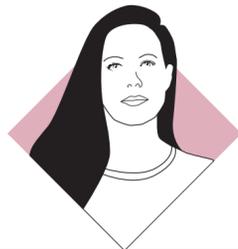


cultuur nieuws



Ellen

Celibatair

Afgelopen weekend logeerde mijn oudste neefje bij mij en omdat hij elf is en een wonder, hadden we het over een boek dat hij momenteel leest: een naslagwerk van anderhalve kilo over de Eerste Wereldoorlog.

„Er is alleen iets wat ik niet snap”, zei hij. „Er staat dat soldaten kamfer in hun eten kregen. Maar dat spul wordt toch gebruikt om dingen te conserveren? Bleef het langer goed?”

Ik probeerde hem uit te leggen dat kamfer ook libido-onderdrukkend werkt, waarop mijn neefje riep dat ik hem in de maling nam. Ik koester dat soort onschuld, dat je op een leeftijd bent waarop je je nog niet kunt voorstellen dat iemands humeur wordt bepaald door droogstaan. Jaren geleden was ik bij een lezing van Salman Rushdie, die zei dat godsdienstfanatici zo agressief zijn omdat het geloof hun seksuele restricties oplegt. „In plaats van mij te onthoofden, moeten ze gewoon met elkaar naar bed gaan, probleem opgelost!” riep hij. De zaal lachte mee en had het gevoel elk moment te worden opgeblazen.

Ik zie dat de mensen om me heen, van tieners tot bejaarden, er allen stevig de pest in hebben wanneer ze niet zo vaak aan de horizontale lambada toekomen als ze hadden gewild. Als men vroeger kamfer aan soldaten voerde om te voorkomen dat die voortijdig tot strijd overgingen, is het niet meer dan redelijk te veronderstellen dat een gebrek aan seks ook het humeur van de burgers beïnvloedt (het zou veel agressie op sociale media verklaren).

Een koele onderstroom tegen je buik was als het onderlichaam van een minnaar

Het is een van de redenen waarom ikzelf meerdere periodes bewust celibatair heb geleefd. Om dat verlangen te doven en mijn gemoed in balans te brengen. Nu het voorjaar nadert en iedereen dus extra boos en hitsig wordt, moet ik soms terugdenken aan die momenten. Het was zo heerlijk rustig. Ik ging dan dagelijks naar het zwembad. Zwemmen en vrijen lijken op elkaar: je gebruikt iedere spier, na afloop ben je blij en uitgeput, je hebt het gevoel overal te zijn aangeraakt. Het gevoel van water dat langs mijn lichaam gleeed, kwam in zo'n celibataire periode het dichtst in de buurt van spontane erotiek. De golfjes die tegen je schouders sloegen konden, met een beetje fantasie, worden opgevat als kusjes. Een koele onderstroom tegen je buik was als het onderlichaam van een minnaar, de gesp van zijn riem koud tegen je ontblote navel aan.

Terwijl mijn neefje doorliefte over de oorlog mijmerde ik verder, over het water, over oplossingen om van begeerte en dus lijden af te komen. Misschien dat er daarom wel wordt ge-doopt met water. Niet om ons van zonden, maar van ons lichaam te verlossen.

Ellen Deckwitz heeft op deze plek een wisselcolumn met Marcel van Roosmalen.

Zo leest u de NRC waardering

- buitengewoon
- zeer goed
- goed
- matig
- zwak



Missoni



Dolce & Gabbana



Bottega Veneta

FOTO:AFP

VROUWENMODE MILAAN

Odes aan diversiteit en de stoere vrouw

In Milaan lieten de vrouwencollecties voor najaar 2017 zich lezen als protesten tegen Donald Trump.

Door onze redacteur
Milou van Rossum

Hij is pas vier maanden geleden gekozen, maar Donald Trump heeft nu al invloed op de mode. En dan niet in de zin dat het in de vrouwencollecties voor najaar 2017 wemelde van het soort strakke jurken waar de Amerikaanse president vrouwen blijbaar graag in ziet. 'Dress like a woman', Trumps kledingvoorschrift voor zijn vrouwelijke medewerkers, betekende op de catwalks in Milaan: kleed je stoer, sterk en comfortabel. Zie de bruine corduroy broekpakken van Miuccia Prada, die verwezen naar de favoriete linkse dracht van de jaren zeventig. Zie ook de opening van de show van Bottega Veneta: het 43-jarige model Eva Herzigova in een paardrijbroek met laarzen en trui. Zie ook de fraaie jassen, jasjes en jarenveertigurken met brede schouders in prachtige kleuren (warmeel, oranje, bruin, niet-zoete pastels) van dat merk, die de mannelijke modellen in hun donkere pakken in een bijrol duwden; Bottega Veneta showt nu de mannen- en vrouwencollecties tegelijk.

Ook bij Versace overheerste de powervrouw, die bovendien geëngageerd was. Breedgeschouderde jurken en jassen werden gedragen met tops en mutsen met woorden als 'courage', 'equality' en 'power' erop. En

Max Mara, dat gespecialiseerd is in comfortabele en gemakkelijk te combineren jassen, broeken, pakken en rokken, liet Halima Aden meelopen in de show, een Somalisch-Amerikaans model dat ook tijdens haar werk altijd een hoofddoek draagt.

Maar nergens was de verwijzing naar de Amerikaanse president zo expliciet als bij breimerk Missoni. Op elke zitplaats lag een 'pussy hat', de roze muts met oortjes die voor het eerst gedragen werd tijdens de Amerikaanse vrouwenmars in november. Hij verwijst naar Trumps beruchte 'grab her by her pussy'-opmerking.

Al voor de show begon, hadden veel aanwezigen hun pussy hat opgezet

Al voor de show begon had een groot deel van de aanwezigen hun muts opgezet. Na de finale, waarbij de modellen allemaal een pussy hat droegen, riep hoofdontwerper Angela Missoni, omringd door haar familie, het publiek de catwalk op te komen en te laten zien dat „de modewereld verenigd is, en zonder angst”.

Net zo hartverwarmend was de collectie, de beste in lange tijd. Jassen en pakken van geruime wol waren gecombineerd met truien en vesten met ingebreide motieven in even knallende als geslaagde kleurcombinaties. In ongeschijnlijk handgemaakte truien van zeer dikke wol was een roze driehoek of een vrouwenteken gebreid.

Marni is van oudsher een merk voor de eigengereide, zelfstandige vrouw - de wijde vormen en grappige accessoi-

soires waren nooit gemaakt om mannen een plezier mee te doen. Oprichter Consuelo Castiglioni verliet achterpand, jurken van een stof die leek op bubbelpastic en (mante)lpakken van dikke pluizige stof. Maar ze misten de kracht en eigenzinnigheid van weleer. Sluikie jurkjes met 'behaatjes' erop herinnerden aan ontwerpen van zijn vorige werkgever, Prada. De jonge, frêle, uitdrukkingloze modellen met identieke jarenzestigpakjes deden de show geen goed; deze tijd eist vrouwen met persoonlijkheid.

Wat dat laatste betreft had Dolce & Gabbana het veel beter aangepakt. Er liepen wat professionele modellen mee, maar het merendeel van de cast was amateur: bloggers, vloggers, royalty, celebrity's, kinderen van celebrity's, soms weer met hún nageslacht. Het gezamenlijke bereik op de sociale media van deze influencers is astronomisch, en dat zal ongetwijfeld de reden zijn geweest om ze te vragen. Prettige bijkomstigheid was dat een catwalkshow er zelden zo divers heeft uitgezien, zowel wat betreft kleur als lengte, vorm en leeftijd. Voor het eerst waren er in overvloed stevige billen, flinke borsten, ronde buikjes, volle kuiten en onvolmaakte neuzen te zien bij een designermerk. Het maakte Dolce & Gabbana's rijkelijke gedecoreerde kleding, waar al jaren weinig ontwikkeling in zit, weer fris. Mode voor iedereen - wat een briljant nieuw idee.

59,24 %

Uitgever Mediahuis en grootaandeelhouder VP Exploitatie hebben nu 59,24 procent van de aandelen van krantenbedrijf TMG in handen. De bedrijven willen samen TMG overnemen. Mediahuis nam zondag de aandelen TMG van Delta Lloyd (11,24 procent) over en verwierf eerder de aandelen van Navitas (6,7 procent).



Zowel technisch als inhoudelijk is deze game perfect uitgevoerd

NRC over 'Horizon Zero Dawn' pagina C7

TV-ZENDER

Viceland wil zijn wat MTV vroeger was

Binden jongeren zich nog aan een traditionele tv-zender? Vice denkt van wel. Vanaf woensdag is Viceland in Nederland te zien.

Door onze redacteur
Jan Benjamin

Ik had alle hoop verloren, zegt de jonge Pakistaan, onherkenbaar door de rood-witte doek om zijn hoofd. Al vele malen had hij zijn vrouw gezegd dat zij zich traditioneler moest kleden. Maar die weigerde. „En toen knipte ze ook nog haar haar af!”, zegt hij in de camera. „Ik moest iets doen.” Hij gooide bijtend zuur naar haar. De vrouw wendde zich nog af, maar het zuur verbrandde het linker deel van haar gezicht. „En toen ben ik van haar gescheiden.”

Een onthutsende scène uit serie *States of Undress*, van Amerikaans model, actrice en tv-maakster Hailey Gates, over mode in de gehele wereld. Voor jongerenzender Viceland ging zij vorig jaar naar Pakistan voor een verslag van de Karachi Fashion Week. Maar in plaats van met een verslag van de catwalk, kwam Gates thuis met een aanklacht tegen vrouwenmishandeling in het land.

States of Undress is vanaf deze week ook te zien op de Nederlandse tv. Tenminste: alleen bij Ziggo, want de onderhandelings met onder meer KPN lopen nog. Het Amerikaanse Vice, dat in 1994 begon als tijdschrift in Canada en is uitgegroeid tot een toonaangevend (digitaal) medium voor jongeren tussen 16 en 34 jaar, breidt vanaf morgen 1 maart zijn zender Viceland uit naar Nederland en Vlaanderen. Zitten Nederlandse kijkers te wachten op nog een tv-zender? Volgens James

Rosenstock, president van Viceland International, wel. Jonge kijkers worden volgens hem nu niet goed bediend. „Er zijn wel traditionele media die zich ook op hen richten. Maar veel jongeren vinden het aanbod minder authentiek. Viceland wil programma's maken vanuit hun perspectief.” Dat komt volgens hem vooral neer op serieuze aandacht voor serieuze thema's die jongeren belangrijk vinden.

Rosenstock was vorige week in Amsterdam voor de officiële presentatie van Viceland voor Nederland en Vlaanderen. Ook al zijn er vooralsnog dus slechts twee kabels - Ziggo in Nederland, Telnet in Vlaanderen -

die de zender doorgeven. „Viceland is interessant voor distributeurs, omdat wij een doelgroep aanspreken die zij moeilijk bereiken. Onze zender kan een tv-abonnement weer aantrekkelijk maken voor jongere, hoogopgeleide consumenten. Vice is nu wat MTV vroeger was.”

Nederland en België zijn de vijfde en zesde markt voor Viceland. In de VS (met A+E Networks) en Canada (telecombedrijf Rogers) startte de zender in februari vorig jaar. In de VS verzorgt Vice ook een nieuwsprogramma op betaalzender HBO. Journalisten van de Britse krant *The Guardian* leveren daar bijdragen aan. In het najaar van

2016 volgden zenders in het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. Op termijn wil Viceland in vijftig landen aanwezig zijn, zegt Rosenstock.

Zo maakt Vice - dat geen financiële resultaten publiceert, maar in 2015 een geschatte omzet haalde van 915 miljoen dollar (865 miljoen euro) - zich breed. Het breidt uit om niet als klein merk ten prooi te vallen aan een groter mediaconcern. De belangstelling is er: overnamegeruchten doen al langer de ronde en Disney investeert al 400 miljoen dollar in Vice.

Maar tv-zenders in vijftig landen? Gaat Vice, met zijn aandacht voor 'jonge' thema's als muziek, eten,

kunst, seks en drugs en zijn commerciële aanpak van gesponsorde kopij met soms een vage grens tussen journalistiek en reclame, nu een traditionele koers varen? Meer tv, minder online? „We worden geen tv-bedrijf”, zegt Rosenstock. „Televisie is slechts één manier om onze doelgroep te bereiken. Maar het is nog steeds dé manier om een merk op te bouwen.” Maar, benadrukt hij, mobiel is net zo belangrijk. Vice maakt exclusieve series voor smartphones in samenwerking met telecombedrijven.

Viceland maakt vrijwel alle programma's zelf - van de serie *Gaycation* over de situatie van homo's, lesbien-

Tv is nog steeds de manier om een merk te bouwen

nes en transgenders in de hele wereld, tot muziekshow *Noisey en Hate Thy Neighbour* over extremistische subculturen. Viceland heeft studio's in New York, L.A., Toronto en Londen. En binnenkort, vertelt Rosenstock, komt daar een grote faciliteit bij in Amsterdam waar programma's moeten worden gemaakt op de hele wereld.

Het doel is om dit jaar twee tot vier Nederlandse producties te gaan produceren en uit te zenden. Maar voorlopig toont Viceland Nederland vooral Amerikaanse en Britse producties. Uitzondering is de documentaire *Census*, waarin (ook) Nederlandse jongeren vertellen over hun wereld.

Bovendien gebruikt Vice de Nederlandse verkiezingen om van zich te laten horen. Viceland maakte interviews met enkele lijsttrekkers, onder wie Jesse Klaver en Mark Rutte, waarin onderwerpen aan de orde komen die belangrijk zijn voor jongeren.



Hailey Gates in Rusland, voor de vierde aflevering van Viceland-serie *States of Undress*.

FOTO:MITA/GAN/POPLSKY

GEUR-EXPOSITIE

Niet kijken maar ruiken wat je ziet op een schilderij

Je zou kunst anders ervaren als je rook wat je zag. Welke geur hing er tijdens de Slag bij Waterloo? Hoe ruikt een polder? En de maan?

Door onze redacteur Gretha Pama

Op *De Slag bij Waterloo* van Jan Willem Pieneman (1824, het reusachtige schilderij hangt in het Rijksmuseum) overziet de hertog van Wellington het slagveld. Maar wat ruikt hij? In ieder geval paarden en paardenmest. Hoogstwaarschijnlijk ook: natte aarde, angstzweet, buskruit. Misschien nog een rest van

het reukwater zoals dat indertijd rijkelijk werd gebruikt, van vooral bergamot, rozemarijn en citrus.

Ruiken: dat doe je niet vaak op een tentoonstelling. Honderd jaar geleden experimenteerden de surrealisten en de futuristen ermee, ze begeurden beelden, tentoonstellingsruimtes en poëzievoordrachten. Maar geur vervluchtigt, de moleculen zweven weg, wat rest zijn de tastbare kunstwerken. Die je toch anders zou ervaren als je tegelijk de geur kon ruiken die erbij hoort. Of hoorde.

Vandaar de tentoonstelling (traa woord eigenlijk, in dit verband) *Aromatic Art (Re-)reconstructed: In Search of Lost Scents* die is georganiseerd door de Vrije Universiteit. Pre-

ciezer: door kunstconservator Wende Wallert en 'geurhistorica' Caro Verbeek, die op het onderwerp gaat promoveren. Tegelijk met de opening van de tentoonstelling, gegroepeerd rond de aula op de eerste verdieping, had een wetenschappelijk symposium plaats.

„De slag bij Waterloo” heet de geur die je als eerste kan opsnuiven, hij zit in een erlenmeyer, een laboratoriumglas met een pompje eraan. Een stuk of vijftig ingrediënten bevat de geur, het geheel is geïnspireerd op het schilderij. En ja, het werkt: je ruikt het slagveld als bij een parfum: eerst de topnoten, die snel verdwijnen, dan de hartnoten en ten slotte de basis, de geur die beklijft, in dit geval vooral die van mossige aarde.

En zo gaat de expositie door, met documentatie uit de tijd van futuristen en surrealisten en, van nu, werken van geurkunstenaars als Peter de Cupere, Esther Brakenhoff en Birthe Leemeijer. Die laatste reconstrueerde de geur van de polder. *L'essence de Mastenbroek*, die elk jaar opnieuw wordt gemaakt en dan verkocht, een herinnering aan verdwijnd landschap. Op de tentoonstelling ligt de polderparfum als een klein plasje te geuren in een licht uitgehohde, anderhalve meter hoge sokkel.

De bekende pinkaasvloer van kunstenaar Wim T. Schippers is er niet, wel een opname, inclusief geuren, van diens minder bekende 'geurprogramma' uit 1965: in een lege, witte ruimte stonden stoelen, tij-

dens een dagelijkse 'expositie' kon je er achtereenvolgens sinaasappel, potlood, anijs, kaneel en muskus ruiken. En er is 'de geur van de maan', door Sue Corke en Hagen Betzwieser gemaakt naar aanleiding van wat Apollo-astronauten ooit zelden over de geur van maanstof. Rokerig, barbecue-achtig, maar toch onbekend. De maan zit uren later nog in je neus.

Tentoonstelling

Aromatic Art (Re-)reconstructed: In Search of Lost Scents
Vrije Universiteit, De Boelelaan 1105, Amsterdam, tijdens de openingstijden van het hoofdgebouw. T/m 23/5.
●●●●●