

FO  
MU

# CINDY SHERMAN

LEIDRAAD

secundair onderwijs

*Beste leerkracht,*

*in deze leidraad vind je context en achtergrondinformatie over het werk van Cindy Sherman in het FOMU. Daarnaast geven we je graag tips en opdrachten mee om de jongeren tijdens jouw rondleiding te activeren en kritisch te betrekken bij het werk van Sherman.*

*Leidraad  
secundair onderwijs*

## OVER DE EXPO

De Amerikaanse kunstenaar Cindy Sherman (1954) is een meester in vermomming. Met een camera, spiegel en een kast vol pruiken en rekvisieten transformeert ze zichzelf in uiteenlopende personages. Al sinds de jaren 1970 is Sherman haar eigen fotograaf, model en stylist. Met humor en intelligentie stelt ze vastgeroeste stereotypen en ideaalbeelden aan de kaak.

Inspiratie voor haar veelzijdige fotografisch oeuvre vindt ze in de massamedia: film, televisie, reclame, tijdschriften, sprookjes, internet en sociale media.

Mode loopt als een rode draad door het werk van Sherman. Sinds de jaren 1980 werkt ze regelmatig samen met gerenommeerde mode-huizen en -tijdschriften. Diverse beroemde kunstwerken van Sherman ontstaan uit een modefotografieopdracht. Haar werk keert zich tegen de heersende conventies van de modewereld en Sherman krijgt daardoor meermaals af te rekenen met kritiek. Haar provocerende foto's zijn niet glamoureuze, sexy of elegant. Voor Sherman is mode het uitgangspunt voor een prikkelend onderzoek naar de maatschappelijke verwachtingen over gender, schoonheid en leeftijd. Haar talloze personages tonen dat identiteit een constructie is en dus veranderlijk. Op speelse wijze houdt Sherman je een spiegel voor.

Shermans dialoog met de modewereld is nog niet eerder grondig onderzocht. ***Cindy Sherman – Anti-Fashion*** brengt daar verandering in. Deze tentoonstelling verzamelt werk uit de voorbije vijftig jaar over twee verdiepingen. Ze belicht de voortdurende relevantie van Shermans kritische blik op de dominante beeldcultuur.

Cindy Sherman – Anti-Fashion is ontwikkeld door de Staatsgalerie Stuttgart en kwam tot stand in samenwerking met Shermans studio in New York en haar galerie Hauser & Wirth.

## VERLOOP

**Rondleiding 1,5 u**

**Cindy Sherman**

Early works  
1e verdieping

Anti-fashion  
2e en 4e verdieping

# CINDY SHERMAN ANTI-FASHION

1e, 2e verdieping  
en 4e verdieping

**Niemand ontkomt aan schoonheidsidealen, ze beïnvloeden hoe we ons vormen en uiten. Sherman houdt een spiegel voor en doorprijkt clichés. Kan je ontsnappen aan de manipulatieve kracht van sociale media en dominante beeldcultuur?**

**In deze tentoonstelling ontmoeten we kunstenares Cindy Sherman. In haar werk gaat ze op een eigenzinnige manier in dialoog met de modewereld. Hieronder vind je de belangrijkste krachtpunten die je tijdens je rondleiding mag benoemen:**

- Sherman is maatschappijkritisch over vastgeroeste stereotypes en ideaalbeelden.
- Ze voert een onderzoek naar de maatschappelijke verwachtingen over gender, schoonheid en leeftijd.
- Ze ziet identiteit als een constructie en dus veranderlijk

**Cindy Sherman maakt humoristische en intelligente portretten**

- Ze gebruikt zichzelf als canvas en maakt geen zelfportretten.
- Ze gaat in dialoog met modewereld, maar keert alle gangbare normen om.
- Ze legt visuele clichés bloot en stelt ideaalbeelden ter discussie door groteske overdrijving.

**Cindy Sherman transformeert haar identiteit:**

- Met accessoires: ze gebruikt make-up, maskers, kledij...
- Met haar lichaamshouding en gezichtsuitdrukking.
- Met behulp van de achtergrond. Deze is evengoed manipuleerbaar  
*Dit vormen samen de elementen voor haar studio/portretfotografie*
- Sherman gebruikt fotografie als medium om zich uit te drukken en geeft hierdoor fotografie een belangrijke rol in de kunstwereld.
- Sherman is een rolmodel voor vrouwelijke kunstenaars

**Het werk van Sherman biedt de jongeren inzichten over onze beeldcultuur:**

- Ze haalt inspiratie uit de massamedia, waarbij ze het manipulatieve karakter aan de kaak stelt.
- Massamedia, de toenemende digitalisering en manipulaties, hebben invloed op ons zelfbeeld

**Deze krachtlijnen haal je naar boven in je rondleiding, maar dit hoeft niet chronologisch verteld te worden. Voel je vrij om de tentoonstelling die over 3 verdiepingen loopt, flexibel te bezoeken.**

**In je rondleiding mag de focus liggen op het observeren van een beeldtaal en hoe deze wordt ingezet als maatschappijkritiek. De beelden van Sherman lenen zich uitstekend om hierover met jongeren in gesprek te gaan.**

**In deze handleiding:**

- Achtergrond tijdsperiodes
- Uitgelichte reeksen/beelden om wat grondiger te bekijken.
- Methodieken/kijkopdrachten om in gesprek te gaan met jongeren.
- Extra's: muzische opdrachten om de rondleiding levendiger te maken.

## ACHTERGROND (1970s)

Mode is een inspiratiebron. Cindy Sherman gebruikt kleding en make-up om personages te creëren. Zo illustreert ze de kracht van mode om je identiteit vorm te geven. Shermans dubbelzinnige relatie tot de glamour van de mode-wereld wordt al snel duidelijk: het is een spel van aantrekken en afstoten. Die spanning zal ook later voelbaar blijven in haar werk. Ze experimenteert volop met performance, film en fotografie en laat zich beïnvloeden door de conceptuele en feministische kunst uit die tijd.

*1e verdieping*

## EARLY WORKS

### DOLL CLOTHES

In een videofragment zie je een uitgesneden figuurtje dat zich aan en uitkleedt. Sherman illustreert hiermee de kracht en dubbelzinnigheid van kleding. Het is een vorm van persoonlijke expressie, maar evengoed een keurslijf waarmee je verwachtingen rond gender en sociale status in stand houdt.



#### *Gespreksstof*

***Bekijk samen 'Doll clothes' en bespreek het fragment.***

- Wat gebeurt er?
- Wie herkent zich in dit fragment? Op welke manier?
  
- Welk kledingstuk van iemand uit deze groep zou je graag aantrekken? Waarom?
- Wat zegt het kledingstuk over de persoon die het draagt?
- Welk kledingstuk zou je nooit durven dragen, maar zou je stiekem wel willen?
- Wat houdt je tegen om dit te dragen?

***Reflecteer over de antwoorden versus het beeld dat Sherman hier schiept.***

- Wat kan je met de kledij die je draagt uitdrukken?
- Wat maakt ons onzeker om bepaalde kledij te dragen?
- Wie/wat bepaalt wat we dragen?

# CINDY SHERMAN ANTI-FASHION

*2e verdieping*



## COVER GIRLS

### *Gespreksstof*

*Ga op zoek naar '10 verschillen' tussen de covers.*

- In de covers zitten niet letterlijk 10 verschillen. Op welke manier ga je hierover in gesprek?
- Wat doen deze verschillen met een cover?
- Zijn er tijdschriften die je niet meer zou kopen, omwille van één van deze covers? Of tijdschriften waar je je meer door aangesproken voelt omwille van de cover?

Elke triptiek bestaat uit drie versies van een cover van een bekend modeblad. Eerst zie je de originele cover. In het beeld daarnaast vervangt Sherman het gezicht van het model door haar eigen gelaat en imiteert ze het oorspronkelijke model zo goed mogelijk. In het derde beeld zie je een subtiële parodie, met uitvergrote gelaatsuitdrukkingen.

**Cover Girls speelt met de stereotiepe voorstelling van vrouwen en de cruciale rol die de modewereld daarin speelt.**

Sherman maakt de foto's met een complex proces in de donkere kamer, digitale beeldbewerking bestaat in die tijd nog niet.



### **EXTRA:**

*De jongeren maken een 4-luik van een reeks, door een extra foto te maken met nog meer overdrijving*

## ACHTERGROND (1980s)

In de jaren 1980 is Cindy Sherman een jonge opkomende kunstenaar en wordt ze internationaal geprezen om haar Untitled Film Stills. Ze wordt gerekend tot de Pictures Generation, een groep Amerikaanse kunstenaars met onder andere Barbara Kruger, Louise Lawler, Robert Longo en Richard Prince. **Ze delen een fascinatie voor de Amerikaanse populaire cultuur en ontlenen hun beeldtaal aan de massamedia. In diezelfde periode krijgt de modeindustrie een sterke impuls door het toenemende consumptisme. Glossy modecampagnes domineren tijdschriften en het straatbeeld.**

Vanaf 1983 krijgt Sherman verschillende foto-opdrachten uit de modewereld. Net als in haar vrije werk neemt Sherman een kritische houding aan en maakt ze subversieve modefoto's. *Het resultaat is onverwacht en voor sommige opdrachtgevers te choquerend. Ze zien Shermans modefoto's als antireclame en wijzen ze meermaals af.*

### 2e verdieping

## DIANNE BENSON

**In 1983 maakt Sherman reclamefoto's voor Bensons New Yorkse modeboetieks. Sherman fotografeert zichzelf in kledingstukken van ontwerpers als Issey Miyake, Dorothee Bis en Jean-Charles de Castelbajac.**

### Gespreksstof

*Enkele 'talkin' points om in gesprek te gaan met je groep bij 1 van de beelden. De jongeren kiezen een talkin' point en nemen een standpunt in.*

- Ik ben een ware schoonheid
- Ik had een wilde nacht
- Ik ben een model
- Met mij kan je diepgaande gesprekken voeren
- Ik ben mijn wilde haren nog niet verloren
- Ik koop mijn kleren 2e hands



Wars van de conventies in de modefotografie, neemt ze onelegante poses aan, met de haren in de war en geaccentueerde donkere kringen onder haar ogen. **Sherman verlegt de aandacht van het kledingstuk naar het vrouwenlichaam en de personages die ze creëert. Ze hekelt hiermee de traditionele passieve houding die van modellen verwacht wordt.** Shermans foto's worden datzelfde jaar gepubliceerd in het iconische popcultuur-tijdschrift Interview en tentoongesteld bij de galerie Metro Pictures in New York.

## DOROTHEE BIS

Shermans campagne voor Dianne Benson wordt met gemengde reacties onthaald. Toch krijgt Sherman in 1984 voor het eerst een opdracht rechtstreeks van een modehuis: het Franse Dorothee Bis. Voor deze opdracht gaat Sherman enkele stappen verder.

**Ze gebruikt de opdracht om ideaalbeelden uit de mode ter discussie te stellen. De personages worden karikaturen met littekens, bloedvlekken en kneuzingen. De setting van de beelden is dreigend en duister. De uitdagende foto's worden gezien als slechte reclame voor het merk en Vogue Paris weigert ze te publiceren.**

### *Gespreksstof*

- Wat denk je dat Sherman wil zeggen met haar foto's?
- Waarom ziet het model er niet perfect uit?
- Welk gevoel krijg je van deze beelden?

***De foto's worden niet gepubliceerd omdat het slechte reclame zou zijn voor het modehuis.***

- We leven in een andere tijd. Vinden jullie deze beelden ook 'slechte' reclame?
- Wanneer is iets anti-reclame?



***Bekijk andere beelden in de ruimte en geef aandacht aan de manier waarop Sherman te werk gaat: portretfotografie.***

- Hebben de jongeren gezien dat het personage steeds dezelfde vrouw is?

***Sherman gebruikt haar lichaam en het medium fotografie om zich uit te drukken. Voor haar zijn dit geen zelfportretten. Het gaat niet om haar identiteit.***

- Kunnen we in deze portretten op een manier de identiteit van de kunstenares vinden?



## ACHTERGROND (1990s)

Rond 1990 maakt Cindy Sherman haar meest provocerende kunstwerken. In *The Disasters* (1986-1989) en *The Sex Pictures* (1992) **confronteert ze de toeschouwer met de vreemde en lelijke aspecten van de mensheid.**

Ook in haar modefoto's duiken afschrikwekkende protheses, maskers en poppen op. Shermans onconventionele en prikkelende beelden krijgen steeds meer erkenning. **Ook in de modewereld gaan ontwerpers en fotografen de heersende schoonheidsidealen ter discussie stellen. Binnen de mode-industrie tekent zich een scherpe paradox af: afwijken van de norm wordt een kracht.** Reclame en beeldende kunst lijken soms samen te vallen, high fashion boetieks voelen aan als kunstgaleries. **Shermans modewerk komt tegemoet aan de vraag van de mode-industrie om designerstukken een aura van uniciteit mee te geven die hen 'boven' de commerciële mainstream mode plaatst.**



## HARPER'S BAZAAR

Het magazine Harper's Bazaar nodigt Sherman in 1993 uit om een artikel te illustreren met haar foto's. Ze krijgt hiervoor outfits van de laatste designercollecties, maar alleen in modelmaten. **Sherman grijpt de gelegenheid aan om nieuwe bizarre personages te scheppen. De figuren zijn teatraal, ironisch en speels. Sherman benadert de kleding alsof het kostuums zijn. Zo worden ze het voornaamste onderwerp van de foto's.**

Laat de jongeren bewegen als in een modeshow met een gepaste gezichtsuitdrukking en lichaamshouding.

- Beeld een model uit in veel te strakke kledij
- Beeld een model uit in kledij die veel te lang/te groot is.

*Bekijk de foto's van Harper's Bazaar. Kijk hoe Sherman een houding aanneemt. Speel in op de verwrongen houdingen die de jongeren daarnet zelf aan hebben genomen.*

## COMME DES GARÇONS

Het vooruitstrevende Japanse modehuis Comme des Garçons vraagt Sherman om zijn reclamecampagne voor 1994 te ontwikkelen. Sherman krijgt carte blanche en creëert een bevreemdende reeks met vervormde lichamen.

Ondertussen zijn de tijden veranderd: de avant-garde van de modewereld omarmt de confrontatie en controverse ten volle. De wisselwerking tussen beeldend kunstenaars en modeontwerpers speelt hier naadloos op in. Beide partijen versterken elkaars succes met baanbrekende reclamecampagnes.

### *Gespreksstof*

- Wat gebeurt er hier?
- Wat zie je waarom je dit zegt?
- Wat gebeurt er nog meer?



### EXTRA:

Cindy Sherman maakt in deze tijdsperiode graag gebruik van protheses. In de volgende oefening werken de jongeren samen om een vreemd lichaam te creëren.

Doorheen de verschillende ruimtes vind je spiegels.

Verdeel de jongeren in kleine groepjes en laat ze plaatsnemen voor een spiegel. In de spiegel vormt het groepjes samen één persoon/figuur met verschillende lichaamsdelen en/of houdingen. De ene figureert als lichaam en hoofd. De andere verstopt zich achter deze figuur en toont enkel de armen...

## ACHTERGROND (2000s)

Sinds de jaren 2000 experimenteert Cindy Sherman met de digitale manipulatie van haar beelden. De foto's ogen bewust artificieel en overdreven. Zo stelt Sherman vragen bij **de toenemende digitalisering van de Westerse samenleving en de impact van beeldbewerking op het zelf-beeld**. Het provocatieve karakter van haar modefoto's uit de jaren 1980 en '90 maakt plaats voor een speelsere benadering. Het duistere en afstotelijke wordt nu kleurrijk en carnavalesk. **Toch heeft haar werk nog altijd een kritische ondertoon. Met veel humor neemt de kunstenaar zichzelf en de pretenties van de modewereld op de korrel.**

## BALENCIAGA

In een opdracht voor Vogue Paris toont Sherman de nieuwste Balenciaga-collectie van 2007. Ze werkt voor het eerst met een digitale camera en voegt de achtergronden toe in postproductie. Sherman neemt de gedaante aan van ouder wordende society-figures. De vrouwen zijn zwaar opgemaakt, het lijkt alsof ze maskers dragen. De foto's zijn een aanklacht tegen de sociale druk die vrouwen ervaren om er jonger uit te zien dan ze zijn, tegen het absurde en hardnekkige ideaal van de jeugdige perfectie.

### *Gespreksstof*

- Vind je de vrouw op deze foto oud?  
Wat zie je waarom je dit zegt?
- Wanneer ben je oud?
- Is een vrouw vroeger oud dan een man?
  
- Waarom proberen we zo hard om ouderdomskenmerken te verdoezelen?
- Hoe kunnen we ouderdom leren appreciëren?



### EXTRA:

De jongeren bedenken een compliment voor één van de modellen of voor elkaar over iets wat ze hun hele leven kunnen vasthouden. Iets positief wat hen ook later nog siert, ook als ze oud zijn.

## CLOWNS

De clowns ontstaan voor een modereportage voor British Vogue in 2003, met kledingstukken uit de lentecollectie van John Galliano. Sherman is aangetrokken tot **de paradoxale en onvoorspelbare figuur van de clown, die evengoed kan amuseren als choqueren. Shermans clowns zijn brutaal en boosaardig, hun blik afwezig en leeg. Door hun groteske overdrijving confronteren ze je met onderdrukte verlangens en angsten. Tegelijkertijd is de clown een metafoor voor de kunstenaar die dingen aan de kaak stelt, maar tegelijkertijd mensen moet entertainen.**

De reeks markeert Shermans overgang van analoog naar digitaal: de personages zijn vastgelegd met een analoge camera, de psychedelische achtergronden creëerde Sherman met beeldbewerkingssoftware.

### *Gespreksstof*

- De clown kijkt je aan. Beschrijf het gevoel van deze priemende blik op jou.
- Welke gedachten zouden er schuilgaan achter deze blik?
- Welke verschillende emoties vinden de jongeren terug in het beeld?

***Reflecteer in groep over de verschillende emoties die ze terugvinden in het beeld versus de emoties die het beeld bij hen oproept.***



### EXTRA:

***De jongeren maken een portret van elkaar en bewerken dit digitaal. Ze laten zich inspireren door de clowns en gebruiken het kleurenpalet, de uitdrukkingen en vormen van Sherman.***

# CINDY SHERMAN ANTI-FASHION

4e verdieping



## ACHTERGROND (2010-nu)

Het recente werk van Cindy Sherman weerspiegelt **de toenemende impact van digitale media op de samenleving**. Zo zie je extreem bewerkte achtergronden en digitale manipulaties in de gelaatstreken. Sherman balanceert op het spanningsveld tussen de behoefte aan authenticiteit en de dwang om zoveel mogelijk aan de norm te voldoen.

Het valt op hoe Sherman doorheen haar hele oeuvre de dominante beeldcultuur aan een kritisch onderzoek onderwerpt. Zo is ze de laatste jaren erg actief op Instagram, een platform dat ze als een schetsboek beschouwt. Ze blijft modeopdrachten aannemen, en ervaart die als een katalysator voor haar artistieke werk, waarbij een opdracht regelmatig uitgroeit tot een volledige reeks.

## LANDSCAPES

In 2010 krijgt Sherman de kans te werken met de historische haute couture kledingstukken uit de archieven van modehuis Chanel. Dit leidt tot de monumentale Landscapes. Sherman plaatst de vrouwenfiguren, gehuld in luxueuze Chanel couture, in contrast met ruwe onherbergzame landschappen. Sherman draagt in deze werken geen make-up (ook om de kostbare kleding te beschermen) en bewerkt haar gezicht digitaal. Ze doet dit niet om imperfecties weg te werken. Door de afstand tussen haar ogen aan te passen of de vorm van haar wangen te wijzigen, creëert ze bizarre, onwerkelijke personages.

### *Gespreksstof*

- Hoe beïnvloedt de achtergrond de manier waarop je de mode ervaart? Wat als hetzelfde personage in een heel andere omgeving zou staan (een stad, een studio...?)
- Wat voor gevoel krijg je bij deze beelden?
- Vinden jullie het meer kunst of meer modefotografie?



## HARPER'S BAZAAR 2016

In 2016 vraagt Harper's Bazaar Sherman werk te maken met 'street style' als insteek, ter illustratie van een artikel. De personages die Sherman opvoert zijn influencers en mode-bloggers. Het zijn minutieus gestylede fashionista's die modeshows of exclusieve evenementen bijwonen in extravagante outfits. **Sherman hekelt de manier waarop ze om aandacht smeken:** 'Die vrouwen gaan naar modeshows en laten hun limousines een paar straten eerder stoppen, zodat ze langs alle fotografen kunnen lopen en doen een kleine twirl, of dansje, om gefotografeerd te worden.' De werken zijn rechtstreeks afgedrukt op metaal, volgens een procedé dat rijkere kleuren oplevert en toelaat om ze zonder glas tentoon te stellen. Hierdoor zie je jouw eigen reflectie niet in het werk.

*Let op: de foto's die hier getoond worden, hebben een andere achtergrond dan de beelden die in het magazine staat.*

### Gespreksstof

Deze reekst leent zich goed om met jongeren in dialoog te gaan over de impact van sociale media, maar ook over de impact hiervan op hun zelfbeeld. Bekijk de reeks en geef de context achter de beelden. Laat de jongeren 'typische kenmerken' (houding, kledij, gezichtsuitdrukkingen, omgeving...) benoemen, die ze in de beelden terugvinden, van dit type influencers.

- Wie volg jij, behalve je vrienden? En wat vind je leuk aan deze persoon?
- Reageer je soms op posts van deze 'onbekende' persoon? Wat post je dan?
- Welke caption zou dit personage posten bij deze foto?
  
- Zou je deze foto liken?
- Wat zou je posten bij deze foto?
  
- Wat is de rol van influencers in onze samenleving?
- Hoe bepalen ze (onbewust) mee jouw leven?
- Wie laat zich het meeste leiden, denk je?
  - » De influencer, die de grote modemerken op de voet volgt en een fictieve wereld creëren?
  - » De modemerken, die zich laten leiden door commentaren van de buitenwereld
  - » Wij, volgers van de consumptiemaatschappij?



## MEN

De serie Men ontstaat in 2019-2020 en bestaat uit tien grote werken. Het is de eerste keer dat Sherman een volledige reeks wijdt aan mannen en mannelijkheid. Ontwerper Stella McCartney geeft haar carte blanche om de nieuwe kledinglijn voor mannen te promoten en in het kledingarchief van het merk te duiken.

**Shermans mannen zijn fluïde en dubbelzinnig en dagen alle traditionele gendercodes uit. Het zijn flaneurs en de foto's baden in een sfeer van decadentie. Sommige figuren houden de stereotypen in stand door wijdbeens te zitten of een hand op de schouder te leggen: een subtiele hint naar traditionele machtsrelaties. Doordat Sherman schijnbaar mannelijke en vrouwelijke figuren naast elkaar plaatst, groeit de onduidelijkheid over de gendernormen.**



### *Gespreksstof*

*Sherman onderzoekt in deze reeks de identiteit van mannen. Bespreek met de groep hoe mannen vaak worden voorgesteld in de media.*

- Wat is mannelijk? Wat is vrouwelijk?
- Wat zijn typisch mannelijke poses?
- Wat zeggen deze pose over hoe mannen zich vaak presenteren in de ruimte?
- Presenteren mannen zich anders in de media dan vrouwen?
- Vind je deze 'mannelijke' kenmerken ook in de reeks terug?
  
- Kies 1 personage uit de reeks. Vraag de jongeren welke genderidentiteit deze persoon zou kunnen hebben volgens hen.
- Welke kenmerken haal je uit de foto die je dat doen zeggen?

*De gendernormen zijn niet eenduidig in de foto's.*

*Als vrouw beeld Sherman mannen uit, maar ook neemt ze atypische houdingen aan voor mannen.*

- Welke atypische mannelijke kenmerken zie je in de foto's?
- Welke kenmerken zorgen er voor dat het ene personage mannelijker lijkt dan het ander personage?
- Wat is er echt aan deze beelden en wat is er gemaakt/geënceneerd?

*Hier komt heel duidelijk naar voor hoe identiteit/gender een constructie zijn en dus veranderlijk.*



*2e of 4e verdieping*



## SHERMAN DOET IETS MET JE

*De jongeren kiezen de foto die hen het meest beroert.*

### Beroeren

*= onrust veroorzaken,  
iets in beweging brengen,  
iets raken*

### Gespreksstof

- Wat bracht jou in beroering?  
*Sherman's uiterlijk, haar emoties, de controverse tussen innerlijk en uiterlijk...?*
- Op welke manier heb je dit ervaren?
- Hoe brengt Sherman deze gevoelens in haar beelden?