

Visualisierungsstrategien von Coolness in der Literatur der Weimarer Republik

Jahresmitgliederversammlung des *netzwerk mode textil e. V.*

Offenes Forum

Berlin (D) > 25.05.2017

Im Alltag wird fast allem das Adjektiv *cool* zugeschrieben. Die beliebige Verwendung des Wortes hat sich nicht nur im Jugendjargon, in der Werbung- und Modewelt etabliert, sondern auch im Umfeld von Medien und Politik verbreitet (Mentges 2010: 17). Die Semantik des Begriffs Coolness scheint inzwischen so diffus zu sein, dass der Begriff Coolness scheinbar *einen maximalen Grad an Entleerung erreicht hat* (Diederichsen 2003: 35). Doch trotz aller Vagheit in der Definition muss Coolness als eine *zentrale Kategorie des 20. und 21. Jahrhunderts* (Geiger, Schröder & Söll 2010: 7) verstanden werden, die zahlreiche kulturelle Praktiken, das Selbstverständnis von diversen Sub- und Jugendkulturen und vor allem die Konstitution von modisch erscheinenden Körperbildern entscheidend mitprägt. Im Hinblick auf den Umgang mit Kleidung und Accessoires erscheint Coolness als eine verkörperte Distanz. Wie diese Wirkung bereits in Romanen und Essays der Weimarer Republik über die Beschreibung bestimmter Posen und Bekleidungspraktiken vermittelt wird, soll im Vortrag verhandelt werden. Dabei wird gezeigt, wie die Autorinnen und Autoren der Weimarer Republik zum einen modische Denkmuster produzieren und kommentieren und zum anderen bestimmten Modephänomenen den Sinn von Coolness zuschreiben. In diesem Zusammenhang verdeutlicht sich auch, dass nicht nur geschlechtliche Identitäten durch Mode inszeniert werden, sondern dass dabei häufig auch das Konzept der Coolness im Spannungsfeld der Kategorien *männlich* und *weiblich*, *angepasst* und *unangepasst* konzipiert wird.

Text: © Catharina Rüß

Catharina Rüß für *netzwerk mode textil e. V.* (online: 08. August 2017)