

Die Räume der Mode

Tagung an der Universität Potsdam,
Mittwoch, 5. Mai bis Freitag, 7. Mai 2010
Veranstalterin: Prof. Dr. Gertrud Lehnert

Mode kann als dynamisches Prinzip oder auch als Dispositiv betrachtet werden, das die modernen Gesellschaften strukturiert, sich konkret in verschiedenen Bereichen manifestiert und materialisiert und die unterschiedlichsten Artefakte und Handlungen hervorbringt: Architekturen, Gartengestaltung, Kleider, Möbel, Lebensweisen, Arbeitsformen, Kunst, intellektuelle Moden usw. Mode konstituiert sich durch Veränderlichkeit und ständigen Wechsel, durch die unstillbare (Sehn)Sucht nach dem Neuen und das scheinbar radikale Vergessen des Alten, das tatsächlich ständig recycelt wird. Zu ihren wichtigsten Funktionen zählen das Aushandeln des Verhältnisses von Individualität und Gemeinschaft, die Konstitution von (Geschlechts)Identitäten, soziale Ein- und Ausgrenzung sowie – last but not least - die Ästhetisierung der eigenen Person bzw. Lebenswelt.

Kleidermode ist eine der wichtigsten Erscheinungsformen von Mode. Sie materialisiert die Dynamik der Mode einerseits in Artefakten, den „Kleidern“, und andererseits im Handeln, das diese Kleider hervorbringt und sie in einer Vielfalt von Aktivitäten erst zu Mode werden lässt. Dieses Handeln findet im Raum statt, der seinerseits als dynamisch zu verstehen ist. Der Mode als einem Prozeß des unauflöselichen wechselseitigen Verhältnisses von Räumen, Kleidern und Menschen widmet sich die interdisziplinäre Tagung. Ausgangspunkt sind die konkreten Räume der Mode, also diejenigen Räume, in denen Mode produziert und aufgeführt wird - jene Räume also, in denen Mode überhaupt erst entsteht. Versteht man diese Räume nicht mehr im traditionellen Sinne als Behälter, sondern als dynamische Struktur, sind sie weit mehr als Schauplatz, denn sie nehmen Einfluß auf die jeweilige Mode, die Art und Weise ihrer Aufführung einerseits und ihrer Wahrnehmung andererseits. Sie werden damit konstitutiv für das Entstehen von Mode.

Nicht nur wird Mode durch Räume mit-geschaffen; umgekehrt wird Raum entsprechend dem modernen Raumverständnis durch menschliches Handeln – und folglich durch Mode im oben skizzierten weiteren Sinne - erst konstituiert. Die soziologischen, philosophischen, kultur- und literaturwissenschaftlichen Arbeiten der letzten Jahre zum Raum vertreten ein prozesshaftes Raumverständnis. Raum wird nicht mehr als Behälter oder als absoluter Raum dem Menschen und seinem Handeln und Empfinden gegenübergestellt, sondern als komplexes Gegen-, Mit- und Ineinander von Körpern (Materie), Wahrnehmungen (einschließlich Deutungs- und Zuschreibungsprozessen) und Handlungen (und damit auch Zeit) aufgefaßt. Raum, so der Konsens, ist erfahrbar nur über die Dinge/Körper im Raum und deren Anordnung. Die soziologische Raumforschung ist für die Modeforschung von besonderem Interesse, da sie die sozialen (Mikro-)Strukturen untersucht, die sich im Zusammenhang mit neuen Räumen ausbilden. Einen wichtigen Anknüpfungspunkt für das Thema stellt die soziologische Raumtheorie von Martina Löw dar. Sie unterscheidet zwei grundsätzliche Prozesse der Raumkonstitution: das Spacing (d.i. die Platzierung von Dingen und Lebewesen) und die (menschliche) Syntheseleistung. Um diesen fruchtbaren Ansatz auf unseren Gegenstand anwenden zu können, müssen wir ihn einerseits ausdifferenzieren und andererseits ergänzen durch *Bewegung*. Hier können wir uns auf Arbeiten aus der historischen Anthropologie, der Theater- und Tanzwissenschaft beziehen. So entwickelt Gabriele Brandstetter ein ikonographisch ausgerichtetes Lektüremuster von Tanz über Körperbilder und Bewegungsfiguren im Raum, das auf andere Bewegungsformen übertragbar und auch für unsere Arbeit wichtig ist. Darüber hinaus sind Fragen der Medialität und der Wahrnehmung sowie der Blickordnungen oder auch der „anderen“ Räume bedeutsam für unsere Thematik. So wäre zu diskutieren, inwieweit Foucaults Konzept der Heterotopie und Augés „non-lieux“ für unseren Ansatz einsetzbar sind. Sind Warenhäuser, ein Flagship Store, ein Laufsteg, ein Modemuseum Heterotopien oder Nicht-Orte? Kann man mit Hilfe solcher Kategorien virtuelle Räume definieren

und analysieren? Wie kann man dem Konsum gewidmete modische Räume von Museen und anderen Räumen unterscheiden, in denen traditionell eher „Kunst“ inszeniert wird? Kann man das überhaupt? Wie unterscheiden sich Räume der Produktion von Mode von denen der Rezeption?

Wichtig ist dabei, stets die Verbindung von Konsum und ästhetischer Arbeit im Auge zu behalten. Auch die globalen Bewegungen der Mode sollten Berücksichtigung finden, insbesondere was die Produktion betrifft. Der Fokus liegt jedoch auf den Räumen des Konsums, d.h. einerseits des Verkaufs und andererseits der Rezeption durch Konsument/innen.

Die Schwerpunkte der Tagung

I. Entwerfen und Herstellen / Räume der Produktion

Stichworte: Designateliers, Sweat Shops, Modeschulen; Trend Scouting, Fotostudios, Zeitschriften, etc.

II. Handeln mit Mode / Räume der Distribution

Stichworte: Geschichte, Gegenwart und Zukunft des Warenhauses steht im Mittelpunkt dieses Schwerpunkts, da es sich als Paradigma besonders gut eignet; Einkaufszentren; Outlet Zentren wie das soeben neu gestaltete ; Flagship Stores wie die Läden von Rei Kawakubo oder der Prada Transformer von Rem Koolhaas; Guerilla Stores, Websites der Designer, Zeitschriften, Räume der Défilés etc.

III. Modisches Handeln / Räume des Konsums / Räume der Aufführung

1. Alltagsräume: städtische Räume wie Straßen, Stadtviertel, Clubs etc.; private Räume bis hin zum Kleiderschrank; aber auch Blogs etc.
2. Künstlerische und institutionelle Räume: Museen, Theater, Bibliotheken

Prof. Dr. Gertrud Lehnert

Professur für Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft
am Institut für Künste und Medien

Universität Potsdam

Am Neuen Palais 10

14469 Potsdam

www.uni-potsdam.de/u/avl

Fon: +49 331 977 4177

Fax: +49 331 977 4168

[glehnert@uni-potsdam.de](mailto:glehrnert@uni-potsdam.de)