



UNIVERSITEIT GENT

FACULTEIT LETTEREN EN WIJSBEGEERTE

VAKGROEP WIJSBEGEERTE EN MORAAIWETENSCHAP

ACADEMIEJAAR 2007-2008

*De Belgische revolutie in het Parijse
modeveld: Een analyse aan de hand van
Pierre Bourdieu*

Promotor: Prof. Dr. Freddy Mortier

Commissarissen: Prof. Dr. Tom Claes
Drs. Sjoerd Van Tuinen

Aurélie Van de Peer

Masterverhandeling
ingediend tot het behalen
van de graad Master in de
Moraalwetenschappen.

Dank

Het dankwoord is zonder twijfel één van de meest gelezen delen van een Masterverhandeling. Men kan zich afvragen waarom men honderd pagina's zou moeten neerpennen, indien enkel de eerste pagina frequent gelezen wordt. Het antwoord is eenvoudig; zonder de mensen die ik hier bedank was dit werkstuk nooit uit de printer gerold!

Eerst en vooral veel dank aan mijn promotor Prof. Dr. Freddy Mortier. Ondanks zijn drukke werkschema als decaan, heeft hij altijd de nodige tijd vrij gemaakt voor begeleiding, raad en nalezen van deze verhandeling. Hij geloofde in het belang van mijn thesisonderwerp, daar waar anderen soms hun twijfels hadden.

Ook het team van de bibliotheek van het Antwerpse ModeMuseum wil ik bedanken voor de hulp bij het uitspitten van hun enorme archief over Belgische ontwerpers. Zonder hun bijstand was ik verloren gelopen!

Mijn vrienden dank ik voor hun vastberaden steun. Jurgen begeleidde me op menige Antwerpse winkeltrip, terwijl hij me kritische vragen over mijn onderzoek naar het hoofd slingerde. Lieselot, mijn goede vriendin en talentvolle fotografe, stelde haar fotomateriaal over Walter Van Beirendonck beschikbaar. Dr. Boris Snauwaert en Dr. Erik Snauwaert lazen verschillende hoofdstukken van deze verhandeling en leverden bruikbare bemerkingen.

Ook mijn familie ben ik dankbaar. Mijn vader vulde mijn boekenkast met nauwelijks te vinden modeboeken. Mijn moeder werkte aanstekelijk op mijn zelfvertrouwen met haar interne rust. Olivia vulde de schrijfpauzes met spectaculaire puberverhalen. Fleur verzorgde in haar witte labojas - Maison Martin Margiela-gewijs - vele warme maaltijden, wanneer ik weer eens niet aan koken toe kwam. Ten slotte bedank ik ook Jelle, gewoon om er voor me te zijn, altijd.

Ik draag dit werkstuk op aan mijn immer stijlvolle grootmoeders, Johanna en Henriëtte. Zij kleurden elk op hun eigen manier mijn wereld!

Inhoudsopgave

<i>Inleiding</i>	1
1. Benaderingen in de studie van mode	1
2. Een productie-van-cultuur perspectief.....	2
3. Wat kan men verwachten?.....	3
<i>Deel 1: Pierre Bourdieu</i>	4
4. Bourdieu: een bruggenbouwer.....	4
5. Habitus als brug tussen objectivisme en subjectivisme.....	7
2.1 De geschiedenis van Bourdieu's habitus	8
2.2 Habitus: definitie en eigenschappen	8
2.3 Doxa en de doxische relatie tot de wereld	10
2.4 Kritieken op Bourdieu's habitus	10
2.4.1 Habitus is deterministisch	10
2.4.2 Jon Elster: habitus is bewust.....	12
3. Velden.....	13
3.1 Inleiding.....	13
3.1.1 Definitie	13
3.1.2 Kapitaal	13
3.2 De eigenschappen van velden.....	14
3.2.1 De metafoor van het spel	14
3.2.2 De eigenschappen	15
3.3 Velden en hun organisatie	16
3.3.1 De relatieve autonomie van velden.....	16
3.3.2 Hoe wordt het bestaan van een veld en zijn grenzen vastgesteld?	16
3.3.3 De interne structuur van een veld	17
4. De relatie tussen habitus en veld	17
5. Klassen	18
5.1 Definitie	18
5.2 De verschillende klassen en hun habitus	19
<i>Deel 2: Het Parijse modeveld</i>	21
1. Bourdieu: een sociologie van het modeveld.....	21
1.1 Het modeveld: een toepassing van de algemene veldwetten.....	21
1.2 Het veld van de culturele productie	25
1.2.1 Het modeveld: een toepassing van het veld van culturele productie	27

1.2.2	Tussen het economische en artistieke veld	28
1.2.3	Mode en de associatie met legitieme kunst.....	30
1.3	Eén groot modeveld of verschillende subvelden?	31
2.	De dominantie van het Parijse modeveld	35
3.	De structuren van het Parijse modeveld	38
3.1	Inleiding.....	38
3.2	De Federatie.....	40
3.2.1	Het moderne Parijse modeveld	40
3.2.2	De structuur van de Federatie	43
<i>Deel 3: De Belgen in Parijs (1988-2008)</i>		50
1.	De Koninklijke Academie voor Schone Kunsten, modedepartement: vroeger en nu	51
1.1	1963-1982	51
1.2	1983-2008	52
1.3	De Antwerpse Academie: anders dan andere modescholen?	55
2.	De schaduw van de Antwerpse Zes+: de volgende golven Belgische ontwerpers.....	56
3.	De Antwerpse Zes+ na de Academie.....	60
3.1	Het Textielplan en het ITCB: hulp bij de eerste stappen.....	60
3.2	Het begin van de Belgische revolutie in het Parijse modeveld	64
3.2.1	De Zes in Londen (1986-1988).....	64
3.2.2	De Zes in Parijs (1988- ...).....	67
3.2.3	Martin Margiela	68
4.	De legitimatie van de Belgen in Parijs	70
4.1	De wederzijdse afhankelijkheid.....	70
4.2	Waarom werden de Antwerpse Zes+ als innovatief beschouwd?	73
4.3	Marginaliteit als voordeel	74
4.4	Belgische avant-garde: vroeger en nu.....	76
4.5	De habitus van Belgische ontwerpers	80
4.6	Mode als kunst bij de Belgen in Parijs	83
4.7	Het (in)formele netwerk tussen Belgische ontwerpers in Parijs.....	86
5.	Graden van legitimatie in het Parijse modeveld: drie typen.....	89
5.1	Geconsecreerde Belgen in Parijs	89
5.1.1	Lidmaatschap van de Federatie.....	89
5.1.2	Getranssubstantieerde producten	94
5.1.3	Onderwerp zijn van tentoonstellingen	94
5.1.4	Het winnen van modeprijzen	95
5.2	Semigeconsecreerde Belgen in Parijs	95
5.3	Niet-geconsecreerde Belgen in Parijs.....	97

6. Bourdieu's veld van de culturele productie herzien: de Belgen in Parijs.....	98
<i>Besluit</i>	101
1. Een korte herhaling.....	101
2. De conclusies: mythes ontkracht	103
3. Bourdieu herzien.....	106
3.1 Bourdieu's denken voor de analyse van het succes van de Belgen in Parijs..	106
3.2 Bourdieu's veld van de culturele productie verfijnd	108
3.3 De mogelijkheid van een cultuurbeleid in het modeveld	109
4. Beperking van het onderzoek	110
5. Toekomstig onderzoek.....	111
<i>Bibliografie</i>	112

Figuren

1. Het veld van culturele productie in het veld van de macht en in de sociale ruimte	26
2. Het veld van de couture tussen 1890-1970	33
3. De structuur van het moderne Parijse modeveld.....	42
4. De structuur van de Federatie.....	47
5. Affiche voor het defilé van de afstudeercollecties 2007	53
6. Affiche voor het defilé van de afstudeercollecties 2008	53
7. De functieverdeling van de jury bij de defilés van de afstudeercollecties 2002-2008.	54
8. Cover <i>Weekend Knack</i> , 20 jaar <i>Mode dit is Belgisch</i>	59
9. Uitnodiging voor <i>De Gouden Spoel</i> -wedstrijd 1983	62
10. Uitnodigingen voor de presentaties in Parijs van de collecties zomer 2008, winter 2007/2008 en zomer 2005 van Walter Van Beirendonck.	66
11. Groepsfoto van de Antwerpse Zes uit 1988 in <i>Elle USA</i>	67
12. Martin Margiela in 1983.....	69
13. De eerste collecties van Belgische ontwerpers in Parijs	72
14. Belgische winnaars van belangrijke modeprijzen	74
15. Martin Margiela's tabi-schoenen, 1991.....	77
16. Ann Demeulemeester, collectie 2006.....	77
17. Ingang boetiek Maison Martin Margiela, Hommes Paris	79
18. Dries Van Noten voor Rosas, <i>Rain</i> 2001.....	84
19. Dries Van Noten voor Rosas, <i>Drumming</i> 1998	84
20. Walter Van Beirendonck voor Ballet van Vlaanderen, <i>Not Strictly Rubens</i> 2003	85
21. Walter Van Beirendonck voor Ballet van Vlaanderen, <i>Not Strictly Rubens</i> 2003	85
22. Professioneel en schoolnetwerk bij Belgische ontwerpers in Parijs, 2008.....	87
23. De ranking van Dries Van Noten door de inkopers, 2000-2008	91
24. De ranking van Ann Demeulemeester door de inkopers, 2000-2008.....	91
25. De ranking van Martin Margiela door de inkopers, 2000-2008	92
26. Het veld van de modeproductie, toegepast op het Parijse subveld en de posities van de Belgische ontwerpers binnen dit veld	100

Inleiding

Veel Belgen zijn zich niet bewust van de status die de Antwerpse mode heeft in het buitenland. Ik was één van hen, tot de zomer van 2006. In een boetiek in Londen werd ik wild enthousiast onthaald, juist omdat ik Belgische was. De boetiekeigenares was net terug van haar tweejaarlijkse aankooptrip naar Parijs. Ze vertelde honderduit over het avant-garde karakter, het niet uit zijn op winstbejag, de zuivere kunstproductie, het radicaal omverwerpen van de heersende idealen en de ware genialiteit van de Belgische ontwerpers in Parijs. Met een wrang gevoel bij haar woorden, keerde ik huiswaarts. Twee jaar later ligt deze thesis voor uw neus; een ontkenning van de mythes die Belgische ontwerpers in het Parijse modeveld omringen en die de boetiekeigenares zo vurig verwoordde.

Mijn zoektocht naar denkers die zich wagen aan de studie van de mode, ging maar moeizaam van start. Het aantal auteurs bleek gering te zijn. Velen gaven aan waarom ze met zo weinig waren. Mode blijkt een onderwerp te zijn waar men op neerkijkt in het academische veld. Zo stelt Lipovetsky (1994, 3-4) dat mode dan wel tentoongesteld wordt in museums, maar dat het als serieuze intellectuele studie maar een marginale status heeft. Mode wordt aanzien als een ontologisch en sociaal inferieur domein dat, aangezien het als een oppervlakkig onderwerp wordt beschouwd, geen wetenschappelijk onderzoek verdient.

1. Benaderingen in de studie van mode

De auteurs die de studie van mode wel serieus nemen, kunnen opgedeeld worden in verschillende groepen. (Kawamura, 2005) Er zijn denkers die vertrekken vanuit de sociale psychologie en kleding en mode zien als non-verbale communicatie over allerlei individuele karakteristieken. (Horn & Gurel, 1975) Historici en kunsthistorici bestuderen kleding en mode in verschillende tijdperken en ontdekken zo regelmatigheden en verschillen in modestijlen van uiteenlopende tijdperken. Ook doen ze onderzoek naar de culturele betekenis van mode en kleding. (Hollander, 1993, 1994; Steele, 1985, 1988, 1991) Andere auteurs schrijven dan weer over mode vanuit een economische benadering. (Anspach, 1967; Nystrom, 1928)

Ook in de sociologie wordt mode bestudeerd. Kawamura (2005b) geeft een helder overzicht van het vroege en hedendaagse sociologische denken omtrent kleding en mode. Het vroege sociologische discours over mode kan opgedeeld worden in een aantal groepen. Ten eerste werd mode aanzien als imitatie (Tarde, 1903; Spencer (1966[1897], 205-206). Een samengaan van mode als imitatie en mode als het creëren van distincties tussen klassen vinden we dan

weer bij Simmel. (1957[1904]) Sumner (1940[1904]) en Toennies (1963[1887]) behandelen mode ten slotte als een sociale gewoonte; een cultureel gebruik.

Hedendaagse sociologen grijpen enerzijds terug naar de concepten van imitatie en klassendistinctie van de vroege sociologen van de mode (Bell, 1976[1946]; Koenig, 1973), anderzijds verwerpen ze het klassendifferentiatie model voor de hedendaagse samenleving. (Blumer, 1969; Davis, 1992)

2. Een productie-van-cultuur perspectief

Een sociologische benadering van cultuur draagt er toe bij dat er rekening wordt gehouden met de sociale en structurele processen van cultuurproductie en –consumptie. Ook de manier waarop culturele producten symbolische waarde verkrijgen, is hier van belang. Individuen, groepen, instituties, ... in een samenleving construeren namelijk de symbolische waarde van een cultureel product. Kawamura (2005b, 32) argumenteert dat ook mode beschouwd moet worden als een cultureel geconstrueerd object. Een bepaald kledingstuk of kledingstijl wordt namelijk pas mode wanneer het erkend wordt als mode. Erg belangrijk voor de consecratie van culturele modeobjecten zijn de institutionele factoren van de modeproductie. Zij werden echter in academisch onderzoek naar het aspect van modeproductie vaak genegeerd. (Kawamura, 2005b) Aangezien er reeds vele denkers zijn die andere culturele instituties die symbolische waarde genereren - zoals kunst, religie en wetenschap – bestudeerd hebben, spoort Kawamura (2005) modeonderzoekers aan deze auteurs te gebruiken in hun studie.

Mijn keuze voor Pierre Bourdieu als raamwerk voor de analyse van het succes van Belgische ontwerpers in Parijs, past in bovenstaande tip van Kawamura. Bourdieu is namelijk een alleseter wanneer het aankomt op het analyseren van symbolische waarde genererende praktijken en instituties. Hij bestudeert - in kader van zijn gehele denken - mode, sport, muziek, ... en de manier waarop aan deze culturele objecten en praktijken waarde toegekend wordt. Deze casussen testen mee de door hem ontwikkelde conceptuele middelen voor het analyseren van de samenleving als verzameling van velden. (Rocamora, 2002)

Bourdieu focust zowel op de consumptie als productie van cultuur. Ik pas vooral zijn productie-van-cultuur perspectief toe. Hoewel de kritiek bestaat dat je hierdoor voorbijgaat aan de karakteristieken van het kunstobject zelf (Wolff, 1993), is Bourdieu's benadering ideaal voor mijn onderwerp aangezien het voor de productie kan zorgen van *“very detailed, small-scale studies, ... that helps us to see the processes and institutions of artistic production*

in detail ...” (Kawamura, 2005b, 37). Bovendien stelt het productie-van-cultuur perspectief een onderzoeker in staat de mythes, die samenhangen met het genereren van symbolische waarde voor cultureel geconstrueerde objecten, te ontkrachten.

Het gebruik van Bourdieu's belangrijkste conceptuele middelen om de revolutie die Belgische ontwerpers in het Parijse modeveld hebben ontketend te verklaren, zal één van de voornaamste doelstellingen zijn van dit werkstuk. Hiermee zullen tevens de belangrijkste mythes die (Belgische) ontwerpers in het Parijse modeveld omringen gedeconstrueerd worden.

3. Wat kan men verwachten?

Deze verhandeling zal aantonen dat de meeste Belgische ontwerpers in Parijs een opleiding aan de Antwerpse Koninklijke Academie voor Schone Kunsten hebben gevolgd. Toch heb ik in mijn analyse gekozen voor het bespreken van de Belgische revolutie in het Parijse modeveld en niet de Antwerpse revolutie. De laatste jaren veroveren immers ook studenten uit andere Belgische modescholen het Parijse modeveld. Ondanks het feit dat de Antwerpse Academie het grootste aantal ontwerpers aflevert die doorbreken in Parijs, vraagt de volledigheid ook de afgestudeerden van andere Belgische modescholen in rekening te brengen.

Het eerste deel van deze thesis omvat een korte uiteenzetting van Bourdieu's denken. De conceptuele middelen die belangrijk zijn voor de casus in deel drie worden uitvoerig behandeld.

Het tweede deel omvat drie hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk gaat dieper in op Bourdieu's schrijven over mode en zijn productie-van-cultuur perspectief. In het tweede hoofdstuk wordt de dominantie van het Parijse modeveld belicht. Deel twee wordt afgesloten met een verduidelijking van de macht van dit modeveld, die veroorzaakt wordt door haar sterk geïnstitutionaliseerde structuur.

In deel drie wordt de casus van de Belgische ontwerpers in Parijs geanalyseerd. Na een korte schets van de tocht die ze ondernamen om in dit Parijse modeveld te belanden, wordt de legitimatie van Belgische ontwerpers in Parijs onderzocht aan de hand van Bourdieu's denken. Uiteindelijk wordt er een onderverdeling op basis van consecratiegraad van de Belgische ontwerpers in Parijs beargumenteerd. Dit zal leiden tot een aanpassing van Bourdieu's veld van de culturele productie.

Deel 1: Pierre Bourdieu

Eind jaren negentig brak in de Franse media een ware ‘Bourdieuomania’ uit. (Lane, 2000) Hoewel een erg kritische studie verscheen die Bourdieu’s denken als een ideologisch discours en een wetenschappelijke mythologie omschreef (Verdès-Leroux, 1998), wijdden dag- en weekbladen lovende artikels aan hem en zagen nieuwe introductieboeken tot zijn denken het levenslicht, zoals deze van Accardo (1997) en Bonnewitz (1997). Sinds de publicatie van een aantal werken die resoneerden met de politieke en sociale malaise in zijn thuisland - bijvoorbeeld *La Misère du Monde* (Bourdieu, 1993) en *Contre-feux* (Bourdieu, 1998) - groeide de media-aandacht voor zijn werk.

Wereldwijde academische faam heeft Pierre Bourdieu vooral te danken aan zijn significante invloed op het veld van de sociologie en antropologie. Fowler (1997) beschrijft zijn systeem als het meest omvattende en gesofisticeerde dat vandaag de dag beschikbaar is. Zowel de groei in publicaties van secundaire literatuur over Bourdieu’s denken, als de korte termijn die verloopt alvorens nieuwe werken vertaald worden, tonen aan dat de status van Pierre Bourdieu als erkend internationaal denker buiten kijf staat. (Lane, 2000)

1. Bourdieu: een bruggenbouwer

In de vroege jaren vijftig studeerde Pierre Bourdieu filosofie aan de Ecole normale supérieure in Parijs. Hij las werk van Husserl, Merleau-Ponty en Sartre. Hoewel hij niet akkoord ging met de existentialistische autoriteit die alom tegenwoordig was aan de universiteit, hadden deze denkers een grote invloed op Bourdieu. Zich verdiepend in de wetenschapsfilosofie, wiskunde en epistemologie, ontdekte hij zijn liefde voor wetenschappelijkheid die op dat moment niet in trek was bij het elitair filosofisch onderwijs in Parijs. (Harker, Mahar & Wilkes, 1990)

In 1956 neemt Bourdieu’s leven een andere wending door zijn militaire dienst in Algerije. Dit zal een enorme invloed hebben op zijn latere intellectuele ontwikkeling. Geappelleerd door het verschil in visie op deze oorlog van de Franse intellectuelen - die een zeer utopische voorstelling van de Algerijnse samenleving voor ogen hadden - en zijn eigen ervaringen, wilde Bourdieu veldwerk verrichten. (Honneth, Kocyba, Schwibs, 1986) Dit empirisch onderzoek mondde uit in zijn eerste werk: *Sociologie de l’Algérie*. (Bourdieu, 1958) Hierin wordt de verschuiving in zijn denken van filosofie naar sociologie duidelijk.

Hoewel er in de literatuur weinig aandacht wordt besteed aan Bourdieu's ervaringen in Algerije, zijn deze belangrijk voor zijn intellectuele ontwikkeling. Niet alleen maakte hij een sprong van filosofie naar sociologie, ook de theoretische fundamenten van zijn denken worden hier gevormd. Zijn Algerijns werk anticipeerde namelijk de concepten -zoals habitus, veld, cultureel kapitaal,...- waarmee hij internationale faam verkreeg. (Lane, 2000)

Toen Bourdieu in 1960 naar Parijs terugkeerde, werd hij assistent van Raymond Aron aan de Sorbonne. Het structuralisme was begin jaren zestig in trek en aangezien Bourdieu een methode van structureel en relationeel denken wilde toepassen op de sociologie, volgde hij seminars bij één van de bekendste structuralisten: Lévi-Strauss. Aanvankelijk beschouwde Bourdieu zichzelf als een "*blissful structuralist*" (Bourdieu, 1990, 9) De structuralistische invloed op zijn denken kunnen we bijvoorbeeld nog ontdekken in een vroege versie van Bourdieu's habitusbegrip.¹ Naarmate Bourdieu's intellectuele ontwikkeling vordert, merken we echter dat hij zich tegen een aantal elementen van de structuralistische methode verzet.

Pierre Bourdieu erkent het belang van de 'objectiviteit van de eerste orde' van de structuren waaruit het maatschappelijk universum bestaat. De structuralistische lezing van de maatschappij ziet de samenleving als een objectieve structuur die van buitenaf moet worden benaderd en waarvan de uiterlijkheden kunnen worden waargenomen en bestudeerd. De externe observator kan door middel van hulpmiddelen, zoals statistiek, de objectieve regelmatigheden waaraan de handelingen van personen gehoorzamen bestuderen. (Bourdieu & Wacquant, 1992) Een gevaar bij dit objectivistisch standpunt is echter dat door gebrek aan een theoretisch principe, waarmee het ontstaan van zulke regelmatigheden kan worden verklaard, de geconstrueerde structuren gemakkelijk voor werkelijkheid aanzien worden. Doordat de objectivistische onderzoeker niet anders kan dan de praktijk te beschouwen als de uitvoering van het door hem opgestelde model, leidt dit objectivisme tot de idee dat de praktijk aanwezig is in de hoofden van de handelende personen. Deze visie kan echter enkel tot stand komen door de ervaring die de actoren zelf van hun handelen hebben op voorhand te negeren. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

Een maatschappijwetenschap moet, volgens Bourdieu, erkennen dat de interpretaties van actoren een belangrijk element vormen van de werkelijkheid van de sociale wereld. Deze 'objectiviteit van de tweede orde' wordt verdedigd door het constructivistische of subjectivistische standpunt. De existentialistische overheersing van het academisch denken uit

¹ Meer uitleg hierover vindt men op pagina 5. (Codd, 1990)

Bourdieu's studentenjaren, met als extreme uitdrukker van de subjectivistische visie Sartre en zijn *L'Être et le Néant*, vormt hier het beste voorbeeld van. Dit subjectivisme ziet de maatschappij als het product van bewust genomen beslissingen van actoren die de wereld als betekenisvol ervaren. (Bourdieu & Wacquant, 1992) Zijn kritiek op *L'Être et le Néant* beargumenteert Bourdieu als volgt:

“Si le monde de l'action n'est autre chose que cet univers imaginaire de possibles interchangeables dépendant entièrement des décrets de la conscience qui le crée, donc totalement dépourvu d'objectivité, s'il est émouvant parce que le sujet se choisit ému, révoltant parce qu'il se choisit révolté, les émotions, les passions et les actions ne sont que des yeux et des doubles-yeux de la mauvaise fois et de l'esprit de sérieux, farces tristes où l'on est à la fois mauvais acteur et bon public.” (Bourdieu, 1972, 248)

Het sociaal leven is, volgens Bourdieu, meer dan het subjectieve bewustzijn van de actoren die erin bewegen. Er is een objectieve sociale realiteit 'boven' de onmiddellijke interactionele sfeer. (Jenkins, 1992) Het subjectivisme kan onmogelijk de duurzaamheid van sociale structuren verklaren. Ook voor de manier waarop en op grond waarvan de eigenlijke productie van de werkelijkheid tot stand komt, kan het subjectivisme geen verklaring geven. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

Bourdieu meent dat de tegenstelling tussen het subjectivisme van het existentialisme en het objectivisme van het structuralisme twee epistemologische obstakels zijn die de vooruitgang van de sociale wetenschappen blokkeren. (Lane, 2000)

“De toutes les oppositions qui divisent artificiellement la science sociale, la plus fondamentale, et la plus ruineuse, est celle qui s'établit entre le subjectivisme et l'objectivisme.” (Bourdieu, 1980, 43)

Om deze obstakels uit de weg te ruimen, is het echter niet nodig om met het structuralisme en het existentialisme te breken. (Lane, 2000) Bourdieu stelt dat men zich door de vooroordelen van beide strekkingen moet werken en hun inzichten in een dialectische synthese moet verenigen *“pour dépasser l'antagonisme qui oppose ces deux modes de connaissance tout en conservant les acquis de chacun d'eux...”*. (Bourdieu, 1980, 43) De echte sociale wetenschap moet de oppositie tussen objectivisme en subjectivisme dus overstijgen door zowel de ervaring van de sociale actoren als de objectieve structuren die deze ervaring mogelijk maken, samen te brengen in één model. (Bourdieu, 1989b)

Er bestaat dus een objectieve waarheid over het subjectieve, hoewel het soms lijkt dat de subjectiviteit dit tegenspreekt. Men doet de objectiviteit geweld aan indien men pretendeert dat sociale subjecten geen eigen ervaring van de werkelijkheid hebben. De handelende personen hebben immers een beleving, die echter niet de volledige waarheid uitmaakt, van wat zij doen. We moeten dus naar een hogere objectiviteit streven, één waar subjectiviteit een plaats in heeft. (Bourdieu, 1989a)

Deze hogere objectiviteit gaat de sociale wetenschappen enorm vooruit helpen. Door het transcenderen van de antinomie is het overstijgen van de tegenstelling tussen objectieve waarneming of meting en subjectieve participatie mogelijk. Om sociaal handelen te begrijpen stelt Bourdieu dat het noodzakelijk is dat men aan participerende observatie doet. Niet alleen de objectivering van het studieobject is nodig, ook die van de onderzoeker. Deze laatste neemt immers een bepaalde positie in in de wereld die hij beschrijft. Enkel op deze manier is een reflexieve sociale wetenschap mogelijk. (Bourdieu, 1989b)

Doorheen heel Bourdieu's academisch leven - dat na zijn assistentschap bij Aron nog academische posities aan de universiteit van Lille, het directeurschap van l' Ecole Pratique des Hautes Etudes², het stichten van het Centre de Sociologie Européenne met het geassocieerde academische tijdschrift *Actes de la recherche en sciences sociales* en uiteindelijk het bekomen van een leerstoel aan het Collège de France omvatte- speelt de overbrugging van het onderscheid tussen subjectivisme en objectivisme een essentiële rol. (Jenkins, 1992)

2. Habitus als brug tussen objectivisme en subjectivisme

In Bourdieu's werk zitten twee grote ambities vervat. Enerzijds het tot stand brengen van een dialectische relatie tussen objectivisme en subjectivisme, anderzijds het verwerpen van 'grand theory'. (Jenkins, 1992) Dit laatste betekent dat Bourdieu de door hem ontwikkelde concepten als werktuigen behandelt, niet als onveranderlijke theorie.

"There is no doubt a theory in my work, or, better, a set of thinking tools visible through the results they yield, but it is not built as such...It is a temporary construct which takes shape for and by empirical work." (Wacquant, 1989, 50)

² Het machtsbastion in Parijs waarop het vervolg van Bourdieu's academische carrière gebaseerd is. (Jenkins, 1992)

Het is tegen de achtergrond van deze verwerping van overdreven theoretiseren dat we Bourdieu's brug tussen objectivisme en subjectivisme moeten plaatsen.

2.1 De geschiedenis van Bourdieu's habitus

Bourdieu heeft zijn inspiratie voor het concept habitus gehaald in het werk van Durkheim, Hegel, Husserl, Mauss en Weber. Habitus duikt reeds vroeg in Bourdieu's denken, namelijk in 1967 toen hij het nawoord schreef van het door hem vertaalde werk *Architecture gothique et pensée scholastique* van Erwin Panofsky. (Panofsky, 1967) Bourdieu greep hier voorzichtig de kans om zijn ideeën omtrent habitus uit de doeken te doen. Zijn eerste beschrijvingen van habitus, als een set van diep geïnterioriseerde patronen die een onbewuste constitueren dat mentale processen reguleert, waren echter nog erg structuralistisch getint. Doordat Bourdieu eerst meende dat de geïnterioriseerde principes niet openstaan voor onderzoek en toch het handelen bepalen, bleef de ontologische status van de habitus onduidelijk. Bovendien werden de verschillende handelingen die mensen stellen, beschouwd als manifestaties van een intern systeem van abstracte regels. Dit is juist één van de punten van het structuralisme dat Bourdieu later zal verwerpen. (Codd, 1990)

In *Esquisse d'une théorie de la pratique* (Bourdieu, 1972) is de uitwerking van het concept habitus reeds veel verder gevorderd. In amper vijf jaar tijd heeft Bourdieu het structuralisme van zich af geschoven. Dit merken we bijvoorbeeld door het verwerpen van de habitus als een soort 'geest in machine' die determineert wat mogelijk is door een mysterieus mentaal mechanisme. (Codd, 1990) Habitus is niet langer een plan dat zich bevindt in het onbewuste, maar een principe dat zowel generatief als structurend is.

2.2 Habitus: definitie en eigenschappen

“L’habitus, système de dispositions acquises par l’apprentissage implicite ou explicite qui fonctionne comme un système de schèmes générateurs, est générateur de stratégies qui peuvent être objectivement conforme aux intérêts objectifs de leurs auteurs sans avoir été expressément conçues à cette fin.” (Bourdieu, 1980, 120-121)

De disposities waaruit de habitus bestaat zijn geïnternaliseerd, gestructureerd, duurzaam, generatief en wisselend. (Bourdieu, 1991) Dit vraagt enige verduidelijking.

Disposities zijn meer dan enkel attitudes; ze houden zowel cognitieve als affectieve factoren in. (Jenkins, 1992) In *Esquisse d'une théorie de la pratique* verduidelijkt Bourdieu de drie verschillende betekenissen van de notie dispositie.

“...il exprime d'abord le résultat d'une action organisatrice présentant alors un sens très voisin de mots tels que structure; il désigne par ailleurs une manière d'être, un état habituel (en particulier du corps) et, en particulier, une prédisposition, une tendance, une propension ou une inclination.” (Bourdieu, 1972, 247)

Mensen verwerven disposities door een proces van lichamelijke internalisering, waarvoor de kindertijd van groot belang is. Habitus is dus een essentieel belichaamd begrip. Deze belichaming heeft drie betekenissen in Bourdieu's werk. Ten eerste bestaat habitus enkel in zover het werkelijk in het hoofd van een actor zit. Ten tweede bestaat habitus door de handelingen van personen en hun interactie met elkaar. Wijzen van wandelen, praten,... zijn hier een voorbeeld van. Tenslotte hebben de praktische taxonomieën die gegenereerd worden door de habitus ook wortels in het lichaam. Man/vrouw, warm/koud,... zijn immers zintuiglijk te ervaren. (Jenkins, 1992)

Een vraag die gesteld kan worden bij de belichaming van Bourdieu's habitus is of individuen die dezelfde disposities hebben een soort groepshabitus vertonen. Zijn antwoord hierop is dat personen binnen een groep (een positie binnen een veld) aspecten van elkaars gedrag opmerken die aanduiden dat men dezelfde of een verschillende sociale origine heeft als de andere personen. De groepshabitus kan omschreven worden als: *“l'habitus individuel en ce qu'il exprime ou reflète la classe.”* (Bourdieu, 1980, 101) Binnen één en dezelfde groep komen veelal individuen voor die hetzelfde sociaal traject hebben afgelegd. Dit creëert: *“un faisceau de trajectoires à peu près équiprobables conduisant à des positions à peu près équivalentes.”* (Bourdieu, 1979, 122) Toch is de relatie tussen beginpunt en huidige sociale positie variabel, zodat er enig verschil zal zijn tussen de afgelegde sociale trajecten van individuen binnen een groep. (Bourdieu, 1979)

De disposities, waaruit habitus bestaat, zijn gestructureerd doordat ze de sociale condities weerspiegelen waarin ze verworven zijn. De verschillen en gelijkenissen tussen de sociale bestaanscondities van personen zullen dus gereflecteerd worden in de habitus. De gestructureerde disposities zijn ook duurzaam. Omdat ze aanwezig zijn in het lichaam van de individuen, opereren ze gedurende de hele levensgeschiedenis en dit op een onbewust niveau. De disposities zijn tenslotte ook generatief en wisselend aangezien ze een veelheid aan

praktijken en percepties kunnen genereren in andere velden dan deze waarin de disposities oorspronkelijk verworven zijn. (Bourdieu, 1991)

De habitus beschrijft een proces waarbij een set van normen en conventies in disposities gegoten worden die niet helemaal bewust of onbewust zijn en gericht zijn op het bereiken van bepaalde impliciete doelen. Bourdieu's concept habitus is dus een evenwicht tussen objectivistische en subjectivistische manieren van denken en een overtuigend denk- en werkmiddel voor het onderzoeken van het sociaal leven. (Lane, 2000)

2.3 Doxa en de doxische relatie tot de wereld

Voor een goed begrip van de werking van Bourdieu's habitus is de doxa en de doxische relatie tot de wereld van essentieel belang. (Lane, 2000) Gebaseerd op Husserl, stelt Bourdieu dat er een ervaring is van het sociale die berust op het onmiddellijk aanvaarden van de feitelijkheid van de wereld, wat er voor zorgt dat we deze als vanzelfsprekend beschouwen. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

“The doxa, the totality of pre-reflexive categories and tacit understanding which is never questioned or made explicit because it never becomes the subject of discourse.” (Codd, 1990, 145)

Het impliciete begrip van hetgeen binnen een bepaalde historisch of cultureel gedetermineerde horizon van mogelijkheden ligt voor een individu, is de doxische relatie tot de wereld die belichaamd is in de habitus van een persoon. Het is deze doxische relatie die de sociale rollen ingevuld door verschillende klassen, groepen en geslachten legitimeert, vooral doordat deze sociale rollen als natuurlijk worden aanvaard door de individuen zelf. (Lane, 2000)

2.4 Kritieken op Bourdieu's habitus

2.4.1 Habitus is deterministisch

Pierre Bourdieu heeft vaak de kritiek gekregen dat zijn concept van habitus deterministisch is gebleven. (Jenkins, 1982)

“Indien de habitus, als ‘strategieën genererend principe waarmee actoren onverwachte en altijd veranderlijke situaties het hoofd kunnen bieden’, het resultaat is van de inlijving van de objectieve structuren van de wereld, indien de improvisatie die de habitus stuurt zelf weer

door die structuren gestuurd wordt, waar komt dan het element van vernieuwing en actie vandaan?" (Bourdieu & Wacquant, 1992b, 86)

Op bovenstaande vraag van Loïc Wacquant antwoordt Bourdieu dat, hoewel de meeste mensen statistisch gezien dezelfde soort omstandigheden zullen tegenkomen als waar hun habitus oorspronkelijk is in gevormd, de habitus als product van de geschiedenis van individuen een open systeem van disposities is dat onophoudelijk aan nieuwe ervaringen blootstaat en daar dus ook invloed van ondervindt. De habitus is duurzaam, maar niet onveranderlijk. Bovendien komt de habitus pas tot uiting in relatie tot een bepaalde situatie. Naargelang de structuur van een veld kan eenzelfde habitus verschillende handelingen voortbrengen. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

Hoewel Bourdieu niet ontkent dat er een overwicht is van de oorspronkelijke ervaringen en dus een relatieve afsluiting van de habitus, doordat nieuwe stimuli waargenomen worden via categorieën die reeds door voorgaande ervaringen geconstrueerd zijn, verwerpt hij het aan hem toegeschreven deterministische model. (Bourdieu, 1972)

Jenkins (1992) argumenteert dat Bourdieu's tweevoudige antwoord op de beschuldiging van determinisme, namelijk dat de habitus andere praktijken kan produceren naargelang het veld waarin men zich bevindt en dat de habitus veranderd kan worden door wisselende omstandigheden en verwachtingen, geen verdediging vormt tegen de aanklacht. Jenkins stelt dat het niet duidelijk is hoe deze veranderende omstandigheden anders kunnen zijn dan extern aan de sociale groep in kwestie. Ook Giroux (1983) stelt dat het begrip habitus elke mogelijkheid voor sociale verandering te niet doet. Het zijn echter zulke mechanische modellen die het begrip van Bourdieu's habitus ten gronde richten. (Bourdieu, 1981)

De kritiek dat veranderende omstandigheden enkel extern kunnen zijn aan een groep kan weerlegd worden door Bourdieu's concept 'la trajectoire' dat ten eerste aanduidt hoe een persoon terecht gekomen is op een bepaalde positie op de sociale ladder en verder ook verwijst naar het traject dat een sociale klasse heeft afgelegd binnen de klassenstructuur. (Wilkes, 1990) Vaak zal het zo zijn dat personen die dezelfde sociale positie bekleden een modeltraject hebben afgelegd. Er zijn echter ook individuen die een discrepantie ervaren tussen hun sociale positie en hun afkomst; hun traject verschilt van de andere individuen in hun sociale klasse. (Harker et al., 1990) De habitus van deze laatste personen zal zo inspelen op de voor hen vreemde omgeving dat zij zich een plaats kunnen veroveren in hun nieuw sociaal milieu. De spanning die er is tussen de afkomst van deze personen en de verworven

disposities, zorgt ervoor dat de habitus zijn flexibiliteit kan tonen. We merken dus dat Jenkins' kritiek dat Bourdieu's habitus deterministisch is en dat de veranderende omstandigheden waar de habitus op reageert extern zijn aan de persoon in kwestie, niet stand houdt. De discrepantie tussen sociale afkomst en verworven disposities is intern aan een persoon. De habitus zorgt ervoor dat de interactie tussen deze discrepantie en de situatie waarin de persoon zich bevindt, in goede banen wordt geleid.

Een individu kan voorkomen dat de ervaren spanning tussen sociale afkomst en verworven disposities zijn sociale positie zal belemmeren. Dit betekent echter niet dat men de nieuwe sociale positie als natuurlijk ervaart, zoals deze personen die een model traject hebben afgelegd. Pierre Bourdieu is zelf een voorbeeld van een persoon die de discrepantie tussen afkomst en verworven disposities ervaren heeft. Hoewel hij aan het Collège de France de belangrijkste leerstoel sociologie in Frankrijk bekleedde, voorspelde zijn sociale afkomst namelijk niet dat hij op de hoogste trappen van de academische ladder zou terechtkomen. Bourdieu bracht zijn kindertijd door in landelijk gebied, zijn afkomst leunde echter meer aan bij de petit bourgeoisie. (Jenkins, 1992) Toen hij in de vroege jaren vijftig aan de Ecole normale supérieure in Parijs studeerde, voelde hij zich hier, tussen afstammelingen van de bourgeoisie, niet op zijn plaats.

“Given the fact that from his early days in school Bourdieu was always outside of the ruling educational élite (both in structural and in emotional sense), there was a tension in his relationship to the intellectual world which still exists today.” (Harker et al., 1990, 45)

2.4.2 Jon Elster: habitus is bewust

Zoals in de gegeven definitie van Bourdieu's habitus reeds verwoord is, produceert de habitus geen strategieën die de uitkomst zijn van bewust nagestreefde doeleinden of het gevolg zijn van een mechanische bepaling door uitwendige oorzaken. (Bourdieu, 1989b) Het organiserend principe van de habitus is niet de rationele keuze, wel een soort praktijkgevoel. Om gepast te reageren op wisselende situaties volgen actoren de ingevingen van een soort praktijkgevoel dat het product is van een internalisering van disposities. Het is deze opvatting van sociaal handelen voortgebracht door een praktijkgevoel dat door aanhangers van de Rational Action Theory, zoals Jon Elster, volledig fout is geïnterpreteerd.

In *La Distinction* (1979) legt Bourdieu uit hoe leden van de heersende klasse gedistingeerd lijken omdat hun habitus toegepast is op de vereisten van de situatie. Zo kunnen ze zich boven

de anderen stellen zonder hier bewust moeite voor te doen. Elster (1983) stelt Bourdieu's theorie daarentegen op één lijn met *The theory of the leisure class* van Thorstein Veblen en gaat zo voorbij aan het essentiële onderscheid tussen beiden, namelijk dat Bourdieu's habitus, die distinctie kan genereren, een vorm van kennis is die geen bewustzijn vereist. Dit in tegenstelling tot de distinctietheorie van Veblen die stelt dat de heersende klasse bewust streeft naar onderscheiding van de massa. (Veblen, 1953) Door het negeren van het onderscheid tussen bewust en onbewust, haalt Elster de rationele keuze en de filosofie van het vrije subject weer binnen in de sociale wetenschappen. (Bourdieu, 1989b)

3. Velden

3.1 Inleiding

Bourdieu stelt dat een hooggedifferentieerde samenleving, zoals de onze, geen monolithisch blok is, maar wel een verzameling van velden die niet herleidbaar zijn tot elkaar. Deze verzameling, die Bourdieu de sociale ruimte noemt, moet zelf ook beschouwd worden als een veld. (Harker et al., 1990)

3.1.1 Definitie

“Een netwerk of een configuratie van objectieve relaties tussen posities. Die posities als zodanig, en de dwangen waaraan degenen die ze innemen –actoren of instituties- blootstaan, worden objectief gedefinieerd door hun actuele of potentiële situatie (situs) in de verdelingsstructuur van de verschillende soorten macht (of kapitaal), waarvan het bezit de mate bepaalt waarin over de specifieke winsten die in het veld te behalen zijn kan worden beschikt.” (Bourdieu & Wacquant, 1992b, 58)

In elk veld is er een specifieke vorm van kapitaal dat ongelijk verdeeld is over de posities die de actoren bezetten in het veld. Toegang tot dit kapitaal betekent macht. Vandaar dat er in alle velden een onafgebroken gevecht woedt om het verkrijgen of behouden van dit kapitaal en bijgevolg ook om het behoud of de verandering van de grenzen van het veld zelf. (Pels, 1989)

3.1.2 Kapitaal

Kapitaal ligt aan de basis van de regelmatigheden in de sociale wereld. De verdeling van de verschillende typen kapitaal op een gegeven moment is de uitdrukking van de structuur van de sociale ruimte. Deze laatste is pas te verklaren wanneer er recht wordt gedaan aan kapitaal

in al zijn verschijningsvormen. (Bourdieu, 1989c) Afhankelijk van het veld waarin het functioneert, kan kapitaal optreden in drie vormen:

Ten eerste als economisch kapitaal, dat in geld omzetbaar is en kan worden geïnstitutionaliseerd onder de vorm van eigendomsrechten.

Ten tweede als cultureel kapitaal dat ook weer in drie vormen voorkomt. Cultureel kapitaal veronderstelt ten eerste een belichaming. Verder treedt het ook op in de geobjectiveerde staat, namelijk in materiële dragers. Wat hiervan overdraagbaar is, zijn de juridische eigendomsrechten, niet de middelen om van de geobjectiveerde staat te kunnen genieten. Ten slotte komt cultureel kapitaal ook voor in de geïnstitutionaliseerde staat, namelijk onder de vorm van diploma's en titels, die formeel onafhankelijk zijn van hun drager. (Bourdieu, 1989c)

Cultureel kapitaal is symbolisch kapitaal aangezien het, hoewel het miskend wordt als kapitaalvorm om de strijd binnen een veld mee aan te gaan, een enorm voordeel heeft; hoe schaarser het is hoe meer distinctieve waarde, die omgezet kan worden in andere kapitaalvormen, het oplevert aan de eigenaar. (Bourdieu, 1989c) Het symbolisch kapitaal, dat we ook kunnen beschouwen als iemands status in een veld (Entwistle & Rocamora, 2006), is *“only the credit and authority bestowed on an agent by recognitions and possessions of the three other forms of capital.”* (Bonnwitz, 1998, 43-44)

Tenslotte kan kapitaal ook de vorm van sociaal kapitaal aannemen. We kunnen dit omschrijven als het beschikbaar zijn van hulpbronnen door het bezit van een netwerk van relaties van onderlinge erkentelijkheid. De kracht van dit sociaal kapitaal hangt af van de mate waarin men het netwerk van relaties kan mobiliseren en de hoeveelheid kapitaal dat ieder lid van het netwerk tot zijn beschikking heeft. (Bourdieu, 1989c)

3.2 De eigenschappen van velden

3.2.1 De metafoor van het spel

De analogie die Bourdieu maakt tussen een veld en een spel is een poging om een intuïtief begrip te geven van de algemene eigenschappen van velden. (Harker et al., 1990)

Een spel is een sociaal gebeuren waar niet alles kan, aangezien deelnemen aan het spel een bewuste of onbewuste aanvaarding van de voorwaarden ervan inhoudt. De spelers staan in een doxische relatie tot het spel, wat inhoudt dat de erkenning van het spel niet in vraag

gesteld wordt. Dit wordt bewerkstelligd door het feit dat de spelers investeringen in het spel hebben gedaan en dat die inzetten het product zijn van de onderlinge competitie tussen de spelers.

Niet iedereen heeft dezelfde investeringen in het spel. Zoals bovenstaand reeds vermeld, is het kapitaal in een veld ongelijk verdeeld, wat er voor zorgt dat je machtigen en minder machtigen hebt die elkaar bekampen voor het bekomen of behouden van hun kapitaal of troeven, wat gelijk staat aan het bekomen of behouden van de macht in het spel. Op elk moment is het dus de toestand van de krachtverhoudingen tussen de spelers die de structuur van het veld bepaalt. Of een speler risico's neemt, al dan niet subversief is, hangt af van de omvang, vorm en evolutie van zijn kapitaal. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

3.2.2 De eigenschappen

Ondanks de duidelijke verschillen die er zijn tussen de verschillende velden waaruit het sociale universum bestaat, functioneren ze toch volgens een aantal algemene veldwetten. Dit betekent dat *“le projet d’une théorie générale n’est pas insensé et que, dès maintenant, on peut se servir de ce qu’on apprend sur le fonctionnement de chaque champ particulier pour interroger et interpréter d’autres champs...”* (Bourdieu, 1981, 113) Elke keer we een nieuw veld bestuderen, ontdekken we eigenschappen die horen bij dat ene specifieke veld, terwijl we ook onze kennis vermeerderen van de universele veldmechanismen. (Bourdieu, 1981) Welke zijn nu deze universele eigenschappen die we in elk veld terugvinden?

In *Questions de sociologie* (1981) schrijft Bourdieu dat elk veld bepaald wordt door de specifieke inzetten en belangen van actoren in dat veld. De inzetten van de actoren zijn ongelijk verdeeld waardoor er machtige en minder machtige posities in het veld ontstaan. (Lahire, 1999) Dit leidt tot een constante strijd binnen een veld voor het beheersen of behouden van de machtsbronnen of kapitaal. Een veld is dus een *“champ de batailles”*. (Lahire, 1999, 24)

Men kan echter enkel toetreden en succesvol zijn in dit strijdperk wanneer men de wetten van het spel kent en erkent. Actoren hebben met andere woorden een aangepaste habitus nodig om in een bepaald veld te kunnen opereren. (Bourdieu, 1981)

De structuur van het veld wordt bepaald door de strijd die aan de gang is met als inzet de verdeling van het specifieke kapitaal dat geaccumuleerd is in eerdere conflicten en de toekomstige beslissingen van de strategen in een bepaalde richting zal duwen. Bourdieu

beklemtoont dat deze structuur echter zelf ook op het spel staat. De inzet van de strijd is het monopolie over het specifieke gezag dat niets anders is dan de handhaving of ondermijning van de verdelingsstructuur van het specifieke kapitaal. (Bourdieu, 1981)

De strategieën in de strijd hangen af van de verdeling van het kapitaal. Zij die over veel geaccumuleerd kapitaal beschikken zullen naar behoudsgezinde strategieën grijpen, terwijl de minder bedeelden (vaak nieuwkomers en dus meestal jongeren) naar subversieve strategieën neigen. (Lahire, 1999)

Een minder duidelijke universele eigenschap van velden is dat alle actoren die er zich in bewegen een fundamenteel belang delen, namelijk hetgeen dat samenhangt met het bestaan van het veld zelf. De doxische relatie tot het veld zorgt er voor dat er overeenstemming is over datgene dat de moeite is om over te strijden. Door deze doxische relatie tot het veld worden de beginselen van het veld zelf niet in vraag gesteld en wordt het veld dus ook niet aangetast door de partiële revoluties veroorzaakt door subversieve strategieën van minderbedeelden. (Bourdieu, 1981)

3.3 Velden en hun organisatie

3.3.1 De relatieve autonomie van velden

Hoewel er een aantal universele veldwetten zijn, kan men velden niet tot elkaar herleiden. Elk veld is relatief autonoom wat betekent dat het eigen principes van regulering heeft. Velden hebben dus een eigenheid en onafhankelijkheid, hoewel deze autonomie niet absoluut is. Velden beïnvloeden namelijk ook elkaar en zijn in strijd met elkaar verwickeld om het veld te worden of te blijven dat zich het hoogste in de hiërarchie bevindt. De relaties tussen velden liggen nooit vast, zelfs niet in hun algemene ontwikkelingstendensen. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

3.3.2 Hoe wordt het bestaan van een veld en zijn grenzen vastgesteld?

Als we willen onderzoeken of een veronderstelde samenhang tussen bepaalde fenomenen een veld is, moeten we eerst de vraag stellen of deze fenomenen relatieve autonomie hebben. Indien dit zo is, worden ze bestuurd door eigen wetten.

Hoe bepalen we nu het bestaan van een veld? Bourdieu stelt dat deze vraag altijd aan de orde is in het veld zelf. Actoren gaan een constante strijd aan om zich te onderscheiden van rivalen en om meer kapitaal binnen te rijden. Om te ontdekken waarom hun inspanningen verschillen

van die van actoren in een ander veld, moeten we empirisch werk verrichten. (Bourdieu & Wacquant, 1992) Alleen door elk afzonderlijk geval empirisch te onderzoeken, kunnen we uitmaken of een veld zich voordoet.

Bourdieu geeft een handige tip die onderzoekers op weg kan helpen bij het uittekenen van velden. Indien er een opkomst is van een corps van bewaarders van levens en oeuvres, weten we dat door het schrijven over deze levens en oeuvres een veld geconstrueerd wordt. (Bourdieu, 1981)

De grenzen van een veld bepalen gebeurt door te letten op de veldeffecten. Er is sprake van een veldeffect van zodra men een werk niet meer kan begrijpen zonder de geschiedenis van het werk en van het veld waarin het zich beweegt te kennen. (Bourdieu, 1981)

3.3.3 De interne structuur van een veld

Een veld bestaat uit verscheidene subvelden die, hoewel ze over een eigen logica en regelmatigheden beschikken, elkaar beïnvloeden en hiërarchisch georganiseerd zijn. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

Om ervoor te zorgen dat de interne structuur van velden blijft bestaan, doen de kernspelers (individuen, organisaties, ...) in velden aan censuur. Wie bepaalt wat gecensureerd wordt, hangt sterk af van de machtsposities die men in een veld inneemt. (Bourdieu, 1981) Een veld kan zijn interne structuur echter enkel behouden wanneer er een doxische relatie tot de structuur van het veld wordt gecreëerd. Er moet dus een internalisering van de structuur van het veld zijn, zodat deze niet in vraag gesteld wordt. (Bourdieu & Wacquant, 1992)

4. De relatie tussen habitus en veld

De definities die Bourdieu van zijn kernbegrippen geeft, zijn niet absoluut. Bourdieu herinnert zijn lezers er voortdurend aan dat concepten hun definitie enkel ontleen aan het systeem waar ze deel van uitmaken. Ze zijn bovendien, zoals reeds vermeld in het hoofdstuk over habitus, bedoeld om ingezet te worden bij empirisch onderzoek dat een deel van hun betekenis verleent. (Bourdieu & Wacquant, 1992) *“Such notions as habitus, field, and capital can be defined, but only within the theoretical system they constitute, not in isolation.”* (Bourdieu & Wacquant, 1992, 96)

Hoe staan deze concepten nu in verband met elkaar? De relatie tussen habitus en veld is tweezijdig. Enerzijds is er een relatie van conditionering waar het veld de habitus gaat

beïnvloeden, aangezien deze laatste het product is van de internalisering van de voorwaarden die voldaan moeten worden om te kunnen opereren in het veld. De habitus is dus de belichaming van de structuur en de noodzakelijkheid van een veld. Anderzijds bestaat er tussen veld en habitus ook een kennisrelatie, omdat de habitus er voor zorgt dat het veld door de actoren in het veld als waardevol en betekenisvol wordt aanzien. De kennisrelatie tussen veld en habitus wordt dus voorafgegaan door een conditioneringrelatie. (Bourdieu & Wacquant, 1992; Pels, 1989) Een gevolg van de relatie tussen habitus en veld is dat de sociale wetenschap een 'kennis van kennis' is. (Bourdieu & Wacquant, 1992) Een onderzoeker is namelijk zelf deel van de wereld die hij onderzoekt en zal daarom deze positie ook in zijn resultaten moeten betrekken.

In de verhouding tussen veld en habitus wordt de actor één met de sociale wereld. Doordat de habitus de belichaming is van het sociale, erkent de actor het veld waar hij zich in bevindt en zal hij dit veld ook als zinvol ervaren. Dit is wat Bourdieu de ontologische medeplichtigheid tussen veld en habitus noemt. (Pels, 1989) Om dit laatste te verduidelijken, stelt Bourdieu:

"...: the world encompasses me (me comprend) but I comprehend it (je le comprends) precisely because it comprises me. It is because this world has produced me, because it has produced the categories of thought that I apply to it, that it appears to me as self-evident." (Bourdieu & Wacquant, 1992, 128)

5. Klassen

5.1 Definitie

In *La Distinction* (1979) berust Bourdieu's analyse van klassen zowel op economische en politieke criteria als op een brede reeks van culturele praktijken binnen die klassen, zoals de verschillende voorkeuren in voedsel, kledij, binnenhuisdecoratie, kunst, lichaamshouding, ... (Wilkes, 1990) Wat houdt het concept klasse nu in voor Bourdieu?

"Classes (are) sets of agents who occupy similar positions and who, being placed in similar conditions, have every likelihood of having similar dispositions and interests and therefore of producing similar practices and adopting similar stances." (Bourdieu, 1985, 198)

Bourdieu beschouwt klassen echter niet als werkelijke klassen - in de zin van een groep die zich kan mobiliseren om de strijd aan te gaan binnen een specifiek veld - maar wel als klassen op papier. Deze papieren klassen zijn een theoretisch construct en bieden zo de mogelijkheid

de gedragingen en eigenschappen van de geclassificeerde eenheden te onderzoeken en verklaren. (Bourdieu, 1989d)

5.2 De verschillende klassen en hun habitus

Bourdieu's bevindingen over culturele smaak en praktijk in *La Distinction* tonen duidelijk aan dat de sociale ruimte verdeeld wordt in drie klassen, waarin onderverdelingen mogelijk zijn. (Lane, 2000)

De dominante klasse, de bourgeoisie, is statistisch het meest geneigd een houding van onverschillige beschouwing aan te nemen ten opzichte van culturele goederen en praktijken. Deze attitude is een uiting van hun groepshabitus. (Bourdieu, 1979) De bourgeoisie is door hun habitus in de mogelijkheid gesteld om een cultureel product te beoordelen op het niveau van de vorm alleen, zonder enige aandacht te besteden aan de functie ervan. Deze manier van omgaan met culturele producten veronderstelt een breuk met de wereld die door de condities waarin ze plaatsvindt ook een sociale breuk wordt. Het is echter niet zo dat leden van de bourgeoisie bewust redeneren dat ze zich kunnen distantiëren van andere groepen door geen aandacht te besteden aan de functies van culturele producten; dit gebeurt onbewust door hun geïnternaliseerde structuur van disposities of habitus. (Bourdieu, 1979)

Binnen de groep van dominanten, kunnen we een onderscheid maken tussen de conservatieve bourgeoisie en zij die streven naar vernieuwing: de avant-garde. In het specifieke veld waarin men zich bevindt, speelt er zich een constante strijd af tussen deze twee onderverdelingen van de dominante klasse met als inzet het monopolie over het specifieke kapitaal dat de macht bepaalt in dat veld. Hoewel het behoudsgezinde deel van de bourgeoisie vaak de strijd zal winnen, kunnen de avant-garde (vaak jongeren, nieuwkomers in het veld) toch nieuwe impulsen geven aan het veld. Deze kunnen overgenomen worden in de strategie van het dominante deel van de bourgeoisie. (Bourdieu, 1979)

Aan de andere kant van het spectrum van de sociale ruimte staat de arbeidersklasse. De relatie tot materiële en culturele goederen en praktijken van de arbeidersklasse is het tegenovergestelde van die van de bourgeoisie. De werkende mens legt de nadruk op functionaliteit en duurzaamheid. Ook dit vloeit voort uit de habitus van de arbeidersklasse. (Lane, 2000) Crane (2000) verduidelijkt Bourdieu's visie aan de hand van kledingkeuze: *“Because of the expense of clothing, men in the lower strata attempted to make each piece of*

clothing last as long as possible. ... The clothing of many of these workers reflected 'the culture of necessity' that Bourdieu attributes to the working class." (Crane, 2000, 40)

Tussen deze twee radicaal verschillende klassen, zit nog een andere vervat die elementen van beide in zich draagt. Welke aandachtspunten ten opzichte van culturele en materiële goederen benadrukt worden, hangt in de petit bourgeoisie af van de klasse waar men het meest tegen aanleunt: de bourgeoisie of de arbeidersklasse. (Bourdieu, 1979) De habitus van deze tussenklasse wordt gekenmerkt door hun nood zich te distantiëren van de lagere klasse en de wil hogerop te klimmen op de sociale ladder. (Lane, 2000)

Mode is één van de middelen waarmee de hogere klassen uit de maatschappij zich kunnen onderscheiden van het middensegment. Rudolph von Ihering, onsterfelijk gemaakt in Walter Benjamin's *Passagenwerk* (Vinken, 2005), verduidelijkt: "*Nevertheless, fashion, as we understand it today, has ... a social motive... This motive is the effort to distinguish the higher classes of society from the lower, or more especially from the middle classes... Fashion is the barrier ... by which the fashionable world seeks to segregate itself from the middle region of society.*" (von Ihering, 1883, geciteerd in Benjamin, 1999, 75)

We kunnen concluderen dat door in *La Distinction* gebruik te maken van een enorme hoeveelheid data omtrent de consumptie van voedsel, kledij, muziek, film, ... Bourdieu tot het besluit komt dat distinctieve voorkeuren in levensstijl de meest fundamentele sociale verschillen kunnen uitdrukken. (Bourdieu, 1979)

Deel 2: Het Parijse modeveld

1. Bourdieu: een sociologie van het modeveld

Pierre Bourdieu houdt in november 1974 een lezing omtrent het thema *Haute couture et haute culture*. In 1975 argumenteert hij in het artikel *Méthode scientifique et hiérarchie sociale des objets* dat de sociale wetenschappen cultuur in al haar aspecten moeten bestuderen en niet alleen deze thema's die traditioneel worden beschouwd als geschikt voor sociaal wetenschappelijk onderzoek. Zijn interesse in het analyseren van de logica van het modeveld kan men begrijpen aan de hand van zijn verlangen de algemene wetten van velden te ontdekken. Het onderzoek naar het modeveld vormt namelijk een casestudie van zijn cultuursociologie en is om deze reden van even groot belang in zijn denken als bijvoorbeeld zijn analyse van het veld van de legitieme kunst. (Bourdieu, 1992) Rocamora (2002) beaamt Bourdieu door te stellen dat geen enkel onderzoek dat marginaal lijkt in het grote oeuvre van deze denker, zoals zijn werk over de productie en consumptie van mode of zijn analyse van het veld van de sport, ook werkelijk marginaal is. Alles maakt deel uit van het sociologische raamwerk waarin hij nieuwe conceptuele denkmiddelen tracht te ontwikkelen om de werking van velden en hun verschillende subvelden te begrijpen.

Uit Bourdieu's lezing in 1974³, vloeit een bekend artikel voort, *Le couturier et sa griffe: contribution à une théorie de la magie*, waarin de structuur van het Franse modeveld wordt bestudeerd tussen 1910 en 1970. (Bourdieu & Delsaut, 1975b) Samen met *Haute couture et haute culture* (Bourdieu, 1981b) en bepaalde passages uit *La distinction* (Bourdieu, 1979) vormt *Le couturier et sa griffe* Bourdieu's voornaamste werk omtrent het modeveld. De werkmiddelen die centraal staan in zijn denken – kapitaal, strijd, macht, distinctie,...- worden ook hier toegepast.

1.1 Het modeveld: een toepassing van de algemene veldwetten

Zoals hiervoor reeds aangehaald, stelt Bourdieu dat velden wat betreft het functioneren van het veld een logica van invariabele veldwetten delen. Deze logica kan men beter begrijpen met de metafoor van het spel.

³ De lezing *Haute couture et haute culture* werd opgenomen in *Questions de Sociologie* (1981), een bundeling transcripties van Bourdieu's vele lezingen.

Zoals in alle velden, wordt de structuur van het modeveld bepaald door een ongelijke distributie van kapitaal tussen de verschillende spelers in het veld. (Bourdieu & Delsaut, 1975) Aangezien de verschillende soorten kapitaal effectief zijn in relatie tot het veld waarin men zich bevindt, spreekt Bourdieu van “*capital spécifique*”. (Bourdieu, 1981, 114) Entwistle en Rocamora (2006, 343) stellen voor het kapitaal dat specifiek is voor het modeveld de benaming ‘fashion capital’ te geven. Zoals alle veldgerelateerde kapitaalsoorten, is ook het modekapitaal opgebouwd uit economisch, cultureel, sociaal en symbolisch kapitaal.

Spelers in het modeveld nemen verschillende posities in. Deze posities zijn verbonden met macht. Hoe hoger een bepaalde speler in de hiërarchie van het modeveld geplaatst is, hoe meer men in staat zal zijn het modekapitaal te mobiliseren. (Bourdieu, 1981b)

Het onderscheid tussen dominante ontwerpers en nieuwkomers, merken we ook in de esthetische en commerciële strategieën die de spelers hanteren. De dominanten hebben zich een machtige en veilige positie in het veld verworven en willen deze positie behouden. Door te weigeren in te gaan op de uitdagingen die de nieuwkomers stellen, kan men zichtbaar maken dat men zich niet bedreigd voelt en dat men enkel “*n’ont qu’à être ce qu’ils sont.*” (Bourdieu & Delsaut, 1975, 9) De defensieve, conservatieve strategieën van de machtige ontwerpers, die stilzwijgend blijven “*puisqu’ils ont seulement à être ce qu’ils sont pour être ce qu’il faut être*” (Bourdieu, 1981b, 199), worden gekenmerkt door “*le discours vague et pompeux du ‘cela-va-de-soi’ ineffable*” . (Bourdieu, 1981b, 199)

De ontwerpers die het modeveld daarentegen pas zijn binnentreden, hanteren heel andere overlevingsstrategieën. Zij stellen het werk van de dominante ontwerpers in vraag. Eén van de strategieën die men toepast, is het proberen devalueren van het specifieke kapitaal van de gevestigde ontwerpers, “*les détenteurs de la légitimité*” (Bourdieu, 1981b, 199). Het gezagsondermijnende karakter van nieuwe ontwerpers wordt tentoon gespreid door het creëren van nieuwe waarden voor de legitimiteit van specifiek kapitaal, voornamelijk door het trachten opleggen van nieuwe symbolen van distinctie aan de materiële kleding die men produceert. We merken dus dat het modeveld geregeerd wordt door de algemene veldwet van strijd om kapitaal en macht. Bourdieu (1981b) benadrukt dat het juist deze strijd is tussen het establishment en de nieuwe ontwerpers die aan de basis ligt van de veranderingen die plaatsvinden in het modeveld.

Wanneer iemand een veld binnentreedt, zijn hier een aantal voorwaarden aan verbonden. Men moet de waarden van het veld erkennen en de limieten van het veld niet overschrijden.

(Bourdieu, 1981) Op gevaar van exclusie, aanvaarden nieuwkomers in het modeveld dus de regels van het veld. Dit heeft als gevolg dat de interne strijd enkel kan leiden tot partiële revoluties, die de hiërarchie van het veld kunnen wijzigen maar niet het veld op zich.

“L’opposition entre la droite et la gauche, l’arrière-garde et l’avant-garde, le consacré et l’hérétique, l’orthodoxie et l’hétérodoxie, change constamment de contenu substantiel mais elle reste structurellement identique.” (Bourdieu, 1981b, 200)

De subversieve strategieën van de nieuwkomers mogen dus niet zo ver gaan dat het veld op zich bedreigd wordt. Bourdieu verduidelijkt:

“Le jeu des nouveaux entrants consiste à peu près toujours à rompre avec certaines des conventions en vigueur (en introduisant par exemple des mélanges de couleurs ou de matières jusque là exclus), mais dans les limites des convenances et sans mettre en question la règle du jeu et le jeu lui-même.” (Bourdieu & Delsaut, 1975, 12)

De revoluties die zich binnen verschillende velden voordoen, delen de eigenschap dat de specifieke wijzigingen in het veld een bepaalde relatie hebben met veranderingen extern aan het veld. Bourdieu haalt het voorbeeld aan van Courrèges, die in de jaren 60 een revolutie creëerde in het Parijse modeveld. Deze ontwerper focuste zich niet alleen op een vernieuwing van kleding als materieel object. Zijn ontwerpen reikten verder dan het modeveld door een nadruk te leggen op het belang van de levensstijl die zijn creaties uitdrukten. Courrèges ontwierp, zo stelde hij, voor ongedwongen, vrije en moderne vrouwen. (Bourdieu, 1981b) Courrèges incorporeerde het nieuwe vrouwbeeld, dat in de maatschappij van de jaren 60 opkwam, in zijn creaties en schiep door deze invloed van buitenaf een partiële revolutie in het Parijse modeveld. Bourdieu besluit:

“..., je pense qu’une révolution spécifique, quelque chose qui fait date dans un champ déterminé, c’est la synchronisation d’une révolution interne et de quelque chose qui se passe au dehors, dans l’univers englobant.” (Bourdieu, 1981b, 200)

De materiële productie van culturele modeobjecten, is de eerste karakteristiek van het modeveld. De symbolische productie - *“the production of the value of the work or, which amounts to the same thing, of believe in the value of the work”* (Bourdieu, 1993b, 37) – vormt een ander aspect van het modeveld. Symbolische productie zorgt ervoor dat een ontwerp als materieel object gekend en erkend wordt als modeartikel. Het is dus van belang dat we bij het bestuderen van het modeveld niet enkel de directe voortbrengers van een modeartikel als

materieel object in rekening brengen, maar ook diegenen die de betekenis en de waarde van het materiële object verheffen tot modeartikel, zoals ontwerpers, journalisten en inkopers. (Bourdieu, 1993b) Vervolgens moet worden benadrukt dat men niet enkel de sociale condities moet bestuderen waarin de productie van ontwerpers en modejournalisten plaatsvindt, maar ook de condities van de productie van een veld van sociale actoren (instituten, musea, magazines,...) die de symbolische waarde van de materiële ontwerpen als modeobject helpen te definiëren en produceren. Bourdieu stelt kortom:

“... it is a question of understanding works of art as a manifestation of the field as a whole, in which all the powers of the field, and all the determinants in its structure and functioning, are concentrated.” (Bourdieu, 1993b, 37)

De symbolische productie hangt nauw samen met wat Bourdieu omschrijft als *la griffe*. De structuur van het modeveld wordt niet zozeer bepaald door het produceren van materiële objecten, echter wel door het creëren van objecten die zeldzaam worden bevonden omwille van het feit dat ze voortgebracht werden door een bepaalde ontwerper, dit wil zeggen door *“conférer la rareté par la simple imposition de la “griffe”, comme acte symbolique de marquage, ...”* (Bourdieu & Delsaut, 1975, 20). Bourdieu stelt dat het de zeldzaamheid, exclusiviteit van de positie die de ontwerper of het modehuis inneemt in het veld is dat de symbolische waarde van een bepaald object bepaalt. Het is door het produceren en behouden van deze unieke plaats van een bepaalde ontwerper dat het veld van de symbolische productie de zeldzaamheid van het product voortbrengt. Bourdieu legt uit:

“... le pouvoir magique du “créateur”, c’est le capital d’autorité attaché à une position qui ne peut agir que s’il est mobilisé par une personne autorisée ou mieux s’il est identifié à une personne, à son charisma, et garanti par sa signature.” (Bourdieu & Delsaut, 1975, 21)

La griffe opereert als een proces van transsubstantiatie van het materiële object waarop het betrekking heeft en zorgt zo voor een symbolische transmutatie van het oorspronkelijke object. Het opleggen van *la griffe* is de waarneembare manifestatie van symbolische waarde. (Bourdieu & Delsaut, 1975b) Bourdieu voegt hieraan toe:

“L’imposition de la “griffe” représente un cas exemplaire d’alchimie sociale, opération de transsubstantiation qui, sans rien changer de la nature physique du produit, en modifie radicalement la qualité sociale.” (Bourdieu & Delsaut, 1975b, 23)

De samenspanning van alle spelers in het veld van productie van goederen met symbolische waarde is hetgeen wat de magie van *la griffe* bewerkstelligt. “... *dans ce jeu il faut faire le jeu*” (Bourdieu, 1981b, 205) en om het spel naar behoren te spelen, is een geloof in het veld vereist. In het geval van de mode, spreekt men van een crisis wanneer de mechanismen, die het geloof in de reproductie van het systeem produceren, falen. (Bourdieu & Delsaut, 1975b)

1.2 Het veld van de culturele productie

Wanneer we kijken naar het veld van de culturele productie (figuur 1)⁴, merken we dat het gesitueerd is in de dominante helft van de sociale ruimte. Binnen het veld van de macht bevindt het veld van de culturele productie zich in een symbolisch en economisch gedomineerde situatie. (Cook, 2000) Wanneer we de link met klassen leggen, kunnen we stellen dat zich hier de artiesten en intellectuelen bevinden die het gedomineerde deel van de dominante klasse uitmaken. Het veld van de culturele productie op zich is onderverdeeld in twee segmenten: het veld van de grootschalige productie en het veld van de beperkte productie. Dit laatste is een eliteveld van avant-garde culturele productie, met als doelgroep voornamelijk leden van het beperkte productieveld en “*a small group of aficionados...*” (Cook, 2000, 167).

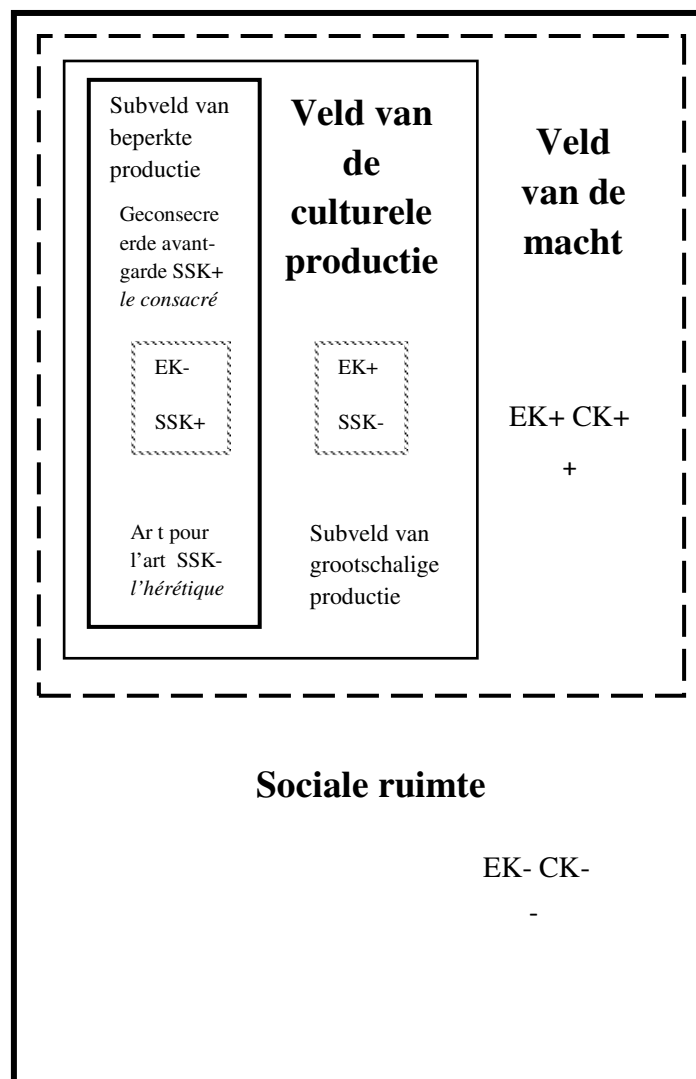
Bourdieu (1992) stelt dat de onderverdeling binnen het veld van de culturele productie gebaseerd is op een breuk met de economische orde die het veld van de beperkte productie doet afscheiden van het veld van de grootschalige productie; in dit laatste veld wordt gestreefd naar het bevredigen van de verwachtingen van het grote publiek. Hoe autonomer een veld wordt of hoe meer het de eigen veldlogica volgt, hoe meer symbolisch kapitaal de meest autonome voortbrengers van culturele producten - de avant-garde - verkrijgen en hoe strikter het onderscheid tussen beperkte en grootschalige productie wordt. De voortbrengers van grootschalige culturele productie worden symbolisch uit het veld van de beperkte avant-garde productie geweerd. Dus, tenminste in het paradigmatische subveld van de beperkte productie, “*the economy of practices is based, ..., on a systematic inversion of the fundamental principles of all ordinary economies: that of business (it excludes the pursuit of profit...)*” (Bourdieu, 1993b, 39).

Verder maakt Bourdieu binnen het subveld van beperkte productie een onderscheid tussen de geconsecreerde avant-garde (*le consacré*), die gekenmerkt wordt door het bezit van een groot

⁴ Figuur 1 is gebaseerd op een diagram uit *Les règles de l'art* (Bourdieu, 1992, 207), dat een herziening is van het diagram uit *The field of cultural production* (Bourdieu, 1993b, 38).

symbolisch kapitaal wat staat voor erkenning door de andere spelers in het modeveld, en de avant-garde of art pour l'art (*l'hérétique*) die heel wat minder symbolisch kapitaal bezit. Bourdieu verbindt deze twee vormen van avant-garde met het leeftijdsverschil tussen de culturele producenten in het veld van beperkte productie.

“Les différences selon le degré de consecration séparent en fait des generations artistiques, définies par l'intervalle, souvent très court, quelques années à peine parfois, entre des styles ... qui s'opposent comme le <<nouveau>> et l'<<ancien>>, l'original et le <<dépassé>>,...” (Bourdieu, 1992, 206)



CK: cultureel kapitaal

EK: economisch kapitaal

SSK: specifiek, symbolisch kapitaal

Figuur 1: Het veld van culturele productie in het veld van de macht en in de sociale ruimte. (Bourdieu, 1992, 207)

1.2.1 Het modeveld: een toepassing van het veld van culturele productie

Bourdieu (1993b) stelt dat zijn studie van het veld van de culturele productie een model biedt om analyses te maken van specifieke velden van culturele productie. Er is reeds aangetoond dat het veld van de mode de algemene veldwetten deelt met andere velden uit de sociale ruimte. Net zoals het veld van de literatuur en de schilderkunst, brengt het veld van de mode culturele producten voort. We kunnen bijgevolg, net zoals met de andere cultuurvelden, het modeveld toepassen op het veld van de culturele productie.

Het modeveld is, als toepassing van het veld van de culturele productie, opgedeeld in twee segmenten; het ene deel richt zich op grootschalige productie en economisch profijt en het andere brengt een beperkte elitaire productie voort. Dit laatste subveld is een autonoom veld waar 'high fashion' (Rocamora, 2002) wordt gemaakt, bestemd voor een gelimiteerd publiek. In het veld van de 'high fashion' heerst de mythe dat het nastreven van economisch profijt hier als bijkomstig wordt beschouwd.

Doordat sommige 'high fashion' ontwerpers er in slagen een symbolische waarde aan zichzelf en hun creaties op te leggen die erkend wordt door de andere spelers van het modeveld, zal er een verdeeldheid groeien. Bourdieu noemt de 'high fashion' ontwerpers die veel symbolisch en bijgevolg ook economisch kapitaal hebben kunnen vergaren, geconsecreerde avant-garde ontwerpers. Zij staan tegenover deze avant-gardisten die door het nastreven van de waarde van art pour l'art gekenmerkt worden. Door hun laag symbolisch kapitaal hebben zij bijgevolg ook minder kansen op het verkrijgen van economisch kapitaal. Zoals voorheen reeds gesteld werd, hanteren beide soorten ontwerpers vanwege het bezit van een verschillende hoeveelheid symbolisch en economisch kapitaal andere strategieën. Geconsecreerde avant-garde ontwerpers willen hun macht behouden door defensieve, conservatieve strategieën. De nieuwkomers zullen door subversieve strategieën de macht van 'le consacré' willen doorbreken.

Mede door zijn gedeeltelijke autonomie zorgt het subveld van beperkte productie voor een innovatieve invloed in het modeveld. Net zoals in de andere velden van culturele productie, zijn het de 'high fashion'-ontwerpers die nieuwigheden op het vlak van mode als materieel object, maar ook als drager van symbolische waarde introduceren. Binnen het subveld van beperkte productie zijn het de 'l'hérétique'-ontwerpers⁵ die het vaakst innovaties creëren,

⁵ 'L'hérétique'-ontwerpers vertaal ik met ketterontwerpers.

vanwege hun subversieve strategieën. Deze nieuwigheden kunnen vervolgens opgepikt worden door de geconsecreerde, machtige ontwerpers en zo, vanwege bijvoorbeeld de grotere media-aandacht die geconsecreerde ontwerpers krijgen, gemakkelijker hun weg vinden naar het veld van de grootschalige productie.

De grootte van de mode-organisatie bepaalt mee het innovatiegehalte. Geconsecreerde modeontwerpers die werken binnen grote organisaties en gecontroleerd worden door managers, zullen zich meer moeten laten leiden door het streven naar economische winst, dan door het bereiken van esthetische kwaliteit en innovatie. Ketterontwerpers daarentegen worden minder vaak gecontroleerd door managers en zijn dus vrijer in het nemen van risico's die gepaard gaan met het ontwerpen van nieuwigheden. (Pettersson, 1994) Anderzijds is de grootte van een mode-organisatie verbonden met haar overlevingskans. 'High fashion', zo argumenteert Crane (2000), heeft nood aan een stabiel management en haalbare investeringen om te overleven in het modeveld. Ketterontwerpers moeten er dus voor zorgen dat hun innovaties niet zo verregaande zijn dat het modeveld op zich in vraag wordt gesteld. Dit houdt namelijk het risico in dat ze, vanwege het onvoldoende rekening houden met het feit dat het modeveld een intermediaire positie inneemt tussen het artistieke en het economische veld, uit het veld geweerd zullen worden.

Als de innovaties doordringen in het veld van de grootschalige productie, brengt dit een economisch profijt mee voor de ontwerpers van het subveld van beperkte productie. Geconsecreerde ontwerpers worden nog machtiger en ketterontwerpers kunnen timmeren aan de weg naar consecratie.

Bourdieu (1992) heeft de onderverdeling binnen het veld van culturele productie veelvuldig besproken. Alhoewel er stemmen opgaan die argumenteren dat Bourdieu niet voldoende onderzoek heeft gedaan naar het fenomeen van het wegebben van dit strikte onderscheid tussen subvelden (Rocamora, 2002), stelt Bourdieu (1992) in *Les règles de l'art* dat het onderscheid tussen beiden aan een verdwijningproces begonnen is.

1.2.2 Tussen het economische en het artistieke veld

Zoals hierboven reeds duidelijk gemaakt, gaat de paradigmatische niet-economische bewogenheid van het subveld van beperkte productie niet op voor het modeveld. Bourdieu & Delsaut (1975, 22) argumenteren dat het modeveld gesitueerd is "*en une position intermédiaire entre le champ artistique et le champ économique...*". Het verschillende

waardeoordeel dat aan beide subvelden van het modeveld wordt gegeven, blijft echter behouden. Het veld van ‘high fashion’ wordt gepercipieerd als art pour l’art en dit blijft zo, ook al zijn de economische belangen waar men rekening mee moet houden veel groter dan bij andere velden van culturele productie die een veel grotere autonomie kennen.

Een voorbeeld dat de behouden waardehiërarchie tussen de subvelden belichaamt, zijn de verschillende tenten die tijdens London Fashion Week (LFW) worden opgetrokken om een onderscheid te maken tussen de plaats waar de ‘high fashion’ shows worden gelopen en de plaats waar de commerciële exhibitie plaatsvindt. (Entwistle & Rocamora, 2006) Op deze laatste plaats kunnen kopers en verkopers hun economische belangen laten gelden, zonder dat ze het artistieke gehalte van de ‘high fashion’ naar beneden halen.

“LFW, ..., reproduces this division from the wider field. The ‘creative’ and ‘artistic’ are celebrated through the privileging of the fashion catwalk to the detriment of the ‘commercial’ exhibition, which receives little press coverage.” (Entwistle & Rocamora, 2006, 736)

Crane (1997) beargumenteert in haar studie van het Franse luxe modeveld of veld van beperkte productie een aantal hypothesen die duidelijk maken hoe zeer het modeveld een intermediaire positie inneemt tussen het artistieke veld en het economische veld.⁶ Ten eerste wordt het huidige modeveld gedomineerd door een klein aantal grote bedrijven, gecontroleerd door conglomeraten. Ze hebben echter weinig invloed op innovaties in het veld. Bovendien maken grote bedrijven, zoals ook in het veld van de populaire muziek gebeurt (Lopes, 1992), gebruik van het innovatiegehalte van nieuwe modeontwerpers door hen in te huren om voor een bepaalde tijdsduur collecties voor deze grote bedrijven te ontwerpen. Ten derde heeft globalisering ervoor gezorgd dat de kost van het binnendringen in het Parijse modeveld enorm hoog is geworden. Dit heeft als gevolg dat er minder jonge ontwerpers slagen in hun opzet en dat als ze dit doen, men vaak geholpen wordt door een financiële partner. De mythe van de artistieke autonomie wordt in stand gehouden, ookal worden ontwerpers vaak gecontroleerd door managers van grote bedrijven. Ten slotte stelt Crane dat de oligopolie van de grote bedrijven over het Parijse modeveld een situatie heeft gecreëerd waarin de ontwerpen van nieuwe, jonge designers minder snel als innovatief worden beschouwd door mode-experten. Grote bedrijven kunnen echter overleven door het toepassen van een aantal specifieke

⁶ Crane (1997) gebruikt in haar artikel de termen ‘markt’ en ‘industrie’ om het economische karakter van het modeveld te onderstrepen. Aangezien Bourdieu & Delsaut (1975) ook stellen dat het modeveld een economische pool heeft, verkies ik het gebruik van het concept ‘veld’ i.p.v. ‘markt’ of ‘industrie’.

technieken, zoals ‘product licensing’ en het verkopen van een aantal getranssubstantieerde producten, zonder veel risico te nemen met innovaties.

De periode waarin de veranderingen in het Parijse modeveld, gethematiseerd door Crane (1997), zich voordoen, moet verduidelijkt worden. Na WO II ontstond er in Parijs een nieuw soort van couture modeorganisatie die veel grotere winsten maakte dan voorheen, door bijvoorbeeld de exploitatie van licenties.⁷ De grotere winsten zorgden voor meer stabiliteit in het modeveld, maar hadden ook als gevolg dat de kosten om een nieuw couturehuis te stichten zo hoog waren dat men financiële partners onder de arm moest nemen en zo veel creatieve onafhankelijkheid moest inboeten. De hoogdagen van de couture eindigde rond 1970. De instapkosten - die bijvoorbeeld het creëren van een collectie, het openen van een boetiek in een modieuze straat in Parijs en het presenteren van de collectie tijdens een modeshow inhouden - waren immers zo hoog geworden dat er amper nieuwe couturiers bijkwamen. (Crane, 1997)

Couture werd ook uitgedaagd door de opkomst van ‘prêt-à-porter’⁸. Ondanks het feit dat deze modehuizen gemiddeld kleiner zijn als couturehuizen en een minder grote winstmarge hebben, waren ‘prêt-à-porter’-ontwerpers in de jaren 60 en 70 in staat om met een kleine investering uit persoonlijke fondsen een collectie te starten en uit te breiden op later gemaakte winsten. Het groeiende succes van de ‘prêt-à-porter’ zorgde voor een enorme toename van het aantal ‘prêt-à-porter’-ontwerpers tijdens de late jaren 70 en de vroege jaren 80. Daarna, is de groei gedaald, wat waarschijnlijk de stijgende instapkosten reflecteert voor een beginnend ‘prêt-à-porter’-ontwerper. (Crane, 1997)

1.2.3 Mode en de associatie met legitieme kunst

‘High fashion’-ontwerpers, zowel geconsecreerde avant-garde ontwerpers als ketterontwerpers, maken gebruik van samenwerking met legitieme kunstvormen - zoals muziek, literatuur en dans - om hun status te behouden of te verhogen en zich op deze manier

⁷ Voor een voorbeeld van dit nieuwe type van modeorganisatie dat gebruikt maakt van ‘product licensing’ kan men terecht op pagina 44.

⁸ Het technische verschil tussen couture en ‘prêt-à-porter’ vindt men in de maten van de kledingstukken. Bij ‘prêt-à-porter’ zijn de maten gestandaardiseerd, zodat zoveel mogelijk mensen in het kledingstuk passen (wat de gerichtheid op de grootschalige productie reflecteert). Bij couture kledingstukken wordt het kledingstuk ontworpen voor één specifiek lichaam. Het belangrijkste verschil tussen beiden ligt echter in de symbolische waarde. ‘Prêt-à-porter’ en bijgevolg ook ‘prêt-à-porter’-ontwerpers worden in de geïnstitutionaliseerde hiërarchie van het Parijse modeveld minder symbolisch kapitaal toebedeeld dan couture en coutureontwerpers. (Kawamura, 2004)

te distantiëren van de commerciële belangen die hen belagen uit het subveld van grootschalige productie. In navolging van Bourdieu (1993d), stelt McRobbie (1998) dat het associëren van modeartikelen met legitieme kunst een strategie is die ‘high fashion’-ontwerpers hanteren om meer symbolisch kapitaal te verkrijgen. “*Designers attempt to acquire prestige by demonstrating their association, either aesthetic or social, with members of art worlds.*” (Crane, 2000, 134)

De samenwerking die modeontwerpers willen aangaan met het veld van de legitieme kunst, moet wel nog erkend worden door wat Bourdieu noemt “*instances of legitimation*” en “*agents of consecration*”. (Bourdieu, 1993d, 121) Rocamora (2002b) stelt bijvoorbeeld dat *Le Monde* door, in artikels omtrent mode, de namen te gebruiken van schilders en dichters een symbolische waarde van mode als materieel object creëert en mode bovendien consecreert tot ‘high culture’. Enkele voorbeelden zijn: “*ses (Galliano’s) robes surgi(ssent) d’un tableau de Winterhalter*” (Rocamora, 2002b, 85) en “*L’Anversois Dries Van Noten brosse avec les couleurs d’un orientaliste*” (Rocamora, 2002b, 85).

Crane (2000) stelt ten slotte dat de manier waarop ontwerpers de relatie met het legitieme kunstveld aangaan, afhankelijk is van hun positie in het veld. Nieuwe ontwerpers staan onder druk om zichzelf een plaats te veroveren in een erg competitief veld. Zij hanteren strategieën die georiënteerd zijn op het doorbreken van de bestaande orde in het modeveld, “*often using techniques associated with the avant-garde or post-modernism.*” (Crane, 2000, 154) Ook in hun samenwerking met de kunstwereld zullen jonge ontwerpers meer geneigd zijn zich te associëren met avant-garde kunst uit meer legitieme kunstvormen.

1.3 Eén groot modeveld of verschillende subvelden?

Zoals reeds vermeld, stellen Bourdieu & Wacquant (1992) dat een veld uit verschillende subvelden bestaat. Deze subvelden zijn hiërarchisch georganiseerd en beïnvloeden elkaar.

Verscheidene velden van culturele productie hebben subvelden. Een subveld van de visuele kunst, namelijk de yBA’s (the young British Artists), wordt geanalyseerd in *The mediated manufacture of an ‘avant-garde’: a Bourdieusian analysis of the field of contemporary art in London, 1997-9* (Cook, 2000). Ook subvelden van de schilderkunst werden reeds onderzocht, zoals in *Bourdieu and modern art: the case of Impressionism* (Fowler, 1997). Heeft het modeveld ook subvelden? Zo ja, hoe worden de grenzen van deze subvelden bepaald? Bourdieu argumenteert dat men, om te weten of een veld zich voordoet, moet onderzoeken of

er een corps van bewaarders is dat, door het schrijven over levens en oeuvres, een veld construeert. (Bourdieu, 1981) Om de afbakening of de grenzen van een subveld te analyseren, moet men letten op de veldeffecten. Er is sprake van een veldeffect van zodra men een werk niet meer kan begrijpen zonder de geschiedenis van het werk en van het veld waarin het zich beweegt te kennen. (Bourdieu, 1981)

Meermaals per jaar worden in verschillende steden in de wereld voorstellingen van modecollecties gehouden. Ondanks het grote aantal 'fashion weeks' zijn het vooral de shows in Parijs, London, Milaan en New York die het meeste aandacht krijgen van de verschillende spelers (journalisten, inkopers, ...) in het modeveld. De vraag is nu of we het territorium van deze steden kunnen beschouwen als de grenzen van de verschillende subvelden.

Bourdieu (1993) stelt dat er een homologie bestaat tussen geografische en sociale ruimten. Een illustratie van deze homologie is de observatie van Fortassier (1988) in verband met het in 1829 opgerichte Franse magazine *La Mode*, dat zichzelf definieert als modebewust, aristocratisch Parijs. Aan de verschillende steden wordt een verschillend symbolisch kapitaal verbonden. Zo wordt Parijs beschouwd als elegant en aristocratisch.

"Paris is the capital of civilization, the place where all the refinements of civilized life reach their fullest expression – including the concepts of fine language and elegant fashion." (Steele, 1999, 5)

"..., the word 'Paris' no longer simply refers to a geographical origin. Rather, it is turned into a fashion signifier whose value resides in its power to evoke the world of fashion, with the word 'Paris' now a synonym for 'chic' and 'elegance',..." (Rocamora, 2006, 46)

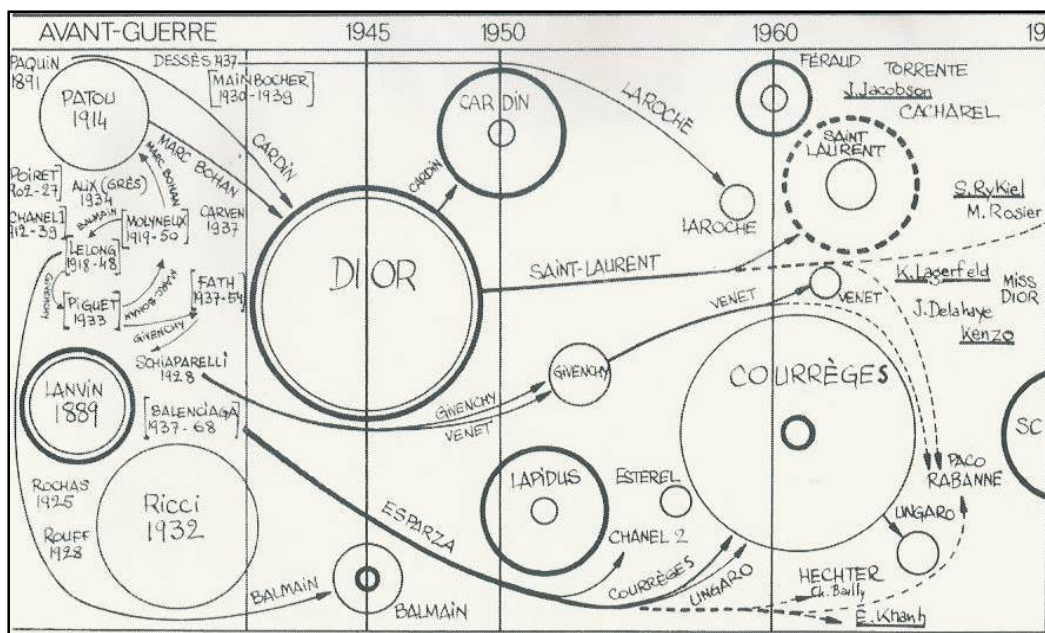
London, dat sinds de jaren 60 erkend wordt als modestad, wordt gekenmerkt door haar bloeiende jeugdculturen die draagbaarheid meer benadrukten dan luxe. *"London..., fostered a movement away from couture and toward ready-to-wear"*. (Steele, 1999, 7)

Mode uit Milaan zou daarentegen gemakkelijk en informeel zijn, *"with the added injection of Latin style and sex-appeal."* (Steele, 1999, 285)

De grenzen van de verschillende subvelden van het modeveld worden dus bepaald door de territoriale grenzen van een stad waar een bepaald symbolisch kapitaal aan wordt gekoppeld. Een voorbeeld hiervan kunnen we lezen bij Entwistle (2002) die argumenteert dat het veld van 'fashion modelling' voornamelijk gesitueerd is in steden zoals Parijs, Londen, New York

en Milaan. “... fashion agencies are only based in major fashion capitals...” (Entwistle, 2002, 328) ‘Bookers’ (de managers van de modellen) stellen in interviews dat de specifieke steden een eigen markt hebben. Om de modellen aan werk te helpen moet nagegaan worden of ze voldoen aan de eisen die op een bepaald moment gesteld worden in een bepaald modesubveld dat begrensd wordt door de territoriale grenzen van de bovengenoemde steden. (Entwistle, 2002) Zoals Crane (2000, 167) stelt: “each of the three major fashion worlds – Paris, New York and London – has a distinctly different emphasis.”

Ook Bourdieu & Delsaut (1975) werken in *Le couturier et sa griffe* mee aan de constructie van Parijs als modeveld door een schema op te stellen van het veld van de couture tussen 1890 en 1970.⁹ (figuur 2) Met dit schema wordt aangetoond dat men het succes van een bepaalde ontwerper niet los kan zien van de geschiedenis waarin zijn ‘maison’ geplaatst moet worden. Bourdieu & Delsaut geven bijvoorbeeld het traject van assistentie weer dat een aantal ontwerpers doorlopen hebben, alvorens een onafhankelijk huis te starten. Dit traject is van belang, omdat het bijdraagt aan het symbolisch kapitaal dat de ontwerper die dit traject doorlopen heeft bezit. De verschillende trajecten die opgesomd worden, blijven allemaal binnen het territorium van Parijs; geen enkele ontwerper assisteerde een ontwerper in een ander modeveld.



Figuur 2: Het veld van de couture tussen 1890-1970. (Bourdieu & Delsaut, 1975, 14)

⁹ Bourdieu & Delsaut (1975) maken een schema van wat zij het veld van de couture noemen. Ze maken echter een belangrijke fout door het onderscheid tussen couture en ‘prêt-à-porter’, dat reeds in 1973 officieel werd ingevoerd, te negeren. Courrèges bijvoorbeeld, een vertegenwoordiger van het veld van de ‘prêt-à-porter’, wordt door Bourdieu & Delsaut tot het veld van de couture gerekend.

In het huidige Parijse modeveld is het echter niet zo dat enkel spelers die tot het stedelijk of nationaal territoriaal gebied behoren, toegelaten worden tot het subveld. In het Parijse modeveld zijn er bijvoorbeeld vele ontwerpers zonder Franse origine. Karl Lagerfeld (Duitsler), John Galliano (Brit), Yohji Yamamoto en Rei Kawakubo (Japans), Dries Van Noten, Walter Van Beirendonck, Martin Margiela en Ann Demeulemeester (Belgisch) zijn enkele belangrijke voorbeelden. Van belang is dat we het werk van bovenstaande ontwerpers niet los kunnen koppelen van het Parijse modeveld. Kawamura (2004) stelt bijvoorbeeld dat het succes van Japanse ontwerpers, zoals Yohji Yamamoto en Kenzo, verklaard wordt door te kijken naar de institutionele structuur van het modeveld in Parijs. Ik argumenteer dat ook voor een grondige verklaring van het succesverhaal van een aantal Belgische ontwerpers hun werk niet losgekoppeld kan worden van het veld waarin ze zich bevinden. Veldeffecten zijn dus aan het werk, waardoor we kunnen besluiten dat de territoriale grenzen van een aantal ‘fashion capitals’ de subvelden van het modeveld bepalen.

Kawamura (2005) argumenteert dat elk seizoen een collectie defileren in een ‘fashion capital’ één van de technieken is die ontwerpers in staat stelt om hun plaats in het subveld te veroveren en vrijwaren. Ook Entwistle & Rocamora (2006) stellen dat het voornaamste doel van de shows tijdens London Fashion Week het produceren, reproduceren en legitimeren van het modeveld en de spelers en hun posities in het veld is.

Een ander punt dat Bourdieu opmerkt om te weten of men te maken heeft met een veld is de aanwezigheid van een corps van bewaarders die door hun schrijven een veld construeren. (Bourdieu, 1981) Dit corps is duidelijk aanwezig als men kijkt naar recente publicaties over de verschillende modesubvelden. *Fashion’s world cities* (Breward & Gilbert, 2006) is een duidelijk voorbeeld van het belang van stedelijke territoria als afbakening voor de grenzen van een modesubveld. London wordt als subveld geconstrueerd door volgende bewaarders: *London: After a fashion* (O’Neill, 2007) en *The London look: Fashion from street to catwalk* (Breward, Ehrman & Evans, 2004). Parijs wordt als modeveld erkend door bijvoorbeeld de volgende recente publicaties: *Paris Fashion: A cultural history* (Steele, 1999), *The Japanese revolution in Paris fashion* (Kawamura, 2004) en *Fashion Show: Paris Style* (Grumbach, Parmal & Ward, 2006).

Ondanks het corps van bewaarders dat aandacht schenkt aan allerlei modesteden, is er één stad die bovenaan staat in het creëren van symbolisch kapitaal: Parijs. White & White (1965) argumenteren dat Parijs in de 19^{de} eeuw het wereldcentrum van het kunstveld was, “and it

was also undoubtedly the center of fashion, generally regarded as the epitome of good taste.” (Kawamura, 2004, 35) Ook vandaag de dag is Parijs, na veel moeilijkheden te hebben overwonnen, *“the first among equals”* (Steele, 1999, 289). Maar waarom?

2. De dominantie van het Parijse modeveld

In *The history of haute couture, 1850-1950* stelt de Marly (1980) dat haute couture modeontwerpers in Parijs in deze periode veel aanzien verwerven en gedurende honderd jaar de modestijlen in Westerse landen beïnvloedden. Tot 1950 bepaalt Parijse mode bijvoorbeeld kledingstijlen in Amerika en Engeland, aangezien deze landen amper modeontwerpers produceerden die in staat waren internationale of zelfs nationale erkenning te verwerven. (Crane, 2000)

In de late jaren 1860 ontwikkelde zich, voornamelijk in Amerika en Engeland, *ready-to-wear* kleding die snel aanvaard en verspreid werd. Ondanks het grote succes buiten Parijs, bleef de invloed van laatstgenoemde op het veld erg belangrijk, mede door het feit dat de rijkste vrouwen hun kleding in Parijs bleven aankopen. In de eerste helft van de 20^{ste} eeuw veranderde er weinig aan de hegemonie van Parijs, aangezien Engelse en Amerikaanse modeontwerpers er niet in slaagden hun symbolisch kapitaal op het zelfde niveau te brengen als Parijse haute couture ontwerpers, die omgeven waren door een aura van artistieke genialiteit. (Crane, 2000) Ook na WO II bleef Parijs toonaangevend. Ziegert (1991) stelt bijvoorbeeld dat van de late jaren 40 tot de jaren 60, vele Amerikaanse modemakers de ontwerpen uit Parijs volledig kopieerden.

Eind jaren 60 werd Parijs echter geconfronteerd met een serieuze invraagstelling van haar hegemonie. Crane (2000) meent dat de oorzaak hiervoor te vinden is in de populariteit van een aantal kledingstijlen die ontstonden vanuit het straatbeeld (*bottum-up*), in plaats van gecreëerd te worden door modeontwerpers (*top-down*). Steele (1999) voegt hieraan toe dat Parijs slecht uitgerust was om in te spelen op deze nieuwe manier van mode creëren. Londen was daarentegen *“uniquely well positioned”* (Steele, 1999, 277), aangezien het sinds de jaren 50 een levendige jeugdcultuur had, die zich voornamelijk afspeelde in het veld van de muziek en de mode. Eén van de belangrijkste Londense ontwerpers van de jaren 60 was Mary Quant die haar eerste winkel opende in 1955 op King’s Road, wat toen een promenade voor Mod’s en Rockers was. (Steele, 1999) Quant was de belichaming van een nieuw soort ontwerper, die zich buiten de couture en de ‘ready-to-wear’ bevond, mede door het feit dat ze niet - zoals

bijna alle ontwerpers in het Parijse modeveld - als assistente van een geconsecreerd ontwerper had gewerkt.

Bourdieu (1981b) stelt dat revoluties die zich binnen verschillende velden voordoen de eigenschap delen dat specifieke wijzigingen in het veld een bepaalde relatie hebben met veranderingen extern aan het veld. Aangezien Frankrijk het fenomeen van de jeugdcultuur niet kende - in tegenstelling tot Londen - wist het Parijse modeveld niet hoe te reageren toen deze trend kwam overwaaien. Steele (1999, 277) stelt dat *“the rise of ‘swinging London’ was paralleled by the fall of Paris as the world’s fashion capital.”*

Ondanks de afwezigheid van enige jeugdcultuur in Frankrijk en Parijs, moet het gebrek aan innovatie uit Parijs niet overdreven worden. De jaren 60 in het Parijse modeveld worden namelijk gekenmerkt door twee jonge avant-garde ontwerpers die ingingen op veranderingen in andere velden: André Courrèges en Yves Saint Laurent.

Courrèges creëerde een nieuwe stijl die gekenmerkt werd door zilveren broeken, witte mini-jurken en bijpassende helmen. Deze nieuwe stijl – ook bekend als de *“space-age”* (Steele, 1999, 278) stijl – werd erkend als de *“Courrèges Revolution”* (Steele, 1999, 278). Ook Bourdieu & Delsaut (1975) stellen dat Courrèges een revolutie veroorzaakte door het externe veranderende vrouwbeeld om te zetten in een aantal avant-garde creaties, zoals de mini-jurk. Nu Parijs geconfronteerd wordt met Londen als een concurrerend modesubveld, ontstaat er een strijd tussen deze subvelden. Een voorbeeld hiervan is de discussie tussen Courrèges en Quant over de legitimiteit van het ontwerp van de mini-jurk. Courrèges stelt: *“I was the man who invented the mini. Mary Quant commercialized the idea.”* (Lynam, 1972, 198) Quant antwoordt hierop: *“That’s how the French are. I don’t mind, but it’s just not as I remembered it, ...”* (Lynam, 1972, 198).

Steele (1999) stelt dat er slechts enkele ontwerpers waren in het Parijse modeveld die met succes het artistieke van de couture en de inspiratie van ‘street style’ combineerden. Courrèges creëerde de grootste sensatie, zo stelt ze, maar Yves Saint Laurent was gedurende langere tijd succesvol. Ondanks het avant-garde karakter van Saint Laurents’ ontwerpen, waren zijn creaties zo duur dat zijn doelpubliek ze niet kon kopen. Hierop reageerde hij, door als één van de eerste ontwerpers in Parijs ‘ready-to-wear’ – of de letterlijke Franse vertaling ‘prêt-à-porter’ – te lanceren. Saint Laurent realiseerde zich bovendien dat hij door rekening te houden met de externe ontwikkeling van de buitenshuis werkende vrouw het avant-garde karakter van zijn ontwerpen kon onderstrepen. Hij ontwierp broekpakken voor vrouwen, en

hoewel een aantal ontwerpers deze creaties reeds voor hem hadden ontwikkeld, was het publiek pas geïnteresseerd in de aankoop van een broekpak “*until the style had received the Parisian seal of approval*” (Steele, 1999, 281). Dit illustreert nogmaals hoe groot het symbolisch kapitaal van Parijse ontwerpers in het modeveld is.

“*Gradually Paris began to regain some of its vitality, as it witnessed the rise of a new industry – le prêt-à-porter.*” (Steele, 1999, 281) Natuurlijk bestond ‘ready-to-wear’ kleding al langer in Parijs, maar het stond bekend als ‘confection’ en had een veel kleinere basis dan in de Verenigde Staten. Dit kwam mede doordat de ‘prêt-à-porter’, tenminste tot 1959, geen nieuwe ideeën in het modeveld voortbracht. (du Roselle, 1980) ‘Prêt-à-porter’ werd geïnspireerd door de couture, tot dat het in de jaren 60 - onder invloed van Courrèges en Yves Saint Laurent – de couture uitdaagt door een eigen interpretatie van mode te ontwikkelen. De strijd die ontstond in het Parijse subveld tussen couture en ‘prêt-à-porter’, laait eind jaren 60 zo hoog op dat sommige avant-garde ontwerpers voorstellen couture ten grave te dragen. Yves Saint Laurent stelt bijvoorbeeld ten tijde van de studentenoproer in 1968, als illustratie van het reageren van het veld van de mode op andere velden, dat “*recent political events ... make the Haute Couture a relic of the past.*” (Lobenthal, 1990, 68). De jaren 60 zorgen dus, met de opkomst van de ‘prêt-à-porter’, voor een heropleving van Parijs als hoogste trap op de ladder van modevelden.

De jaren 70 vormen daarentegen weer een uitdaging aan het adres van Parijs als belangrijkste modeveld. De invloed van Parijs varieerde elk jaar en elk seizoen, zo stelt Steele (1999). Milaan en New York vormen nieuwe subvelden die voor competitie zorgen. Parijs overleeft de jaren 70 echter en in 1983 stelt Diana Vreeland, de legendarische hoofdredactrice van Vogue US, dat “*Paris is still the fashion capital of the world*”. (Vreeland, 1983, 7)

De revival van haute couture in de jaren 80 heeft een enorme impact op Parijs als hét modeveld. Yves Saint Laurent bijvoorbeeld, die in 1968 de studenten schetste tijdens hun protesten en aan journalisten vertelde dat hij alleen couture bleef ontwerpen omwille van de werkzekerheid voor zijn arbeiders, drong in de jaren 80 aan op de terugkeer van het immense prestige en luxe van de couture in de jaren 50. (Lobenthal, 1990) Aan zijn veranderende strategieën (van subversief naar behoudsgezind en van ‘prêt-à-porter’ naar couture) merken we dat Saint Laurent tussen de jaren 60 en 80 geëvolueerd is van een ketter naar een geconsecreerde ontwerper, dit mede door in te spelen op de heersende trends buiten het modeveld. Een andere ontwerper die mede voor de revival van couture in de jaren 80 zorgde

was Karl Lagerfeld die het huis Chanel, lang worstelend om het hoofd boven water te houden, weer het symbolisch kapitaal van weleer bracht, zowel op couture als 'prêt-à-porter' vlak. (Steele, 1999) Hoewel journalisten en inkopers tijdens de 'fashion weeks' ook naar Londen, Milaan en New York reisden, stond Parijs weer bovenaan de ladder van modesubvelden.

“With their trek on the Milan-London-Paris trail almost done, themes are beginning to emerge. The consensus ... is that Italy is in a slump, London in a fog and Paris has regained its rightful place atop fashion’s pyramid.” (Gross, 1986)

Tijdens de jaren 90 ervaart Parijs weer *“one of its periodic crisis of confidence”* (Steele, 1999, 288). De slechte economie vertaalt zich in kledingstijlen zoals grunge, die een sterk statement maken tegen de couture. Toch houdt Parijs zich staande mede door de kunde om buitenlands talent aan te trekken dat Parijse 'prêt-à-porter' en couture huizen leidt. Ook presenteren een aantal van de beste niet-Franse ontwerpers hun collecties in Parijs, onafhankelijk van waar de modeartikelen ontworpen of geproduceerd worden. (Steele, 1999) Crane (2000) stelt dat buitenlandse ontwerpers (Belgen, Britten, Japanners, ...) tijdens de jaren 90 ongeveer één derde representeren van het totale aantal ontwerpers die hun collecties showen in Parijs.

3. De structuren van het Parijse modeveld

3.1 Inleiding

Net zoals schoonheid het product is van sociale processen, relaties en netwerken, gebaseerd op culturele categorieën en niet op een abstracte kwaliteit (White, 2002), zo wordt ook een modeontwerper en zijn creaties geconstrueerd door sociale en culturele processen. Bourdieu (1981b) reageerde op het voorstellen van mode als *“a mysterious force which is the expression of some inner physic force,...”* (Entwistle, 2002, 332), zoals bijvoorbeeld Flügel (1930) en Veblen (1953) dit deden. Hij argumenteert dat mode sociaal geproduceerd wordt door institutionele, sociale en culturele relaties die belangrijke spelers in het modeveld met elkaar verbinden. De kracht om te bepalen wat mode is en wie erkend wordt als ontwerper wordt bepaald door de positie die men bekleedt in het veld. We zien dat Bourdieu hier een invulling geeft aan zijn streven dat we kunnen vinden in heel zijn oeuvre omtrent culturele productie: namelijk het ontrafelen van de mystificatie die culturele productie voorstelt als de expressie van een transcendentiaal genie dat verheven is boven het menselijke en boven de mogelijkheid tot het onderzoeken van dit genie. (Fowler, 1997) Bourdieu daagt deze ideologie

van de geniale kunstenaar uit door te stellen dat de macht van bepaalde personen en instituten in een veld wordt bepaald door hun mythische status.

Toch is het traditionele beeld van een kunstenaar dat van een creatief subject zonder institutionele banden. (Wolff, 1993) In het Parijse modeveld maakt men gretig gebruik van deze opvatting van de ontwerper als artistiek genie, niet ingebed in een ondersteunende structuur, om het symbolisch kapitaal van de ontwerpers en van het modesubveld te vergroten. Marie-Christine Marek, hoofdredacteur bij het televisiestation Paris Modes, stelt bij haar bespreking van Martin Margiela kort en bondig: “*Martin was echt een genie.*” (Baelden, 2004, 120)

Pierre Bourdieu stelt in *Haute couture et haute culture* (1981b) dat de vraag die Marcel Mauss zich stelt aan het einde van zijn essay over magie, namelijk waar de equivalent van het magische zich bevindt in onze samenleving, te vinden is in *Elle* of *Le Monde*. Laatstgenoemde draagt bij aan het concept van de goddelijke inspiratie van kunstenaars, dat sinds de Renaissance het discours over kunst is binnengedrongen. Een middel om het magische van de Parijse modeontwerpers te onderstrepen, is het specifieke discours dat journalisten in *Le Monde* hanteren bij het beschrijven van de nieuwe creaties. (Rocamora, 2002b) Er doet zich een proces van legitimatie voor dat een ontwerper voorstelt als een “*créateur suppléant, sorte de vicaire du génie*” (Bourdieu & Delsaut, 1975, 19). Rocamora (2002b) besluit dat ‘high fashion’-ontwerpers door *Le Monde* geconcipieerd worden als legitieme kunstenaars, waarbij “*the essence of art is thought to be the expression of individual genius...*” (Lyotard, 1992, 15).

De kracht van Parijs om zich staande te houden in de nooit eindigende strijd tussen de subvelden heeft weinig te maken met een specifieke artistieke genialiteit van ontwerpers in Parijs. Deze mythe wordt echter in stand gehouden door een aantal belangrijke instituten van consecratie, aangezien ze bijdraagt aan het symbolisch kapitaal van Parijs als modeveld en aan het symbolisch kapitaal van de ontwerpers in het veld. Hoe groter de mythische status, hoe meer macht men heeft in het modeveld. (Bourdieu, 1981b)

“*To the extent that Paris is still first among equals, this must be due ... to the structure of the fashion industry and the accumulated expertise (and prestige) of centuries ...*”. (Steele, 1999, 289)

Hoewel de mythe van de geniale ontwerper een essentieel element vormt voor het voortbestaan van het modeveld - door het geloof in dit veld te versterken - wordt het sociale proces waarin ontwerpers gecreëerd worden, hoe individuen tot ontwerpers uitgroeien, wie bepaald wat en wie een modeontwerper is en op welke manier ontwerpers hun positie in het veld verwerven en behouden, vaak over het hoofd gezien. Dit betekent niet dat de factor 'talent' in deze analyse onbelangrijk is. Talent neemt in het modeveld echter de mythologische proportie aan van de ontwerper als genie. Hierbij worden de ondersteunende structuren van dit talent miskend.

“Paris has become the symbol of fashion that adds value to designers’ name because of the efforts taken by the system, ..., to maintain and reproduce that ideology and belief. Without the belief, no designers will mobilize in Paris, not will Paris remain the fashion capital.”
(Kawamura, 2004, 99-100)

Wil men echt begrijpen hoe Parijs, ondanks de sterke concurrentie, het machtigste modeveld is geworden, dan moet men de organisatorische context van het veld bestuderen. (Kawamura, 2004) Een doorlichting van de organisatie van dit modesubveld zal namelijk wijzen op de inspanningen die bepaalde instituten en individuen in deze structuur ondernemen om het symbolisch kapitaal van Parijs als modehoofdstad te vrijwaren. Bovendien kunnen ontwerpers die toegelaten worden tot het subveld op deze manier profiteren van de status van Parijs als modeveld.

3.2 De Federatie

3.2.1 Het moderne Parijse modeveld

Hoewel mode reeds bestond tijdens het Ancien Régime en Frankrijk dominant was voor het verspreiden van modestijlen gedurende deze periode, waren er geen instituties die de productie van mode ondersteunden. In het midden van de 19^{de} eeuw ontstond in Frankrijk echter het moderne modesysteem (Kawamura, 2004), of modeveld in Bourdieu's termen.¹⁰

Dit moderne modeveld wordt gekenmerkt door een combinatie van institutionele factoren, zoals de vorming van een (handels)organisatie, een hiërarchie tussen ontwerpers die bepaald wordt door regels opgelegd door de organisatie en het houden van presentaties van de

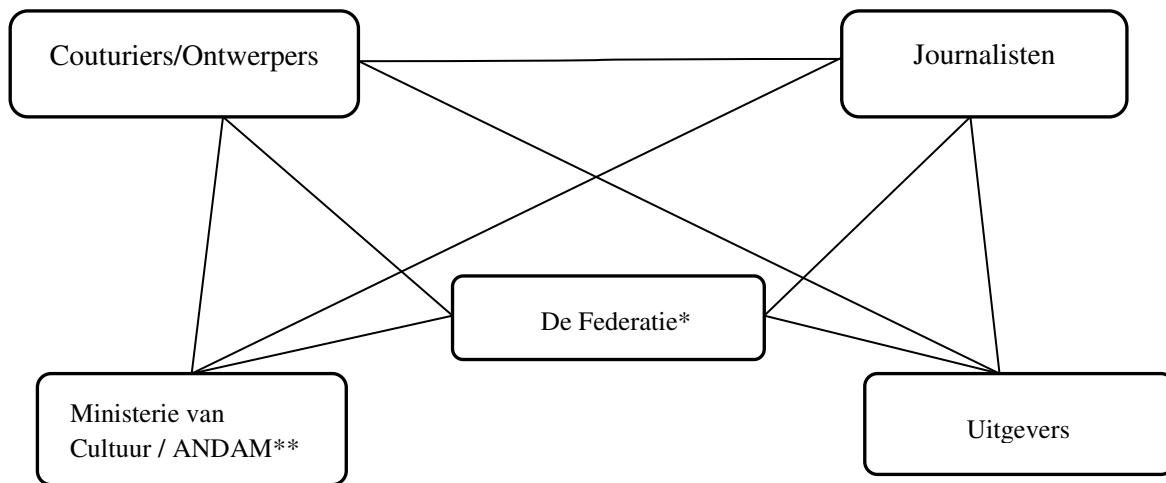
¹⁰ Kawamura (2004) spreekt van het moderne modesysteem in Frankrijk. Zij maakt niet de onderverdeling in modesubvelden volgens de territoriale grenzen van een aantal 'fashion capitals'. Zoals hiervoor reeds geargumenterd, zal ik dit wel doen en spreken van Parijs als modesubveld. Een bijkomend argument om niet te spreken van een Frans modesubveld, is het onderscheid dat gemaakt wordt tussen Parijs en 'la province', waarmee op een pejoratieve manier de rest van Frankrijk wordt aangeduid. (Rocamora, 2006)

modecollecties. De structuur van de organisatie ging door verschillende institutionele veranderingen, zodat men het hoofd kon bieden aan veranderingen in het bredere modeveld en in externe velden. Eén van de evoluties waar de organisatie mee rekening moest houden, was het feit dat nieuwe ontwerpers wilden toetreden tot het subveld. Door de sociale instituten van het Parijse modeveld te onderzoeken, kunnen we nagaan welke invloed de organisatie op nieuwkomers in het veld had en heeft. Eén van de verwachtingen waar nieuwe ontwerpers aan moeten voldoen, indien ze willen binnentreden in het Parijse modesubveld en zo internationaal prestige verwerven, is “*that he/she must be recognized by the French ...*” (Kawamura, 2004, 35).

“At the center of the French fashion system lies La Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode¹¹ ..., which is the oldest and, arguably, one of the most powerful fashion organizations in the world.” (Kawamura, 2004, 36, voetnoot toegevoegd)

De perioden van stabiliteit en verandering van de structuur van de Federatie hebben de aanvaarding van nieuwe stijlen en ontwerpers in het veld beïnvloed en zullen dit blijven doen. De Federatie oefent een specifieke autoriteit uit in het modeveld door strenge regels op te leggen voor aanvaarding in het subveld. Dit zorgt voor een andere modecultuur dan in andere steden (Kawamura, 2004), wat weer een voorbeeld is van de stelling dat Parijs een subveld is van het grotere modeveld. Het moderne modeveld in Parijs (figuur 3) wordt gedomineerd door de Federatie. Hoewel andere subvelden ook bestaan uit journalisten, ontwerpers, inkopers, ... kent Parijs zulk een doorgedreven institutionalisering dat het zich onderscheidt van andere subvelden.

¹¹ *La Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode* zal vanaf nu afgekort worden tot de Federatie.



**La Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode*

**ANDAM = *Association Nationale pour le Développement des Arts et de la Mode*

Figuur 3: De structuur van het moderne Parijse modeveld. (Kawamura, 2004, 37)

3.2.2 De structuur van de Federatie

De institutionalisering van het Parijse modeveld vangt aan in 1868 met de oprichting van *La Chambre Syndicale de la Couture et la Confection pour Dames et Fillettes*. Baudot (1999) argumenteert dat de titel van de organisatie duidelijk maakt dat er nog geen onderscheid werd gemaakt tussen de beperkte productie van de couture en de grootschalige productie van de confectie. Ook een hiërarchie tussen de verschillende ontwerpers was nog niet aanwezig. Het voornaamste doel voor het oprichten van deze organisatie was het reguleren van de werkomstandigheden van de naaisters. (de Marly, 1980) Een andere verdienste van deze eerste pogingen tot institutionalisering van het Parijse modeveld, is dat couturiers niet langer beschouwd werden als marginale figuren in het systeem van modeproductie, maar wel als de kern van het moderne modeveld. (Kawamura, 2004) Zoals White & White (1965) stellen dat de Franse schilderkunst in de 17^{de} en 18^{de} eeuw een nieuwe status voor zichzelf creëerde door middel van de macht van de organisatie van de Koninklijke Academie, zo zorgt *La Chambre Syndicale de la Couture et la Confection pour Dames et Fillettes* eind 19^{de} eeuw voor een veranderende status voor couturiers. “*They were no longer artisans or the higher type of servants. The new social status of designers granted them new power and privilege through the organization.*” (Kawamura, 2004, 41)

In 1910 werd *La Chambre Syndicale de la Couture et la Confection pour Dames et Fillettes* ontbonden om vervolgens in 1911 vervangen te worden door *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*. Deze organisatie had voornamelijk tot doel de couture een speciale status

toe te kennen door het te onderscheiden van confectie. (Grumbach, 1993) In 1945 worden de termen 'haute couture' en 'couturier' officieel gereguleerd en wettelijk beschermd door het Franse Ministerie van Industrie. Dit vormt het begin van de exclusieve status die haute couture vandaag bezit. (Kawamura, 2004) *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* bepaalt wie wordt toegelaten tot de selecte club van couturiers en beschermt ook het symbolisch kapitaal dat aan deze couturiers wordt toegeschreven.

Hénin (1990) stelt dat de voorwaarden om tot de elite van de couture te behoren behoorlijk streng zijn. *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* legt de volgende regels op aan bestaande couture huizen: "...(1) employ a minimum of twenty production workers in their own workshops, (2) present to the press each Spring/Summer and Fall/Winter seasons in Paris and (3) present a collection of fifty day and evening-wear outfits." (Kawamura, 2004, 55) Chapsal (1989, 371) voegt hier nog de volgende voorwaarde aan toe: "... present the collection on a minimum of three live models." Ontwerpers die het veld van de couture trachten binnen te treden, moeten de eerste twee jaar voldoen aan de volgende eisen: "... (1) employ a minimum of fifteen workers and (2) present a collection of at least thirty-five outfits per show." (Kawamura, 2004, 55)

Het uitbreken van WO II had een enorme impact op het Parijse modeveld. Heel wat couture huizen sloten de deuren: de joodse Jacques Heim hield zich schuil, Charles Worth verhuisde naar Engeland en Elsa Schiaparelli vertrok naar de Verenigde Staten. (Veillon, 1990) De meerderheid van de coutureontwerpers, zoals bijvoorbeeld Jean Patou en Nina Ricci, bleef echter in Parijs. De kleine collecties die ze presenteerden waren echter niet zichtbaar buiten het bezette gebied. (Kawamura, 2004)

Na de Bevrijding kwam de mode-industrie in Parijs langzaam weer op gang door de inspanningen van *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*. Om het hoofd te kunnen bieden aan de opkomende 'ready-to-wear' mode uit Engeland en de Verenigde Staten, werden buitenlandse modebeurzen en exposities georganiseerd. Bovendien werden Parijse modestijlen exclusief gehouden door piraterij streng te laten opvolgen door de Franse wetgever. De geschiedenis van het Parijse modeveld toont aan dat, zelfs in zeer moeilijke tijden, de institutionalisering van het veld ervoor zorgt dat Parijs zijn positie kan beschermen mits een aantal zware inspanningen. (Kawamura, 2004)

Tijdens de vroege jaren 50 stond de Parijse couture weer aan de top. Kawamura (2004) argumenteert dat het Christian Dior was die Parijs weer tot de 'fashion capital' maakte door in 1947 de New Look te introduceren, een kledingstijl die over heel de wereld en door vrouwen van verschillende klassen gevolgd werd. Crane (1997) stelt echter dat Dior het eerste voorbeeld was van het nieuwe type van het naoorlogse modehuis. Dior voelde als eerste aan dat de Franse couture zou veranderen naar "... a new type of fashion organization that relied on financial expertise, a substantial financial investment, and licensing of many additional types of products as additional sources of income." (Crane, 1997, 398) Dior was vernieuwend aangezien hij als eerste een financiële partner had om in 1946 zijn modehuis te starten. Christian Dior was artistiek directeur, verantwoordelijk voor het ontwerpen. Hij was echter geen eigenaar. (Grumbach, 1993)

Het ontwerp van de New Look heeft Christian Dior en het huis Dior wereldberoemd gemaakt. Toch lag de grootste innovatie, zo stelt Crane (1997), in de economische strategie die Dior en zijn financiële partner uittekenden; het 'product licensing'. Hoewel Schiaparelli in 1940 de eerste was om een 'license' te nemen op een kledingstuk, was het Dior die voor het eerst veelvuldig gebruik maakte van deze strategie. (Grumbach, 1993)

Tijdens de jaren 60 wordt Parijs geconfronteerd met een in vraagstelling van haar couture. Om deze te kunnen behouden was geld nodig, wat men kon halen uit de verkoop van een aantal producten waar men zijn 'griffe' op plaatste, zoals parfum, cosmetica en zonnebrillen.

Bij het aanbreken van de jaren 70 waren 'product licensing' en de verkoop van getranssubstantieerde producten reeds dé strategieën die vele couture huizen hanteerden om hun dure couture collecties te financieren.

De verkoop van haute couture kledingstukken maakt slechts 5-10% uit van de jaarlijkse verkoopcijfers van couture huizen. (Conseils et Analyses Stratégiques, 1990) Crane (1997, 400) meldt bijvoorbeeld dat de verkoop van haute couture maar 1,4% representeert van de totale verkoopcijfers van Yves Saint Laurent.

Dit zorgt er voor dat heel wat couture huizen de productie van haute couture schrappen. Menkes (1996) meldt dat tijdens de jaren 80 en begin jaren 90 vijf huizen (Courrèges, 1986; Patou, 1988; Grès, 1988; Lanvin, 1993 en Laroche, 1995) hun couture afdeling op non-actief hebben gezet. In Kawamura's tabel van het aantal couturehuizen tussen 1872-2003 (2004, 44) valt te lezen dat er in 2003 slechts 11 couturehuizen overblijven, dit terwijl Rose (1993, 8)

meldt dat er in 1946 200 haute couture huizen waren. Andere cijfers die de verandering in het veld illustreren, zijn: in 1955 had het huis Dior meer dan 1000 werknemers en 25000 cliënten. In 1989 hadden Dior en Yves Saint Laurent de meeste couture klanten ter wereld, namelijk ongeveer 200. (Menkes, 1989) Toch blijft haute couture bestaan: waarom?

Crane (1997) stelt dat men couture ontwerpt om het symbolisch kapitaal van de modehuizen te vergroten of te vrijwaren, maar dat de werkelijke winsten van de modehuizen te vinden zijn in de verkoop van heel wat andere producten. Het oorspronkelijke doel van Parijse couturehuizen, het ontwerpen en produceren van exclusieve en luxueuze kleding, behoort niet meer tot de voornaamste winstbron van het modehuis.

Modehuizen richten zich voornamelijk op de verkoop van getranssubstantieerde producten en 'prêt-à-porter'. (Crane, 1997) de Marly (1990, 78) stelt bijvoorbeeld dat het huis Dior zijn inkomsten voor het grootste deel haalt uit 'licenses' op 300 producten, tezamen met de verkoop van parfum en cosmetica. "*Haute couture has become a publicity investment.*" (Kawamura, 2004, 79) Het enorme bedrag voor het creëren van couture en het voorstellen van deze ontwerpen tijdens tweejaarlijkse shows wordt neergeteld, omdat men verwacht dat het zich terugbetaalt in de verkoop van getranssubstantieerde producten en 'prêt-à-porter'.

"The fragrance and cosmetic profits along with publicity generated by 700 journalists that attend the Haute Couture week are the real reasons why many companies continue to finance unprofitable couture lines." (Kawamura, 2004, 81)

Couture blijft kortom omdat het een symbolisch kapitaal genereert dat een reconversie veroorzaakt in economisch kapitaal, vele malen groter dan het oorspronkelijk geïnvesteerde kapitaal.

We kunnen stellen dat het Parijse modesubveld enkele gelijkenissen heeft met het veld van de Franse uitgeverijen. Bourdieu stelt in *Les règles de l'art* (1992) dat uitgeverijen, eens ze voldoende kapitaal hebben vergaard en dus op weg zijn naar consecratie, twee verschillende economieën hanteren. Eén is gericht op de verspreiding van geconsecreerde producten. Hiermee wordt het fonds aangedikt waar men de avant-garde literaire productie (de tweede vorm van economie) mee betaalt.

"La seule accumulation légitime, pour l'auteur ... comme pour l'éditeur ..., consiste à se faire un nom, un nom connu et reconnu, capital de consécration impliquant un pouvoir de

consacrer des objets ... ou des personnes ... , donc de donner valeur, et de tirer les profits de cette opération.” (Bourdieu, 1992, 211)

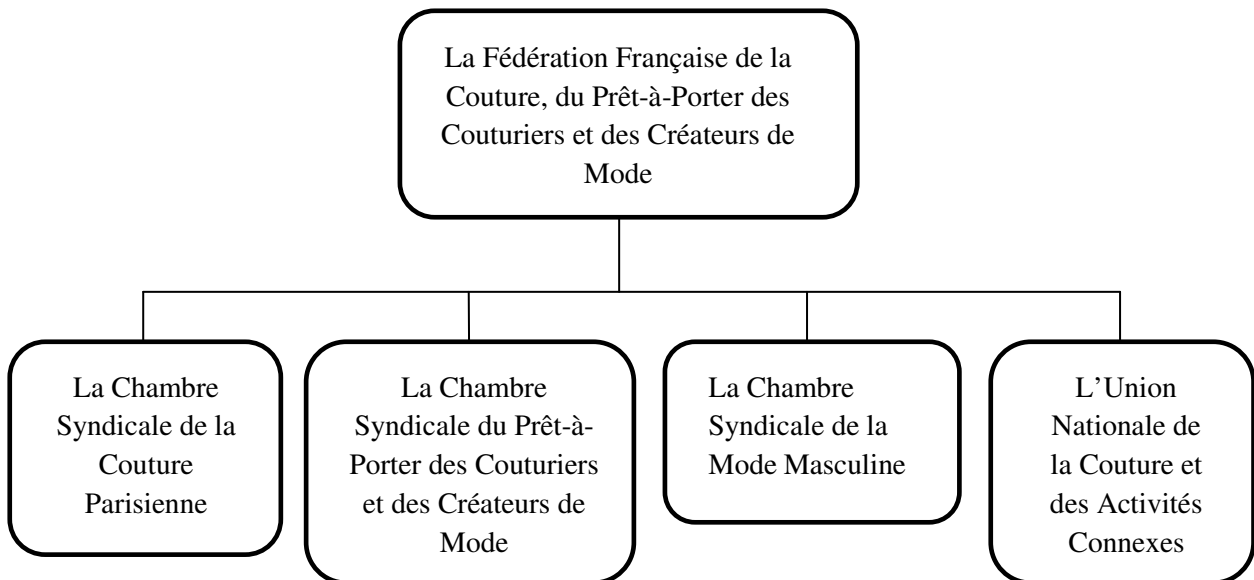
Indien uitgeverijen enkel avant-garde literatuur zouden publiceren, zou men een niet te compenseren economisch verlies lijden. Door deze economische verliespost echter te vergoeden met winsten gehaald uit geconsecreerde producten - vaak uit de korte productiecycclus waar men weinig risico loopt op verlies doordat men snel op de bal kan spelen bij marktverschuivingen – bekomt men een hoeveelheid symbolisch kapitaal, die omgezet kan worden in economisch kapitaal. (Bourdieu, 1992) De reconversie zorgt er dus voor dat uitgeverijen zich een bepaalde status kunnen aanmeten die noodzakelijk is om erkend te worden in het veld.

Zowel in het Parijse modesubveld als in het veld van Franse uitgeverijen wordt een beroep gedaan op geaccumuleerde winsten uit goedverkochte culturele producten voor een breder publiek om producten te financieren die, ondanks het economische verlies dat ze veroorzaken, voor een symbolisch kapitaal zorgen. Op deze manier behaalt het modehuis of de uitgeverij een steeds hogere graad van consecratie, doordat het zowel de bezorger van symbolisch kapitaal - respectievelijk ‘haute couture’ en bijvoorbeeld poëzie - kan behouden, en de economische winst vergroot door reconversiemechanismen.

Baudot (1999) argumenteert dat de structuren van het Parijse modeveld nooit zo snel geëvolueerd zijn als tussen 1965 en 1975 door het succes van de ‘prêt-à-porter’. Dit werd nog versterkt door de oprichting van *Créateurs et Industriels* door Didier Grumbach, de huidige president van de Federatie en de toenmalige manager van het bedrijf dat de ontwerpen van Givenchy, Valentino en Chanel produceerde. (Grumbach, 1993) Hij meende dat jonge ontwerpers, net als couturiers, de kans moesten krijgen hun ‘griffe’ aan kleding en andere producten op te leggen. (Kawamura, 2004) De intentie van deze organisatie was om ‘prêt-à-porter’ in Parijs te introduceren en het prestige van deze luxueuze confectie kleding te vergroten.

In 1973 realiseerde *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* zich dat het belang van ‘prêt-à-porter’ bleef groeien, terwijl de vraag naar couture spectaculair daalde. Door zich te verenigen met Grumbach’s *Créateurs et Industriels* en *La Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs le Mode* (figuur 4) te vormen, trachtte *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* zich aan te passen aan de veranderingen in het veld. Ook werd als onderdeel van de Federatie *La Chambre Syndicale de*

la Mode Masculine opgericht voor *prêt-à-porter* mannenmode. In 1975 vervulde *L'Union Nationale Artisanale de la Couture et des Activités Connexes* de Federatie.



Figuur 4: De structuur van de Federatie. (Kawamura, 2004, 53)

Deze nieuwe organisatie centraliseerde sinds 1973 alle macht. Hierdoor kregen andere organisaties niet de kans kregen zich te ontwikkelen en andere waarden op te stellen voor de valorisatie van ontwerpers. Door zowel couture als ‘prêt-à-porter’ te omvatten kon de nieuwe organisatie het Parijse modeveld een veel grotere markt laten aansnijden dan voorheen. De ‘prêt-à-porter’-ontwerpers stonden in de hiërarchie nog altijd lager dan ontwerpers die zich ook op couture toelegden, maar door de institutionalisering konden ze zich nu onderscheiden van deze ‘prêt-à-porter’-ontwerpers die werkten voor bedrijven in de grootschalige productie. (Kawamura, 2004) Door lid te worden van de Federatie behoort men tot de elite ontwerpers en kan men het symbolisch kapitaal noodzakelijk voor het overleven in het modeveld verhogen, wat – in Bourdieu’s terminologie – de reconversie van symbolisch tot economisch kapitaal enorm bevordert.

De criteria die de Federatie hanteert om toegelaten te worden tot *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* zijn erg strict. Didier Grumbach, de huidige president van de Federatie sinds 1999, stelt echter dat de voorwaarden met de jaren versoepeld zijn:

“Zo slaan de regels op het aantal werknemers in het atelier (dat zich in Parijs moet bevinden, red.), maar ook op het aantal silhouetten dat een ontwerper per show aan zijn publiek moet tonen. Lange tijd moesten er twintig mensen in het atelier aan de slag zijn, maar reeds in de jaren zeventig werkten er bijvoorbeeld Ungaro maar vier. Logisch dat we hem niet van de lijst hebben geschrapt.” (Windels, 5 juli 2006, C2-C3)

Ondanks de versoepeling van de regels, blijft de lijst met geweigerde ontwerpers erg groot, dit om het elitaire karakter van de haute couture te vrijwaren. Didier Grumbach legt uit:

“..., de vraag is zeer groot maar we kunnen niet iedereen toelaten. Alleen wie de knowhow in de vingers heeft en een zeer hoog kwaliteitsniveau kan garanderen, zowel op het vlak van stoffen als van vormen, komt in aanmerking. Wat wel opvalt is dat de voorbije jaren de barrières zijn weggevallen. Ontwerpers als Gaultier en dit keer zelfs Martin Margiela die uit de wereld van de prêt-à-porter komen, zijn erop gebrand haute couture te maken.” (Windels, 5 juli 2006, C2-C3)

Bij *La Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode* zijn de lidmaatschapsvoorwaarden echter veel losser en erg onduidelijk. In een interview met één van de leden van de geïnstitutionaliseerde ‘prêt-à-porter’-ontwerpers, vraagt Kawamura (2004, 54) naar het proces van aanvaarding door de Federatie en het belang hiervan voor de ontwerpers.

“You send in a formal letter with a video of your collections to Denise Dubois. Then you ... try to make an appointment with them. If they see you, you are almost in. ... It’s all about who you know. You have to know people to get ahead in this business. You have to be a member of the Federation.”

Deeny (1995) stelt dat het beleid van de Federatie zo was dat men niet-Franse ontwerpers, die hun collecties in Parijs showde, niet toeliet om officiële of geassocieerde leden te worden. Sinds Jaques Mouclier in 1977 president werd van de Federatie zijn een aantal buitenlandse ontwerpers, zoals Dries Van Noten, Vivienne Westwood en Yohji Yamamoto, echter doorgedrongen tot de elite club van officiële leden. Dit is het gevolg van Mouclier’s bezorgdheid dat vele ontwerpers die de Parijse mode representeren aan het verouderen zijn (Crane, 1997) en dat het subveld de nood voelt voortgestuwd te worden door ontwerpers die innovatief zijn. (Kawamura, 2004) Een andere taak die de Federatie sinds 1991 op zich neemt

om meer jonge ontwerpers aan te trekken in het subveld, is die van intermediaire tussen de ontwerpers en ANDAM, een organisatie van de Franse overheid die jonge ontwerpers sponsort.

We kunnen dus besluiten dat het Parijse modeveld gestart is met couturiers en geleidelijk zijn grenzen heeft opengesteld voor 'prêt-à-porter'-ontwerpers en buitenlandse couture en 'prêt-à-porter'-ontwerpers, om zo haar macht te kunnen behouden in het veranderende modeveld. Kawamura (2004) stelt dat, hoewel het niet onmogelijk is een bekende ontwerper te worden zonder lid te zijn van de Federatie, het succes van een ontwerper vergemakkelijkt wordt via legitimatie door een lidmaatschap van dit machtige Parijse instituut.

Deel 3: De Belgen in Parijs (1988-2008)

Martin Margiela en Walter Van Beirendonck studeren in 1980 af aan de Antwerpse Koninklijke Academie voor Schone Kunsten. In 1981 behalen Ann Demeulemeester, Dirk Van Saene, Dries Van Noten en Marina Yee hun diploma aan de Academie. Wanneer in 1982 Dirk Bikkembergs de toekomstige Antwerpse Zes+¹² vervolledigt, weten zij niet dat zij er ongeveer tien jaar later voor zullen zorgen dat “... *Belgium is now having a surprisingly major impact on the direction of contemporary fashion.*” (Lobrano, 1992, 17)

Belgische mode wordt begin jaren 90 internationaal bekend door de shows van de Antwerpse Zes en Martin Margiela in Parijs. “*In the 1990’s there appeared an extremely influential group of designers from Belgium – of all places!*” (Steele, 1999, 7) Naarmate deze afgestudeerden van de Antwerpse Academie meer collecties voorstellen, worden ze steeds enthousiaster ontvangen door verschillende belangrijke spelers in het modeveld. In 2007 laat de Standaard (Windels, DSM 8 – 9) meerdere kernspelers van het Parijse modeveld aan het woord over de Antwerpse Zes+:

Elisabeth Paillé, modejournaliste voor *Madame Figaro*:

“*De Belgen hebben ons geleerd om te zijn en niet te lijken. ... Daarom zullen zij zeker hun plaats vinden in de modegeschiedenis, en een belangrijke nog wel.*”

Laurence Benaïm, hoofdredactrice van *Stiletto Magazine* en voormalige modejournaliste voor *Le Monde*:

“*De Zes van Antwerpen hebben hun stempel gedrukt op het einde van de vorige eeuw... Voor alles geloofden zij in een ideaal, tegelijk waren ze de dragers van zeer radicale boodschappen, terwijl ze alle standaarden negeerden.*”

Cathy Horyn, zeer machtige modejournaliste voor *The New York Times*:

“*... de Belgen nog nooit zo veel invloed gehad als nu en ze worden meer gevraagd dan ooit tevoren. Kijk hoe sterk de recente collecties van Ann Demeulemeester zijn, hoeveel er te doen*

¹² Tot de Antwerpse Zes behoren Dirk Bikkembergs, Ann Demeulemeester, Walter Van Beirendonck, Dries Van Noten, Dirk van Saene, en Marina Yee. Martin Margiela trekt op eigen houtje naar Parijs, maar wordt wel tot de eerste golf Belgische ontwerpers in Parijs gerekend. Daarom zal ik, in navolging van de tentoonstelling *6+ Antwerpse Mode in het Vlaams parlement* (2007), spreken van de Antwerpse Zes+ wanneer gesproken wordt over de gehele eerste golf (dus inclusief Margiela) Belgische ontwerpers in Parijs.

is om de kleren van Dries Van Noten. ... Het geheim achter de Belgische moderevolutie is eigenlijk heel eenvoudig. Dit zijn mensen met een sterk gevoel voor identiteit en aandacht voor het alledaagse, mensen die onwrikbaar in zichzelf geloven. (Horyn, 2007, 121)

Indien we het grote succes van de Antwerpse Zes+ en de volgende golven Belgische ontwerpers in het Parijse modeveld volledig willen verklaren, is het noodzakelijk dat we de geschiedenis bloot leggen waarin deze designers en hun creaties zich bevinden. Ook het sterk geïnstitutionaliseerde subveld dat de Belgen gekozen hebben - en grotendeels nog steeds kiezen - om hun werk aan de wereld te tonen, moet in rekening worden gebracht.

1. De Koninklijke Academie voor Schone kunsten, modedepartement: vroeger en nu
 - 1.1 1963-1982

Mary Prijot richtte in 1963 aan de Antwerpse Academie een mode- en toneelkostuum afdeling op. Vlaanderen had toen, ondanks het grote textielproductie verleden, niet de minste betekenis op gebied van mode. (Debo, 2007, 35) Het zoeken naar een eigen identiteit werd bij Belgische modehuizen niet aangemoedigd; creativiteit beperkte zich voornamelijk tot een interpretatie van de Parijse creaties.

“De Franse elegantie domineerde het Belgische modebeeld en de opleiding die Mary Prijot uitstekende, volgde dan ook voornamelijk de klassieke richtlijnen die voorschrijven wat goede smaak is. ..., en Chanel was daarbij hét grote voorbeeld.” (Debo, 2007, 35)

De vrouw waar Prijot's studenten voor ontwerpen moet er, volgens haar, zo uit zien:

“... femme-femme. Belles, attirantes, pas agressives, ni par leur coiffure, ni par leur maquillage.” (Baudoux-Gerard, 1984, B70)

Deze idealen met het bijhorende vrouwbeeld zullen sterk veranderen, wanneer de Antwerpse Academie tijdens de jaren 70 studenten aantrekt die meer geïnteresseerd zijn in avant-garde mode van bijvoorbeeld Courrèges en Rabanne (Debo, 2007) dan in de creaties van geconsecreerde ontwerpers, zoals Chanel en Yves Saint Laurent. Deze generatie studenten hield de ogen op de wereld gericht en zag de opkomende punk- en straatcultuur in Londen en New York. Hun vastberadenheid zorgde ervoor dat ze zich afzetten tegen de heersende, op Chanel geïnspireerde idealen in de Academie. Dit resulteerde in een soort competitie tussen docenten en modestudenten. (Debo, 2007, 36) Ann Demeulemeester herinnert zich één van haar vroegere docenten aan de Academie:

“And she was, like: ‘Ann, you can’t use white. It’s not chic. Use offwhite. Chanel used off-white.’ Chanel was her ideal. So I had a big fight with her. All these things were happening, punk in London, and she was living in her Chanel, off-white world.” (Horyn, 2006, 244)

De jonge Demeulemeester, Van Noten, Van Saene en Yee pleiten in 1981 voor een professioneler defilé met mannequins, maquillage, ... (Debo, 2007, 39) Dit in tegenstelling tot de eerste shows van de Academie die Marthe van Leemput, voormalige docente aan de Academie, zich herinnert: *“Die eerste shows waren ongelooflijk. Zonder muziek. Zonder mannequins. In de refter.”* (Windels, 1993, 24)

Mary Prijot en haar docentencorps stellen echter erg hoge eisen aan de studenten. Dit in combinatie met de vastberadenheid van een aantal van deze studenten om de klassieke idealen te doorbreken, waren de voedingsbodem voor het enorme doorzettingsvermogen waarmee de Antwerpse Zes+ enkele jaren later internationale furore zouden maken. Van Noten zegt in 1993: *“I think that was a big part of our creativity ... fighting against her strength to do what we believed.”* (Spindler, 1993, 9) De Academie onder leiding van Prijot vormde als het ware een soort microversie van de strijd die zal woeden wanneer de Antwerpse Zes+ tien jaar later het Parijse modeveld bestormen.

1.2 1983-2008

In 1982 wordt Mary Prijot opgevolgd door Josette Janssens, die drie jaar stage had gelopen bij Prijot. Wanneer Janssens in 1983 plots overlijdt, wordt het roer overgenomen door Linda Loppa, oud-studente van de Antwerpse Academie. (Debo, 2007, 40) Loppa zegt in 1999 over haar voorgangster: *“Madame Prijot die deze opleiding opstartte, was bijzonder veeleisend en zorgde voor een hoog niveau waarop wij verder hebben gebouwd.”* (Murk, 1999, 42)

Dat hoge niveau begint bij de selectie tijdens de ingangsproof. Uit de gemiddeld 150 kandidaten worden er 50 à 60 gekozen. In het tweede jaar blijven daar gemiddeld 25 studenten van over, om uiteindelijk af te studeren met 10 tot 15 studenten. (Debo, 2007, 42)

Patrick Van Ommeslaeghe studeert in 1990 af aan de Academie. Na te werken voor Balenciaga in Parijs, ontwerpt hij een eigen collectie. Hij herinnert zich zijn docenten:

“Wij waren doodsbang van al die leraars, maar in zekere zin hebben ze ons gevormd. Ze maakten volkomen individuen van ons. Ze lieten niets van ons over – ofwel ging je naar de top ofwel richting exit ...” (Horyn, 2007, 116)

Kris Van Assche, een andere oud-student van de Antwerpse Academie die hoofdontwerper is bij Dior Homme en een eigen collectie heeft, stelt dat de opleiding veel van de studenten eist. Bovendien wordt er aangeleerd: “...realism and discipline – being thought that self discipline is the only way to survive.” (Menkes, 1998, 15)

Eén van de belangrijkste verdiensten van Linda Loppa is het zorgen voor een verdere professionalisering en internationalisering van de school. (Debo, 2007) De defilés worden grootser: met veel aandacht voor professionele modellen, maquillage en grafische vormgeving van de affiches. (figuur 5 en 6)



Figuur 5: Affiche voor het defilé van de afstudeercollecties 2007.

Figuur 6: Affiche voor het defilé van de afstudeercollecties 2008.

De jury bij de afstudeershows bestaat uit de verschillende typen spelers in het modeveld, zoals journalisten, inkopers, ontwerpers, ... Op deze manier worden de studenten bij de dikwijls eerste presentatie van hun werk aan de buitenwereld reeds geconfronteerd met de verschillende soorten spelers in het veld. In 2007 zetelden bijvoorbeeld Veronique Branquinho (ontwerpster), Kaat Debo (curator Momu, Antwerpen), Kaoru Sasoki (hoofdredacteur Commens & Sense, Japan) en Kuki de Salvartes (Totem public relations agency, Parijs) in de jury. Uit figuur 7 kunnen we afleiden dat de Academie zorgt voor een vrij evenwichtige representatie van de verschillende spelers uit het modeveld, ondanks het feit dat financiers – zij bekijken voornamelijk het commerciële aspect van de creaties - minder vertegenwoordigd zijn.

Jaar*	Ontwerper	Journalist	Inkoper	Curator/Academicus	Financier	Andere
2008	1	4	2	0	0	1
2007	2	2	1	2	1	4
2006	2	2	2	2	1	2
2005	2	3	2	1	0	0
2004	1	4	1	1	0	4
2003	2	2	1	1	1	1
2002	2	8	1	0	0	0

*: Gegevens vóór 2002 waren niet beschikbaar.

Figuur 7: De functieverdeling van de jury bij de defilés van de afstudeercollecties 2002-2008. (The jury, n.d.)

De academieshows zijn vandaag de dag uitgegroeid tot een driedaags evenement dat meer dan 6000 bezoekers lokt. (Debo, 2007, 39) Het publiek bij de defilés bestaat uit machtige spelers in het modeveld. Zij worden niet alleen aangetrokken door de vernieuwende kijk op mode die de studenten van de Antwerpse Academie vaak brengen, maar ook door Loppa's doorgedreven public relations inspanningen. (Debo, 2007) Door deze grote zichtbaarheid in het modeveld is het percentage afgestudeerden dat met een eigen collectie begint aan de Antwerpse Academie veel hoger dan aan buitenlandse modescholen. Walter Van Beirendonck zegt hierop: “Ja, omdat ze hier de kans krijgen. ... Naar de eindejaarsdefilés komen zelfs winkeleigenaars met de aankoopbon in de aanslag.” (Baelden, 2005, 22)

In 2002 wordt Linda Loppa door *Time Magazine* uitgeroepen tot één van de vijftwintig meest invloedrijke modemensen ter wereld. (Debo, 2007, 40) Een reden voor deze erkenning is dat, wanneer Loppa in 2007 de school in handen geeft van oud-student en docent Walter Van Beirendonck, ze één van de meest gerenommeerde modescholen ter wereld heeft gecreëerd. Hirofumi Kurino, oprichter en inkoper van de bekende Japanse boetiek *United Arrows*, zegt: “Er zijn vijf grote modescholen in de wereld, in New York, Londen, Tokyo, Parijs en Antwerpen. Maar Antwerpen is de absolute top.” (Rossaert, 1999, 15)

1.3 De Antwerpse Academie: anders dan andere modescholen?

Op de vraag wat de modeafdeling van de Antwerpse Academie doet verschillen van andere modescholen, wordt vaak geantwoord dat deze school zich richt op de persoonlijke ontwikkeling van de student. In andere scholen wordt er meer gefocust op de analyse van stijltrends en collecties van bekende ontwerpers. Loppa verduidelijkt:

“Chez nous, lorsqu’on parle de mode c’est en tant que but de recherche, comme phénomène de société. Nos étudiants reçoivent une formation culturelle, traversent un processus de prise de conscience ... et nous sommes là pour stimuler leur créativité.” (Windels, 1996, 92)

In de informatiebrochure die buitenlandse studenten op het internet kunnen raadplegen staat het volgende geschreven:

“The fashion department of the Antwerp Academy sees fashion in the broadest sense of the word, as a form of expression of the emotions of our time. Clothing reflects society or, adversely, questions it. Fashion people are not a self-absorbed clique, but committed people who question prevailing concepts of ethics and aesthetics ...” (Fashion department, Royal Academy of Fine Arts, Hogeschool Antwerpen, n.d.)

Valérie Steele, directrice van het Fashion Institute of Technology in New York, voegt hieraan toe:

“At the Royal Academy, students are encouraged to look inward. Most fashion training encourages you to look outward. There, you’re encouraged to go deeper and deeper into a subjective consciousness. ... In Antwerp, fashion is a private endeavor, much like writing. Outside influences are internalized and eventually articulated in a profoundly personal voice.” (The light of an old city shines on new ideas, 2001, F4)

Van Beirendonck antwoordt op de vraag of de Academie veranderd is sinds hij afstudeerde in 1980:

“De opdrachten zijn quasi ongewijzigd. Studenten worden ook nog altijd op dezelfde manier begeleid: heel individueel, gericht op creatie en identiteit van de ontwerper. Alleen extern is de aandacht van de professionele wereld veel groter geworden. ... Ze studeren bijna publiekelijk af ...” (Baelden, 2005, 20)

Deze professionele en internationale belangstelling heeft er mede voor gezorgd dat een steeds groter aantal buitenlandse studenten tracht toegelaten te worden tot de Antwerpse Academie. Debo (2007, 42) stelt dat er in 2006 meer dan 26 verschillende nationaliteiten aan de modeafdeling studeren. Deze smeltkroes roept de vraag op of we nog wel kunnen spreken van een typisch Antwerpse, Vlaamse of Belgische stijl? Velen menen dat de verschillende nationaliteiten geen bedreiging vormen voor de eigenheid van de Belgische stijl, aangezien die juist bestaat uit het bevragen van zichzelf en de relatie van de ontwerper met de maatschappij. Walter Van Beirendonck zegt hierover:

“Ik denk vooral dat verschillende identiteiten op één bepaalde manier worden opgevangen en gevormd. Eigenlijk is dat meer de stempel van de Antwerpse Academie.” (Baelden, 2005, 20)

Geert Bruloot, één van de eerste financiers van de Antwerpse Zes en medeoprichter van het Flanders Fashion Institute (FFI), beaamt Van Beirendonck: *“... er zijn stijlkenmerken die eigen zijn aan iedereen die langs Antwerpen is gepasseerd. Het is een manier om naar de dingen te kijken, ...”* (Govaerts, 2003, 36)

Een bedreiging voor de typische stijl van de Academie – *“In Antwerp, it’s almost like they’re talking to themselves ... There’s a real psychoanalysis of the artist.”* (The light of an old city shines on new ideas, 2001, F4) - komt er wanneer deze introspectie in gevaar wordt gebracht door een te grote afleiding. Patrick Van Ommesleaghe meent:

“De mentaliteit van de nieuwkomers is anders. Via het internet hebben ze nu toegang tot zoveel informatie dat ze haast niet meer aan ontwerpen toekomen. Ze zitten te staren naar hun computerscherm – naar elke sok, elke schoen, elk detail. Ze hebben alle collecties gezien. Zoiets verdooft je brein en daarom bouwen ze geen eigen wereld meer.” (Horyn, 2007, 121)

Ook Geert Bruloot stelt dat: *“... De studenten van nu willen erg graag deel uitmaken van de internationale stijl die je op het internet aantreft.”* (Horyn, 2007, 121)

2. De schaduw van de Antwerpse Zes+: de volgende golven Belgische ontwerpers

Terwijl de Antwerpse Zes+ eind jaren 80 hun eerste internationale successen boeken¹³, blijven de studenten aan de modeafdeling van de Academie toestromen. In de schaduw van het beginnende succes van hun voorgangers, timmeren de nieuwe alumni met veel moeite aan

¹³ Voor meer uitleg hierover: zie 3.2 De Antwerpse Zes+: het begin van de Belgische revolutie in het Parijse modeveld, op pagina 64.

een eigen weg. Aangezien er reeds zulk een sterke avant-garde aanwezig is in het Parijse modeveld, vinden ze het moeilijk zich een positie te veroveren. (Debo & Loppa, 2005, 145) Het feit dat zij door hun opleiding onvermijdelijk met de Antwerpse Zes+ worden geassocieerd, maakt het zoeken naar een eigen identiteit er niet eenvoudiger op.

Het tij lijkt te keren wanneer het avant-gardistische Britse *i-D Magazine* in 1988 vijf jonge afgestudeerden van de Antwerpse Academie (Patrick de Muynck, Karin Dupon, Lore Ongenaë, Katarina Vandenbossche en Peter Van de Velde) bombardeert tot *Furious Fashion Five*. (Debo, 2007) Wanneer Peter Van de Velde in een interview zegt dat: “... *the Belgian fashion industry owes a lot to Walter and the rest. ..., but now we have a chance to show what we can do.*” (Fresh force – fresher fashion from the Academy of Antwerp, 1988, 60) lijkt het of “*The Flemish fashion assault is now well underway.*” (Fresh force – fresher fashion from the Academy of Antwerp, 1988, 53) Ondanks *i-D*'s lovende benaming, hebben deze vijf ontwerpers vandaag de dag geen eigen collecties of leiden ze geen bekend modehuis.¹⁴

Op de tweede golf Belgische ontwerpers die internationaal doorbreken is het een tijdje wachten. *De Morgen* rapporteert in 1995 over het eindejaarsdefilé van de Academie: “... *het ziet er naar uit dat de nieuwe lichting het niet makkelijk zal krijgen om in de voetsporen van haar illustere voorgangers te treden. Het is immers al jaren volledig windstil in modeland.*” (De modemakers van morgen, 1995, 8) Tijdens de tweede helft van de jaren 90 is het echter zover.

Debo (2007, 40) stelt dat het Raf Simons is die de tweede generatie Belgische ontwerpers in Parijs aankondigt. Zijn eerste defilé gaf Simons in Milaan in 1995. Wanneer hij echter in 1997 de Italiaanse modestad inruilt voor Parijs, worden zijn collecties echte aandachtstrekkers. Hoewel Simons banden heeft met de Academie door zijn stage bij Walter Van Beirendonck en de mentale steun van Linda Loppa, is hij één van de eerste Belgische ontwerpers die succesvol is in Parijs zonder een diploma van de Antwerpse Academie.¹⁵ (figuur 22)¹⁶

¹⁴ Patrick de Muynck en Katarina Vandenbossche geven les aan het modedepartement van de Antwerpse Academie.

¹⁵ Raf Simons volgde een opleiding industriële vormgeving in Genk.

¹⁶ Figuur 22 vindt men op p. 87.

1997 is een topjaar voor de Belgen. Niet alleen verhuisde Simons zijn defilés van Milaan naar Parijs, ook Veronique Branquinho presenteerde haar eerste collectie in een Parijse galerij. Het succes was overweldigend. Branquinho verduidelijkt:

“Ach, die eerste keer, hoe zou ik dat kunnen vergeten? We hadden gehoopt op drie, vier klanten. We zaten zelfs op de grond bestelbonnen in te vullen.” (Windels, 2001, 119) En ook: *“We zagen ons verplicht de showroom twee dagen te vroeg te sluiten, uit schrik dat we productieproblemen zouden krijgen.”* (Windels, 2001, 120)

In 1997 toont naast Branquinho ook Olivier Theyskens zich voor het eerst aan de wereld in Parijs.¹⁷ Wanneer A.F. Vandevorst in 1998 en Patrick Van Ommeslaeghe, Bernard Wilhelm en Jurgi Persoons in 1999 hun eerste collectie showen in Parijs, is de tweede generatie Belgische ontwerpers compleet.¹⁸ (Debo, 2007) Wanneer *Vogue USA* de nieuwe lichting veelbelovende ontwerpers in beeld brengt, zijn hier A.F. Vandevorst, Olivier Theyskens, Josephus Timister en Veronique Branquihho bij. (The new guard, 2000) *Elle* schrijft in september 1998:

“Il y eut d’abord la première vague au milieu des années 80: ceux que l’on a appelés ‘les Six d’Anvers’, ... Et, cette année, plus de dix ans après, la deuxième vague déferle sur les podiums: Ann et Filip Vandervorst, Véronique Branquinho, Raf Simons, Jurgi Persoons. Des petits nouveaux qui s’annoncent aussi doués que leurs aînés.” (Le vent du Nord soufflé sur la mode, 1998, 161-162)

De tweede generatie Belgische ontwerpers werkt als een impuls voor jonge afgestudeerden van de Academie om ook hun kans te wagen in Parijs. Anno 2008, zijn er heel wat jonge alumni die hun collecties showen in Parijs. Een kort overzicht:

Haider Ackermann verlaat de Antwerpse Academie in 1997 zonder diploma. In oktober 2002 slaagt hij er echter in zijn eigen collectie te showen in Parijs. In 1998 studeren Marjolijn Van den Heuvel en Kris Van Assche samen af met Bernard Wilhelm. In tegenstelling tot Wilhelm,

¹⁷ Veronique Branquinho behaalde haar diploma aan de Antwerpse Academie in 1995. Olivier Theyskens studeerde tot januari 1997 aan de Brusselse modeschool La Cambre, waar hij echter niet afstudeerde.

¹⁸ Patrick Van Ommeslaeghe bahaalt zijn diploma aan de Antwerpse Academie in 1990, Filip Arickx en An Vandevorst van A.F. Vandevorst in 1991, Jurgi Persoons in 1992 en Bernard Wilhelm in 1998. Anno 2008 hebben enkel A.F. Vandevorst en Bernard Wilhelm nog een eigen collectie; Patrick Van Ommeslaeghe werkt voor Raf Simons en Jurgi Persoons heeft wegens economische redenen zijn collectie moeten stopzetten.

die een jaar later al een eigen collectie showt in Parijs, doen Van den Heuvel en Van Assche ervaring op bij geconsecreerde ontwerpers in Parijs. In respectievelijk 2003 en 2005 presenteren ze elk een eigen collectie in Parijs. Bruno Pieters, die afstudeert in 1999, toont in 2001 zijn eerste 'haute couture' collectie in Parijs. Sinds maart 2002 ontwerpt hij echter een eigen 'prêt-à-porter' collectie. Ook in 1999 studeert Angelo Figus af, die sinds 2000 in Parijs showt. 2000 was een vruchtbaar jaar: Christian Wijnants, Tom Notte en Bart Vandenbosch (Les Hommes) en Tim Van Steenberghe studeren af aan de Academie. In respectievelijk 2001, 2002 en 2002 presenteren ze hun eerste collecties in Parijs. Cathy Pill studeert in 2004 af aan de Brusselse school La Cambre en showt sinds 2006 haar eigen collectie in Parijs. (Figuur 13)¹⁹

Op 10 september 2003 publiceert *Weekend Knack*, in kader van de viering van 20 jaar *Mode dit is Belgisch*²⁰, een coverfoto waarop velen van de verschillende generaties Belgische ontwerpers geportretteerd worden. (figuur 8)²¹ Naast de Antwerpse Zes, zien we ook een aantal vertegenwoordigers van de tweede golf, zoals Veronique Branquinho en A.F. Vandevorst. De derde generatie wordt gerepresenteerd door Bruno Pieters, Tim Van Steenberghe en Haider Ackermann.



Figuur 8: Cover *Weekend Knack*, 20 jaar *Mode dit is Belgisch*. (Renson, 2003, 88)

¹⁹ Figuur 13 vindt men op pagina 72.

²⁰ Meer uitleg over de slogan *Mode dit is Belgisch* vindt men bij 3.1 Het Textielplan en het ITCB: hulp bij de eerste stappen, op pagina 60.

²¹ Van links naar rechts, bovenste rij: Walter Van Beirendonck, Marina Yee, Erik Verdonck, Dirk Bikkembergs, Filip Aricx, Dries Van Noten, Haider Ackermann, Veronique Branquinho en Xavier Delcour. Middelste rij: Dirk Van Saene, Tim Van Steenberghe, An Vandevorst, Ann Demeulemeester, Sami Tillouche en Veronique Leroy. Onderste rij: Bernard Wilhelm, Jean-Paul Knott, Jose Enrique Ona Selfa en Bruno Pieters.

3. De Antwerpse Zes+ na de Academie

3.1 Het Textielplan en het ITCB: hulp bij de eerste stappen

De jaren 70 zorgen voor een gunstig artistiek klimaat in Antwerpen, dat avant-garde producten voortbrengt zoals de Wide White Space galerie waar de kunstenaars Joseph Beuys, Marcel Broodthaers en Panamarenko tentoonstellen. Ook het succes van modeontwerpster Ann Salens - die met haar flamboyante ontwerpen de bijnaam 'paradijsvogel van de Belgische mode' krijgt – moet in dit veranderde artistieke klimaat worden geplaatst. Ondanks deze gunstige omgeving, blijft het concept van Belgische (of Antwerpse) mode onbestaande. (Debo, 2007, 36)

Dit zorgt ervoor dat Belgische merken tot begin jaren 80 meer exotische namen kiezen, zoals Oliver Strelli, Bartsons en Scapa of Schotland. (Debo, 2007, 36) Van Belgische ontwerpers die hun Belgische identiteit in de verf zetten is dus geen sprake. In combinatie met de crisis in de Belgische textielsector zorgt dit ervoor dat Willy Claes, toenmalige minister van Economische Zaken, in 1981 opdracht geeft tot het Textielplan. De uitvoering wordt in handen gegeven van het Instituut voor Textiel en Confectie van België (ITCB). (Renson, 2003)

Eén van de aandachtspunten van het ITCB is een commercieel project dat met gerichte campagnes de Belgische mode op de wereldkaart moet zetten. Helena Ravijst coördineert dit project. Het eerste wat Ravijst doet, is een denktank opstellen - *Club des Créateurs* - met een aantal ontwerpers van kledingmerken uit het subveld van de grootschalige productie. Zij bediscussiëren hoe men een imago kan creëren voor de Belgische mode in het binnen- en buitenland. (Renson, 2003, 88)

De denktank resulteert in twee initiatieven: de slogan *Mode dit is Belgisch* zou voor het juiste imago zorgen. Om dit imago uit te dragen werd in 1983 een magazine gesticht met dezelfde naam. Commerciële merken konden hun collecties opsturen. Om hier aantrekkelijke modeproducties mee te maken, huurde Ravijst een aantal jonge stylisten in die pas van de Antwerpse Academie waren afgestudeerd. Het zullen deze stylisten zijn die later de Antwerpse Zes+ gaan vormen. Het eerste nummer van *Mode dit is Belgisch* was waanzinnig populair; het ging 150.000 keer over de toonbank. (Renson, 2003, 90-92)

De confectiemerken waren echter niet altijd even tevreden met de styling van de toekomstige Antwerpse Zes+. Wanneer Dirk Bikkembergs bijvoorbeeld een kostuum openknipt en over

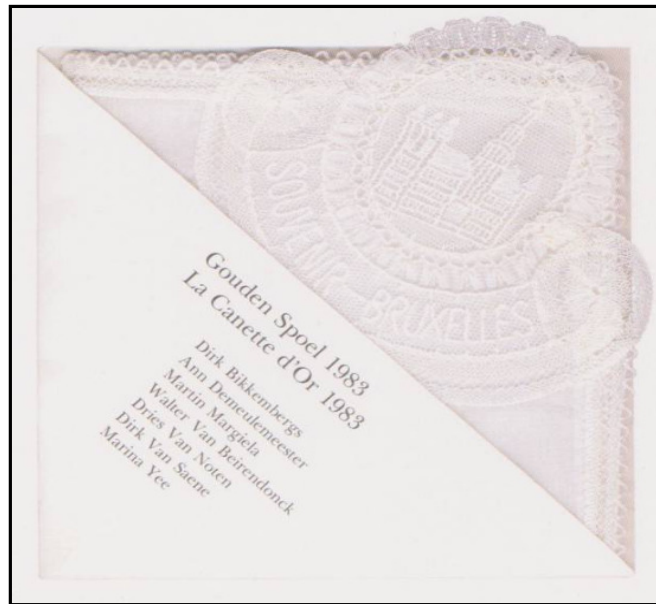
een mannequin drapeert, ontstaat er een schermutseling. Daarom krijgen de jonge stylisten in 1988 hun eigen magazine *BAM* (Belgische Avant-garde Mode) van het ITCB om hun vernieuwende ideeën in kwijt te raken. (Renson, 2003, 92)

Het tweede initiatief dat de *Club des Créateurs* uitwerkt, moet er voor zorgen dat de Belgische mode meer creatieve input krijgt. Aan talent was er geen gebrek, aangezien de Antwerpse Academie begin jaren 80 veel beloftevolle ontwerpers afleverde. Het probleem was dat zij geen fabrikant vonden die met hen in zee durfde gaan. (Renson, 2003) De jonge Dries Van Noten getuigt in *Knack*:

“Mijn eerste eigen collectie, ..., wordt in België gemaakt, zij het met stoffen uit het buitenland. Ik had liever met stof van hier gewerkt, maar dat bleek onmogelijk. De fabrikanten bij wie ik ging aankloppen verklaarden me voor gek. ‘U bent binnen het seizoen failliet! Wij gaan ons niet amuseren met hier en daar wat stoffen af te knippen van de rol!’ Dat zijn de Belgische stoffenfabrikanten.” (Kleren hoeven niet serieus te zijn: Het debuut van Dries Van Noten, 1982, 131)

Om het vertrouwen van de fabrikanten in de jonge ontwerpers te vergroten, organiseerde het ITCB sinds 1982 jaarlijks *De Gouden Spoel*-wedstrijd. (figuur 9) De voorwaarden om te mogen deelnemen waren: jonger dan 30 zijn, maximaal drie keer deelnemen en een creatieve en vooruitstrevende collectie tonen. (Renson, 2003, 92) De geselecteerde ontwerpers kregen de kans een collectie van 15 silhouetten tijdens een defilé te presenteren. De ontwerpen werden via overheidssteun gerealiseerd door Belgische fabrikanten. De winnaar²² kreeg een vergulde naald van een Singer-naaimachine. De echte waarde van het winnen van de wedstrijd was echter de persaandacht, bijvoorbeeld een reportage in het magazine *Mode dit is Belgisch*. (Renson, 2003, 92) De wedstrijd zorgt er niet alleen voor dat het vertrouwen van de textielindustrie groeit, maar ook dat de ontwerpers voor de eerste maal een enthousiast publiek voor hun creaties ervaren.

²² De opeenvolgende winnaars van *De Gouden Spoel*-wedstrijd zijn: Ann Demeulemeester, Dirk Van Saene, Dirk Bikkembergs, Pieter Coene, Véronique Leroy en Christophe Charon. (Debo, 2007, 38)



Figuur 9: Uitnodiging voor *De Gouden Spoel*-wedstrijd 1983. (6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement, 2007, 51)

Bij de tweede editie van *De Gouden Spoel* in 1983 werd de jury voorgezeten door de bekende Franse ontwerper Jean-Paul Gaultier. Hoewel Dirk Van Saene de wedstrijd won, was Gaultier zo onder de indruk van Martin Margiela's kunnen dat hij hem aanspoorde een eigen collectie te beginnen. Margiela zelf dacht eerder aan een stage bij Gaultier. Elisabeth Paillé, modejournaliste voor *Madame Figaro*, herinnert zich:

“Toen Martin solliciteerde voor een stage stuurde Gaultier hem terug naar huis. ‘Jij kunt onmiddellijk voor jezelf beginnen’, moet hij gezegd hebben. Maar Martin drong aan. Waarop Gaultier antwoordde: ‘Als je wil blijven, teken je niet voor zes maanden, maar wel voor vijf jaar.’ ” (Baelden, 2004, 120)

Uiteindelijk vertrekt Martin Margiela in 1984 naar Parijs om Gaultier te assisteren. Hij blijft er tot 1987; zijn eigen Maison Martin Margiela sticht hij in 1988. Oorspronkelijk waren de groep afgestudeerden van de Antwerpse Academie dus met zeven; sinds 1984 blijven ze met zes over.

Mary Prijot, de stichtster van het modedepartement van de Antwerpse Academie, stelt in 1984 dat: *“Pour moi, il n’y a pas encore de mode belge. Elle est trop jeune ...”* (Baudoux-Gérard, 1984, B70) Het ITCB wil hier verandering in brengen door ook in het buitenland het nieuwe imago van de Belgische mode in de verf te zetten. In 1984 vertrekt een delegatie van het ITCB samen met de jonge Antwerpse Zes voor de eerste maal naar Japan, waar zij hun

collecties presenteren tijdens een defilé. In 1985 trekken ze weer naar Japan en organiseren de Zes een groepsdefilé op de Scheldekaaien in Antwerpen. (Renson, 2003)

De Gouden Spoel-wedstrijden en de verschillende shows met de steun van het ITCB waren handige promotiemiddelen voor de Belgische mode. De jonge Antwerpse Zes+ konden hier echter niet van leven. Velen van hen deden commercieel werk. Zo hebben Ann Demeulemeester, Martin Margiela, Walter Van Beirendonck en Dirk Van Saene voor het Belgische regenmantelmerk Bartsons getekend. Demeulemeester en Van Beirendonck werkten ook een tijdje als stylist voor het weekblad *Flair*. In 1985 begint Van Beirendonck ook les te geven aan het modedepartement van de Antwerpse Academie. Dirk Van Saene opent vlak na zijn afstuderen in 1981 de boetiek Beauty's and Heroes in Antwerpen. Dirk Bikkembergs lanceert, naast enkele commerciële opdrachten, met succes een schoenencollectie in 1986. Dries Van Noten werkt al sinds 1982 langzaam aan een eigen volwaardige collectie, hoewel hij dit combineert met commercieel werk voor bijvoorbeeld het kinderkledingmerk Sowa en Tricosport. (Modestylist in België, 1986, 4) Vroeg in hun carrière worden de Antwerpse Zes+ reeds geconfronteerd met het spanningsveld tussen de niet-onmiddellijk economische rendabiliteit van hun avant-garde creaties en de klinkklare munt van het commerciële werk uit het veld van de grootschalige productie.

Ondanks de steun die de Zes+ krijgen van meerdere personen uit het modeveld, zijn er ook heftige kritieken op hun werk. Mary Prijot, hun voormalige docente, zegt bijvoorbeeld in 1984 over de laureaten van *De Gouden Spoel*: “... je ne suis pas d'accord avec les extravagances de certains de leur modèles. ... C'était dingue! Choquer n'est pas difficile. C'est trop gratuit!” (Baudoux-Gérard, 1984, B68) De Antwerpse Zes+ zijn echter vastberaden hun idealen door te drijven. Walter Van Beirendonck zegt over het begin van de Belgische mode: “Uiteindelijk hebben wij de eerste aanzet gegeven, door rotsvast te geloven in onze droom.” (Baelden, 2005, 16) Ook Geert Bruloot, één van de eerste financiers en promotoren van de Zes, stelt: “De overheidssteun van het ITCB was erg belangrijk, maar het is vooral hun doorzettingsvermogen en hun zakelijk inzicht die hen groot hebben gemaakt.” (Renson, 2003, 94)

Mede door het geld dat ze hebben gespaard met hun commercieel werk en door het imago van de Belgische mode dat zij hebben opgebouwd met de steun van het ITCB, lijden de Antwerpse Zes geen onoverkomelijk verlies wanneer begin jaren 90 duidelijk wordt dat het ITCB zijn voortrekkersrol verloren heeft en de vzw wordt opgedoekt. Hoewel de slogan *Mode*

dit is Belgisch in licentie wordt genomen door *Roularta*²³ (Renson, 2003, 92), verdwijnt samen met het Textielplan en het ITCB, ook *De Gouden Spoel*-wedstrijd in 1991.

De Antwerpse Zes waren de hulp van het ITCB dan misschien ontgroeid, voor de nieuwe lichting afgestudeerden van de Antwerpse Academie betekende de verdwijning van de steun van het ITCB dat er minder kansen waren om de eerste stappen in het modeveld te zetten. Hoewel ze ongetwijfeld de kans hadden om te profiteren van het grote symbolische kapitaal dat een studie aan de Antwerpse Academie en het bijhorende Belgische imago begin jaren 90 verleent, is de opdoeking van het ITCB en de verschillende bijhorende initiatieven één van de redenen waarom de tweede generatie Belgische ontwerpers zo lang op zich heeft laten wachten.

Het textielplan en de uitvoering ervan door het ITCB waren initiatieven uit het politieke veld. *De Gouden Spoel*-wedstrijden en het magazine *Mode dit is Belgisch* hebben er niet voor gezorgd dat de eerste generatie Belgen naar het centrum van het modeveld werd gekatapulteerd. Wel hebben deze initiatieven een ‘faciliterende’ werking gehad op de eerste stappen van de Antwerpse Zes+ in het brede modeveld. Bourdieu argumenteert echter dat het modeveld geregeerd wordt door de strijd om kapitaal. De initiatieven van het ITCB tonen echter aan dat deze strijd beïnvloed kan worden vanuit het politieke veld. Er kan meer bepaald beïnvloed worden welke ontwerpers er aan de veldslag kunnen deelnemen. Een cultuurbeleid in het modeveld blijkt dus mogelijk te zijn, hoewel er in de casus van het ITCB enkel een impact was in de marge van het modeveld.

3.2 Het begin van de Belgische revolutie in het Parijse modeveld

3.2.1 De Zes in Londen (1986-1988)

In maart 1986 kondigt de 27-jarige Dries Van Noten, als toonbeeld van de avant-garde ontwerper met weinig economisch kapitaal, aan in *de Morgen*: “*Volgende week gaan we dus naar Londen, we hebben er een groepsstand van de Zes van Antwerpen. ... We hebben één mannequin voor ons samen, we trachten het zo goedkoop mogelijk te doen.*” (Modestylist in België, 1986, 4)

Het is in Londen dat de benaming voor deze groep heterogene, jonge ontwerpers bedacht werd. De spelers in het Londense modeveld struikelden namelijk over de moeilijk

²³ Door deze licentie brengt *Weekend Knack* (deel van *Roularta*) halfjaarlijks een editie uit met de titel *Mode dit is Belgisch*.

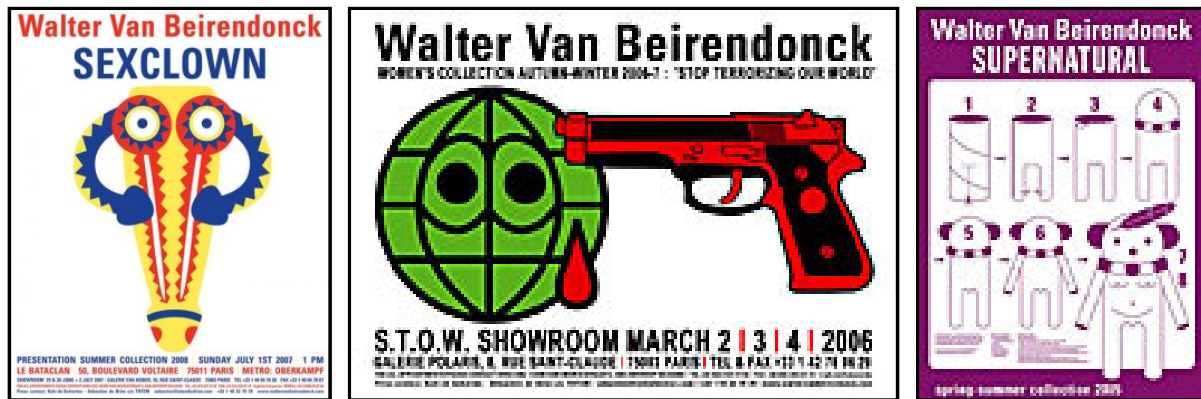
uitspreekbare Vlaamse namen; een groepsnaam was handiger. Nadien hebben de Antwerpse Zes bewust gekozen om zich met deze naam te blijven profileren in het modeveld. Als aan Walter Van Beirendonck wordt gevraagd of de groepsnaam een bewuste keuze was, antwoordt hij: *“Ja, op dat moment kende niemand de Academie. Er was toen nog geen enkele Belgische ontwerper die internationaal iets te betekenen had. Wij moesten onszelf situeren, door telkens weer hetzelfde verhaaltje af te dreunen. En net dat heeft volgens mij zoveel impact gehad.”* (Baelden, 2005, 16)

De toenmalige promotor van de Zes, Geert Bruloot, herinnert zich de eerste trip naar Londen nog levendig: *“Ik voelde dat de tijd rijp was om de grenzen over te steken en naar Londen te trekken. Walter wilde meteen mee. Dries ook. En voor ik het wist, ging de hele bende mee.”* (Renson, 2003, 94)

Ze huurden een vrachtwagen bij het ITCB en trokken richting British Designer Show; een modebeurs in Londen. Het eerste jaar werden ze wat stiefmoederlijk behandeld. Zo kregen de Zes bijvoorbeeld een plaats toegewezen op de bovenste verdieping tussen de trouwkleiding. Zich er van bewust hoe belangrijk de eerste indruk is om de kernspelers van het modeveld te overtuigen van hun kunde, zorgden de Zes voor een overweldigende stand.

“The young Belgian designers, from their earliest, painfully penny-pinching days, have made a vital priority of presentation – understanding that designing beautiful clothes is only half the battle for fledglings. Catching the world’s attention is the other half. ... They caught it by carefully investing in ... crowd-drawing stands and the eye-grabbing invitations.” (Revenge of the Antwerp Six, 1987, 29)

Veel aandacht besteden aan de uitnodigingen voor defilés en presentaties doen de Zes vandaag nog steeds. (figuur 10)

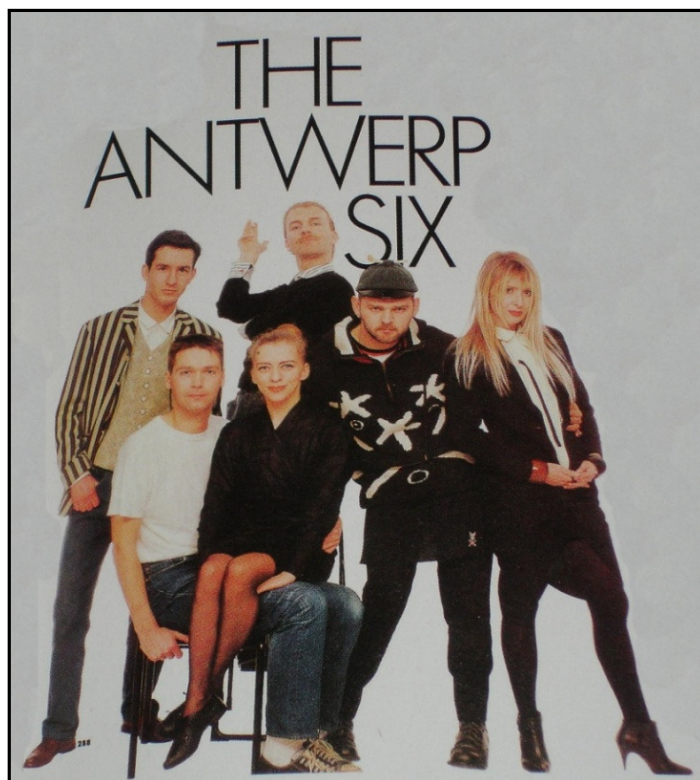


Figuur 10: Uitnodigingen voor de presentaties in Parijs van de collecties zomer 2008, winter 2007/2008 en zomer 2005 van Walter Van Beirendonck. (Collections, n.d.)

Dat een aantal belangrijke spelers in het modeveld de Zes opgemerkt hadden, werd duidelijk toen ze bij de eerste presentatie in Londen een aantal machtige inkopers binnenhaalden, zoals Barney's in New York. Bruloot getuigt: *“Hoe komt het dat we jullie nooit eerder te zien kregen?” was de vraag die ons de hele tijd gesteld werd. Iedereen is toen met veel bestelbonnen teruggekeerd. Euforisch waren we.*” (Renson, 2003, 94)

In 1987 keerden ze terug naar Londen. De aandacht van het vorige jaar vertaalde zich in een betere standplaats. De inkopers bleven maar komen. Zo kan Van Noten in 1987 bijvoorbeeld reeds Barney's, Bergdorf's en Bloomingdale's in New York en Liberty in Londen tot zijn klanten rekenen. Dirk Bikkembergs verkocht zijn 1987-collectie dan weer in 50 verschillende winkels, verspreid over 13 landen. (Revenge of the Antwerp Six, 1987, 24-28) De buitenlandse pers vond op deze manier ook gemakkelijker de weg naar hun creaties. (figuur 11) *De Morgen* rapporteert op 1 oktober 1987:

“In Engeland is de doorbraak het opvallendst. De Engelse editie van ‘Elle’ heeft deze maand verscheidene dubbele pagina's gewijd aan ‘de zes van Antwerpen’...” En ook: *“Het toonaangevende Amerikaanse modedag(!)blad ‘Women's Wear Daily (WWD)’ was enkele dagen geleden ook in Antwerpen voor een preview van de zomerkollekties van de zes.”* (Govaerts, 1987, 25)



Figuur 11: Groepsfoto²⁴ van de Antwerpse Zes uit 1988 in *Elle USA*. (Bogart, 1988, 288)

3.2.2 De Zes in Parijs (1988 - ...)

In 1988 geven de Antwerpse Zes hun eerste defilé in Londen en wagen ze de sprong naar Parijs met een groeppresentatie van hun collecties in hotel St. James & Albany. (Govaerts, 2003) De aanval op het Parijse modeveld in groep, zorgde ervoor dat de Zes – net als in Londen – aanvankelijk geconcipieerd werden als een homogeen geheel. Benamingen zoals *le Six d’Anvers* en *Les gens du Nord* kwamen bijvoorbeeld veelvuldig voor.

“Presenting these designers as a group, as the “Antwerp Six” or “the Belgians” indeed overlooks their individual styles and identities. Where content, form and image are concerned, it can be difficult to find something they share in common.” (Debo & Loppa, 2005, 144)

Na deze gezamenlijke presentatie in Parijs begon, druppelsgewijs, ieder met een eigen defilé in Parijs. Dirk Bikkembergs houdt zijn eerste defilé in Parijs in 1989, Dirk Van Saene in 1990. Ann Demeulemeester en Dries Van Noten in 1991. De reden waarom Van Noten, die

²⁴ Van links naar rechts: Dries Van Noten, Dirk Bikkembergs, Ann Demeulemeester, Dirk Van Saene, Walter Van Beirendonck en Marina Yee.

de andere Belgische ontwerpers overtrof in verkoopcijfers, relatief laat naar Parijs trekt om te defileren heeft deels te maken met de enorme financiële kost van het openen, in 1989, van zijn *flagship store* Het Modepaleis in de Antwerpse Nationalestraat. Walter Van Beirendonck showde voor de eerste maal in 1995 in Parijs. Hij herinnert zich:

“Paradise Pleasure Productions was my first show in Paris. Everyone in the show was covered in very brightly coloured latex. On top was all the collection ... Due to the styling and the whole look of it being so extreme, people were really shocked.” (Anderson, 2003, 112)

Het eerste defilé voor hun vrouwencollecties houden Van Noten en Bikkembergs in 1993. Demeulemeester, die zich voorheen focuste op haar vrouwencollectie, showt vanaf 1996 haar mannencollectie in Parijs.

Vanaf het moment dat de eerste Belgische defilés in Parijs gelopen worden, steken meer en meer berichten de kop op waarin één van de leden van de Zes zich tracht te distantiëren van de groep, om zo de individuele stijl te benadrukken. *Jardin des Modes* rapporteert in december/januari 1990-1991:

“Le groupe des Six ne formait alors un groupe que pour des raisons purement matérielles: ne louer qu’un camion et un seul stand pour leurs premiers salons, ... Aujourd’hui, chacun assure que le groupe n’a jamais existé autrement qu’en cela, que chacun développe un style bien particulier, ...” (Tout beau... Tout Belge, 1990-1991, 85)

Hoewel de groep zich niet meer als een geheel profileert, beschrijft de pers hen tot op een zekere hoogte wel nog altijd zo. Het afstand nemen van elkaar betekent echter niet dat, als ze elkaar weerzien, het gemeenschappelijke verleden vergeten wordt. Walter Van Beirendonck zegt in 2005: *“Als wij van de Zes elkaar nog eens tegenkomen, dan halen we altijd herinneringen op over hoe we leefden voor de mode.”* (Baelden, 2005, 20)

3.2.3 Martin Margiela

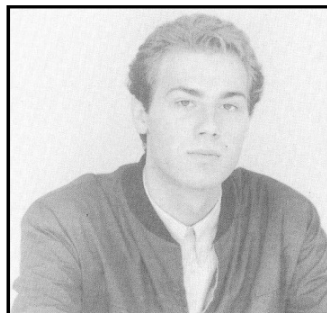
Martin Margiela, die de groep verliet in 1984, had ondertussen zijn assistentschap bij Jean-Paul Gaultier opgegeven. In 1988, het jaar waarin de Antwerpse Zes hun eerste presentatie hielden in Parijs, stichtte hij samen met zijn financiële partner Jenny Meirens het Maison Martin Margiela. In de herfst van 1989 is het zover: de eerste collectie wordt geshowd in Parijs. De locatie, uitnodiging en sfeer zijn onmiddellijk toonaangevend voor Margiela's

verdere deconstructie creaties.²⁵ Verschillende elementen die vandaag de dag nog altijd Margiela's *griffe* bepalen - zoals verkopers in witte laboratoriumjassen, uitgerafelde naden, bouwvallige defilélocaties en het weigeren van het geven van interviews of zichzelf te laten fotograferen - zijn reeds bij zijn eerste collecties aanwezig. *De Standaard* rapporteert:

“Tussen de glitter-invitaties van de Franse createurs stak ook een ruw afgescheurd stuk krantepapier. En onder de rubriek ‘divers’ het rood omcirkelde bericht dat Martin Margiela zijn wintercollectie toont ... in een oude (bioskoop?)zaal ...” En: *“De kelderruimte is afgeplakt met plastic en bruin plakband en er staat een orkestje (als decor) op het podium. ... mensen ... gekleed in witte laboratoriumjassen, dirigeren een delicate stoelendans om iedereen een plaatsje te geven.”* En ook: *“Vestjes met grote verfplekken worden voor de gelegenheid aan trui en rok geplakt met bruin kleefband, ...”* (Herten, 1989, 10)

“The sensation he caused surprised even himself and everyone else involved ... At the moment ... Margiela refuses to give interviews or do photo sessions. He believes the time for designers to be superstars is over ...” (Jones, 1989, 59)

Geen enkele speler in het modeveld – zijn financiers uitgezonderd – weet, sinds Margiela's eerste collectie, hoe deze Belgische ontwerper er uit ziet. De enige foto die van hem te vinden is, dateert van 1983. Hij deed toen nog commercieel werk in België. (figuur 12)



Figuur 12: Martin Margiela in 1983. (Buyck, 1983, 125)

Een assistent van Maison Martin Margiela in Parijs legde me de weigering van de ontwerper uit: *“Hij houdt zich niet verborgen om mysterieus te zijn, hij vindt gewoon dat er niets gezegd moet worden. Hij heeft niets over zichzelf te zeggen.”*

²⁵ Met deconstructie in de mode wordt niet enkel het in vraag stellen en herwerken van bestaande kledij bedoeld, maar ook het herwerken, ‘uiteenrafelen’ van het idee mode; van mode als systeem. Martin Margiela wordt algemeen beschouwd als de meest zuivere, radicale deconstructie-ontwerper. (Vinken, 2007, 211)

Margiela's eerste deconstructiecollecties tonen duidelijk aan wat Bourdieu (1981b) bedoelt met het resoneren van een partiële revolutie in het modeveld met veranderingen extern aan het modeveld. Een aantal journalisten verbindt Margiela's deconstructietechnieken met het uiteenvallen van het politieke veld eind jaren 80. Volgens hen verwijst Margiela naar het verbrokkelen van Oost-Europa wanneer hij zijn show organiseert in een verwoest gebouw in Parijs. (6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement, 2007, 91)

In tegenstelling tot zijn Antwerpse collega's, die het Parijse modeveld eerder langzaam moesten warm maken voor hun avant-garde creaties, creëerde Margiela vanaf het prille begin van zijn collecties een vloedgolf van prijzende commentaren. *i-D Magazine* schreef: "*In the autumn of 1989, Martin Margiela, a relatively unknown Belgian designer, produced the most exciting show of the Paris season.*" (Jones, 1989, 59)

Met Martin Margiela en de Antwerpse Zes in Parijs, was de eerste golf Belgische ontwerpers voltallig. In de beginjaren van de defilés in Parijs – tot het moment dat sommige van hen het niveau van consecratie bereikten - deelden de Antwerpse Zes+ volgende karakterisering: "*This was the backside, the recycled, throwaway fashion, an underground phenomenon, the underdog ...*" (Debo & Loppa, 2005, 143)

4. De legitimatie van de Belgen in Parijs

In navolging van Kawamura (2004), zullen voornamelijk de legitimatiemechanismen - die uiteindelijk leiden tot wereldwijde erkenning - van Belgische ontwerpers in het Parijse modeveld onderzocht worden.

4.1 De wederzijdse afhankelijkheid

Vinken (2007, 211) argumenteert dat de Belgen in Parijs verschenen op het moment dat het Parijse modemonopolie op zijn einde liep. Tijdens de jaren 80 was Parijs het machtigste modesubveld. De Antwerpse Zes+ maken echter midden jaren 90, toen het subveld een crisismoment doormaakte (Steele, 1999), furore in Parijs. (figuur 13)

Steele (1999) argumenteert dat Parijs zich staande hield mede door het aantrekken van een aantal van de beste niet-Franse ontwerpers. Het imago van het toenmalige modesubveld werd uitgedragen door een aantal sterk verouderde, geconsecreeerde ontwerpers. (Crane, 1997) Bovendien is Parijs een diep geïnstitutionaliseerd modeveld dat bij een in vraag stelling van haar macht nood heeft aan innovatie. Suzy Menkes, zeer machtige modejournaliste voor *The*

International Herald Tribune, stelt “*creativiteit is de navelstreng van de mode*” (Murk, 1999, 46) en een veld dat er niet in slaagt deze creativiteit en innovatie te tonen, verliest aan legitimiteit.

Vernieuwing in een veld doet zich voor als gevolg van de strijd tussen het geconsecreerde en de avant-garde. (Bourdieu, 1981b) Met de komst van de Antwerpse Zes+ zorgt het scheppen van nieuwe waarden voor de legitimiteit van specifiek kapitaal, bijvoorbeeld door de techniek van de deconstructie, voor een gezagsondermijning van “*les détenteurs de la légitimité*” (Bourdieu, 1981b, 199). Door de bedreiging die de Belgische avant-garde ontwerpers uitoefenen, wakkert de strijd om ‘fashion capital’ of het veldspecifieke kapitaal van het modeveld (Entwistle & Rocamora, 2006) aan. Parijs kan zo haar innovatiegehalte vergroten en zich redden uit haar legitimiteitscrisis.

De relatie tussen Parijs en de eerste generatie Belgen was echter geen eenrichtingsverkeer. De Antwerpse Zes+ kiezen Parijs om hun collecties aan de wereld te tonen, omdat ze menen dat dit subveld hen meer ‘fashion capital’ zal opleveren dan bijvoorbeeld Londen of hun thuisstad Antwerpen. Als een stad een epicentrum van de mode wil worden, moet het elk seizoen duizenden modejournalisten, inkopers, ... aantrekken. Om dit te doen, is een goed gestructureerde organisatie van het veld noodzakelijk. (Kawamura, 2004, 98) Het is juist deze organisatie dat de meeste steden - Parijs uitgezonderd - missen.

Om er voor te zorgen dat hun bekendheid verder reikt dan België, hebben de Antwerpse Zes+ een kanaal nodig waarmee ze de wereld bereiken. Dit kanaal is het Parijse modeveld en haar Federatie. Men mag namelijk niet vergeten dat, ondanks de vele cyclische legitimatie problemen van het Parijse modeveld, het subveld altijd geslaagd is in het bewaren van haar machtige positie mede door haar sterke institutionalisering via de Federatie. Bovendien waren de Antwerpse Zes+ opgeleid in een Academie waar Parijs als het belangrijkste modeveld werd aanzien (Debo, 2007) en bewonderden ze ontwerpers, zoals Kawakubo en Gaultier, die machtige posities in het Parijse modeveld veroverd hadden .

Het Parijse modesubveld en de Antwerpse Zes+ waren dus wederzijds afhankelijk van elkaar. Kawamura (2004, 39) verduidelijkt:

“Paris takes innovative designers so that it can remain the fashion capital while designers find Paris indispensable for receiving the worldwide attention and recognition necessary for legitimation in fashion worlds.”

Parijs had een verse lading avant-garde nodig om het veld te innoveren. Bovendien onderschrijven de Belgen met hun aanvaarding in het subveld de interne structuur ervan. Ze creëren een revolutie die zich binnen de grenzen van het veld afspeelt. De Antwerpse Zes+ hebben, om met Bourdieu (1981) te spreken, de doxische relatie tot het Parijse modesubveld aangegaan. Anderzijds maken de Belgen handig gebruik van het oude symbolische kapitaal dat Parijs zich toe-eigent, namelijk het machtigste subveld te zijn.

Ontwerpers	1 ^{ste} collectie in Parijs	Ontwerpers	1 ^{ste} collectie in Parijs
Dirk Bikkembergs *	1988	Josephus Thimister **	1997
Ann Demeulemeester	1988	Kaat Tilley *	1997
Walter Van Beirendonck	1988	A.F. Vandevorst	1998
Dries Van Noten	1988	Lieve Van Gorp **	1999
Dirk Van Saene	1988	Patrick Van Ommeslaeghe **	1999
Marina Yee **	1988	Bernard Wilhelm	1999
Maison Martin Margiela	1989	Angelo Figus	2000
Veronique Leroy	1991	Anna Heylen	2000
Sarah Corynen **	1993	Anke Loh	2000
Stephan Schneider	1994	Bruno Pieters	2001
Xavier Delcour	1995	Haider Ackermann	2002
Christophe Charon	1996	Les Hommes	2002
Dirk Schönberger **	1996	Tim Van Steenberghe *	2002
Veronique Branquinho	1997	Marjolijn Van den Heuvel	2003
Christoph Broich **	1997	Christian Wijnants	2004
Raf Simons	1997	Peter Pilotto *	2005
Olivier Theyskens **	1997	Kris Van Assche	2005
		Cathy Pill	2006

*: Deze ontwerpers tonen hun collecties niet meer in Parijs, maar in een ander modesubveld.

** : Deze ontwerpers zijn gestopt met hun eigen collectie.

█ Lid van de Federatie, anno 2008. Cathy Pill en Maison Martin Margiela zijn gastleden van de ‘haute couture’ afdeling. Margiela ontwerpt ook ‘prêt-à-porter’, Pill niet. (Couturiers and fashion designers, n.d.)

█ Geen lid van de Federatie. Deze ontwerpers staan wel op de officiële kalender van de Federatie in maart 2008.

Figuur 13: De eerste collecties van Belgische ontwerpers in Parijs. (Baelden, 2005; Belgische ontwerpers in het buitenland, 2003; Brouns, 2007; Denolf, 2006; Kemps, 1998; Menkes, 1998; Renson, 2002; Windels, 2001, 2007, 2008)

4.2 Waarom werden de Antwerpse Zes+ als innovatief beschouwd?

Crane (1997, 411) stelt in haar studie van innovatie in de Franse *high fashion* industrie dat kleine modebedrijven (zoals deze van de Antwerpse Zes+ begin jaren 90) meer kans hebben om als innovatief ervaren te worden door journalisten en inkopers als de instapkosten in het veld vrij laag zijn en het aantal concurrenten klein. Vernieuwende modehuizen, die het Parijse modesubveld zijn binnengedrongen toen de instapkosten nog niet zo hoog waren als vandaag de dag, hebben hun symbolisch kapitaal kunnen omzetten naar economisch kapitaal zonder veel van hun innovatiegehalte te moeten inboeten. Crane (1997) argumenteert ook dat het voornamelijk niet-Franse modehuizen zijn die zich in deze situatie bevonden.

Hoewel het aantal nieuwe ontwerpers dat het Parijse modeveld binnendrong tijdens de eerste helft van de jaren 80 het grootst was en het aantal sindsdien gedaald is (Crane, 1997, 406), meen ik dat de Antwerpse Zes+ nog juist op tijd waren met het zich veroveren van een plaatsje in Parijs. Toen Margiela en Bikkembergs in 1989, Van Saene in 1990 en Van Noten en Demeulemeester in 1991 hun eerste collectie defileerden in Parijs, moesten ze weliswaar meer strijd leveren om als innovatief te worden aanzien dan bijvoorbeeld Kawakubo en Yamamoto midden jaren 80, toch waren de instapkosten niet zo hoog dat hun avant-garde karakter belemmerd werd.

De volgende golven Belgische ontwerpers in Parijs worden wél geconfronteerd met erg hoge instapkosten, wat hen meer doet focussen op de draagbaarheid van hun creaties. (Crane, 1997) Walter Van Beirendonck stelt:

“... ik heb de indruk dat studenten tegenwoordig sowieso gematigder zijn. ... houdt me niet tegen kritiek te geven op jonge mensen die er niet voor durven gaan. Zelfs op oud-studenten die te veel nadenken, en misschien moeten nadenken om te overleven. En daardoor minder risico's durven nemen. Wat zich dan manifesteert in hun collectie.” (Baelden, 2005, 22)

Bovendien is de concurrentie eind jaren 90 veel groter geworden. Een groot deel van het modeveld wordt beheerst door luxeconglomeraten (Murphy, 2003, 10) en er zijn veel meer ontwerpers dan enkele decennia geleden, zo argumenteert Lydia Kamitsis, conservator van het Musée de la Mode et du Textile in Parijs. (Baelden, 2004, 48)

Ondanks het feit dat Parijs eind jaren 90 weinig bedreiging ervaart van andere subvelden, blijft het jonge ontwerpers aantrekken om het innovatiegehalte van het subveld op peil te houden. Jaques Moulinier, voormalige president van de Federatie, zegt in 1995 dat: *“The*

grand couturiers have reached the respectable age of sixty to seventy. The young designers are all by now between forty-five and fifty, and there's nobody behind them. So, we have got to find new people." (Deeny, 1995, 20)

De tweede generatie Belgen houdt zich klaar in de startblokken. Zij zullen diegenen zijn die de wens van Moulinier mee vervullen, ondanks het feit dat het algemene klimaat in het modesubveld minder uitnodigend is dan bij de start van de Antwerpse Zes+. De nieuwe generatie bespeelt de structuren van het Parijse modeveld echter handig, door bijvoorbeeld prestigieuze modewedstrijden te winnen, waardoor ze zowel economisch als symbolisch kapitaal vergaren. (figuur 14)

ANDAM	Moët Fashion Award	Swiss Textile Award
1989: M. Margiela	2000: V. Branquinho	2003: R. Simons
1991: V. Leroy	2001: B. Wilhelm	2004: H. Ackermann
1994: V. Leroy	Vénus de la Mode	2005: C. Wijnants
1999: P. Van Ommeslaeghe	1998: A.F. Vandevorst	2006: B. Pieters
2005: B. Wilhelm	Festival de Hyères	C DFA
2006: C. Wijnants	1995: X. Delcour	2007: D. Van Noten
2007: B. Pieters	2000: A. Loh	
VH1	2001: C. Wijnants	
1998: V. Branquinho		

Figuur 14: Belgische winnaars van belangrijke modeprijzen. (Belgische ontwerpers in het buitenland, 2003; Brouns, 2007; Denolf, 2006, Kemps, 1998, Windels, 2001, 2008; ...)

4.3 Marginaliteit als voordeel

In 1988 geven de Antwerpse Zes hun eerste groepspresentatie in Parijs en wordt het Maison Martin Margiela opgericht. Tot dan "*... kwam België in Frankrijk, het land dat staat voor het summum van elegantie, ... enkel ter sprake in grappen. De combinatie Vlaanderen en mode klonk er tot in de jaren 90 als een contradictie in terminis.*" (Vinken, 2007, 211)

Het succes van de Japanse ontwerpers in Parijs begin jaren 80 is niet enkel te wijten aan de kleding die ze ontwierpen, maar ook aan hun status als modeoutsiders. (Kawamura, 2004) Ook bij de Antwerpse Zes+ zal hun onmodieuze afkomst een voordeel worden. Zo zegt Bikkembergs in 1988 dat juist omdat ze geen wortels in het Parijse modeveld hebben, ze zich

onderscheiden van andere ontwerpers. (Bogart, 1988, 290) De Antwerpse Zes+ doen dit wel in mindere mate dan de Japanse ontwerpers in Parijs, die ook nog eens gebruik maken van hun niet-westers zijn. (Kawamura, 2004) Toch konden ze terugvallen op hun buitenlandse nationaliteit die voorheen niets te maken had met het Parijse modesubveld. Dit merken we bijvoorbeeld door het constante vermelden van de nationaliteit van de Antwerpse Zes+ in de pers.

De eerste generatie is zich erg bewust van hun afkomst, die er aanvankelijk voor zorgde dat ze als outsiders in het veld werden beschouwd. Hierdoor willen ze zich bewijzen in het Parijse subveld. Marina Yee spreekt voor de groep, wanneer ze zegt: *“We’re running and running as if there’s something bothering us – because were from Antwerp. We have something to prove.”* (Bogart, 1988, 290)

Na hun eerste defilés in Parijs, wilden de Antwerpse Zes+ zich echter distantiëren van de groep om de individualiteit van hun collecties te onderstrepen. *“The Belgian movement is dead, it’s founders say emphatically; they want to be considered as individuals.”* (Spindler, 1993, 98) Ondanks het feit dat journalisten na enige collecties inzien dat de verschillen groter zijn dan de gelijkenissen (Tout beau... Tout Belge, 1990-1991, 85), blijven ze de Belgische nationaliteit en hieraan gekoppeld de opleiding aan de Antwerpse Academie aanhalen. De Zes+ verzetten zich hier tegen. Zo zegt Dirk Bikkembergs: *“We don’t want to be labeled ‘Antwerpian designers’. A simple European will do.”* (Bogart, 1988, 290) Hun verzet blijkt geen impact te hebben, aangezien de pers systematisch de nationaliteitskaart trekt.

Naarmate de modeafdeling van de Antwerpse Academie groeit in naamsbekendheid, studeren er steeds meer buitenlandse studenten. Algemeen wordt aangenomen dat, ondanks hun niet-Belgische nationaliteit, zij de stempel van de Academie in hun werk dragen. Hierdoor worden zij steeds voorgesteld aan de wereld als de nieuwste Belgen in Parijs. Een aantal van hen houden niet van het label dat hen wordt opgekleefd. Zo getuigt Bernard Wilhelm (Duitser): *“Ik wil nergens thuishoren en zeker niet in Antwerpen.”* (Brouns, 2007, 18) Belangrijke modespelers herinneren het publiek er echter vaak aan dat ze te maken hebben met een Belgische ontwerper, zoals gebeurt met Haider Ackermann (Frans-Columbiaans) en Stephan Schneider (Duitser). (Brouns, 2007)

Hoezeer sommige ontwerpers de link met België ook mogen ontkennen, *“their heritage is their very strength and weapon in Paris.”* (Kawamura, 2004, 97) Het symbolisch kapitaal dat een opleiding aan de Antwerpse Academie oplevert aan jonge ontwerpers is groot. Bovendien

zorgt deze opleiding ook voor sociaal kapitaal, wat valt af te lezen uit de verschillende directe en indirecte professionele banden die Belgische ontwerpers in Parijs met elkaar hebben.²⁶ (figuur 22) Vooral een opleiding aan de Antwerpse Academie maakt een ontwerper tot Belgische ontwerper, in meerdere mate dan nationaliteit.²⁷

Naarmate meer en meer Belgische ontwerpers het Parijse modeveld binnendringen, zal hun nationaliteit en opleiding aan de Antwerpse Academie echter minder effectief worden. Voor de nieuwste generaties Belgen in Parijs is het marginaliteitvoordeel wegvallen. Ze kunnen echter teren op een groot symbolisch en sociaal kapitaal gegeneerd door hun voorgangers, dat met de juiste bespeling van het subveld omgezet kan worden in economisch kapitaal.

4.4 Belgische avant-garde: vroeger en nu

Crane (1987, 1) definieert de term avant-garde als volgt: *“The term ‘avant-garde’ implies a cohesive group of artists who have a strong commitment to iconoclastic aesthetic values and who reject both popular culture and middle-class lifestyle.”* Kawamura (2004, 129) voegt hier nog aan toe: *“They are generally in opposition to dominant social values or established artistic conventions.”*

Crane (1987, 14) stelt dat een kunstbeweging als avant-garde kan worden beschouwd, wanneer het voldoet aan drie criteria: het herdefiniëren van artistieke conventies, het gebruiken van nieuwe materialen en technieken en het herdefiniëren van de natuur van het kunstwerk zelf. Wanneer we deze drie criteria toepassen op de eerste golf Belgische ontwerpers in Parijs, merken we dat de Antwerpse Zes+ kunnen beschouwd worden als avant-garde.

De eerste generatie Belgen in Parijs, werden allen beschouwd als vertegenwoordigers van de deconstructiebeweging in de mode (Spindler, 1993), met als meest radicale deconstructivist Martin Margiela. (Vinken, 2007) *“Their subsequent successes ruptured the close-knit kabel of the fashion establishment in Paris, ...”* (Spindler, 1993, 9)

De geschiedenis van de notie deconstructie in de mode is terug te voeren tot de tweede collectie van Martin Margiela in 1989. Het magazine *Details* gebruikte de term voor de eerste maal om Margiela's creaties te beschrijven. (6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement,

²⁶ Voor meer uitleg over de de directe en indirecte professionele banden tussen Belgische ontwerpers: zie pagina 86 en verder.

²⁷ Voor het belang van de Academie in het gepercipieerd worden als Belgische ontwerper, verwijst ik naar het voorbeeld van Veronique Leroy op pagina 88.

2007) Nadien werd het overgebracht naar de collecties van andere leden van de Antwerpse Zes+, om uiteindelijk te eindigen als een soort containerbegrip voor alles wat de extravagantie van het toenmalige Parijse modesubveld in vraag stelde. De populariteit van deconstructie en de bijhorende Antwerpse ontwerpers werd nog vergroot wanneer: *“Karl Lagerfeld borrows from deconstructionism for his haute couture collection,... This, in turn, leads to new respect for the Belgians.”* (Spindler, 1993, 9)

De Belgische deconstructivisten voldoen aan de eisen van Crane (1987, 14) om als avant-garde bestempeld te worden. Een voorbeeld van de eerste eis, namelijk dat de artistieke conventies in vraag gesteld worden, vinden we bij Martin Margiela die in 1989 een hele hetze veroorzaakt met een jasje waar de mouwen aangeknoopt moeten worden. (Spindler, 1993, 1) Ook Margiela's bekende schoenen (figuur 15) zijn een in vraagstelling van wat algemeen beschouwd wordt als een schoen. Avant-garde ontwerpers creëren soms ook kleding die anti-hegemonische interpretaties van de rol van vrouwen en vrouwelijkheid impliceren. (Crane, 2000, 157) Ann Demeulemeester is hier begin jaren 90 een voorbeeld van met haar rebelse collecties, die de klassieke artistieke en esthetische conventies omtrent vrouwelijkheid in vraag te stellen in een tijdperk waar nauw aansluitende rokken en sexy mantelpakken het modebeeld domineren. (figuur 16)



Figuur 15: Martin Margiela's tabi-schoenen, 1991. (6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement, 2007, 220)

Figuur 16: Ann Demeulemeester, collectie 2006. (Horyn, 2006, 243)

De tweede eis van Crane (1987, 14) is het gebruik van nieuwe materialen en technieken. Weer is Martin Margiela een uitstekend voorbeeld met: *“Mr. Margiela’s first show was in a Paris parking garage. Models ... walked through red paint and left gory footprints across white paper, Mr. Margiela used the footprinted paper to make his next collection.”* (Spindler, 1993, 98) Ook Walter Van Beirendonck gebruikt materialen die voorheen weinig gezien werden op catwalks, zoals rubber en latex. (Anderson, 2003)

Ten slotte moet ook de natuur van het kunstwerk, in dit geval de mode, geherdefinieerd worden. Vinken (2007, 211) stelt over Margiela: *“Men kan zijn werkwijze opvatten als een negatieve esthetiek, als een ontkenningstrategie ten opzichte van de mode; of men kan ze – wat volgens mij juister is – opvatten als een deconstructie van het modesysteem.”* Het Parijse modeveld van begin jaren 90 wordt geherdefinieerd, wat we bijvoorbeeld merken aan de kritiek op het gebruik van wereldberoemde topmodellen om de collecties te showen. Dit zien we niet alleen bij Margiela die zijn modellen vaak met zwart geschilderde strook rond de ogen de catwalk opstuurt, maar ook bij Dirk Van Saene en Walter Van Beirendonck. Laatstgenoemde stuurde zijn modellen bijvoorbeeld geblinddoekt de catwalk op, waardoor ze allemaal van het podium tussen het publiek en de journalisten vielen. (Anderson, 2003)

Ook Martin Margiela’s defilés vormen een uitdaging van het subveld; zij worden altijd gehouden op de meest atypische locaties voor het Parijse modesubveld. Een oude garage en een vierdewereld buurt in Noord-Parijs zijn enkele voorbeelden. Margiela’s kritiek op de extravagante shows die de meeste ontwerpers in het Parijse modeveld houden, wordt ook gereflecteerd in de keuze van boetieks. Zijn mannenwinkel in Parijs is bijvoorbeeld opgetrokken in een oud, bouwvallig pand (figuur 17). Wel is het gelegen in het 1^{ste} arrondissement, in een chique buurt van Parijs. In deze boetiek zien we de spanning tussen het avant-gardistische artistieke en het economische veld belichaamd, of in Bourdieu’s termen fysiek gerealiseerd of geobjectiveerd. (Bourdieu, 1993, 161)



Figuur 17: Ingang boetiek Maison Martin Margiela, Hommes Paris. Gelegen in de rue de Montpensier, vlakbij rue St-Honoré. (Eigen foto op 8 april 2008)

Crane's criteria voor avant-garde kunst handelen echter over zuivere kunstbewegingen, die niet zoals het modeveld een positie innemen tussen het artistieke veld en het economische veld. (Bourdieu & Delsaut, 1975) Daarom moeten we haar definitie - voor het modeveld - herzien. De economische kant van de collecties van avant-garde ontwerpers moet in rekening worden gebracht.²⁸ Hier hangt mee samen dat avant-garde ontwerpers, als zij financieel willen overleven in het Parijse modeveld, aanvaard moeten worden door het subveld. Avant-garde ontwerpers moeten zich dus onderwerpen aan de regels van het veld.

Bourdieu (1992) zou een belangrijk criterium aan Crane's definitie toevoegen. Hij beschouwt de avant-garde niet als een essentialistisch gegeven. Bourdieu beschrijft avant-garde als volgt: *“une notion essentiellement relationnelle ... et définissable seulement à l'échelle d'un champ à un moment déterminé.”* (Bourdieu, 1992, 350) Wanneer we dus willen onderzoeken of de Antwerpse Zes+ als avant-garde ontwerpers werden beschouwd bij het binnentreden van het Parijse modeveld, moeten we in rekening brengen hoe dit subveld er op dat moment uitzag.

Tijdens hun studie aan de Antwerpse Academie, haasten de Antwerpse Zes+ zich tijdens de defiléseizoenen naar Parijs. Daar zagen ze: *“... every excess of the '80s played out on the runways and in the streets of Paris. The power suits. The gold buttons. The designer logos plastered on everything. ... If that was the future of fashion, few of the Academy group wanted it.”* (Spindler, 1993, 9)

²⁸ Voor meer informatie over de economische evolutie van de Belgische avant-garde ontwerpers, zie pagina 89 en verder.

Door hun radicale omkering van de verwachtingen van dit Parijse modeveld in de jaren 80, zullen de Antwerpse Zes en Martin Margiela een shockeffect teweegbrengen met hun eerste collecties. Wanneer Crane (2000, 155) het werk van de Antwerpse Zes+ beschrijft, gebruikt ze de woorden “*pauperist style*”, omdat ze gebruik maken van te kleine broeken, gerimpelde jassen en jurken, kapot gescheurde materialen en slecht afgewerkte knoopsgaten. (Sepulchre, 1992, 61). Deze stijl staat haaks op de toenmalige tendensen in het Parijse modeveld waar - ondanks de Japanse avant-garde aanwezigheid (Kawamura, 2004) - het gebruik van luxueuze stoffen, designerlogo's, wereldberoemde topmodellen en designers met sterrenstatus overheerste.

Wanneer de volgende generaties druppelsgewijs Parijs binnentreden, zal steeds de vraag worden gesteld of dit nu ook Belgische avant-garde ontwerpers zijn. Zij zullen het echter veel moeilijker hebben dan hun voorgangers zich zo te profileren, aangezien het subveld reeds doordrongen is van Belgische avant-garde en haar deconstructiebeweging. Wanneer Veronique Branquinho en A.F. Vandevorst bijvoorbeeld eind jaren 90 hun eerste collectie voorstellen in Parijs is deconstructiemode al lang doorgedrongen, zowel in het veld van de beperkte modeproductie als in het veld van de grootschalige productie. *Women's Wear Daily* stelt zich de vraag ‘Is Belgian avant-garde out of fashion?’. (Murphy, 2003) Dries Van Noten zegt hierop: “*The industry has changed; before there was a need to shock. Now it seems more interesting to create beautiful – not experimental – garments.*” (Murphy, 2003, 10) Martin Margiela besluit: “*We find that the term ‘avant-garde’ no longer is!*” (Murphy, 2007b, 91)

4.5 De habitus van Belgische ontwerpers

Zoals voorheen reeds vermeld, stelt Bourdieu (1981b, 200) dat een revolutie in een bepaald veld de synchronisatie is van een interne revolutie en veranderingen die zich extern aan het veld voordoen. Bourdieu & Delsaut (1975, 32) menen dat de capaciteit van ontwerpers om te reageren op deze externe ontwikkelingen gerelateerd is aan het totale ‘trajectoire’ van deze ontwerpers. Ze stellen dat de habitus van bepaalde ontwerpers hen meer in staat stelt dan andere ontwerpers om de veranderingen extern aan het veld ‘aan te voelen’, juist omdat ze vanwege hun achtergrond meer voeling hebben met ontwikkelingen extern aan het modeveld. (Robbins, 2000, 89)

De partiële revolutie die de eerste generatie Belgen veroorzaken in het Parijse modesubveld, is niet enkel te wijten aan het feit dat hun collecties en defilés haaks op de extravagantie van het toenmalige Parijse modeveld staan. We moeten ons ook afvragen hoe het komt dat juist

deze ontwerpers zulk een ander modebeeld voorstellen. Het 'trajectoire' van de eerste generatie Belgen kan hier een antwoord op bieden.

De eerste generatie Belgen groeide op in een land dat geen enkele reputatie had op modevlak. Mensen verwerven de disposities, waaruit de habitus bestaat, door een proces van lichamelijke internalisering. Hiervoor is de kindertijd van groot belang. (Jenkins, 1992). De Antwerpse Zes+ werden tijdens hun opgroeien geconfronteerd met andere velden dan het modeveld. De verwerving van deze disposities zal ervoor zorgen dat, zoals in het eerste hoofdstuk van deel drie besproken werd, de eerste generatie Belgen tijdens hun opleiding aan de Academie hun ogen op de wereld gericht hield. De opkomende punk- en straatcultuur in Londen en New York eiste veel van hun aandacht. Het citaat van Ann Demeulemeester - "*All these things were happening, punk in London, and she was living in her Chanel, off-white world.*" (Horyn, 2006, 244) - toont aan dat de jonge Antwerpse Zes+ zich storen aan het feit dat de docenten van de Academie enkel binnen de grenzen van het Parijse modeveld op zoek willen gaan naar inspiratie voor collecties. Deze bekommernis met gebeurtenissen extern aan het modeveld hebben de Antwerpse Zes+ uitgebouwd aan de Academie en zullen ze heel hun verdere carrière bij zich dragen. Dit zal zich vertalen in de innovatie van het Parijse modesubveld door externe veranderingen aan het subveld in hun modecollecties te assimileren.

Wanneer de Antwerpse Zes+ het Parijse modesubveld binnentreden, zal de groepshabitus van belang zijn. Bourdieu (1980) stelt dat personen binnen een groep (een positie binnen een veld) aspecten van elkaars gedrag opmerken die aanduiden dat men dezelfde of een verschillende sociale origine heeft als de andere personen. Een groep bestaat veelal uit individuen die hetzelfde sociaal traject hebben afgelegd. Dit is bij de Antwerpse Zes+ niet anders. Allen zijn ze afkomstig uit Vlaanderen en hebben ze gelijktijdig aan dezelfde modeschool gestudeerd. We kunnen dus stellen dat, ondanks het feit dat Martin Margiela alleen naar Parijs vertrekt, de 6+ aanvankelijk hetzelfde 'trajectoire' hebben doorlopen. Dit zal er toe bijdragen dat niet alleen zichzelf, maar ook de kernspelers in het Parijse modesubveld hen als een groep erkennen. Na de eerste defilés in Parijs, komen echter de berichten dat de leden zich willen distantiëren van de groep. Aangezien het gedeelde 'trajectoire' echter nooit verdwijnt, zal de groeuhabitus niet volledig verbrokkelen. Dit is bijvoorbeeld te merken aan het blijvende vermelden van nationaliteit en opleiding aan de Antwerpse Academie door journalisten.

Bourdieu (1979) meent dat de relatie tussen beginpunt en huidige sociale positie variabel is, zodat er enig verschil kan zijn tussen de afgelegde sociale trajecten van individuen binnen een groep. Ik stel dat het langdurige verblijf van een aantal leden van de Zes+ in het Parijse modesubveld voor een uiteenlopend ‘trajectoire’ heeft gezorgd. De groepshabitus mag dan niet volledig verdwenen zijn, er zijn wel serieuze letsels aan toegebracht. Dit merken we bijvoorbeeld aan het verschil in consecratieniveau tussen de Antwerpse Zes+ in Parijs.²⁹

Wanneer één van de Antwerpse Zes+ - Walter Van Beirendonck - in 1985 aan de Academie begint les te geven, zullen de ideeën van het creëren van een mode die veranderingen in het brede maatschappelijke veld in collecties vertaalt een soort identiteit van het modedepartement van de Academie worden.³⁰ De volgende generaties Belgische ontwerpers in Parijs zullen bijna allen in deze school opgeleid worden of via directe professionele banden beïnvloed worden door gediplomeerden van de Antwerpse Academie. (figuur 22) De instroom in het Parijse modesubveld van ontwerpers die externe ontwikkelingen in hun collecties verwerken, wordt hierdoor relatief constant.

Het succes van de verschillende generaties Belgen in Parijs, is dus deels te wijten aan het ‘in tune’ zijn met ontwikkelingen extern aan het modeveld. Een aantal journalisten stelt bijvoorbeeld dat Martin Margiela in zijn eerste collecties het verval in het politieke veld van eind jaren 80 assimileerde. (6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement, 2007, 91) Ann Demeulemeester zou dan weer de notie ‘gender’ in twijfel trekken met haar mix van mannelijke en vrouwelijke stijlelementen. Walter Van Beirendonck speelt in zijn laatste collecties met het opkomende transhumanistische gedachtegoed. Hij getuigt:

“...digital bodies – imagining that the physical body would not be there anymore and you are only the thoughts in your head and your brain, with your body existing only in the digital world. I like that kind of thinking.” (Anderson, 2003, 109)

Ondanks de vele voorbeelden van Belgische ontwerpers die veranderingen intern en extern aan het modeveld synchroniseren in hun collecties, is er geen onderzoek gebeurd naar exact

²⁹ Voor meer uitleg over dit verschil in legitimatieniveau, verwijs ik naar pagina 89.

³⁰ Ik verwijs naar het citaat van Linda Loppa (Windels, 1996, 92) op pagina 55 en het citaat uit de informatiebrochure van de Antwerpse Academie voor internationale studenten (Fashion department, Royal Academy of Fine Arts, Hogeschool Antwerpen, n.d.) op pagina 55.

welke externe veranderingen aan het modeveld de verschillende generaties Belgen in hun modecollecties verwerken.

4.6 Mode als kunst bij de Belgen in Parijs

Crane (1993, 17) stelt: “*After World War I, the development of a fashion world in Paris that was linked to the highly prestigious art world by social contracts and mutual influence contributed to a substantial increase in the status of the fashion designer ... For instance designers collaborated with ... artists: Chanel created costumes for major playwrights, Schiaparelli designed clothes with Dali, ...*”

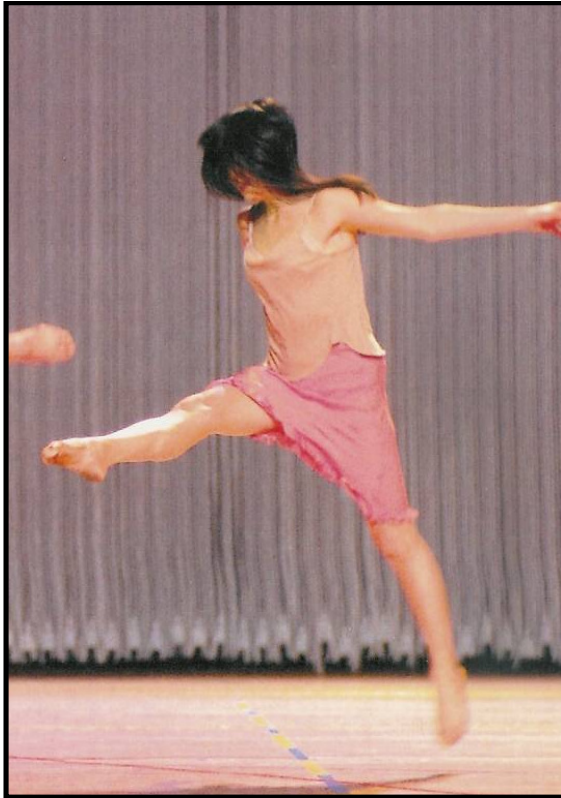
Door hun samenwerking met gelegitimeerde kunstenaars, slaagde een aantal naoorlogse ontwerpers er in hun symbolisch kapitaal zo te verhogen dat men er van uit ging dat de creaties die ze verkochten ook kunstwerken waren. Ontwerpers namen dus een deel van het charisma van de gelegitimeerde kunstenaar over. (Crane, 2000) Deze status van mode als kunst was een karakteristiek van de ‘haute couture’ en wordt vandaag de dag ook toegepast door vele (niet) coutureontwerpers. (Crane, 2000, 152)

McRobbie (1998, 64-65) volgt Bourdieu (1993d) en beaamt Crane (2000) wanneer ze stelt dat het associëren van mode met kunst een manier is om het symbolisch en cultureel kapitaal van de legitieme kunstwerken over te brengen naar modeartikelen. Ontwerpers trachten hun status en die van hun creaties dus te verhogen door zich te associëren met legitieme kunstvormen.

Deze verbintenis tussen mode en legitieme kunst is, na WO I, diep in het Parijse modeveld binnengedrongen. Rocamora’s studie (2002b) van het gehanteerde discours in *Le Monde* is hier een voorbeeld van. *Le Monde*, een belangrijk instituut van consecratie, stelt ontwerpers in het Parijse modesubveld voor als “*artists whose creations belong to the field of high art*” (Rocamora, 2002b, 85).

Belgische ontwerpers in het Parijse modesubveld maken ook gebruik van de associatie met legitieme kunstvormen om zichzelf en hun creaties meer symbolisch kapitaal te verlenen. Ann Demeulemeester ontwierp haar collectie van zomer 2000 samen met de Amerikaanse ‘pop art’-kunstenaar Jim Dine. (Horyn, 2006) Dries Van Noten ontwierp kostuums voor moderne dansstukken van het dansgezelschap Rosas; *Just before* in 1997, *Drumming* in 1998 en *Rain* in 2001. (figuur 18 en 19) Walter Van Beirendonck tekende dan weer kostuums voor *Not Strictly Rubens*, een klassiek balletstuk van het Ballet van Vlaanderen in 2003. (figuur 20 en 21) Verder zijn heel wat Belgische ontwerpers ook actief in de kunstwereld door bijvoorbeeld

curator te zijn van tentoonstellingen, die niet noodzakelijk over mode gaan. Zo is Raf Simons bijvoorbeeld in 2003 curator van de tentoonstellingen *The fourth sex: The extreme territory of adolescence* in Firenze en *Guided by heroes* in Hasselt. Ook werkt hij in 2000 als consultant voor een Antwerpse kunsthandelaar. (Denolf, 2006) Anderen werpen zich dan weer op als legitieme kunstverkoper. Walter Van Beirendonck en Dirk Van Saene zijn hier een voorbeeld van door in hun winkel in Antwerpen installaties te verkopen van beginnende kunstenaars. (Baelden en Van Dyck, 2003, 16)



Figuur 18: Dries Van Noten voor Rosas, *Rain* 2001. (Rosas/Anne Teresa De Keersmaeker, 2002, 222)

Figuur 19: Dries Van Noten voor Rosas, *Drumming* 1998. (Rosas/Anne Teresa De Keersmaeker, 2002, 192)



Figuur 20 en 21: Walter Van Beirendonck voor Ballet van Vlaanderen, *Not Strictly Rubens* 2003. Fotograaf Lieselot Vandenberghe.

Ondanks deze collaboraties met de legitieme kunstwereld die het symbolisch kapitaal van de Belgen in Parijs verhogen en de ontwerpers gepercipieerd doet worden als kunstenaars, verwerpen de meeste Belgen in Parijs het idee dat mode een kunstvorm is en dat zij kunstenaars zijn. Martin Margiela stelt bijvoorbeeld reeds in 1983: *“Ik heb er een hekel aan dat mode wel eens met kunst wordt vergeleken. Die pretentie mag een ontwerper niet hebben. ... Ik ontwerp kleren om gedragen te worden.”* (Buyck, 1983, 126) Ook Dirk van Saene getuigt: *“Kunst. Die term is de laatste tijd wel erg misbruikt. Te pas en te onpas wordt de link met mode gelegd, en dat is irritant. Het is een cliché geworden. ... Die vermenging van mode en kunst is te alomtegenwoordig en meestal werkt het niet.”* (De Potter, 1999, 38) Hierin schuilt waarschijnlijk de verwerping van vele Belgische ontwerpers mode als een kunstvorm te zien: het is een geconsecreerde praktijk geworden.

De associatie tussen mode en kunst gaat echter niet volledig uit van de ontwerpers zelf. Ook het publiek legt vaak de link tussen beiden. Bourdieu (1979) stelt dat we het maken van deze associatie kunnen relateren aan de sociale klasse van dat publiek. Zo zal een handarbeider geneigd zijn een conventionele emotionele of ethische reactie te geven bij het zien van een bepaalde foto of schilderij en geen esthetisch oordeel. Het andere uiteinde van de sociale

ladder - de (petit) bourgeoisie - zal bij het zien van dezelfde foto of schilderij stellen dat het gelijkenissen vertoont met geconsecreerde films, theaterstukken, ...

Het publiek van het veld van de beperkte (mode)productie is vaak deze (petit) bourgeoisie. Vandaar dat associaties tussen mode en kunst ook opgeroepen worden. De avant-garde kunstenaars zijn het met de haut bourgeoisie eens over het feit dat ze de naïviteit van het gewone volk boven de pretentie van de petit bourgeoisie waarderen, zo stelt Bourdieu (1979). Avant-garde kunstenaars gaan de onbestaande pretenties van het gewone volk iets van kunst af te weten, als een verdienste beschouwen. Wanneer we dit nu toepassen op het Parijse modesubveld, kunnen we stellen dat de Belgische avant-garde ontwerpers de pretentieuze petit bourgeois gelijkstelling tussen mode en kunst verwerpen, om zo mode weer te deconstrueren naar een gebruiksvoorwerp dat past in "... *'the culture of necessity'* that Bourdieu attributes to the working class." (Crane, 2000, 40)

Paradoxaal genoeg zijn het deze Belgische avant-garde ontwerpers - die mode veelal beschouwen als een gebruiksvoorwerp - die het onderwerp zijn van vele internationale tentoonstellingen.

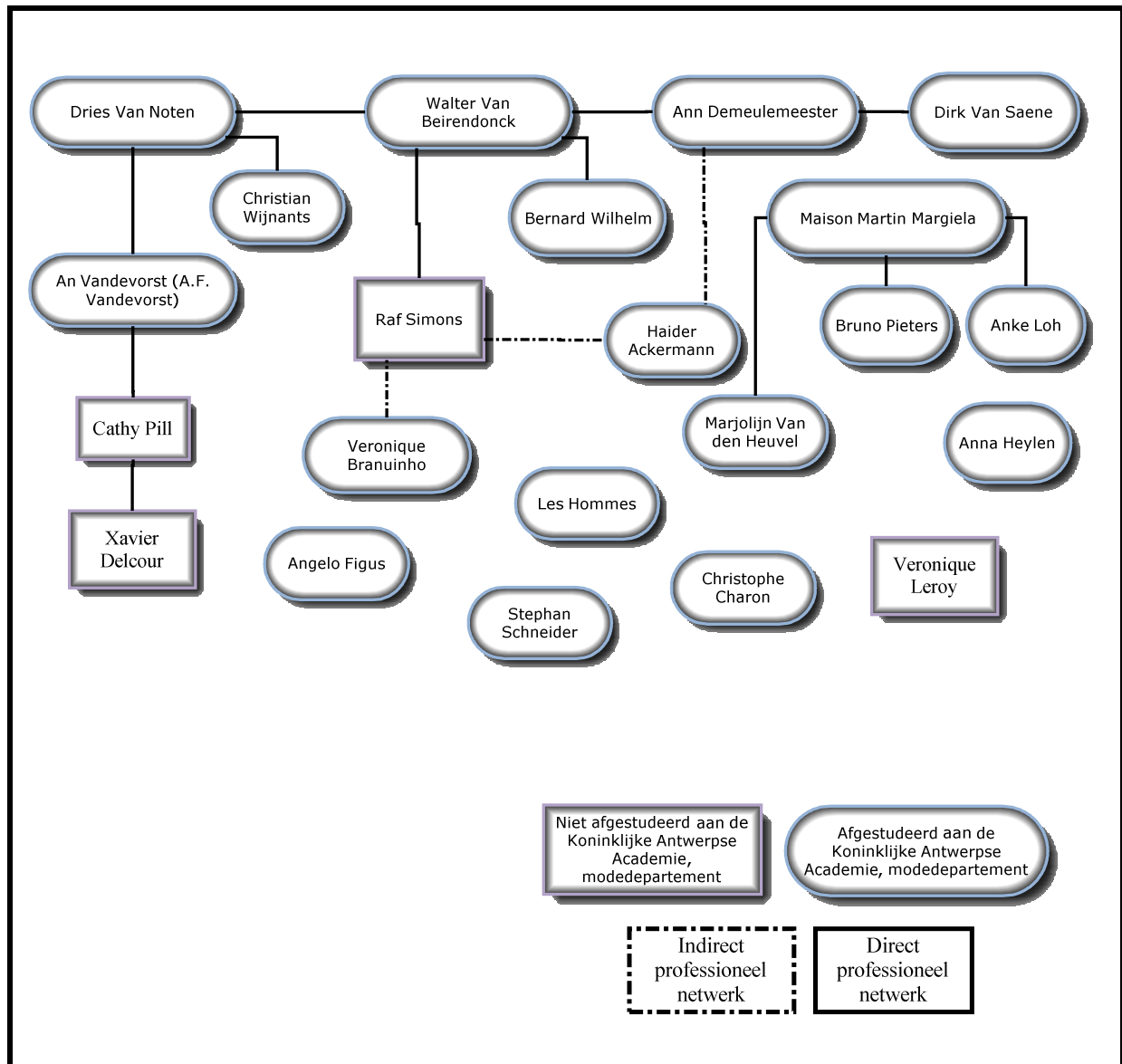
4.7 Het (in)formele netwerk tussen Belgische ontwerpers in Parijs³¹

Zoals hierboven reeds vermeld, zijn er meerdere generaties Belgische ontwerpers in het Parijse modesubveld. Na de Antwerpse Zes+, blijven er steeds nieuwe Belgen binnendruppelen in het subveld. We kunnen formele en informele banden ontdekken tussen de Belgen in Parijs; sommigen door een schoolnetwerk, anderen door een (in)direct professioneel netwerk. Figuur 22 maakt duidelijk dat de kernposities in het netwerk worden ingenomen door Dries Van Noten, Walter Van Beirendonck en Martin Margiela. De sterkste link tussen de verschillende ontwerpers is hun opleiding aan de Antwerpse Academie.

Margiela, Van Beirendonck en Van Noten zorgen voor een direct professioneel netwerk voor heel wat jonge ontwerpers die hun kans willen wagen in Parijs. Door hen een stage of assistentschap aan te bieden, leert men de regels van het spel. Bovendien vergaren de jongelingen ook heel wat verschillende soorten kapitaal door te werk gesteld te worden door hun mentoren. Niet alleen kunnen ze bijvoorbeeld sparen voor de financiering van hun eerste

³¹ De structuur van het (in)formele netwerk van de Belgische ontwerpers in Parijs, is gebaseerd op Kawamura (2004, 101).

collectie, ook op symbolisch en sociaal vlak brengen Margiela, Van Beirendonck en Van Noten veel bij aan hun stagairs en assistenten.



Figuur 22: Professioneel en schoolnetwerk bij Belgische ontwerpers in Parijs, 2008. (Belgische ontwerpers in het buitenland, 2003; Denolf, 2006; Renson, 2002; Windels, 2001, 2008; ...)

Zowel Christian Wijnants (stelde in 2004 zijn eigen collectie voor in Parijs) als An Vandevorst (trad samen met haar partner Filip Arickx in 1998 het Parijse modeveld binnen met A.F. Vandevorst) waren langere tijd assistent bij Dries Van Noten. Vandevorst herinnert zich: *“Ik had een erg nauwe band met Dries, en ik stelde het almaar uit, dat moment om het hem te vertellen. Hij zat gewoon voor zich uit te staren. ... Dries heeft ons daarna flink*

geholpen. Niet financieel, dat verwachtte ik ook niet. Maar hij kende wel veel fabrikanten en hij is zo lief geweest zijn adressenlijst door te spelen.” (Windels, 2001, 11)

Bernard Wilhelm die, naast een stage bij Van Beirendonck, ook bij Alexander McQueen werkte in Londen, stelt: *“Misschien was het belangrijkste toen dat ik de volledige afloop van een collectie meemaakte. Ik zag dat er stoffen binnenkwamen, en enkele maanden later zag ik die stoffen in een collectie. Ik maakte zelfs de defilés mee. En als ik eerlijk mag zijn, wist ik toen al dat ook ik zo’n leven zou aankunnen. Dus vond ik dat ik het moest proberen.”* (Windels, 2001, 38)

Een goed voorbeeld om het belang te duiden van een studie aan de Antwerpse Academie voor het uitbouwen van de verschillende kapitaalsoorten, is Veronique Leroy; een Luikse ontwerpster die haar diploma behaald heeft aan Studio Berçot in Parijs. Loppa stelt dat de Academie jonge afgestudeerden helpt stageplaatsen te vinden bij bekende ontwerpers (Murk, 1999, 42); vaak zijn deze ontwerpers oud-studenten. Veronique Leroy heeft niet aan de Academie gestudeerd en dit merken we aan de stijl van haar ontwerpen en aan haar assistentschappen: Azzedine Alaïa en Martine Sitbon. Niet alleen is het sociaal kapitaal van de Antwerpse Academie - dat we kunnen omschrijven als het beschikbaar zijn van hulpbronnen door het bezit van een netwerk van relaties van onderlinge erkentelijkheid (Bourdieu, 1989c) - onbestaande bij Leroy, ook leveren haar assistentschappen haar geen specifiek ‘Belgisch avant-garde’ symbolisch kapitaal op. Dit resulteert uiteindelijk in de benaming: *“Leroy is ... on-Belgisch”* (Belgische ontwerpers in het buitenland, 2003, 306) Een opleiding aan de Antwerpse Academie draagt dus in meerdere mate dan nationaliteit bij aan het gepercipieerd worden als Belgische ontwerper.

Buiten deze formele relaties tussen Belgen in Parijs, zijn er ook een aantal informele relaties die hun stempel drukken op het succes van de Belgen. Raf Simons moedigde Haider Ackermann bijvoorbeeld aan zijn eigen collectie te starten door hem in contact te brengen met zijn persagent (Renson, 2002, 35), op dezelfde wijze zoals Linda Loppa ooit Simons op weg hielp naar een eigen collectie. (Denolf, 2006)

Een ander voorbeeld is Veronique Branquinho. Zij had bij de lancering van haar collectie in 1997 een liefdesrelatie met Raf Simons. Branquinho getuigt:

“Ik heb ook veel van hem geleerd, gewoon door te zien hoe hij op korte tijd een firma heeft opgebouwd. De zakelijke aspecten van de modewereld heb ik via hem snel leren kennen.” En

ook: “Ik heb veel aan hem te danken, hij motiveert en stimuleert me enorm, en dat wil ik niet wegstoppen.” (Kemps, 1998, 42)

Het netwerk dat Belgische ontwerpers in Parijs delen, zorgt ervoor dat de jonge generatie snel kan opklimmen in het veld. Zo zijn bijvoorbeeld Veronique Branquinho (indirect professioneel verband met Raf Simons), Bruno Pieters (assistent van Martin Margiela), Cathy Pill (stagiaire bij A.F. Vandevorst), A.F. Vandevorst (An Vandevorst was assistente van Dries Van Noten) en Bernard Wilhelm (stagiair bij Walter Van Beirendonck) leden van de Federatie. (figuur 13)

5. Graden van legitimatie in het Parijse modesubveld: drie typen³²

Zolberg & Cherbo (2000) stellen dat het onderscheid tussen insider en outsider in de artistieke wereld multigelaagd en multidimensioneel is geworden. Daarom moet het onderscheid tussen insider- en outsiderposities niet gemaakt worden op basis van het soort positie, maar wel op basis van de graad van insider- of outsiderstatus. Zolberg & Cherbo (2000) beamen Bourdieu wanneer ze schrijven dat de scheidingslijn tussen een positie binnen en buiten het veld bepaald wordt door status en legitimatie.

De typologieën die ik maak voor de Belgische ontwerpers in Parijs tonen de graad van de insiderpositie in het Parijse modesubveld aan. Kawamura (2004, 111) omschrijft vier maatstaven waaraan deze legitimatiegraad kan worden afgewogen.

- 1) Lidmaatschap van de Federatie
- 2) Het ontwerpen van getranssubstantieerde producten
- 3) Onderwerp zijn van tentoonstellingen
- 4) Het winnen van prestigieuze modeprijzen

Op basis van deze maatstaven onderscheid ik drie typen Belgische ontwerpers in Parijs: geconsecreerd, semigeconsecreerd en niet-geconsecreerd.

5.1 Geconsecreerde Belgen in Parijs

5.1.1 Lidmaatschap van de Federatie

Ann Demeulemeester, Martin Margiela en Dries Van Noten zijn officiële leden van de Federatie. (figuur 13) Dit is het hoogste niveau van consecratie dat een ontwerper in het

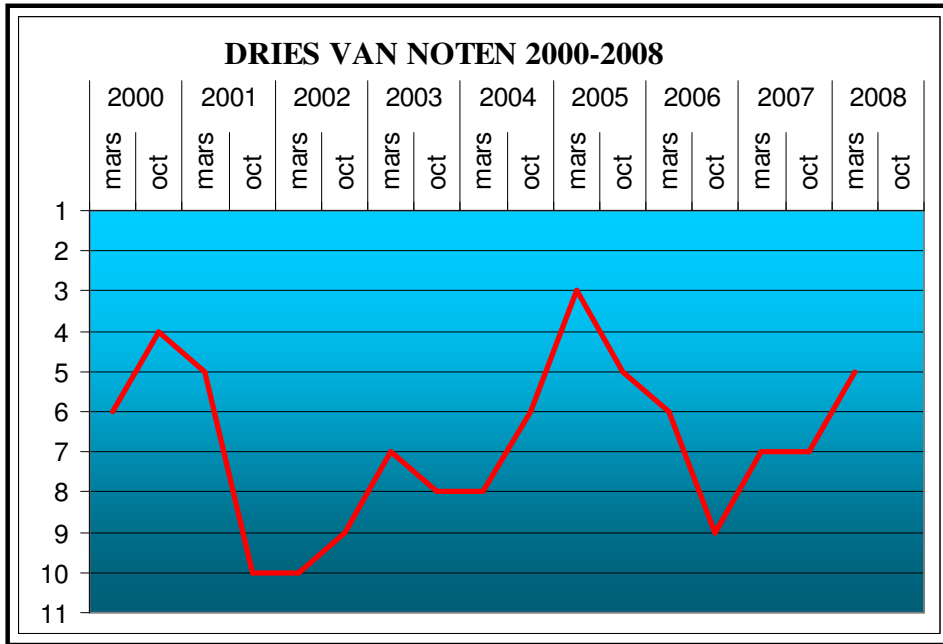
³² De onderverdeling van Belgische ontwerpers in Parijs op basis van consecratiegraad werd geïnspireerd door Kawamura's (2004) onderverdeling van de Japanse ontwerpers in Parijs.

Parijse modesubveld kan bereiken; een lidmaatschap van de coutureafdeling van de Federatie uitgezonderd. Vanwege dit laatste kunnen Demeulemeester, Margiela en Van Noten nog altijd doorgroeien. Martin Margiela is in het voorjaar van 2008 bijvoorbeeld gastlid van de coutureafdeling van de Federatie met zijn artisanale collectie (0)³³, waarin hij oude kledingstukken herwerkt tot 12 nieuwe, met de hand en op maat gemaakte creaties. (Windels, 2007b, C5) Margiela bouwt dus aan zijn laatste stap op de legitimatieladder.

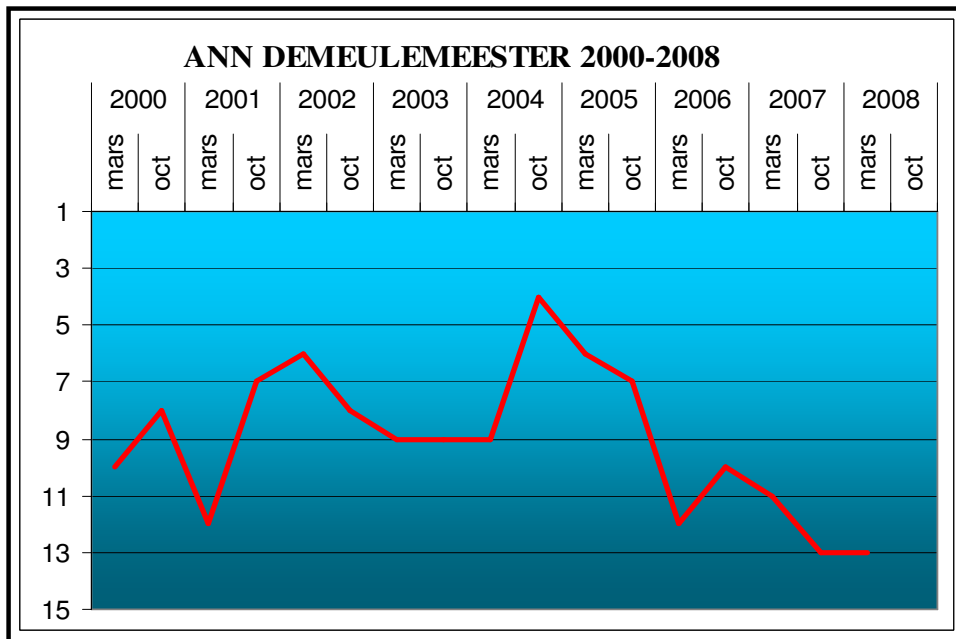
Deze legitimatie door de Federatie is één van de redenen waarom “*Names such as Dries Van Noten and Demeulemeester are no longer considered edgy. Their businesses have blossomed and retailers now cite their brands among their perennial best sellers.*” (Murphy, 2003, 10)

Mede door hun lidmaatschap van de Federatie scoren Demeulemeester, Margiela en Van Noten erg goed in de tweejaarlijkse enquêtes, die het Franse handelsweekblad *Journal du Textile* organiseert. Inkopers en journalisten worden afzonderlijk bevraagd over wat zij de beste collecties van het *prêt-à-porter* damesseizoen vinden. Dat enkel het damesseizoen wordt bevraagd, is van belang om te begrijpen waarom semigeconsecreerde Belgische ontwerpers, zoals Raf Simons en Walter Van Beirendonck, niet in de lijst voorkomen. Zij focussen zich voornamelijk op hun mannencollecties. De gegevens van de voorbije 8 jaar, gekozen door de inkopers, genereren de volgende resultaten. (figuur 23, 24 en 25):

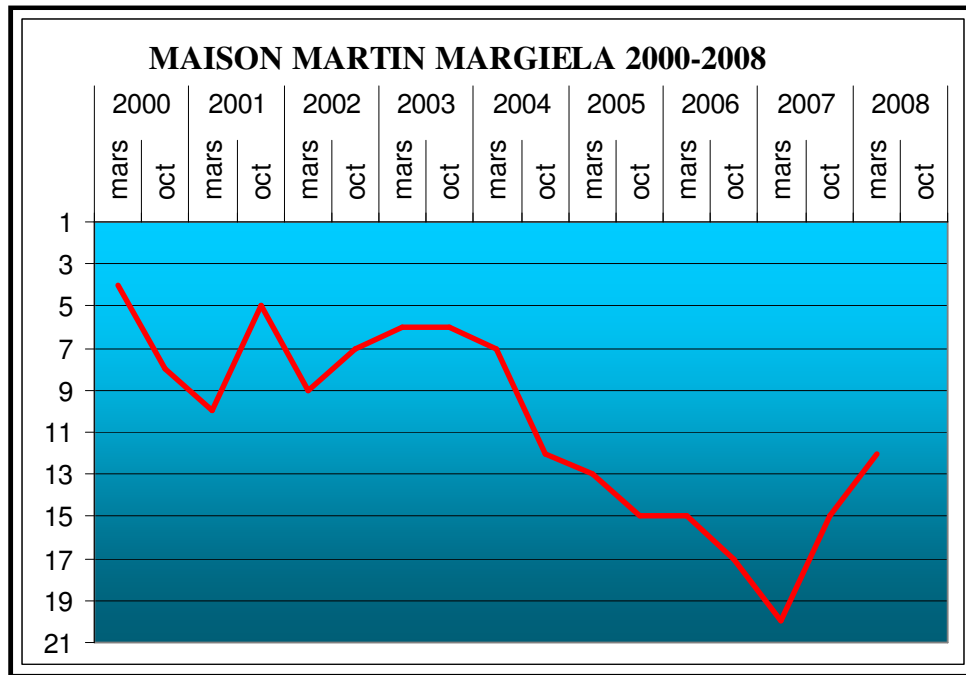
³³ De verschillende collecties worden door het Maison Martin Margiela een nummer gegeven. Zo is er de artisanale collectie (0), de damescollectie (1), de herencollectie (10), de schoenencollectie (22), ... (Windels, 2007b, C5)



Figuur 23: De ranking van Dries Van Noten door de inkopers, 2000-2008. (La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années, 2005, 52; La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années, 2008, 42)



Figuur 24: De ranking van Ann Demeulemeester door de inkopers, 2000-2008. (La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années, 2005, 52; La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années, 2008, 42)



Figuur 25: De ranking van Martin Margiela door de inkopers, 2000-2008. (La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années, 2005, 52; La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années, 2008, 42)

Dat Demeulemeester, Margiela en Van Noten het economisch erg goed doen, blijkt uit bovenstaande grafieken. Naast de vele verkooppunten van hun creaties (Van Noten heeft er bijvoorbeeld 500 in 2005) opende Van Noten onlangs een nieuwe boetiek in Parijs (Murphy, 2007; Manzoni, 2007), Ann Demeulemeester in Tokyo en Hong Kong (Miles, 2006) en Margiela zijn derde in Parijs, de eerste in New York (Miles, 2006) en de eerste boetiek in Moskou en Sint-Petersburg. (Opening, n.d.) Het hebben van eigen boetiëks op strategische plaatsen in het bredere modeveld (en niet enkel in het Parijse subveld) is belangrijk voor het consecratieniveau van een ontwerper, omdat het als een belichaming kan worden beschouwd van de gelegitimeerde positie in het modeveld.

Demeulemeester, Margiela en Van Noten hebben in hun begindagen een groot symbolisch kapitaal opgebouwd met hun avant-garde creaties. Dit in combinatie met hun tweejaarlijkse defilés - niemand van hen heeft sinds het eerste defilé een show gemist – heeft er voor gezorgd dat deze drie ontwerpers hun symbolisch kapitaal hebben kunnen omzetten tot een groot economisch kapitaal. Modeshows zijn namelijk van belang bij het consecreren van ontwerpers, zo stellen Kawamura (2005) en Entwistle & Rocamora (2006), omdat ze ervoor zorgen dat ontwerpers een belichaamde positie in het veld verwerven.

Belgische ontwerpers hebben de neiging om zich als onafhankelijke ontwerpers te vestigen en zo van onder het juk van financiers en managers te blijven. In 2003 rapporteert *Women's Wear Daily*: “*Meanwhile, whereas much of the fashion industry in the late Nineties was caught in a wind of fusions and acquisitions, the Belgians remained fiercely independent.*” (Murphy, 2003, 10) Deze onafhankelijkheid heeft als gevolg dat Belgen zoals Van Noten, Demeulemeester en Margiela hun bedrijf moeilijk kunnen laten groeien. Van Noten getuigt: “*My company remains controllable. But if it gets much larger, I'm afraid that I'd have to make decisions that would compromise that control.*” (Murphy, 2003, 10) Ook Demeulemeester voelt de last van haar financiële onafhankelijkheid: “*Making my own decisions is the sweet side. But I can't say that I'll open a new store tomorrow. I don't have the resources. This remains a family business.*” (Murphy, 2003, 10)

Anno 2008 is Dries Van Noten de enige die volledig financieel onafhankelijk is gebleven. Ann Demeulemeester verkocht in 2005 een groot deel van haar bedrijf aan Anne Chapelle, haar financier. “*... Demeulemeester says, Chapelle restructured the business 'as a little multinational'.*” (Horyn, 2006, 245) Prompt werd de opening van twee nieuwe winkels aangekondigd. (Miles, 2006) Martin Margiela ging in 2002 in zee met de financier Renzo Russo. Hierdoor breidde zijn boetiek netwerk uit en werden verschillende kledinglijnen aan zijn collectie toegevoegd. (Miles, 2006)

Crane (1997) stelt dat ontwerpers die werken met managers minder vrij zijn in hun creaties en meer rekening moeten houden met de eisen van het economische veld. Ondanks de verkoop van een groot deel van hun bedrijf aan een financier, behouden Demeulemeester en Margiela hun ontwerp vrijheid en blijven een koers varen van geen reclame, geen ‘celebrity dressing’ en – althans voor Demeulemeester - niet al te veel getranssubstantieerde producten. (Miles, 2006)

Bij de tweede generatie Belgische ontwerpers in Parijs hebben Veronique Branquinho, A.F. Vandevorst en Bernard Wilhelm het geconsecreerde niveau bereikt. Ze zijn verkozen tot leden van de Federatie en hebben – Vandevorst uitgezonderd – sinds hun eerste defilé in Parijs geen enkele show gemist. Ze zijn echter net iets minder gelegitimeerd dan Demeulemeester, Margiela en Van Noten omdat ze minder boetieks hebben en ook lager ranken in de lijsten van het *Journal du Textile*. Voor de collecties van maart 2008 krijgt A.F. Vandevorst bijvoorbeeld de 41^{ste} en Veronique Branquinho de 49^{ste} plaats toebedeeld. (La cote des acheteurs professionnels: Les masters de mars 2008, 2008, 41)

A.F. Vandevorst en Bernard Wilhelm zijn volledig onafhankelijk gebleven. Branquinho heeft daarentegen, sinds haar eerste collectie, een financier die een deel van haar bedrijf bezit. (Murphy, 2003, 10) Zij ervaart, net als Demeulemeester en Margiela, geen artistieke belemmering in het verliezen van haar onafhankelijkheid. “*Hij produceert. Ik ontwerp. En ik krijg carte blanche van hem.*” (Kemps, 1998, 44)

5.1.2 Getranssubstantieerde producten

In vergelijking met buitenlandse modehuizen die het merendeel van hun verkoopcijfers uit getranssubstantieerde producten halen, negeren de Belgen deze markt. Dries Van Noten haalt bijvoorbeeld 6% van de verkoopcijfers uit getranssubstantieerde producten (Murphy, 2007, 91), terwijl het huis Dior zijn inkomsten voor het grootste deel haalt uit *licenses* op 300 producten, tezamen met de verkoop van parfum en cosmetica. (de Marly, 1990, 78) Hamou (1998) stelt dat uit gegevens van *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* uit 1995 valt af te leiden dat couturehuizen maar 6% van hun verkoopcijfers uit couture halen, terwijl 44% uit accessoires komt en 35% uit de ‘prêt-à-porter’-collectie voor vrouwen.

Martin Margiela lanceert, sinds zijn overname door Renzo Russo in 2002, echter steeds meer getranssubstantieerde producten. Hij heeft al een beperkte lijn zonnebrillen en handtassen, daar zal ook een parfumlijn bijkomen. (Maison Martin Margiela signs partnership agreement with l’Oréal, 2008) Deze evolutie kunnen we linken aan Margiela’s nieuwe haute couture ambities. Zoals vele coutureontwerpers doen, zal hij de inkomsten van zijn getranssubstantieerde producten kunnen gebruiken om de verlieslatende, maar symbolisch erg belangrijke couturecollectie te ontwerpen. (Crane, 1997) Martin Margiela is dus een bevestiging van het samengaan van het ontwerpen van couture en getranssubstantieerde producten, of hoe men het economisch kapitaal uit de grootschalige productie gebruikt om de beperkte (couture)productie te financieren.

5.1.3 Onderwerp zijn van tentoonstellingen

Over de Belgische ontwerpers in Parijs zijn reeds vele tentoonstellingen gehouden. Aangezien Demeulemeester, Margiela en Van Noten tot de meest geconsecreerde Belgische ontwerpers behoren, wordt hun werk altijd mee in rekening gebracht. Eén van de belangrijkste tentoonstellingen was ongetwijfeld *Belgian Fashion: Antwerp Style* in 2001 in het Fashion Institute of Technology in New York. (Moerkerke, 2001) Het werk van Veronique Branquinho, Ann Demeulemeester, Martin Margiela, Jurgi Persoons, Olivier Theyskens,

Walter Van Beirendonck, A.F. Vandevorst, Lieve Van Gorp, Dries Van Noten en Dirk Van Saene werd uitgekozen door Valerie Steele, directrice van het FIT. *“Een tentoonstelling in het FIT heeft ... prestige. Dit is hét mode-instituut van de Verenigde Staten.”* (Moerkerke, 2001, 34)

Veronique Branquinho, A.F. Vandevorst en Bernard Wilhelm werden reeds gehuldigd met eigen tentoonstellingen in het Antwerpse ModeMuseum. Ook Martin Margiela had een eigen tentoonstelling in het Museum Boijmans van Beuningen in Rotterdam en participeerde in de *Radical Fashion* tentoonstelling in het Victoria & Albert Museum in Londen.

5.1.4 Het winnen van modeprijzen (figuur 14)

Het winnen van modeprijzen is voor tweeërlei zaak belangrijk. Enerzijds is er vaak een riant som geld aan verbonden die (jonge) ontwerpers in staat stelt hun volgende collecties te financieren, anderzijds verschaft het de winnaars meer symbolisch kapitaal mede doordat de jury's vaak bestaan uit machtige kernspelers in het modeveld. Ook wordt uitgebreid over deze wedstrijden bericht in de pers. Dit laatste is zeker het geval met prestigieuze wedstrijden zoals ANDAM (een wedstrijd die uitgeschreven wordt door de Federatie) en de Swiss Textile Award.

Uit figuur 14 blijkt dat zowel Veronique Branquinho, A.F. Vandevorst, Martin Margiela, Bernard Wilhelm en Bruno Pieters bij hun eerste stappen in het Parijse modeveld prestigieuze modeprijzen winnen. Dit heeft ongetwijfeld, op economisch en symbolisch vlak, bijgedragen tot hun latere succes.

5.2 Semigeconsecreerde Belgen in Parijs

Tot de semigeconsecreerde ontwerpers in Parijs behoren deze ontwerpers die geen lid zijn van de Federatie, maar wel op de officiële defilékalender staan van de Federatie. Bij de Belgen in Parijs, anno 2008, zijn dit: Haider Ackermann, Raf Simons, Kris Van Assche en Walter Van Beirendonck.

Aangezien er geen formele criteria zijn die bepalen wat of wie een ontwerper is, is legitimatie in het Parijse modeveld erg belangrijk. (Kawamura, 2004) Vandaar dat het op de lijst van de Federatie staan door alle ontwerpers in het Parijse modeveld wordt nagestreefd. Dat dit laatste ook heel wat legitimatie verschaft, merken we uit het feit dat deze ontwerpers toegestaan wordt hun defilés te organiseren in de officiële showsite 'Carrousel du Louvre'. (Kawamura,

2004) Weisman (1998, 63) rapporteert dat de huurprijs van deze site tussen de 22.370\$ en 63.985\$ ligt. Aangezien deze semigeconsecreeerde ontwerpers nog geen behoorlijk economisch kapitaal hebben kunnen vergaren, is de officiële defilésite voor hen vaak niet te betalen en organiseren ze hun defilés op andere locaties in Parijs.

Vaak zijn het ook deze ontwerpers die het tekenen van een eigen collectie combineren met commercieel werk of ontwerpen voor een geconsecreeerd huis (Chanel, Yves Saint Laurent, Dior, ...). Eén van de redenen waarom semigeconsecreeerde ontwerpers tekenen voor een gelegitimeerd huis is dat *“designers strategically acquire their capital within the field by appropriating some of the legitimacy possessed by established houses.”* (Robbins, 2000, 88) Bovendien is het economisch kapitaal dat ze uit hun eigen collectie genereren miniem; met het geld uit commercieel werk of ontwerpen voor een geconsecreeerd huis kunnen ze een eigen collectie financieren. Walter Van Beirendonck ontwerpt bijvoorbeeld voor Scapa Sports. Raf Simons is hoofdontwerper bij Jil Sander. Kris Van Assche is hoofdontwerper bij Dior Homme en Haider Ackermann werkte een tijdje voor Ruffo Research. Hij getuigt: *“Oké, Ruffo betaalt wel goed, maar dat gaat integraal naar de collectie. Om zelf rond te komen ga ik nog af en toe werken in een club.”* (Renson, 2002, 35)

Wanneer ontwerpers het volgende stadium van consecratie bereiken, concentreren ze zich voornamelijk op hun eigen collectie. Voorbeelden zijn Veronique Branquinho en A.F. Vandevorst die beiden, voor lidmaatschap van de Federatie, ontwierpen voor Ruffo Research.

De semigeconsecreeerde Belgische ontwerpers zijn echter goed op weg om toegelaten te worden tot de Federatie. Hoewel hier geen officiële criteria voor bestaan, let de Federatie op zowel economische aspecten als op het innovatiegehalte van de ontwerpers. Zoals voorheen reeds uitgelegd, wil de Federatie namelijk haar vernieuwingsniveau op peil houden om de strijd te kunnen aangaan met andere subvelden.

Van Beirendonck en Van Assche blijven onafhankelijke ontwerpers, terwijl Simons en Ackermann een deel van hun bedrijf in handen hebben gegeven van een financiële partner. Ik vervolledig de criteria die Kawamura (2004, 111) geeft voor het legitimatiegehalte te bepalen. Geen enkele semigeconsecreeerde Belgische ontwerper werkt met getranssubstantieerde producten. Ze zijn wel onderwerp van tentoonstellingen, samen met hun meer gelegitimeerde landgenoten en ze hebben heel wat belangrijke modeprijzen gewonnen. Zo winnen Simons en Ackermann beiden de Swiss Textile Award. (figuur 14)

5.3 Niet-geconsecreeerde Belgen in Parijs

Het niet op de officiële lijst van de Federatie staan, betekent niet dat je geen collectie kan showen of presenteren in Parijs. Meestal zijn het jonge, beginnende ontwerpers die deze ‘off presentaties’ houden. (Windels, 2005, 34) Bij de jonge Belgen zijn het bijvoorbeeld Stephan Schneider, Marjolijn Van den Heuvel en Christian Wijnants die een show of presentatie houden buiten het officiële defilé parcours. Ook twee ontwerpers van de Antwerpse Zes, die nooit doorgedrongen zijn tot de machtige posities in het Parijse modesubveld, kunnen we hier lokaliseren: Dirk Van Saene en Marina Yee³⁴.

De ontwerpers die niet op de officiële kalender staan, hebben het echter erg moeilijk om de aandacht te trekken van de belangrijke spelers in het veld. Zoals Didier Grumbach, de huidige president van de Federatie, zegt: “*Ik doe alleen de shows die op de kalender staan*” (Windels, 2005, 34). Dirk Van Saene beaamt dat het moeilijk is om opgemerkt te worden door kernspelers, zoals machtige modejournalisten: “*Het blijft moeilijk. Ik ben geen ‘bekende’ ontwerper. ... Iemand zoals Suzy Menkes van The International Herald Tribune komt nog steeds niet naar mijn shows kijken.*” (De Potter, 1999, 36)

Bourdieu (1981b) had gelijk wanneer hij stelde dat je voor de grootste vernieuwing naar het niet-kapitaalkrachtige deel van het veld van de beperkte productie moet kijken. Als deze ontwerpers namelijk de aandacht willen trekken van kernspelers moeten ze met innovaties komen. Petterson (1994) argumenteert dat zij het zijn die het gemakkelijkst vernieuwing brengen, mede doordat ze minder vaak gecontroleerd worden door managers. De innovaties in het veld mogen echter niet zo verre gaande zijn dat de niet-geconsecreeerde ontwerpers uit het veld geweerd worden. De regels van het spel moeten, met andere woorden, aanvaard worden. (Bourdieu & Delsaut, 1975, 12) Als ontwerpers bovendien te lang in dit stadium blijven zitten, is dit desastreus voor de legitimatie van de ontwerper. Het komt er dus op neer zo snel mogelijk in de kijker te lopen bij een aantal kernspelers in het modeveld. Zij kunnen namelijk de Federatie indirect beïnvloeden in het bepalen van de officiële defilékalender, door bijvoorbeeld lovende artikels te schrijven of de collectie aan te kopen.

³⁴ Marina Yee is gestopt met ontwerpen, sinds haar relatie met Martin Margiela in 1988 op de klippen liep. (Brouns, 2003) In 2005 stelde ze haar nieuwe handgemaakte collectie voor met een presentatie in Parijs. (Windels, 2004, 34)

Ook Kawamura's (2004, 111) volgende criteria laten toe Van Saene, Van den Heuvel, Wijnants,... bij de niet-geconsecreeerde ontwerpers te plaatsen. Ze ontwerpen geen getranssubstantieerde producten en komen in weinig tentoonstellingen voor. Wel doen ze – vooral de jonge garde – mee aan allerlei modewedstrijden om hun economisch en symbolisch kapitaal te verhogen. Christian Wijnants won in 2001 de hoofdprijs op het Festival de Hyères, in 2005 de Swiss Textile Award en in 2006 de prestigieuze ANDAM-prijs. Hij haalde ook heel wat lovende commentaren binnen van machtige kernspelers. Zo schreef Suzy Menkes over zijn eerste defilé dat Wijnants erg beloftevol was. (Menkes, 2004) Christian Wijnants is dus goed op weg om de volgende Belg te worden die naar het semigeconsecreeerde niveau opschuift.

6. Bourdieu's veld van de culturele productie herzien: de Belgen in Parijs

"... an invitation to think with Bourdieu is of necessity an invitation to think beyond Bourdieu, and against him whenever required." (Bourdieu & Wacquant, 1992, xiv)

Bourdieu's schema van het veld van de culturele productie, is grotendeels van toepassing op het Parijse modesubveld. De algemene veldwetten die tot uiting komen in de relatie tussen de avant-garde en de geconsecreeerde avant-garde, in Bourdieu's (1992) termen, zijn ook in het Parijse modesubveld terug te vinden.

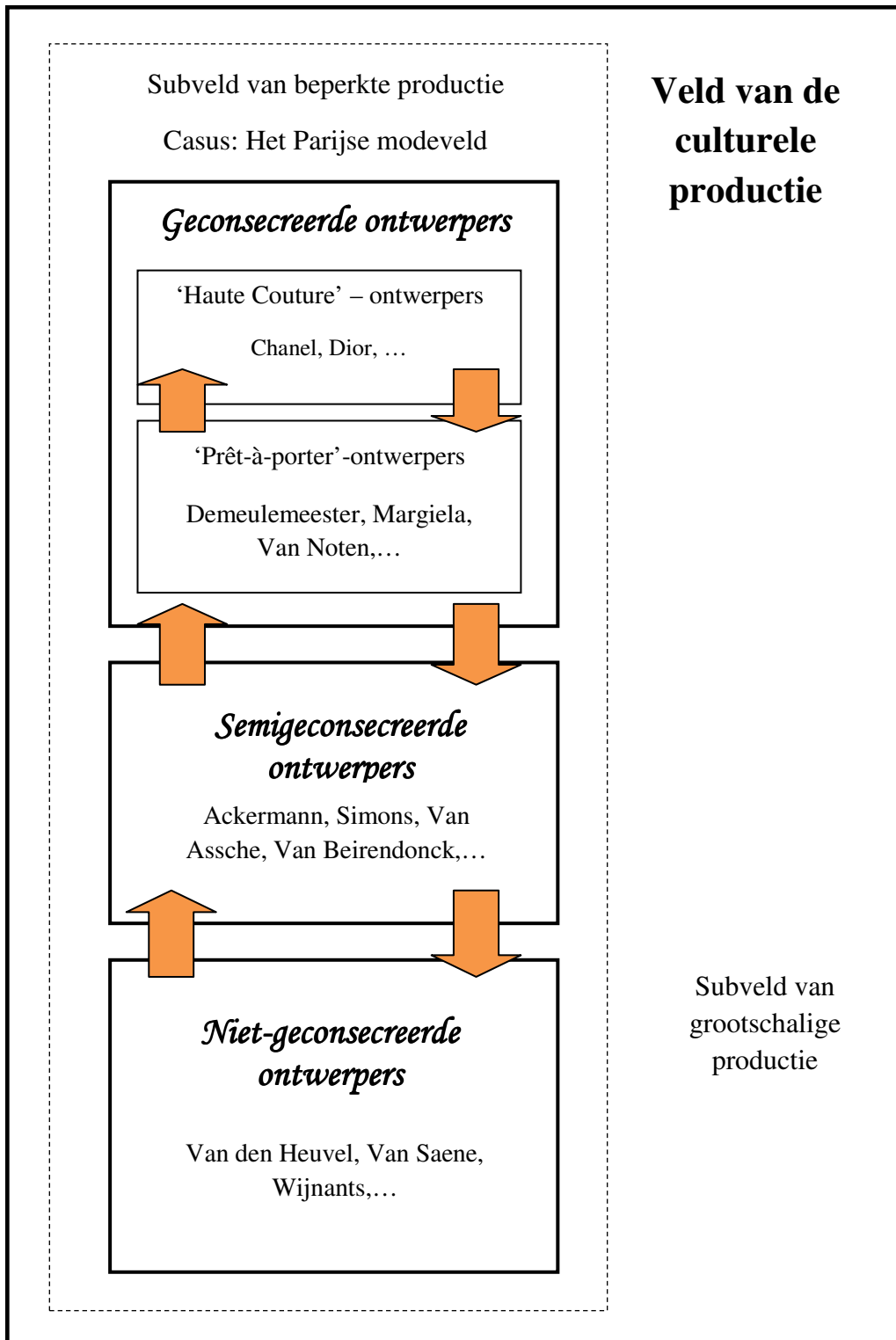
Bourdieu's stelling dat innovaties in het culturele veld meestal voortvloeien uit de 'l'héritique' of kettters blijft overeind (1992). Het modeveld neemt echter een intermediaire positie in tussen het artistieke veld en het economische veld. (Bourdieu & Delsaut, 1975) Dit doet ketterontwerpers hun innovaties beperken, willen ze economisch overleven. Het beperken van de avant-garde creaties heeft ook te maken met legitimatie door het Parijse modeveld. Alle ontwerpers, geconsecreeerd of niet, houden zich aan de grenzen van het Parijse modesubveld en onderschrijven hiermee de macht van het subveld.

De innovaties die de ketterontwerpers introduceren, kunnen overgenomen worden door de geconsecreeerde ontwerpers. Dit verschaft de nieuwkomers in het veld heel wat symbolisch kapitaal dat, met de juiste bespeling van het veld, omgezet kan worden in economisch kapitaal. Een voorbeeld hiervan is de deconstructiebeweging van de eerste generatie Belgische ontwerpers in Parijs, die op een gegeven moment overgenomen werd door de machtige kernspeler Karl Lagerfeld in zijn couturecollectie. (Spindler, 1993, 9)

Met Bourdieu kunnen we, met andere woorden, de grote lijnen van de omgang van het Parijse modesubveld met nieuwe ketterontwerpers verklaren. Binnen Bourdieu's schema van het veld van de culturele productie zouden we kunnen stellen dat een lidmaatschap van de Federatie een ontwerper geconsecreerd maakt en het ontbreken van een lidmaatschap een ketterontwerper.

Door de sterke institutionalisering van het Parijse modesubveld kunnen de legitimatiebewegingen die ontwerpers in het veld ondergaan zeer duidelijk bestudeerd worden. Dit geeft me de mogelijkheid Bourdieu's schema van het veld van de culturele productie, toegepast op het Parijse modesubveld, te vervolledigen. Met mijn analyse van de drie typen Belgische ontwerpers in Parijs, heb ik aangetoond dat een gradatie in het veld van de beperkte (Parijse mode)productie mogelijk en noodzakelijk is. Niet alleen leidt de institutionalisering van het Parijse subveld tot een verschil in consecratie tussen de gelegitimeerde ontwerpers, ook de ketterontwerpers kunnen verder gedifferentieerd worden. Geconsecreerde ontwerpers worden voornamelijk gescheiden door het al dan niet ontwerpen van 'haute couture' en de legitimatie hiervan door een lidmaatschap van *La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*. Ketterontwerpers kunnen dan weer gedifferentieerd worden op basis van een plaats op de officiële defilékalender van de Federatie.

Ondanks de gradatie in consecratie, blijven de algemene veldwetten geldig die op het Parijse modesubveld van toepassing zijn. Ontwerpers willen meer kapitaal en om dit te bereiken moeten ze een stapje hoger op de legitimatieladder klimmen. Strijd tussen ontwerpers blijft de kern van het veld uitmaken; of die strijd zich nu voordoet binnen hetzelfde legitimatieniveau of tussen de verschillende niveaus, om vernieuwend uit de hoek te komen of om het reeds verkregen kapitaal en legitimatie te behouden. In schemavorm wordt Bourdieu's veld van de culturele productie, toegepast op het Parijse modeveld, zo aangepast:



Figuur 26: Het veld van de modeproductie, toegepast op het Parijse subveld en de posities van de Belgische ontwerpers binnen dit veld. Gebaseerd op Bourdieu (1992, 207).

Besluit

1. Een korte herhaling

In het eerste deel van deze verhandeling werden Bourdieu's conceptuele denkmiddelen, van belang voor de casus van de Belgische ontwerpers in Parijs, uitvoerig behandeld. Zo kwamen habitus, doxa, kapitaal, ... aan bod.

Ook werd er veel aandacht besteed aan het concept veld. Bourdieu geeft nooit een uitgewerkte definitie van dit concept, wat ongetwijfeld past binnen zijn bemerking dat de door hem ontwikkelde werkmiddelen enkel gedefinieerd kunnen worden binnen het theoretische systeem waardoor ze geconstitueerd worden (Bourdieu & Wacquant, 1992, 96). Desalniettemin kan gesteld worden dat velden worden bepaald door een aantal universele veldwetten. Eén van deze wetten is de strijd om kapitaal. Om de veldslag aan te gaan, hanteren de verschillende spelers binnen het veld andere strategieën. Er werd gesteld dat zij die weinig kapitaal bezitten met subversieve strategieën de legitimiteit van de geconsecreerden in het veld trachten om ver te werpen.

Bourdieu voegt hier echter aan toe dat deze omverwerping van legitimiteit nooit zo ver gaat dat het veld zelf in vraag wordt gesteld. Bij het binnentreden van het veld aanvaardt men de feitelijkheid van het veld. Men gaat een doxische relatie aan met het veld, aangezien men bij weigering hiervan het gevaar loopt uit het veld verwijderd te worden. Dit leidt tot het concept van partiële revolutie. Vernieuwing in velden kan enkel tot op een bepaald niveau worden doorgevoerd, waarbij de regels van het veld niet in vraag gesteld worden. De partiële revolutie binnen velden zal erg belangrijk zijn bij de analyse van het succes van Belgische ontwerpers in Parijs.

Het tweede deel van deze verhandeling bestaat uit drie hoofdstukken. In het eerste hoofdstuk werd Bourdieu's schrijven over mode verduidelijkt. Na een toepassing van de algemene veldwetten op het modeveld, werd er vooral gefocust op het productie-van-cultuur perspectief. Bourdieu's veld van de culturele productie werd geanalyseerd en toegepast op het modeveld. Binnen deze toepassing werden enkele kanttekeningen gemaakt bij het modeveld. Ten eerste werd de intermediaire positie van het modeveld tussen het artistieke en het economische veld beschreven. Vervolgens werd de methode van de associatie tussen mode en kunst voor het verhogen van het symbolisch kapitaal van modeontwerpers en hun creaties

uitgediept. Het eerste hoofdstuk van deel twee werd afgesloten met een argumentatie die stelt dat er niet één globaal modeveld is. In navolging van Bourdieu & Wacquant (1992) die stellen dat een veld opgebouwd kan zijn uit meerdere subvelden, wordt beargumenteerd dat ook het modeveld opgedeeld kan worden in subvelden. De grenzen van deze subvelden worden bepaald door de territoriale grenzen van een aantal grote steden. Dit wordt aangetoond aan de hand van twee criteria van Bourdieu (1981). Zijn er veldeffecten aan het werk en kan er een corps van bewaarders opgemerkt worden? Ik argumenteer dat beide vragen positief beantwoord moeten worden en dat we dus een onderverdeling van het modeveld in subvelden kunnen vaststellen. Deze subvelden zijn Parijs, Londen, New York en Milaan.

Bourdieu & Wacquant (1992) stellen dat subvelden hiërarchisch georganiseerd zijn. Hiërarchie veronderstelt strijd om macht. Dit is bij modesubvelden niet anders. Vandaag de dag wordt algemeen aangenomen dat Parijs het machtigste modesubveld is. Het subveld ervaart echter een relatief constante invraagstelling van haar legitimiteit. Hier wordt een kort overzicht van gegeven.

In het derde hoofdstuk van deel twee wordt de vraag verduidelijkt hoe Parijs zo machtig blijft, ondanks de concurrentie van andere subvelden. Het antwoord hierop is te vinden in de sterke institutionalisering van het subveld. Een gedetailleerde verklaring van de werking van de structuur van het Parijse modesubveld – deze structuur wordt grotendeels bepaald door de Federatie - verduidelijkt hoe vergevorderd de institutionalisering is. (Kawamura, 2004) De macht van de Federatie zorgt ervoor dat nieuwe ontwerpers bij het binnentreden van het Parijse subveld grotendeels afhankelijk zijn van deze organisatie om gelegitimeerd te worden. Hoewel ook andere kernspelers in het modeveld jonge ontwerpers kunnen consecreren, zorgt de Federatie voor een grotere zichtbaarheid van nieuwe ontwerpers door hen een plaats te geven op de door hen opgestelde officiële defilékalender. De Federatie zorgt er bovendien ook voor dat de hiërarchie tussen de ontwerpers, die altijd in een veld aanwezig is, geïnstitutionaliseerd wordt. (Kawamura, 2004)

In het derde deel wordt de casus van de Belgische ontwerpers in Parijs geanalyseerd aan de hand van Bourdieu's conceptuele middelen. Ook de situering van de Belgen in het Parijse modesubveld wordt in rekening gebracht. In het eerste hoofdstuk van deel drie wordt een korte situering gegeven van het 'trajectoire' van de verschillende generaties Belgische ontwerpers. Hierbij wordt veel aandacht besteed aan de opleiding aan het modedepartement van de Antwerpse Koninklijke Academie voor Schone Kunsten en de invloed van deze

opleiding op het 'trajectoire'. Vervolgens wordt een gedetailleerde beschrijving van de eerste stappen van de Antwerpse Zes+ in het brede modeveld gegeven. Er wordt gefocust op de faciliterende eigenschappen die een aantal initiatieven uit een ander veld dan het modeveld hadden op de eerste stappen van de Antwerpse Zes+ in het brede modeveld.

In het vierde hoofdstuk van deel drie worden de legitimatiestrategieën van Belgische ontwerpers in Parijs geanalyseerd. Door te focussen op de wederzijdse afhankelijkheid tussen het Parijse subveld en de innovatieve Belgische ontwerpers, het marginaliteitsvoordeel van de Belgen in Parijs, hun avant-garde karakter, de habitus van Belgische ontwerpers, de verwerping van de associatie tussen mode en kunst en het (in)formele netwerk tussen de verschillende generaties Belgen in Parijs wordt een duidelijk beeld geschept van deze legitimatiestrategieën. Dit alles leidt tot het vijfde hoofdstuk. Hier wordt de stelling beargumenteerd dat er distincties zijn tussen de Belgische ontwerpers in Parijs op basis van hun consecratiegraad in het subveld. Ik stel drie typen voor: geconsecreerd, semigeconsecreerd en niet-geconsecreerd. Met deze typologieën van Belgische ontwerpers in Parijs is het uiteindelijk mogelijk Bourdieu's schema van de culturele productie te verfijnen.

2. De conclusies: mythes ontkracht

Eén van de voornaamste doelstellingen van dit werkstuk was het ontkrachten van de krachtigste mythen die in het modeveld heersen. Toegepast op de casus van de Belgische ontwerpers in Parijs, werd geïllustreerd hoe diep deze mythes verankerd zijn in het Parijse modesubveld. De mythes zijn immers een essentieel onderdeel van het veld doordat ze het geloof in het veld versterken. Wanneer dit gebeurt, loopt het veld minder gevaar dat de doxische relatie met het veld die ontwerpers bij het binnentreden van het veld aangaan in vraag gesteld wordt.

Bourdieu streeft doorheen heel zijn oeuvre naar het ontkrachten van de mythe van de transcendentale geniale kunstenaar. Deze mythe heerst in het veld van de culturele productie. (Fowler, 1997) Ook in het modeveld zien we deze mythe regelmatig terugkeren. Belgische ontwerpers in Parijs worden bijvoorbeeld door verschillende kernspelers in het veld beschreven als echte geniën; hun avant-garde karakter heeft hier mee te maken. (Baelden, 2004) Uit een studie van Rocamora (2002b) blijkt bovendien dat de mythe van modeontwerper als genie in het Parijse modeveld meer benadrukt wordt dan in andere subvelden. Dit heeft ongetwijfeld te maken met het feit dat in dit subveld mode, meer dan in andere subvelden, geassocieerd wordt met legitieme kunst.

Als gevolg van de sterke institutionalisering van het Parijse modesubveld kunnen we de mythe van de geniale ontwerper echter doorprikken. Hoewel niet ontkend wordt dat talent een deel van het succes van een modeontwerpers uitmaakt, is het vooral van belang dat dit talent gelegitimeerd wordt. Consecratie door de belangrijkste kernspelers in het Parijse modesubveld - de Federatie staat aan de top van deze hiërarchie – zorgt voor het succes van een ontwerper. Deze legitimatie houdt echter in dat de mythe van de transcendentaal geniale modeontwerper bestendig wordt, aangezien de structuren van het Parijse modeveld op die manier mede in hun voortbestaan kunnen voorzien. Wanneer machtige spelers in het Parijse modeveld stellen dat een aantal Belgische ontwerpers stellen echte geniën zijn, kunnen we dit beschouwen als een soort van codetaal in het modeveld. Deze code moet als volgt ontcijferd worden: deze ontwerpers zijn geconsecreerd.

Een tweede mythe die we kunnen doorprikken hangt samen met die van de geniale modeontwerper. In het Parijse modeveld wordt mode vaak geassocieerd met legitieme kunstvormen. Ook Belgische ontwerpers associëren zich vaak met legitieme kunstenaars of kunsttakken om hun symbolisch kapitaal en bijgevolg dat van hun creaties te verhogen. Wanneer hen echter de vraag gesteld wordt of zij mode als een kunstvorm beschouwen, antwoorden velen dat het voor hen maar een gebruiksvoorwerp is. Hiermee grijpen ze terug naar wat Bourdieu “*the culture of necessity*” noemt. (Crane, 2000, 40) Door de geconsecreerde praktijk van het associëren van mode en legitieme kunst te weigeren, bestendigen de Belgen hun avant-garde karakter. Dat Belgische ontwerpers op deze manier echter aan de verwachtingen van het Parijse modesubveld voldoen – dit veld beschouwd hen als vernieuwende ontwerpers en verwacht dus ook dat ze vaak toegepaste praktijken verwerpen - wordt niet opgemerkt.

Belgische ontwerpers worden vaak beschouwd als avant-garde. Ik heb in deze verhandeling geargumenteed dat dit voornamelijk zo was met de eerste generatie Belgen in Parijs. Zij traden het veld namelijk binnen op een vrij gunstig moment, volgens de criteria van Crane (1997). Bovendien hadden zij ook een marginaliteitvoordeel dat bij de aankomst van de tweede generatie Belgen in Parijs reeds verminderd was. Toch zal een ontwerper die vandaag de dag in het Parijse modeveld als Belgisch gelabeld wordt nog altijd aan verwachtingen moeten voldoen die hem in het innovatieve, avant-garde hoekje duwen. Hoewel dit voor de nieuwste generatie Belgische ontwerpers natuurlijk minder het geval is dan bij de eerste golf en hoewel sommigen spreken van het einde van de avant-garde (Murphy, 2007b), merken we

nog steeds dat Belgen als innovatiever worden beschouwd door belangrijke spelers in het Parijse modeveld dan andere ontwerpers.

Wanneer Bourdieu's veld van de culturele productie wordt toegepast op het modeveld, merken we dat zowel de avant-garde ontwerpers als de geconsecreerde ontwerpers die zich in het veld van de beperkte productie bevinden weinig economisch kapitaal bezitten. Geconsecreerde ontwerpers bezitten wel veel symbolisch kapitaal dat ze via reconversiemechanismen kunnen omzetten naar economisch kapitaal. Avant-garde ontwerpers worden in de toepassing van Bourdieu's schema van de culturele productie echter gekenmerkt door het nastreven van 'art pour l'art'. Dit houdt in dat ze niet geïnteresseerd zouden zijn in het verkrijgen van economisch kapitaal. Terugkoppelend naar de Belgische ontwerpers in het Parijse modeveld, merken we dat deze ontwerpers te maken krijgen met de mythe van de kunstenaar die geen winstbejag nastreeft. Zowel kernspelers in het veld, als ontwerpers helpen mee aan het ondersteunen van deze mythe.

De mythe kan echter doorbroken worden door te wijzen op de intermediaire positie die het modeveld inneemt tussen het artistieke veld en het economische veld. (Bourdieu & Delsaut, 1975) Als ontwerpers willen overleven in het modeveld moeten ze rekening met een aantal economische overwegingen. Dit spreekt de mythe van de avant-garde 'art pour l'art' kunstenaar duidelijk tegen. Een voorbeeld van het doorbreken van deze mythe vinden we bij Bruno Pieters. Deze jonge Belgische ontwerper werkte voor het lanceren van zijn eigen collectie in Parijs als assistent voor Martin Margiela. Deze laatste wordt in het Parijse modeveld als een van de meest avant-gardistische modeontwerpers beschouwd. Pieters geeft aan dat hij vroeger zelf in de mythe van de modeontwerper als kunstenaar die geen winst nastreeft geloofde. Hij getuigt echter als illustratie van het doorbreken van de mythe:

“Het huis Margiela komt erg artistiek over, maar ze zijn wel ontzettend bezig met productie. Terwijl ik vroeger dacht: Margiela, da's handwerk, ... Het gekke is dat ik dacht dat Margiela een kunstenaar was, maar dat ik in die periode ook mode als business te zien kreeg.”
(Windels, 2008, 72)

Andere voorbeelden van het doorbreken van deze mythe zijn de grafieken samengesteld uit gegevens van de rankings van de inkopers tussen 2000 en 2008 uit het *Journal du Textile*. Deze grafieken tonen aan dat Belgische ontwerpers zoals Ann Demeulemeester, Martin Margiela en Dries Van Noten, die vroeger allen als avant-garde werden beschouwd en sommigen van hen tot op een bepaald niveau nog steeds, het economische erg goed doen.

Hoewel goede verkoopcijfers niet onmiddellijk impliceren dat het economische aspect van het modeveld de primaire doelstelling is van deze ontwerpers, stel ik dat het wel een goede aanwijzing is voor de gerichtheid op winst. Het bovenvermelde citaat vormt daar een mooie illustratie van. De mythe van de Belgische avant-garde ontwerper die niet geïnteresseerd zou zijn in de economische kant van modeproductie is dus ontkracht.

De eerste generatie Belgische ontwerpers wordt voorgesteld als zo avant-garde dat ze met hun deconstructiebeweging niet enkel de opbouw van kledingstukken uiteenhaalden, maar ook die van het modeveld zelf. *“Their subsequent successes ruptured the close-knit kabel of the fashion establishment in Paris, ...”*. (Spindler, 1993, 9) Met Bourdieu (1981) kunnen we deze mythe echter doorbreken.

Bourdieu (1981) stelt dat alle spelers die zich in een veld bewegen een fundamenteel belang delen, namelijk het voorbestaan van het veld. Hierdoor zullen deze spelers die het veld zelf in vraag stellen uit het veld geweerd worden. Dit heeft tot gevolg dat de vernieuwingen die avant-garde ontwerpers willen doorvoeren als strijdmiddel tegen de legitimatie van geconsecreerde ontwerpers steeds binnen de grenzen van het veld moeten blijven. Het geloof in het veld zorgt ervoor dat een werkelijke revolutie uit het modeveld geweerd wordt. We kunnen, met Bourdieu (1981), dus enkel spreken van partiële revoluties in het modeveld.

Bij de Belgische ontwerpers in het Parijse modesubveld is dit niet anders. Ze veroorzaakten met hun avant-garde ontwerpen inderdaad een golf van vernieuwing in Parijs. Dit merken we bijvoorbeeld aan het feit dat Karl Lagerfeld, een ontwerper aan de top van de hiërarchie gecreëerd door de Federatie, elementen uit de deconstructiebeweging van de Belgen gaat overnemen in zijn couturecollectie. (Spindler, 1993, 9) De revolutie die de Belgen brachten was echter een partiële revolutie. Ze schikten zich naar de regels van het Parijse modeveld. Zo aanvaardden ze allen het gezag van de Federatie en streefden naar een plaatsje op de officiële defilékalender en naar een lidmaatschap van de Federatie. Met deze aanvaarding van de regels van het spel onderschreven ze bovendien de macht van het Parijse subveld en haar institutionalisering. (Kawamura, 2004)

3. Bourdieu herzien

3.1 Bourdieu's denken voor de analyse van het succes van de Belgen in Parijs

Bourdieu's conceptuele werkmiddelen en algemene veldwetten blijken een handig instrument te zijn voor het analyseren van de casus van de Belgische ontwerpers in het Parijse modeveld.

Zo heeft het concept doxa ertoe geleid dat de onmiddellijke aanvaarding van de regels van het Parijse modeveld door de eerste golf Belgen verklaard kan worden. Ze aanvaarden de onmiddellijke feitelijkheid van het Parijse modeveld “... *which is never questioned or made explicit because it never becomes the subject of discourse.*” (Codd, 1990, 145)

Ook het concept habitus blijkt een handig werkmiddel te zijn in mijn analyse. Bourdieu & Delsaut (1975) stellen dat de habitus van bepaalde ontwerpers hen meer in staat stelt veranderingen extern aan het modeveld ‘aan te voelen’. Ik heb geargumenteed dat men de vorming van de habitus van de verschillende generaties Belgische ontwerpers in Parijs, moet plaatsen in het door hen afgelegde ‘trajectoire’ waarin de disposities waaruit de habitus bestaat gevormd worden. Zowel het ontbreken van enige reputatie van België op modevlak voor de eerste generatie, als de opleiding aan de Antwerpse Academie voor de verschillende generaties hebben dit ‘trajectoire’ en de habitus van Belgische ontwerpers bepaald. Bovendien zorgde dit voor het feit dat Belgische ontwerpers een meer geschikte habitus hadden dan anderen om invloeden extern aan het Parijse modeveld in hun collecties te incorporeren.

Ook Bourdieu’s algemene veldwetten zijn een goed instrument om het Parijse modeveld te onderzoeken. De strijd om kapitaal vormt inderdaad de motor van dit veld. Lahire (1999, 24) schrijft dat een veld een “*champ de batailles*” is. Toegepast op het Parijse modesubveld stelt Kawamura (2004, 163) dat “*Paris: The battlefield of fashion*” is. In deze strijd hanteren ontwerpers op verschillende posities in het veld verschillende strategieën. De subversieve strategieën van de avant-garde ontwerpers gaan echter nooit zo ver dat het veld zelf in vraag gesteld wordt. Dit kunnen we verduidelijken aan de hand van het feit dat ontwerpers een doxische relatie aangaan met het Parijse modeveld. Revolutie in het veld is dus altijd partieel.

We kunnen dus besluiten dat heel wat elementen uit Bourdieu’s denken goede instrumenten waren voor mijn onderzoek. Op een aantal vlakken moeten er echter verfijningen in zijn theorie worden aangebracht. Dit heeft ongetwijfeld te maken met Bourdieu’s stelling dat zijn conceptuele werkmiddelen steeds gedefinieerd moeten worden binnen het veld waardoor ze geconstitueerd worden. (Bourdieu & Wacquant, 1992, 96) Bovendien is “... *an invitation to think with Bourdieu ... of necessity an invitation to think beyond Bourdieu, and against him whenever required.*” (Bourdieu & Wacquant, 1992, xiv)

3.2 Bourdieu's veld van de culturele productie verfijnd

Ik heb geargumenteed dat Bourdieu's veld van de culturele productie ontoereikend is voor de analyse van het Parijse modeveld. In dit modeveld is er niet enkel, zoals Bourdieu (1992) stelt, een onderscheid tussen de geconsecreerde avant-garde en de 'art pour l'art' avant-garde. De consecratiegraden van de verschillende ontwerpers in het Parijse modeveld zijn meer gedifferentieerd. Dit heb ik aangetoond op basis van vier criteria (Kawamura, 2004, 111) voor de casus van de Belgische ontwerpers in Parijs. Er worden drie typen van ontwerpers in het Parijse modeveld voorgesteld: geconsecreerd, semigeconsecreerd en niet-geconsecreerd. De Belgische ontwerpers kunnen hierin gepast worden. Binnen elke legitimatiegraad kan nog verder gedifferentieerd worden. Zo worden de geconsecreerde ontwerpers van elkaar onderscheiden op basis van het al dan niet ontwerpen van 'haute couture'. Ook binnen de geconsecreerde 'prêt-à-porter'-ontwerpers is differentiatie mogelijk. Zo staan Demeulemeester, Margiela en Van Noten net een trapje hoger dan Branquinho en A.F. Vandevorst die dan weer meer geconsecreerd zijn dan Pieters en Wilhelm, die bijvoorbeeld nog niet in de top 50 rankings van het *Journal du Textile* voorkomen.

Naast deze differentiatie in consecratiegraad, moet voor de casus van het Parijse modeveld nog iets aangepast worden in het Bourdieu's schema van de culturele productie. Bourdieu (1992) stelt dat de verdeling binnen het veld van de culturele productie in het veld van de beperkte productie en het veld van de grootschalige productie gebaseerd is op een breuk met de economische orde. Hiermee bedoelt Bourdieu dat het veld van de grootschalige productie zich richt op het bevredigen van de verwachtingen van het grote publiek. Het veld van de beperkte productie zou dit verwerpen en op die manier "... *it excludes the pursuit of profit.*" (Bourdieu, 1993b, 39)

Het modeveld neemt echter een intermediaire positie in tussen het economische veld en het artistieke veld. De economische breuk die aan de basis ligt van het onderscheid tussen beperkte en grootschalige productie is dus niet zo uitgesproken. Dat het onderscheid tussen deze twee subvelden van het veld van de culturele productie in het veld van de modeproductie niet zo duidelijk is als in andere culturele productie velden, merken we bijvoorbeeld aan semigeconsecreerde ontwerpers die tekenen voor merken uit de grootschalige productie of de nadruk die geconsecreerde ontwerpers leggen op de verkoop van getranssubstantieerde producten. De economische breuk, die de basis vormt van het onderscheid tussen

grootschalige en beperkte productie, vervaagt dus. De symbolische breuk tussen de subvelden blijft echter groot.

Mijn onderzoek naar de Belgische ontwerpers in Parijs leidde tot de vaststelling dat de grenzen tussen het veld van de beperkte en grootschalige modeproductie, veroorzaakt door de economische breuk, vager zijn dan Bourdieu voorstelt in zijn algemeen schema van het veld van de culturele productie. Hiermee onderbouw ik Rocamora's stelling (2002) dat Bourdieu onvoldoende onderzoek heeft gedaan naar het wegebben van het strikte onderscheid tussen het veld van de beperkte modeproductie en het veld van de grootschalige modeproductie.

3.3 De mogelijkheid van een cultuurbeleid in het modeveld

In het derde deel van deze verhandeling is uitvoerig ingegaan op de hulp die de eerste generatie Belgische ontwerpers hebben ontvangen uit het politieke veld; het Textielplan en de uitvoering hiervan door het ITCB was namelijk een opdracht van de toenmalige minister van Economische Zaken, Willy Claes. (Renson, 2003) De initiatieven van het ITCB, zoals *De Gouden Spoel*-wedstrijden en het magazine *Mode dit is Belgisch*, hebben een 'faciliterende' werking gehad op de intrede van de Antwerpse Zes+ in het brede modeveld. De jonge ontwerpers kregen de mogelijkheid opgemerkt te worden. Ook konden ze zich onderscheiden van de grootschalige textielproductie die België voorheen karakteriseerde. (Renson, 2003)

Hoewel *De Gouden Spoel*-wedstrijden en het avant-garde magazine *BAM* het vernieuwende karakter van deze eerste generatie Belgische ontwerpers tentoon spreidde, bleef de verhoging van hun symbolisch kapitaal erg lokaal. Enkele internationale artikels uitgezonderd (Teddern, n.d.) lieten de initiatieven van het ITCB buiten de landsgrenzen niet zo veel stof opwaaien. Wel waren de wedstrijden en het magazine een eerste duwtje in de rug. Martin Margiela werd bijvoorbeeld in 1983 tijdens *De Gouden Spoel*-wedstrijd opgemerkt door juryvoorzitter Jean-Paul Gaultier en vertrok naar Parijs om hem te assisteren. De overige Zes gingen met het ITCB twee maal naar Japan op hun collecties te promoten en ze huurden in 1986 een vrachtwagen bij het ITCB om voor de eerste maal naar Londen te reizen. (Renson, 2003, 94) Mede door het wegvallen van het ITCB en haar initiatieven begin jaren 90 heeft het een tijdje geduurd voor de tweede generatie Belgen in Parijs zich aanmeldde. We merken dus dat ontwerpers ook zonder 'faciliterende' middelen uit het politieke veld kunnen doorbreken in het brede modeveld; het is alleen moeilijker.

Ik stel dat de initiatieven uit het politieke veld een effect hebben gehad in de marge van het modeveld. De politieke initiatieven hadden een ‘faciliterende’ werking op de eerste stappen van de Antwerpse Zes+, maar katapulteerden hen zeker niet tot in het centrum van het modeveld.

Bourdieu meent dat het modeveld een zelfregulerend systeem is. Hiermee wordt bedoeld dat het modeveld onderhevig is aan de universele veldwet van strijd om kapitaal. Bourdieu houdt geen rekening met het feit dat deze strijd tot op een zekere hoogte beïnvloed kan worden door andere velden. De casus van de eerste golf Belgische ontwerpers in Parijs toont aan dat de ‘faciliterende’ werking van beleidsinitiatieven een middel kan zijn waarmee jonge ontwerpers hun eerste stappen in het bredere modeveld kunnen zetten. Het ITCB en haar initiatieven hebben, om meer precies te zijn, de strijd om kapitaal in het Parijse modesubveld niet direct beïnvloed. Ze hebben echter wel beïnvloed wie deelneemt aan de veldslag.

Ik argumenteer dat hiermee wordt aangetoond dat cultuurbeleid in het modeveld tot op een zekere hoogte mogelijk is. ‘Faciliterende’ middelen, die zowel economisch als symbolisch kapitaal genereren, beschikbaar stellen voor jonge ontwerpers helpt hen op weg in het modeveld. Bourdieu zijn stelling dat het modeveld volledig beheerst wordt door de strijd om kapitaal wordt hierdoor verfijnd. Deze strijd is inderdaad de motor van het modeveld en van het Parijse subveld. In de marge van dat veld kan echter via een beleid uit het politieke veld beïnvloed worden wie de mogelijkheden krijgt om de strijd aan te gaan.

4. Beperking van het onderzoek

Ik heb mijn analyse van de partiële revolutie van Belgische ontwerpers in Parijs voornamelijk gebaseerd op secundaire bronnen over deze ontwerpers en interviews met hen, gepubliceerd in vakpers (*Women's Wear Daily*, *Journal du Textile*, *Elle*, ...). Een empirisch luik, waarin ik door middel van kwalitatieve onderzoekstechnieken zowel de kernspelers in het Parijse modeveld die voor de consecratie van de Belgen zorgen als de Belgische ontwerpers zelf zou bevragen, was aanvankelijk voorzien. Wegens twee redenen werd dit empirisch onderzoek uitgesteld. Niet alleen was de tijd voor mijn onderzoek voor deze masterthesis beperkt, het Parijse modeveld bleek ook een moeilijk veld te zijn om als volledige buitenstaander te betreden. Pogingen tot communicatie met het Maison Martin Margiela braken bijvoorbeeld af bij één van zijn jonge assistenten, die overigens - net als zijn mentor met de modepers doet - het op band opnemen of notities maken bij het interview verbodt.

Een empirische toetsing van mijn bevindingen is noodzakelijk en de afwezigheid hiervan is dus ook een beperking van mijn onderzoek. Tegelijkertijd vormt dit een oproep naar de toekomst.

5. Toekomstig onderzoek

Naast bovenstaande oproep kan men nog andere boeiende onderzoekspistes onderscheiden.

De meeste Belgische ontwerpers heb ik in rekening gebracht in mijn onderzoek, aangezien velen het Parijse modeveld kiezen om zich aan de wereld te tonen. Een aantal van hen, die in andere modevelden defileren, vielen echter uit de boot. Een onderzoek naar de strategieën die zij ondernemen om gelegitimeerd te worden in deze subvelden, zou interessant zijn om de consecratiemechanismen tussen subvelden te vergelijken. Ook zou bestudeerd kunnen worden of de Belgische ontwerpers die zich in andere velden presenteren een lagere gradatie aan symbolisch en economisch kapitaal hebben dan Belgische ontwerpers die defileren in Parijs. Ik denk bijvoorbeeld aan een analyse van de evolutie van het symbolisch en economisch kapitaal van Dirk Bikkembergs na zijn overstap van het Parijse subveld naar Milaan. Met zulk onderzoek kan ook een bijdrage worden geleverd aan het antwoord op de steeds wederkerende vraag of Parijs nu wel of niet het machtigste subveld is.

In deze verhandeling werden de verschillende instanties van legitimatie van Belgische ontwerpers in het Parijse modeveld geanalyseerd. Wat echter onaangeroerd is gebleven in wetenschappelijk onderzoek is de verhoudingen tussen deze instanties van consecratie. Is het zo dat in het Parijse subveld de Federatie andere legitimatiekanalen (journalisten, curators, inkopers, ...) overheerst? Hoe zit het in andere subvelden? En zijn er instanties van consecratie die zich buiten de geografische locaties van 'fashion capitals' bevinden? Zoja, beïnvloeden zij de verschillende modevelden in de consecratieprocessen van ontwerpers? Het beantwoorden van deze vragen kan een nieuw licht werpen op de analyse van de legitimatie van verschillende generaties Belgische ontwerpers in Parijs doordat de relatie tussen de instanties van consecratie, die deze ontwerpers legitimeren, zelf onderzocht wordt.

Bibliografie

- Accardo, A. (1997). *Introduction à la sociologie critique*. Bordeaux: Editions Le Mascaret.
- Anderson, J. (2003, november). Walter Van Beirendonck. *i-D Magazine*, 106-115.
- Anspach, K. (1967). *The why of fashion*. Ames, Iowa: Iowa State University Press.
- Baelden, P. & Van Dyck, P. (2003, 22 januari). Rubens op spitzen. *Weekend Knack*, 16-23.
- Baelden, P. (2004, 8 september). Wat is Belgische mode? *Weekend Knack*, 118-122.
- Baelden, P. (2005, 20 april). De impact van de Zes wordt nog onderschat. *Weekend Knack*, 16-22.
- Baudoux-Gérard, F. (1984). *Mary Prijot: Elle a fait s'épanouir en Belgique la creation de mode*. Bron onbekend, B66-B70.
- Baudot, F. (1999). *Fashion: The twentieth century*. New York: Universe.
- Belgische ontwerpers in het buitenland (2003, 10 september). *Weekend Knack*, 301-306.
- Bell, Q. (1976[1947]). *On human finery*. Londen: Hogarth Press.
- Blumer, H. (1969). Fashion: From class differentiation to collective selection. *The Sociological Quarterly*, 10(3), 275-291.
- Bogart, A. (1988, 3 mei). The Antwerp Six. *Elle USA*, 288-290.
- Bonnewitz, P. (1997). *Premières leçons sur la sociologie de Bourdieu*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Bourdieu, P. (1958). *Sociologie de l'Algérie*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Bourdieu, P. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique: Précédé de trois études d'ethnologie kabyle*. Genève, Paris: Librairie Droz.
- Bourdieu, P. (1975). Méthode scientifique et hiérarchie sociale des objets. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 1, 4-6.

- Bourdieu, P. & Delsaut, Y. (1975). Le couturier et sa griffe: Contribution à une théorie de la magie. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1(1), 7-36.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1981). *Questions de sociologie*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1981b). Haute Culture et haute couture. In P. Bourdieu, *Questions de sociologie* (196-206). Paris: Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups. *Social Science Information*, 24 (2), 195-220.
- Bourdieu P. (1989a). De sociologie als stoorzender: Een gesprek met Pierre Thuillier. In D. Pels (Ed.), *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip* (33-50). Amsterdam: Van Genneep.
- Bourdieu, P. (1989b). Vive la crise! Een pleidooi voor heterodoxie in de sociale wetenschappen. In D. Pels (Ed.), *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip* (51-66). Amsterdam: Van Genneep.
- Bourdieu, P. (1989c). Economisch kapitaal, cultureel kapitaal, sociaal kapitaal. In D. Pels (Ed.), *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip* (120-141). Amsterdam: Van Genneep.
- Bourdieu, P. (1989d). De sociale ruimte en de genese van 'klassen'. In D. Pels (Ed.), *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip* (142-170). Amsterdam: Van Genneep.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of practice*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1991). *Language & symbolic power*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1992). *Les règles de l'art: Genèse et structure du champ littéraire*. Paris: Seuil.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J. D. (1992b). *Argumenten: Voor een reflexieve maatschappijwetenschap*. Amsterdam: Sua.

Bourdieu, P. (1993). *La Misère du Monde*. Paris: Editions de Seuil.

Bourdieu, P. (1993b). The field of cultural production, or: The economic world reversed. In R. Johnson (Ed.), *The field of cultural production: Essays on Art and Literature* (29-73). Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, P. (1993c). The production of belief: Contribution to an economy of symbolic goods. In R. Johnson (Ed.), *The field of cultural production: Essays on Art and Literature* (74-111). Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, P. (1993d). The market of symbolic goods. In R. Johnson (Ed.), *The field of cultural production: Essays on Art and Literature* (112-141). Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, P. (1998). *Contre-feux: Propos pour servir à la résistance contre l'invasion néolibérale*. Paris: Raisons d'agir - Liber éditions.

Breward, C., Ehrman, E. & Evans, C. (2004). *The London look: Fashion from street to catwalk*. London: Yale University Press.

Breward, C. & Gilbert, D. (Eds.) (2006). *Fashion's World Cities*. New York, Oxford: Berg.

Brouns, J. (2003, 30 augustus). Interview met Marina Yee. *De Standaard Magazine*, 20-24.

Brouns, J. (2007, 11 juli). De rainbowwarrior. *Weekend Knack*, 18-19.

Buyck, L. (1983, 2 maart). Mode is geen kunst: Margiela en de twijfel van de jonge ontwerper. *Knack*, 125-126.

Chapsal, M. (1989). *La chair de la robe*. Paris: Fayard.

Codd, J. (1990). Making distinctions: The eye of the beholder. In R. Harker, C. Mahar, C. Wilkes (Eds.), *An introduction to the work of Pierre Bourdieu: The theory of practice* (132-159). Basingstoke, Hampshire, Houndsmills, London: MacMillan.

Collections (n.d.). Geraadpleegd op 12 april 2008 op www.waltervanbeirendonck.com/HTML/COLLECTIONS/collections.html.

Conseils et Analyses Stratégiques (1990). *La haute couture et la prêt-à-porter de luxe*. Paris: Precepta.

- Cook, R (2000). The mediated manufacture of an 'avant-garde': A Bourdieusian analysis of the field of contemporary art in London, 1997-9. In B. Fowler (Ed.), *Reading Bourdieu on society and culture* (164-186). Oxford: Blackwell Publishers.
- Couturiers and fashion designers (n.d.). Geraadpleegd op 2 april 2008 op <http://www.modeaparis.com/va/couturiers/index.html>.
- Crane, D. (1987). *The transformation of the avant-garde: The New York art world 1940-1985*. Chicago: University of Chicago Press.
- Crane, D. (1993). Fashion design as an occupation. *Current Research on Occupations and Professions*, 8, 55-73.
- Crane, D. (1997). Globalization, organizational size, and innovation in the French luxury fashion industry: Production of culture theory revisited. *Poetics*, 24: 393-414.
- Crane, D. (2000). *Fashion and its social agendas: Class, gender and identity in clothing*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Davis, F. (1992). *Fashion, culture and identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Debo, K. & Loppa, L. (2005). Belgian fashion. In V. Steele (Ed.), *Encyclopedia of clothing and fashion: Volume I* (142-146). New York: Thomson Gate.
- Debo, K. (2007). De Antwerpse modeacademie: Van lokale opleiding mode- en toneelkostuumontwerp tot internationaal gerenommeerde modeschool. In *6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement* (35-42). Gent, Ludion.
- Deeny, G. (1995, 19 mei). Nurturing the next wave. *Women's Wear Daily*, 1.
- de Marly, D. (1980). *The history of haute couture, 1850-1950*. New York: Holmes & Meier.
- De Marly, D. (1990). *Christian Dior*. London: B.T. Batsford.
- De modemakers van morgen. (1995, 22 februari). *De Morgen*, 8.
- Denolf, W. (2006, 30 augustus). Het evenwicht van Raf Simons. *Weekend Knack*, 50-58.
- De Potter, P. (1999, 5 mei). Dirk Van Saene: Tijd voor wat anarchie. *Weekend Knack*, 34-38.
- du Roselle, B. (1980). *La Mode*. Paris: Imprimerie Nationale.

- Elster, J. (1983). *Sour grapes: Studies in the subversion of rationality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Entwistle, J. (2002). The aesthetic economy: The production of value in the field of fashion modelling. *Journal of Consumer Culture*, 2(3), 317-339.
- Entwistle, J. & Rocamora, A. (2006). The field of fashion materialized: A study of London fashion week. *Sociology*, 40(4), 735-751.
- Fashion department, Royal Academy of Fine Arts, Hogeschool Antwerpen (n.d.). *The Antwerp fashion department: Philosophy*. Op 28 april 2008 van <http://www.antwerp-fashion.be/about/index.asp>.
- Flügel, J.C. (1930). *The psychology of clothes*. Londen: Hogarth Press.
- Fortassier, R. (1988). *Les écrivains français et la mode: De Balzac à nos jours*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Fowler, B. (1997). *Pierre Bourdieu and cultural theory: Critical investigations*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Fresh force – fresher fashion from the Academy of Antwerp (1988, oktober). *i-D Magazine*, 63, 53-63.
- Giroux, H. (1983). Power and resistance in the new sociology of education: Beyond theories of social and cultural reproduction. *Curriculum Perspectives*, 2, 1-13.
- Govaerts, A. (1987, 1 oktober). De wereld ontdekt 'Antwerpse Zes'. *De Morgen*, 25.
- Govaerts, A. (2003, september). Hoe Belgisch is 20 Jaar Mode dit is Belgisch? *De Morgen Magazine*, DMM 28-36.
- Gross, M. (1986, 25 maart). Notes on fashion. *The New York Times*, C14.
- Grumbach, D. (1993). *Histoires de la mode*. Paris: Editions de Seuil.
- Grumbach, D., Parmal, A.P., Ward, S. & Whitley, L. (2006). *Fashion Show: Paris Style*. Boston: MFA Publications.
- Hamou, N. (1998, 16 januari). Paris mise sur les jeunes talents pour demeurer la capitale de la mode. *La Tribune*, 9.

- Harker, R., Mahar, C. & Wilkes, C. (Eds.) (1990). *An introduction to the work of Pierre Bourdieu: The practice of theory*. Basingstoke, Hampshire, Houndmills, London: MacMillan.
- Hénin, J. (1990). *Paris Haute Couture*. Paris: Editions Philippe Olivier.
- Herten, L. (1988, 2 april). Een Limburger maakt mode in Parijs. *De Standaard*, 10.
- Hollander, A. (1993). *Seeing through clothes*. Berkeley: University of California Press.
- Hollander, A. (1994). *Sex and suits*. New York: Alfred A. Kopf.
- Honneth, A., Kocyba, A. & Schwibs, B. (1986). The struggle for symbolic order: An interview with Pierre Bourdieu. *Theory, Culture and Society*, 3 (3), 35-51.
- Horn, M.J. & Gurel, L. (1975). *The second skin*. Boston: Houghton-Mifflin.
- Horyn, C. (2006, 27 augustus). Ann of Antwerp. *The New York Times*, 242-245.
- Horyn, C. (2007). Antwerpse mode en identiteit: This is how it really is. In *6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement* (113-121). Gent: Ludion.
- Jenkins, R. (1982). Pierre Bourdieu and the reproduction of determinism. *Sociology*, 16 (2), 270-281.
- Jenkins, R. (1992). *Pierre Bourdieu*. London, New York: Routledge.
- Jones, K. (1989). Martin Margiela. *i-D Magazine*, The High Spirits issue, 59.
- Kawamura, Y. (2004). *The Japanese revolution in Paris fashion*. Oxford: Berg.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies*. Oxford: Berg.
- Kawamura, Y. (2005b). Sociological discourse and empirical studies of fashion. In Y. Kawamura, *Fashion-ology: An introduction to fashion studies* (19-37). Oxford: Berg.
- Kemps, L. (1998, 4 maart). Veronique Branquinho. *Weekend Knack*, 42-46.
- Kleren hoeven niet serieus te zijn: Het debuut van Dries Van Noten. (1982, 20 januari). *Knack*, 131-133.
- Koenig, R. (1973). *The restless image: A sociology of fashion*. Londen: George Allen & Unwin, Ltd.

La cote des acheteurs professionnels: Les masters de mars 2008 (2008, 26 februari). *Journal du Textile*, n. 1948, 41.

La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années (2005, 21 februari). *Journal du Textile*, n. 1821, 52.

La cote des créateurs: L'évolution durant les 5 dernières années (2008, 26 februari), *Journal du Textile*, n. 1948, 42.

Lahire, B. (Ed.) (1999). *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu: Dettes et critiques*. Paris: La Découverte & Syros.

Lane, J.F. (2000). *Pierre Bourdieu: A critical introduction*. London, Sterling Virginia: Pluto Press.

Le vent du Nord soufflé sur la mode. (1998, 7 september). *Elle*, 161-164.

Lipovetsky, G. (1994). *The empire of fashion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Lobenthal, J. (1990). *Radical rags: Fashions of the sixties*. New York: Abbeville Press.

Lobrano, A. (1992. 21-22 mei). Belgium: How the ugly duckling grew up. *International Herald Tribune*, 17.

Lopes, P.D. (1992). Innovation and diversity in the popular music industry, 1969-1990. *American Sociological Review*, 57, 561-571.

Lynam, R. (Ed.) (1972). *Couture: An illustrated history of the great Paris designers*. New York: Doubleday & Co.

Lyotard, J.F. (1992). *The postmodern explained to children: Correspondence 1982-1985*. Sydney: Power Publications.

Maison Martin Margiela signs a partnership agreement with l'Oréal (2008, 17 maart). Geraadpleegd op 28 april 2008 op www.maisonmartinmargiela.com.

Manzoni, I. (2007, 30 januari). Dries Van Noten aborde Paris par la rive gauche. *Journal du Textile*, n. 1902, 6.

McRobbie, A. (1998). *British fashion design: Rag trade or image industry?* London: Routledge.

- Menkes, S. (1989, 17 januari). Creating another new look for Dior. *International Herald Tribune*, 7.
- Menkes, S. (1996, 20-21 januari). High stakes for Galliano – and couture. *International Herald Tribune*, 8.
- Menkes, S. (1998, 23 juni). Structuring creativity: Antwerp's cradle of design. *International Herald Tribune*, 15.
- Menkes, S. (2004, 7 oktober). The collections / Paris: Fash flash. *International Herald Tribune*, 10.
- Miles, S. (2006, 3 april). Seizing the moment: Belgian designers chart growth plans. *Women's Wear Daily*, 1-4.
- Moerkerke, T. (2001, 21 februari). Saint in modeland. *Weekend Knack*, 34-36.
- Modestylist in België. (1986, 1 maart). *De Morgen*, 4-5.
- Murk, N. (1999, 10 maart). Modedames. *Weekend Knack*, 42-48.
- Murphy, R. (2003, 9 oktober). Is Belgian avant-garde out of fashion? *Women's Wear Daily*. 1 & 10.
- Murphy, R. (2007, lente). Dries in bloom. *Women's Wear Daily*, 90-91.
- Murphy, R. (2007, 23 januari). Van Noten goes own his way in Paris. *Women's Wear Daily*, 8.
- Murphy, R. (2007b, 4 juli). The new garde. *Women's Wear Daily*, 90-92.
- Nystrom, P.H. (1928). *Economics of fashion*. New York: The Ronald Press Company.
- O'Neill, A. (2007). *London: After a fashion*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Opening (n.d.). Geraadpleegd op 28 april 2008 op www.maisonmartinmargiela.com.
- Panofsky, E. (1967). *Architecture gothique et pensée scholastique*. Vert.: P. Bourdieu. Paris: Editions de minuit.
- Pels, D. (1989). Inleiding: Naar een reflexieve sociale wetenschap. In D. Pels (Ed.), *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip (7-22)*. Amsterdam: Van Gennep.

- Petterson, R. (1994). Culture studies through the production perspective: Progress and Prospects. In D. Crane (Ed.), *The sociology of culture: Emerging theoretical perspectives* (163-190). Cambridge, MA: Blackwell.
- Renson, I. (2002, 11 september). De debuterende zes. *Weekend Knack*, 32-43.
- Renson, I. (2003, 10 september). Terugkijken op 20 jaar. *Weekend Knack*, 88-96.
- Revenge of the Antwerp Six. (1987, december). *DNR The Magazine*, 24-29.
- Robbins, D. (2000). Courrèges, the fashion system and anti-semiology. In D. Robbins, *Bourdieu and culture* (80-92). Londen: Sage Publications.
- Rocamora, A. (2002). Fields of fashion: Critical insights into Bourdieu's sociology of culture. *Journal of Consumer Culture*, 2(3), 341-362.
- Rocamora, A. (2002b). Le Monde's discours de mode: Creating the créateurs. *French Cultural Studies*, 13(37), 83-98.
- Rocamora, A. (2006). Paris, Capital de la mode: Representing the fashion city in the media. In C. Breward & D. Gilbert (Eds.), *Fashion's World Cities* (43-54). New York, Oxford: Berg.
- Rosas/Anne Teresa De Keersmaeker (2002). Doornik: La Renaissance du Livre.
- Rose, T. (1993). Frocks on the block. *Fashion Weekly*, July 29: 8.
- Rossaert, I. (1999, 23 augustus). "Mode is een roeping": Antwerpse school is absolute wereldtop. *De Standaard*, 15.
- Sepulchre, C. (1992, 1 september). Le filon vert pourrait déboucher sur une impasse. *Journal du Textile*, 1298, 60-64.
- Simmel, G. (1957[1904]). Fashion. *The American Journal of Sociology*, LXII, 6, mei, 541-558.
- Spencer, H. (1966[1896]). *The principles of sociology, Volume II*. New York: D. Aooleton and Co.
- Spindler, A.M. (1993, 25 juli). Coming apart. *The New York Times*, 1-9.
- Steele, V. (1985). *Fashion and eroticism*. Oxford: Oxford University Press.

- Steele, V. (1988). *Paris fashion: A cultural history*. Oxford: Oxford University Press.
- Steele, V. (1991). *Women of fashion: Twentieth-century designers*. New York: Rizzoli International Publications.
- Steele, V. (1999). *Paris fashion: A cultural history*. New York, Oxford: Berg.
- Sumner, W.G. (1940[1906]). *Folkways: A study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores and morals*. Boston: Ginn and Company.
- Tarde, G. (1903). *The laws of imitation*. New York: Henry Holt.
- Teddern, S. (n.d.). Fashion's fresh faces. *Sphere*, 42-45.
- The jury (n.d.). Geraadpleegd op 25 april 2008 op www.antwerp-fashion.be/jury/index.asp.
- The light of an old city shines on new ideas (2001, 12 augustus). *The Washington Post*, F4.
- The new guard (2000, juli). *Vogue USA*, 131-151.
- Toennies, F. (1963[1887]). *Community and society*. New York: Harper and Row.
- Tout beau... tout Belge (1990-1991, december-januari). *Jardin des Modes*, 58-60.
- Veblen, T. (1953). *The theory of the leisure class: An economic study of institutions*. New York: Modern Library.
- Veillon, D. (1990). *La mode sous l'Occupation*. Paris: Editions Payot.
- Verdès-Leroux, J. (1998). *Le Savant et le politique: Essai sur le terrorisme de Pierre Bourdieu*. Paris: Grasset.
- Vinken, B. (2005). *Fashion zeitgeist, trends and cycles in the fashion system*. New York, Oxford: Berg.
- Vinken, B. (2007). Amazing grace: Martin Margiela en de Antwerpse school. In *6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement* (211-221). Gent: Ludion.
- von Ihering, R. (1883). Der Zweck im Recht II. In W. Benjamin (1999). *The Arcades Project, vol.1, Fashion*. Cambridge: Belknap Press.

- Vreeland, D. (1983). *'Introduction' to Yves Saint Laurent*. New York: Clarkson N. Potter & The Metropolitan Museum of Art.
- Wacquant, L.D. (1989). Towards a reflexive sociology: A workshop with Pierre Bourdieu. *Sociological Theory*, 7 (1), 26-63.
- Weisman, K. (1998, 14 oktober). Chambre's new face. *Women's Wear Daily*, 24.
- White, H. & White, C. (1965). *Canvases and careers: Institutional changes in the French painting world*. New York: John Wiley.
- White, H.C. (2002). *Markets from networks: Socioeconomic models of production*. Princeton: Princeton University Press.
- Wilkes, C. (1990). Bourdieu's class. In R. Harker, C. Mahar, C. Wilkes (Eds.), *An introduction to the work of Pierre Bourdieu: The theory of practice* (109-131). Basingstoke, Hampshire, Houndsmills, London: MacMillan.
- Windels, V. (1993, 18 juni). Marthe Van Leemput neemt afscheid van de Antwerpse mode-akademie: De laatste pas. *De Standaard Magazine*, 24-25.
- Windels, V. (1996). Fenêtre ouverte sur le monde: La section mode de l'Académie des Beaux-Arts d'Anvers. *Septentrion: Arts et culture de Flandre et des Pays-Bas*, 25(1), 87-92.
- Windels, V. (2001). *Jonge Belgische mode*. Gent: Ludion.
- Windels, V. (2005, 5 maart). Off presentaties tijdens de Parijse modeweek: Geen hype, wel statements. *De Standaard, Cultuur & Media*, 34.
- Windels, V. (2006, 5 juli). President Didier Grumbach gelooft in zijn modedefederatie. *De Standaard*, C2 - C3.
- Windels, V. (2007, 27 januari). Wars van alle trends. *De Standaard*, DSM 8 – 9.
- Windels, V. (2007b, 19 april). Haute couture van de vlooiemarkt. *De Standaard*, C5.
- Windels, V. (2008, mei). Bruno Pieters. *Elle Nederland*, 70-73.
- Wolff, J. (1993). *The social production of art*. New York: New York University Press.

Ziegert, B. (1991). American clothing: Identity in mass culture, 1840-1990. *Human Ecology Forum*, 19 (Spring), 5-9, 31-32.

Zolberg, V. & Cherbo, J.M. (Eds.) (2000). *Ousider art: Contesting boundaries in contemporary culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

6+ Antwerpse mode in het Vlaams parlement (2007). Gent: Ludion.