

# IN EN UIT DE MODE

2000 jaar modevormgeving

9	INLEIDING		
22	GEWADEN VAN DE ANTIEKE OUDHEID ca. 800 v.Chr.–ca. 500 n.Chr.	24	Griekenland, ca. 800 v.Chr.–ca. 100 v.Chr.
		27	<b>Apollinisch/dionysisch</b>
		36	Het Romeinse Rijk Republiek: 509–27 v.Chr. Keizerrijk: 27 v.Chr.–395 n.Chr. West-Romeinse Rijk: 395–476
66	ONTSTAAN VAN DE COUPE ca. 500–ca. 1500	44	<b>Het wikkelen van een toga</b>
		50	Byzantium, 395–1453
114	HET INDIVIDU EN DE WERELD ca. 1420–1550	68	Verhullen, ca. 500–ca. 1050
144	VAN FEODAAAL NAAR BURGERLIJK ca. 1550–1790	70	<b>Het tapijt van Bayeux</b>
		73	Accentueren, ca. 1050–ca. 1350
		74	<b>Ridderschap en minnedienst</b>
		87	Modelleren, ca. 1350–1500
216	OP WEG NAAR PLURIFORMITEIT 1790–2000 en verder	115	De Italiaanse renaissance
		117	<b>Portret en in de Italiaanse renaissance</b>
		126	Reformatie
		145	Spanje en de rest van de wereld
		153	Spaanse invloeden in het buitenland
		157	Bloed en goud
		168	Ratio en romantiek
		171	Formeel en informeel
		181	<b>Rococo</b>
		205	<b>Formele en informele tuinarchitectuur</b>
		217	Franse Revolutie en empire, 1790–1815
		217	De revolutie
		220	Verbeelding van de antieke oudheid
		227	De nieuwe burgerij, 1815–1890
		227	1815–1850
		232	1850–1890
		235	<b>Haute couture</b>
		250	De belle époque, ca. 1880–1914
		260	Elegantie tussen de oorlogen, 1914–1945
		261	De Eerste Wereldoorlog, 1914–1918
		267	<b>Sonia Delaunay</b>
		272	<b>Hollywood</b>
		279	De Tweede Wereldoorlog, 1939–1945
		281	Van wederopbouw naar massaconsumptie, 1945–1985
		312	Postmoderne mix, 1985–2000 en verder
		314	<b>Postmodernisme</b>
		328	<b>Hans Eijkelboom</b>
		349	De toekomst?
350	LITERATUUR		
354	REGISTER		

# INLEIDING

*'Je kunt beter een modegek zijn dan zomaar een idioot.'*

Immanuel Kant

Het dragen van kleding is kenmerkend voor de menselijke soort. Geen volk op aarde dat genoeg neemt met het blote lijf. De natuurlijke staat moet kunstmatig worden bijgewerkt. Daar zijn verschillende redenen voor. Bescherming tegen hitte, kou of ander ongemak van buitenaf is er één. Talrijker en complexer zijn de sociale factoren. Kleding, accessoires en andere opsmuk functioneren als een communicatiesysteem dat een belangrijke rol speelt in allerlei situaties, onder meer bij het vinden van een partner. Op dat punt zijn er wel overeenkomsten met de dierenwereld. De voortplanting en de instandhouding van de soort zijn immers genetisch voorgeprogrammeerd in alles wat leeft. Veel mannelijke dieren tooien zich tijdens de balts met imponerende geweien, bijzondere veren of andere extremiteiten, en homo sapiens probeert bijvoorbeeld in een Armanipak en met een Rolex om zijn pols indruk te maken op een vrouw.

Kleding geeft aan bij welke groep we (willen) horen en vaak ook welke status we daarin (willen) hebben. Een formele, donkere colbertjas met revers geldt als het uniform van gezagsdragers, designerkleren staan voor rijkdom. Toch is er vaak een scherp oog voor detail nodig om iemands identiteit te kunnen duiden aan de hand van het omhulsel, want designerlabels zijn soms nep en donkere colbertjes vind je ook in de rekken van de massaconfectiezaken. Jeans met een poloshirt? Er kan een wiskundeleraar in zitten of een maffiabaas, een remonstrantse gladiolenkweekster of een callgirl in haar vrije uren.

Kleding is ook sterk gerelateerd aan schaamte, en dit heeft weer te maken met morele en religieuze maatstaven, die bijdragen aan een algemeen concept van de mens en de visie op het lichaam. Zo was openbare bloetheid bijvoorbeeld in de klassieke oudheid niet per se taboe, maar werd dat wel onder invloed van de christelijke kerk in de middeleeuwen.

Ook magie speelt een rol. Onze verre voorouders droegen pantervellen om zich de kracht en de snelheid van een panter toe te eigenen. Aan parels en edelstenen werden bepaalde krachten toegeschreven. De hedendaagse magie komt eerder uit de koker van marketingbureaus. Advertentiecampagnes moeten aan bepaalde producten immateriële meerwaarde geven die uitstijgt boven de gebruiksfunctie: de genialiteit van de ontwerp(st)er, eeuwige jeugd, luxe, avant-gardisme, individualiteit ... en de 'gelovigen' spenderen er graag flinke bedragen aan.

In de westerse mode is individualiteit een belangrijk toverwoord. Het begrip bestond al in de renaissance. Toen lag de nadruk eerder op het recht op zelfbeschikking, nu gaat het vooral om het verlangen naar een hoogstpersoonlijke, originele en unieke identiteit. Kleding moet helpen bij de expressie, zo niet de constructie van de ideale ik. Maar één blik in een willekeurige straat leert dat in de praktijk bijna niemand zich los durft te maken van de groep waar hij of zij deel van uitmaakt. Kledingkeuzes worden gemaakt in het spanningsveld tussen groepsidentiteit en individuele identiteit.

De concrete uitkomst van een kledingkeuze hangt bovendien nog van andere factoren af. Het politieke systeem bijvoorbeeld. In een democratie heersen andere ideeën over de relatie tussen de groep en het individu dan in een absolutistische monarchie of in een totalitair systeem. Ook de economie speelt een rol, want die hangt samen met de kledingmarkt en het besteedbare inkomen van de bevolking. Verder zijn technologische ontwikkelingen van cruciaal belang voor het soort kleding dat beschikbaar is. Dat geldt voor de ontwikkeling van materialen, maar ook voor die van productiemiddelen, distributiekkanalen en natuurlijk de beeldmedia voor de verspreiding van ideeën en informatie. Ten slotte hebben ook de contacten tussen de volken onderling altijd tot een kruisbestuiving van ideeën geleid omtrent mode, schoonheid en hebbedingen, en die contacten worden intensiever naarmate de globalisering toeneemt.

Jawel, mode. Op een bepaald punt in de geschiedenis gaat 'kostuum' over in 'mode', maar wanneer dat was, is niet precies te bepalen. Ooit stond 'kostuum' voor kleding in het algemeen, en pas ver in de zeventiende eeuw komt de term 'mode' in de huidige betekenis van kledingmode in gebruik. Het begrip is afgeleid van het Latijnse *modus*: wijze, manier. Tegenwoordig verwijst het woord 'kostuum' naar geklede dames- of herenpakken, naar toneelkleding of naar volksdracht. Anders dan de veranderlijke mode zijn kostuums eerder statisch en karakteristiek voor bepaalde geografische gebieden, waar ze vaak eeuwenlang nagenoeg onveranderd blijven voortbestaan. Kostuums bestaan in de ruimte, mode bestaat in de tijd.

Het talige begrip 'mode' mag dan pas in de zeventiende eeuw gangbaar worden, de mode zelf bestaat veel langer. Al in het antieke Griekenland en het Romeinse Rijk was sprake van een esthetische beleving van kleding. Maar het begin van de sterke wisselingen in de mode – dat wil zeggen veranderingen in kleding vanuit de behoefte aan iets dat esthetisch en nieuw is, en niet uit noodzaak – wordt door veel historici bij benadering in de gotiek gedateerd, na 1200. Het fenomeen 'mode' heeft zeker ook te maken met urbanisatie, want mode gaat over communicatie, over zien en gezien worden, en gedijt daarom het best in stedelijke omgevingen, terwijl kostuums of volksdrachten eerder thuis zijn op het platteland. Tegelijk met de opkomst van het verschijnsel mode ontstaan er in de late gotiek in Noord-Europa de eerste grote steden. Maar ook in de hoogtijdagen van de oude steden Athene en Rome kunnen we van mode spreken.

Dit verhaal over de geschiedenis van de westerse mode begint daarom in het antieke Griekenland, omstreeks 800 voor onze jaartelling; daar staat de wieg van de westerse beschaving. De geschiedschrijving loopt door tot in het eerste decennium van de eenentwintigste eeuw. Deze periode wordt behandeld in vijf hoofdstukken, gerangschikt volgens globale, ingrijpende ontwikkelingsprocessen in de mode. De plaats van handeling is niet altijd dezelfde. Het eerste hoofdstuk over de klassieke oudheid speelt zich af in het mediterrane gebied; het beschrijft rechte tunieken en draperieën die geen vorm in zichzelf hebben – het is een tijdperk van natuurlijke elegantie en schoonheid, waarin vernieuwingen zich nog relatief langzaam voltrekken. Het beeld verandert vooral onder de groeiende invloed van de christelijke kerk: het lichaam is opeens zondig en moet worden verhuld.





# GEWADEN VAN DE ANTIEKE OUDHEID

ca. 800 v.Chr.–ca. 500 n.Chr.

De geschiedenis van de westerse kleding begint bij de grote beschavingen in het gebied rond de Middellandse Zee: die van de Grieken, de Etrusken en de Romeinen. Hun bloeitijd strekt zich uit over een lange periode, ongeveer tussen 800 v.Chr. en 500 n.Chr., en neemt formeel een einde met de val van het West-Romeinse Rijk in 476. Deze periode is wat algemeen onder de antieke of klassieke oudheid wordt verstaan. Over de kleding van voor deze tijd is weinig bekend, en na de klassieke oudheid ondervindt de kleding nog gedurende enkele eeuwen de invloed van de Romeinse cultuur, om dan geleidelijk uit te doven naarmate Noord-Europa politiek en cultureel belangrijker wordt.

In dit hoofdstuk kijken we zoals gezegd naar de ontwikkelingen van de kleding in Griekenland, Rome en Byzantium (het huidige Istanboel). Deze periode is vooral gedocumenteerd aan de hand van architectuur, (kunst-)voorwerpen en teksten van schrijvers uit die tijd en van latere onderzoekers. Hieruit blijkt dat de culturen in het gebied rond de Middellandse Zee een hoog en complex niveau hadden bereikt op het terrein van de politieke structuren, techniek, handel, kunst en nijverheid. Dat geldt ook voor kleding en lichaamsverzorging. Dit heeft te maken met de contacten tussen Griekenland en oriëntaalse volken, van wie de Grieken metaal leerden bewerken; ook importeerden ze verschillende grondstoffen uit oosterse landen. Dit stelde hen (en later de Romeinen) in staat hoogwaardig textiel te produceren. De Grieken en Romeinen ontwikkelden een voorkeur voor bepaalde kledingstukken.

De kleding uit de oudheid – zonder enige coupe en met beperkte productiemiddelen vervaardigd – is variabel en meer aan verandering (mode) onderhevig dan wel eens wordt gedacht. Toepassing en expressie van de intrigerende archetypische vormen evolueren onder invloed van politieke en religieuze omwentelingen en door contacten met andere culturen. Al naargelang de tijdgeest wordt het concept van de ideale mens voortdurend bijgesteld en in het uiterlijk uitgedrukt. Intussen blijven basisprincipes zoals draperieën en eenvoudige hemdvormen gehandhaafd.

In een eeuwenlang proces celebreert kleding eerst de idealen van persoonlijke vrijheid en harmonieuze lichaamsvormen en bewegingen en staat later de verhulling van het zondig geachte lichaam centraal. Steeds worden rang en stand overmatig benadrukt.

Kenmerkend voor veel antieke kleding is dat ze van zichzelf geen vorm heeft. Ze bestaat meestal uit rechthoekige, soms ook vierkante of (half)cirkelvormige doeken in verschillende maten. Er wordt niet in geknipt: dit zou als een ernstige beschadiging van het weefproduct worden beschouwd. Soms zijn stofdelen

# Sonia Delaunay

Sonia Delaunay (1885-1979) is bekend als schilderes en coloriste, maar daarnaast paste ze haar visie toe op allerlei beeldende terreinen, zoals grafiek, interieurs, textiel en mode. Ze vertaalde de nieuwe tijdgeest van de abstracte schilderkunst op zeer specifieke wijze naar de mode. Ze is geboren als Sarah Ilinitchna Stern in Oekraïne. Na een opleiding aan de kunstacademie in Karlsruhe (Duitsland) vertrekt zij naar Parijs, waar ze in 1910 trouwt met de kunstschilder Robert Delaunay. Samen met hem ontwikkelt zij na 1914 het zogeheten orphisme, een van het kubisme afgeleide vorm van abstracte schilderkunst. Sonia Delaunay is een van de eerste vrouwelijke vertegenwoordigers van deze kunstrichting; ook geldt zij als een belangrijke wegbereidster van vooral de geometrische abstractie.

Na 1909 ontwikkelt zij de *simultanées*, abstracte, ritmische composities, opgebouwd uit kleurcontrasten. Deze worden later overgebracht op textiel (*tissus simultanés*) en kleding. In 1923 opent Sonia Delaunay een eigen modeatelier in Parijs, waar onder haar leiding wollen mantels en jassen en zijden jurken, de *robes simultanées*, worden vervaardigd. Na 1930 gaat zij vooral verder met schilderen en textielontwerpen. Het befaamde Nederlandse warenhuis Metz & Co. is in de jaren dertig een belangrijke opdrachtgever, voor wie ze meer dan tweehonderd textielontwerpen maakt. Maar voor een selecte klantenkring vervaardigt ze ook nog kleding.



Sonia Delaunay, *Simultaneous Dresses (Three Women, Forms, Colours)*, 1925. Modernistische compositie.





Man Ray, portret van Coco Chanel in haar *petite robe noire* en met karakteristieke sieraden, 1935.

## Coco Chanel

Een aantal modeverschijnselen in het Interbellum komt uit de koker van Coco Chanel (1883-1971). Sommige worden klassiekers, die zelfs de drempel naar de eenentwintigste eeuw overschrijden. De Française Gabrielle Bonheur Chanel is van eenvoudige komaf en groeit op in een weeshuis. Daar leert zij naaien. Vóór de Eerste Wereldoorlog bouwt zij een hoedenatelier op in het huis van haar minnaar Étienne Balsan, die haar introduceert in de mondaine kringen. Niet veel later opent zij kledingwinkels in de elegante badplaatsen Deauville en Biarritz. Haar persoonlijke stijl valt meteen op. In 1919 opent zij haar couturehuis in de Parijse rue Cambon 31, waar het bedrijf Chanel nog steeds is gevestigd.

Chanel heeft relaties met verschillende invloedrijke mannen, zoals de grootvorst Dimitri van Rusland en de hertog van Westminster, en ze is de vriendin en muze van Picasso, Diaghilev, Stravinsky en Cocteau. In 1939 sluit ze haar huis en vertrekt naar Zwitserland, waar zij een affaire heeft met een Duitse officier; Frankrijk is op dat moment in oorlog met Duitsland. Chaneels landgenoten nemen haar die affaire niet in dank af. Zij wordt in hechtenis genomen wegens collaboratie en leeft vervolgens jarenlang in ballingschap.

In 1954 keert Chanel terug naar Parijs en heropent ze haar huis. De reacties op haar eerste collectie zijn gematigd, maar een jaar later wordt de *Chanel look* in de Verenigde Staten een groot succes. Chanel ontwikkelt haar beroemde stijl met als doelstelling functionaliteit, overeenkomstig de rationele idealen in de jaren twintig.



Karl Lagerfeld, tekening, 2005. De essentie van het Chanelpak.

Maar ze koppelt comfort en praktische eigenschappen wel aan elegantie. Tijdens de Eerste Wereldoorlog ontwerpt zij haar karakteristieke rechte jurken en ze verwerkt daarin katoenjersey, dat tot dan toe alleen voor ondergoed wordt gebruikt. Ook introduceert zij de trui voor vrouwen. De befaamde *petite robe noir*, het eenvoudige, maar perfect zittende zwarte jurkje dat voor de meeste vrouwen nog steeds onmisbaar is, wordt in 1926 gelanceerd; het is een groot succes.

Het bekendst is 'het' chanelpak, een tweedelig mantelpak waarvan de vroege versies van jersey zijn gemaakt; de klassieke uitvoering in tweed of bouclé dateert uit de jaren vijftig. Het heeft een contrasterende voering, is afgezet met een bies en de goudkleurige knopen zijn voorzien van het logo van het huis. De hoge armsgaten bieden veel bewegingsvrijheid; hetzelfde geldt voor de gladde rok met stolpplooi.

Chanel introduceert verder gehaakt kant, leren ceintuurs, het gematelasseeerde schoudertasje aan een ketting, pantalons en ook de bekende opvallende modejuwelen van glas en nepgoud. Een doordachte vondst zijn ook de tweekleurige schoenen: wit met een zwarte neus. Die zijn dus zowel bij witte als bij zwarte kleding te gebruiken (overdag en 's avonds), de zwarte neus is veel minder kwetsbaar dan een witte en bovendien verkleint deze de voet optisch.

Ten slotte is het Chanel die – na vele eeuwen waarin bleekheid als voornaam gold – een zongebruinde huid in de mode brengt. De tijd is er rijp voor. Bleekheid is immers geen teken van status meer in tijden waarin een bleke huid normaal is als er de hele dag in de fabriek moet worden gewerkt. Zonnebruin verwijst nu naar luxe vakanties in verre oorden.

In 1921 wordt het parfum *Chanel No. 5* gelanceerd. Alles eraan is nieuw: de synthetische aldehydegeur wijkt af van de zware bloemige, dierlijke en poederige luchtjes die tot dan toe gebruikelijk zijn. De hoekige fles oogt modern, en zelfs de benaming lijkt rationeel, want er wordt vaak beweerd dat het vijfde proefmonster Coco Chanel het best beviel. Maar dat is niet juist. Chanel was nogal bijgelovig en ze beschouwde 5 als haar geluksgetal. Vandaar *Chanel No. 5*. Het werd het meest verkochte parfum wereldwijd.