

NWO-onderzoeksprogramma Dutch Fashion Identity in a Globalised World, 2008-2012

Begeleiders/promotoren:

- Anneke Smelik, hoogleraar Visuele Cultuur, Radboud Universiteit Nijmegen
- Dany Jacobs, hoogleraar Industriële Ontwikkeling en Innovatiebeleid, Universiteit van Amsterdam & lector Kunst, Cultuur & Economie bij de hogescholen ArtEZ en HAN, Arnhem
- Michiel Scheffer, lector Mode & Materieel Design, Saxion Universiteit Enschede

Samenwerking met:

- José Teunissen, Lector Mode, Vormgeving en Strategie, ArtEZ Arnhem
- Elisabeth in 't Hout, Directeur Amsterdam Fashion Institute, Amsterdam.
- Dingman Kuilman, Directeur Premisela Foundation, Dutch Platform for Design and Fashion, Amsterdam.

Promovendi:

- Maaïke Feitsma (kunstgeschiedenis)
- Daniëlle Bruggeman (cultuurwetenschap)
- Constantin von Maltzahn (sociologie)
- Anja Köppchen (sociale geografie)

Resultaten:

- wetenschappelijke artikelen
- vakpublicaties
- workshops, seminars, lezingen
- vier dissertaties (2012/2013)
- internationaal congres (2012)
- synthetiserende monografie (2013)
- tentoonstelling in museum (2013)

Samenvatting in het Nederlands

Innovatie in de creatieve beleveniseconomie gaat steeds minder over technologie en steeds meer over waarde, symboliek en cultuur. Dat geldt al helemaal voor kleding en mode die een belangrijke rol spelen in de constructie van de menselijke identiteit, van het individuele tot het sociale niveau. Daarmee hebben ze een groot aandeel in insluitings- en uitsluitingsprocessen: een verkeerd kledingstuk kan iemand buiten de groep doen vallen (de hoofddoek is een controversieel voorbeeld), terwijl een ander aangeeft dat iemand er echt bij hoort. Als zowel een 'bottom-up'- als 'trickle-down'-proces verschuift en verlegt de mode voortdurend de grenzen tussen *haute couture* en populaire cultuur. Mode bevindt zich op het kruispunt van lokaal cultureel erfgoed en innovatie met internationale relevantie: cultureel (b.v. klompen met naaldhakken van Viktor & Rolf); sociaal (b.v. de hogere klassen die jeans dragen) en technologisch (b.v. gemonialiseerde organisatie van vraag en aanbod). Het project heeft tot doel om het onontgonnen onderzoeksgebied van de Nederlandse mode vanuit interdisciplinaire invalshoeken te onderzoeken: de wisselwerking tussen economische en culturele *performance*, die steeds belangrijker wordt in de creatieve economie. De hypothese van het onderzoeksproject is dat de creatieve industrie van mode in Nederland meer dan in traditionele 'modelanden' in staat is om zijn unieke culturele achtergrond van individualisme, innovatie en sobere vormgeving te gelde te maken. Die 'Nederlandse' waarden spreken ook consumenten elders aan, zoals ook Nederlanders in buitenlandse mode hun gading kunnen vinden.

Financiën: Het onderzoek wordt gefinancierd door NWO, de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek; en tevens financieel ondersteund door het Mr. Koetsierfonds; OOC-fonds van de confectie-industrie; Premisela; ArtEZ; Saxion; de UvA; en de RU.