

FATABUREN 1988

NORDISKA MUSEET



K L Ä D E R

Kläder

NORDISKA MUSEETS
OCH SKANSENS ÅRSBOK
FATABUREN 1988

FATABUREN 1988

ISBN 91-7108-292-1

ISSN 0348-971-X

© Nordiska museet och respektive författare.

Redaktör Ingrid Bergman.

Redaktionssekreterare Berit Nordin.

Omslagsbild: Annons för fritidskläder från Camp-Ahla. NK-katalog, 1930.

Baksidesbild: Dockklänning från Chardon & Lagache, Paris, 1850-tal.

Nordiska museet. Foto Eva Aspelin o. Birgit Brånvall.

Bildmaterialet tillhör Nordiska museet om ej annat anges.

Summaries translated into English by Skans Victoria Airey.

Grafisk form Bo Berndal, omslag Magdalena Günther, BIGG.

Risbergs Tryckeri AB, Uddevalla 1988.

Modets makt

Angela Rundquist, fil. kand. och doktorand vid Institutet för folklivsforskning, Stockholms universitet.

Vem styr modet? Diktatorerna i de stora modehusen, tekniker och försäljare i beklädnadsindustrins kulisser eller kanske konsumenterna? Eller är det verkligen något diffust som ligger i luften? Några anser att de väljer kläder utan påverkan utifrån och absolut inte uppifrån. Andra tror sig kritisera modet genom att avstå från det av miljövänliga skäl, en slags samhällskritik. Individualism i klädedräkten är också ett tvång under sken av medvetet avvisande av modediktat. Ytterligare andra lyssnar till säsongens trumpetstötter från Paris, Milano, New York och Tokyo eller härmar de provinsiella sena ekona i Sverige. Oavsett om en person klär sig i senaste nytt eller revolterar mot allt fashionabelt är han och hon en kugge i det stora modemaskineriet. De följ samma är de för industrin nödvändiga kunderna. De upproriska är, med eller mot sin vilja, modets innovatörer. Modets makt är en svårutredd härva av trådar, alla förbundna med varandra. Det är knepigt att spåra herrar och slavar i denna värld.

En gång i tiden var det tongi-

vande kretsar kring kungligheter och hov som bestämde ett anonymt elitistiskt mode. På 1860-talet kom det signerade haute couture-modet, vars banbrytare var engelsmannen Charles Fredric Worth i Paris. De exklusiva kreatörernas makt över modet var tämligen orubbad fram till 1950-talet. Det handsydda och unika plagget stod högst i kurs, medan det fabriksgjorda och massproducerade ännu inte för enade kvalitet, pris och modernitet i tillräckligt hög grad för att locka klädmedvetna män och kvinnor. Andra världskriget var en påtvingad viloperiod för modets diktatorer, men ingalunda för kvinnors fantasi och längtan. Efter kriget fick nya makthavare fotfäste på den scen där hittills de stora kreatörerna dominerat, nämligen textilindustrin, mode-skapande grupper, formgivare och modejournalister vilka ännu lever i symbios. Modet spreds nu till massan, en demokratiseringsprocess som förutsatte utvecklad teknologi, fler och köpstarkare konsumenter och snabba informationskanaler.



Småprinsarna Sigvard och Gustaf Adolf i moderiktiga sjömanskläder, men feminina handväskor var överraskande tillbehör i gossklädsel.

Prognosinstitut

Nu, på 1980-talet, utpekas prognos-instituterna som de dolda makt-havarna vilka två år i förväg bestämmer hur människorna på gatan skall vara klädda. Regelbundet sprider modets metropoler påbud om färg, form, material och nya stilar med många gemensamma drag. Samstämmigheten dirigeras från idécentraler med huvudsäten i Paris, London och New York med förgreningar över hela världen. En närmare granskning av dessa modets visio-

närer visar dock att deras kommando över människors val av klädedräkt inte är enväldigt. Det historiska växelspelet mellan samhälle och mode, mänsklig nyckfullhet och konformism samt mellan traditionella modeller och oförutsedda förebilder justerar ständigt den utsmyckade kropp som individen presenterar utåt.

Prognosinstitut är en relativt ny företeelse som hör samman med efterkrigstid, ökat välstånd, massproduktion och snabb information. Tillverkarkedjan, från fiber till färdigt plagg, måste pla-

nera i god tid för stora investeringar och för ekonomisk överlevnad. Själva eller via specialister söker de den magiska formeln för morgondagens mode. De tecknar en ömsesidig försäkring mot rädslan att stå med osålda lager på grund av totala felsatningar. Fiberproducenter som ICI (natur- och syntetfibrer) och IWS (ull) och trendskapande grupper som t.ex. Design Intelligence i London påverkar modet med sina produkter, arbetsdiagram och illustrationer. Liknande organisationer i New York sprider sina tolkningar av strömningarna i modevärlden.

På uppmaning av de franska fiberfabrikanterna grundar Françoise Vincent-Richard 1966 Promostyl, bland de äldsta och mest inflytelserika i branschen. Formgivare skapar idékollektioner åt spinnerier och väverier för att visa konfektionärer hur deras tyger kan användas och plaggen marknadsföras.

Trendkataloger — modets horoskop

1968 kommer de första trendkatalogerna, vilka kodifierar morgondagens mode. Förarbetet är långt. Den primära förutsättningen är samarbetet med industrin i ena ändan av kedjan och varuhus och butiker i den andra. Oljan i modemaskineriet leverar dock människorna på verklighetsscenen. 24 agenter ute i världen är Promostyls spårhundar vilka rapporterar till huvudkontoret i Paris. Deras uppgift är att

vädra vindriktningarna i den kaotiska modevärlden, i kulturlivet, ekonomi, teknologi och politik. De observerar tendenser, nya stilar och utmanande påhittighet på gatan, i muséer, på restauranter, i filmer, på TV och teater, i konst och musik. Rapporterna tolkas av formgivare, sociologer och tekniker vilka formulerar kommande säsongers mode. De sätter rubriker som visar de stora linjerna med enstaka typiska drag. Silhuetten är en fullbordad tendens som t.ex. A-, H- eller Y-linjen, trapets, tulpan, prinsess, timglas m.fl. Den sublimerar modets väsen. Stil däremot hör samman med livet och ger eko i människors kollektiva minne: snö, sol, fest, vardag, sport, fritid, gata, arbete, vinter m.m. Knapphändiga skisser ger en övergripande föreställning om det aktuella modets kontur.

Vintern 1988/1989

Teman och trender för vintern 1988/1989 bestämdes i oktober 1986. Då möttes agenterna i Paris för att se färgerna och tyger. Katalogen publicerades i maj 1987 och distribuerades till tusentals kunder i hela världen, vilka i sin tur översatte silhuetter, färger och tyger till kommersiellt gångbara plagg.

Prognosinstitutens kreativa medarbetare uppfattar sig själva som lustskapare och inte som enväldiga härskare. Och butiker kan kontrollera om inköpen stämmer med facit. För 1988/1989 står det att 7 influenser be-

Modets impulser överraskar och förbryllar. Prognosmakerna fascinerar av brandsoldaten, ändamålsenligt klädd för heroiska dåd, och av bag lady i New Yorks misär. Trendspanarna söker inspiration i museernas arkiv. Den tyginkapslade damen i Loka brunn 1905 kunde väl vara förebild till idéskissen för gatans mode 1988. Foto L'Agent Promostyl.

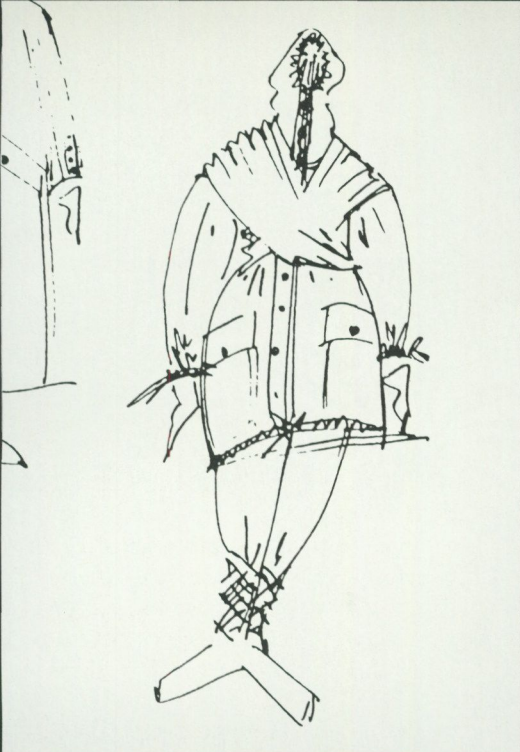
stämmer säsongens teman: D'Orsay-museet i Paris med sekel-skiftesstämning; för- och efterkrigstidens Haute Couture med nyckelingredienserna idealism, djärvhet och humor; modern kitsch som förnekar stil; Orientens ålderdomliga folkdräkter och moderna arkitektur; musikvideos ungdomliga och vilda fantasi; gatans överlägsna elegans och inspiration; Morris Louis, en amerikansk konstnär för vilken måleri är färg. Därefter visar man tillämpningen på marknaden av dessa modeinfluenser från kulturlivet, från resor, popmusik och gata. Prognosinstitutet anser att två köpgrupper är väsentliga: "yuppies", högtbildade och välavlönade unga människor samt tonåringar. Börsraset i oktober 1987 är en oförutsägbar, måhända lustminskande, faktor.

Prognosinstitutets omvandling av liv och överlevnad i asfaltdjungeln till en modestil är kanske den mest omtumlande. Manhattans cykelbud skapar en egen sportig stil i mycket iögonfallande färger och med funktionella tillbehör som inte hindrar deras farliga framfart på tvåhjulningarna. Parkeringsvakter, gatu- och byggnadsarbetare bär dräkter som skydd mot faror. Poliser har batonger och kravallvisir för att undvika att använda våld. Under rubriken överlevnad finns bilder på tiggare, trashankar och uteliggare i lager på lager av lumpplagg för att gardera sig mot kylla. Samhällets olycksbarn triumferar över misären står det. Ser vi

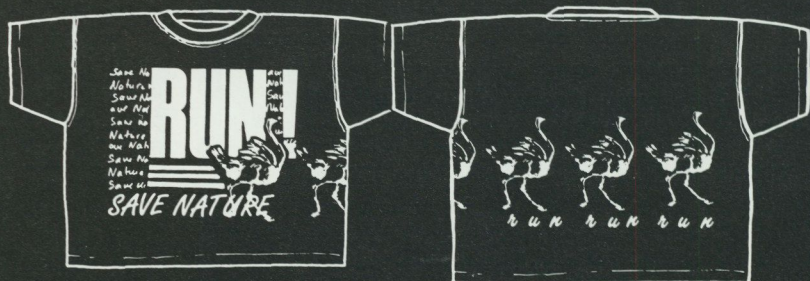
ut som "street heroes", dvs. bag ladies från New York med hela tillvaron nedpressad i kassar, luftfare med snöre kring midjan eller brandsoldater i blänkande färger? Eller flyr vi den hårda betongvärlden och maskerar oss till eleganta damer från 20- och 30-talen? Är diskoteken befolkade av lustiga, skrämmande, oskyldiga eller surrealistiska figurer från videos fantasivärld?

Modets cykliska rundgång

Är nu prognosinstituten i de stora huvudstäderna cyniska och samvetslösa manipulatörer av osäkra människor? Nej, ty de som talar modets språk flytande är en minoritet i världen. Men det nya är att professionella grupper nästan vetenskapligt arbetar det som redan är för handen. Syftet är att ständigt ge stöd och stimulans åt en känslig beklädnadsindustri, dess underleverantörer, åt affärer och konsumenter. Deras presentation av kommande silhuetter, material och färger är i själva verket en syntes av kulturella strömningar, ekonomi och politik i vilka människorna själva är drivkrafter. Verkligheten har i alla tider påverkat människans klädedräkt. Omedvetet eller avsiktligt accepterar eller avvisar hon sin tid och speglar ställningstaganden i sitt yttre. Men inte förrän konfektionen (ready-to wear eller pret-à-porter), slår igenom på allvar i fler, yngre och köpstarkare grupper, illustrerar trendkatalogerna i ord och bild det alla redan vet.



De enorma fjäder-
prydda hattarna
orsakade moraliskt
uppror kring sekel-
skiftet. Djurvänner
protesterade mot
att så många fåglar
berövades sina
praktfulla fjädrar för
att stilla damers
flärdhunger. Änd-
ring i modet snara-
re än medkänsla
med djuren räddade
den gången fjäderri-
ka fåglar. På 1980-
talet är miljörädd-
ning del av modet.
På T-shirts prokla-
meras moraliska
ställningstaganden
när strutsarna upp-
manas springa un-
dan sina utrotare.
Foto L'Agent Pro-
mostyl.



Mannekänguppvisningarnas historia innehåller allt från de livlösa dockorna, disciplinerade parader för en exklusiv publik till vår tids orgiastiska modemässor för köpstarka konfektionskunder. Längtan att se modet minskade inte under andra världskriget. I april 1944 trängdes damerna vid teborden på Royal i Stockholm för att inspireras av skapelser från NKs Franska. Fredsduvan på mannekängen kan ske markerade hopp om krigsslut.

Välstånd och fattigdom, kris och krig, moral och stat, ekonomi och ideologi, salonger och gata, flärd och asketism, kyla och värme, manligt, kvinnligt och barnsligt, allt speglar sig i människans yttre.

Information är den vitala livsnerven inom modet. Konventionella kanaler och aparta inspiratörer har alltid funnits. Förr lanserade den dominerande klassen mode och bestämde den goda smaken. Societetens damer visade senaste nytt. De professionella förebilderna (mannekänger) uppträdde för första gången hos Worth på 1860-talet. Hans defileringar med levande modedockor var förelöpare till vår tids rituella skådespel i modehus och på modemässor, där det gamla cyklistiskt störtas för att ge plats åt det nya.

Krigstidsflärd

Kuponger, begränsningar och regler var statens styrning av ett mode där inte för mycket tyg eller för många knappar fick gå åt. Kvinnor gjorde flärd av nödvändigheten under andra världskriget. Det var modernt att vara omodern. De lät sig inte hindras av bristsituationen på klädområdet. Höga frisyrier och hårdsminskade ansikten drog blickarna till huvudet. Kvinnorna målade benen med kastanjevatten, t.o.m. sömmar, för att imitera silkestrumpor. Axelremsväskan dinglade för första gången på cyklande kvinnor. Kvinnor arbetade i mäns ställe klädda i plagg lånade ur karlars garderober. I Paris



prunkade draperade turbaner på kvinnors huvuden, enligt modevärldens sägner en "motståndshatt" skapad av modisterna för att reta de tyska ockupanterna. I Norge bar män, kvinnor och barn den traditionella röda luvan som en symbol för nationellt förakt mot främmande erövrare. Modets språk är fyllt med sådana blinkningar till världen.

I mellankrigstiden tog kvinnorna steget in i männens värld och förvirrade det motsatta könet genom att låna plagg ur deras garderob. Kvinnan på bilden var 1928 års raggarbrud, hölj i läder av NK och färdig att bestiga fartvidunder.

Uniformerna påverkade kvinnors vardagskläder men utlöste också ett antikrigsmode, främst hos grupper av unga män. I Sverige hade vi swingpjattarna, i Frankrike zazous och i England teddyboys, vilka i sin klädsel var soldaternas absoluta motsats. Enorma kavajer, aningen för korta stuprörsbyxor, vita sockor, gungande rågummiskor och stripigt hår var hånfulla fnysningar mot militära plagg och stil.

Krigets efterdyningar

Under kriget spred sig det uniforma modet i samhället. Få hade möjlighet att pråla ens i enkel ny lyx. Information om mode var begränsad och handlade snarare om återanvändning än nyanskaffningar. Impulser kom framför allt från ockupationstrupperna i Europa där den sociala och internationella blandningen var stor. Detta och de likartade villkoren banade vägen för konfektionen och för ett rationellt mode efter 1945. Armékläder, T-shirts, safari-jackor och duffelcoats köptes i surpluslager – autentiska, använda plagg men även imiterade som givits en sliten look. De intellektuella var först med att sprida detta mode, sedan kom de unga. Diors New Look 1947 var en antites till denna återanvändning av militära bekväma plagg och ett trots mot ransoneringarna. Mycket tyg gick åt till de långa svepande kjolarna, midjan minskade i gördlar som lät höfterna förbli runda och distanserande



stora hattar krönte kvinnan-kombattanten till kvinno-kvinna.

1950-talet

1950-talet upplevde en ekonomisk boom och det kalla kriget. Kaliforniens beatniks med slarvig look och rentvättade ungdomar med trånga långbyxor och två nummer för stora tröjor samt filmstjärnor spred mode (även till landsbygden där biograferna blev



Varuhusen blev efter andra världskriget varse om en ny köpstark grupp, tonåringarna. Det Stora Varuhuset, NK, inrättar 1952 ett tonårsråd för att fånga upp ungdomsgruppens önskemål.

fler). Bilder av James Deans slitna jeans, Brigitte Bardots bondskt smårutiga brudklänning, Audrey Hepburns danstrikåer och sjalett och Marilyn Monroes glamorösa sexualitet cirkulerade med masseffekt i pressen. Prasslande nylonunderkjolar och uppnosiga behåar åstadkom ett särskilt sus i världen. Ferdinand Légers fresker legitimerade arbetarkläder som mode. Världsut-

ställningen i Bryssel 1958 beredde marken för industriell estetik och plast även i modet. Sputnik flög ut i rymden 1957 och förebådade "rymd-mode". Pop Art kom från USA och de lysande neonfärgerna droppade även på modet.



Ockupationsmakternas överskottslager spred ett funktionellt mode som först snappades upp av Europas intellektuella och sedan massproducerades av konfektionärer. De tre flickornas dufflar hade troligen ingen öken-sand i fickorna, men i ropet var de 1957.

1960-talet

1960-talet var en tillväxtperiod som avslutades med energikris och revolt. Tonåringarna befäste sig som en egen grupp. Diskotek, rock, jukeboxar, transistorer, läderjackor, och Beatles modskläder var ungdomens attribut. Rolling Stones och Elvis Presley smittade modet med sin sexuella utstrålning. Musiken Hair introducerar den oklädda männi-

skan på scenen. West Side Story influerade ungdomar att klippa bort ärmarna på T-shirten, en förelöpare till "trasmodet". Den välklädda damen och kostymbärande mannen höll sig diskret i bakgrunden på modets scen. Som en attack på den sobra "lilla svart", obligatorisk i eleganta kvinnors garderob, kom 1966 Courrèges optiskt vita syntetplagg för flick-kvinnan, infantiliserad i babykängor och små sockor. Mary

Quants minikjolar sågs vippa på unga kvinnor i maxikappor över hela världen. Strumpbyxor blev ett måste för att avvärja nakna låår. På 1960-talet blev anti-mode mode. Det var fashionabelt att klä ner sig i stilar lånade från arbetarklassen. Boutiquer växte upp som svampar i de stora städerna. Varuhusen fogade estetik till mode för att skapa en enhetlig stil över sina varor. 1965–1970 kom prognosinstituten som en lösning på producenters och inköparens svårigheter att förutse det ottyglade modet. Det kunde vara katastrof att köpa in fel eller omoderna plagg till affärerna.

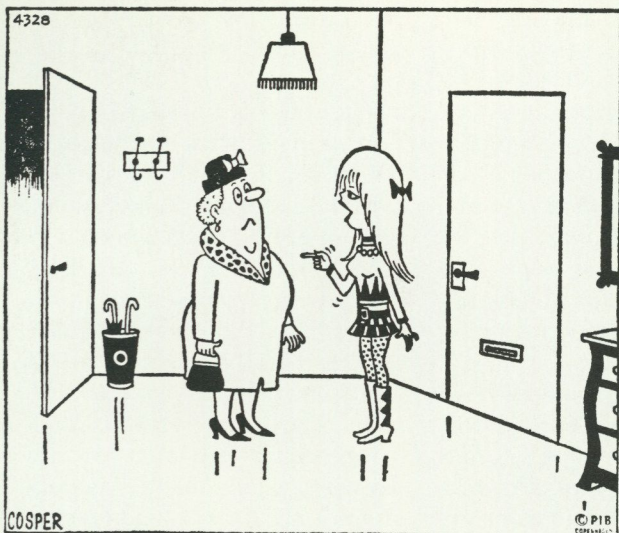
1968 var krisåret som ledde till eftertanke. Studentuppror i Paris, Baader-Meinhof, Röda brigaderna, Pragvåren, mordet på Martin Luther King, Vietnam. I Woodstock samlades hippies och uttryckte med kropp och kläder sin önskan om fred och kärlek. Att vara någon betydde att se ut som någon. Flower power ställdes mot krig, maskinvälde och nedsmutsning av miljön. Hippiemodet var inte en liten grupps privilegium. Hela världen adopterade deras lust till det förflutna, det ursprungliga och det exotiska. Den rika världen köpte indiska, turkiska, afghanska och afrikanska plagg i de fattiga ursprungsländerna eller kopierade framgångsrikt tunikor, fårskinnsvästar, sjalar och blommiga kjolar. Fröhalsband pryddes män och kvinnor. Endast naturmaterial som bomull och siden acceptera-

des. Prognosinstitutens spanare grävde i museernas bildarkiv för korrekt information om folkliga dräkter och historiska plagg. Folkloremodet fick en romantisk puff genom filmen Viva Maria, inspelad i Mexiko. Folkets kläder blev en del i modets system.

De numera klassiska urtvättade jeansen, T-shirts och jeansjackor fick dekorationer besläktade med graffiti. Människor ville kommunicera med hela världen på husväggar, med sina kläder och på sig själva. Gatan blev nu den viktigaste arenan för impulser inom och uttryck för modet. Yves Saint Laurent ropade ut sin kärlek till gatan. Nya sociala klasser reste långt bort på charterresor. Med egna ögon såg de främmande länder och människor i helt annorlunda kläder, vilket banade vägen för ett utvecklat etniskt mode. Klädskapare hämtade inspiration i antropologers skrifter och i reseberättelser. Andra tider och andra kulturer utanför det nära sociala och geografiska rummet gav näring åt nya klädstilar.

1970-talet

Oljekriser, våld och terror var 1970-talets kännetecken. Clockwork Orange slog knock-out på biopubliken med sin våldsamma realism. Skinheads med snaggat hår, öppna skjortor, ankelkorta byxor och aggressiva kängor skrämde. Kvinnors krav på lika berättigande blev mer högljudda. De gjorde sig av med plagg som underströk kvinnlighet och



— Men mamma, du tänker väl inte visa dej offentligt i den där löjliga klädseln?

Generationstillhörighet är också modets vattendelare. Mödrar och döttrar är varandras hårda kritiker.

plockade än mer i sina förtryckares garderob. Behå-lösa i deformerade snickarbyxor utmanade de accepterade konventioner och förvirrade den sexuella koden. På gatan mötte de sina snudd på obscena motpoler, kvinnor i hotpants som knappt täckte skinkorna, nätstrumpor och höga stövlar eller i långa superkvinnliga kjolar. Smoking för kvinnor var Yves Saint Laurents bidrag till den sexuella tvetydigheten. Människor flydde från en hård värld med hjälp av droger eller sekter. Ett annat eskapistiskt alternativ gav det svunna förflutna som fick renässans i ett mode inspirerat av Prousts romansvit och filmen Den store Gatsby. Centre Pompidou utstrålade en hård estetik där allt

var ut- och invänt. I modets aktuella reflexer låg också avigsidans sömmar utanpå plagget. Det osynliga blev synligt. Det proletära blev på nytt chic. Arbetarbodarna fick en ny grupp kunder som köpte blåställ, flanellskjortor, rejäla tröjor och kraftiga stövlar. Inom modet var allt tillåtet. De kreativa strömmarna snurrade åt alla håll, fram och tillbaka mellan massan och haute couture, östern och västerlandet, nord och syd, fattiga och rika.

1974 flyttade jeansen in i museivärlden. På Museum of Contemporary Crafts i New York ställdes jeans och jeansjackor ut som spontan folkkonst. Broderier, applikationer, nitar och målningar dolde formen. De numera klassiska och universella byxorna var helt eller delvis dolda, överlastade med individuella budskap och ägarstämplor. Den övermätade och övertydliga fördubblingen av plagget var som kroppsmink och tatueringar, ett brott mot den ursprungliga funktionen.

1970-talet var motsägelsernas decennium. Rörelserna mellan mode och anti-mode slog hastigt. Japanen Kenzo triumferade med fest, färg och blommor i plagg med platt orientalisk tillskränning. Italienarna Versace och Armani gjorde en stram elegans till mode. Skrädderikonsten trädde nu i den finare herrkonfektionens tjänst. En Cerruti-kostym var numera tillåtet tecken på framgång i männens värld. Kring 1975 blev överklassens anti-mode åter i ropet.

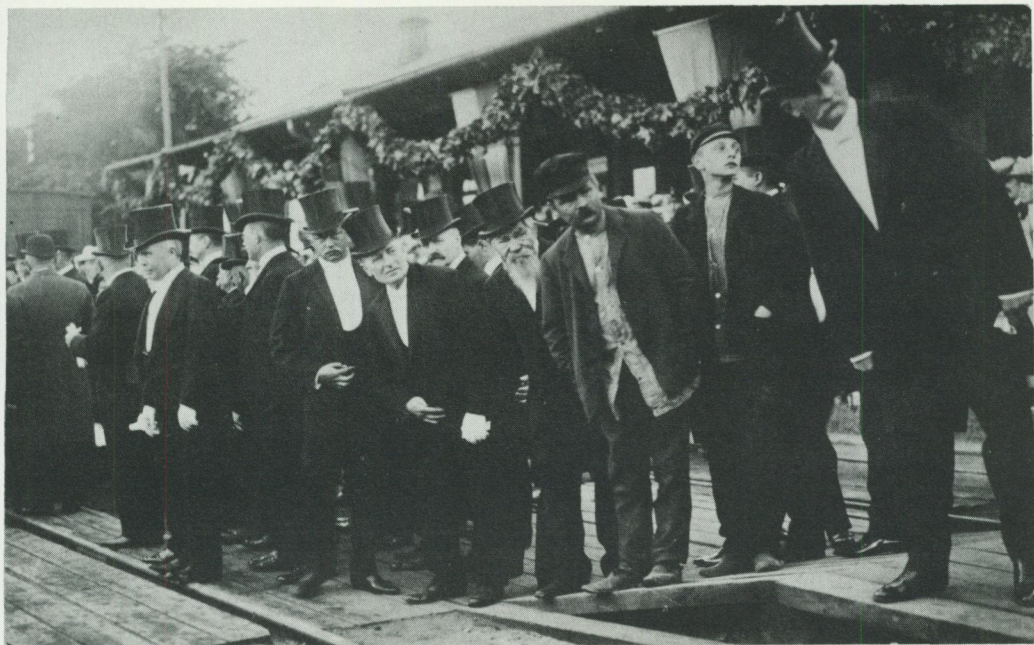


Mondrians disciplinerade linjer och strama färger inspirerade Yves Saint Laurent säsongen 1965–1966. Under det sena 1960-talet sågs massproducerade kopior av det textila konstverket på världens gator helt i enlighet med Saint Laurents önskan att göra elitmodet tillgängligt för alla kvinnor, inte bara för mannekänger och rika vackra damer.

Färgbild ur Yves Saint Laurent, The Metropolitan Museum of Art, NY, 1984.



Jeansjackan med broderier är ett fashionabelt eko från 1970-talets antimode vilket hämtade influenser ur den folkliga dräktkistan i skilda etniska kulturer. Den utsökta broderikonsten från Floda förmedlar en tidlös skönhet med kraftfulla estetiska effekter även utanför sin ursprungliga funktion. Foto L'Agent Promostyl och Nordiska museet.



Det manliga etablissemangen i början av seklet var lika uniformerade som nånsin 1970-talets antistatus-akademiker eller 1980-talets 'yuppies'. De proletära plaggen på denna bild särskiljer sina bärare från de omgivande pingvinerna. Arbetarklassens klädstil förlorade sin klasstämpel efter 1968, då andra grupper uppträdde i blåkläder och storgästar.

Prognosinstitutens utsända världen över fångade upp samhällets mångfald av expressiva budskap. De formulerade teman utifrån Hermès-scarves och Burberry-regnrockar, kinesiska hamnarbetarjackor, kroppsdyrkarens överdragskläder, grovarbetarens sweatshirts och punkarnas metallpynt. 1970-talet var decenniet då prognosmakarna konsoliderade sin position i modemaskineriet.

1980-talet

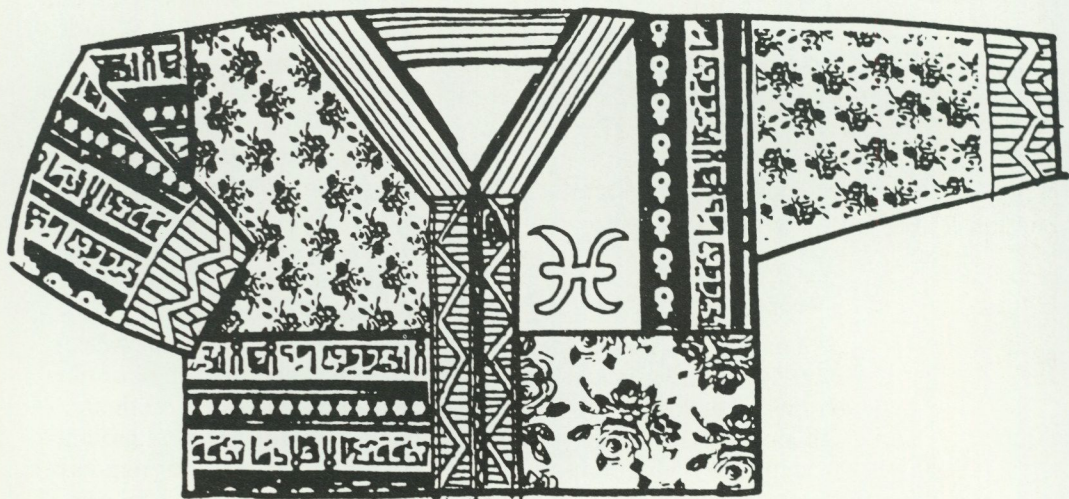
Människors val av kläder på 1980-talet speglar också växelspellet mellan samhälle och mode och mellan historia och samtid. De professionella framtidsskådarna ser polariserade tendenser.

Japaner som Miyake, Kansai och Kawakubu överrumplar modevärlden med dramatiska och strama plagg baserade på urgamla former. De konformistiska väljer klassiska, lugna kläder. Datorn som hjälp har en ny ledstjärna från USA, Calvin Klein, när han skapar ett enkelt, tidlöst mode. Amerikanska och franska TV-serier sprider samma ultrakonservativa eller nostalgiskt tillbakablickande förebilder över alla världsdelar. Vår tids modedockor flyger med raketfart in i hemmen. Ingen kontinent är besparad. Samtidigt motarbetar individer och grupper den oreflekterade underkastelsen och talar om samvete. Världskonkurrens och kosmopolitiska ideologier slår

Öst möter väst i modets värld. Gamla ceremoniella japanska dräkter i traditionella mönster och enkel tillskärning är förebilder för en västerländsk omtolkning i modet. Foto L'Agent Promostyl.



över i nationalism. Formgivning och tillverkning ska vara inhemsk. Den egna kulturens värde står högt i de enskilda länderna. Öronproppar utestänger världens buller. Prognosmakarna däremot tvekar inte att överskrida gränser. De bävar inte inför börsmäklares kritstrecksränder eller afghanska guerillasoldaters tygsjok. De reagerar på violetta stridstuppkammar av förstelnade hårtestar. Trendrapporterna tematiserar den ljusa nostalgien i Skagen-måleriet och den förtäta- de tidsandan i Ingmar Bergmans Fanny och Alexander. Modets detektiver följer innovatörerna i spåren till andrahandsbutiker som Myrorna, Frälsningsarmen och Små Smulor. De avläser auktionernas försäljning av föråldrade kläder, smycken och andra tillbehör som en indikation på modebörsens utveckling.



Gränser och förbud

Modet överskrider och kolliderar alltid med tabun, som inte är de samma i alla sociala grupper. Sed, förbud och moralisk indignation påverkar mode. Detta är inte heller något nytt. Religion har också satt gränser. Det kristliga budet förr var att den osmyckade dräkten visade världsförändring och ödmjukhet. Tagelskjortan och grova tyger var uttryck för den extrema asketismen. Samma anspråkslösa flärdfrihet i dag är snarare ett uttryck för ett starkt engagemang i

Konservativa föreställningar om den sanna kvinnligheten fick sig en törn av Albert Engström när kvinnors mode och livsstil "maskuliniserades". Manlighetens innersta rum var hotade.



Direktör Fallander vid åsynen av två unga damer, årsklass 1926: — Att dom röker och super och går i stövlar och klipper av sej håret och inte har något på sej, det kan jag möjligen tolerera ännu så länge, men när dom börjar gå på herrtoaletterna, då blir jag förbannad!

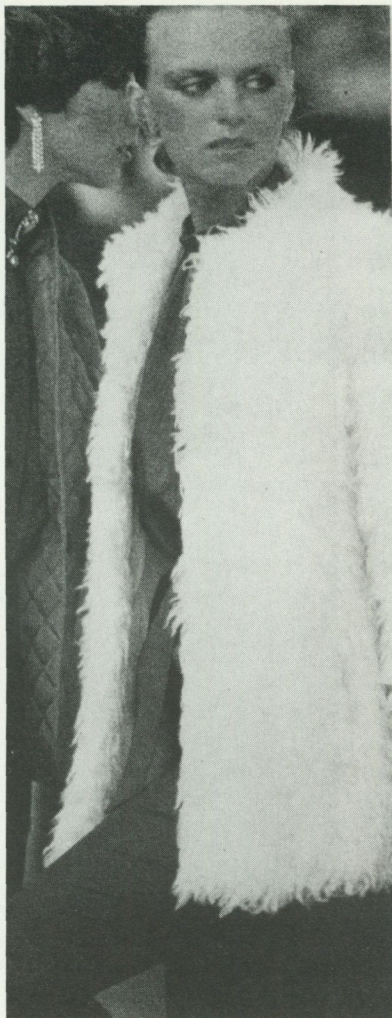
denna världen mot resursslöseri och modetyranni. Dessa drag återfinns i modet eftersom även ett förkastande snabbt blir fashionabelt. Kritik mot mode får tydliga politiska stämplat på 1800-talet. Utifrån religiösa och hygieniska synpunkter ropar de konservativa på högerkanten på förändring. Åt vänster placerar sig arvtagare till franska revolutionen och de första socialisterna, vilka talar om att modet korrumpierar.

Kläder i sig är inte omoraliska, men blir det när de bärs i en olämplig omgivning. Samhället bestämmer vad som är acceptabelt i en given situation. Omoraliska är framför allt kläder som uppfattas som sexuellt störande. De är synonyma med plagg som avslöjar eller framhäver erotiskt attraktiva kroppszoner. Modets spel är den ständiga konfrontationen mellan blygsamhet och sexuell provokation, mellan lust och avsmak och mellan klädd och avklädd. Dräkten är en stimulerande förklädnad som skall hålla intresset mellan könen levande.

Kvinnor rammar könsgränserna lättare än män. De annekterar plagg ur mannens garderob utan att anklagas för sexuell ambivalens. Mode med kvinnliga förtecken är svårare att hantera för män. De androgyna kulturbilderna av popsångarna Alice Cooper och Mick Jagger är dramatiska och könsöverskridande. 1980-talets punkkläder uppfattas som omoraliska för sin aggressiva framtoning. Manliga punkare



Miljövännerna är en maktfaktor i modets värld. Deras aktioner för att skydda utrotningshotade djur gör fuskpälsen legitim i den elegantaste garderob. Denna jacka lånar dessutom formen från en grekisk, turkisk eller afghansk fåraherdes arbetsplagg. Damernas Värld 39/1979.



Två flickor, två pojkar eller en flicka och en pojke? Den vanliga människan på gatan kände sig hotad av den aggressiva framtoningen och de totalt respektlösa lånen av varandras könsattribut. J. Brocklehurst: 'Min and Friend' 1982. Ur Dress and Morality 1986.

kan knappt urskiljas från sina kvinnliga kontrahenter med sina kolorerade ansikten och upproriskt mångfärgade hår.

Blåfärgade pälsar och dödan-
det av utrotningshotade djur för
att tillfredsställa modehunger
uppfattas som förbjudna över-

grepp på naturen. Miljöaktivis-
ternas kampanjer för att upprätt-
hålla gränserna kring djur och
natur gynnade modet med fusk-
pälsar.

Modets rytmiska självförstörelse

När vi skådar ut över modet utifrån nutidens plattform får vi lätt en illusion av att förändringar sker snabbare än förr och att dolda eller synliga makthavare styr rytmen. Men vi har ett kort minne när det gäller vår egen tids mode. Modets väsen är tillbakasyftande och baserar sig på förstörelse. Varje säsong förintar med nödvändighet det nära förflutna för att symboliskt låta det återfödas i ny skepnad. Det moderna definieras genom sin motsats, det omoderna. Modet har alltid varit godtycklig terror och exploaterat människors lust och längtan efter det ovanliga. Antimode är redan mode innan det kartläggs av prognosmakarna. Endast det totala icke-monet går inte att exploatera. I ett historiskt perspektiv är de drastiska förändringarna ovanliga, även om modets karaktär är subversiv. Karneval och maskeraddräkter har varit människors svar på en alltför reglerad tillvaro precis som nutida ungdomlig protest och utmaning av den goda smaken. Det nya i vår tid är att alla människor är modets agenter, att modet kan spela upp alla verklig-
hetens scenarier, att det river gränser och uttrycker livsstilar. Modet har lämnat elfenbenstornet.