

MODE IST KULT

von Gerhard Johann Lischka

1. Unter Mode verstehen wir zwar primär die zu einer gewissen Zeit vorherrschende Kleidermode. Doch schon lange wird dieses Verständnis von Mode vor allem durch zwei Tendenzen verwischt: Die eine ist, dass ein ehemals konstatiertes Modediktat sich in diverse gruppenspezifische Bekleidungspräferenzen gewandelt hat. Und die andere, dass sich alles in Mode verwandeln kann, dass Konsumgüter welcher Art auch immer dem Diktat der Aktualität gehorchen, was auf ein gelungenes Management von Bedürfnissen zurückzuführen ist.

2. Mode hat sich also in Richtung Lifestyle entwickelt, einer das Erscheinungsbild der Individuen rundum prägenden markengestützten Signifikanz, die von der Oberfläche her lesbar ist und entsprechende Zuschreibungen zulässt. Selbstverständlich zählt der Dresscode auch dazu, doch dieser ist mittlerweile dermassen erweitert und vielfältigen Betätigungen adäquat differenziert, dass wir uns fragen, ob wir innerhalb dieser Moden noch von Mode sprechen können, eine unifizierende Sicht erreichen. Oder ob nicht diverse Kulte vorherrschen, in denen momentan Bande des Gefühls der Zusammengehörigkeit geknüpft werden.

3. Die Mode erfasst die Bekleidung und damit verbunden schon lange (zunächst von der Aristokratie vorgegeben, dann vom Bürgertum und heute von den Logos) den Körper mit Haut und Haaren. Ja sie erfasst immer mehr Objekte, die als zeittypisch designte uns zur Verfügung stehen und die gebaute Umwelt, die oft schon zu einer Kulissenwelt des schnellen, überwältigenden Eindrucks wird. Schliesslich erfasst sie unser Denken, unsere Sprache in einer Masse, dass wir unsere Begriffe und Vokabeln so dem Trend anpassen müssen, dass man meinen könnte alles Vergangene, alle früheren Paradigmen seien ein alter Hut.

4. Mit der Inbesitznahme der Gedanken schleicht sich automatisch - durch Werbung, Management und den Druck der Massenmedien - die Imagemache der Logos, der Stars und der Machthaber in unser Bewusstsein. Der Bewusstseinsstrom und die eigene Phantasie werden dadurch verstopft. Anstatt der akzeptierten Milliarden Menschen als Individuen und Subjekte werden diese über deren Köpfe hinweg zur Masse der Millionen „objektiv“ Gleichgeschalteter, die in Konformität gepresst nur dem bereits planierten mentalen Terrain folgen.

5. Dieses Terrain des gesellschaftlich vorherrschenden und akzeptierten Diskurses, welches ihn auch erst erlaubt, benötigen wir zwar seit Menschheitsgedenken als Medium der Kommunikation, es war in verhältnismässig kleinen Populationen sogar sinnvoll. Wird ein Diskurs, der im Kleinen funktioniert, jedoch auf Massenniveau und Globalität angewandt und als einzig verpflichtender etabliert, verkümmert nicht nur das gesellschaftliche Leben, damit wird auch der Versuch unternommen das Individuum zur Marionette auszutrocknen.

6. Bedenken wir, dass die ersten Schnittmuster für die Ritterrüstungen notwendig wurden - bei ihrem Gewicht mussten diese doch wenigstens perfekt sitzen - und dass die massengängige Mode mit dem ersten Mannequin beginnt (Paris um 1850). Und vergessen wir nicht, dass zuvor die Kleider von fahrenden Verkäufern an recht grossen Holzpuppen gezeigt wurden, dann sehen wir: Kleidung und Körper sind Medien, Modelle für den Ausdruck der Gesellschaft und deren Verhaltensregeln, wir sind Trajekte.

