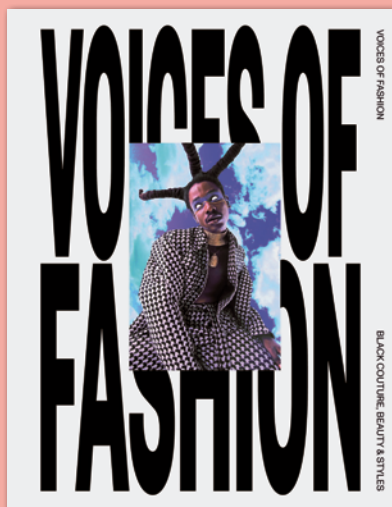


# Boeken



Shomara Roosblad

**Bloemberg, N. (et al.) (red.) (2021)**

***Voices of fashion: black couture, beauty & styles.***

Zwolle: Waanders, 160 p.

Prijs: € 22,50

In november 2021 werd de internationale modewereld opgeschrikt door het overlijden van Virgil Abloh. De Amerikaanse ontwerper en architect, een van de invloedrijkste modeontwerpers van deze tijd, stond als artistiek directeur aan het roer van de mannenlijn van Louis Vuitton en was oprichter van het populaire kledingmerk Off-White. Abloh wordt in de modewereld herinnerd als een bruggenbouwer tussen *streetwear* en luxe. Zijn verhaal is exemplarisch voor wat er de afgelopen jaren in de modewereld speelt: jonge ontwerpers van kleur die na jarenlange uitsluiting in de traditionele mode eindelijk wél worden erkend door de modecritici en grote modehuizen. Het boek *Voices of fashion: black couture, beauty & styles*, een catalogus van de gelijknamige tentoonstelling in het Centraal Museum Utrecht in 2021, vertelt

het verhaal van Abloh en zwarte tijdgenoten die de mode en popcultuur van vandaag bepalen.

## Collectie van verhalen

*Voices of fashion* heeft een globale focus waarin iconische couture, *ready-to-wear* en *streetwear*-ontwerpers centraal staan. Behalve op Abloh focust het boek ook op ontwerpers zoals April Walker (VS), Sunny Dolat (KE), Marga Weimans (NL), Ozwald Boateng (VK) en Patta (NL). Naast biografische informatie zijn er (foto-)essays en interviews. Het resultaat is een collectie van verhalen over identiteit, vooruitstrevendheid, inspiratie, invloeden en initiatiefnemers van alle leeftijden.

Als Nederlandse publicatie mist *Voices of fashion* echter een van de meest invloedrijke zwarte ontwerpers van eigen bodem én dit moment: Rushemy Botter. De Curaçaos-Nederlandse modeontwerper is sinds augustus 2018 samen met partner Lisi Herrebrugh creatief directeur bij het Parijse modehuis Nina Ricci.

Behalve mooi beeld, zoals het een catalogus betaamt, en het vieren van de makers, snijdt *Voices of fashion* ook diepgaandere kwesties aan. Zo zijn er essays gewijd aan de West-Afrikaanse waxstof en discussies rondom kolonialisme. De Europese textielhandel en de pijnlijke geschiedenis hiervan, waarin de voorouders van de nu gevierde zwarte makers een cruciale rol hebben gespeeld als slaafgemaakte in de voormalige kolonies, komen ook aan bod. En in een afsluitende long read stelt onderzoeker M. Angela Jansen voor om 'mode zoals nu gedefinieerd in het dominante Noorden radicaal te heroverwegen'. *Voices of fashion* wil zich graag losmaken van de eurocentrische blik waarmee mode in onze samenleving wordt gepresenteerd. Maar met zo'n omvangrijke selectie aan zwarte makers wil je juist meer weten over het zwarte schoon-

heidsideaal: wat is dat precies? Op welke manier is het veranderd door de jaren heen? En welke rol zien zwarte makers hierin voor zichzelf?

Hier zou *Voices of fashion* ook dieper in kunnen gaan op de zwarte identiteit en de invloed van migratie en de Afrikaanse diaspora op mode. Het boek presenteert nu het idee dat er maar één zwarte identiteit is, terwijl het juist de diversiteit aan zwarte identiteiten wereldwijd is die de zwarte modecultuur zo bijzonder maakt. Modeontwerper Darwin Winkelaar stipt aan hoe zijn jeugd op Aruba is beïnvloed door de Spaanse taal en regionale culturen als die van bijvoorbeeld Curaçao en Venezuela. Modehistorici Darnell-Jamal Lisby en Elizabeth Way bespreken kort de Afro-Amerikaanse kerkcultuur en welke rol die speelt in de mode-identiteit van Afro-Amerikaanse vrouwen

### Nieuwe generatie

Het was tevens interessant geweest om te lezen hoe zwarte mode, *beauty* en stijl in de popcultuur leven en welke rol zwarte *imagemakers* in muziek, sport en film hierin hebben gespeeld. Zo is het evident dat de stijl van Zuid-Koreaanse K-pop-artiesten is te herleiden uit die van zwarte muziekgroepen, en de haarstijlen van Europese voetballers vandaag de dag putten ongetwijfeld inspiratie uit de kapsels van Afro-Amerikaanse basketbalsterren uit de jaren tachtig en negentig. Al in de jaren negentig promootten modemerken en couturehuizen hun campagnes (voornamelijk in de Verenigde Staten) door zwarte modemerken én gezichten: Puff Daddy voor zijn eigen label Sean John, rapicoon Tupac voor Karl Kani, en zangeres Aaliyah als model voor Tommy Hilfiger.

Zwarte mode, *beauty* en stijl hebben al decennia invloed. Virgil Abloh had reeds een succesvolle zwarte ontwerper als voorbeeld, namelijk de Afro-Amerikaanse

Willie Smith, iets wat het boek ook vermeldt.

Wat *Voices of fashion* wel presenteert is een nieuwe generatie zwarte makers met een nieuw soort denken, een nieuwe stem en een nieuwe attitude over hun plaats in de maatschappij. Al deze stemmen zijn wereldburgers, opgegroeid met het internet en een globale kijk op cultuur. Wellicht hoeft de definitie van mode niet geherdefinieerd te worden, maar wel het idee dat de kleine, welvarende witte clubjes in Parijs, Milaan, Londen en New York bepalen wat mode is. Juist de manier waarop zwarte mode, *beauty* en stijl de samenleving van 'onderaf' hebben beïnvloed, is wat mode en stijl zijn.

Door de invloed van sociale media, de Black Lives Matter-beweging en het debat rondom diversiteit en inclusie voelen instellingen die zichzelf zien als cultuurbepalend, zich genoodzaakt hun beleid aan te passen om plaats te maken voor zwarte makers. Natuurlijk moet meerstemmigheid eerder gisteren dan vandaag de norm zijn. Maar als *Voices of fashion: black couture, beauty & styles* iets laat zien, is het wel dat deze zwarte iconen hun plek in de modewereld allang hebben gecreëerd en zich deze hebben toegeëigend, al ontbreken ze in de traditionele canon. Wellicht moeten we ons niet afvragen of de definitie van mode veranderd moet worden, maar of haar klasieke vertegenwoordigers, die decennialang bepaalden 'wat' mode is, wel diegenen zijn die dit oordeel mogen vellen.

### Shomara Roosblad

is onderzoeker bij de Boekmanstichting. Daarnaast is ze kunst- en modejournalist en schreef ze voor de Italiaanse *Vogue*



### Rachid Benhammou

Rivière, G. La (2021)

***Home Video: videotheken & video in Groot-Rotterdam.***

Rotterdam: Nai010, 432 p.

Prijs: € 37,95

Kent u dat liedje uit de jaren zeventig van de Britse band Buggles nog? 'Video killed the radio star. Pictures came and broke your heart'. Daar moest ik aan denken toen ik het fotoboek *Home video: videotheken & video in Groot-Rotterdam* openploeg. De dikke pil van de Rotterdamse beeldend kunstenaar Gyz La Rivière neemt de lezer, in beeld en tekst, mee naar de vervlogen tijden van de videotheek en de video in het Rijnmondgebied.

De videoclip van Buggles ging juist over de opkomst van video en was de eerste muziekvideo die op de Amerikaanse televisiezender MTV vertoond werd. Het nummer ging dan ook over nostalgie, waarbij de tekst verwijst naar een periode van technologische verandering in de jaren zestig, de wens om aan het verleden vast te houden en het beeld dat de jeugd in die tijd het verleden niet zou →

waarderen. Het boek van La Rivière verhaalt geen nostalgie maar meer het cultureel erfgoed, schrijft de auteur.

### Zoektocht

Het fotoboek is een reis langs foto's van meer dan 135 videotheken uit het Rijnmondgebied en een ode aan de videotheek als sociale ontmoetingsplek in de buurt. Het voert je, aan de hand van diverse teksten, foto's, afbeeldingen van videotheekpasjes, reclame-uitingen en ander (privé-) archiefmateriaal, mee door veertig jaar stadsgeschiedenis en bevat ook een uitgebreid beeldverslag over het medium video zelf.

De aanleiding voor het maken van dit boek was een samenloop van omstandigheden, zo licht La Rivière toe. 'Tijdens de pandemie en lockdown, waarbij ik, net als veel mensen, terug kon vallen op media als Netflix, werd ik overvallen door een verlangen naar de ouderwetse videotheek. Ik merkte dat het streamingtijdperk van nu oppervlakkig is en vaak tekortschiet. Hoeveel klassiekers kun je op Netflix of al die andere streamingdiensten bekijken? Weinig.'

La Rivière besloot daarom een boek samen te stellen waarin hij verslag doet van een lange zoektocht naar oude foto's van videotheken in het Rijnmondgebied. Dat resulteerde in een bonte verzameling van foto's, verkregen via (stads)archieven en lokale media, het internet, oproepen op social media en oud-eigenaren van videotheken zelf.

### Sociaal instituut

Tijdens het bekijken van die foto's merkte ik een zeker verlangen naar de videotheken als sociale instituten in de wijk. Wie heeft dat niet meegemaakt? Op vrijdagavond in de videotheek, urenlang slenteren langs kasten met daarin honderden VHS- en Betamax-banden en zoeken naar een geschikte film. Om vervolgens

die ene film eindelijk te vinden. Je ontmoette er mensen, maakte een praatje over de buurt en over welke film je de volgende keer moest kiezen. Sterker, je leerde er je buurtgenoten pas echt kennen. Of je werd op de vingers getikt door de eigenaar wanneer je een videoband te laat terugbracht. Dat instituut is bijna volledig uit het straatbeeld verdwenen.

Het boek bevat ook foto's van videotheken die Rotterdamse bi-culturele gemeenschappen bedienden. De gevels van deze videotheken met filmposters in het Turks of Arabisch herinneren ons aan een tijdperk van vóór de schotelantennes aan de muren in veel Rotterdamse wijken.

De opkomst en ondergang van de videotheek verhaalt een korte en heftige periode. Vanaf begin jaren tachtig waren ze niet uit het Nederlandse stadsbeeld weg te denken. La Rivière schat dat Nederland rond de eeuwwisseling nog 1250 zaken kende. Nu zijn dat er slechts twintig. In het hele Rijnmondgebied nog maar drie.

Hoe kon zo een magische plek, die zo immens populair was bij vrijwel iedereen uit allerlei lagen van de samenleving, zomaar en zo snel verdwijnen? Het spreekt voor zich: door het internet, het (illegaal) downloaden, kopiëren en de opkomst van onlinestreamingdiensten. Ja, nu is het 'internet killed the videostore'.

### Hommage

De video bracht nog iets anders met zich mee, vertelt La Rivière: 'Het boek laat ook de opkomst zien van videostudio's en videowerkplaatsen in de stad. Video als kunstvorm. Kunstenaars gebruikten de videocamera om het echte leven te laten zien. Echte mensen en gebeurtenissen, gewoon bij jou om de hoek. Wat dat betreft herhaalt de geschiedenis zich. Bewegend beeld blijft een belangrijk onderdeel van ons leven. Tegenwoordig word je doodgegooid met TikTok-filmpjes, Insta-story's en andere

videoverslagen uit het dagelijks leven van gewone mensen. En vergeet niet de Zoom-meetings, straatcamera's of de VAR in het voetbal.'

Terug naar die videotheek, waar ik soms hard moest lachen wanneer ik een bekende tegenkwam die zich doodschaamde. Omdat hij, met rode oortjes en met een VHS-band half verstopt onder z'n jas, niet wist hoe snel hij weg moest komen uit de hoek met 'video's voor volwassenaars' terwijl de eigenaar achter de balie er een schepje bovenop deed door hem te complimenteren met de goede keuze en vervolgens zijn naam oplas bij het zien van de welbekende videotheekpas. Ach ja, vervlogen tijden. Nostalgie? Niet volgens La Rivière: 'Bij nostalgie komt er bij sommigen iets negatiefs boven. Dat hoeft niet. Daarom noem ik dit boek meer een ode, een hommage aan de opgedoekte videotheek. Als cultureel erfgoed.'

#### Rachid Benhammou

is cultureel ondernemer en freelance journalist en is werkzaam in de theaterwereld

---

### André Nuchelmans

#### Kieft, E. (2021)

##### Concerto.

Amsterdam: De Bezige Bij, 352 p.

Prijs: € 23,99

In 2020 bestond de Amsterdamse platenzaak Concerto 65 jaar. Gezien het begin van de coronapandemie niet echt een moment voor uitgebreide feestelijkheden, al werd er op kleine schaal wel iets aan het jubileum gedaan. Afgelopen jaar verscheen in november eindelijk het aangekondigde boek over de geschiedenis van de winkel. Nog net voor alles weer op slot ging kon het in de winkel gepresenteerd worden. Inmiddels bestond hij 67 jaar, de leeftijd waarop je tegenwoordig met pensioen gaat, maar voor Concerto is het nog lang niet zover.

### Platenzaakkartel

Ewoud Kieft, die er zelf eind jaren negentig werkte, heeft met het boek niet alleen de geschiedenis van Concerto op papier gezet, maar hij geeft ook een mooi en interessant overzicht van de ontwikkelingen in de detailhandel van muziekdragers. Zo wordt oprichter Gijs Molenaar, wanneer hij in 1955 van plan is om een platenzaak te beginnen, geconfronteerd met de Nederlandse Vereniging van Grammofoonplaten Detailhandelaren (VNGD), een soort platenzaakkartel. Hij had zich als lid aangemeld, want distributeurs mochten uitsluitend aan VNGD-leden leveren. Echter, de leden konden de komst en daarmee concurrentie van een nieuwe platenzaak in de buurt ook tegenhouden. En dat gebeurde, waardoor Molenaar zich genoodzaakt zag om dan maar tweedehands platen te gaan verkopen en verhuren. Een geluk bij een ongeluk, want het bleek een enorm succes. Nieuwe platen waren niet voor iedereen betaalbaar, dus met de verkoop van tweedehands platen en verhuur bereikte hij een heel ander publiek dan de andere winkels. Pas in 1963 kreeg hij toestemming om ook nieuwe platen te verkopen. 'Uiteindelijk was het iemand van de kant van de platenmaatschappijen, het machtige Phonogram, die inzag dat de situatie niet langer houdbaar was. Niet leveren aan een van de populairste platenzaken van Nederland dreigde ook in het nadeel van de labels te gaan werken' (p. 107-108). Zoon Wouter werd verantwoordelijk voor de afdeling nieuw vinyl, die een eigen naam kreeg: Disk-Box.

### In de volle breedte

Het is dit bredere kader dat het boek interessant maakt voor meer lezers dan alleen het klantenbestand van de winkel. De hoofdstukken in het boek gaan over de opkomst van nieuwe genres en nieuwe dragers, medewerkers



en vaste klanten en de veranderingen in de winkel zelf. Zo kun je er tegenwoordig ook terecht voor een kopje koffie en nieuwe boeken en is er een podium voor presentaties. De meeste ruimte wordt echter inmiddels weer gevuld met vinyl. Hoe heeft dat de cd en vervolgens streaming overleefd? Wat is het verband tussen de heropstanding van vinyl en house? En wat is het effect van de maatregelen tijdens de coronapandemie op een platenzaak? Het is allemaal in dit boek terug te vinden, dat ook nog eens erg prettig geschreven is.

**André Nuchelmans**  
is hoofdredacteur van *Boekman*

### Dimitri Cloose

**Oostindie, G. en  
A. van Stipriaan (red.) (2021)  
*Antilliaans erfgoed.*  
Deel 1. *Toen en nu;*  
Deel 2. *Nu en verder.***

Leiden: Leiden University press,  
287 + 282 p.

Prijs: € 29,50 per deel

De tweedelige bundel *Antilliaans erfgoed* is het resultaat van het *Traveling Caribbean Heritage* (TCH) project dat in 2016 dankzij finan-

ciële steun van de NWO van start ging. De aanvragers, Gert Oostindie en Alex van Stipriaan, toen beiden werkzaam als hoogleraar, respectievelijk aan de Universiteit Leiden en Erasmus Universiteit Rotterdam, stelden daarbij de vraag hoe het cultureel erfgoed van de ABC-eilanden zich in de loop der tijd heeft ontwikkeld en hoe dit zich nu verhoudt tot *nation building* en *nation branding*. Het uitgangspunt is dat erfgoed voortdurend in beweging is, zich ontwikkelt en reist tussen de Koninkrijksdelen.

De bundel leest prettig, zonder droge wetenschappelijke dialogen en geeft een juist beeld van het erfgoedbeleid op de Benedenwindse Antillen. Hij bevat twintig artikelen, inclusief inleiding en epiloog, die goed zijn onderbouwd met wetenschappelijke data en theoretische kaders. De auteurs stellen lokale uitdagingen aan de kaak en beschrijven deze vanuit een analytische en historische context, maar komen ook met aandachtspunten voor de toekomst. Het eerste deel, *Toen en nu*, bespreekt de ontwikkelingen binnen erfgoed, die zowel Oostindie als Van Stipriaan uitstekend uiteenzetten in hun inleidende artikelen. Zoals over het mentaal erfgoed, dat deel uitmaakt van de geërfde cultuur van etnische segregatie.

De bundel wordt mede aangevuld door de TCH-partners, waaronder de universiteiten van Aruba en Curaçao. De artikelen worden speels afgewisseld met korte anekdotes uit interviews met elf kunstenaars en erfgoed-specialisten van Antilliaanse afkomst over verschillende thema's. Het tweede deel, *Nu en verder*, tracht een visie te scheppen waarbij taal, natievorming en identiteit worden belicht vanuit een beleids-ideaal.

### Eigentijds

De kracht van de bundel ligt in de gedachtegang dat erfgoed eigentijds moet zijn. Bespiegelingen →



over het heden en de toekomst worden vaak onderbelicht door emotionele en nostalgische gevoelens over het verleden. De tendens is om erfgoed zo statisch mogelijk te behoeden en te behouden, waardoor zijn dynamiek wordt ontnomen. Ontwikkeling en verandering zijn onlosmakelijk verbonden met de tijd en dit geldt ook voor erfgoed. Het dient te worden overgedragen aan de volgende generatie die het kan leven en beleven volgens haar eigentijdse werkelijkheid. De auteurs benaderen deze cultuur-overdracht vanuit inclusie en constante verandering. De nadruk wordt daarom ook gelegd op *nation building* en *nation branding*, waarbij de taal, het toerisme, het onderwijs en het digitale tijdperk de stuwende krachten zijn om waarde te (blijven) geven aan het erfgoed.

De bundel levert echter nauwelijks een bijdrage aan de discussiepunten over erfgoedbeleid op de ABC-eilanden. De lokaal geïnteresseerde lezer, die bekend is met de sector en de plaatselijke uitdagingen, zal op enkele data na weinig nieuws lezen. De auteurs herhalen veelvuldig wat ze eerder al hebben gepubliceerd. Het is daarmee vooral een inventarisatie van bestaande opvattingen, die weinig nieuwe gezichtspunten of aanbevelingen bevat, op enkele uitschieters na, zoals de bijdrage van Rose Mary Allen over inclusief cultureel erfgoed, een literair-historisch didactische canon van Liesbeth Echteld en Wim Rutgers, en het voorstel tot oprichting van een Cultuurfonds op Koninkrijksniveau van Gert Oostindie in



deel 1, alsook een didactiek voor immaterieel erfgoed van Luc Alofs in deel 2.

### Eurocentrische zienswijze

Het uitgangspunt van TCH om vanuit de context van het Koninkrijk debatten over een gezamenlijk verleden en erfgoedbeleid te stimuleren, die zowel in Nederland als op de Caribische delen gevoerd zouden worden, blijft achterwege. Dit komt omdat de lokale context van de ABC-eilanden overheerst en de discussie zelf amper wordt doorgetrokken op Koninkrijksniveau. Gert Oostindie en Valika Smeulders raken dit perspectief wel, in respectievelijk 'Culturele uitwisselingen in het Koninkrijk' en 'Postkoloniale onderhandelingen', maar onvoldoende voor een integrale gedachtewisseling. De bundel concentreert zich alleen op de Benedenwindse eilanden, waar Papiamentu wordt gesproken. De titel *Antilliaans erfgoed* is dan ook misleidend en niet representatief als hét Antilliaans erfgoed.

De Caribisch-Antilliaanse realiteit wordt nog altijd vanuit de eurocentrische zienswijze benaderd. De soms overdreven, ethische correctheid doet geen goed aan de overdracht. Een zin als: 'In 1863 verkregen op Aruba 480, op Bonaire 758 Antillianen de vrijheid' (deel 1, p. 4) bevestigt dit. Destijds was er nog geen sprake van een Antilliaanse gemeenschap, noch zouden de tot slaaf gemaakte mensen alleen tot deze Antilliaanse gemeenschap behoren. Een ander terugkomend aspect is het dirigerende vingertje

vanuit TCH dat subtiel door de subtekst kruipt. Duidelijk wordt dat het Antilliaans erfgoed een actueel, maar ook waardevol begrip is om te institutionaliseren binnen cultuurwetenschap via een aangestuurd beleid op Koninkrijksniveau. De lokale stem van kenners en behouders in het veld dient hierbij niet vergeten te worden, waardoor de context blijft hangen binnen de TCH en haar directe partners.

### Voor wie?

*Antilliaans erfgoed* is een opsomming van goed onderbouwde feiten over cultuurbeleid, zonder daar een politiek standpunt van te willen maken. Wat in feite onmogelijk is. *Nation building* en *nation branding* zijn trajecten die beleidsmatig geïnstitutionaliseerd dienen te worden en niet afzonderlijk van de politiek uitgedragen kunnen worden. De relatie tussen wetgeving en beleid, bestaande structuren en middelen, en vorming en uitvoering is essentieel voor het in kaart brengen van de praktische uitdagingen om tot een integrale aanpak te komen. Echter in de bundel liggen de nuances tussen de lokale werkelijkheid en wetenschappelijk-theoretische kaders zo ver van elkaar verwijderd dat het bij een ontleding amper tot duurzame discussies kan leiden.

De concluderende vraag is voor wie de bundel is samengesteld en vanuit welk belang, uitgaande van de verhouding *nation building* en *nation branding*. Voor de lokale bevolking op de eilanden of voor de Antilliaanse gemeenschap in Nederland? Hoe moeten dezen en Nederland met de Antilliaanse identiteit omgaan, en wie moet dit bepalen? •

### Dimitri Cloose

is directeur van Stichting NAAM (National Archeological Anthropological Memory Management) op Curaçao