

Ten strijde tegen het verval

*Cultuurkritiek in diachroon en
internationaal perspectief*

*Onder redactie van
Floris Meens*

Amsterdam University Press

De laatste trends: modekritiek in Nederland

Anneke Smelik en Rosanne de Goffau

Abstract

Deze bijdrage vormt een eerste aanzet tot meer systematisch onderzoek naar modekritiek. Het eerste deel verheldert, op basis van de bestaande academische literatuur, dat modekritiek een synthese vormt tussen kunstkritiek die ingaat op het esthetische aspect van de mode, en cultuurkritiek die de historische en sociaal-culturele achtergronden ervan blootlegt. Met een kwantitatieve en discoursanalyse van modekritiek in Nederlandse dagbladen tussen 1985 en 2010 verheldert het tweede deel hoe de modekritiek haar plek verworven heeft in de Nederlandse kwaliteitspers. De defensieve houding in de jaren 1980 maakte plaats voor een benadering van mode in termen van kunst en esthetiek. De groeiende legitimering kreeg ook vorm doordat er een toenemende belangstelling is gekomen voor de plaats van mode in onze eigentijdse cultuur.

Keywords: Cultuurkritiek, Mode, Modekritiek, Kunstkritiek, Legitimatie, Journalistiek

Criticism is itself an art form,
and like all art forms
it must evolve, or atrophy and die.¹
– Joyce Carol Oates

¹ J.C. Oates, 'Confronting Head-on the Face of the Afflicted', in: M. Berger (red.) *The Crisis of Criticism* (New York 1998), 30-40.

Lang was modekritiek het ondergeschoven kindje binnen de kunst- en cultuurkritiek. Maar die tijd is voorbij. Mode is 'in'; 'fashion is fashionable'. Bloggers, influencers en fashionista's tuimelen over elkaar heen om op internet en sociale media 'de laatste modetrends' aan te kondigen. Celebrity's worden op de voet gevolgd om de nieuwste trends te spotten. Modetentoonstellingen leveren musea geheide blockbusters op, of het nu gaat om een historisch overzicht van Nederlandse mode, een museale collectie, of om overzichtstentoonstellingen van internationale ontwerpers als Jean-Paul Gaultier of Nederlandse ontwerpers als de 'koninklijk goedgekeurde' Jan Taminiau of conceptuele 'fashion artists' als Viktor&Rolf.² Succes verzekerd. De Amsterdamse Fashion Week trekt vele bezoekers. Documentaires en films over modeontwerpers zijn populair; recentelijk nog de documentaire over Alexander McQueen (2018) of de kleine hausse aan films en televisieseries over Coco Chanel. De journalistiek kan niet meer om de populariteit van mode heen.

Mode is 'in'

De recente juichende – en vaak kritiekloze – omarming van de mode als fenomeen gaat bijna gelijk op met de serieuze modekritiek die in de afgelopen vijftien jaar een hoogsteigen, zij het vertraagde, plaats heeft verworven in het medialandschap.³ Modekritiek had al langer haar plek in internationale glamourtijdschriften als *Vogue*, *Elle* of *Marie Claire*, maar wordt nu ook in gezaghebbende kranten serieus genomen. Internationale namen zijn zelfs bekend bij het grote publiek, zoals Anna Wintour van de Amerikaanse *Vogue*, Suzy Menkes (meer dan 25 jaar voor de *International Herald Tribune*) en Cathy Horyn (meer dan een decennium voor *The New York Times*). Het beroep van modejournalist is mede door films als *The Devil Wears Prada* (2006) populair gemaakt.

Tot midden jaren 2000 liep Nederland achter met serieuze modekritiek.⁴ Maar die achterstand is in de afgelopen tien tot vijftien jaar in rap tempo

² Respectievelijk: *Ode aan de Nederlandse Mode*, Gemeentemuseum Den Haag 2015; *Out of Fashion*, Centraal Museum Utrecht, 2017; *The Fashion World of Jean-Paul Gaultier*, Kunsthall Rotterdam, 2013; *Jan Taminiau*, Centraal Museum Utrecht, 2018; *Viktor&Rolf: Fashion Artists*, Kunsthall Rotterdam, 2018. Dit zijn maar enkele voorbeelden van de vele modetentoonstellingen in de afgelopen jaren.

³ F. Granata, 'Fashioning Cultural Criticism: An Inquiry into Fashion Criticism and its Delay in Legitimization', in: *Fashion Theory* (2018 online), 1-18.

⁴ N. van de Berg, 'Een kritieke stilte: de Nederlandse modewereld mist een gezaghebbende kritische stem', in: *Boekman*, 15:57 (2003), 100-106.

ingehaald, mede doordat Nederlandse mode steeds meer grond onder de voeten krijgt en er wetenschappelijk onderzoek naar is verricht.⁵ Ook hier te lande hebben serieuze kranten de modekritiek binnengehaald. Milou van Rossum voor *NRC Handelsblad*, Bregje Lampe voor *de Volkskrant*, John de Greef voor *Elsevier Weekblad*, en Fiona Hering en Georgette Koning zijn een aantal bekende namen in de huidige modejournalistiek.⁶ De gezichten van moderatedacteurs als Karin Swerink van de Nederlandse *Vogue* en Cécile Narinx, tot voor kort van de Nederlandse *Harper's Bazaar* en nu 'stijlredacteur' bij *de Volkskrant*, zijn bij het grotere publiek bekend door hun televisieoptredens voor *Holland's Next Top Model* of *De Wereld Draait Door*.

Modekritiek mag dan niet meer in het verdomhoekje zitten, maar dat betekent nog niet dat er veel wetenschappelijk onderzoek naar is gedaan: de onderzoeken zijn vooralsnog op één hand te tellen. Voor het Nederlandse veld is er vrijwel geen onderzoek voorhanden; de uitzonderingen vormen een comparatieve studie naar modejournalistiek in Franse, Duitse en Nederlandse kwaliteitskranten van Susanne Janssen,⁷ en een masterscriptie over modejournalistiek in de *NRC* gedurende tien jaar.⁸ Dit hoofdstuk vormt een eerste aanzet tot vervolgonderzoek. Het valt in twee delen uiteen: eerst geven we een overzicht van de stand van zaken in de modekritiek en onderzoeken we de relatie tussen modekritiek als onderdeel van een bredere kunstkritiek enerzijds en cultuurkritiek anderzijds. Vervolgens doen we verslag van een kwantitatief onderzoek naar modekritiek in *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant* van 1985 tot 2010, dat studente Rosanne de Goffau heeft uitgevoerd voor haar masterscriptie.⁹ Van de modekritiek in *NRC Handelsblad* heeft zij ook een kwalitatieve discoursanalyse gemaakt. Daarmee geeft het hoofdstuk inzicht in het academische discours over modekritiek, en schetst het de ontwikkeling van de modekritiek in serieuze Nederlandse dagbladen over een recente periode van 25 jaar.

⁵ A. Smelik, (red.), *Delft Blue to Denim Blue. Contemporary Dutch Fashion* (Londen 2017).

⁶ Deze modejournalisten werden voorafgegaan door pioniers die over mode schreven zoals Merel Laseur voor *NRC Handelsblad*, Pauline Terreehorst voor *de Volkskrant* (1983-2003); en José Teunissen (1990-2002) voor achtereenvolgens *de Volkskrant* en *Trouw*.

⁷ S. Janssen, 'Fashion Reporting in Cross-National Perspective 1955-2005', in: *Poetics* 36:6 (2006), 383-406.

⁸ B. Fleskens, *Fashion criticism in the Netherlands: a study of fashion criticism in the Dutch quality newspaper NRC Handelsblad 2005-2015* (Vrije Universiteit 2015).

⁹ R. de Goffau, *Modekritiek in Nederlandse kwaliteitskranten, 1985-2010* (Radboud Universiteit Nijmegen 2019).

Modekritiek

Modekritiek bepaalt *wat* mode is of wat niet, en wat *in* de mode is of wat niet. Zo maar even googelen en je stuit al onmiddellijk op lijstjes van wat in of uit is: anno 2018 zijn dierenprints in, grote logo's ook (waren die ooit 'uit?'), maar al te gescheurde jeans niet meer (eindelijk!). Daarnaast bewaakt modekritiek een kwaliteitsgrens: wat is 'goede' of 'slechte' mode.¹⁰ Dit soort waardeoordelen zijn per definitie subjectief. Kwaliteitscriteria blijven meestal impliciet en zijn vaak moeilijk te achterhalen in een recensie of verslag. Soms is er sprake van een duidelijk 'incrowd' taaltje, waarbij het voor sommigen overduidelijk is wat modieus is, terwijl het voor de meesten volstrekt mysterieus blijft. Kijk maar eens naar televisieprogramma's rond 'the next' topmodel, ontwerper of kapper: er wordt dan door de jury uitgeroepen dat een kledingstuk, stijl of een model 'fashionable' is, zonder dat de kijker direct begrijpt waarom dat dan zo is.

Uit Aurélie Van de Peers empirische onderzoek naar modekritiek in de Amerikaanse kranten *The New York Times* en *International Herald Tribune* tussen 1949 en 2010, blijkt dat de modekritiek zich heeft ontwikkeld van meer beschrijvend naar meer evaluatief. Ging het vlak na de Tweede Wereldoorlog nog om thema's als schoonheid, vakmanschap en functionaliteit, aan het eind van de eeuw draait het veel meer om imago en identiteit.¹¹ In modekritiek is de nadruk minder op de materialiteit van de kleding komen te liggen en meer op het verhaal eromheen; storytelling is belangrijk voor een ontwerper of een catwalk show.¹² Imago of een narratief zijn vager dan een beschrijving van hoe een mouw in een schouder is gezet of hoe de rits vakkundig is weggewerkt. Een focus op beeld en verhaal heeft waarschijnlijk ook te maken met de opkomst van conceptuele modeontwerpers, zoals in Nederland het duo Viktor&Rolf. Nanda van den Berg maakte zich daar zelfs boos om. Zij vindt dat dit soort ondraagbare kleding de boventoon voert in Nederland en dat ontwerpers ermee weggelaten omdat ze geen weerwoord krijgen van een serieuze modekritiek, die volgens haar ontbreekt.¹³ Uit het onderzoek van Janssen, Van de Peer, en ook uit onze discoursanalyse van artikelen over mode in *NRC* blijkt dat modekritiek echter wel degelijk een grote ontwikkeling heeft doorgemaakt sinds midden jaren tachtig. Niet

10 A. Van de Peer, *Geknipt voor het moderne. Beoordelingscriteria, tijdspolitiek en materialiteit in geschreven modejournalistiek* (Dissertatie Universiteit Gent 2015), 1.

11 Idem, 140.

12 Idem, 142.

13 Van den Berg, 'Een kritieke stilte', 102.

alleen neemt de hoeveelheid artikelen over mode toe, maar ook wordt mode steeds serieuzer benaderd.

Dat is internationaal ook het geval. Modejournalistiek bestaat vanaf de jaren twintig van de vorige eeuw, maar werd meestal anoniem bedreven en werd ook niet als zodanig benoemd.¹⁴ In de jaren vijftig begon *The New York Times* de naam van de journalist te vermelden. Pas in 1994 werd door diezelfde krant de term 'fashion critic' geïntroduceerd en wel voor Amy Spindler.¹⁵ Vaak noemen modecritici zichzelf journalist, of 'reporter', of redacteur; dat laatste vooral in het geval van modetijdschriften.¹⁶ Ook in Nederland worden de modecritici vaak aangeduid als 'modejournalist' of 'moderedacteur'. Meestal nemen ze vele journalistieke genres voor hun rekening: nieuws, reportages, interviews en achtergrond. In dit hoofdstuk gebruiken wij het meer gangbare woord modejournalist. Vaak wordt onderscheid gemaakt tussen journalisten die voor modetijdschriften of voor kranten schrijven, omdat de krant voor een algemeen publiek is dat al dan niet in mode is geïnteresseerd. Bradford stelt dat een krant meer moeite moet doen om het onderwerp relevant te maken voor een breder publiek, door mode te duiden in haar economische, politiek en sociale context.¹⁷

Het woord 'kritiek' impliceert een kritische en afstandelijke houding. Dat staat in schril contrast met de meer persoonlijke en vaak onkritische toon van bijvoorbeeld bloggers of influencers.¹⁸ Recente academische studies wagen zich aan definities van modekritiek. Van de Peer schrijft in haar proefschrift dat modekritiek zowel de vraag behandelt 'of iets behoort tot (goede) mode', als dat de criticus 'deze oordelen rechtvaardigt'.¹⁹ Volgens de definitie van modekritiek die Peter McNeil en Sanda Miller geven, gaat het om beschrijving, interpretatie en evaluatie.²⁰ Johannes Reponen volgt Noël Carrolls bekende omschrijving van een criticus als iemand die 'engages in the reasoned evaluation of artworks'.²¹ Dit betekent dat een modejournalist

14 F. Granata, 'Letter From the Editor', in: *Fashion Projects* 4 (2014), 1-3, aldaar 1; K.N. Best, *The History of Fashion Journalism* (Londen 2017).

15 R. Martin, 'Addressing the Dress', in: M. Berger (red.), *The Crisis of Criticism* (New York 1998), 55-69, aldaar 54; Granata, 'Letter From the Editor', 2; F. Granata, 'Fashioning Cultural Criticism', 10-13.

16 J. Reponen, 'Fashion Criticism Today?', in: A. de Witt-Paul & M. Crouch (red.), *Fashion Forward* (Oxford 2011), 29-41, aldaar 32.

17 J. Bradford, *Fashion Journalism* (Londen 2014), 43.

18 Boekman, Themanummer 'De nieuwe kunstkritiek', 26:106 (2016).

19 Van de Peer, *Geknipt voor het moderne*, 2.

20 P. McNeil & S. Miller, *Fashion Writing and Criticism. History, Theory, Practice* (Londen 2014), 4.

21 Reponen, 'Fashion Criticism Today?', 31; N. Carroll, *On Criticism* (Londen 2009), 7.

de positieve en negatieve kanten van een kledingstuk beschrijft, analyseert, interpreteert en contextualiseert en het waardeoordeel onderbouwt met argumenten. Ook Lars Svendsen baseert zijn definitie op Carroll, wanneer hij schrijft dat modekritiek bestaat uit beschrijving, vergelijking, contextualisering en interpretatie, die gezamenlijk het belangrijkste doel ondersteunen: de evaluatie.²²

In bijna al deze definities gaat het om modekritiek als een vorm van kunstkritiek, dat wil zeggen als een evaluatie van het object: het kledingstuk of de seizoenscollectie. Richard Martin benadrukt echter dat modekritiek ook altijd cultuurkritiek behelst, omdat mode gaat over hoe mensen zich in het dagelijkse leven kleden. Mode raakt aan een culturele praktijk van zelfexpressie en sociale distinctie.²³ Choi en Van Dyk voegen daaraan toe dat het bij mode ook om een grootschalige industrie gaat. Zij stellen dat modekritiek zich daarom altijd beweegt tussen enerzijds kunstkritiek die meer op het esthetische aspect van mode is gericht, en anderzijds cultuurkritiek die de historische en sociaal-culturele context onder de loep neemt. Zij hebben als eersten een uitgebreid interdisciplinair model ontwikkeld voor modekritiek om recht te doen aan al die verschillende aspecten van mode.²⁴ Het is duidelijk dat het voor alle academici bij modekritiek zou moeten gaan om een geïnformeerd en beargumenteerd waardeoordeel.

Vluchtige mode

Dat academische belangstelling voor modekritiek lang op zich liet wachten, is het gevolg van de dubieuze status die mode had. Die lage status komt door twee zaken: mode geldt als vluchtig én als commercieel.²⁵ Daarmee wordt mode tegenover kunst geplaatst. In de woorden van Valerie Steele: 'Historically, fashion has tended to be dismissed as superficial, ephemeral, and material. By contrast, art has been valorized as significant form, eternally beautiful, and spiritual in nature.'²⁶ Deze dichotomie tussen mode en kunst leidde tot een defensieve houding, niet alleen bij de modekritiek

22 L. Svendsen, 'On Fashion Criticism', in: G. Matteucci & S. Marino (red.), *Philosophical Perspectives on Fashion* (Londen 2017), 107-117, aldaar 113.

23 Martin, 'Addressing the Dress', 55.

24 K.H. Choi & L. van Dyk, 'An Inclusive System for Fashion Criticism', in: *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* 11:1 (2018), 12-21, aldaar 19.

25 Martin, 'Addressing the Dress', 55.

26 V. Steele, 'Fashion', in: A. Geczy & V. Karaminas (red.), *Fashion and Art* (Londen 2012), 13-28, aldaar 13.

zelf, maar ook vanuit modestudies. Hoewel de grenzen tussen hoge en lage cultuur tegenwoordig geslecht zijn, en mode dus eigenlijk een meer serieus onderwerp van studie zou moeten zijn, blijft modekritiek tot in deze eeuw een lage status houden.²⁷ Granata schreef in 2018 nog: 'Despite the advancement made in the field of fashion criticism, [...] the relative lack of respect for the field is still extant.'²⁸

Nu is verandering inderdaad de essentie van mode. In een beroemde definitie schrijft Elizabeth Wilson dat 'fashion is the rapid and continual changing of styles'.²⁹ Juist doordat mode continu transformeert om 'in de mode' te blijven, is zij per definitie vluchtig: wat vandaag 'in' is, is morgen weer 'uit'. Maar deze vluchtigheid betekent nog niet dat mode inhoudsloos of oppervlakkig is. Al in het midden van de negentiende eeuw gingen er stemmen op om mode serieus te bespreken. Granata haalt Jules Barbey d'Aurevilly aan, die in 1845 onder het vrouwelijke pseudoniem 'Maximilienne de Syrène' klaagde dat er in de kranten alleen maar in commerciële zin over mode werd geschreven.³⁰

Modekritiek vond in de negentiende eeuw enkele illustere pleitbezorgers in auteurs als Charles Baudelaire, Oscar Wilde en Stéphane Mallarmé. Met hun cultuurkritiek verkondigden zij de aloude tegenstelling van 'zijn' en 'schijn', waarbij de mode duidelijk tot de wereld van de verschijning behoorde – mode schijnt en schittert. Maar voor deze auteurs vormde dat juist de fascinerende kracht van mode. Voor de dandy Baudelaire toonde de kleding van de moderne man een 'poëtische schoonheid', maar ook een 'politieke schoonheid', omdat mode een uitdrukking is van 'universele gelijkheid'.³¹ In 1874 schreef en publiceerde Mallarmé (vaak onder verschillende vrouwelijke pseudoniemen) acht edities van het tijdschrift *La dernière mode*. Voor Mallarmé was mode een vorm van kunst die, net als de andere kunsten, een kritische benadering vergde.³² Oscar Wilde grossierde in *bon mots* om het belang van een modieuze verschijning te onderstrepen: 'Looking good and dressing well is a necessity. Having a purpose in life is not.' Het is een van de vele uitspraken over mode die aan hem worden toegeschreven.³³

Schrijvers als Baudelaire, Mallarmé en Wilde, en later Walter Benjamin, maakten mode tot een essentieel onderdeel van hun kritische overdenking

27 Choi & Van Dyk, 'An Inclusive System for Fashion Criticism', 19.

28 Granata, 'Fashioning Cultural Criticism', 13.

29 E. Wilson, *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity* (New Jersey 2003 [1985]), 3.

30 Granata, 'Fashioning Cultural Criticism', 3.

31 U. Lehmann, *Tigersprung. Fashion in Modernity* (Cambridge/Londen 2000), 28.

32 Idem, 55.

33 Een bron voor deze uitspraak is nog niet gevonden; zie http://thinkexist.com/quotation/looking_good_and_dressing_well_is_a_necessity/153871.html.

van de aard en de ontwikkeling van de opkomende *moderne* cultuur. Ulrich Lehmann verkent in zijn boek *Tigersprung* de modernistische geschriften van deze en andere schrijvers. Hij stelt dat zij mode zien als een inherent fenomeen van de *moderniteit*. Want mode heeft alles te maken met het stadse leven van de metropool met zijn nieuwe warenhuizen als ware paleizen voor de nieuwe middenklasse. Mode is au fond modern.

De Duitse filosoof en socioloog Georg Simmel legde aan het begin van de negentiende eeuw in zijn klassiek geworden werken uit waarom mode een sociaal relevant thema is. Omdat mode zich kenmerkt door 'feverish change' ontstaan er nieuwe vormen van consumptie waarmee de opkomende middenklasse zich kan onderscheiden van zowel de hogere als de lagere klasse.³⁴ Net als de Amerikaanse socioloog Thorstein Veblen,³⁵ begrijpt Simmel mode als een dynamische kracht die sociale relaties vormgeeft, vooral in hiërarchische zin: mode toont – letterlijk – iemands klasse. Hun cultuurkritiek heeft niet zozeer een waarschuwend of vermanend bedoeling, maar eerder een analytische, waardoor begrip ontstaat voor de sociale dynamiek van mode.

Simmel en Veblen betoogden ook dat mode in het dagelijkse leven een duidelijke scheidslijn tussen de seksen trekt en dat in de moderne cultuur mode tot het 'typisch' vrouwelijke domein behoort. Juist dat historische verband tussen mode en vrouwelijkheid wordt door hedendaagse mode-theoretici aangegrepen om de lage status van mode nader te verklaren. Barbara Vinken opent haar boek *Fashion Zeitgeist* met de zin 'Fashion has rarely enjoyed a very good reputation'.³⁶ Ze stelt dat mode bij uitstek gezien wordt als 'superficiality, frivolity and vanity', wat mode onherroepelijk in de sfeer van 'het vrouwelijke' plaatst. Francesca Granata is ervan overtuigd dat die connectie tussen mode en vrouwelijkheid heeft geleid tot de lage status van mode en de verlate legitimering van modekritiek.³⁷

Tussen commercie en kunst

Dan is er het commerciële argument om mode, en in haar kielzog de zelfstandige modekritiek, niet serieus te nemen. Al in 1899 stelde Veblen dat mode een voorbeeld is van 'conspicuous consumption' en zelfs 'conspicuous

34 G. Simmel, 'The Philosophy of Fashion', in: D. Clarke, M. Doel & K. Housiaux (red.), *The Consumption Reader* (Londen 2003 [1905]), 238-245, aldaar 245.

35 T. Veblen, *Theory of the Leisure Class* (Oxford 2007 [1899]).

36 B. Vinken, *Fashion Zeitgeist: Trends and Cycles in the Fashion System* (Oxford 2005), 1.

37 Granata, 'Fashioning Cultural Criticism'.

waste'; mensen laten met hun kleren, schoenen en accessoires zien dat ze geld (over) hebben.³⁸ In zijn artikel over modekritiek stelt Reponen dat mode vaak gezien wordt als 'a somewhat disposable consumer-based industry'.³⁹ De commercie van het modesysteem is evident en hangt samen met de 'feverish change' ervan: wil iets in de mode zijn dan moet de industrie voortdurend nieuwe kledingstukken produceren.

Nu het woord industrie valt, is het belangrijk om een verschil te maken tussen mode en kleding, ook al worden de termen in de praktijk vaak door elkaar gebruikt. In de modetheorie staat mode voor een symbolisch systeem vol betekenissen.⁴⁰ Mode tekent de glamoureuze wereld van zowel de haute couture als de prêt-à-porter, de ontwerpers, de catwalks en de topmodellen. Kleding duidt op een materiële en belichaamde praktijk;⁴¹ de textiele kledingstukken die alle mensen dagelijks op hun lichaam dragen. De mens is een geklede mens; niemand gaat naakt over straat.⁴²

De kledingindustrie is een van de grootste en snelst groeiende industrieën, en wordt momenteel gewaardeerd op drie triljoen dollar, heeft mondiaal 75 miljoen mensen in dienst, maakt twee procent van het mondiale bruto nationaal product uit, en zeven procent van de totale wereldexport.⁴³ In Europa bereikte de textiel- en kledingindustrie in 2017 een omzet van 181 miljard euro (Euratex⁴⁴). Er gaat in mode en kleding dus veel geld om.

De nauwe band tussen mode en commercie wordt in de modekritiek vaak als probleem ervaren.⁴⁵ Modetijdschriften zijn afhankelijk van inkomsten uit advertenties van de mode-industrie, en worden daardoor al snel gezien als spreekbuis van de modehuizen en als ongeschikt voor kunstkritiek.⁴⁶ Monica Tilton stelt dat modekritiek geen gevestigde vorm van journalistiek is, zoals beeldende kunst- of literatuurkritiek dat is, vanwege die economische symbiose tussen de mode-industrie en de mode-media.

38 Veblen, *Theory of the Leisure Class*, 113.

39 Reponen, 'Fashion Criticism Today?', 31; Carroll, *On Criticism*, 32.

40 Y. Kawamura, *Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies* (Londen 2005).

41 J. Entwistle, *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory* (Oxford 2015).

42 De psychoanalyticus John Flügel (1930) heeft overtuigend betoogd dat kleding ten diepste voortkomt uit de behoefte tot versiering, en pas in tweede instantie ontworpen is als bescherming tegen het klimaat of om redenen van zedelijkheid.

43 <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>.

44 http://euratex.eu/pages/last-publications/publication-details/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=5964&cHash=6de9b9ed7e8c87de9e87c3afc6a6713.

45 K. Abnett, 'In Fashion Media, "Church and State" Dissolves', in: *Business of Fashion* (2015), <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/in-fashion-media-the-church-and-state-divide-dissolves> (geraadpleegd op 16 oktober 2018).

46 Van de Peer, *Geknipt voor het moderne*, 30.

Kwaliteitskranten zijn daarentegen in journalistiek opzicht onafhankelijker en objectiever.⁴⁷ Toch werden ook gerenommeerde journalisten als Suzy Menkes of Cathy Horyn na een negatieve recensie soms (tijdelijk) niet meer toegelaten werden bij shows van bepaalde ontwerpers, wat betekent dat de modeontwerpers een zekere macht uitoefenen en onafhankelijke journalistiek kunnen dwarszitten.⁴⁸ De modepers zal zich altijd rekenschap moeten geven van commerciële belangen, wil zij een legitieme plek in het journalistieke landschap veroveren.

De dubieuze status van mode als vluchtig en commercieel heeft ook in Nederland geleid tot dedain over modekritiek. Een grappig citaat uit *de Volkskrant* uit 1999 kan dit illustreren. Joost Zwagerman windt zich op over Rudy Kousbroeks geëtaleerde visie op mode:

Voor Kousbroek is mode nog stompziniger dan sport. Hij gruwet van het gekweel over wat in is en wat uit. De mode-industrie, bezwoer hij elf jaar geleden in *NRC Handelsblad*, speelt in op inferioriteitsgevoelens van de consument. Met als gevolg een slaafse navolging van domme ideeetjes die uit de breinen zijn gesijpeld van een handvol listige couturiers. [...] Zoals Kousbroek dacht men vroeger ook bij *de Volkskrant* over mode. Ik herinner me de onverholten minachting waarmee in deze krant zo'n vijftien jaar geleden werd geschreven over alles wat met mode had te maken. Soms was mode tegen heug en meug nieuws.⁴⁹

Die tijden van misplaatste superioriteit zijn inmiddels voorbij. De mode heeft zich definitief genesteld in de haarvaten van de samenleving en krijgt daar ook de erkenning en waardering voor.

Op zoek naar legitimering

Volgens de meeste theoretici is het de mode als veld nooit gelukt om dezelfde erkenning te krijgen als andere kunstvormen, door het ontbreken

47 M. Tilton, 'Fashion Criticism Unravelling: A Sociological Critique of Criticism in Fashion Media', in: *International Journal of Fashion Studies* 3:2 (2016), 209-223, aldaar 213; F. Davis, *Fashion, Culture and Identity* (Chicago 1995), 127; Bradford, *Fashion Journalism*, 43.

48 Martin, 'Addressing the Dress', 56; C. McDowell, 'In Defense of a Free Fashion Press', in: *Business of Fashion* (2013), <https://www.businessoffashion.com/articles/colins-column/colin-mcdowell-suzy-menkes-cathy-horyn-in-defense-of-a-free-fashion-press> (geraadpleegd op 16 oktober 2018).

49 J. Zwagerman, 'Als uit in is, en in uit, dan is alles oké', in: *de Volkskrant* 3 september 1999.

van een traditie van serieuze kritiek.⁵⁰ Eind jaren negentig betoogde Richard Martin nog dat het gebrek aan een serieuze modekritiek voor een groot deel te maken had met de afwezigheid van een academische discipline voor mode en daardoor met het ontbreken van een kritisch discours of analytisch model, zoals die wel voor de andere kunsten ontwikkeld zijn.⁵¹ Die situatie is inmiddels veranderd. Modestudies groeit langzaam uit tot een academische discipline en modekritiek is onderwerp van academische studie waarin een discours en modellen ontwikkeld worden.⁵²

Al eind vorige eeuw stelde Angela McRobbie dat mode steeds meer ruimte krijgt in (Britse) kwaliteitskranten,⁵³ terwijl Brenda Polan krap tien jaar later zelfs beweert dat mode, door haar stellig onder populaire cultuur geschaard, meer aandacht krijgt dan de klassieke kunsten: 'Fashion gets more coverage in the media than any comparable area of other human interest.'⁵⁴ De ontwikkeling heeft zich volgens de theoretici doorgezet, want modekritiek heeft inmiddels ook aan prestige gewonnen. Granata stelt dat modekritiek in het afgelopen decennium een 'fase van legitimering' heeft doorgemaakt.⁵⁵ De vraag is of empirisch onderzoek deze beweringen staft.

De eerste wetenschappelijke onderzoeken naar modejournalistiek gingen over *modetijdschriften*.⁵⁶ Pionier Roland Barthes deed zijn dissertatie-onderzoek over mode, waarin hij een semiotische analyse opzette van modetijdschriften als *Elle*. Het droge en vrij onleesbare *Système de la mode* (1967) staat in schril contrast met zijn sprankelende observaties in *Mythologie* (1957). Pas decennia later voerde Laird Borelli een longitudinaal onderzoek uit naar het Amerikaanse *Vogue*,⁵⁷ en Anna König een vergelijkbaar onder-

50 Svendsen, 'On Fashion Criticism', 109; Granata, 'Fashioning Cultural Criticism'; Choi & Van Dyk, 'An Inclusive System for Fashion Criticism', 12-21.

51 Martin, 'Addressing the Dress', 57.

52 Van de Peer, *Geknipt voor het moderne*; Choi & Van Dyk, 'An Inclusive System for Fashion Criticism', 12-21.

53 A. McRobbie, *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* (Londen 1998), 54.

54 B. Polan, 'Fashion Journalism', in: T. Jackson & D. Shaw (red.), *The Fashion Handbook* (New York 2006), 154-167, aldaar 154.

55 Granata, 'Letter From the Editor', 1. Hoewel ze constateert dat modestudies zich inmiddels als een academische discipline hebben gevestigd, lijkt ons dat wat voorbarig. Modestudies, of 'fashion studies', vinden voornamelijk aan modeacademies plaats en nog maar mondjesmaat aan academische universiteiten.

56 Bijvoorbeeld: C. Delhaye, *Door consumptie tot individu: modebladen in Nederland 1880-1914* (Amsterdam 2008).

57 L. Borelli, 'Dressing Up and Talking about It: Fashion Writing in *Vogue* from 1968 to 1993', in: *Fashion Theory* 1:3 (1997), 247-260.

zoek naar het Britse *Vogue*.⁵⁸ Deze drie onderzoekers merken op dat het overheersende vocabulaire van modetijdschriften kleurrijk, hyperbolisch en vooral ook stellig is: dit is in en dat is uit.⁵⁹ 'Blue is in fashion this year', schrijft Barthes ironisch.⁶⁰ Ook Richard Martin noteert het probleem dat modecritici zich vaak overleveren aan 'hyperbole and congratulation' of zelfs 'bubbly babble' in plaats van een serieuze poging om mode te duiden, om aan het eind van zijn artikel te verzuchten: 'We desperately need fashion criticism.'⁶¹

Agnès Rocamora was de eerste modeonderzoeker die kranten in plaats van tijdschriften bestudeerde.⁶² Zij verrichtte een vergelijkend onderzoek naar modekritiek in de Franse krant *Le Monde* en het Britse *The Guardian* uit het jaar 1996. Rocamora stelt dat in *Le Monde* modejournalisten de haute couture zien als een kunstvorm en in hun recensies daarom vooral nadruk leggen op het concept dat achter het kledingstuk schuilgaat. *The Guardian* schaart daarentegen mode onder populaire cultuur. Dit verschil tussen hoge en lage cultuur, met zijn verschillende waarderingen, zien we steeds weer terug in de modekritiek.

Susanne Janssen voerde een longitudinaal onderzoek uit naar modekritiek in Franse, Duitse en Nederlandse kwaliteitskranten tussen 1955 en 2005.⁶³ Volgens haar is modekritiek, in tegenstelling tot andere kunst- en populaire cultuurvormen, niet in staat geweest om een kritisch of intellectueel discours te ontwikkelen. Haar empirische onderzoek bevestigt dat in een land als Frankrijk, waar het modesysteem meer geïstitutionaliseerd is dan in Duitsland of Nederland, kwantitatief meer serieuze modejournalistiek wordt bedreven. Vanaf midden jaren negentig is in de drie landen een duidelijke toename te zien in modekritiek. En deze ontwikkeling zet zich door. Hoewel in Duitse en Nederlandse kranten in 2005 modekritiek zich nog redelijk in de marge bevindt, is de kwantiteit wel enorm toegenomen ten opzichte van de jaren negentig. Janssen suggereert een correlatie met de groei van de mode-industrie in die periode. Ook blijkt uit haar onderzoek dat kranten dan wel gestaag meer aandacht aan mode besteden, maar dat

58 A. König, 'Glossy Words: An Analysis of Fashion Writing in British *Vogue*', in: *Fashion Theory* 10:1-2 (2006), 205-224.

59 B. Fleskens, *Fashion criticism in the Netherlands* (Vrije Universiteit 2015), 66.

60 A. Stafford & M. Carter (red.), *Roland Barthes: The Language of Fashion*. (Oxford 2004), 37.

61 Martin, 'Addressing the Dress', 58, 70.

62 A. Rocamora, 'High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in *Le Monde* and *The Guardian*', in: *Fashion Theory* 5:2 (2001), 123-142.

63 S. Janssen, 'Fashion Reporting in Cross-National Perspective 1955-2005', in: *Poetics* 36:6 (2006), 383-406.

mode nog steeds minder aandacht krijgt dan de andere kunsten, en dat mode ook minder in termen van kunst en esthetiek wordt behandeld. Janssens onderzoek bevestigt dat het veld van mode zich nog niet voldoende heeft kunnen legitimeren.

Het begrip 'veld' komt van de socioloog Pierre Bourdieu. Een veld, zoals dat van de mode of de journalistiek, wordt bepaald door een geheel van relaties tussen uiteenlopende actoren, met een eigen specifieke structuur. Het culturele veld bestaat verder niet alleen uit materiële goederen, maar ook uit symbolische producten. Een kunstwerk, of, om het breder te trekken, een culturele uiting, komt tot stand, zo schrijft Bourdieu, 'a hundred times, by all those who are interested in it, who find a material or symbolic profit in reading it, classifying it, deciphering it, commenting on it, combating it, knowing it, possessing it'.⁶⁴ Een veld heeft een eigen set van eigenschappen, waardoor er een continue strijd is tussen gevestigde en opkomende partijen om de dominante waarden voor een bepaalde tijd te kunnen definiëren.⁶⁵ Deze strijd impliceert een voortdurende zoektocht naar legitimering; een 'competition for the monopoly of artistic legitimation'.⁶⁶ Ook binnen het veld van de mode is zo'n machtsstrijd gaande, met als doel om een hiërarchie tot stand te kunnen brengen en te kunnen bepalen wat legitieme mode betekent.⁶⁷ Als het een veld lukt om zich te legitimeren, verwerft het meer status en prestige. Granata laat in haar artikel uit 2018 zien dat die machtsstrijd deels te maken heeft met gender: 'The gender dynamic of the field is central to fashion criticism's delay in legitimization'.⁶⁸

Een manier om cultureel kapitaal te verwerven is door de mode als *kunst* op te vatten. Van oudsher loopt er al een discussie of mode ook kunst is of kan zijn.⁶⁹ Svendsen merkt op dat modeontwerpers altijd veel moeite hebben gedaan om erkenning te oogsten als origineel kunstenaar. Door de opkomst van de conceptuele mode in de jaren tachtig is die discussie verhevigd. Om als kunst gezien te worden is het voor mode niet genoeg dat modeontwerpers zichzelf tot kunstenaar uitroepen, zoals vaak genoeg gebeurt.⁷⁰ In dat geval

64 P. Bourdieu, *The Field of Cultural Production* (Cambridge 1993), 111.

65 A. Rocamora, 'Pierre Bourdieu: The Field of Fashion', in: A. Rocamora & A. Smelik (red.), *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists* (Londen 2016), 233-250, aldaar 234.

66 Bourdieu, *The Field of Cultural Production*, 252.

67 P. Bourdieu & Y. Delsaut, 'Le Couturier et sa Griffe: Contribution à une Théorie de la Magie', in: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 1 (1997), 7-36, aldaar 15.

68 Granata, 'Fashioning Cultural Criticism', 14.

69 K.S. Bok, 'Is Fashion Art?', in: *Fashion Theory* 2:1 (1998), 51-72; V. Steele, 'Fashion', in: A. Geczy & V. Karaminas (red.), *Fashion and Art* (Londen 2012), 13-28.

70 Meest recentelijk nog door Viktor&Rolf die zich voor hun overzichtstentoonstelling in de Kunsthal in 2018 als 'fashion artists' bestempelden.

moet het modeveld zelf ook genoeg cultureel kapitaal verwerven.⁷¹ Dit gebeurt onder andere door de toename van niche-modetijdschriften, vaak online, waarin serieuze modekritiek beoefend wordt.⁷² Voorbeelden zijn *Vestoj* door Anja Aronowsky Cronberg en *Address* door Johannes Reponen. Van de Peer ziet een duidelijke ontwikkeling in de modejournalistiek naar wat zij noemt 'verkunstiging', vanwege de sterke conceptualisering van hedendaagse ontwerpersmode.⁷³ De ontwikkeling in de richting van kunst binnen het modeveld zelf levert de modekritiek munitie om te ageren tegen de negatieve visie op mode die vanuit een traditionele cultuurkritiek werd geventileerd.

Uit het debat in de modetheorie blijkt dat de strijd om legitimiteit onder modejournalisten onmisbaar is, wil het veld van mode meer status verkrijgen. In ons empirische onderzoek kijken we dan ook niet alleen naar de kwantiteit van de modekritiek, maar maken we ook een inhoudsanalyse om te bekijken of mode op steeds serieuze toon wordt beschreven, en of mode wordt weergegeven als een uiting van de populaire cultuur of als kunst. Daarmee hopen we een antwoord te vinden op de vraag of de legitimiteit van modekritiek toeneemt.

Het empirische onderzoek

Voor het onderzoek naar modejournalistiek in kwaliteitskranten kozen we aanvankelijk voor het *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant*. Rosanne de Goffau heeft eerst een kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Daarbij was de eerste hypothese dat tussen 1985 en 2015 een toename te zien is in de *kwantiteit* van modekritiek in deze twee kranten; en de tweede dat mode wordt weergegeven als een uiting van de *populaire cultuur* of *lifestyle* en niet geschaard wordt onder *kunst*.

Om iets zinnigs te kunnen zeggen over de ontwikkeling van de Nederlandse modekritiek hebben we gekozen voor een periode van 25 jaar, en wel van 1985 tot 2010. De keuze voor deze tijdspanne maakt het mogelijk onderzoek te doen naar de inhoud, de toon en het taalgebruik van, en culturele referenties in krantenartikelen, om zo continue of veranderende

71 A. Geczy & V. Karaminas (red.), *Fashion and Art* (Londen 2012), 24.

72 A. Lynge-Jorlén, 'Between Frivolity and Art: Contemporary Niche Fashion Magazines', in: *Fashion Theory* 16:1 (2012), 9-28.

73 Van de Peer, *Geknipt voor het moderne*, 271.

patronen te herkennen.⁷⁴ Meer kranten en een langere periode waren niet haalbaar binnen de beperkte onderzoekstijd voor een masterscriptie. Zoals gebruikelijk voor kranten- of tijdschriftenonderzoek is gekozen voor intervallen, en wel van vijf jaren: 1985, 1990, 1995, 2000, 2005 en 2010. Bij *de Volkskrant* is voor de jaren 2000, 2005 en 2010 ook de zaterdagbijlage *Volkskrant magazine* onderzocht. Voor de intervaljaren 1985, 1990 en 1995 heeft Rosanne gebruikgemaakt van de online krantendatabase Delpher. Deze website bevat de kranten vanaf 1618 tot en met 1995 en bevat een zoekstelsel waarmee de krantenartikelen onderscheiden kunnen worden van bijvoorbeeld advertenties. De betreffende artikelen zijn gefilterd op de term 'mode'.

Helaas gaat Delpher niet verder dan 1995, en het *NRC Handelsblad* is slechts tot en met 1994 opgenomen. *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant* beschikken niet zelf over een (complete) database die langer dan twintig jaar teruggaat. Ook is een probleem dat veel modejournalisten freelancer zijn en hun artikelen niet altijd in de online databases van de kranten zijn opgenomen. Voor de intervaljaren 2000, 2005 en 2010 heeft Rosanne het onderzoek voortgezet in de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag, waar alle gearchiveerde Nederlandse kranten in te zien zijn op microfilms. Helaas is er op de microfilms geen zoekstelsel beschikbaar, wat het doorzoeken op artikelen over mode tot een tijdrovende klus maakte.⁷⁵

Het kwantitatieve onderzoek houdt in de eerste plaats *tellen* in: de hoeveelheid artikelen over mode zijn over het *gehele* desbetreffende jaar geteld: het totaal aantal artikelen komt uit op 805. Vervolgens is de auteur genoteerd, op welke dag en pagina het artikel verscheen en in welk katern of rubriek.⁷⁶ Alleen de geschreven tekst is geanalyseerd; afbeeldingen en illustraties zijn buiten beschouwing gebleven.

Een eerste grove selectie van artikelen over mode levert het volgende resultaat op:

Hieruit blijkt dat 1985 een nogal vruchtbaar jaar was voor de Nederlandse modekritiek in *NRC* en dat het aantal artikelen nadien niet meer zo hoog is geweest. In vergelijking met 2010 is van de modekritiek in *NRC* ongeveer een kwart overgebleven ten opzichte van 1985. We hebben daar geen duidelijke verklaring voor; maar het gaat om veel kleine, vaak beschrijvende artikelen die meer over dagelijkse kleding gaan dan over mode. Ook ontbreken in 1990

74 König, 'Glossy Words', 206.

75 De data zijn beschikbaar op de Radboud Universiteit Nijmegen bij prof. dr. A.M. Smelik.

76 Binnen het kader van dit artikel bespreken we alleen relevante gegevens; daarom zijn dagen en maanden waarin modekritiek verscheen hier verder niet verwerkt.

Tabel 1

<i>NRC Handelsblad (totalen per jaar)</i>	
1985	93
1990	29 ⁷⁷
1995	46
2000	35
2005	58
2010	29
Totaal inclusief 1985	290
Totaal exclusief 1985	197

Tabel 2

<i>de Volkskrant (totalen per jaar)</i>	<i>de Volkskrant</i>	<i>Volkskrant magazine</i>	<i>Totaal per jaar</i>
1985	29	0	29
1990	53	0	53
1995	75	0	75
2000	36	34	70
2005	46	29	75
2010	43	110	153
Totaal gescheiden	282		173
Totaal samengevoegd			455

een paar maanden, wat het beeld vertekent. Het kan ook te maken hebben met de introductie van *NRC.next* in 2006; wellicht wordt de mode daarin vaker besproken omdat het blad zich meer op jongeren richt (*NRC.next* is niet meegenomen in ons onderzoek). *NRC* is in 2011 begonnen met een lifestyle bijlage bij de zaterdagkrant, waarvoor moderedacteur Milou van Rossum werd aangenomen (die haar positie bij *de Volkskrant* ervoor verliet).⁷⁸ Hiermee kreeg mode volgens haar vanaf 2011 een vaste plek in de *NRC*: 'Bij *NRC* is mode geen vast en vanzelfsprekend onderdeel van de krant geweest, maar werd het vooral incidenteel behandeld.'⁷⁹ Deze observatie wordt door onze cijfers bevestigd.

77 In het jaar 1990 van *NRC Handelsblad* ontbreken de maanden februari, juni en oktober op Delpher. Bij navraag bij de Koninklijke Bibliotheek bleken deze ook niet in het archief aanwezig.

78 Van Rossum werd bij *de Volkskrant* opgevolgd door Bregje Lampe.

79 M. Willems, 'Milou van Rossum: "mode meer dan alleen kleren kopen"', in: *NRC Handelsblad* 10 juli 2018.

Bij *de Volkskrant* laat het aantal artikelen van 1985 tot 1995 een duidelijke stijging zien, evenals van 2005 tot 2010, maar daar tussenin blijft het aantal krantenartikelen over mode stabiel rond zeventig artikelen per jaar. Voor deze data is zowel *de Volkskrant* als het *Volkskrant Magazine* geraadpleegd; *Volkskrant Magazine* verschijnt vanaf 1999 als een full colour bijlage bij de zaterdagkrant. Onze eerste hypothese, dat de kwantiteit van artikelen over mode in de periode van 1985 tot 2010 – met schommelingen – gestaag toeneemt, wordt door de door ons gevonden data bevestigd.

Auteurs

We hebben de gegevens ook uitgewerkt voor auteurs. Bij *de Volkskrant* zijn er in totaal, over zes intervaljaren verspreid, 98 unieke auteurs voor 443 artikelen. In *de Volkskrant* schrijft Pauline Terreehorst verreweg de meeste artikelen over mode tussen 1985 en 2000, waarna haar taak wordt overgenomen door Milou van Rossum tot 2011. Er is daarnaast een groot aantal auteurs dat slechts af en toe over mode schrijft. Bij *NRC* zijn er in totaal, over zes intervaljaren verspreid, 83 unieke auteurs voor 289 artikelen. De auteurs die de grootste bijdrage leveren per jaar zijn weergegeven in de volgende tabellen, evenals de procentuele bijdrage van de betreffende auteur.⁸⁰

Uit het overzicht van *NRC* komt een saillant gegeven naar voren, namelijk dat in 2005 na Jetty Ferwerda het grootste aandeel in de modekritiek wordt geleverd door de internationaal vermaarde modejournaliste Suzy Menkes, die tot 2014 voor *The International Herald Tribune* schreef. *NRC* maakte toen de keuze om maar liefst dertien keer Nederlandse vertalingen van Menkes' artikelen te publiceren. Bovendien werden Ferwerda's artikelen gepubliceerd in de rubriek 'Leven &cetera', terwijl Menkes' artikelen opgenomen werden in de kunstbijlage of in een kunstrubriek. Dit lijkt een duidelijk voorbeeld te zijn van status en macht: als Menkes over mode schrijft, draagt dat meer legitimiteit dan wanneer een Nederlandse journaliste dat doet.

Rubrieken

In *NRC* wordt mode in elk onderzocht intervaljaar steeds in een andere rubriek geplaatst. In 1985 vooral in de rubriek 'Mens en bedrijf'; in 1990 'Mode & Vormgeving'; in 1995 'de Weekagenda'; in 2000 'de Agenda'; in 2005

80 Door ruimtegebrek nemen we hier niet alle tabellen op met de auteurs per onderzocht jaar.

Tabel 3

Jaar	Totaal aantal artikelen	Auteur <i>NRC</i>	Hoeveelheid artikelen	Bijdrage in %
1985	91	Joyce Roodnat; Marijke Hilhorst	9	9,9 %
1990	29	Karin Schacknat	9	
1995	47	Edith Schoots	6	20,7 %
2000	35	Jetty Ferwerda	20	42,6 %
2005	58	Jetty Ferwerda	16	45,7 %
2010	29	Georgette Koning	17	29,3 %
			13	44,8 %

Tabel 4

Jaar	Totaal aantal artikelen	Auteur <i>de Volkskrant</i>	Hoeveelheid artikelen	Bijdrage in %
1985	25	Ineke Jungschleger	4	16 %
1990	51	Pauline Terreehorst	36	70,6 %
1995	73	Pauline Terreehorst	41	51,2 %
2000	69	Milou van Rossum	22	31,9 %
2005	73	Milou van Rossum	31	42,5 %
2010	152	Milou van Rossum	82	53,9 %

'Leven &cetera'; en in 2010 'Kunst'. Daarbij valt op dat in het betreffende jaar een bepaalde rubriek overheerst; blijkbaar krijgen artikelen over mode een min of meer vaste plaats in de krant. Ook valt op dat mode in de jaren na 1985 mondjesmaat in de rubriek 'Kunst' wordt opgenomen, en dat dit gaandeweg toeneemt. In 2000 wordt 17 procent van de artikelen over mode onder de rubriek 'Kunst' geplaatst, in 2005 36 procent en in 2010 52 procent.

In *de Volkskrant* is mode vooral ondergebracht bij lifestyle-rubrieken. In 1985 is de grootste rubriek 'Vervolgens/mode'; in 1995 omgedoopt tot 'Vervolgens'; en in 1995 tot 'Vervolg'. Vanaf 2000 verschijnen moderubrieken in *Volkskrant Magazine*, afwisselend in rubrieken als (onder andere) 'Smaak', 'Hebben en zijn', 'Seizoen', 'Andere ogen', of simpelweg 'Interview' of 'Reportage'. In 2005 verschijnt voor het eerst een modespecial. In 2010 valt op dat er heel verschillende rubrieken zijn waarin mode gepubliceerd wordt: drie in de krant en wel negentien in het magazine. Vanaf 2010 verschijnt er twee keer per jaar een modespecial, met de seizoenen van de modeshows mee, in maart en in september. In *de Volkskrant* valt verder op dat mode slechts sporadisch in de rubriek 'Kunst' terechtkomt.

Deze data bevestigen onze tweede hypothese dat mode in *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant* wordt weergegeven als een uiting van de *populaire cultuur* of *lifestyle* en niet zozeer als (hoge) kunstvorm.

Codering van beoordelingscriteria

Na deze eerste verkenning zijn we verdergegaan met een discoursanalyse van de artikelen in *NRC Handelsblad* tussen 1990 en 2010, waarbij om redenen van haalbaarheid het intervaljaar 1985 afviel, en de artikelen in *de Volkskrant* verder niet meer zijn meegenomen. Voor het kwalitatieve onderzoek hebben we op basis van de hierboven besproken theorie twee hypothesen opgesteld. Ten eerste veronderstellen we dat mode in *NRC* in de periode 1990-2010 op steeds *serieuzere* toon wordt beschreven, en ten tweede dat de *legitimiteit* van modekritiek toeneemt.

Na een strengere selectie vielen artikelen over modefotografie, beauty, haar, sieraden en lezersbrieven af, zodat we ons beperkten tot evaluatieve artikelen over mode die een waardeoordeel gaven. Het coderen van de overgebleven 290 artikelen is met de hand gedaan aan de hand van criteria uit het onderzoek van Van de Peer. Zij stelde achttien categorieën op om de status van de modekritiek te achterhalen, en de manier waarop modejournalisten met behulp van bepaalde criteria proberen om legitimiteit te verkrijgen (in de zin van Bourdieu). Per criterium turven we hoe vaak het voorkwam in de onderzochte artikelen: 'Hoe meer journalisten een beroep doen op een criterium, hoe legitiemer het wordt'.⁸¹ De toename of afname in legitimiteit wordt dus bepaald door het uiteindelijke aantal hits dat een criterium oplevert. We hebben Van de Peers categorieën ongewijzigd overgenomen, waarbij een codering gegeven werd met een cluster aan woorden of frasen die met een bepaalde categorie overeenkomen. In de categorie 'het heden' zijn bijvoorbeeld begrippen als 'up-to-date', 'hedendaags' of 'actueel' meegenomen in de codering.⁸²

In totaal zijn er achttien categorieën voor de beoordelingscriteria gebruikt voor de codering: schoonheid; functionaliteit; vrouwelijkheid/mannelijkheid; elegantie; materialiteit; commercialiteit; persoonlijke stijl van de ontwerper/modehuis/dragers; oorspronkelijkheid; traditie; het verleden; het heden; de toekomst; cyclisch/lineair; vakmanschap; modeontwerp als intellectuele praktijk; het nieuwe; verandering; kunst.

⁸¹ Van de Peer, *Geknipt voor het moderne*, 108.

⁸² De coderingen zijn in kaart gebracht met verschillende grafieken en diagrammen met behulp van Excel. Deze nemen we niet op in dit artikel, wel bespreken we de resultaten.

Kwalitatief onderzoek: Critical Discourse Analysis

Na de verzameling en codering van alle data zijn deze nader geduid en geïnterpreteerd door middel van een discoursanalyse. Hiervoor hebben we het model gebruikt van Norman Fairclough, de Critical Discourse Analysis.⁸³ Een Critical Discourse Analysis onderzoekt hoe een discours betrokken is in machtsrelaties door middel van een analyse van drie dimensies: de geschreven tekst; het productie- en interpretatieproces van de tekst; en de sociale voorwaarden voor productie en interpretatie van een tekst. Hierop baseert Fairclough een driedelig analysemodel: de *beschrijving* gaat om de formele eigenschappen van een tekst; de *interpretatie* heeft te maken met de relatie tussen de tekst en interactie; en de *verklaring* betreft de relatie tussen interactie en de sociale context. De Critical Discourse Analysis maakt het mogelijk om het impliciete discours te achterhalen door bijvoorbeeld te letten op stijlfiguren en daarmee de impliciet verweven waardering te achterhalen op basis waarvan een modecriticus iets goed of minder goed vindt.⁸⁴ Nuances in taal leggen de onderliggende ideologie van een artikel bloot, waardoor duidelijk wordt op welke manier de betreffende journalist het machtsveld van de mode probeert te beïnvloeden en aan legitimiteit te winnen.⁸⁵ De Critical Discourse Analysis stelt ons dan ook in staat om een strijd om legitimiteit te achterhalen: hoe serieus wordt mode genomen, en wordt mode gezien als uiting van kunst of van populaire cultuur?

Resultaten

In totaal verschenen er tussen 1990 tot 2010 in *NRC* 197 artikelen over mode. Na de codering blijkt dat van alle achttien criteria 'materialiteit' de categorie is die het hoogste scoort met meer dan 1800 hits. Dit betekent dat materiële zaken zoals de beschrijving van stoffen, de visuele aspecten van textiel, de beschrijving van het silhouet, en de relatie van de kledij tot het lichaam, de grootste plaats innemen binnen het corpus. Hier is iets interessants aan de hand, want over de jaren heen neemt de categorie materialiteit beslist af. Materialiteit wordt op grote afstand gevolgd door schoonheid: waarderingen of mode mooi, lelijk, leuk, aantrekkelijk of saai is leveren 328 hits op. Ook

83 N. Fairclough, *Language and Power* (Londen 1989).

84 Van de Peer, *Geknipt voor het moderne*, 104.

85 H. Janks, 'Critical Discourse Analysis as a Research Tool', in: *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 18:3 (1997), 329-342, aldaar 330.

de categorieën 'modeontwerp als intellectuele praktijk' en 'verandering' leveren meer dan 300 hits op.

Het beeld schommelt vaak wat, maar over de langere tijdspanne zien we de volgende criteria *afnemen*: schoonheid, functionaliteit, vrouwelijkheid/mannelijkheid, elegantie, traditie, het verleden, cyclisch/lineair, materialiteit, en commercie. Daarbij valt op dat de categorieën 'elegantie' en 'cyclisch/lineair' überhaupt weinig scoren. Het historische verleden en traditie worden gaandeweg minder belangrijk gevonden in de beschrijving en duiding van mode. Ook het belang van functionaliteit neemt af als criterium.

Hoewel het beeld ook schommelt bij de tegenovergestelde ontwikkeling, is gedurende de periode waar te nemen dat de volgende criteria *toenemen*: vakmanschap, modeontwerp als intellectuele praktijk, persoonlijke stijl van de ontwerper/drager, kunst, oorspronkelijkheid, het nieuwe, verandering, het heden, en de toekomst. We zien ook dat modejournalisten in toenemende mate mode relateren aan kunst. Dit komt enerzijds omdat de mode vaker in musea wordt tentoongesteld, maar ook omdat mode vergeleken wordt met de kunsten of dat mode als een kunstvorm wordt gezien. In dit verband is het opmerkelijk dat categorieën die een bepaalde eigenheid veronderstellen allemaal toenemen, zoals 'vakmanschap', 'persoonlijke stijl' en 'oorspronkelijkheid'. Daarmee plaatst mode zich al dicht bij het discours van autonome kunst. In dezelfde lijn valt op dat mode in de loop der jaren beoordeeld wordt op haar intellectuele inslag: er wordt vaker benoemd of een collectie of mode-item een verhaal vertelt of iets bekritiseert, of er wordt gesteld dat zo'n verhaal of kritische instelling juist ontbreekt. De categorieën 'het nieuwe' en 'verandering' laten een lichte stijging zien van ongeveer tien procent. Dit ligt voor de hand als de tegenovergestelde criteria van 'verleden' en 'traditie' juist afnemen. Nu wordt mode meer gewaardeerd als iets actueels of als iets dat de toekomst verbeeldt.

Interpreteren we deze gegevens, dan blijkt dat onze hypothesen bevestigd worden: mode wordt op steeds *serieuzere* toon beschreven in de periode van 1990 tot 2010 in *NRC Handelsblad*. Weliswaar valt mode eerder onder lifestyle en populaire cultuur, en niet zozeer onder kunst, maar dat zijn terreinen die op zichzelf ook aan belang en validiteit hebben gewonnen. We constateren dat er langzamerhand een kritisch discours ontstaat over mode, waarin zowel de esthetische als de sociale en culturele perspectieven van mode aan bod komen. Samen met de toename van de *kwantiteit* van het aantal artikelen over mode, en andere gegevens zoals de aanstelling van een vaste modejournalist, kunnen we stellen dat de *legitimiteit* van modekritiek in het *NRC Handelsblad* toeneemt in de door ons onderzochte periode van twintig jaar.

Conclusie

In dit artikel hebben we betoogd dat modekritiek sinds 1985 geleidelijk aan een eigen plaats heeft verworven in Nederlandse kwaliteitskranten. In ons – relatief kleine – empirische onderzoek naar modekritiek in *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant* tussen 1985 en 2010 hebben we artikelen over mode geteld, gecodeerd en geïnterpreteerd aan de hand van Van de Peers beoordelingscriteria en Faircloughs kritische discoursanalyse. De kwantiteit van artikelen over mode neemt toe, zowel in *NRC* als *de Volkskrant*. Artikelen over mode verschijnen voor het grootste deel in rubrieken over lifestyle en populaire cultuur. In *de Volkskrant* blijft dat zo, maar in *NRC* worden artikelen over mode in deze periode steeds meer ondergebracht bij de rubriek 'Kunst', tot zelfs meer dan de helft van het totaal. Daaraan is heel duidelijk af te lezen dat mode aan legitimiteit wint. Daarbij moet ook vermeld worden dat lifestyle en populaire cultuur sowieso aan populariteit en validiteit hebben gewonnen. Ook in dit soort rubrieken wordt de esthetiek van objecten uit de populaire cultuur zoals popmuziek of film onderworpen aan een kritische analyse.

De toenemende legitimering van modekritiek blijkt uit onze verwerkinsanalyse, waarmee we continuerende en veranderende patronen in de gehele dataverzameling signaleren. Uit de tekstanalyse blijkt dat 'traditionele' criteria als elegantie en schoonheid min of meer verdwijnen in de evaluatie van mode. Geen wonder dat ook 'het verleden' en 'traditie' lager scoren. Ook eigenschappen als functionaliteit en commercie nemen af. Daarentegen worden meer kunstzinnige eigenschappen hoger gewaardeerd, zoals de persoonlijke stijl van een ontwerper, oorspronkelijkheid, het nieuwe, en verandering. Modejournalisten kijken meer naar het heden en de toekomst dan naar het verleden. In de modekritiek valt op dat een eigenschap als materialiteit dan wel afneemt, maar nog steeds heel belangrijk is in de esthetische waardering van een kledingstuk of collectie.

Combineren we nu de algemene ontwikkelingen met de interpretatie van de inhoud van de artikelen over mode in *NRC*, dan kunnen we stellen dat de defensieve houding die in de jaren tachtig en negentig nog wel eens voorkwam ten opzichte van mode en modekritiek, nagenoeg verdwijnt in het huidige millennium. Onze conclusie is positiever dan Susanne Janssen, die twaalf jaar geleden nog stelde dat legitimering van mode in Europese kwaliteitskranten nog achterbleef.⁸⁶ Wellicht komt onze positieve verklaring

86 S. Janssen, 'Fashion Reporting', 387.

over de voortschrijdende legitimering voort uit het feit dat wij modekritiek op zich hebben onderzocht, en niet in relatie tot de andere kunsten. Wij nemen waar dat mode steeds meer in termen van kunst en esthetiek wordt besproken in de modejournalistiek, ook al speelt een bredere cultuurkritische invalshoek ook een grote rol. Volgens ons is dat laatste echter geen probleem maar eerder een noodzakelijkheid, omdat mode zich nu eenmaal *moet* bewegen tussen kunst- en cultuurkritiek. Mode kan immers niet los gezien worden van kleding, en andersom, kleding kan niet los gezien worden van mode. Mode is dan ook fundamenteel anders dan de andere kunsten, omdat het niet alleen een esthetiek maar ook een belichaamde, alledaagse praktijk betreft die alle mensen aangaat.

Als legitimering alleen wordt gezien als belangstelling voor esthetiek, of een opschuiving van mode in de richting van kunst, dan blijft legitimering inderdaad achter. Maar als we legitimering ook begrijpen als een toenemende belangstelling voor de rol die mode speelt in de hedendaagse cultuur, dan kunnen we niet anders dan concluderen dat modekritiek zich tot een serieuze tak van de journalistiek heeft ontwikkeld. Uit ons empirische onderzoek concluderen we dat die ontwikkeling de laatste decennia in gang is gezet. Modekritiek is niet langer het ondergeschoven kindje in de journalistiek, maar is uitgegroeid tot een volwaardig onderdeel van zowel de kunst- als de cultuurkritiek.

Bibliografie

- Abnett, K. 'In Fashion Media, "Church and State" Dissolves', in: *Business of Fashion*. <https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/in-fashion-media-the-church-and-state-divide-dissolves> (geraadpleegd op 16 oktober 2018).
- Aronowsky Cronberg, A., *Vestoj. The Platform for Critical Thinking on Fashion*. <http://vestoj.com/> (geraadpleegd op 16 oktober 2018).
- Barthes, R., *Système de la mode* (Parijs 1967). Engelse vertaling: *The Fashion System* (Berkeley 1990).
- Barthes, R., *Mythologies* (Parijs 2010 [1957]).
- Best, K.N., *The History of Fashion Journalism* (Londen 2017).
- Berg, N. van de, 'Een kritieke stilte: de Nederlandse modewereld mist een gezaghebbende kritische stem', in: *Boekman*, 15:57 (2003), 100-106.
- Boekman, Themanummer 'De nieuwe kunstkritiek', 26:106 (2016).
- Bok, K.S., 'Is Fashion Art?', in: *Fashion Theory* 2:1 (1998), 51-72.
- Borelli, L. O'Shea, 'Dressing Up and Talking about It: Fashion Writing in *Vogue* from 1968 to 1993', in: *Fashion Theory* 1:3 (1997), 247-260.

- Bourdieu, P., *The Field of Cultural Production* (Cambridge 1993).
- Bourdieu, P. & Y. Delsaut, 'Le Couturier et sa Griffe: Contribution à une Théorie de la Magie', in: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 1 (1997), 7-36.
- Bradford, J., *Fashion Journalism* (Londen 2014).
- Carroll, N., *On Criticism* (Londen 2009).
- Choi, K.H. & L. van Dyk, 'An Inclusive System for Fashion Criticism', in: *International Journal of Fashion Design, Technology and Education* 11:1 (2018), 12-21.
- Davis, F., *Fashion, Culture and Identity* (Chicago 1995).
- Delhay, C., *Door consumptie tot individu: modebladen in Nederland 1880-1914* (Amsterdam 2008).
- Entwistle, J., *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory* (Oxford 2015).
- Fairclough, N., *Language and Power* (Londen 1989).
- Fairclough, N., *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (Londen 1995).
- Fleskens, B., *Fashion criticism in the Netherlands: a study of fashion criticism in the Dutch quality newspaper NRC Handelsblad 2005-2015* (Vrije Universiteit 2015).
- Flügel, J.C., *The Psychology of Clothes* (Londen 1930).
- Geczy, A. & V. Karaminas, (red.), *Fashion and Art* (Londen 2012).
- Goffau, R. de, *Modekritiek in Nederlandse kwaliteitskranten, 1985-2010* (Radboud Universiteit Nijmegen 2019).
- Granata, F., 'Letter From the Editor', in: *Fashion Projects* 4 (2014), 1-3.
- Granata, F., 'Fashioning Cultural Criticism: An Inquiry into Fashion Criticism and its Delay in Legitimization', in: *Fashion Theory* (2018 online), 1-18. DOI: 10.1080/1362704X.2018.1433397.
- Janks, H., 'Critical Discourse Analysis as a Research Tool', in: *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 18:3 (1997), 329-342.
- Janssen, S., 'Fashion Reporting in Cross-National Perspective 1955-2005', in: *Poetics* 36:6 (2006), 383-406.
- Kawamura, Y., *Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies* (Londen 2005).
- König, A., 'Glossy Words: An Analysis of Fashion Writing in British *Vogue*', in: *Fashion Theory* 10:1-2 (2006) 205-224.
- Lehmann, U., *Tigersprung. Fashion in Modernity* (Cambridge/Londen 2000).
- Lynge-Jorlén, A., 'Between Frivolity and Art: Contemporary Niche Fashion Magazines', in: *Fashion Theory* 16:1 (2012), 9-28.
- Martin, R., 'Addressing the Dress', in: M. Berger (red.), *The Crisis of Criticism* (New York 1998), 55-69.
- McDowell, C., 'In Defense of a Free Fashion Press', in: *Business of Fashion* (2013) <https://www.businessoffashion.com/articles/colins-column/colin-mcdowell-suzy-menkes-cathy-horvath-in-defense-of-a-free-fashion-press> (geraadpleegd op 16 oktober 2018).

- McNeil, P. & S. Miller, *Fashion Writing and Criticism. History, Theory, Practice* (Londen 2014).
- McRobbie, A., *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* (Londen 1998).
- Oates, J.C., 'Confronting Head-on the Face of the Afflicted', in: M. Berger (red.), *The Crisis of Criticism* (New York 1998), 30-40.
- Peer, A. Van de, *Geknipt voor het moderne. Beoordelingscriteria, tijdsbeleid en materialiteit in geschreven modejournalistiek* (Dissertatie Universiteit Gent 2015).
- Polan, B., 'Fashion Journalism', in: T. Jackson & D. Shaw (red.), *The Fashion Handbook* (New York 2006), 154-167.
- Reponen, J., 'Fashion Criticism Today?', in: A. de Witt-Paul & M. Crouch (red.), *Fashion Forward* (Oxford 2011), 29-41.
- Reponen, J., *Address. Journal for Fashion Criticism*. <https://theaddressmagazine.com/> (geraadpleegd op 16 oktober 2018).
- Rocamora, A., 'High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in *Le Monde* and *The Guardian*', in: *Fashion Theory* 5:2 (2001), 123-142.
- Rocamora, A., 'Pierre Bourdieu: The Field of Fashion', in: A. Rocamora & A. Smelik (red.), *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists* (Londen 2016), 233-250.
- Simmel, G., 'The Philosophy of Fashion', in: D. Clarke, M. Doel, & K. Housiaux (red.), *The Consumption Reader* (Londen 2003 [1905]), 238-245.
- Simmel, G., 'Fashion', *The American Journal of Sociology*, LXII:6 (1957 [1904]), 541-558.
- Smelik, A. (red.), *Delft Blue to Denim Blue. Contemporary Dutch Fashion* (Londen 2017).
- Stafford, A. & M. Carter (red.), *Roland Barthes: The Language of Fashion*. (Oxford 2004).
- Steele, V., 'Fashion', in: A. Geczy & V. Karaminas (red.), *Fashion and Art* (Londen 2012), 13-28.
- Svendsen, L., 'On Fashion Criticism', in: G. Matteucci & S. Marino (red.), *Philosophical Perspectives on Fashion* (Londen 2017), 107-117.
- Titton, M., 'Fashion Criticism Unravelled: A Sociological Critique of Criticism in Fashion Media', in: *International Journal of Fashion Studies* 3:2 (2016), 209-223.
- Veblen, T., *Theory of the Leisure Class* (Oxford 2007 [1899]).
- Vinken, B., *Fashion Zeitgeist: Trends and Cycles in the Fashion System* (Oxford 2005).
- Willems, M. (2011) 'Milou van Rossum: "mode meer dan alleen kleren kopen"', in: *NRC Handelsblad* 10 juli 2018.
- Wilson, E., *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity* (New Jersey 2003 [1985]).
- Zwagerman, J., 'Als uit in is, en in uit, dan is alles oké', in: *de Volkskrant* 3 september 1999.

Over de auteurs

Anneke Smelik is hoogleraar Visuele Cultuur aan de Radboud Universiteit Nijmegen, waar zij de master Creative Industries coördineert. Zij was senior research fellow bij het NIAS, het Netherlands Institute for Advanced Study van de KNAW in Amsterdam. Haar meest recente boeken zijn *Delft Blue to Denim Blue. Contemporary Dutch Fashion* (2017), *Materializing Memory in Art and Popular Culture* (2017) en *Thinking through Fashion. A Guide to Key Theorists* (2016). Zij is redacteur van *Critical Studies in Fashion & Beauty*. Haar huidige onderzoek gaat over mode in relatie tot identiteit, technologie en duurzaamheid.

Rosanne de Goffau studeerde in 2019 af bij Algemene Cultuurwetenschappen aan de Radboud Universiteit Nijmegen op een masterscriptie, getiteld *Modekritiek in Nederlandse kwaliteitskranten, 1985-2010*. Zij is nu als leerkracht werkzaam in het primair onderwijs.

#RhodesMustFall en de erfenis van het Europees imperialisme¹

Rosemarie Buikema

Abstract

Deze bijdrage analyseert de publieke herinnering aan Cecil John Rhodes, een van de meest gevierde en herdachte imperialisten ter wereld, en brengt het moeizame proces in kaart van de dekolonialisering van de publieke ruimte. Het onderzoekt vervolgens verbeeldingen van politieke transformatie en herordening van het koloniale archief zoals geproduceerd door de Zuid-Afrikaanse kunstenaars Wim Botha en Sethembile Msezane. Deze activistische kunstenaars zijn postkoloniale intellectuelen, die de op eurocentrische waarneming gebaseerde wereld in twijfel trekken. Doordat zij kennistradities kritisch onder de loep nemen en aan elkaar verbinden, ontstaan er diasporische kennisnetwerken die in het ideale geval de weg zouden moeten vrijmaken voor de aanvaarding van een politiek van een permanente spanning.

Keywords: Cultuurkritiek, Postkolonialisme, Activisme, Cecil John Rhodes, Wim Botha, Sethembile Msezane

Op 9 maart 2015 besmeurde Chumani Maxwele in Kaapstad het bronzen standbeeld van Cecil John Rhodes met menselijke uitwerpselen, afkomstig van een mobiel toilet uit de *township* Khayelitsha.² Cecil Rhodes (1853-1902)

1 Delen van dit artikel zijn gebaseerd op onderzoek, eerder gepubliceerd in R. Buikema, *Revoltes in de cultuurkritiek* (Amsterdam 2017) en in een bijdrage aan S. Ponzanesi & A. Habed (red.), *Postcolonial Intellectuals in Europe* (Londen/New York 2018).

2 Khayelitsha is een van de grootste townships buiten Kaapstad en een van de districten waar – in de aanloop van de #MustFall protesten – de zogenaamde Toilet Oorlog plaatsvond. Deze protesten hadden als doelwit de ondermaatse sanitaire voorzieningen in Khayelitsha en eisten fatsoenlijke riolering (zie: Z. Matebeni, 'Southern Perspectives on Gender Relations and