

De mode als slotfase van de democratie

DE OPPERVLAKKIGE MODERNE MENS IS EEN IDEEAAL TYPE

In de moderne mens van de jaren tachtig, die tv kijkt, met zijn huiscomputer speelt en zelden een boek leest, worden de oude idealen van de Verlichting gerealiseerd. Frits de Lange over de provocerende beweringen van Gilles Lipovetsky.

Franse filosofen hebben de naam moeilijk te zijn en somber te doen. Als het aan Gilles Lipovetsky ligt, is die tijd voorbij. In zijn provocerende boek over de Mode als ultieme fase van de democratie houdt deze filosoof zijn lezers voor, dat onze samenleving geen intellectuelen meer nodig heeft die over de hoofden van de massa heen uit de doeken doen, hoe slecht het met de wereld gesteld is. De massa, aldus Lipovetsky's stelling, begrijpt immers zichzelf veel beter.

Tientallen jaren hebben de westerse filosofen in het jargon van Marx of Heidegger ons zwaar moedig toegesproken over de vervreemding van de mens en de decadentie van de moderne consumptiemaatschappij, de techniek die ons boven het hoofd groeit, de media die ons hersenspoelen en wat niet al. Zij verkondigden het verraad aan de Verlichting en de dood van de mens.

Oude idealen vervuld

'Daar moeten we eindelijk eens mee ophouden', zegt Lipovetsky, leraar filosofie in Grenoble, tegen zijn vakgenoten, die naar zijn inzicht in hun hautaine intellectualisme niet in de gaten hebben gehad, dat zich in de jaren na de tweede wereldoorlog een samenleving heeft gevormd, waarin zich de oude idealen van de Verlichting meer dan ooit feitelijk kunnen vervullen.

In de moderne mens van de jaren tachtig, die tv kijkt, met zijn huiscomputer speelt en zelden een boek leest; de oppervlakkige, trendgevoelige mens, die stemt op de politicus die het leukst overkomt – in deze mens wordt op paradoxale wijze het Verlichtingsideaal van het autonome, mondig individu gerealiseerd, althans dichterbij gebracht dan ooit tevoren. Nog nooit, aldus Lipovetsky, hebben immers zoveel mensen over zichzelf en hun eigen leven vrij kunnen beschikken als in onze na oorlogse samenleving.

Het boek waarin Gilles Lipovetsky deze opmerkelijke visie verdedigt, wierp een steen in de diepzinnige vijver van de Franse filosofie. Meteen nadat het verscheen, ontbrandde in het dagblad *Le Monde* dan ook een polemiek tussen aanhangers en tegenstanders van de verdedigde these.

In 1983 schreef Lipovetsky ook al een ge-

ruchtmakend boek. In 'L'ère du vide' analyseerde hij het hedendaagse individualisme op een manier die hem tot de Franse evenknie van Christopher Lasch en diens visie op de narcistische cultuur maakte. Hij zette uiteen, hoe het narcisme en het hedonisme in onze cultuur een persoonlijkheidsstructuur opleveren, die uiterst fragiel en labiel in elkaar steekt en uitsluitend op zichzelf betrokken is. Maar terwijl deze studie alleen beschreef en niet waardeerde, geeft Lipovetsky zich in zijn jongste boek bloot als een hartstochtelijke fan van onze hyper-individualistische maatschappij.

Lipovetsky's boek gaat over de mode. Maar dat in een veel radicalere zin dan wij gewend zijn. Wij denken bij mode aan mini-rok of brede revers, aan haute couture en voorjaarscollecties, aan de kunst van het kleine verschil waarin we in ons uiterlijk anderen imiteren, maar toch in een persoonlijke nuance onze eigen individualiteit weten te benadrukken.

En inderdaad, Lipovetsky geeft een hele sociale geschiedenis van de mode vanaf de middeleeuwen in zijn boek. En in dat opzicht is het jammer dat er in zijn studie geen plaatje te vinden is.

Maar zijn bedoelingen liggen elders. Zijn historisch overzicht is uiteindelijk slechts als opstapje bedoeld voor zijn hoofdstelling: dat de mode zich in onze westerse moderne cultuur heeft ontwikkeld tot de bepalende vorm, de kenmerkende structuur van die cultuur zelf. De mode is geen esthetisch versiersel, geen decoratieve accessoire meer, maar een systeem dat alle sectoren van de samenleving bepaalt. De mode is wet geworden in de economie, de politiek, de media, ja zelfs in de ideologie. Onze samenleving is gebouwd op het fundament van de mode als de kunst van de verleiding, de cultus van het nieuwe.

Homo frivolus

Om deze bewering te staven, volgt Lipovetsky de geschiedenis van de mode en treedt hij in gesprek met de sociologische verklaringstheorieën, die hebben geprobeerd de mode-ontwikkeling te duiden. Hij constateert, dat mode blijkbaar niet iets is dat overal en altijd voorkomt, maar een verschijnsel typisch voor de Westeuropese cultuur vanaf het einde van de

middeleeuwen. In andere perioden van de geschiedenis, in andere culturen, kent men natuurlijk wel de esthetica van de vorm en versiering, maar dan in de vorm van tradities, die zich over eeuwenlange periodes hebben uitgekristalliseerd. De mode als het rijk waarin het snel wisselende, het oppervlakkige, het efemere wet geworden is, ontstaat pas dan, wanneer de traditie niet meer doorslaggevend is voor het sociale gedrag van mensen, en de maatschappelijke verhoudingen niet meer vanaf de geboorte in standsverschillen zijn vastgelegd.

In het Europa van de veertiende eeuw ontmoeten we voor het eerst het individu, dat zichzelf tot wet geworden is en zich heeft ontworsteld aan de druk van de traditie. Het burgerlijk 'ik', dat zijn identiteit en zijn sociale positie voortdurend tegenover anderen binnen en buiten zijn eigen klasse moet markeren. Met dit individu wordt de mode geboren: het uiterlijk voorkomen wordt door het zelfbewuste ik als middel tot sociale distinctie (naar onderen: de burger is geen boer) en imitatie (naar boven: de burger wil, graag op de adel lijken) gehanteerd. Mode en individualisme zijn zo onlosmakelijk met elkaar gegeven.

Eigen dynamiek

Tot zover volgt Lipovetsky modetheorieën van sociologen als Pierre Bourdieu en economen als Theodor Veblen. Maar hij gaat verder. Hij weigert om in de mode enkel maar een afgeleid sociologisch effect te zien, een instrument tot maatschappelijke classificatie. De mode kent volgens hem een eigen dynamiek: het individu ondergaat de mode niet alleen, maar geeft haar ook met zichzelf vorm. De mode is behalve sociaal effect ook individueel initiatief, behalve sociologie ook esthetica. In de sociologistische verklaringen heeft deze creatieve passie voor het nieuwe, het spel zonder einde van de vorm, de wil om haar eigen identiteit uit te drukken in schoonheid, de constante zucht om de ander te verleiden en blijvend te boeien nooit een plaats gekregen. Lipovetsky wil eindelijk eens de mode als *móde* beschouwen: als een nieuwe wijze waarop de mens zich tot zichzelf is gaan verhouden, als uitdrukking van de noodzaak voor het moderne

individue om zichzelf voortdurend aan anderen te moeten presenteren als aantrekkelijk-anders dan anderen.

Tegelijk met de opkomst van het moderne individu neemt hij dan ook de geboorte van de homo frivolus waar, de mens voor wie de mode een praktijk van plezier, een constant genot om te behagen, te verrassen, te boeien en te bedwelmen betekent. Niet voor niets is mode bij uitstek een zaak voor vrouwen, meent hij. In de Renaissance komt deze kunst van verleiding, waarin ook de erotiek een duidelijke plaats krijgt, langzaam tot ont-plooiing. Het is opmerkelijk dat Lipovetsky voor deze wending tot het oppervlakkige, het uiterlijke, het zichtbare, het christelijk geloof niet als een remmende, maar als een stimulerende factor beschouwt. Het christendom is immers gebouwd op het schema van de incarnatie, de vleeswording van het Woord? De homo frivolus en de homo christianus konden elkaar vinden in hun gezamenlijke toewijding aan het aardse.

Haute Couture mini-rok

Via een beschrijving van de mode-ontwikkeling in de 19e eeuw, waarbij Lipovetsky uitvoerig stilstaat bij de Parijse Haute Couture, komt hij tot een analyse van de mode in de jaren tachtig. Want hoe belangrijk ook de collecties van Patou, Chanel, Dior, Poirot en anderen voor de ontwikkeling van de mode zijn geweest, zij vertegenwoordigden desondanks een tussenfase op weg naar het hoogtepunt van de modegeschiedenis waarvan wij nu getuige zijn. Vanaf het midden van de vorige eeuw tot de jaren zestig heeft de mode zich constant gedemocratiseerd, zodat niet enkel de top van de maatschappij, maar ook de massa in de cultus van het nieuwe betrokken is geraakt. De mode werd een must voor iedereen. De aristocratische artistieke van de Parijse couturier en de massaproductie van de confectie-industrie vormden twee gezichten van hetzelfde systeem: de vernieuwing die in de haute couture was vastgelegd en geïnstitutionaliseerd verbreidde zich wereldwijd toen de collecties van de haute couture als model werden verkocht om 'standaard' te worden gefabriceerd. In deze ontwikkeling werd voorbereid wat sinds de jaren zestig algemeen geworden is: terwijl de couturiers toen nog van bovenaf oplegden, beslist nu iedereen zelf wat zijn of haar look zal zijn. Maar Chanel en Dior deden al voor de happy few wat Nina Ricci en Yves Saint-Laurent nu voor iedereen doen: de mode individualiseren, toesnijden op de persoonlijkheid van elk afzonderlijk. Ook de 19e-eeuwse couturier leerde snel zeggen: 'De couturier wikt, maar de vrouw beschikt'.

In de jaren zestig leidde dit voortgaande proces van individualisering van de mode een nieuwe fase in de geschiedenis van het individu in: een open maatschappij met een open mode. De cultus van het nieuwe verdwijnt uit de salon en verschijnt op straat, in de catalogus van 3 Suisses staat geen confectie meer, maar mode. En in de mini-rok van Courrèges hebben we een laatste oprisping van col-

lectief modegedrag meegemaakt. Want sinds de jaren zestig is de mode gepersonaliseerd, kent elk individu de vrijheid om te combineren, flexibel en soepel zijn eigen uiterlijk 'samen te stellen'. Er is geen mode meer, er zijn alleen nog modes. De fabrieksnamen van Benetton, New Man en Lacoste fungeren niet meer als onderscheidingstekens van sociale standing, maar als waarmerken van persoonlijk imago, voor ieder toegankelijk, maar waarmee elk toch wil verschillen. Mode is eclectisch geworden, fragmentarisch en hyper-individualistisch. Wat 'in' is, een must is, 'up to date', verschilt met de dag en is met geen trend meer op te leggen.

Lipovetsky ziet in deze vluchtige dynamiek van de jaren tachtig het eindpunt van de mode en tegelijk de slotfase van het westerse democratisch individualisme bereikt.

De mode voltooid

De mode is tot haar voltooiing gekomen, en wij zijn er getuige van. Heel het tweede deel van zijn studie wijdt Lipovetsky aan deze stelling. Met tal van interessante waarnemingen maakt hij aannemelijk, dat de mode geen aparte sector is van onze cultuur, maar hoe het oppervlakkige, het nieuwe en het verleidelijke de structuur ervan bepalen. In de kle-

ding, dat ook. Jeans en sportswear wijzen zijns inziens op een ontspannen individualisme, waarbij geen top meer model staat voor de massa, maar waar mode een flexibel spel van oneindige wisselingen is geworden. Men imiteert wat men om zich heen ziet, maar alleen dat wat men zelf kiest. De eigen autonomie is het keuzecriterium in de mode geworden.

Ook als men wordt verleid, kiest men zelf uit waardoor men zich wil laten verleiden. Diversificatie, destandaardisatie is het trefwoord in de mode geworden. Het individu is daarbij een permanent knoop-



punt van beslissingen, dat flexibel en open moet reageren om op elk moment opnieuw zijn eigen performance te construeren.

Heel de economie, waarin de esthetica van de industrial design net zo belangrijk is als het toegesneden zijn op de specifieke eisen van de individuele consument, is betrokken in deze apotheose van de autonomie. De mode verleidt, maar doet tegelijk een beroep op de mondigheid van de gebruiker. Lipovetsky illustreert deze paradoxale stand van zaken aan de reclame. De misvatting als zou de reclame een agressieve provocatie zijn, een totalitaire hersenspoeling die ons vervreemdt van onze werkelijke behoeften, bestempelt hij als een fabel van de sombere, hautaine intellectueel. Lipovetsky toont aan, hoe de humor, de erotiek, de extra-vagantie van de moderne reclame niet zozeer overtuigen wil, maar veeleer wil doen glimlachen, verbazen, amuseren. De reclame verleidt niet meer het onbewuste van de homo psycho-analyticus, maar doet een beroep op de keuzevrijheid van de homo ludens.

Optimisme

Hetzelfde optimisme spreekt uit Lipovetsky's waardering van de mode als vorm van politiek, als kenmerk van de media, als criterium in de keuze van een levensovertuiging. Dat ook de politiek niet meer argumenteert, maar verleidt, in tv-debatten wordt beslist en niet meer in het parlement, door een performance en niet meer door een programma, heeft zeker grote nadelen, oordeelt Lipovetsky. Maar wegen de voordelen daar niet verre tegen op? Al is het dan via statements op de buis – worden niet meer mensen dan ooit zo bij de politiek betrokken? Wordt de staat niet gedesarcaliseerd nu politici interviews moeten weggeven bij de open haard en 'gewoon' getrouwd blijken te zijn? Hoe meer zij op populariteitscijfers zijn aangewezen, des te minder kunnen zij zich als halfgoden gedragen. Hoe meer zij op verleidings-technieken zijn aangewezen, des te minder splitst zich de samenleving in onbeweeglijke machtsblokken op. De mode, aldus Lipovetsky, pacificeert de politiek. Ook het pessimisme over de media, dat de intellectuelen van Marshal McLuhan tot en met Neil Postman in zijn greep houdt, wordt niet door hem gedeeld. De tv is voor hem geen vluchtinstrument, geen verstrooiingsmedium dat de mensen in slaap sust, met een droomwereld compenseert wat men in werkelijkheid tekort komt. Integendeel, hij ziet in de volwassen geworden televisie van de jaren tachtig een instrument dat bijdraagt aan de individuele autonomie van de kijker. De tv propageert immers geen levensstijl of -visie meer, maar draagt een – zij het verpletterende – hoeveelheid informatie aan waarin geen moreel oordeel meer verschoen gaat, maar op grond waarvan het individu zelf een keuze moet maken. Al is het dan op een digest-manier, al moet ook nieuws amuseren en snel te hanteren en te verteren zijn – geïndoctrineerd wordt er niet, de mondig geworden kijker pikt dat niet meer. De constante vloed

van informatie koloniseert niet de leefwereld van het individu, maar cultiveert een persoonlijkheidsstructuur die altijd dóórvraagt en zich door geen laatste woord meer de mond laat snoeren.

De dood van God

Deze ontideologisering van de publieke samenleving in media en politiek brengt Lipovetsky bij de laatste sector van de cultuur waarvan de mode de bepalende structuur is geworden: die van de levensbeschouwing zelf. We leven in een post-ideologisch tijdvak, constateert hij, maar zonder daarvoor droef gestemd te zijn. De tijd van de Grote Verhalen – christendom, socialisme, fascisme – is voorbij, en gelukkig maar. De mode heeft de mens verlost van de druk van de traditie en van de collectiviteit, het individu leeft in en voor het heden en weet niet hoe het morgen denken zal. Maar, neemt Lipovetsky waar, het blijkt zich in deze levensbeschouwelijke leegte uiterst wel te voelen. Ook als de religie verdwijnt, neemt het nihilisme nog niet de plaats in van het christendom. 'Er hoeft niet over de dood van God gehuild te worden', schrijft Lipovetsky uitdagend, 'zijn begrafenis heeft immers plaats in technicolor en in een versnelde opname: verre van de wil tot het niets op te roepen, drijft hij de wil tot en de opwinding van het nieuwe op tot het uiterste'.

Levensbeschouwing wordt een zaak van keuze à la carte, intellectueel knutselwerk naar persoonlijke behoefte en de smaak van het ogenblik. En niemand die zich nog voor een geloof het hoofd laat afslaan.

Ook al kunnen traditie en religie soms zomaar weer even in de mode zijn, sociaal functioneren zij nooit meer als tevoren. De geest van de traditie is collectief gesproken dood, en vervangen door de eeuwige, turbulente cirkelgang van het nieuwe. De enige tijd waarin en waarvoor het moderne individu leeft, is het heden en de enige waarde waarin hij werkelijk gelooft, is zichzelf. En hij doet dat vrolijk en allerm minst wanhopig: de moderne mens is de homo frivolus.

Een tragisch trekje

De mode als ultieme fase van de democratie; het moderne individu als uiteindelijke erfgenaam van de idealen van de Verlichting. Lipovetsky houdt ervan zijn lezers te shockeren. Hij geeft toe, dat de mens van de jaren tachtig ten opzichte van Erasmus en Voltaire veel verloren heeft: hij is minder zeker van zijn overtuigingen, minder bestand tegen de verleiding van de grote massa, hij is narcistisch en hedonistisch. Het moderne ik is een zomaar omver te blazen kaartenhuis. Maar heeft dit individu niet ook veel gewonnen op de westerse mens van vroeger eeuwen? Het houdt er minder à priori's op na en meer vraagtekens, het stelt zichzelf eerder ter discussie. In het rijk van de mode mag dan de geest minder krachtadig zijn, maar zij is ook eerder ontvankelijk voor kritiek. De persoonlijkheid van de individualist van de jaren tachtig mag dan minder stabiel zijn, maar zij is

des te toleranter, meer open voor de be-wijskracht, de argumentatie, het recht van een ander. En al besteedt men dan minder tijd en inspanning aan denkwerk, men spreekt meer dan ooit tevoren in eigen naam.

Toch eindigt Lipovetsky's lofzang op de mode een beetje in mineur. Want dat er schaduwkanten aan het rijk van het efmere zitten, verheelt hij niet. Het individualisme kent een keerzijde in de eenzaamheid, de communicatiecrisis die mensen tot wanhoop kan brengen. De frivole maatschappij kent ongemeen hoge zelfdodingspercentages. En Lipovetsky erkent de relationele impasse waarin de modieuze samenleving zichzelf gebracht heeft, en wijst op de tragische kanten van een lichtvoetige cultuur, zonder dat hij daar een remedie tegen weet. Maar een andere wereld dan de onze, met haar grandeur en misère, hebben we nu eenmaal niet, oordeelt hij.

Een modieus boek?

Lipovetsky sleept de lezer mee, en schrijft even verleidelijk als de door hem beschreven mode is. Is zijn studie nu – zoals de schrijver Roland Jaccard in *Le Monde* beweerde – 'een schijnwerper in de jaren tachtig'? Of heeft de filosoof Alain Finkielkraut gelijk, die zijn vakgenoot daarentegen dubbelzinnig als 'een militant van het onbeduidende' brandmerkte?

De lezer blijft in verwarring achter. Ge-deeltelijk overtuigd door de verrassende manier waarop Lipovetsky een verbinding tot stand brengt tussen twee zulke uiteengegedreven grootheden als de mode en de Verlichting. Maar ook met het gevoel te zijn bedrogen. Heeft hij nu een analyse van de mode gelezen of een modieuze vorm van analyseren? De vraag is immers of een zo onoverzichtelijke cultuur als de onze zich zo gemakkelijk op één noemer, die van de mode, laat brengen. Blijft niet te veel buiten het gezichtsveld dat zich niet in Lipovetsky's analyse laat dwingen? Moet de analyse van de economie als vorm van mode niet worden aangevuld met die van de mode als vorm van economie? Want is de cirkel van het nieuwe niet tegelijk die van de koopkracht? Ontsnapt de arme, zowel in de derde wereld als in het Westen, niet aan de kringloop van het nieuwe? En is behalve de homo frivolus ook niet de homo cynicus ideaaltypisch voor onze moderne cultuur?

Een feit blijft dat in één opzicht Lipovetsky aangenaam verrast. Hij rekent in elk geval af met het misverstand als zou een intellectueel zich altijd hoogmoedig boven de cultuur van de massa moeten verheffen en er misprijzend op neerzien. Al kan men zich afvragen, of deze Franse filosoof nu van de weeromstuit zich niet wat al te gulzig tot apologete ervan opwerpt.

Frits de Lange

Gilles Lipovetsky: *l'Empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*, Gallimard 1987. Prijs f 105 fr.