy de la Haye die Präsentation »Fashion: An Anthology by Cecil Beaton«, die im Jahr 1971 im Victoria and Albert Museum gezeigt wurde als bahnbrechend. Fest steht, dass diese radikalen Präsentationsideen Vorbild waren für Diana Vreelands Cristobal Balenciaga-Retrospektive, die ein Jahr später jenen großen Kleidermacher des 20. Jahrhunderts ehren sollte. Vreelands Ausstellung im *Metropolitan Museum of Art* sollte aber einen noch größeren Einfluss haben, weil Vreeland aus den von Beaton gewonnenen Inspirationen einen ganz eigenen Stil für das *Costume Institute* im *Metropolitan Museum* schuf. Damit schaffte sie etwas, das dem *Victoria and Albert Museum* nach dem Experiment mit der Beaton-Ausstellung versagt blieb. Viel wichtiger aber war es, dass sowohl die Beaton-Ausstellung, mit ihren vielen aktuellen Referenzen, als auch die Balenciaga-Präsentation an

Kühnheit in Bezug auf die Auswahl zeitgenössischer Mode nicht zu überbieten waren.

Man muss wissen, dass es vor den 1980er Jahren kaum dazu kam, zeitgenössisches Modedesign in den Mittelpunkt einer Ausstellung zu bringen. Die im Jahr 1983 gezeigte Yves Saint Laurent Ausstellung im *Costume Institute* war der erste monographische Überblick über das Werk eines noch lebenden Designers im Rahmen einer großen Ausstellung. Schon bald darauf erschienen regelmäßig aktuelle Kollektionen in Ausstellungen des *Fashion Institute of Technology*. Aber dies war keineswegs die Regel bei den meisten Einrichtungen, die Kleidermode zeigten.

Sogar das *Metropolitan Museum* richtete seinen Fokus nicht mehr so stark auf zeitgenössische Mode, nachdem es für die Saint Laurent Ausstellung mit harter Kritik bestraft wurde. Eine derartige Reaktion auf Mode, besonders auf Stücke, denen die Patina der Zeit und die ehrwürdige Aura der Geschichte fehlte, legte die unbehagliche Position der Mode in der Hierarchie der Künste offen. Die Prämisse, dass Kleidermode einer Beurteilung als Kunst standhält, ist natürlich keinesfalls die Bedingung dafür, als Gegenstand einer kritischen intellektuellen Auseinandersetzung gelten zu können. Aber es geht um die Anerkennung der Position der Mode innerhalb der Hochkultur, die ihren Fortschritt im Zusammenhang mit kultureller Akzeptanz bemisst. Daraus resultiert die bedeutsame Rolle, durch die das Museum die Medialität der Mode manifestieren kann.

Aus dem Blickwinkel der AusstellungsmacherInnen existieren einige prosaische Veränderungen, welche die rapide Weiterentwicklung der Rolle der Mode innerhalb der Kultur bestimmen. In den 1980er Jahren war die Verfügbarkeit von Leihgaben der Werke zeitgenössischer DesignerInnen nur lückenhaft. Die meisten hatten keine Archive mit vorangegangenen Kollektionen und die Beispiele der Laufsteg-Präsentationen konnten oft nicht mehr lokalisiert werden. In der Zwischenzeit hat jedes bedeutende Modehaus zumindest ein begrenztes Archiv seiner wichtigsten Stücke. Jetzt liegt die Herausforderung nicht mehr darin, die Werke ausfindig zu machen, sondern in der Begehrlichkeit nach den Stücken, die in immer mehr Ausstellungen weltweit gezeigt werden sollen. Fast zehn Jahre lang rivalisierten einige wenige Einrichtungen um die Leihgaben aktueller Designer. Das *Fashion Institute of Technology* gehörte zu den wenigen, die regelmäßig zeitgenössische Kleidermode präsentieren konnten. Das Bewusstsein dafür, dass das Design vorhergehender Kollektionen bedeutsam für die Gegenwart oder interessant für die Zukunft sein könnte, begann sich mit dem Erfolg der Ausstellung zeitgenössischer Mode zu entwickeln.

Ähnlich war es, als man Bilder für »Fashion and Surrealism« (1986) und »Jocks and Nerds« (1989), zwei Publikationen, die vor allem auf Mode-Editorials zurückgriffen, suchte.

Hier war es die Herausforderung, Originalabzüge und Negative zu finden. Zu der Zeit verlor die Modefotografie unmittelbar nach der Publikation ihren Wert.

Sogar die Fotografen hatten kein Interesse mehr an ihren Arbeiten, die nutzlos erschienen. Dies änderte sich, als man begann, die Arbeiten von Modefotografen in Galerien und Museen auszustellen. Die fotografische Dokumentation von Kleidermode erfuhr eine enorme Aufwertung. In der Zwischenzeit ist es vor allem die Benutzungsgebühr, die eine Veröffentlichung von ähnlichen Büchern, basierend auf der Gegenüberstellung von mehreren Bildern, verhindern kann.

In den 1980er Jahren begannen sich die konzeptuellen Grenzen zwischen künstlerischer Praxis und kommerzieller Kleidermode zu verwischen, als zeitgenössische Künstler die Sprache der Mode in ihren Arbeiten einsetzen. Manchmal kritisierten sie dabei das Modesystem offensichtlich oder nutzten die Avantgarde-Mode, um ihre Individualität zu betonen. Designer wie Issey Miyake, Martin Margiela und Husein Chalayan schufen kurze Zeit später Ausstellungen und konzipierten Installationen, mit denen sie die Idee des traditionellen Museums herausforderten und dabei aber auch die kuratorische Praxis vorantrieben. Als einige Museen damit anfingen, Modeabteilungen einzurichten, oder das Profil von vorhandenen Modesammlungen weiterzuentwickeln, entstand auch ein regelmäßiges Interesse von Kleidungs- und ModekennerInnen an der theoretischen und konzeptuellen Analyse von Kleidungsstücken, die sich vor allem an Forschungsansätzen der Literaturwissenschaften orientierte. Damit einher ging auch eine Veränderung der methodischen Vorgehensweise in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Kleidermode. Es dauerte nicht lange, dann erschienen kunst- und zu einem geringeren Grad auch sozialhistorische Betrachtungsmodelle altmodisch. Die interpretativen Annäherungen an Kleidungsstücke variierten beständig und die Grenzen dessen, was Kleidermode sei, weiteten sich zunehmend aus.

Ein sich gegenseitig unterstützendes System aus internationalen Modeausstellungen, der Bestätigung des hohen Potenzials der Mode als Forschungsthema in Wissenschaftskreisen und des Paradigmenwechsels innerhalb des Modegewerbes in der Zeitspanne der 1970er zu den 1990er Jahren führte zu einem Bewusstsein für die Medialität der Mode. Die Ausbreitung globaler Marken und die wachsende Präsenz internationaler Modezentren bedingte eine Vorstellung von Mode die mehr einer schwer zu fassenden Menge als einem zentralisierten, physikalisch und kulturell fixierten Phänomen entspricht. Ausstellungen, die von Unternehmen unterstützt werden, wie z.B. Prada in Tokyo, Dior in Moskau oder Chanel in Shanghai binden die eigentliche Rolle des Museum als Ursprungsort der Kulturkritik an sich.

Das Internet mit seinem extrem, auch in Bezug auf Kritik, grenzenlosen Raum, weitet die Verfügbarkeit der Mode aus und verursacht damit auch eine Neubewertung der Mode. Grund dafür ist ein bisher nicht vorhandener Zugang zu Informationen aufgrund der digitalen Publikation von Fachliteratur und der grenzenlose Umlauf von Bildbeispielen aus dem Kontext der Kleidermode. Eine

systematische Forschung zur Kleidermode ist damit nicht mehr das alleinige Vorrecht der Wissenschaft, sondern auch von begierigen Amateuren, die das Thema der Mode auf *blogs*, vielfältigen Text- und Bilddokumentationen befördern. Dazu gesellt sich eine Form des »Para-Kuratierens« auf den Präsentationsplattformen von *pinterest* u.a.

Wir leben in einer Zeit des besonderen Reichtums einer blühenden Mannigfaltigkeit in Bezug auf die Sichtweise von Mode. Das Ausstellen von Kleidermode in Museen ist nicht mehr länger beschränkt auf eine Handvoll großer Städte der westlichen Hemisphäre. Kleidung und Mode waren in der Vergangenheit der Ausgangspunkt für einige Intellektuelle, aber in den vergangenen drei Dekaden vollzog sich eine virtuelle Explosion des kritischen Diskurses über die Mode.

Die Vielfalt der aufgezeigten Themen und Methoden in den Aufsätzen der vorliegenden Anthologie repräsentieren einen beeindruckenden Überblick dieser sich beständig ausweitenden Bandbreite kritischer und interpretativer Strategien, die von der Mode durchdrungen werden. Aus meiner Sicht handelt es sich hierbei um eine Analogie zu der wachsenden Popularität und Präsenz von Mode-Ausstellungen, die ich verstärkt wahrnehme. Die Felder der Mode haben sich gleichzeitig entwickelt und vermehrt.

Einführung zu einer Medialität der Mode

Rainer Wenrich

»Das Phänomen der Mode hat bisher noch keine befriedigende Erklärung gefunden.«
(Thorstein Veblen: Theorie der feinen Leute, 1899)[1]

»I am a failed painter.«
(Yves Saint-Laurent, 1992)[2]

Die von Harold Koda in seinem vorangehenden *Vorwort zur Medialität der Mode* aufgezeigten Überlegungen, dass die jüngere Geschichte der Präsentation von Kleidermode in Form von musealen Ausstellungen sowohl die intellektuelle Auseinandersetzung mit der Mode als auch die Medialität der Mode am Beginn des 21. Jahrhunderts beeinflussen, machen deutlich, dass Modeausstellungen konzeptuelle Strukturen repräsentieren, die einen wissenschaftlichen Diskurs über Mode unterstützen. An diese Überlegungen möchte diese folgende *Einführung zu einer Medialität der Mode* anknüpfen.[3]

Im Feld der Mode als einem ›interdiskursiven Kulturthema‹[4] zeigen sich vielfältige mediale und systemische Wechselwirkungen, wie sie beispielsweise zwi-

1 | Thorstein Veblen: Theorie der feinen Leute, 1899, in: Lehnert, Gertrud/Kühl, Alicia/Weise, Katja (Hg.): Modetheorie. Klassische Texte aus vier Jahrhunderten, Bielefeld 2014, S. 94.

2 | Geczy, Adam/Karaminas, Vicky: Fashion and Art: Critical Crossovers, in: Dies. (Hg.): Fashion and Art, London/New York 2012, S. 8.

3 | Wenn hier und im Folgenden von Mode gesprochen wird, dann ist eindeutig Kleidermode, Kleidung und deren umfassendes Bedeutungsfeld gemeint. Gemeint sind also die vielfältigen Ausprägungen einer Kleidermode, die eine »Medialität der Mode« erst konstituieren.

4 | Diesen wichtigen Aspekt griff die an der Universität Salzburg veranstaltete öffentliche Ringvorlesung »Kleiderfragen: Mode und Kulturwissenschaft« auf (09.10.2013 – 29.01.2014).

schen Kleidung und bildender Kunst, Film[5] und Architektur[6], Geschichte und Politik auftreten. Diese Wechselwirkungen lassen sich spätestens seit dem Beginn der *haute couture* in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, eng verbunden mit dem Namen Charles Frederic Worth[7] und dem erstmaligen Erscheinen der *griffe*[8], der Signatur der ModemacherInnen in den Kleidern, feststellen und herausarbeiten. Von diesem Moment an kann an einem Kleidungsstück die Identität der ProduzentInnen abgelesen werden. Die sichtbare Signatur der Mode-DesignerInnen transformiert das Kleid zu einer vestimentären Projektionsfläche und eröffnet damit vielfältige Anknüpfungspunkte für eine Medialität der Mode, welche im Anschluss an Charles Frederic Worth vor allem von Paul Poiret weiterentwickelt und in das frühe 20. Jahrhundert und das spätere Konzept des *prêt-à-porter* überführt wurde.[9] Die saisonalen Schauen aktuellster Kleidergestaltungen und Kleiderinszenierungen repräsentieren diese Verbindungsstellen und interpretieren sie mit zeitgemäßen Mitteln.

Kleidung, wenn sie zu Mode und damit zu einer kulturellen Praxis[10] als ästhetische Übereinstimmung mit und Formensprache in einer jeweiligen Epoche wird, besitzt dann eine ihr eigene Medialität als Vermitteltheit. Dies bedeutet, dass sich in der Kleider-Mode die Mechanismen der Ankopplung an vielfältige medial-systemische Entitäten[11], in einem sprechen und schreiben über Mode, eta-

5 | Ursula Frohne und Lilian Haberer haben beispielhaft die Modifikation von Räumen durch mediale Erweiterungen untersucht. Die dabei diskutierte Installationsästhetik ist auch für gegenwärtige Modepräsentationen von zentraler Bedeutung. In: Frohne, Ursula/Haberer, Lilian (Hg.): Kinematographische Räume. Installationsästhetik in Film und Kunst, München 2012.

6 | Hodge, Brooke/Mears, Patricia/Sidlauskas, Susan: Skin + Bones. Parallel Practices in Fashion and Architecture, London 2006.

7 | Charles Frederic Worth eröffnete im Jahr 1858 sein Modegeschäft in der Pariser Rue de la Paix und begründete damit die *haute* couture.

8 | Dieser Begriff bezeichnet seither die Signatur eines Modemachers. Vgl. dazu auch: Troy, Nancy J.: Couture Culture. A Study of modern Art and Fashion, Cambridge MA/London 2003, S. 27.

9 | Koda, Harold/Bolton, Andrew: Poiret: King of Fashion, New York 2007.

10 | Vgl. dazu grundlegend: Kawamura, Yuniya: Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. New York 2005. Lehnert, Gertrud: Mode. Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis, Bielefeld 2013.

11 | Das System der bildenden Kunst mit seinen im frühen 20. Jahrhundert begründeten Entgrenzungen und Grenzüberschreitungen steht hierfür beispielhaft. Der Diskurs über die medialen Wechselwirkungen von Kunst und Mode findet innerhalb der *fashion studies* nachhaltige Beachtung. Vgl. dazu u.a.: Brand, Jan/Teunissen, José (Hg.): Fashion and Imagination. About Fashion and Art. Arnhem 2009. Texte zur Kunst: 13. Jahrgang, Heft 56, Berlin 2004. Texte zur Kunst: 20. Jahrgang, Heft 78, Berlin 2010. Monopol, Zeitschrift für Kunst und Leben, 03/2014, Spezial: Mode, Berlin 2014, S. 42ff.

blieren können.[12] Die vestimentären Belege der Mode zeigen, dass sie in ihrer Medialität vor allem im 20. und frühen 21. Jahrhundert diskursive Umgebungen zusammen mit bildender, angewandter und darstellender Kunst als Referenz inszenieren und darin unterschiedliche Narrative des gesellschaftlichen Gefüges interpretieren. Dabei steht allerdings die Frage danach, ob Mode Kunst sei, nicht alleine im Mittelpunkt der Betrachtung. Vielmehr zeigen die Arbeitsweisen von KleidermacherInnen als Visionäre und Grenzgänger wie z.B. Hussein Chalayan, Martin Margiela, Rei Kawakubo (Comme des Garçons), Alexander McQueen oder jüngst Gareth Pugh und Iris van Herpen, dass sie beispielhaft für die sich überlagernden gestalterischen und theoretischen Gedankengänge stehen und die Frage danach, ob ihre werke Mode oder Kunst seien obsolet erschienen lassen. Die vorliegende Publikation verdeutlicht diese Zusammenhänge in einem Überblick aus ganz unterschiedlichen Perspektiven.

Zahlreiche ModemacherInnen sind, auch bedingt durch fundierte Zuordnungen innerhalb von Publikationen aus den vergangenen 25 Jahren, gleichermaßen in der Mode- und Kunstwelt bekannt und verdanken dies mehreren Schnittstellen, die sich in ihrem Schaffen vereinen. Sie wandern zwischen den Welten, nicht nur zwischen angewandter und bildender Kunst, sondern auch zwischen unterschiedlichen kulturellen, philosophischen Topoi und technisch-medialen Entwicklungen.[13] Bei der Konzeption, Umsetzung und Präsentation ihrer Gestaltungen in eigens konzipierten Präsentations- und Verkaufsräumen und gleichzeitig in etablierten Ausstellungsräumen, Kunstmuseen und Galerien durchdringen sich meisterhaftes SchneiderInnenhandwerk, experimentelle freie Kunst und eine an der Kunst orientierte Performativität der Präsentation.[14] Ein experimenteller Zugang, um Kleidungsstücke als Hüllen für den menschlichen Körper zu erschaffen, begleitet den Gestaltungsprozess auf vielfältige Weise. Bei näherer Betrachtung der Kleidungsobjekte wird deutlich, wie die Idee eines Kleidungsstückes gleichsam als Architektur für den Körper[15] verfolgt wird. Die

12 | Barthes, Roland: Das System der Mode, Frankfurt a.M. 1985.

13 | Hier ist beispielhaft der japanische Modedesigner Issey Miyake zu nennen. Die unter seinem Namen entwickelte Produktion von Stoffen, z.B. die Faltentechnik bei Pleats Please, A-POC (A Piece of Cloth) und das aktuell verwendete *steam stretch*-Verfahren gelten seit mehr als 40 Jahren als Innovationen. Vgl. dazu: http://isseymiyakelondon.com/3d-steam-stretch/ (31.03.2015).

14 | Caroline Evans stellt ausführlich dar, wie die Präsentation von Kleidung zu Beginn des 20. Jahrhunderts entwickelt wird. Die ersten *Fashion Shows* ab 1880 sind eng verbunden mit dem Beginn der Moderne, den technischen Innovationen, den bewegten Bildern des Films und der modernen Kunst. Vgl. dazu: Evans, Caroline: The Mechanical Smile. Modernism and the First Fashion Shows in France und America, 1900-1929, Cambridge MA/ London 2013.

15 | Dieser Gedanke wird in der Video-Präsentation zur Kollektion *Afterwords (Herbst/ Winter 2000)* von Hussein Chalayan herausragend transportiert. Am Ende der Laufstegper-

Hülle für den Körper und seinem Agieren im Raum wird somit insgesamt zu einem Modell für die gesellschaftliche Verfasstheit des Subjekts. In dem Kontext des Entwerfens von Kleidungsstücken findet sich schließlich eine konstituierende Ordnung von ›Selbst-anderen Dingen‹[16], die das relationale Arrangement des Entstehungsprozesses der einzelnen Kleidungsstücke bedingen. Das Umfeld gleicht einem Labor und die ModemacherInnen sind selbst auch wissenschaftliche Instrumente in einem Forschungsprojekt.[17]

In diesem Sinne ist die Mode Medium, aktiv und passiv medial und sie konstituiert damit kulturelle Räume[18], indem sie in oder mit einer Vielzahl von Medien als Gestaltungsfelder zusammen mit entsprechenden (kleidungs-)sprachlichen Registern aufscheint und sie zu einer Gesamtaussage, wie z.B. *urban chic, casual* oder preppy subsumiert.[19] Was daraus entsteht, sind mittlerweile medial-repräsentative Endlosschleifen aus Laufsteg-Präsentationen, fotografischer[20] und filmischer[21] Dokumentation und Repräsentationen auf *facebook, tumblr., instagram* und *youtube*. Kommentierungen auf *blogs*[22] bzw. über den Weg aller verfügbaren

formance bekleiden sich die Models mit den Stoffüberzügen von Stühlen, deren Gestelle sich wiederum zu Koffern zusammenklappen lassen. Schließlich steigt eines der Models in einen runden hölzernen Tisch, der dann als Reifrock fungiert. Vgl.: Neuburger, Susanne (Hg.): Reflecting Fashion. Kunst und Mode seit der Moderne, Wien/Köln 2012, S. 17. Auf der Website von Hussein Chalayan findet sich die Erläuterung zu dieser Präsentation: http://chalayan.com/afterwords/ (31.03.2015).

16 | Vgl. Maurice Merlau-Ponty bei Knorr-Cetina, Karin: Die Fabrikation von Erkenntnis. Zur Anthropologie der Naturwissenschaft, Frankfurt a.M. 2012[3], S. XIV.

17 | In den Ateliers der Modemacher ist der weiße Labormantel eine gewohnte Erscheinung. Bei Martin Margiela avancierte der auf das Labor verweisende Mantel zum Attribut der Schneiderkunst, als Mitarbeiter während einer Präsentation Kleidungsstücke auf der Bühne präsentierten und erklärten (Vgl. Maison Martin Margiela, Frühjahr/Sommer 1998).

18 | Hierzu grundlegend der Medienwissenschaftler Georg Christoph Tholen: »Medialität in diesem Sinne konstituiert und konfiguriert den historischen Wandel von epochalen Kommunikationssystemen, medienspezifischen Sinnwelten und repräsentativen Weltbildern.« In: Ders.: Medium, Medien. Onlinefassung: www.xcult.org/texte/tholen/Tho_Medium_VS_3.pdf (31.03.2015).

19 | Am Beispiel von Mode innerhalb des Mediums Film wurde dieser Aspekt herausgearbeitet von Georgen, Theresa/Schmitz, Norbert M. (Hg): Kleidung in Bewegung. Mode im Film, Nürnberg 2013.

20 | Kismaric, Susan/Respini, Eva: Fashioning fiction in photography since 1990, New York 2004.

21 | Vgl. hierzu die von dem renommierten Modefotografen Nick Knight gegründete Internetplattform für das Medium *fashion film*: http://showstudio.com (31.03.2015).

22 | Meyer, Janine/Wermke, Christian: Report Modeblogger. Fräulein-Wunder 4.0, in: Handelsblatt Magazin, No. 2, Düsseldorf 2014, S. 16ff.

Plattformen der *social media* sind dabei obligatorisch.[23] Insgesamt lässt sich bei der (simultanen) digitalen Berichterstattung über internationale Modenschauen zunehmend die Tendenz zum bewegten Bild ausmachen. Dabei handelt es sich um einen wohl nur folgerichtigen Schritt, den der Fotograf Nick Knight so begründet: »Ein Modefilm kann ein Kleidungsstück in Bewegung zeigen und demonstriert damit unmittelbar, wofür es entworfen wurde. Nicht als statisches Objekt, sondern als eine Sache, die ihren Wert und ihre Bedeutung erst dann entfalten kann, wenn sie sich bewegt [...].«[24]

In seinem Passagenwerk formulierte Walter Benjamin jene berühmtgewordene *conclusio* zu dem antizipatorischen Potential der Mode: »Wer sie [die Mode; RW] zu lesen verstünde, der wüßte im voraus nicht nur um neue Strömungen in der Kunst, sondern um neue Gesetzbücher, Kriege und Revolutionen«.[25] Dieses Potential fruchtbar zu machen, so Benjamin weiter, bildet gleichzeitig die größte Schwierigkeit.[26] Die Romanistin und Modetheoretikerin Barbara Vinken verdichtete diesen Gedanken noch weiter und stellte dabei heraus, dass für diejenigen, die in der Lage sind, den Code der Mode zu dechiffrieren, Kleidungsstücke als gesellschaftlicher Seismograf interpretierbar sind.[27]

Die Verbindung von Körper und Kleidung, Raum und Gesellschaft unterliegt dabei beständig Veränderungen und Abwandlungen, die sich im Zeitalter von Globalisierung und einem ethisch-politischen Blicke auf Mode in den vielfältigen vestimentären Gestaltungen manifestieren. Ein Bewusstsein für Verantwortung, Respekt, Nachhaltigkeit, Transkulturalität[28] und *cultural diversity,* aber auch die Reflexion historischer, politischer und gesellschaftlicher Verfasstheiten und Veränderungsprozesse stellen beispielhafte Einschreibungen in Kleidungsstücke dar. Dabei darf nicht übersehen werden, dass das Interesse an der Mode auch auf die Kehrseite saisonal bedingter Akzeleranz rekurrieren muss. Was diese Beschleunigung bewirkt, beschreibt Iris van Herpen: »[...] Die meisten Marken arbeiten in einem Drei-Monats-Rhythmus, oder noch schneller, mit den unzähligen Resort-Kollektionen zwischendurch. Man könnte sagen, die Mode hat sich so

23 | Vgl. Evans, Carolin: Conspicious Construction, in: Disegno, No.6, S/S 2014, London 2014, S. 166.

24 | Nick Knight zitiert aus: Jain, Gora: Fashion meets Art – Filmische Moderepäsentationen zwischen Ästhetik und Anästhetik, in: Georgen, Theresa/Schmitz, Norbert M. (Hg): Kleidung in Bewegung. Mode im Film, Nürnberg 2013, S. 88.

25 | Benjamin, Walter: Das Passagen-Werk, Erster Band, Frankfurt a.M. 1983, S. 112.

26 | Ebd.

27 | Vgl. Barbara Vinken in einem Interview mit goethe.de im Dezember 2012. https://www.goethe.de/de/kul/des/20378702.html (31.03.2015).

28 | Haehnel, Birgit/Karentzos, Alexandra/Petri, Jörg/Trauth, Nina (Hg.): Dressed up! Transcultural Fashion – Anziehen! Transkulturelle Moden, Bielefeld 2013.

schnell beschleunigt, dass überhaupt keine Zeit mehr bleibt, das jeweils geschaffene wertzuschätzen. Ein verrückter Zustand [...].«[29]

Die Berichterstattungen von den Produktionsstätten geben einen Einblick in die global agierende Modeindustrie. Auch diese müssen eine wissenschaftliche Beschäftigung mit Mode und Kleidung bewegen. Sie sind ebenso Teil einer akademischen Auseinandersetzung mit Mode, die ihre Wurzeln in der Kunst- und Kostümgeschichte hat und sich in einem interdisziplinären Austausch mit der Soziologie und Psychologie, Ethnologie und Anthropologie, Politik, Ökonomie und Ökologie weiter entwickelt. Ganz im Sinne Michel Foucaults[30] wird die Art und Weise, wie der Diskurs über die Mode künftig geführt wird wiederum auch Auswirkungen auf die Mode selbst haben.[31] Die Weiterentwicklung dieses Diskurses zu begleiten und vor allem voranzubringen ist Aufgabe einer Modewissenschaft und einer sich konstituierenden Modetheorie.

Es zeigt sich also immer mehr, dass die ubiquitären visuellen Referenzen einer Medialität der Mode in den führenden Modemagazinen durch deren simultanes Aufscheinen via *twitter* oder *instagram* überholt werden. Vestimentäre Innovationen aller Art werden inzwischen *in statu nascendi* digital-visuell multipliziert. ModemacherInnen sind damit angehalten, die Verantwortung für die Produktionsbedingungen ihrer Hervorbringungen auch zu einem festen Bestandteil der Dokumentation ihres Designs zu machen. Die Aussagekraft der Modebilder, bedingt durch ihre Allgegenwart in den sozialen Netzwerken, beeinflusst demnach den gesamten Kommunikationsweg von der ersten Designidee über die Produktion bis hin zu Präsentation und Verkauf.[32] Das Weiterleben der Kleidungsstücke auf den zahlreichen Internet-Plattformen wird von Beginn mitbedacht. So bekennt Tom Ford, dass er zwar »schwarze Kleider liebt, [...], aber schwarze Kleider verkaufen sich nicht online, weil sie auf dem Computerbildschirm nicht gut aussehen. [...].«[33] Alexandre de Betak[34], Gründer des *bureau betak* und gegenwärtig wohl einer der bedeutendsten Schöpfer spektakulärer Laufstegpräsentationen

29 | Kedves, Jan: Iris van Herpen in: Ders.: Talking Fashion. Von Helmut Lang bis Raf Simons. Gespräche über Mode, München/London/NewYork 2013, S. 44.

30 | Foucault, Michel: Archäologie des Wissens, Frankfurt a.M. 1981, S. 74.

31 | Claudia Mareis hat diesen Gedanken grundlegend für die Konstituierung einer Designtheorie herausgestellt. Dies.: Design als Wissenskultur. Interferenzen zwischen Design- und Wissensdiskursen, Bielefeld 2011, S. 176.

32 | An dieser Stelle sei auf die anwachsende Zahl der fashion-blogger verwiesen, die von den großen internationalen Modewochen berichten und bereits selbst zur Marke avanciert sind. Vgl. dazu auch Anm. 14.

33 | Imran Amed im Interview mit Tom Ford am 27. September 2013. www.businessoffashion.com/2013/09/the-business-of-being-tom-ford-part-ii.html (31.03.2015).

34 | http://blog.bureaubetak.com (31.03.2015).

und Mode-Mediatekturen bringt es auf den Punkt: »Der Vorteil der sozialen Medien ist es, dass man überhaupt nichts mehr wiederholen kann.«[35]

Die Medialität der Mode ist ein ›permeabler Raum‹[36], reflektiert unsere Gegenwart und antizipiert, wie die Mode selbst bei Walter Benjamin, die kommenden Strömungen. Die gegenwärtige Vermitteltheit der Mode lässt sich deutlich aus der Konzeption gegenwärtiger Modepräsentationen ablesen. De Betak diagnostiziert auch diesen Umstand wie folgt: »Soziale Medien haben den Blickwinkel völlig verändert. Alles was wir machen wird live auf *Instagram* gezeigt und passiert dann im Internet – oder sogar schon davor. [...] Bevor die Schau gezeigt wird ist sie bereits zu Tode [...] getweeted.«[37] Der Präsentationsraum mit seinem Laufsteg und der Bildschirm eines Smartphones bilden dabei für de Betak eine Symbiose:

»Wir waren es gewohnt, Modenschauen auf das entscheidende Laufsteg-Foto hin zu konzipieren. In der Zwischenzeit wird die Schau nicht mehr alleine aus der ersten Reihe, sondern auch aus der zweiten, dritten und vierten aufgenommen. [...] Wir wollen, dass alle Aufnahmen die Besten sind. Sobald eine Schau beginnt, prüfe ich auf *Instagram*, wie sie aussieht.«[38]

Kleidung ist aufgrund ihrer intendierten Bindung an den Körper eine Mittlung zwischen dem Subjekt und dessen Umfeld, von Körperlichkeit und Positionierung innerhalb des gesellschaftlichen Gefüges.[39] Gleichzeitig bildet die Kleidung auch ein komplexes Zeichensystem, dessen zentrale Aspekte durch zahlreiche Untersuchungsansätze vor allem seit dem Ende des 19. Jahrhunderts konturiert wurden.[40]

---

35 | Alexandre de Betak in: Frame Issue 102, Jan./Feb. 2015, Amsterdam 2015, S. 134. [Übers. RW]

36 | Doris Agotai nennt diesen Begriff im Zusammenhang mit Film und Architektur und beschreibt den ›permeablen Raum‹ als einen »[...] Zwischenraum, welcher für mediale Annäherungsformen platz bot und Ausgangspunkt einer kulturellen Ausdrucksgestaltung wurde [...].« Dies.: Der Raum im Off. Die Leerstelle als inszenatorisches Gestaltungsmoment, in: Frohne, Ursula/Haberer, Lilian (Hg.): Kinematographische Räume. Installationsästhetik in Film und Kunst, München 2012, S. 57.

37 | Ders. in: Frame Issue 102, Jan./Feb. 2015, Amsterdam 2015, S. 133. [Übers. RW]

38 | Ebd. [Übers. RW]

39 | Vgl. Simmel, Georg: Philosophie der Mode (1905), in: Eismann, Sonja (Hg.): absolute Fashion, Freiburg 2012.

40 | Zu Verweisen ist hierbei auf die Soziologie und die Linguistik, deren Repertoire von Ferdinand de Saussure bis Roland Barthes Eingang in den akademischen Modediskurs fand. Vgl.: De Saussure, Ferdinand: Grundlagen der allgemeinen Sprachwissenschaft, Berlin 1967². Vgl. hierzu auch die Aufsatzsammlung von: Lehnert, Gertrud/Kühl, Alicia/Weise, Katja (Hg.): Modetheorie: Klassische Texte aus vier Jahrhunderten, Bielefeld 2014.

Das Sprechen und Schreiben über Kleidermode und die Präsentation und Dokumentation von Kleidung[41] hat sich im Zusammenhang mit der Entwicklung digitaler Kommunikationsformen maßgeblich verändert. Die Medialität der Mode und die Medialisierung von Kleidung im Zusammenhang mit dem Medium des Internets, in Form von *blogs* und der Verbreitung über *social media* haben eine Beschleunigung des kommunikativen Austauschs über Kleidermode hervorgebracht, die erhebliche Konsequenzen für die Weiterentwicklung modetheoretischer Ansätze hat.[42] Die wissenschaftlichen Fundierungen der seit den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts im anglo-amerikanischen Raum entwickelten *fashion studies*[43] durch Valerie Steele[44], Caroline Evans[45] oder Nancy J. Troy[46] und die Grundlegungen der deutschsprachigen Forschungslandschaft in Form der wegweisenden Arbeiten von Silvia Bovenschen[47], Gertrud Lehnert[48], Barbara Vinken[49], Ulrich Lehmann[50] und Gabriele Mentges[51] u.a. haben hierfür die notwendige Basis geschaffen. Die Kleidermode, von Pierre Bourdieu als »prestigereiches, aber immer auch im Geruch der Frivolität stehendes Thema«[52] bezeich-

41 | Schon seit dem 14. Jahrhundert aber vor allem seit dem letzten Drittel des 18. Jahrhunderts wurden Kleidungsstücke auf eigens produzierten Puppen präsentiert. Beispielhaft für diese Form der Multiplikation des zeitgenössischen Modedesigns und Frühform der Modenschau sei an dieser Stelle Rose Bertin (Marie-Jeanne Rose Bertin), die Hofschneiderin von Marie Antoinette genannt. Für die aus Wachs über einem Holzkern geschaffenen Puppen nennt Julie Park die folgenden Bezeichnungen: *courrier de la mode, Grande Pandore* und *Petite Pandore,poupée* und *grande poupée, doll à la mode* und *mannequin.* Park, Julie: The Self and It. Novel Objects in Eighteenth-Century England. Stanford 2010, S. 105.

42 | Eine medienwissenschaftliche Reflexion der Mode im Kontext der digitalen Medien hat erst begonnen und bildet sich derzeit in den Arbeit von Mahret Kupka u.a. ab.

43 | Vgl. dazu grundlegend: Welters, Linda/Lillethun, Abby (Hg.): The Fashion Reader (Second Edition), Oxford/New York 2011.

44 | Seit 1997: Steele, Valerie: Fashion Theory. The Journal of Dress, Body and Culture.

45 | Evans, Caroline: Fashion at the Edge. Spectacle, Modernity and Deatliness, New Haven/London 2003.

46 | Troy, Nancy J.: Couture Culture. A Study in Modern Art and Fashion, Cambridge MA/London 2003.

47 | Bovenschen, Silvia: Die Listen der Mode, Frankfurt a.M. 1986.

48 | Lehnert, Gertrud: Mode: Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis, Bielefeld 2013.

49 | Vinken, Barbara: Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts, Frankfurt a.M. 1993.

50 | Lehmann, Ulrich: Tigersprung. Fashion in Modernity, Cambridge MA 2000.

51 | Mentges, Gabriele/Lehnert, Gudrun (Hg.): Fusionfashion. Culture beyond Orientalism and Occidentalism, Bern, New York et al. 2013.

52 | Bourdieu, Pierre: Haute Couture und Haute Culture, in: Ders.: Soziologische Fragen, Frankfurt a.M. 1993, S. 187.

net, verdient die Weiterführung der wissenschaftlichen Auseinandersetzung[53], als fruchtbarer Nexus unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen und als eigenständiger Gegenstand kulturwissenschaftlicher Forschung.[54]

Konzeption

Erste Ideen zu dieser Anthologie mit Beiträgen aus Deutschland, Großbritannien und den USA entstanden bereits vor über zehn Jahren anlässlich eines Forschungsaufenthalts im *Costume Institute* des *Metropolitan Museum of Art*[55] in New York. Die sich seither vollziehenden und in diesem Zusammenhang deutlich erkennbaren Entwicklungen zeigen, dass die Erforschung einer Medialität der Mode als Bestandteil der Forschung über Mode und Kleidung, zu materieller Kultur in Form der *fashion studies* und der Fortschreibung einer Modetheorie in den Kulturwissenschaften auch im deutschsprachigen Raum kontinuierlich an Gewicht gewonnen hat.

Zahlreiche Publikationen[56], Vortragsreihen, Konferenzen und Kongresse auf nationaler und internationaler Ebene tragen dazu bei, dass der Diskurs über Mode und Kleidung auf vielfältige Art geführt wird. Ein Blick auf die jüngsten Publikationen zum Thema zeigt auch, dass die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Kleidermode auf die Expertise einer kritischen Bildwissenschaft setzt. Gleichzeitig erwächst das Anliegen, mit den *fashion studies* und der Grundlegung einer Modetheorie einen weiterführenden Forschungsbereich zu generieren, der an interdisziplinären Verankerungen zugewinnt und sich seiner Eigenständigkeit aber dennoch bewusst bleibt.

Dieser Grundgedanke erwächst aus der Tatsache, dass in der deutschsprachigen kulturwissenschaftlichen Forschungslandschaft, sowie sich diese in den vergangenen 20 Jahren kontinuierlich weiterentwickelt hat, zu Kleidung und Kleidermode Verbindungen bestehen, die sowohl aus der Kunst- und Kulturgeschichte, der Geschichte materieller Kultur(en), der Literaturwissenschaft, Soziologie, Ethnologie und Psychologie herrühren.

Die intensive Beschäftigung mit Kleidermode vereint Stränge der Diskussion um die gestalterischen Überlagerungen von Kunst und Mode und den Diskurs

53 | Vgl hierzu: Kawamura, Yuniya: Research in fashion and Dress. An Introduction to qualitative methods, Oxford/New York 2011.

54 | Hierzu dienen auch die umfangreichen Internetplattformen: www.europeanafashion.eu/portal/home.html (31.03.2015), www.bergfashionlibrary.com (31.03.2015), www.bloomsburyfashioncentral.com (31.03.2015).

55 | Das *Costume Institute* des *Metropolitan Museum of Art* in New York eröffnete am 8. Mai 2014 als *Anna Wintour Costume Center* mit der Ausstellung »Charles James: Beyond Fashion«.

56 | Vgl. dazu die Literaturübersicht am Ende des Bandes.

im Feld der angewandten Kunst, wie im Design und in der Architektur und der darstellenden Künste, wie Schauspiel und Tanz. Insbesondere in der Designwissenschaft werden Wege beschritten, welche die angewandte Kunst auf die Ebene einer akademischen Auseinandersetzung etablieren. Von diesen Forschungsbewegungen kann eine heranwachsende Modetheorie profitieren und Synergien entwickeln.[57]

Der Begriff einer Medialität der Mode intendiert darzustellen, dass es sich bei Kleidung um ein Artefakt materieller Kultur handelt, dessen Funktion sich nicht darin erschöpft, den menschlichen Körper zu verhüllen, zu bekleiden, zu schützen und zu schmücken. Zahlreiche Quellen der Kunst- und Kostümgeschichte, Philosophie und Soziologie formen einen Begriff der Kleidung, welcher ihre medialen Potenziale deutlich macht.

Aspekte des Formens von Körpern mit daraus resultierenden ganz unterschiedlichen Konsequenzen, der Unterscheidung und Abgrenzung, der Präsentation und Repräsentation, der Industrialisierung und gezielter Knappheit und Begrenzung der Ressourcen. All diese konturieren, formen und prägen eine Medialität der Mode.

Mit Blick auf die Themen von Publikationen über Kleidermode aus den vergangenen 20 Jahren lässt sich also das Anliegen feststellen, das Thema Kleidermode zu einem ernstzunehmenden Forschungsfeld zu machen. Dies wird auch wahrgenommen und es ist mehr als wünschenswert, dass die einschlägigen und fachverwandten Fachbereiche an den Hochschulen diese Notwendigkeit mehr und mehr berücksichtigen und dazu differenzierte Lehrangebote ausbauen und entwickeln.

Aufbau der Publikation

Die vorliegende Publikation *Medialität der Mode* ist in sechs Abschnitte aufgeteilt und bedient sich in ihrer wissenschaftlichen Vorgehensweise der Figur der Iteration als Annäherung, wiederkehrende Denkbewegung, Umkreisen und schließlich Sichtbarmachen zentraler Aspekte des gegenwärtig immer lebendiger werdenden Modediskurses. Gleichzeitig wird auch das Gestalten von und Umgehen mit Kleidungsstücken und der ihnen innewohnenden Sprache als eine Visualisierung und Performanz dieser Iteration betrachtet. Die Textsammlung vereint genau in diesem Sinne Beiträge von international renommierten AutorInnen. Sie

57 | Vgl. dazu insbesondere die Forschungsarbeiten von: Mareis, Claudia: Design als Wissenskultur: Interferenzen zwischen Design- und Wissensdiskursen seit 1960, Bielefeld 2011; Milev, Yana: A Transdisciplinary Handbook of Design Anthropology, Frankfurt a.M./Berlin/Bern et al. 2013; Tröndle, Martin/Warmers, Julia (Hg.): Kunstforschung als ästhetische Wissenschaft. Beiträge zu einer transdiziplinären Hybridisierung von Wissenschaft und Kunst, Bielefeld 2012.

alle entstammen aus einem Hintergrund einer über Jahre andauernden und intensiven wissenschaftlichen Beschäftigung mit Mode und Kleidung. Sie haben regen und grundlegenden Anteil an der Weiterentwicklung einer Modewissenschaft, sie lehren, publizieren, konzipieren und kuratieren Mode-Ausstellungen und referieren auf internationalen Konferenzen und Kongressen zum Thema Mode.

In ihren sechs Kapiteln widmet sich die Publikation der Kontextualisierung einer *Medialität der Mode*. Im Folgenden werden diese Überlegungen dargestellt und dabei die Beiträge mit ihren jeweiligen Zielsetzungen kurz vorgestellt. Kern der Publikation sind die vielfältigen Überlegungen, Kleidung zu einem Thema des wissenschaftlichen Diskurses zu konstituieren und die vielfältigen wissenschaftlichen Beschäftigungen mit Kleidermode der vergangenen Jahre nachvollziehen und in den derzeitigen Diskurs einordnen zu können. Welche Entwicklungen dabei u.a. in den Bereichen des Entwurfs, der Präsentation und Ausstellung von Kleidermode eine Rolle spielen, zeigen die in den Beiträgen ausführlich beleuchteten Themen, Schnittstellen und Relationen, wie z.B. Körper, Haut, Hülle, Kleid, Raum, Architektur, Präsentation und Repräsentation, Gesellschaft und Politik, Performativität, Medialität und Interdisziplinarität auf.

I. Kleidung denken

Kleidung denken bedeutet gleich zu Beginn, die Grundlagen für eine weiterführende wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Kleidermode zu schaffen. Die in diesem Abschnitt enthaltenen Beiträge bilden also im besten Sinne Zugangswege zu unterschiedlichen Themensträngen ab. Barbara Vinken hat bereits vor über 20 Jahren in ihren Ausführungen zu einer Mode nach der Mode[58] dargestellt, wie die Mode am Ende des 20. Jahrhunderts mit den bis dahin etablierten Konventionen bricht. In ihrem Beitrag *High and Low – Das Ende der hundertjährigen Mode,* der ein zentrales Kapitel der genannten Publikation bildete, führt Vinken vor, wie die Inspiration der Mode von der Straße in die Ateliers namhafter DesignerInnen gelangt, wie eine Popularisierung des Modedesign entsteht und die insbesondere für die aktuelle Mode so dezidierten Themen wie Globalisierung, Nachhaltigkeit und Transkulturalität entstanden. Gabriele Mentges führt in die *Mode als Objekt der Wissenschaften und der Wissensgeschichte* ein. Sie präsentiert nach einem historischen Überblick zu relevanten Begrifflichkeiten das Modeobjekt im Kontext seiner globalen und transkulturellen Zusammenhänge. Mahret Kupka greift das Thema der Mode in ihrem Beitrag *Jenseits der Mode liegt das Schweigen. Über die Unmöglichkeit das Undenkbare zu denken* als einen kritischen Eingriff in das Leben des Einzelnen auf. Kupka präsentiert ein Konzept der Mode, welches seit den

58 | Vinken Barbara: Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts, Frankfurt a.M. 1993.

späten 90er Jahren des 20. Jahrhunderts auch Fragen an das gesellschaftliche Gefüge stellt. Dadurch wird der Mode ein kritisches Potential übertragen, das in der Öffentlichkeit bislang wenig präsent erscheint. Valerie Steeles Aufsatz *Mode* liefert schließlich einen detaillierten Einblick in die Systeme von Mode und Kunst und deren Funktionsweisen.

II. Kleidung lesen

Das Thema des Lesens eines Kleidungsstücks als ›vestimentären Textes‹ in der Nachfolge des von Roland Barthes aus der Sprachwissenschaft entwickelten Ansatzes zeigt Philipp Zitzlsperger in seinem Aufsatz *Zwischen ›Lesbarkeit‹ und ›Unlesbarkeit‹ der Kleider-Codes – Zur bildlichen Repräsentation unauthentischer Kleidung*. Von Bedeutung ist hierbei, welche Analyseprozesse stattfinden, wenn eine Auseinandersetzung mit Kleidungsstücken als motivische Bestandteile von Bildern erfolgt. Zitzlspergers Vorgehen, in dem er im Rahmen einer kritischen Bildwissenschaft Prozesse der Bedeutungsübertragung anhand von Kleidungsmotiven darstellt, wird von Dagmar Venohr in ihren Überlegungen zu *ModeMedien – Transmedialität und Modehandeln* aufgenommen. Sie nimmt sich der Medialität der Mode an, indem sie darstellt, wie durch die Übertragung in andere Medien, wie Zeitschriften oder *Blogs* Sinn konstituiert wird. Venohr führt die hierbei den Begriff einer Transmedialität der Mode ein und versteht darunter das Moment der Performativität von Mode als Austragungsort und Konstituens der Mode. Hierzu kann Antje-Krause-Wahl mit ihren Ausführungen zu *Mode auf Papier* anknüpfen. Beispielhaft zeigt sie die Entstehung der führenden Modemagazine auf, die in der Lage sind, den kreativen Kraftstrom von Mode und Kunst abzubilden und deren besonderes Potential in einem Changieren innerhalb der Medialität von Mode, zwischen gedruckter und digitaler Repräsentation von Mode, besteht.

III. Kleidung verstehen

Um das Zusammenwirken einzelner Kunstformen am Beginn des 20. Jahrhunderts nachvollziehen zu können, ist die Kenntnis von gestalterischen Netzwerken Voraussetzung. Burcu Dogramaci zeigt die Entstehung derartiger Kollaborationen in ihrem Aufsatz *Kreative Liaisons in Paris. Interferenzen von Mode, Kunst und Fotografie bei Paul Poiret und Elsa Schiaparelli*. Faszinierend ist es, dabei beobachten zu können, wie zu diesem Zeitpunkt die Grundsteine für eine die weiteren Jahrzehnte bestimmende Wechselwirkung von Mode und Kunst gelegt werden. Heike Jenss ist als Modewissenschaftlerin interessiert an dem Umgang der Mode mit dem Thema Zeit und insbesondere dem Narrativ der Nostalgie. Weit entfernt davon, über Retro-Design zu schreiben, greift Jenss die Thematik in ihrem Aufsatz *Modezeiten – Bildwelten: Erinnerung und Nostalgie in der Kleidungspraxis auf,* in dem sie die *fashion-blogs* von Tavi Gavinson und deren Annäherung an die unterschiedlichsten Kleidungsstile analysiert.

IV. Kleidung kulturell und politisch transformieren

Mit einem der gegenwärtig zentralen Themenfeder der Mode befasst sich Yuniya Kawamura in ihrem Text *Wie man die hegemoniale Idee der Mode als westliches Konzept auseinandernimmt*. Kawamura demontiert den festgefahrenen westlichen Blick auf die Mode aus Asien und Afrika und macht anhand von anschaulichen Beispielen deutlich, dass alleine durch die Bezeichnungen bestimmter Kleidungsstücke, einzelne Ethnien benachteiligt werden und deren Modedesign dadurch pejorativ behandelt wird. Themen wie Nachhaltigkeit, *green, eco* oder *ethical fashion* heben die Mode auf eine politische Diskursebene. Angesichts der Berichterstattung über die Produktionsstätten internationaler Modelabels ist es längst von großer Dringlichkeit, diese Themen aufzugreifen. Elke Gaugele macht in ihren Ausführungen mit dem Titel *Mode als ästhetische Metapolitik. Zum Ethical Turn der Kleidung* darauf aufmerksam, dass es im Interesse aller liegen muss, einen verantwortungsvollen Umgang mit Kleidung zu pflegen, der sich nicht nur in einem preisbewussten Konsum erschöpfen kann.

V. Kleidung präsentieren

Mit ihrer Begriffsprägung erläutert Alicia Kühl in ihrem Aufsatz *Die ›Choreotopografie‹ oder das Schreiben von Modenschauräumen* das Moment der Innovation von modeästhetischen Gegebenheiten für die Betrachter von Modepräsentationen. Letztere seien, so Kühl, diejenigen Orte, wo sich aktuell das jeweilige Modelabel erst entfalte.

Körper, Kleid und Raum, Modekörper und Moderaum bedingen sich wechselseitig. Gertrud Lehnert befasst sich mit diesen Relationen in ihrem Text *Zur Räumlichkeit von Mode – Vestimentäre* räumliche Praktiken wenn sie dabei die Gestaltungen von Iris van Herpen und Mary Karantzou analysiert. Beide Designerinnen befassen sich mit dem Körper im Raum, schaffen für ihn einerseits ausladende Modeskulpturen mithilfe modernster Technolgien und andererseits die Suggestion von Raum in Form des *trompe-l´œil*-Drucks auf Stoffen. Ingrid Mida greift das Ausstellen von Mode in ihrem Aufsatz *Mode und die Praxis des Kuratierens* auf. Inwieweit die Interpretation von Kleidungsstücken bedingt durch die Konzeption von Präsentationen in Museen und Galerien die Aussage des jeweiligen Designs modifiziere oder erweitere, steht dabei im Mittelpunkt von Midas Ausführungen. Auch Katja Weise bewegt sich in diesem Themenfeld. Sie berichtet in ihrem Text *Kleider, die berühren. Über das Verhältnis von Kleidermode, Taktilität und Wissen in Museumsausstellungen* über die sich seit längerem vollziehenden Entwicklungen und Anverwandlungen von Mode-Verkaufsräumen und Modeausstellungen. Der dadurch entstehende »Mode-Raum« repräsentiert einen fließenden Übergang von Präsentation und Interaktion.

VI. Kleidung medialisieren

Ulrich Lehmann nimmt den Männeranzug als bildlichen Signifikanten einer semiotischen Analyse auf und führt hierzu in seinem Aufsatz *Der Kalte Krieg im Anzug: Cary Grants Kleidung in Alfred Hitchcocks Der unsichtbare Dritte* aus, wie subtil eine Medialisierung von Mode als Teil der filmischen Dramaturgie angelegt sein kann und damit als komplexe ›Sprache der Mode‹ in die medialen Strukturen des Films implementiert wird. Petra Leutner analysiert *Die Sprache der Mode am Beispiel von Verbergen und Entblößen* vor dem Hintergrund einer immer wiederkehrenden Gestaltungsaufgabe für Modedesigner. So stellen Nacktheit und Verhülltsein des Körpers in der zeitgenössischen Mode längst keine Antipoden mehr dar oder gleichen einem Binärcode, sondern es entspinnt sich gerade in dem Moment der Ambivalenz von nackt und bekleidet das Mysterium der Kleidermode. Birgit Richard fokussiert die *›Böse‹ Mode? Visuelle und materielle Kulturen der schwarzen Stile Gothic und Black Metal* und befragt die Ursprünge der diese Stile dominierenden Motive. Die Medialisierung sogenannter *Gothic*-Ästhetik formt die Ausdruckskraft ihrer vestimentären Grammatik in einem Spannungsfeld von Inszenierung und Authentizität. Die Ausführungen von Rainer Wenrich mit dem Titel *Vestimentäre Einschreibungen* – Über mediale Verknüpfungen in der Kleidermode bilden schließlich den Ausklang des Bandes. Dazu entwickelt er einen Überblick ausgehend von den Wechselbeziehungen in Kunst und Mode und der neo-barocken Bildsprache in Mode-Inszenierungen bis hin zu kleidersprachlichen Einschreibungen u.a. bei Hussein Chalayan und Alexander McQueen.

Danksagungen

Die vorliegende Textsammlung spiegelt den vielfältigen und internationalen modetheoretischen Diskurs anhand von Beispielen und möchte dabei der interdisziplinären Entwicklung von Perspektiven für eine Modewissenschaft dienen. Für das Zustandekommen der Anthologie möchte ich deshalb an dieser Stelle ganz besonders allen Autorinnen und Autoren danken, die sich von Beginn an offen für die Idee dieser Publikation zeigten und deren profunde Beiträge diesen Band haben wachsen lassen.

Für die Unterstützung des Gesamtvorhabens, für die von ihm seit vielen Jahren erhaltenen profunden Vorschläge und vor allem das Vorwort für die vorliegende Publikation danke ich besonders Harold Koda, *Curator-in-charge* im *Costume Institute* am *Metropolitan Museum of Art*, New York.

Valerie Steele, der Direktorin des *Museum at the Fashion Institute of Technology in New York* bin ich für ihre Unterstützung in zahlreichen Belangen der Umsetzung des Buchprojekts zu großem Dank verpflichtet.

Gertrud Lehnert danke ich für die Aufnahme der Publikation in die von ihr begründete Reihe *Fashion Studies* des transcript-Verlags.

Den einzelnen ModedesignerInnen, SammlungsleiterInnen internationaler (Mode)-Museen, Archiven und Bibliotheken sei herzlich gedankt für ihre großartige Unterstützung meiner Recherchearbeit. Den FotografInnen und Bild-Agenturen danke ich für ihre Hilfsbereitschaft und Großzügigkeit bei der Gestattung von Abdruckrechten.

Anke Poppen auf Seiten des transcript Verlags möchte ich besonders für die Betreuung des Gesamtprojekts danken.

Vor allem gilt Petia Knebel von Herzen mein besonderer Dank für ihre großartige Unterstützung, ihre wertvollen Anmerkungen während des ganzen Vorhabens und die geduldige, kompetente und kritische Durchsicht des Gesamtmanuskripts.