

Vrouwenbladen: van keuken naar fles

Generaties zijn opgegroeid met Libelle, Margriet en Opzij. De vrouw is intussen wel veranderd en de bladen veranderden mee. 'Libelle is niet truttig meer.'



Van Gréco tot Gaga

De tentoonstelling *Uncovering Women* in het Graphic Design Museum (GDM) in Breda is samengesteld door Margriet van der Linden, hoofdredacteur van der Linden, hoofdredacteur van Opzij, en Fabienne van Beek, GDM-conservator. Van der Linden heeft een selectie gemaakt uit 50.000 damesbladen, nationaal en internationaal. Deze selectie is in historische volgorde uitgesteld op een lange wand in de collectiezaal. Er loopt een tijdlijn bij de belangrijkste gebeurtenissen die te maken hebben met vrouwen en tijdschriften.

In de loungekamer op de begane grond kunnen bezoekers op hun gemak lezen in populaire vrouwentijdschriften van de afgelopen maanden en jaren. Meenemen naar huis mag ook. Op de benedenverdieping hangen grote foto's van zes vrouweniconen van de laatste honderd jaar naast elkaar: Marilyn Monroe, Juliette Gréco, Lady Gaga, Madonna, prinses Diana en Jacky O. (Kennedy). In de ruimte ernaast speelt de documentaire *Repetit Houbaar* (1007) van Sunny Bergman over schoonheidsidealen.

International Magazine Store in Breda heeft er, zo goed en kwaad als het kan met 7000 verschillende titels, zicht op wat wel en niet verkoopt. 'Linda is koploper', weet eigenares Claudia van Dongen. Linda is het 'glossy lifestyle magazine' van Linda de Mol, werkt altijd met thema's en heeft een oplage van 155.000. Daarnaast lopen de september- en maartnummers van internationale vrouwenmodebladen als een tierelier. 'De Amerikaanse Vogue van september was in augustus al op.'

En mannenbladen? Die zijn er amper. Mannen hebben geen advies nodig, die weten alles al en wat ze niet weten, is niet belangrijk.

UnCOVERing Women. Tentoonstelling tot 1 april in Graphic Design Museum, Bosschstraat 22, Breda.

graphicdesignmuseum.com



door
Annelies Vlaanderen
annelies.vlaanderen@bndestem.nl

Damesbladjes. Zo werden weekbladen als Libelle en Margriet denigrerend genoemd in de vorige eeuw. Bladjes voor brave huisvrouwen, met kookrecepten, adviezen over opvoeding en dergelijke (Lieve Lita), haakpatronen voor kastrandjes en schoonheidstips. Tijdschriften met een hoog truttigheidsgehalte, kan achteraf worden geconstateerd. Achteraf is het altijd makkelijk praten. De vrouw van toen had er maar wát veel gemak van. Driekwart van de vrouwen las in de jaren vijftig en zestig van de vorige eeuw een vrouwenblad als Libelle of Margriet. Damesbladen waren vaak hun enige informatiebron. Niemand wordt immers als huisvrouw, moeder of echtgenote geboren.

Aan het fenomeen damesbladen in Nederland wijdt het Graphic Design Museum in Breda de tentoonstelling *UnCOVERing Women*.

Deze wordt vanmiddag geopend door Opzij-hoofdredactrice Margriet van der Linden, die de expositie samen met conservator Fabienne van Beek heeft gemaakt. *UnCOVERing Women* zal voor velen een feest der herkenning zijn. Generaties zijn opgegroeid met Libelle, Margriet, Elle en

Opzij. De vrouw is intussen wel veranderd, mede onder invloed van deze bladen.

Lange tijd waren vrouwenbladen behoorlijk conservatief. Ze liepen achter bij de tijdgeest, leenden grootschalige enquêtes onder de abonnees. Daar kwam snel verandering in. Aandacht voor emancipatie, andere opvattingen over seks en Dolle Mina; al deze onderwerpen belandden op de keukentafel. Als het blad binnenkwam, werd het door alle gezinsleden gelezen, moeder voorop. Die ging daar eens lekker voor zitten. Dat was nieuw en bevrijdend: geld uitgeven aan jezelf, tijd uittrekken voor jezelf.

In wezen is er niet zo gek veel veranderd. Er zijn er alleen veel meer en ze heten nu vrouwenglossy's. Er wordt nog steeds in gekookt en geadviseerd over opvoeding en aamervwante zaken. Alleen volgens de normen en zeden van nu. Zoals conservator Fabienne van Beek het uitdrukt: 'Huisvrouw zijn is niet meer suf en duf. Maar je moet er wel bij werken. Je moet een powervrouw zijn.'

Toch kleeft er nog steeds een tuttigheidsimago aan 'damesbladen', is de ervaring van Libelle-columniste Miriam Mars uit Bergen op Zoom. 'Als er bijvoorbeeld bij *De Wereld Draait Door* een burgerlijk imago moet worden omschreven, dan valt de titel van ons blad wel héél vaak. Sinds Franska Stuy aan het roer is gekomen, elf jaar geleden, is er eigenlijk niks tuttigs of burgerlijks meer aan. Maar probeer maar eens een imago dat meer dan 75 jaar oud is om te tur-

wen bezig zou moeten houden.' Taboes zijn er amper meer. Mars geeft een voorbeeld dat ze zelf aandreef. 'Drie jaar geleden werd ik me ervan bewust dat ik te veel dronk. Ik ging naar een AA-bijeenkomst. Omdat ik daar nooit iets over las in andere vrouwenbladen, besloot ik er een column aan te wijden. Tor mijn verbazing kreeg ik erg veel hartverwarmende reacties en steun van lezersessen. In de media werd het een van de meest besproken onderwerpen.'

Her knappe van damesbladen is dat ze allemaal uit hetzelfde vaatje lijken te tappen, maar dat er toch subtiele verschillen in zitten want niet weer andere doelgroepen zich door aangesproken voelen. Het ene blad legt meer de nadruk op schoonheid (bijvoorbeeld Elle), het andere op emancipatie (Opzij) en weer een ander op spiritualiteit (Happiness). Ook op leeftijden wordt scherp geleed. Neem de glossy Jan, dat zich afficheert als 'het no-nonsense tijdschrift voor vrouwen vanaf 30 met een overvol, superdruk, fantastisch en soms ingewikkeld bestaan'. Specialzaak

'Huisvrouw zijn is niet meer suf en duf. Maar je moet er wel bij werken'

nen. Het feit dat we nog steeds het grootste aantal lezers hebben in een enorm aanbod van vrouwenbladen, zegt volgens mij genoeg. Libelle is trendvolgend, niet trendsetend. Stuy werd gewoon perfect de balans te vinden tussen wat vrouwen bezighoudt en wat vrou-

Spannend: maak je eigen cover!

Altijd al eens op de cover van een vrouwenblad willen staan? Dat kan nu in het Graphic Design Museum in Breda. Je drukt op een knop en je foto is gemaakt. Die wordt digitaal verwerkt in een cover die verder al kant en klaar is. Het resultaat kun je direct per e-mail versturen.

Deze activiteit is een onderdeel van de tentoonstelling *Uncovering Women*, over de ontwikkeling van vrouwenbladen in Nederland.

www.graphicdesignmuseum.com

