

Mode, media och kvinnors samhällsroll

**PAULA
VON WACHENFELDT**

Vad visar det sena 1700 talets franska modemagasin om synen på kvinnors roll i samhället? Vilken betydelse hade modemagasinen för den franska nationens ekonomi? Vad tyckte Napoleon om mode? Paula von Wachenfeldt skriver.

I en fiktiv brevväxling från 1718 beskriver den franske filosofen **Montesquieu** kvinnan som följer:

En vacker kvinnas roll är mycket viktigare än man tror. Det finns inget allvarigare än det som händer på morgonen när hon gör sig i ordning, omgiven av sina tjänare. En armégeneral lägger inte mer uppmärksamhet på att placera sin högra flank eller sin reservstyrka än hon lägger på att placera en mouche som kan misslyckas, men som hon hoppas eller förväntar sig ska lyckas.

Kvinnor och kläder tycks vara en oändlig källa till tyckande och satir. Visserligen har vissa manliga moden fått utstå kritik genom historien – dit hör till exempel Macaronimännen och dandyn – men i det stora hela är det oftast kvinnorna som har varit föremål för samhällets fördömanden. Just ekvationen mode = kvinnor verkar vara en viktig social angelägenhet som ofta berör moraliska aspekter men som många gånger påverkas av diskurser i medier, i litteratur och i allmänna betraktelser, vilket vi kommer att se lite längre fram.

MODEMAGASIN OCH ETIKETTBÖCKER

Genom historien har kläder använts för att uttrycka bärarens sociala tillhörighet. I det tidigmoderna ståndssamhället spelade apparansen en avgörande roll. Vikten lades vid att inordna olika grupper av människor i olika fack så att de varken klädde sig över eller under sin rang. För att försäkra sig om bevarandet av denna samhällsordning stipulerade man stadgar som reglerade klädbruket i samhället, så kallade överflödsförordningar. Dessa var dock förgäves eftersom de över-skreds regelbundet. Påbud har tendens att framkalla olydnad samtidigt som kläder får människor att gotta sig i det materiella. Man vill gärna klä upp sig för att påskina en viss social tillhörighet eller en ideologisk inställning. Men jag vill nu dyka in lite djupare

i klädernas roll i samhället och delge mina senaste iakttagelser vad gäller just kvinnor och mode.

De senaste åren har jag ägnat mig åt att undersöka de tidiga franska modemagasinen från 1780-talet och framåt. Visserligen fanns det magasin före det datumet också men nu var det modet som fick en framstående plats. Dessa magasin innehöll precisa skriftliga beskrivningar av både kvinnors och mäns plagg, följt av rika illustrationer. Det mest intressanta för mig som modeforskare är att analysera alla de texter som beskriver plaggen. Det är här som man hittar en hel del ideologiska föreställningar om hur just kvinnor ska vara och bete sig genom sina klädval.

Majoriteten av dessa modejournaler hade manliga redaktörer som betonade fransmannens ypperliga smak för mode utan att, för den delen, skapa någon skillnad mellan könen. Tvärtom betonar texterna det faktum att båda könen, i varje tid och rum, har försökt behaga varandra genom sina kroppsutsmyckningar. Det är snarare den moraliserande tonen gentemot kvinnor, som inte riktas mot männen, som skapar en skillnad mellan könen i tidskrifterna. Kvinnan beskrivs som någon som har en plikt att klä sig annorlunda varje dag eftersom hon inte alltid kan se likadan ut. Hon behöver även hjälp med att veta om ”en sådan frisyra, en sådan hatt, en sådan klänning passar henne väl”. Den könsskillnad som de tidiga modemedierna skapade ligger inte i idén om mode som en materiell prydnad som ska se olika ut för män och kvinnor utan i synen på kvinnor som behövande och beroende var-elser, till och med i modefrågor. Den ideala kvinnan framträder i pressen som alltid lika vänlig och ämabel mot andra. Denna typ av kvinna förstår sig på konst och litteratur – snarare än naturvetenskap, som anses vara mannens rätta domän.

En intressant aspekt i sammanhanget är att kejsaren **Napoleon** själv, som i övrigt föraktade pressen, rekommenderade läsningen av franska modetidningar. Det finns två huvudsakliga skäl till detta. **Bonaparte** hyste



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

en stor förkärlek för mode och kejsarinnan **Joséphine** själv spenderade en anseelig summa pengar på sin toalett – mer än 600 000 franc per år. Bara hennes sjalsamling sades uppgå till mellan 300 och 400 stycken. Napoleons medvetenhet om den vikt mode och lyx har som drivkrafter för den inhemska industrin följer en lång politisk tradition i Frankrike. Den går tillbaka till **Ludvig XIV:s** finansminister **Jean-Baptiste Colberts** reformer. Genom att inrätta de så kallade *manufactures royales* kunde den inhemska produktionen främjas samtidigt som importerade varor beskattades kraftigt. På så vis kunde Colbert förstärka den franska hantverksexpertisen och konsolidera den nationella ekonomin. Dessa modetidningar var således inte bara förströelse för salongsdamerna. De utgjorde en viktig reklampelare för franskt mode och ett sätt att befästa dess dominerande ställning i Europa, inte minst eftersom dessa tidningar nådde till exempel Tyskland och Belgien, som gärna anammade den franska stilen.

Olika modetidningar återkommer till viken av att vara en graciös och socialt älskvärd kvinna. Den mediala diskursen framhävde kvinnans vikt på två olika sätt: dels betonade man hur hon, som konsument, bidrog till utvecklingen av den franska modeindustrin, dels beskrevs hon som ett kulturellt och socialt ideal. Modetidningarna sammankopplade i själva verket kvinnors personligheter med de plagg de bar. Den kvinnliga karaktären skulle hänga ihop med modet och vice versa, en sammankoppling som inte gjordes i mannens fall. Det anmärkningsvärda i sammanhanget är att kvinnorna förväntades ha ett och samma karaktärsdrag, nämligen det för omgivningen behagliga och älskvärda. Det fanns med andra ord inget utrymme för andra egenskaper och kvinnorna kunde därmed inte vara olika individer med olika karaktärer.

Vidare kan man lätt tro att det är det manliga perspektivet som ålägger kvinnorna att ta till sig en behaglig personlighet då flertalet av dessa tidningar leddes just av manliga

redaktörer. Det fanns dock tidningar som anställde kvinnliga skribenter men tonen förblev ändå densamma.

Modetidningarna utgjorde ändå inte de enda ”pedagogiska” källorna som skulle vägleda kvinnorna att bli bättre sociala varelser. Även etikettböckerna från den tiden uppvisade samma typ av diskurs. I en av dessa uppförandemanualer hävdade den manlige författaren **Caron** att han vänder sig till den söta och snälla kvinnan medan han utesluter bland annat den lärda, avundsjuka och depraverade kvinnan. Lärda kvinnor skapade oreda i samhällsordningen då de kunde överta den vetenskapliga domänen, som är tillskriven männen. Under sådana förhållanden återstod det för kvinnan att vara trevlig och angenäm, vilket kan åstadkommas med hjälp av en ”riktig” klädsel. Även i etikettböcker med kvinnliga författare kan vi läsa att kvinnor ska vara ”kärleksfulla, rena och fria från passion”. Här beröms kvinnan som inte följer modets nycker eftersom att inte göra det ses som ett tecken på förnuft och god smak. Än en gång ser vi hur kvinnors personlighet sammankopplas med kläder. Hon ska antingen följa modet och därmed gynna den inhemska modeindustrin eller också undvika dess nyckfulla natur. I det här sammanhanget är det ändå lägligt att ställa sig frågan om det ställdes några liknande krav på männen.

Männens roll var inte mindre krävande när det gäller mode. Även de var tvungna att klä sig i enlighet med tidens mode. Modetidningar från 1700- och 1800-talen innehöll manliga modeplanscher och adresser till de butiker där de olika plaggen såldes. Skillnaden låg dock i den beteendemässiga skyldigheten som ålades kvinnorna men inte männen. Det var just kvinnorna som förväntades vara goda konsumenter i harmoni med en utåt tilltalande apparans. I slutändan fungerade mode i tidskrifter och uppförandemanualer som ett verktyg för att odla kvinnors mentala självdisciplin. Detta ansågs fördelaktigt i tre avseenden: för kvinnorna själva, för samhället och för handeln.

Journal des dames et des modes,
8 août 1801



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Modetidningar och etikettböcker utgör dock ingen isolerad företeelse utan reflekterar i allra högsta grad sin samtid och de tankar och seder som präglade den.

SAMTIDA BETRAKTELSE

Den franske filosofen **Rousseau** uttryckte sin avsky för lyxen i samhället eftersom han dels ansåg den skapa missförhållanden människor emellan och dels betraktade den

som ett materiellt hinder för att uppnå gemenskap med naturen. I slutändan vägrade han till och med att bära peruk och strumpor som var den manliga uniformens kännetecken under 1700-talet. Men Rousseau hade även skarpa synpunkter om kvinnan. Enligt honom hade kvinnor och män, av naturliga skäl, olika temperament och kunde därför inte ha samma utbildning. Med tanke på kvinnans naturliga svaghet och passivitet ville han vidare föreskriva henne söm-



nads-, broderi- och spetsarbete. Givet hennes mentala och allmänna fysiska fäbless var klädbranschen den enda som återstod för henne. Också en annan 1700-talsbetraktare, **Mercier**, såg klädindustrin som ett sätt för kvinnan att hålla sig undan prostitution. Det fanns liksom inga mellanvägar beträffande kvinnans val i livet; antingen riskerade hon att sälja sin kropp eller så kunde hon undgå detta fatala öde genom att ägna sig åt kläd tillverkning.

Den mediala diskursen under det sena 1700-talet och början av 1800-talet skapade en bild av den ideala kvinnan: hon är vänlig

och älskvärd och förstår sig enbart på litteratur och konst. Textrepresentationer av kvinnor i modetidningar, etikettböcker och hos samtida betraktare bidrog till konstruktionen av en kvinnlighet som var förbunden med mode som materiell kultur. Kvinnans uppgift bestod i att vara behaglig och angenäm för sin omgivning, något som skulle återspeglas i klädvalet. Mode, i sin tidiga etablering som betydelsefull fransk industri, användes som ett verktyg för att odla en homogent behaglig och mentalt disciplinerad kvinna. Detta i sin tur sådde fröna till modet som en feminiserad kulturell ekonomi.

Denna artikel utgör en del av en större studie. Studien har kunnat genomföras tack vare den generösa donationen av Åke Wibergs stiftelse.

Paula von Wachenfeldt är professor i modevetenskap vid Stockholms universitet.