

Zeitschrift für Diskursforschung  
3. Beiheft 2018

**Zeitschrift für  
Diskursforschung**  
Journal for  
Discourse Studies

**(Kon-)Texte des  
Politischen**

3. Beiheft

Łukasz Kumiega | Christian Karner (Hrsg.)

**BELTZ** JUVENTA

# Inhalt

<i>Lukasz Kumięga, Christian Karner</i> Zum Politischen in Texten und in deren Kontext: theoretische Verortungen	3
<i>Christian Nestler, Jan Rohgalf</i> Mitte contra Mainstream Kämpfe um Deutungsmacht und Wählermarkt	16
<i>Christian Karner</i> (Kon-)texte kontrastierender Europapolitik in Österreich	54
<i>Alicja Raciniewska</i> Politisierte Kleidung und politischer Charakter von Mode	80
<i>Julia Maria Zimmermann</i> Von Andersens Märchen und Goldenen Röcken: Zum Geltungsanspruch europäischer Gleichstellungspolitik und nationalstaatlicher Abwehr im Europäischen Parlament Eine narrative Aussagenanalyse	111
<i>Jacob Nuhn</i> AktivistInnen, Alternative, KrawallmacherInnen Framings der Bewegung „Freiheit und Frieden“ in der „Gazeta Wyborcza“ im Revolutionsjahr 1989	142
<i>Janett Haid</i> Das politische Wir – Eine semantisch-pragmatische Analyse zur Verwendung der ersten Person Plural in öffentlichen Reden von nord- und lateinamerikanischen Politikern	178
<i>Silvia Bonacchi</i> Schlagbilder, Schreckbilder, Wohlfühlbilder Eine diskurslinguistische Analyse von visuellen Konstruktionen mit handlungsleitendem Charakter am Beispiel der Islam-Debatte	211

*Peter Schiffauer, Izabela Jędrzejowska-Schiffauer*  
Sprachliche Formen bei der Bewältigung der europäischen  
Wirtschafts- und Finanzkrise: Wege zur Integration oder  
Desintegration?

235

## Politisierte Kleidung und politischer Charakter von Mode

**Zusammenfassung:** Mode ist ein multidimensionales Phänomen und kann aus verschiedenen Blickwinkeln analysiert werden. Sowohl im Alltag als auch im akademischen Kontext wird sie jedoch vergleichsweise selten als politisches Phänomen gesehen. Dennoch können sowohl die Mode als auch die Kleidung Mittel zur Bildung, zur Aufrechterhaltung oder zur Umgestaltung von Relationen von Macht, zur (Re-)Affirmation bestehender Gesellschaftsstrukturen oder zur Artikulation individueller und kollektiver Identitäten sein. Die Rhetorik der Kleidung wird bisweilen als Form des politischen Protests und der Forderung nach gesellschaftlicher Anhörung sowie Anerkennung genutzt; die Kleidungspraktiken können verboten, befohlen, in Frage gestellt oder fetischisiert werden; sie beeinflussen die Produktionsform und die Entwicklung der Industrie, während öffentliche Debatten zu Kleidungspraktiken nicht selten zu gesellschaftlichen Echos führen. Dabei ist die politische Bedeutung einer Kleidung nicht für immer gegeben, weil die mit ihr einhergehende Bedeutung sich durch große Instabilität charakterisiert.

Thema des vorliegenden Artikels sind die wichtigsten Kontexte zur Verbindung von Mode und Politik im akademischen Modediskurs. Es werden zeitgenössische Forschungstexte analysiert, die sich mit dem politischen Charakter von Mode und Kleidung befassen. Hauptziel des Artikels ist, eine Differenzierung zwischen dem „politischen Charakter von Mode“ und der „Politisierung von Kleidung“ einzuführen, die es ermöglicht, das Wissen über Mode als politischer Kraft zu kategorisieren. Die kritische Analyse des Forschungsstands der gegenwärtigen *fashion studies* zeigt darüber hinaus weitere Forschungsrichtungen der besprochenen Thematik auf.

**Schlagwörter:** Modepolitiken, Politisierung von Kleidung, Modemacht, Modegewalt, Imperialisierung der Mode, Nationalisierung von Mode

**Summary:** Fashion is a multidimensional phenomenon and can be analysed from various perspectives. Relatively rarely it is considered as a political

phenomenon. Meanwhile, fashion and dress are means of establishing, sustaining or transforming power relations, reaffirming social structures, expressing individual and collective identities, and asserting social distinctiveness. The rhetoric of dress is sometimes harnessed as a form of political protest and as a tool in the struggle for social recognition. Dress practices are banned, ordered, contested, fetishized; they shape the production and development of the industry, and public debates on them often lead to social repercussions. The political significance of a given garment is not given once and for all and the meanings associated with it are characterized by great instability. The article discusses the most important contexts in which relationships between fashion, dress and politics are presented in the academic fashion discourse. The main aim of the article is to distinguish between “fashion politics” and “politicization of dress”, which allows to organize knowledge about fashion as political force. Critical analysis of the state of the art in contemporary fashion studies leads additionally to indicate further research directions of the discussed subject.

**Keywords:** politics of fashion, politicization of dress, fashion power, fashion violence, fashion imperialism, national fashionism

## 1. Mode und Politik

Die Verbindungen zwischen Mode und Politik sind vielfältig und innerhalb der *fashion studies* noch immer nicht ausreichend erforscht. Es kommen jedoch immer neue Arbeiten hinzu, die analysieren, wie Mode und Kleidung verstanden und wie sie als politische Kraft in Gemeinschaften genutzt werden. Zu erwähnen ist der Versuch der australischen Forscherin Jennifer Craik zur Systematisierung der Zusammenhänge zwischen Mode und Politik (Craik 2009). Sie unterscheidet vier Kulturtypen der Modepolitiken, die sie als Spiel zwischen den Kräften im Inneren des Modesystems und äußeren Kräften versteht, die wiederum die Produktionsform, die Distribution und den Konsum von Kultur, Ideen- und Phänomenprodukten beeinflussen (ebd., S. 285). Dies sind erstens *autoritative/Top-down-Politiken* (*authoritative/top-down politics*), zu denen Craik den politischen Gebrauch von Kleidung und Mode zählt, der durch ein bestimmtes politisches Regime und gesellschaftliche Institutionen eingeführt wurde, aber auch zu einer bestimmten Zeit und in einem bestimmten Kontext geltenden Regulationsmechanismen. Beispiele für diese Praktiken sind für Craik unter anderem Aufwandgesetze (*Sumptuariae Leges*), die in vielen feudalen Gesellschaften der Welt galten; in kolonisierten Ländern die von den Kolonisato-

ren auferlegten Regulierungen von Kleidung; die von oben angeordnete bzw. verbotene Nutzung von westlichen Mustern und Kleidungspraktiken in den sich modernisierenden Gesellschaften des 20. Jahrhunderts; religiöse Anordnungen und Verbote hinsichtlich der Kleidung; Kulturkonventionen und Kleidungsetiketten (*dress codes*) sowie rechtliche Vorschriften, Protokolle oder internationale Vereinbarungen usw. Zweitens sind dies *Bottom-up-/Anti-Establishment-Politiken* (*anti-establishment/bottom-up politics*), realisiert durch gesellschaftliche Gruppen, Subkulturen und Bürgerbewegungen, die eine politische und kulturelle Veränderung suchen. Craik bespricht hier Beispiele von Kathryn Hamnetts T-Shirts mit politischen Slogans; die Adaption militärischer Kleidungsmuster und -elemente durch revolutionäre Gruppen und „Freiheitskämpfern“; die Stilistik von Subkulturgruppen, die sich in Opposition zu den dominierenden Ideologien befinden (Hippiestil, Punkstil, Ökostil) und politische Gruppen, die um politische und kulturelle Veränderungen kämpfen (der Stil der IRA, der Schwarzen Panther, die Stile der Anführer von Volksbefreiungsbewegungen in ehemaligen Kolonien).

Als dritten Typ nennt Craik *Identitätspolitik* (*identity politics*), verbunden mit der Absicht des Individuums, mit Hilfe von Kleidung und Lebensstil die eigene Ideologie und gesellschaftliche Zugehörigkeit auszudrücken (dies betrifft vor allem die Bereiche Gender, Sexualität, Ethnie oder Religion). Craik führt Beispiele für die Entdeckung der Tradition und Re-Invention von lokaler Kleidung in postkolonialen Gesellschaften sowie in Gemeinschaften, die in den westlichen Diaspora leben; alternative und subversive Geschlechts- und Sexuelsymbole (*cross-dressing*, *power dressing* von Karrierefrauen); Gebrauchskontexte des schottischen Kilts und Tartans.

Und schließlich viertens die *Politiken der Modeindustrie* (*industry politics*), die mit den Fragen der Produktion, der Distribution und des Konsums von Kleidung einhergehen. Zu den Industriepolitiken gehören laut Craik unter anderem Regierungssubventionen und -ansporn, Hilfsprogramme, Arbeitsbedingungen in der Modeindustrie, Imitationen, Güteraustausch, Unterstützung von Medienstars, gesponserte Artikel, die für die Branche charakteristische Spannung zwischen der Haute Couture und der Produktionsrealität der Massenmode, die Frage nach der Ausbeutung von Ressourcen, der Arbeitskraft und der Kultur der sog. Dritten Welt durch die Erste Welt.

Die Praktiken der oben skizzierten Typologie durchdringen meist das Gesellschaftsleben, was die Forscherin am Beispiel der Kleidungspraktiken aus der Zeit des Kolonialismus und Postkolonialismus erläutert. Diese Typologie ist für die Erforschung der Beziehungen zwischen Mode und Politik

von Nutzen, erfordert meiner Meinung nach jedoch Ergänzungen und sollte weiterentwickelt werden, zumal die angesprochenen Typen in der Forschung relativ selten näher betrachtet werden. Vor diesem Hintergrund verfolgt der vorliegende Beitrag das Ziel, das Forschungsfeld zu systematisieren, eine Differenzierung zwischen dem „politischen Charakter von Mode“ und der „Politisierung von Kleidung“ einzuführen und einige Beispiele aus der Forschung einer kritischen Analyse zu unterziehen.

Umgangssprachlich wird Mode mit Kleidung gleichgesetzt. Auch in der einschlägigen Literatur ist die sog. enge Definition von Mode anzutreffen<sup>1</sup>, die sich auf Änderungen in der in einer bestimmten Gemeinschaft zu einem bestimmten Zeitraum verbreiteten Kleidungsweise bezieht. In der Forschung wird das Phänomen der Kleidermode zudem häufig auf die Arten verdichtet, sich mit institutionell produzierten, beworbenen, verkauften und innerhalb eines modernen Modesystem bewerteten Produkten zu kleiden – eines Systems, das sich im westlichen Europa zusammen mit der Moderne herausbildete.

Mode im weiteren Sinne bezieht sich dagegen auf kollektive Verhaltens-, Denk oder Wertungsmethoden, die in einer bestimmten Gemeinschaft zu einer bestimmten Zeit verbreitet sind. In diesem Verständnis bezieht sich der Begriff nicht nur auf die Kleidung und das Schmücken des Körpers, sondern auch auf andere Güter, Ausdrucksformen und gesellschaftliche Lebensräume wie z. B. Malerei, Architektur, Musik, Literatur, Medizin, politische Doktrinen, wissenschaftliche Theorien oder der Namensgebung bei Kindern (Blumer 1969; Luhmann 1997; Lieberson/Bell 2002). Bei einer weiteren Definition der Mode wird davon ausgegangen, dass Kleidung und Mode keine Synonyme sind. Nicht jede Kleidung ist automatisch auch Mode (Eicher/Roach-Higgins 1992) – nur wenig Kleidung wird zu einer bestimmten Zeit in einem komplexen Prozess der gesellschaftlichen Wahl, des Definierens sowie der Anerkennung als „modisch“ zu Mode. Darüber hinaus bezieht sich Kleidung auf die materielle Produktion, Mode dagegen auf die Produktion symbolischer Bedeutungen; Kleidung ist materiell wahrnehmbar, Mode ist eine nicht materielle Kraft, die sich in materiellen Erzeugnissen manifestiert; Kleidung geht einher mit Notwendigkeit und Gebrauchsfunktionen, Mode dagegen mit Überfluss sowie mit Statusfunktionen; Kleidungspraktiken sind Merkmale jeder Gesellschaft und jeder Kultur, während Mode innerhalb spezieller Institutionen geschaffen wird und kulturell verbreitet werden muss (Kawamura 2004, S. 1).

---

1 Für die Definitionsweisen von Mode in den *fashion studies* siehe unter anderem Kawamura (2004), Meinhold (2013), Edwards (2011).

Mode ist also ein komplexeres und hinsichtlich ihrer Bedeutung ein umfassenderes Phänomen als Kleidung. Dennoch ist meist Kleidung der Gegenstand von Untersuchungen zum Prozess und Mechanismus von Mode, die von Barthes (2005, S. 21–22) in drei Strukturen (die reale, die abgebildete und geschriebene) unterteilt wird. Dieser Umstand geht auf die Entwicklungsgeschichte der wissenschaftlichen Modeforschung sowie den Charakter der Bekleidungsindustrie und ihrer Produkte zurück. Alle müssen sich kleiden und jeder, ein beliebiges Kleidungsstück tragende Mensch, trägt zu dessen Verbreitung bei. Kleidung ist mehr direkt mit dem Körper des Menschen und mit einer persönlichen Wahl verbunden als viele andere Produkte. Sie verschleißt relativ schnell und muss ausgetauscht werden; man kann sie auch vergleichsweise schnell entwerfen, produzieren und verkaufen (Reilly 2014, S. 13). Veränderungen der Kleidungsstile sind ferner ein schnell wahrnehmbares Anzeichen für gesellschaftlichen Wandel. Zudem ging das gegenwärtige Modesystem aus der Bekleidungsbranche hervor.

Von der Annahme ausgehend, dass Mode nicht mit Kleidung gleichzusetzen ist, schlage ich vor, *Praktiken der Politisierung von Bekleidung* vom *politischen Charakter der Mode* zu differenzieren. Die Politisierung von Bekleidung ist meiner Meinung nach eine Praxis, Kleidung politische Bedeutungen zuzuschreiben bzw. eine Praxis der Nutzung von Kleidung durch verschiedene Parteien im politischen Kampf sowie im gesellschaftlichen Leben einer Gemeinschaft. Dagegen hängt der politische Charakter der Mode mit der Logik des Modewirkens, mit den Praktiken der Modewelt und mit den Verbindungen von Mode und Machtkategorien zusammen. Diese Aspekte sollen im Folgenden näher betrachtet werden.

## 2. Politisierung der Bekleidung

Die drei ersten Praktiken, die Craik hervorhebt, beziehen sich auf verschiedene Formen der Politisierung der Bekleidung. Auch andere Forscherinnen und Forscher, die sich mit den Beziehungen zwischen Mode und Politik befassen, konzentrieren sich hauptsächlich auf den politischen Aspekt der Kleidungspraktiken. Aus ihren Analysen ergeben sich einige Gemeinsamkeiten.

Erstens spielt Kleidung eine große Rolle im Prozess der Performanz der Politizität sowie in der *symbolischen Repräsentation des politischen Körpers bzw. der Macht*. Kleidung erlaubt nicht nur die Wahrnehmung von Macht, sondern ist auch ein wichtiger Teil ihrer Ausübung (McDowell 1985, S. 9).

Vertreter der hoheitlichen Gewalt – ungeachtet dessen, ob von Monarchie, totalitären oder demokratischen Systemen die Rede ist – nutzten und nutzen Kleidung als Mittel der Macht, der Legitimierung und der Propaganda des eigenen Handelns (Mansel 2005).

Die große Bedeutung der visuellen Repräsentation monarchischer Macht war mit der im mittelalterlichen und frühmodernen Europa herrschenden Idee des königlichen Doppelkörpers verbunden, der zufolge der natürliche, unvollkommene und sterbliche Körper des Herrschers den symbolischen, quasi-göttlichen und unsterblichen politischen Körper repräsentiert (Mirzoeff 1995, S. 58 ff.). Mit der Enthauptung Ludwigs XVI. endete diese Idee, und die Proklamation der Republik führte zur Transformation der visuellen Repräsentation des Staates, zu dessen Souverän das unterschiedlich verstandene Volk wurde. Die französischen Revolutionäre erfuhren das Problem der politischen Repräsentation selbst, das fest in die Existenz des modernen Nationalstaats eingeschrieben wird: In einer Zeit der körperlosen Macht erhielt der Begriff „politischer Körper“ abstrakten Charakter, und jeder Versuch, den Staat zu „verkörperlichen“, gerät arbiträr, strittig und unvollkommen – denn auch wenn in der Theorie jeder Körper einen „nationalen Körper“ bildet, so werden in der Praxis lediglich bestimmte Körperarten als Repräsentation des Staates behandelt und mit der Kategorie der Staatsbürgerschaft verbunden.

Die starke Tradition in der politischen Idee (von Rousseau bis zur Frankfurter Schule) betrachtet jede Form der visuellen Repräsentation, des politischen Spektakels, der Theatralisierung sowie „Ästhetisierung der Politik“ kritisch und behandelt sie als Ausdruck einer antidemokratischen und oppressiven Form der Macht.<sup>2</sup> In der Forschung zu den Beziehungen zwischen Politik und Bekleidung wird jedoch häufig darauf aufmerksam ge-

---

2 Walter Benjamin verwendete den Begriff „Ästhetisierung der Politik“ in Zusammenhang mit dem faschistischen Erheben des Stils über die Menschheit sowie des Ziels und des Effekts über das Leiden. Wird Politik ästhetisiert, so führt dies seiner Meinung nach zur Bewertung politischen Handelns in ästhetischen Kategorien (das Schöne), und nicht in denen der politischen Wirksamkeit und der gesellschaftlichen Konsequenzen (vgl. dazu Benjamin 1973, S. 243 f.). Jürgen Habermas wiederum sieht den Übergang von der absolutistischen Monarchie zum modernen Nationalstaat als Wende von den Formen der „repräsentativen Kultur“ (in der ausschließlich eine Seite das Recht hatte, sich zu repräsentieren und dabei die Sinne der Empfänger niederdrückte) zu einer Kultur der „Öffentlichkeit“, die sich auf den Dialog der verschiedenen Seiten stützt. Diese wiederum können außerhalb der staatlichen Kontrolle Meinungen und Wissen frei austauschen (vgl. Habermas 1962; auch Calhoun 1992 und Peters 1993, S. 541–571).

macht, dass Politik per Definition ein theatralisierter Lebensbereich ist, weil Nationen „erdachte Gemeinschaften“ sind (Anderson 1997). Tragfähige visuelle Repräsentationen sind daher von großer Bedeutung für ihr Funktionieren in der menschlichen Vorstellung; wird im Voraus jede Form der Aufführung von der Politik als „schlecht“ zurückgewiesen, so kann dies dazu führen, dass viele wichtige Gebrauchsweisen von Kleidung in der modernen Politik übersehen werden, die das Problem der Repräsentierung des politischen Körpers lösen könnten (Hunt 1984; Parkins 2002; Behnke 2017).

Dies führt mich zu meinem nächsten Punkt, d. h. zu *den Praktiken der Uniformierung* der Gesellschaft in Bezug auf Kleidung. Die Aufklärung war eine Zeit der Modernisierung im Geiste des Rationalismus, der Entwicklung der Staatsmacht und der Erfindung neuer Techniken der Verwaltung. Eine davon waren absolutistische Militäruniformen und zivile Dienstkleidung, die Mittel der gesellschaftlichen Disziplin und der Werbung für die Monarchie waren (vgl. Maxwell 2014). Auch in der Zeit der Französischen Revolution entstanden mehrere Projekte einer nationalen Uniform für die Bürger der Republik, die den symbolischen Bruch mit der despotischen Monarchie und der frivolen höfischen Mode abbilden sollte,<sup>3</sup> obwohl kritischen Stimmen zufolge die Idee einer nationalen Uniform im Grunde genommen die Idee des nationalen Subjekts, der Demokratie und der Freiheit des Einzelnen untergrabe, sich gemäß des persönlichen Bedürfnisses und Geschmacks zu auszudrücken (Witte 2004, S. 72–78). Diese Kritik hielt jedoch die Versuche zur von oben ausgehenden Uniformisierung der Kleidung in den modernen Nationalstaaten in den folgenden Jahrhunderten nicht auf.

Die internationale Rivalität und die zunehmende Brutalität von Kriegen führten zur Verbesserung der militärischen Technologie und militärischen Uniformen, bei denen nun Ergonomie und Tarnfarben grundlegende Bedeutung gewannen. Auch setzte sich die Entwicklung der uniformisierten Kleidung für die zivile Gesellschaft fort: Uniformen für einzelne Berufe, Schuluniformen, Quasi-Uniformen für die Freizeit (Badeanzüge, Reisekleidung). Während im 18. und 19. Jahrhundert in Europa ein Prozess der Vereinheitlichung, Vereinfachung und Farbabtönung der männlichen Beklei-

---

3 Vgl. Mercier (1793) und Saint-Sauveur (1796). Ideen zur nationalen Uniformen kamen nicht nur im revolutionären Frankreich auf. Mehr zu diesem Thema bei Maxwell (2014, S. 96–120).

derung beobachtet werden kann<sup>4</sup>, kam der Uniformismus in der weiblichen Kleidung im 20. Jahrhundert auf und begleitete den Anstieg an weiblicher Teilhabe am öffentlichen Leben sowie das Auftreten der sogenannten „Arbeiterfrau“ (Blackman 2013).

Die Gleichsetzung von Nation und souveränem *Demos* führte zur Suche nach politischen Symbolen des nationalen Körpers in der Volkskultur und den untersten Gesellschaftsschichten. Zu einem der Symbole der Französischen Revolution und zum Index revolutionärer Ideen wurde die Kleidung der „Sansculottes“ (lange Hosen und rote Freiheitsmütze), radikaler Revolutionäre, die Handwerksberufen nachgingen und Arbeiter der Pariser Manufakturen waren (Wrigley 2002). Patrioten des 19. und 20. Jahrhunderts praktizierten Folklorismus<sup>5</sup> und verbanden ausgewählte Symbole, Muster und Volkstrachten mit binären Oppositionen wie authentisch/künstlich, rechtmäßig/unrechtmäßig, mit dem Ziel, eine nationale Identität zu gestalten sowie die „Authentizität“ der eigenen politischen Forderungen zu bestätigen.

Es ist zu beachten, dass eine Vereinheitlichung der Kleidung nicht mit Uniformierung gleichzusetzen ist und dass eine Abstufung der Uniformisierung existiert, angefangen von der totalen Dienstuniform über standardisierte Quasi-Uniformen bis hin zu moderner Kleidung (Heath/Potter 2005, S. 170). Diese verschiedenen Formen werden wegen der Überzeugung von den Transformationseigenschaften der Uniform adoptiert: Was ein Individuum äußerlich trägt, hat Einfluss auf seine innere Verfassung, auf sein Denken und seine Emotionen. Uniformen sind auch aufgrund der vielen ihnen zugeschriebenen Bedeutungen interessant. Sie werden einerseits in den Foucaultschen Kategorien der Disziplin, Kontrolle, Fügsamkeit und Repression erfasst – als eine der modernen Technologien zur Erzeugung fügsamer Körper (Foucault 1998) und als gesellschaftliche Form der Begrenzung der Individualität des Einzelnen. Andererseits werden sie als Werkzeuge zur Formierung von Gruppensolidarität und des die Kraft des

---

4 Der britische Modetheoretiker John Flügel nannte dies „einen gewaltigen Modeverzicht“ durch Männer (Flügel 1930); Einfluss darauf hatte der damalige Kontext von Mode, Weiblichkeit und politischer Exklusion.

5 Die Praxis des Folklorismus besteht darin, Elemente einer Volkskultur auszuwählen, sie wiederzugeben und von ihrem natürlichen ländlichen Entstehungskontext entkoppelt zu verarbeiten sowie sie in Politik, Massenkultur, städtischer Kultur, Konsumkultur usw. in Umlauf zu bringen. Die rekonstruierte Volkstümlichkeit dient aktuellen gesellschaftlichen Bedürfnissen und hat nicht viel mit den tatsächlichen Lebensbedingungen der Bauern oder mit der traditionellen Volkskultur, von der sie ihre Inspirationen schöpft, gemeinsam (vgl. Burszta 1969).

Einzelnen in kollektive Macht umwandelnden Professionalismus gesehen (Roche 1996), von Zugehörigkeitsgefühl, Selbstsicherheit, Komfort und einem Platz in der Gesellschaftshierarchie. Sie werden darüber hinaus auch mit Transgression, Widerstand, Demütigung, Strafe, Scham und mit individueller Repräsentation verbunden, deshalb kommen sie auch in subversiven Kontexten wie Subkulturen, Pornografie, Prostitution, Sadomasochismus, Cross-Dressing usw. vor (Craik 2005).

Dieser Bedeutungsreichtum der Uniformen erklärt teilweise, dass die Mehrheit der von oben auferlegten Praktiken der Bekleidungsuniformisierung der Bevölkerung im Alltag nicht angenommen wurde. Die existierenden Vorschläge enthüllen jedoch, welche Vorstellungen von der nationalen Gemeinschaft gepflegt wurden. Vorschläge aus späteren Jahrhunderten waren im Vergleich mit den von aufgeklärten Monarchen eingeführten Uniformen demokratischer, doch war die Reichweite ihres Egalitarismus verschieden. So zeigte beispielsweise das politische Imaginarium der Französischen Revolution tiefe Widersprüche in Bezug auf die Frage des Geschlechts und der Bürgerschaft: Die Kategorie des Bürgers wurde an männliche Aktivitäten geknüpft, wie das Sprechen in der Öffentlichkeit und die Verteidigung des Staates, was dazu führte, dass Frauen von der aktiven Teilnahme am politischen Leben ausgeschlossen wurden (Parkins 2002a, S. 6; Fraser 1989, S. 126). Der ursprüngliche politische Ausschluss bot jedoch später neue Chancen, sich am öffentlichen Leben zu beteiligen, und Kleidung wurde des Öfteren zur Waffe im Kampf darum, wahrgenommen zu werden. So forderten etwa die Suffragetten ihre bürgerlichen Rechte nicht in Anlehnung an eine Rhetorik der abstrakten Persönlichkeit, sondern durch Betonung ihres geschlechtlichen Anderseins hauptsächlich mithilfe von Kleidung (Parkins 2002b).

Dies führt zum dritten Punkt des Beitrags, d. h. zu *Kleidung als Form der politischen Kritik*. Bekleidung ist auch an der performativen Gestaltung der politischen Subjektivität des Einzelnen sowie marginalisierter und durch die Obrigkeit vom politischen Körper ausgeschlossener Gruppen beteiligt. Nicht nur Frauen, sondern auch Vertreter der niedrigeren Schichten, ethnische, sexuelle und religiöse Minderheiten usw. nutzten und nutzen Kleidung, um einen Status quo zu kritisieren, um sich sichtbar zu machen und um die Anerkennung ihrer Identitäten und bürgerlichen Rechte zu fordern.

Die Protestkultur, die in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhundert in Folge der Nachkriegserfahrungen (vor allem Kalter Krieg, Dekolonisation, Wirtschaftswachstum und die darauffolgende Krise sowie wirtschaftliche Rekonstruktionen) aufkam, wurde zum Katalysator der Revolte gegen die geltende Ordnung, gegen die Regeln des Systems und Autoritäten sowie

deren Transformation. Viele soziale Bewegungen politisierten Kleidung als Teil ihrer allgemeinen Identitätspolitik. Vor allem in den 60er- und 70er-Jahren, in denen der Slogan „das Persönliche ist politisch“ („the personal is political“) zum führenden Spruch avancierte, wurde die öffentliche Demonstration von Kritik am Establishment sowie von alternativen politischen Ansichten über das Aussehen und das Verhalten zur allgemeinen Taktik der Einzelnen im Alltag, und zwar nicht nur in liberalen westlichen Demokratien, sondern auch in kommunistischen Staaten und Kolonien, die nach Unabhängigkeit strebten.

Der Gebrauch von Materialien und „niedrigen“, aus der (eigenen oder exotischen) Arbeiter- und Volkskultur stammenden Motiven verband die große Vielfalt der Bottom-up-Stile, die zahlreichen Subkulturen die Gestaltung ihrer politischen Identität und deren öffentliche Demonstration ermöglichten, ebenso wie die Subversion als oppressiv geltender Formen (z. B. wurden Kleidungsstücke wie Uniformen, Anzüge für Männer oder ein weibliches Kostüm durch Umkehr ihrer Bedeutungen umgestaltet und eigene Bedeutungen zugeschrieben<sup>6</sup>). Infolge dieser Taktiken entstanden Hybride mit ambivalenten Bedeutungen.

Die Bekleidungskultur des Protestes der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts war größtenteils eine Politik des Unterschieds: Neue Stile sollten Individualismus ausdrücken, die Lust daran, ein sich von anderen unterscheidendes und den gesellschaftlichen Status quo herausforderndes Individuum oder eine Gruppe zu sein. Die Modeindustrie kommerzialisierte im Laufe der Zeit die Bottom-up-Stile (indem sie sie in schickere Versionen umgestaltete<sup>7</sup>, mit dem Etikett „modern“ versah und sowohl in günstigen als auch in teuren Varianten verkaufte), und stumpfte damit auch ihre politische Klinge. Dies ändert jedoch nichts daran, dass die Politisierung der Kleidung mithilfe der Bekleidungsambivalenz stets zwischen Subversion der Macht und Bekleidungskontrolle durch die Obrigkeit für ihre eigenen Ziele oszilliert – sei es durch Disziplinierung oder durch Aneignung von Bekleidung.

Zum Abschluss dieses Teils soll mit Bezug auf Aneignung auf die Praxis der *Nationalisierung von Mode* eingegangen werden. Mit der Entwicklung der Industrialisierung, des Nationalismus, der Konsumkultur und der internationalen Rivalität im 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde das wirtschaftliche und politische Potenzial der Mode erkannt, und man bemühte sich, sie zu kontrollieren und mit Blick auf die Bedürfnisse der

---

6 Zum Thema Gentrifizierungsstrategien der niederen Kultur vgl. Halnon (2002, S. 501–516).

7 Vgl. u. a.: Hebdige (1979), Heath/Potter (2005), Craik (2009), Sims (2014).

eigenen Nation zu gestalten. Dabei wurden jedoch nur in geringerem Maße nationale Uniformen für die Gesamtheit der Gesellschaft erarbeitet, viele moderne Nationalstaaten strebten die Einrichtung einer distinktiven nationalen Mode an. Alexander Maxwell nennt die entsprechenden Maßnahmen nationale Modegestaltung bzw. modischen Nationalismus (*national fashionism*), der vor allem einen ökonomischen Hintergrund hat (Maxwell 2014, S. 180). Er führt zur Unterstützung des heimischen Textilsektors als wichtigem nationalem Wirtschaftszweig sowie zu Bekleidungspatriotismus, Akten der Kleidungsxenophobie und der Beschränkung des Imports aus dem Ausland.<sup>8</sup> Vor allem in den 30er-Jahren des 20. Jahrhunderts wurde im Zusammenhang mit der Weltwirtschaftskrise in vielen europäischen Ländern in die heimische Bekleidungsindustrie investiert. Man propagierte heimische Stoffe, Produzenten, Firmen sowie Produkte und kämpfte gegen die ausländische Konkurrenz.<sup>9</sup> In der Zeit des Kalten Krieges wurden Mode und die Bekleidungspraktiken zum politischen Kampf zwischen zwei verschiedenen Systemen, dem des Ostens und dem des Westens, genutzt.

---

8 Die Textilindustrie spielte eine Schlüsselrolle in der Industrialisierung Großbritanniens, britische Textilien versuchte man früh vor ausländischer Konkurrenz zu schützen. 1701 erkämpften britische Woll- und Seideproduzenten ein Importverbot von indischer Seide und Perkal, deren Einfuhr ihre Interessen schädigte. Dieses Vorgehen erwies sich jedoch in der Praxis als ineffektiv, da es zur Entwicklung der heimischen Konkurrenz führte, denn das Verbot umfasste nicht den Import nichtverarbeiteter Rohwolle oder weißer Textilien. Dies nutzten britische Produzenten, die die Techniken des Färbens beherrschten und indische Muster imitieren konnten, nach denen es eine gesellschaftliche Nachfrage gab (Lemire 1991, S. 29–43). In den weniger entwickelten Ländern war eher die Industrialisierungsbestrebung der Motor für die Entwicklung des *national fashionism* als die Industrialisierung selbst, wie etwa im Ungarn des 19. Jahrhunderts (Maxwell 2014, S. 192–205).

9 Frankreich wurde mit Blick auf seine besondere Stellung im Modesektor zum gemeinsamen Objekt der Stigmatisierung. In vielen Ländern erweckte sie einerseits wirtschaftliche Ängste und Frankophobie, andererseits das Bedürfnis nach Rivalität, den Ehrgeiz zur Erschaffung eines eigenen nationalen Stils in der Mode sowie den Wunsch, die heimische Mode in die ausländischen Märkte zu exportieren. Außerdem kämpfte jedes Land mit eigener Konkurrenz, z. B. sah Deutschland nicht nur eine Gefahr in Frankreich, sondern auch in Großbritannien; die Schotten in Großbritannien; die Slowaken in Deutschland. Auch einzelne Stile oder Bekleidungs-elemente der Kleidung wurden in der Abhängigkeit davon stigmatisiert, gegen wen man aktuell kämpfte, so wurde z. B. der zweireihige Gehrock, obwohl er hauptsächlich mit dem britischen Fürsten Albert assoziiert wurde, 1848 in Deutschland als Relikt der französischen Besetzung abgelehnt, 1860 in Tschechien dagegen als deutsche und jüdische Kleidung (Vgl. dazu Maxwell 2014, S. 182).

Ähnlich wie die Ideen, eine Nationalkleidung für die gesamte Gesellschaft zu schaffen, so bildete auch die nationale Modegestaltung (*national fashionism*), wenn auch in geringerem Maße, die täglichen Bekleidungspraktiken der „durchschnittlichen“ Gesellschaftsmitglieder. Trotz der unternommenen Versuche gelang es nur wenigen Staaten, einen erkennbaren, distinktiven Stil zu erarbeiten und in der Mode erfolgreich zu sein (bislang spricht man über einen französischen, amerikanischen, italienischen britischen, japanischen und belgischen Stil). Die nationale Modegestaltung schwächte sich infolge von industriellem Fortschritt sowie der Diversifikation und Globalisierung des modernen, bereits in seinen Grundannahmen kosmopolitischen Modesystems ab. Es scheint jedoch, dass die nationale Modegestaltung in den letzten Jahren und im Zuge eines Wandels der gesellschaftlichen Stimmung in Form sog. patriotischer Bekleidung und einer Mode für nationale Symbolik in bestimmten gesellschaftlichen Milieus (u. a. Schuljugend, nationalistische Gruppen, Sportfans oder Liebhaber von Militaria) zurückkehrt<sup>10</sup>. Im Gegensatz zu den bereits erwähnten Praktiken der Nationalisierung von Mode im 19. und 20. Jahrhundert handelt es sich bei den gegenwärtigen Praktiken nicht um Top-down-Praktiken des Establishments, obwohl sie heimische Produzenten unterstützen, gewisse Kontroversen erwecken sowie sicherlich eingehendere Untersuchungen erfordern.

### 3. Der politische Charakter der Mode

Wie bereits angesprochen, ist der politische Charakter von Mode mit ihrer Handlungslogik verbunden, mit den Beziehungen zwischen Mode und der Kategorie der Macht sowie mit der Wahrnehmung der politischen Dimension der Praktiken des Modesystems, das sich auf vielfache Weise zeigt.

Erstens wird Mode durch *politische Rhetorik* bestimmt. Im Modediskurs wird die Modewelt oft als Imperium/Königreich konzipiert, in dem Modedesigner Macht ausüben, es finden sich aber auch Konzeptualisierungen als Schlachtfeld und der Rivalität. So weist beispielsweise die polnische Forscherin der Modesprache Bożena Rejakowa darauf hin, dass die Beziehungen in der Modewelt in Modemedien meist mit Kriegsexik (z. B. das Erobern der *großen Schneidereibastion; in den Modehauptstädten kam es zu einer wahren Schlacht; in der Mode ist es wie im Krieg; man kämpft um Territorium*) und über Sportwortschatz beschrieben werden (*es geht in die*

---

10 Vgl. Witkowski (2016), Gawkowski (2016), Świąchowicz/Lis/Bondanowicz (2016), Perchla-Włosik (im Erscheinen).

nächste Ringkampfrunde...; auf die Spiele bereiten sich die Designer und wir, das Modepublikum, vor).<sup>11</sup> Einen neuen Stil bzw. eine neue Handlungsweise nennt man *Revolution* der Mode und die Person, die dies einführte, einen *Revolutionär* bzw. eine *Revolutionärin*. Die Metaphorik der Macht ist auch in Beschreibungen von Modemustern enthalten, wie etwa in: *Der Anzug – König der Saison; Königin des Sommers wird das Kleid; Wolle, Leder, Pelz und Kaschmir übernehmen die Macht; Schwarz wird bald entthront; Die Hemdbluse, jüngere Schwester des Hemds aus dem Männerschrank, beschließt, ihre Herrschaft auf alle möglichen Gebiete der Mode auszuweiten; Die Diktatur der Farbe Rot* (Rejakowa 2008, S. 76 ff.).

Die Mode wird im Modediskurs häufig mithilfe von Beschreibungen der Staatsstrukturen sowie der gesellschaftspolitischen Formationen und der Machtsysteme charakterisiert. Die Bezeichnung „Diktatur der Mode“ wird meist mit Bezug auf Designer angewendet, vor allem mit Bezug auf die französischen Modeschöpfer der Haute Couture, beschrieben als *Pariser Diktatur*, um die Macht dieser kleinen, in einem Berufsverband organisierten Gruppe zu unterstreichen, die Saison für Saison ihre Visionen eines modischen Aussehens diktiert und versucht, den eigenen Geschmack und Stil der Gesellschaft vorzugeben. Nicht selten wird jedoch betont, dass die Diktatur der Mode im Gegensatz zur politischen Diktatur ohne Blutvergießen ausgeübt wird, friedlich ist und eher eine unschuldige Form der Macht darstellt: Auf dem Feld der Mode regierten „Samtene Diktatoren, die die Welt mit friedlichen Methoden reparieren wollen“ und ihre Macht sei „unblutig und total“ (ebd., S. 55). Über die Diktatur der Mode spricht man auch im Zusammenhang von Regeln und Prinzipien, die durch das System der Mode auferlegt werden. Daniel Purdy, der in „Tyrania elegancji“ („Tyrannei der Eleganz“) die diskursiven Praktiken deutscher Schriftsteller, Verleger und Konsumenten des 18. Jahrhunderts analysierte, weist darauf hin, dass die durch modische Kleidung signalisierte Befreiung eine Illusion war – die Mode erwies sich als Kraft, die ebenso sehr Zwang ausübte wie die Aufwandgesetze der vorausgegangenen Jahrhunderte (Purdy 1998). Der Modediskurs umfasst auch heute noch hauptsächlich Ratschläge zur Schaffung „entsprechender“ stilistischer Zusammenstellungen oder übt über diese Ratschläge eher informell Druck aus, wie etwa in „Must-have der Saison“. Und obwohl die Tyrannei der Mode eher unsichtbar ist – wir werden durch sie nicht unterdrückt, verletzt oder eingeschüchtert –, so darf

---

11 Rejakowa (2008, S. 53–56). Die kursiv gesetzten Angaben sind Rejakowa entnommen, die polnische Modezeitschriften der Jahre 1992–2007 analysierte. [Die Angaben wurden aus dem Polnischen übersetzt; Anm. d. Ü.]

nicht vergessen werden, dass wir durch ein System des Begehrens kontrolliert und gestaltet werden. In diesem Begehren kommt der Mode eine Schlüsselrolle zu, „die Tyrannei der Mode war in Wirklichkeit niemals stärker, als in der Zeit des visuellen Pluralismus“ (Hollander 1993, S. 345).

Demgegenüber wird seit den 60er-Jahren des 20. Jahrhunderts zunehmend das Phänomen der „Demokratisierung der Mode“ fokussiert, Mode wurde weiten Kreisen der Gesellschaftsschichten zugänglich gemacht und lässt eine individuelle Wahl zu. Das wiederum schwächt die Diktatur der Designer und anderer Modefachleute. In den letzten beiden Jahrzehnten wurde der Begriff „Demokratisierung der Mode“ im Marketing und in den Modemedien vor allem auf Erscheinungen wie die Expansion des Modells der sog. *fast fashion*, der Verbreitung von Blogs und Modeplattformen im Internet sowie der Zusammenarbeit von weltbekannten Designern mit weitverbreiteten Firmenmarken bezogen, dank denen Mode allen zugänglich ist. An der „Demokratisierung der Mode“ wird kritisiert, dass ihre grundlegende Aufgabe die Homogenisierung von Geschmack und die Verbreitung minderwertiger „McFashion“ ist, die zur Folge habe, dass es nicht zur Befriedigung von Bedürfnissen komme, sondern vielmehr zu weiterer Konsumeskalation und Rivalität (Lee 2003; von Busch 2012, S. 197)

Dies führt nun zum zweiten und wichtigsten Aspekt des Beitrags, zur *politischen Dimension des Wesens von Mode*. Schon einer der ersten Modetheoretiker wies darauf hin, dass Mode einen paradoxen Charakter und die Fähigkeit habe, Gegensätze zu vereinen, wie etwa die Tendenz zur Andersartigkeit und die Tendenz zur Ähnlichkeit (Simmel 1905). Mit der paradoxen Natur der Mode beschäftigt sich die Wissenschaftlerin Elena Esposito, während die Forscherin Susan Kaiser betont, „Mode fußt auf Gegensätzen (Konfliktfeststellung der Wahrheit) und Ambivalenzen (Konfliktemotionen)“, und sie sollte eher als Handlung im Rahmen von „sowohl/als auch“, weniger als „entweder/oder“ (Kaiser 2012, S. 1 f.; Esposito 2004) wahrgenommen werden.

Ähnlich wie Macht bezieht sich auch Mode auf komplexe Systeme der Konfliktkräfte, die der menschlichen Gemeinschaft eine Form geben. Einerseits ist sie eine zum Handeln anregende und Energie freisetzende Lebenskraft, die zur Versubjektivierung der in ihr engagierten Individuen und zum Engagement für andere führt. Andererseits konzentriert sie sich auf die Gewaltausübung zwischen den Menschen und funktioniert als Kontroll-, Zwang- und Unterdrückungskraft, der man sich unterordnet oder die man missachtet, in Frage stellt und bekämpft.

Politisches Handeln kann aus der „idealistischen“ oder „realen“ Perspektive betrachtet werden (vgl. Berki 1981; Geuss 2008). Der idealistische

Zugriff versteht Politik als Kunst dessen, was möglich ist, und betont ihre harmonische Dimension: als Raum für Kooperation, Verhandlungen und Konsensbildung mithilfe eines rationalen Dialogs zwischen Ideologien und Werten. Ausgangspunkt sind hier idealistische Ansätze und Ideen, die beschreiben, wie die Realität gestaltet werden soll (z. B. „Gerechtigkeit“, „Freiheit“, „Menschenrechte“), die man versucht, in Normen zu übersetzen und umzusetzen, um eine bessere Welt zu schaffen. Die realistische Herangehensweise dagegen nimmt die Realität in Konfliktkategorien wahr (Kampf ums Überleben, um Macht und Dominanz zwischen zwei verfeindeten Individuen bzw. Gemeinschaften) und konzentriert sich nicht auf die Verwirklichung bestimmter Ideale, sondern auf die Bewertung von Konsequenzen realer Handlungen von Menschen. Mode kann mit Bezug auf diese beiden Zugänge gesehen werden: Man sieht in ihr eine stärkende Kraft und eine Praxis der Sorge um eine bessere Gesellschaftsorganisation oder man kann modische Konflikte beobachten, Akte der Feindschaft und gesellschaftliche Asymmetrien, die das System der Mode erzeugt (von Busch 2016).

Anhänger der „idealistischen“ Perspektive sehen in der Mode eine stärkende Kraft, die Mut spendet, ein Werkzeug der Subjektivierung und der Bildung eines individuellen sowie eines kollektiven Wohlergehens (well-being), ja sogar eine Form des Kampfes gegen gesellschaftliche Ungerechtigkeit und eine Möglichkeit zur Veränderung der Welt zum Besseren (vgl. z. B. von Busch 2008; Hefferon/Masuch 2014; Fletcher 2014).

Mit Beginn des 21. Jahrhunderts werden vor allem verschiedene Formen der so genannten ethischen Mode als Mode im Engelsgewand vorgestellt. Diese wird in eine breitere Modeströmung eingeschrieben, die mit Begriffen wie „Moralisierung des Marktes“ oder „ethische Wende“ in Ästhetik, Politik und Wirtschaft beschrieben wird (Rancière 2006). Ethische Marken und Designer präsentieren sich als Aktivisten, die gegen übermäßigen Konsum, Verschwendung, Ausbeutung von Menschen und Umwelt sowie gegen Ungleichheiten kämpfen, die das moderne System der Mode generiert, vor allem das Fast-fashion-Segment. Europäische Konsumenten erklären zunehmend, Ehrlichkeit, gesellschaftliche Verantwortung, Sicherheit und Umweltschutz als Aspekte beim Kauf von Kleidung zu beachten (Kuntz/Garner 2011). Auch traditionelle Segmente der Bekleidungsbranche inkorporieren Ethik in Form von gesellschaftlicher Verantwortungsstrategien (CSR), die parallel zu ihrem bisherigen Handeln funktionieren. Im Endeffekt sind daher Doppelstandards im Handeln von Modekorporationen sowie das Entstehen eines alternativen Marktes für „ökologische“, „verantwortungsbewusste“ und „ethische“ Produkte sowie ihren Produzenten und

Konsumenten, die der Glaube an das Versprechen einer ethisch korrekten Mode verbindet, weil sie – begriffen als Trägerin von Emotionen wie Vertrauen und Tugendhaftigkeit sowie Ehrlichkeit und Verantwortung – eine Möglichkeit ist, eine bessere und nachhaltigere Welt zu schaffen.

Trotz der erhabenen Ideale der ethischen Mode mangelt es nicht an kritischen Stimmen. Meist wird die Disproportion zwischen der diskursiven Anwesenheit und der deklarierten Unterstützung für ethische Themen einerseits, und der Umsetzung dessen auf die tatsächlichen Verhalten von Konsumenten und Unternehmen andererseits angesprochen; auf die Anwendung von Doppelstandards durch die Modekorporationen und auf die fehlende Einführung grundsätzlicher Änderungen in die bisherigen Handlungsmodelle der Bekleidungsbranche; auf die Wirkungslosigkeit der ethischen Mode bei der Bekämpfung von übermäßigem Konsum und ihrem Beitrag zu weiterem Konsumismus (Steigerung des Konsumverhaltens – Anm. d. Ü.) in anderer Form sowie auf die Tatsache, dass sich die ethische Mode zwar mit Slogans der gesellschaftlichen Verantwortung, Gerechtigkeit und Solidarität schmückt, das Handeln der in das ethische Netze eingebundenen Subjekte jedoch eher zur Beruhigung des eigenen Gewissens und dem Aufbau eines positiven Images dient als einer realen Verbesserung der Existenz von Individuen in den niedrigsten Positionen.<sup>12</sup> In der Forschung wird teilweise auch auf einen selektiven und bequemen Umgang mit Aspekten wie Verantwortung und ausgeglichener Entwicklung aufmerksam gemacht (z. B. hauptsächlich die Konzentration auf das Thema der Transparenz von Prozessen der Bekleidungsproduktion) sowie auf ihre Definition in Anlehnung an westliche Standards, Ideen und Prioritäten (Fletcher 2013; Maynard 2013). Elke Gaugele weist zudem darauf hin, dass die ethische Wende in der Mode nicht nur mit der westlichen Verproduktion von Vertrauen, Ehrlichkeit und Verantwortung sowie der Integration von gesellschaftlicher Kritik als gesellschaftlichem Kapital durch den gegenwärtigen globalen Kapitalismus zusammenhängt (dies thematisierten bereits Luc Boltanski und Eve Chiapello 1999), sondern auch mit disziplinierenden und hierarchisierenden Praktiken, über die gesellschaftliche Beziehungen neu definiert und an die globale neoliberale Wirtschaft unter dem Zeichen der Ökologie, der gesellschaftlichen Gerechtigkeit und des ethischen Konsums angepasst werden (Gaugele 2014). Gaugele erkennt im Handeln der ethischen Marke „Honest By“, der britischen Designerin Vivienne Westwood sowie der Modeinitiativen der Vereinten Nationen die Reproduktion von

---

12 Vgl. z. B. Tseïlon (2011), Aspers (2006), Fletcher (2013), Raciniewska (2014).

frühkapitalistischen Praktiken der gesellschaftlichen Hierarchisierung (Arbeit in der Textil- und Bekleidungsproduktion als Instrument der Klassen- und Geschlechtsdistinktion) sowie eine Fortführung der kolonialen Traditionen „weißer Wohltätigkeit“ und der Praktiken der Definition westlicher und nicht westlicher Gesellschaften im Geiste des Sozialdarwinismus und zeigt damit, dass ethische und moralische Werte nicht nur im Verkauf von Bekleidung als Werkzeuge dienen, sondern auch als Mittel des politischen Managements, der Schaffung einer westlichen Zentralität und Dominanz sowie der Schaffung einer neuen „moralisch besseren“ Klasse.

Ein Teil der Kritiker der bisherigen Lösungen und Praktiken in der ethischen Mode fordert deshalb, nach neuen Modellen und Handlungsweisen zu suchen, die der Mode die reale Möglichkeit eröffneten, eine positive und stärkende Gesellschaftskraft zu werden (von Busch 2008; Fletcher 2013; Carbonaro/Goldsmith 2013). Es stellt sich jedoch die Frage, ob dies möglich ist.

Denn zahlreiche gegenwärtige Modeforscher sehen in ihr vor allem ein Feld des Kampfes und der Rivalität um eine besondere Art der Dominanz. Pierre Bourdieu und Yvette Delsaut zeigten in ihrer Analyse der französischen Haute Couture der 70er-Jahre, dass sich im Feld der Mode ein ständiger Kampf um die Macht zur Gestaltung und Auferlegung legitimer Distinktionssymbole in Bezug auf Bekleidung vollzieht (Bourdieu/Delsaut 1975, S. 15). Bourdieu zufolge ist die Mode ein fruchtbarer Boden für Konflikte und Antagonismen, da stets neue Stile und Distinktionen aufkommen, um die bestehende Ordnung zu stören, gleichzeitig bilden sie ihre eigenen Eliten und inneren gesellschaftlichen Hierarchien und reproduzieren so Konfliktsituationen (Bourdieu 2005). Malcolm Barnard unterstreicht, dass Mode und Kleidung zwar meist als eine neutrale und unschuldige Form der Kommunikation und Kulturproduktion sowie als friedliche Existenz verschiedener Lebensrepräsentationen und -stile verstanden werden, ein solches Verständnis jedoch trügerisch sei – bereits das Wortfeld des englischen Terminus *fashion*, das die Mode in Zusammenhang mit dem lateinischen Wort *factio* bringe, das sich wiederum von *fraction* herleite (mit eindeutigem Bezug zur Politik), suggeriert, dass die politische Dimension der Mode nicht ignoriert werden sollte. Mode ist eine Form des Kampfes bzw. der Kampfhandlungen, in denen Individuen und Gruppen um Dominanz und Vorrangstellung ringen; sie ist auch ein Teil des Prozesses, in dem Positionen der Dominanz und der Unterwerfung erschaffen werden, damit sie naturgegeben, adäquat und begründet erscheinen (Barnard 2002, S. 39 ff.). Otto von Busch beschäftigt sich in Teilen seiner Projekte und Publikationen mit der Mode als brutalem Machkampf, während

er das System der Mode als Mechanismus versteht, „der das Regime der Exklusion und des Elitismus im Herzen der liberalen Demokratien legitimiert, die das Zelebrieren von ‚Freiheit‘ und ‚Gleichheit‘ predigen“.<sup>13</sup> Das Projekt „The Current State of Fashion“, das die doppelte Bedeutung des englischen Wortes *state* nutzt und die Ähnlichkeit zwischen dem Nationalstaat und der Mode erkundet, hatte beispielsweise das Ziel, darzulegen, dass die Mode keine Demokratie sei, sondern ein Staat ohne Diktator, allerdings mit einer Bevölkerung, die sehr gerne Befehle ausführe, bereitwillig die Überlegenheit des Konsumismus akzeptiere, die Schaffung sozialer Gegensätze und tägliche Akten von Mikroaggressionen anderen gegenüber befürworte (von Busch 2016, S. 196). Das Projekt wurde von einer politischen, unter dem Pseudonym Ralf Wronsov geschriebenen Abhandlung begleitet, in der der Autor die Mechanismen des für die Schönen und Reichen reservierten Modestaats darstellt, z. B. Elitismus, Grausamkeit ästhetischer Urteile über die anderen in der Welt der Mode und Besessenheit in Bezug auf die Demarkation „in“ und „außerhalb“ der Mode (Wronsov 2014).

Ähnlichen Fragestellungen geht von Busch zusammen mit anderen Autoren der Publikation *The Fashion Condition* nach, in der mehrere Definitionen von „Modepolitik“ (*fashion politics*) vorgeschlagen werden (von Busch et al. 2014, S. 35 ff.). So könne Modepolitik erstens auf die Handlungen bezogen werden, die mit dem Management und der Kontrolle von Mode als gesellschaftlichem Phänomen und System zusammenhängen. Ferner lasse sich Modepolitik mit dem Management von Leben und Tod in der Mode verbinden. Diese Biopolitik der Mode zeigt sich nicht nur in der Regel der festgelegten saisonalen Lebensdauer bestimmter Stilikonen und Modelle (*planned obsolescence*), sondern auch in der Bestimmung von Grenzen und dem Management der Modegemeinschaft, insbesondere durch organisatorischen Regeln und Handlungen beschrieben werden, die sich auf den Exklusions-/Inklusionsmechanismus in der Mode beziehen (Wer ist „in“ und wer „außerhalb“ von Mode?). Drittens umfasse die Politik der Mode, in Anknüpfung an die Lesart der Beziehungen zwischen Politik und Ästhetik bei Rancier (1999), alle Polemiken zum Thema Modegleichheit seitens derjenigen, die durch Expressionen ihrer Gleichheit verdeutlichten, dass ihnen das Moderegime bisher die Anerkennung als Gleiche versagt hatte.

---

13 „‘Fashion’ system only serving to legitimize a cruel regime of exclusion and elitism at the heart of liberal democracies that otherwise claim to be celebrating idealist concepts such as ‘freedom’ and ‘equality’“ (von Busch 2016, S. 193).

Ausgehend von Überlegungen Hanna Arendts zu verschiedenen Formen der Macht (Arendt 1970), betrachtet *The Fashion Condition* außerdem verschiedenartige Mechanismen und Nuancen der Modepolitik, vor allem die Differenzierung zwischen Modemacht und Modegewalt. Die Modemacht (*fashion power*) ist eine Funktion der gesellschaftlichen Beziehungen, sie kann nicht von einem einzelnen Subjekt in der Modehierarchie ausgeübt und kontrolliert werden, sondern ist auf die freiwillige Teilnahme am kollektiven Prozess der Orchestrierung individuellen Handelns zurückzuführen, sodass es im Ergebnis zu einer „kollektiven Selektion“ (Blumer 1969) bestimmter Modestilistiken zu einer gegebenen Zeit kommt. Die Modemacht ist also in der Form der kollektiven Gehorsamkeit verkörpert, die gleichzeitig die Individuen durch die Teilnahme am Modeprozess selbst subjektiviert und stärkt (von Busch et al. 2014).

Die Modegewalt (*fashion violence*) basiert wiederum auf dem kulturellen Willen, wahrgenommen und erkannt zu werden, und zwar mithilfe symbolischer Mittel wie modischer, auf dem Markt angebotener Waren, sowie auf dem von der schwedischen Journalistin Susanne Pagold als Verlangen beschriebenen Bedürfnis, wie alle anderen auszusehen, jedoch bevor die anderen so aussehen.<sup>14</sup> Denn die Modegewalt wird auf die Schaffung von Überordnungs- und Unterordnungsbeziehungen zurückgeführt. Sie äußert sich zudem auf verschiedene Weise: 1) als direkte Gewalt in Form von Verletzung der persönlichen Integrität, von Ausbeutung oder von Akten täglicher „Mikroaggression“ (Sue 2010) (z. B. in Form von Affronts, kritischer Kommentare von „Moderichtern“, die andere aufgrund ihrer Kleidung beurteilen); 2) als Systemgewalt in Form von Modeidealen, verkörpert in den in der Industrie verwendeten Mustern und Beschäftigungsregeln, in auferlegten Mustern der Körperlichkeit, der Schönheit, der Identität, in der Kleidergrößenpolitik, den Praktiken der Auslese und der Schubladisierung des Individuums aufgrund seiner Kleidung usw.; 3) als symbolische Gewalt in Form von Praktiken, die eine direkte und systemorientierte Modegewalt legitimieren und die Ausbeutung und/oder Moderepression zur unsichtbaren oder „normalen“ und „natürlichen“ Erscheinung machen (vgl. von Busch et al. 2014).

Das Akzeptieren einer realistischen Perspektive ermöglicht es zu erkennen, dass Ideen, Mechanismen und Praktiken des Modesystems zur Verbreitung der „Macht des Urteilens“ über die anderen führen, zur Auslese der Menschen aufgrund ihres Aussehens, zur Entstehung einer spezifi-

---

14 Wiedergegeben nach: von Busch et al. (2014, S. 51).

schen Angst vor der Nichtbeachtung und dem Regime des Konsumismus, propagiert als Tugend, die den Markt florieren lässt, und als einzige Methode zur Verbesserung des eigenen Wohlergehens (*well-being*), obwohl sie in Wirklichkeit zum Verlust der realen Macht von Modekonsumenten führt und diese in der ständigen Furcht vor Besitzverlust einsperrt. Von Busch suggeriert geradezu, dass das Modesystem, ein komplexes Netz von Produkten, Bedürfnissen, Praktiken und Institutionen, mit dem aktuellen Zustand der Demokratie, der von Sheldon Wolina als „inkorporierte Demokratie“ oder „umgedrehter Totalitarismus“ bezeichnet wird, einhergeht, um Besitz „von Kontrolle, Expansion, Überlegenheit und Suprematie“ (Wolin 2008, S. ix) zu unterstreichen. Das System der Mode mag einen geringen Einfluss auf die Regierung und die Politik eines Staates haben, es spielt jedoch eine Schlüsselrolle in der durch Bedürfnisse gelenkten Demobilisierung von Konsumenten und in der gleichzeitigen Feier des illusorischen Individualismus und der Autonomie des Individuums (von Busch 2012, S. 195).

Erforscht man die Beziehungen zwischen Mode und Politik, sollte noch auf eine weitere Praxis des Modesystems hingewiesen werden, d. i. die Nutzung politischer Themen für die eigenen kommerziellen Ziele. Simmel zufolge kann Mode jedes Kulturthema absorbieren. Für Aileen Ribeiro ist die Modewelt bereits seit Langem „an die politische und gesellschaftlichen Aktualitäten als Inspiration gewöhnt“ – schon während der Französischen Revolution hätten Modelager patriotische Produkte propagiert (Ribeiro 1988, S. 56 ff.). Auch zeitgenössische Modehäuser greifen nach kontroversen und „schwierigen“ Inhalten wie z. B. politischer Protest, Krieg, Aufstand, Gewalt gegenüber Frauen, Flüchtlinge oder Nazismus, um die eigenen Produkte in einem zunehmend von Konkurrenz geprägten Milieu zu verkaufen. Das Wesen der beschriebenen Praxis ist die Nutzung eines politischen Themas als Zitat und seine letztendliche Vermarktung. Die Mode koppelt das Thema vom ursprünglichen historischen Kontext ab und wandelt es in ein schickes, ästhetisches, „cooles“ Produkt um; die Wirksamkeit dieser Praxis begründet sich in der Umkehr von Bedeutung, in Ambivalenz und Zweideutigkeit bei gleichzeitigem „Herabsetzung dessen, was verboten ist und dessen Abwertung“.<sup>15</sup> Nach Jean Baudrillard ist Mode unmoralisch

---

15 „At once invoking the forbidden and disavowing it“ (Mirzeoff 2002, S. 10). Als aktuelles Beispiel kann die Kollektion des russischen Designers Leonid Alexeevs dienen, die von der Annexion der Krim durch Russland 2014 „inspiriert“ wurde. Die illegale Besetzung eines Teils der Ukraine wird hier modelliert als verprodukteter Ausdruck rus-

in dem Sinne, dass sie innerhalb und außerhalb von Werte- und Beurteilungssystemen spielt und somit alle Ordnungen sabotiert (Baudrillard 2007, S. 472).

Designer und Schöpfer der Modesession weisen nicht selten darauf hin, mit ihrem Schaffen das gesellschaftliche Bewusstsein in Bezug auf die aufgegriffenen Themen vergrößern zu wollen. Kritiker dieser Praktiken sehen darin die Gefahr der kommerziellen Nutzung von historischen Bildern und politischen Ereignisse. In Bezug darauf macht Allan Sekula aufmerksam, dass „der Ehrgeiz des historischen Verstehens zwar nicht verschwindet, aber den Platz dieses Verstehens nimmt die ästhetische Erfahrung ein“.<sup>16</sup> In der Mode geht es nicht um Geschichtsunterricht, sondern vielmehr um Massenkonsum (vgl. Guenther, S. 12.) und die Gestaltung von Erzählungen über einen Stil zum Verkauf von Produkten. Daher die häufigen Vorwürfe an die Mode, sie reduziere gesellschaftliche sowie politische Ereignisse auf eine ästhetische Dimension und banalisiere Brutalität, Gewalt und das Leiden von Menschen. Daher auch die sich aufkommenden Fragen nach dem Recht (der Berechtigung – Anm. d. Ü.), Bilder und Geschichte zu nutzen.

Trotz der Kontroversen um einige Kollektionen und Fotosessions wird der Mode die Nutzung politischer, gesellschaftlicher und kultureller Themen für ihre eigene Zwecke zugestanden. Zur Zensur der Mode kommt es sehr selten, obwohl es in der Vergangenheit Kollektionen gab, die eine solche gesellschaftliche Empörung auslösten, dass die Rücknahme von sowohl der Kleidung als auch sie zeigenden Bilder angeordnet wurde, etwa die Kollektion „Sleep“ von Comme des Garçons von 1995, die an Bilder des Holocausts erinnerte und den Protest des Jüdischen Weltkongresses hervorrief; oder die Chanel-Kollektion von 1994, die mit dem als „Satanic Breasts“ bezeichneten Kleid die Gefühle muslimischer Gemeinschaften verletzt hatte; oder die Kollektion sog. Palästinensertücher der Firma Urban Outfitters von 2007, die man als anti-israelische Politik der Marke rezipierte (vgl. Zborowska 2014; Nundy 1994; Kim 2007). Diese Beispiele illustrieren die politische Bedeutung von Mode deutlich, sie zeigen auch, dass die Autonomie der Modewelt aufgrund ihrer Koppelung an die gesellschaftliche und politische Welt nicht vollauf begrenzt ist. Wie Andreas Behnke unterstreicht,

---

sischen Patriotismus und soll eine positive Haltung gegenüber der russischen Armee hervorrufen (vgl. Noack 2015).

16 „Accordingly, the pretence to historical understanding remains, although that understanding has been replaced by aesthetic experience.“ (Sekula 2003, S. 448)

„die Mehrdeutigkeit des Modecodes und die unvermeidbare Mobilität ihrer Bedeutungen flechten sie in das Gewebe von Macht und Politik ein. Sie widersetzt sich jeder direkten disziplinierenden Kontrolle und dem Impuls, ihre Bedeutung festzusetzen, während sie ihn zugleich herbeiruft, sogar dazu anstiftet. Mode wird politisch, weil sie vor allem ein Skandal für Macht und Ordnung ist.“ (Behnke 2017, S. 8; Übersetzung der Verfasserin)<sup>17</sup>

Mode offenbart auch imperiale Bestrebungen, was die Modeschau zur Herbst/Winter-Kollektion von Chanel aus dem Jahre 2013 symbolisch zeigt. Während dieser Modeschau kreisten Models um eine massive Erdkugel, auf der 300 Läden der Firmenmarke markiert waren.<sup>18</sup> Anfangs als moralisch verurteilte Tätigkeit betrachtet, wurde sich die Mode im 20. Jahrhundert zu einem gewaltigen Business, zu einem Handlungsmodell für andere Branchen sowie zum Bezugspunkt für viele künstlerische und kulturelle Formen. Frederick Godart spricht in diesen Zusammenhang von einem „Prinzip der Imperialisierung“ in der Mode, das sich auf zwei Ebenen manifestiert: auf einer organisatorischen und auf einer gesellschaftlichen (Godart 2012, S. 130). Die organisatorische Ebene ist mit dem Aufkommen von Businessgruppen und Mehrmarken-Mischkonzernen der Luxus- und Massenmode (z. B. LVMH, Kering, Inditex, H&M Hennes & Mauritz AB, Macy) am Ende des 20. Jahrhunderts verbunden. Ähnlich wie politische Imperien, sind die erwähnten Geschäftsimperien große Organisationen, die sich durch riesige Vielfalt charakterisieren, ihr gemeinsamer Nenner ist jedoch die systematische Anwendung von Korporationsmanagement, Marketingstrategien und Businessinstrumente in Schaffensprozess, Vertrieb, Werbung und Verkauf von Kleidung und Accessoires (vgl. Thomas 2010; Racinevska 2013).

Die gesellschaftliche Dimension der Imperialität von Mode geht wiederum mit der Ausbreitung von Praktiken, Repräsentation und Logik der Mode auf andere Bereiche des gesellschaftlichen Lebens einher. Bereits Gilles Lipovetsky zeigte, indem er über das „Ephemera-Imperium“ schrieb,

---

17 „(...) it is the ambiguity of the fashion code and the inescapable mobility of its signifiers that weaves it into the fabric of power and politics. It resists ant direct disciplinary control and the impulse to arrest its meaning, while at the same time calling, even inciting it. Fashion becomes political because it is, first and foremost, a scandal for power and order.“ (Behnke 2017, S. 8)

18 Chanel, Herbst-Winter 2013/14, Ready-to-wear-Show, <http://tinyurl.com/hb5fc43> (Abruf: 15.04.2016).

dass Mode die Generalform der modernen Gesellschaft ist und jeder mehr oder weniger in der Mode versunken ist (Lipovetsky 1994, S. 130). In ähnlicher Weise betont auch Orvar Löfgren die zunehmende Ästhetisierung der Wirklichkeit, die Bedeutung des Designs und die Einführung des Prinzips vom ständigen Wandel (Bewegung – Anm. d. Ü.) in Produktion und Konsum, und bezeichnet dies als „Ökonomie des Laufstegs“ (Löfgren 2005). Godart verweist zudem auf ein Paradoxon der Imperialisierung der Mode: Die Mode, die aus der Luxus- und Kleidungsbranche stammt, expandiert und erobert andere Lebensbereiche bei gleichzeitiger Senkung der Bedeutung des Bekleidungssektors, was mit dem relativen Rückgang von Bekleidungspreisen verbunden ist (Godart 2012, S. 138).

Die imperiale Form der Mode vollendet nach Godart die Theorie Barthes' „des Modesystems“, denn in diesem Stadium wurden nicht nur modische Bedeutungen systematisiert, sondern auch organisatorische und soziökonomische Beziehungen (Godart 2012, S. 130). Dies wirft auch die Frage nach dem potentiellen Tod der Mode auf, da alle Imperien im Laufe der Zeit entstehen und untergehen.

Last but not least erlaubt die Kategorie der Imperialität auch die kritische Betrachtung der dominierenden Definitionsverfahren von Mode in den *fashion studies*. Diese Kritik bezieht sich hauptsächlich auf den Eurozentrismus, das Elitäre und das Denken in den Kategorien binärer Oppositionen, wie die Lokalisierung auf der Achse Westen/Rest der Welt verorten ist, die den Blick auf die Mode als Phänomen an verschiedenen geografischen Orten und in unterschiedlichen historischen Perioden begrenzen. Die Kritik des Eurozentrismus der Mode und ihrer Erforschung hat jedoch nicht zum Ziel, den Einfluss in Frage zu stellen, den die westliche Mode auf die Mode der Welt ausübte und ausübt. Vielmehr geht es um eine Erweiterung des Feldes und das Erkennen toter Punkte in seinem Bereich, vor allem um die Wahrnehmung und die empirische Beschreibung des Funktionierens von Mode in anderen europäischen und außereuropäischen Ländern und Kulturen, die bislang als „rückständig“, „vulgär“, „provinziell“, „unzivilisiert“, „verkommen“ und „traditionell“ wahrgenommen wurden. Das neue Klima der Modeforschung führte zum Anstieg von Publikationen zum Thema Mode und Bekleidung in den Ländern Afrikas, Asiens, Südamerikas oder in Australien, während er in Europa in Holland, Deutschland oder den skandinavischen Ländern zum Versuch der Re-Orientierung des Modebegriffs, zur Analyse des Globalisierungsprozesses der Mode und der Komplexität der Beziehungen zwischen Mode und Kolonialismus bzw.

Neokolonialismus sowie zwischen der westlichen und nicht westlichen Mode führte.<sup>19</sup>

#### 4. Weitere Forschungsausblicke

Die Beziehungen zwischen Mode und Politik werden im Rahmen der *fashion studies* auf verschiedene Weisen und in unterschiedlichen Kontexten untersucht. Um das weitläufige Untersuchungsfeld zu ordnen, wurde im vorliegenden Beitrag eine Differenzierung zwischen den *Praktiken der Politisierung der Kleidung* und dem *politischen Charakter der Mode* vorgeschlagen. Der erste Begriff bezieht sich auf die Top-down- und Bottom-up-Praktiken, Bekleidung politische Bedeutungen zuzuschreiben und Kleidung für den politischen Kampf zu nutzen. Der Zweite wird mit der Handlungslogik der Mode verbunden, mit den Praktiken der Modewelt sowie mit den Beziehungen zwischen der Mode und der Kategorie der Macht. Im Rahmen der *fashion studies* relativ gut erforscht wurden in verschiedenen historischen, politischen und gesellschaftlich-kulturellen Kontexten Praktiken, die im Beitrag als Politisierung von Kleidung bezeichnet werden. Studien diesen Typs konzentrieren sich gewöhnlich auf die Performativität politischer Identitäten, auf symbolische Repräsentation des politischen Körpers und der Macht mithilfe von Kleidung, auf von oben kommende Praktiken der Uniformisierung der Gesellschaft in Bezug auf die Kleidung, auf Maßnahmen der Nationalisierung von Mode sowie auf Fälle, in denen Kleidung als Form der politischen Kritik und als Methode eines Kampfes von unten gegen die bestehende Gesellschaftsordnung verstanden wird. Der politische Charakter der Mode ist dagegen weniger intensiv untersucht worden, obwohl das Interesse an entsprechenden Fragestellungen in den letzten Jahren gestiegen ist. Gesehen wird vor allem die politische Rhetorik des Modediskurses, die politische Dimension vieler Praktiken des modernen Modesystems oder die Hegemonie des Westens sowohl in der Praxis als auch in der Theorie der Mode, der man durch eine Re-Orientierung der dominierenden Definitionen von Mode sowie durch die Ausdehnung von Forschungsinteressen auf Gebiet außerhalb Westeuropas entgegenzuwirken versucht.

---

19 Z. B. Craik (1993), Tarlo (1996), Kondo (1997), Rabine (2002), Niessen/Leshkovich/Jones C. (2003), Maynard (2004), McNeil/Riello (2010), Kawamura (2004), Root (2005), Eicher (2010), Root (2010), Knox (2011), Rovine (2009), Gikandi (2011), Geczy (2012), Zhao (2013), Gungtoft (2013), Jansen (2015), Nicklas/Pollen (2013), Craik/Jansen (2016), Smelik (2016).

Die postsozialistischen Länder sind auf der globalen Karte der *fashion studies* noch immer relativ wenig erkundete Gebiete. Es gibt verhältnismäßig wenige Abhandlungen zum Thema Mode und Bekleidung aus dieser Region,<sup>20</sup> und Arbeiten, die Mode und Politik im Kontext Mittel-/Osteuropas betrachten, gibt es noch weniger. Deshalb verdient eine Publikation Djurdji Barletts besondere Erwähnung, die die Mode in den sozialistischen Ländern behandelt, aber auch der von ihr redigierte Band zur Mode und Kleidung in den Ländern Osteuropas, in Russland und dem Kaukasus; anzuführen ist auch das Buch Judd Stitziels über die Beziehungen von Politik, Kleidung und Konsumkultur in Ostdeutschland; das Studium von Jukka Gronov und Sergej Zhuravlev zum sowjetischen Modesystem nach dem Zweiten Weltkrieg sowie die vergleichende Analyse der Jugendmode im sozialistischen Polen und der DDR von Anna Pelka.<sup>21</sup> Obwohl sie die politische Dimension der Mode zur Zeit des Kommunismus aufzeigen, äußern sich diese Publikationen nicht zum Erbe dieser Zeit oder zu den Beziehungen zwischen Mode und Politik nach dem Zusammenbruch des politischen Systems. Entsprechende Arbeiten werden erst jetzt publiziert. So untersuchte beispielsweise Olga Gurova einen Wandel der Definitionsmethoden von Mode und ihrem Erleben sowie den politischen Charakter des Konsumismus im Kontext des postsowjetischen Russlands (Gurova 2014). Mit Bezug auf Polen haben Magdalena Nowicka und ich den polnischen Modediskurs nach dem Zweiten Weltkrieg mit Berücksichtigung der postkolonialen Perspektive analysiert. Die Analyse der meistgelesenen polnischen Modezeitschriften aus den Jahren 1945–2014 (damit wäre die kommunistische und postkommunistische Zeit berücksichtigt) ermöglichte es, den wertenden und normalisierenden Charakter des polnischen Modediskurses aufzuzeigen, auf die Dimension seines postkolonialen Charakter hinzuweisen sowie ihn angesichts der Opposition Ost – West im Kontext der politischen und gesellschaftlichen Veränderungen zu verorten, die in Polen in den letzten siebzig Jahren stattfanden (Nowicka/Raciniewska 2017).

Fragen nach der Funktionsweise der Mode im Sozialismus und ihrer Beziehung zur westlichen Mode, zum Einfluss der Erfahrung des Kommunismus auf die Funktionsweise der Mode in den postsowjetischen Ländern

---

20 Z. B. Uchalová (1996), Uchalová (1997, 1999), Hlaváčková (2000), Stitziel (2005), Bartlett (2010), Virginás (2010), Uchalová (2012), Pelka (2013), Gurova (2014), Raciniewska (2014), Łukoszek (2014), Boćkowska (2015), Gronov/Zhuravlev (2015), Nowicka/Raciniewska (2017).

21 Bartlett (2010), Pelka (2013), Stitziel (2005), Gronov/Zhuravlev (2015).

sowie zum Beitrag von Wissen über die Beziehungen zwischen Mode und Politik in der damaligen „Zweiten Welt“ zur Theorie und Praxis der Mode müssen noch immer vertieft erforscht werden.

Im Rahmen der *fashion studies* sollte auch die Reflexion der politischen Dimension des Modekonsums, des Prozesses der „Demokratisierung von Mode“ sowie der Komplexität der Beziehungen zwischen Mode und Politik in postmodernen Nationalstaaten und der sich globalisierenden Welt vertieft werden.

Übersetzung: Andrzej Belczyk-Kohl

Korrektur: Yvonne Belczyk-Kohl

## Literatur

- Anderson, B. (1997): *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*. Kraków: Znak.
- Arendt, H. (1970): *On Violence*. New York: Harcourt Brace and Company.
- Aspers, P. (2006): *Ethics in Global Garment Markets*. In: Stehr, N./Henning, Ch./Weiler B. (Hrsg.): *The Moralization of Markets*. London: Transaction Press, S. 287–307.
- Barnard, M. (2002): *Fashion as Communication*. Second Edition. London und New York: Routledge.
- Barthes, R. (2005): *System mody*. Kraków: WUJ.
- Bartlett, D. (2010): *Fashion East: The Spectre that Haunted Socialism*. Massachusetts Institute of Technology Press: Cambridge.
- Bartlett, D. (Hrsg.) (2010): *Encyclopedia of World Dress and Fashion, Vol. 9: East Europe, Russia, and the Caucasus*. London und New York: Berg.
- Baudrillard, J. (2007): *Fashion or the Enchanting Spectacle of Code*. In: Reader, A./Barnard, M. (Hrsg.): *Fashion Theory*. London: Routledge, S. 464–474.
- Behnke, A. (2017): *Introduction*. In: Behnke, A. (Hrsg.): *International Politics of Fashion. Being Fab in a Dangerous World*. New York: Routledge.
- Behnke, A. (Hrsg.) (2017): *International Politics of Fashion. Being Fab in a Dangerous World*. New York: Routledge.
- Benjamin, W. (1973): *The Work of Art in the Age of Mechanical Production, "Illuminations"*. London: Fontana.
- Berki, R. (1981): *On Political Realism*. London: Dent.
- Blackman, C. (2013): *Uniformizm*. In: Blackman, C. (Hrsg.): *100 lat mody*. Warszawa: ARKADY, S. 68–87.
- Blumer, H. (1969): *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection*. In: *The Sociological Quarterly* 10(3), S. 275–291.
- Boćkowska, A. (2015): *To nie są moje wielbłądy. O modzie w PRL*. Wołowiec: Wyd. Czarne.
- Boltanski, L./Chiapello, È. (1999): *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso.
- Bourdieu, P./Delsaut, Y. (1975): *Le Couturier et sa Griffe: Contribution à une Théorie de la Magie*. In: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 1, S. 15.

- Bourdieu, P. (2005): *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- Burszta, J. (1969): *Kultura ludowa – folklorizm – kultura narodowa*. In: *Kultura i Społeczeństwo* 13(4), S. 55–61.
- Calhoun, C. (Hrsg.) (1992): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Carbonaro, S./Goldsmith, D. (2013): *Fashion and the Design of Prosperity: A Discussion of Alternative Business Models*. In: Black, S. (Hrsg.): *The Handbook of Fashion Studies*. London und New York: Bloomsbury, S. 575–594.
- Chanel, Herbst-Winter 2013/14 Ready-to-wear-Show, <http://tinyurl.com/hb5fc43> (Abruf: 15.04.2016).
- Craik, J./Jansen, A. (Hrsg.) (2016): *Modern Fashion Traditions. Negotiating Tradition and Fashion*. London und New York: Bloomsbury.
- Craik, J. (2009): *Fashion. The Key Concepts*. Oxford und New York: Berg.
- Craik, J. (2005): *Uniforms Exposed. From Conformity to Transgression*. Oxford und New York: Berg.
- Craik, J. (1993): *The Face of Fashion: Cultural Studies of Fashion*. London: Routledge
- Edwards, T. (2011): *Fashion Focus. Concepts, Practices and Politics*. London und New York: Routledge.
- Eicher, J. (Hrsg.) (2010): *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, Vol.1–10*. London und New York: Berg.
- Eicher, J./Roach-Higgins, M. E. (1992): *Dress and Identity*. In: *Clothing and Textiles Research Journal* 10(4), S. 1–8.
- Espósito, E. (2004): *I paradossi della moda. Originalità e transitorietà nella società moderna*. Baskerville.
- Foucault, M. (1998): *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*. Warszawa: Fundacja Aletheia.
- Fletcher, K. (2014): *Sustainable Fashion and Textile. Design Journeys. Second Edition*. London und New York: Routledge.
- Fletcher, K. (2013): *The fetishization of transparency*, <http://tinyurl.com/zahqkvp> (Abruf: 25.05.2016).
- Flügel, J. C. (1930): *The Psychology of Clothes*. London: Hogarth Press.
- Fraser, N. (1989): *Unruly Practices: Power, Discourse and Gender in Contemporary Social Theory*. Cambridge: Polity Press.
- Gaugele, E. (2014): *On the Ethical Turn in Fashion: Policies of Governance and the Fashioning of Social Critique*. In: Gaugele, E. (Hrsg.): *Aesthetic Politics in Fashion*. Wien: Sternberg Press, S. 204–227.
- Gawkowski, J. (2016): *Każda moda minie, moda patriotyczna też*. In: *Dziennik Opinii*, 12.08.16, <http://tinyurl.com/guye9jz> (Abruf: 12.08.16).
- Gikandi, S. (2011): *Slavery and the Culture of Taste*. Princeton und Oxford: Princeton University Press.
- Geczy, A. (2012): *Fashion and Orientalism: Dress, Textiles and Culture from the 17th to the 21st Century*. London und New York: Bloomsbury.
- Geuss, R. (2008): *Philosophy and Real Politics*. Princeton: Princeton University Press.
- Godart, F. (2012): *Unveiling Fashion: Business, Culture, Identity in the Most Glamorous Industry*. London: Palgrave Macmillan.
- Gronov, J./Zhuravlev, S. (2015): *Fashion Meet Socialism: Fashion industry in the Soviet Union after the Second World War*. Helsinki: SKS Finnish Literature Society.

- Guenther, I. (2004): *Nazi-chic. Fashioning Women in the Third Reich*. Oxford und New York: Berg.
- Gungtoft, D. (2013): *Fashion Scandinavia: Contemporary Cool*. London: Thames and Hudson Ltd.
- Gurova, O. (2014): *Fashion and the Consumer Revolution in Contemporary Russia*. London: Routledge.
- Habermas, J. (1962): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied am Rhein: Luchterhand Verlag.
- Halnon, K. B. (2002): *Poor chic. Rational Consumption of Poverty*. In: *Current Sociology* 50(4), S. 501–516.
- Heath, J./Potter, A. (2005): *The Rebel Sell. Why the Culture Can't Be Jammed*. Chichester: Capstone.
- Hebdige, D. (1979): *Subculture: The Meaning of Style*. London und New York: Routledge.
- Hefferon, K./Masuch, Ch. S. (2014): *Understanding the links between positive psychology and fashion: A grounded theory analysis*. In: *International Journal of Fashion Studies* 1(2), S. 227–246.
- Hlaváčková, K. (2000): *Czech fashion 1940–1970: mirror of the times*. Prague: Olympia.
- Hollander, A. (1993): *Seeing Through Clothes*. Berkeley und Los Angeles: University of California Press.
- Hunt, L. (1984): *Politics, Culture and Class in the French Revolution*. Berkeley: University of California Press.
- Jansen, A. (2015): *Moroccan Fashion: Design, Tradition and Modernity*. London und New York: Bloomsbury.
- Jobling, P. (2014): *Advertising Menswear. Masculinity and Fashion in the British Media since 1945*. London und New York: Bloomsbury.
- Kaiser, S. (2012): *Fashion and Cultural Studies*. London: Bloomsbury.
- Kawamura, Y. (2004): *The Japanese Revolution in Paris Fashion*. Oxford und New York: Berg.
- Kim, K. (2007): *Where Some See Fashion, Others See Politics*. In: *The New York Times*, 11.02.2007, <http://tinyurl.com/o4d9f4p> (Abruf: 20.04.2016).
- Kondo, D. (1997): *About Face: Performing Race in Fashion and Theater*. New York und London: Routledge.
- Knox, K. (2011): *Culture to Catwalk: How World Cultures Influence Fashion*. London: A & C Black Publishers Ltd.
- Kuntz, G. I./Garner, M. B. (2011): *Going Global: The Textile and Apparel Industry*. Second Edition. New York: Fairchild Books.
- Lee, M. (2003): *Fashion Victim: Our Love-Hate Relationship with Dressing, Shopping and the Cost of Style*. New York: Broadway Books.
- Lieberson, S./Bell, E. O. (2002): *Children's First Names: An Empirical Study of Social Taste*. In: *American Journal of Sociology* 98(3), S. 511–554.
- Lipovetsky, G. (1994): *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- Löfgren, O. (2005): *Catwalking and Coolhunting: The Production of Newness*. In: Löfgren, O./Willim, R. (Hrsg.): *Magic, Culture and the new Economy*. Oxford: Berg.
- Luhmann, N. (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Lukoszek, D. (2014): Fashion Against the System: Barbara Hoff's Activity at *Przekroj* Magazine during the People's Republic of Poland. In: *Catwalk. The Journal of Fashion, Beauty and Style*, Volume 3(1)
- Maxwell, A. (2014): *Patriots Against Fashion: Clothing and Nationalism in Europe's Age of Revolutions*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Mansel, Ph. (2005): *Dressed to Rule: Royal and Court Costume from Louis XIV to Elizabeth II*. New Haven: Yale University Press.
- Maynard, M. (2013): Fast Fashion and Sustainability. In: Black S. (Hrsg.): *The Handbook of Fashion Studies*. London und New York: Bloomsbury, S. 542–556.
- Maynard, M. (2004): *Dress and Globalisation*. Manchester und New York: Manchester University Press.
- McDowell, C. (1985): *McDowell's Directory of Twentieth Century Fashion*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- McNeil, P./Riello, G. (Hrsg.) (2010): *The Fashion History Reader: Global Perspectives*. Basingstoke: Routledge.
- Meinhold, R. (2013): *Fashion Myths. A Cultural Critique*. Bielefeld: transcript.
- Mercier, C. F. X. (1793): *Comment m'habillerais-je? Réflexions politiques et philosophiques sur l'habillement français, et sur la nécessité d'un costume national*, <http://tinyurl.com/z8ew9n3> (Abruf: 23.03.2016).
- Mirzeoff, N. (2002): The Subject of Visual Culture. In: Mirzeoff, N. (Hrsg.): *The Visual Culture Reader, Second Edition*. London und New York: Routledge.
- Mirzeoff, N. (1995): *Bodyscape: Art, Modernity and Ideal Figure*. London und New York: Routledge.
- Nicklas, Ch./Pollen, A. (Hrsg.) (2013): *Dress History. New Directions in Theory and Practice*. London und New York: Bloomsbury.
- Niessen, S./Leshkovich, A. M./Jones, C. (Hrsg.) (2003): *Re-Orienting Fashion. Globalization of Asian Dress*. Oxford und New York: Berg.
- Noack, Ch. (2015): Russia unveils absurd clothing line inspired by the annexation of Crimea. In: *Washington Post*, 10.04.2015, <http://tinyurl.com/jxobgpk> (Abruf: 20.04.2016).
- Nowicka, M./Raciniewska, A. (2017): Polski dyskurs modowy w perspektywie postkolonialnej. In: Czyżewski, M. et al. (Hrsg.): *Polskie sprawy 1945–2015. Warsztaty analizy dyskursu*, Warszawa: Wyd. Sedno, (im Erscheinen).
- Nundy, J. (1994): Chanel apologises to Muslims for 'Satanic Breasts' dress. In: *Independent*, 24.01.1994, <http://tinyurl.com/hhl3ssy> (Abruf: 20.04.2016).
- Parkins, W. (Hrsg.) (2002): *Fashioning the Body Politic: Dress, Gender, Citizenship*. Oxford und New York: Berg.
- Parkins, W. (2002a): Introduction: (Ad)ressing Citizens. In: Parkins, W. (Hrsg.): *Fashioning the Body Politics. Dress, Gender, Citizenship*. Oxford und New York: Berg, S. 1–18.
- Parkins, W. (2002b): The Epidemic of Purple, White and Green: Fashion and the Suffragette Movement in Britain 1908–14. In: Parkins, W. (Hrsg.): *Fashioning the Body Politics. Dress, Gender, Citizenship*. Oxford und New York: Berg, S. 97–124.
- Pelka, A. (2013): *Z [politycznym] fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Perchla-Włosik, A./Gorgoń-Mróż B. (im Druck): *Symbolika narodowa marki patriotycznej w komunikacji marketingowej – case study*.

- Peters, J. D. (1993): Distrust of Representation: Habermas on the Public Sphere. In: *Media, Culture and Society*, vol. 15(4), S. 541–571.
- Purdy, D. L. (1998): *The Tyranny of Elegance: Consumer Cosmopolitanism in the Era of Goethe*, Baltimore. Maryland: The Johns Hopkins University Press.
- Rabine, L. W. (2002): *The Global Circulation of African Fashion*. Oxford und New York: Berg.
- Raciniewska, A. (2014): Ethics in fashion as a social problem: Ethical fashion in Poland. In: *International Journal of Fashion Studies* 1(2), S. 165–184.
- Raciniewska, A. (2013): Luksus w czasie kryzysu. In: *Kultura Współczesna* 4(79), S. 29–41.
- Raciniewska, A. (2014): Ethics in fashion as a social problem: Ethical fashion in Poland. In: *International Journal of Fashion Studies* 1(2), S. 165–184.
- Rancière, J. (2006): The Ethical Turn of Aesthetics and Politics. In: *Critical Horizons* 7(1), S. 1–20.
- Rancière, J. (1999): *Disagreement: Politics and Philosophy*. Minneapolis: Minnesota Press.
- Ribeiro, A. (1988): *Fashion on French Revolution*. Teaneck: Holmes and Meier.
- Reilly, A. (2014): *Key Concepts for the Fashion Industry*. London und New York: Bloomsbury Academic.
- Roche, D. (1996): *The Culture of Clothing: Dress and Fashion in the Ancien Régime*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Root, R. A. (2010): *Couture and Consensus: fashion and Politics in Postcolonial Argentina*. Minneapolis und London: University of Minnesota Press.
- Root, R. A. (Hrsg.) (2005): *The Latin American Fashion Reader*. London und New York: Berg.
- Rovine, V. L. (2009): Colonialism's Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion. In: *Design Issues* 25(3), S. 44–61.
- Saint-Sauveur, J. G. (1796): *Costumes des représentants du peuple, membres des deux conseils, du Directoire exécutif, des ministres, des tribunaux, des messagers d'Etat, huissiers, et autres fonctionnaires publics, etc.* Paris: Hunt.
- Sekula, A. (2003): Reading an Archive. Photography Between Labour and Capital. In: Wells, L. (Hrsg.): *The Photography Reader*. London und New York: Routledge, S. 443–452.
- Simmel, G. (1905): Philosophie der Mode. In: *Moderne Zeitfragen*, Nr. 11, S. 5–41.
- Smelik, A. (Hrsg.) (2016): *Delft Blue to Denim Blue: Contemporary Dutch Fashion*. London: I.B. Tauris.
- Stehr, N./Henning, Ch./Weiler, B. (Hrsg.) (2006): *Moralization of Markets*. London: Transaction Press.
- Stitzel, J. (2005): *Fashioning Socialism. Clothing, Politics and Consumer Culture in East Germany*. London und New York: Berg.
- Sue, D. W. (2010): *Microaggressions in Everyday Life: Race, Gender and Sexual Orientation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Świąchowicz, M./Lis, E./Bondanowicz, M. (2016): O co walczą Polską Walczącą? In: *Newsweek*, Nr. 33/2016, 15.08.16, <http://tinyurl.com/h7ukufk> (Abruf: 16.08.16)
- Tarlo, E. (1996): *Clothing Matters: Dress and Identity in India*. Chicago: University of Chicago Press.
- Thomas, D. (2010): *Luksus. Dlaczego stracił blask*. Warszawa: MUZA;

- Tseñlon, E. (2011): Introduction: A critique of the ethical fashion paradigm. In: *Critical Studies in Fashion & Beauty* 2(1–2), S. 3–68.
- Uchalová, E. (2012): *Prague Fashion Houses 1900–1948*. Prague: Olympia.
- Uchalová, E. (1999): *Czech fashion 1780–1870: for salon and promenade*. Prague: Olympia.
- Uchalová, E. (1997): *Czech fashion 1870–1918: from the waltz to the tango*. Prague: Olympia.
- Uchalová, E. (1996): *Czech fashion 1918–1939: elegance of the Czechoslovak First Republic*. Prague: Olympia.
- Virginás, P. (2010): *From Brand Philosophies To Cultural Citizenship: The Case Of Two Hungarian Fashion Labels*. VDM Verlag Dr. Müller.
- von Busch, O. (2016): *Action! or Exploring Diffractive Methods for Fashion Research*. In: Jentsch, H. (Hrsg.): *Fashion Studies. Research Methods, Sites and Practices*. London and New York: Bloomsbury Academic, S. 181–197.
- von Busch, O. et al. (2014): *The Fashion Condition*. The Fashion Practice Collective. New York: Selfpassage.
- von Busch, O. (2012): *Fashion, Democracy and Social Justice*. In: von Busch, O. (Hrsg.): *Just Fashion. Critical Cases on Social Justice in Fashion*. New York: Selfpassage.
- von Busch, O. (2008): *Fashion-able. Hacktivism and engaged fashion design*. Göteborg.
- Witkowski, M. (2016) *Bóg, Bluza, Ojczyzna. Skąd wzięła się moda na patriotyczną odzież i gadżety?* In: *Gazeta Wyborcza*, 24.04.16, <http://tinyurl.com/huos2kz> (Abruf: 12.08.16).
- Witte, S. S. (2004 [1791]): *An Answer to the Question: Would It Be Harmful of Beneficial to Establish a National Uniform?*, In: Purdy, D. L. (Hrsg.): *The Rise of Fashion. A Reader*. Minneapolis: University of Minnesota Press, S. 72–78.
- Wolin, Sh. (2008): *Democracy Incorporated: Managed Democracy and the Specter of Inverted Totalitarianism*. Princeton: Princeton University Press.
- Wrigley, R. (2002): *The Politics of Appearances. Representations of Dress in Revolutionary France*, London. New York: Bloomsbury.
- Wronsov, R. (2014): *Tractatus Fashionablo-Politicus. The Political Philosophy of the Current State of Fashion*. New York: Selfpassage.
- Zborowska, A. (2014): *Uses and abuses of history: A case of a Comme des Garçons fashion show*. In: *Critical Studies in Fashion & Beauty* 5(2), S. 233–252.
- Zhao, J. (2013): *The Chinese Fashion Industry: An Ethnographic Approach*. Oxford und New York: Berg.