

Seksualiteit van ouderen

Een multidisciplinaire benadering

Aagje Swinnen (red.)

2011

AMSTERDAM UNIVERSITY PRESS

12.

DE ESTHETIEK EN EROTIEK VAN OUDERDOM IN DE BEELDCULTUUR ONTRAFELD

Daniëlle Bruggeman en Anneke Smelik

Ouderdom is tegenwoordig een fout, een zonde.
(Benoite Groult, 86 jaar, geciteerd in Spierenburg en Mulder 168)

Weerzinwekkend?

Eind 2008 was er veel ophef in Nederland over een tv-commercial van de Socialistische Partij waarin een hoogbejaarde vrouw zich uitkleedt. De SP wilde daarmee commentaar geven op de verslechtingen in de thuiszorg. Veel kijkers vonden de blote achtentachtigjarige vrouw smakeloos en mensonterend. Toch ging De Gouden Loeki van de STER dat jaar naar de SP-spot, omdat de meeste kijkers dit de beste reclame vonden van de vijf genomineerde tv-commercials. Een jaar later, eind 2009, is er alweer veel ophef over een blote oudere vrouw. Dit keer gaat het om naaktfoto's van de zestigjarige Patricia Paay in het decembernummer van de Nederlandse *Playboy*. Columnisten buitelen over elkaar heen om in de meest beledigende termen te schrijven over het fenomeen van een oudere vrouw die sexy poseert, met als dieptepunt het optreden van een cabaretier die suggereert dat Paay een aandachtsjunk is en haar naaktfoto's alleen verteerbaar zijn voor necrofielen.¹ De associatie van een oudere vrouw met seksualiteit lijkt uit den boze. Tegelijkertijd is dit nummer de best-verkopende *Playboy* van het jaar.

Uit deze voorbeelden blijkt dat blote oudere vrouwen in de hedendaagse beeldcultuur nogal wat emotie oproepen. "Dat oudere vrouwen weerzinwekkend zijn behoort tot de diepste esthetische en erotische gevoelens in onze cultuur," schreef Susan Sontag al in de jaren zeventig (37, onze vertaling). Deze opvatting over ouderen, en vooral over oudere vrouwen, heeft

niet aan kracht ingeboet. Het aantal ouderen in de wereldbevolking stijgt; desondanks zijn ze sterk ondervertegenwoordigd in de beeldcultuur (Neilson 167), zoals ook Corine Van Hellemont in hoofdstuk 11 met cijfermatige gegevens onderbouwt. Komen ouderen wel in beeld, dan gebeurt dat vaak heel stereotiep: "In de reclame wordt nog al eens een negatief beeld gegeven van ouderen. Ze zijn incontinent, dement en weinig lolliig, of ze zijn bazig, vervelend en ouderwets," (Bouma). Toch heeft de reclamewereld al in de jaren negentig ouderen en zelfs oudere vrouwen ontdekt als een potentiële doelgroep. Smelik met Buikema en Meijer bespreken reclames die zich verzetten tegen de stereotypering van bebrilde omaatjes die een trui breien of erwtensoep koken voor hun kleinkind, en juist mooie, zelfstandige, rijke, ondeugende en seksueel actieve vrouwen op leeftijd in beeld brengen.² Ondanks enkele tegenvoorbeelden blijven ouderen toch overwegend onzichtbaar in de hedendaagse beeldcultuur, en dat in een tijd waarin "de wereldbevolking ouder wordt als ooit tevoren" (Neilson 167, onze vertaling).

Dit contrast tussen een demografische toename van ouderen in de maatschappij en hun blijvende onzichtbaarheid in de beeldcultuur heeft te maken met het heersende ideaal van jong zijn. Sinds de opkomst van de jongerencultuur in de jaren zestig vormt de jeugd de norm op allerlei vlakken. Vooral in de beeldcultuur wordt jeugd onlosmakelijk verbonden met schoonheid, succes en seksualiteit. Als de populaire cultuur zo eenzijdig het ideaalbeeld van eeuwige jeugd uitdraagt, kan het oudere lichaam dan nog wel geassocieerd worden met esthetiek of erotiek?

Om deze vraag te beantwoorden, geven wij in dit hoofdstuk inzicht in het heersende schoonheidsideaal dat de esthetiek en erotiek van ouderen tot taboe verklaart. In onze visie is de dwingende ontkoppeling van ouderdom en esthetische schoonheid een belangrijke reden voor de ont-erotisering van ouderen. Wij zien een hernieuwde verbinding van esthetiek en ouderdom dan ook als een eerste stap om het oudere lichaam opnieuw te kunnen associëren met erotiek. Met behulp van enkele theoretische concepten – Foucaults biomacht en disciplineren, Lacans spiegelfase en Deleuze en Guattari's wording – bespreken wij een paar tegenvoorbeelden van beeldmateriaal waarin oudere mensen op een positieve of alternatieve manier worden neergezet. Hierbij hebben we ervoor gekozen om dieper in te gaan op enkele reclamecampagnes en op fotowerken die wij inspirerend, onthutsend of betekenisvol vinden. We plaatsen de populaire 'Pro-Age'-campagne van het merk Dove tegenover de groteske modefoto's van Cindy Sherman voor het merk Balenciaga in de Franse *Vogue*. Daarna vergelijken we de gla-

moeruze fotoserie *Mature* van Erwin Olaf met het realistische fotoboek *Geliefden – Timeless Love* van Marrie Bot.

Schoonheidsidealen

Jong en mooi, slank en gezond, blank en westers. Of het nu film, televisie, modefoto's, reclames, videoclips of games zijn: de meeste lichamen die we langs zien komen voldoen aan dat ongeschreven schoonheidsideaal. Het valt pas op als een lichaam niet aan die onuitgesproken normen voldoet: bijvoorbeeld de dikke 'barbiepop' Ruby van The Body Shop uit 1998,³ de modellen met het syndroom van Down van Benetton uit 1998, de Italiaanse *Vogue* van september 2009 met alleen donkere modellen, of ondeugende oudere vrouwen in reclames voor een Diesel of Levi's spijkerbroek. Juist door de afwijking van de norm merken consumenten hoezeer ze gewend zijn aan het eenzijdige beeld van jonge, slanke, blanke mensen. Zoals Patrizia Calefato stelt: "In een wereld die overbevolkt is door beelden van jonge, gezonde, slanke, gebruikte en gespierde mannelijke en vrouwelijke naakten, versterkt door pillen en bodybuilding, zelfs gemodelleerd door silicone, is er geen ruimte meer voor iemand die buiten de grenzen van leeftijd, maat of vorm valt" (77, onze vertaling). Hoewel er inmiddels al langere tijd discussies zijn over enkele aspecten van het schoonheidsideaal, zoals de ultradunne norm van de mode-industrie, of de uitsluiting van donkere modellen, blijft jeugd onherroepelijk gekoppeld aan schoonheid, intimiteit en seksualiteit. Het woord 'mooi' wordt zelden in relatie tot oudere mensen gebruikt en het in beeld brengen van schoonheid, laat staan erotiek, van ouderen is helemaal ondenkbaar als we de televisie of de billboards om ons heen bekijken.

De dominante beeldcultuur wordt vooral door de Hollywoodfilm en televisie-industrie uitgedragen. De enorme opkomst van plastische chirurgie laat zien dat bijna geen acteur of actrice zich aan de dwang kan onttrekken om gladgestreken en rimpelloos door het leven te gaan, ook al lopen ze de kans dat hun gezicht na talloze operaties onherstelbaar vervormd en soms zelfs verminkt raakt.⁴ Naast plastische chirurgie speelt ook fotoshoppen een belangrijke rol in het gladstrijken van rimpels in gezichten. Actrices van middelbare leeftijd, zoals Sharon Stone (voor Dior), Andie McDowell (voor L'Oréal), Kim Basinger (voor Lancaster), hebben een onnatuurlijk gladde huid zonder kraaienpootjes of wallen onder de ogen, waardoor leeftijd op geen enkele manier meer af te lezen is van hun gezicht.

Omdat de westerse beeldcultuur een ideaal van eeuwige jeugd voorspiegelt, is het voor vrouwen en mannen niet gemakkelijk om dagelijks het ouder wordende gezicht in de spiegel tegemoet te treden. Uiteraard speelt de schoonheidsindustrie gretig in op het verlangen om alle tekenen des tijds uit te bannen. In reclames zien we oudere modellen dan ook stevast als het gaat om producten voor 'de rijpere huid'; "Maakt u zich vooral niet ongerust over huidveroudering want het geheim van de eeuwig jonge huid komt in beeld," aldus het magazine van cosmeticaketen Douglas. Deborah Chambers be- toogt dat reclame de gezichten en lichamen van jonge vrouwen behandelt als een tijdbom die elk moment kan afgaan: "iets wat niet gevaarlijk noch schade- lijk is, maar het wel kan worden tenzij je er een remedie tegen vindt". Roland Barthes liet al in zijn beroemde boek *Mythologieën* zien dat reclame voor cos- metica zich graag bedient van semiwetenschappelijke termen, waarbij de huid gezien wordt als een "levend dus sterfelijk oppervlak, dat kan uitdrogen en ouder worden [...]" (87). Bladeren we door glossy's, dan lijkt het feit dat we iedere dag een tikje ouder worden de grootste natuurramp die ons overkomt.

De schoonheidsindustrie bestaat bij de gratie van de culturele druk jong te zijn en te blijven. Volgens filosofe en documentairemaakster Sunny Bergman worden we door de schoonheidsindustrie en de beelden in glossy's, op bill- boards en in reclames aangeprept dat we 'beperkt houdbaar' zijn. Haar docu- mentaire *Beperkt houdbaar* (2007) heeft in Nederland veel discussie losge- maakt en kijkers ervan bewust gemaakt "dat vrouwen zichzelf niet meer normaal vinden, omdat vrouwbeelden gefotoshopt en gelift zijn. Rimpels, tailles, borsten, alles kan op foto's opgepoetst worden, zodat vrouwen uiteinde- lijk proberen hun lichaam te vormen naar een onbereikbaar beeld".

De prachtige video-installatie *Forever* (2006) van Julika Rudelius brengt dit verlangen naar eeuwige jeugd fascinerend in beeld. Op twee videoschermen spreken afwisselend vier rijke Amerikaanse vrouwen zelfvoldaan over het belang van innerlijke schoonheid en hun nimmer falende aantrekkings- kracht. Over de leeftijd van deze 'meisjes' blijven we in het ongewisse; ze zien er even slank, strak en rimpelloos uit als vrouwen van dertig jaar, maar het is duidelijk dat ze ergens tussen de zestig en tachtig jaar moeten zijn. Zonder enige commentaar te leveren, laat de kunstenaar het gapende gat zien tussen de geleefde en de gedroomde werkelijkheid dat de dames wan- hopig proberen te dichten met plastische chirurgie. Een interview met de zesentachtigjarige schrijfster Benoîte Groult in *Rimpelmania* (Spierenburg en Mulder) wijst ook op deze paradox. Ze weet dat het gevecht tegen ouderdom niet te winnen valt, want "ouderdom is ongeneeslijk" (165), maar verzet zich

ertegen met facelifts voor zichzelf en haar dochters. Volgens Spierenburg en Mulder vormt "die systematische ontkenning paradoxaal genoeg de kern van veroudering" (175).

Volgens de scherpe analyse van Simone de Beauvoir zijn ouderen in onze cultuur de Ander geworden, ook al zijn ouderdom en de dood het universe- le lot van de mens. Ouderdom wordt ervaren als een degradatie, omdat hij niet strookt "met het ideaalbeeld van mannelijke kracht of vrouwelijke schoonheid" (*Ouderdom* 35). De paradox van onze tijd is dat iedereen oud wil worden, maar niemand oud wil zijn en er al helemaal niet oud uit wil zien. Ouderdom is tegelijkertijd een diepe wens (we willen wel oud worden), een taboe (we willen niet oud zijn), en een schandaal dat ons overkomt (we wil- len er helemaal niet oud uitzien).

In deze context is het duidelijk dat cosmeticagigant Dove een heel ander signaal uitzendt door vrouwen ouder dan 45 jaar te laten zien in de com- merciële reclamecampagne 'Pro-Age', die nu al enkele jaren loopt. De cam- pagne is te plaatsen binnen de zogeheten 'reality-reclame' (*Adformatie*), waar- in gebruik wordt gemaakt van 'echte' modellen. 'Pro-Age' laat aantrekkelijke vrouwen van middelbare leeftijd zien (Fig. 1). De lichamen zijn niet (zicht- baar) geretoucheerd, of mooier en jonger gemaakt door bijvoorbeeld het ge- bruik van overdadige make-up, kleding of fotoshoppen. Daarmee stelt Dove dat oudere vrouwen niet minder mooi zijn dan het heersende jeugdige ideaal- beeld doet voorkomen. Zo verbindt Dove ouderdom opnieuw met aantreкке- lijkheid en deze verbinding is een eerste opstapje naar een esthetische en erotische benadering van ouderdom. Ouderdom is een natuurlijk proces dat niet tegengegaan hoeft te worden, zoals andere cosmeticamerken suggere- ren met hun *anti-aging*-producten. De begeleidende tekst "Too old to be in an anti-aging ad" bevestigt deze stelling. Dove toont zo dat schoonheid geen leeftijdsgrens of houdbaarheidsdatum kent.

"Spiegeltje, spiegeltje, aan de wand"

De verbinding die Dove maakt tussen ouderdom en esthetiek doorbreekt al deels het taboe rondom erotiek, intimiteit en seksualiteit van ouderen. Om de impact van de 'Pro-Age'-campagne van Dove te doorgronden, willen we enkele theoretische concepten uit het Franse postmoderne denken inzetten. Eerst gaan we kort in op Foucaults begrip van disciplineren en vervolgens op Lacans spiegelfase.



Ontdek de nieuwe
mooie huid in 2 weken

Nieuwe Dove pro-age Advanced Body Care.
Elk product heeft nu een nieuwe, geavanceerde formule
voor een huid die er steviger, stralender en soepeler uitziet



Met

- Het hoogste percentage AHAs*, om de oeverhuid te struikeren
- Vitamine B3, een ingrediënt dat helpt te zorgen voor een frisse, stralende teint
- Natuurlijke lipiden, waarvan bewezen is dat ze de elasticiteit van de huid verbeteren

Het beste zichtbare bewijs: je mooiere huid.

* AHAs: Alpha Hydroxy Acids

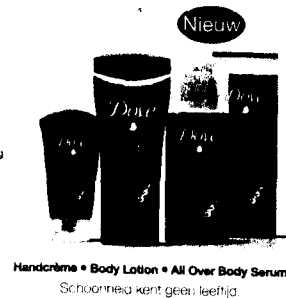


Fig. 1 Dove, 'Pro-Age' © Unilever, Rotterdam

De historicus Michel Foucault heeft een diepgaande analyse gemaakt van hoe macht werkt. Hij stelt dat in de moderne cultuur macht circuleert in een voortdurend spel van onderhandelingen, strijd en confrontatie, verzet en tegenstrijdigheden. De manier waarop de staat mensen disciplineert en vormen van insluiting en uitsluiting creëert, is volgens Foucault (*History*) een vorm van *biomacht* en *biopolitiek*. Foucaults concepten zijn door verschillende wetenschappers gebruikt om de disciplinerende van ouderen te begrijpen. Volgens Stephen Katz worden "technologieën van differentiatie" (59) gebruikt om ouderen te disciplineren. Rust- en verpleeghuizen scheiden ouderen van de rest van de samenleving waardoor een bepaalde vorm van uitsluiting plaatsvindt, terwijl de medische zorg kunstmatig het natuurlijke levensproces verlengt. Neilson stelt dan ook dat biopolitiek met betrekking tot ouderen vorm krijgt door de bevolkingsgroei te reguleren en door instituties als verpleeg- en ziekenhuizen.⁵

Een andere manier om macht vorm te geven is door middel van bewaking en toezicht: *surveillance*. Foucault (*Discipline*) noemt dat de *panoptische* blik, die mensen disciplineert tot ordelijke burgers. Van voortdurende observatie gaat namelijk een grote mate van disciplinerende uit. De panoptische blik hoeft niet alleen letterlijk genomen te worden in de vorm van bewakingscamera's, maar ook meer metaforisch in de alomtegenwoordigheid van media, zoals televisie en internet. Door de panoptische blik te internaliseren, wordt het sociale gedrag, maar ook het lichaam, gedisciplineerd. Naast deze formele machtsstructuren die ouderen op een bepaald niveau disciplineren, draagt ook de alomtegenwoordige beeldcultuur codes uit die bepalen wat oud zijn is.

Het schoonheidsideaal speelt hierbij een belangrijke rol. Je hoeft maar op straat om je heen te kijken om te begrijpen hoe idealen over uiterlijk bepalen of iemand er wel of niet bij hoort, wat de ideaalbeelden zijn, en hoe groepen elkaar in de gaten houden en disciplineren tot de 'juiste' look. Ook reality-tv met *Holland's Next Top Model* of make-overprogramma's zoals *De Naakte Waarheid* dicteren uitdrukkelijk een schoonheidsideaal. Dat heersende schoonheidsideaal bepaalt hoe we ons lichaam disciplineren, bijvoorbeeld door het te onderwerpen aan diëten, fitness, schoonheidspraktijken zoals harsen, epilieren, grijs haar verven, tot aan plastische chirurgie toe. Kortom, het schoonheidsideaal disciplineert het lichaam. Omdat jong zijn het heersende ideaal is, betekent ouderdom de 'afwijking' van de norm. Een belangrijk onderdeel van de disciplinerende is dan ook verouderingsprocessen tegen te houden of op zijn minst weg te poetsen.

We hebben al gezien dat in de beeldcultuur de afwijking van de norm onzichtbaar blijft, of negatief en stereotiep in beeld gebracht wordt. Zo zijn er niet alleen heersende codes die jeugd aan schoonheid, succes en erotiek koppelen, maar ook codes die ouderdom koppelen aan verval, ziekte en angst voor de dood. De 'Pro-Age'-campagne van Dove doet dan ook twee dingen. Ze maakt ten eerste ouderen zichtbaar en gaat zo in tegen de gebruikelijke onzichtbaarheid in de beeldcultuur. Daarmee verricht Dove een biopolitieke daad die ouderdom binnen de sociale realiteit brengt en een bepaalde macht (zichtbaarheid) toekent aan een voorheen relatief machteloze of althans gemarginaliseerde (onzichtbare) groep. Ten tweede laat Dove oudere lichamen zien die zich niet onderworpen hebben aan de vereiste disciplinerende ring van jeugdigheid. Rimpels, vetplooien en sinaasappelhuid zijn hier geen tekenen van aftandse lelijkheid, maar juist van een 'natuurlijke' schoonheid. Daarmee probeert Dove de panoptische, sociaal controlerende en beoordelende blik te doorbreken en de consument op een andere manier naar oudere vrouwen te laten kijken, met herkenning en vermoedelijk ook waardering.

Hoe belangrijk die andere manier van kijken is voor de consument, kan uitgelegd worden met het begrip *spiegelfase* uit Lacans psychoanalyse. De spiegelfase gaat volgens Lacan vooraf aan de taal als de baby tussen de zes en achttien maanden oud is en leert om zichzelf in de spiegel te herkennen. Dit is een belangrijke fase in de vorming van het ik-besef. Voor Lacan is het cruciaal dat het eerste ontstaan van het ik (het ego) op het spiegelbeeld is gebaseerd. Volgens hem is dat spiegelbeeld altijd een idealisering, omdat het kind een ideaalbeeld van zichzelf projecteert. Dit ideale zelfbeeld leidt bij het kind tot een 'aha-erlebnis' (Lacan 1); 'dit ben ik'. De herkenning van het zelf in het spiegelbeeld is echter een 'méconnaissance' of misherkenning (6). Het kind identificeert zich namelijk met het beeld van zichzelf als een ander, als een beter zelf dat hij of zij ooit in de toekomst hoopt te worden. Dit is volgens Lacan een zekere tragiek van de mens: we bouwen onze identiteit op een ideaalbeeld waaraan we nooit kunnen voldoen.

We kunnen de spiegel heel letterlijk nemen, maar we kunnen dit proces ook meer symbolisch opvatten. Het kind ziet bijvoorbeeld een ideaalbeeld van zichzelf gereflecteerd in de ogen van zijn ouders die hem of haar adoreren en op een voetstuk plaatsen: voor je ouders ben je altijd het mooiste kind ter wereld. Als volwassenen zien we dat ideaalbeeld gereflecteerd in de ogen van onze geliefde. Een dergelijk ideaalbeeld hebben we nodig om ons ego te kunnen vormen. Het is een gezonde narcistische blik die noodzakelijk is

voor onze identiteit. Dat ego is namelijk nooit 'af', maar moet steeds opnieuw gevoed worden. De internalisering van ideaalbeelden helpt daarbij.

De spiegel is niet voor niets een visueel topos in schilderkunst, films, videoclip, reclame- en modefoto's, waar hij vaak fungeert als een moment van (zelf)reflectie en waarin het lacaniaanse proces moeiteloos te herkennen is (Smelik, "Droom"). In de bioscoop of op tv kan de kijker zich identificeren met de held of heldin als ideaalbeeld; popsterren, fotomodellen, acteurs bieden allen kansen op narcistische identificatie met ideaalbeelden. Het zal duidelijk zijn dat hier ook een keerzijde aan zit. In een cultuur waarin jeugd, fit zijn en schoonheid belangrijker worden, raakt het ideaalbeeld onbereikbaar. Veel mensen kunnen zich niet meer in dat voorgeschreven ideaalbeeld herkennen en zijn uitermate ontevreden over hun uiterlijk. Dat leidt dan tot frustratie en drastische maatregelen zoals plastische chirurgie, of tot ziektes zoals anorexia en boulimie. In dat geval is de narcistische blik in de spiegel mislukt.

Het is opvallend hoe vaak ouderen vertellen over de vervreemding ten opzichte van het eigen spiegelbeeld. Zo stelt Joyce Roodnat: "We maken ons nauwelijks zorgen over ouder worden op zich. En toch zijn we er niet gerust op. Want we kijken in de spiegel. En we denken: dat ben ik toch niet? We zien er ineens ouder uit dan we dachten" (199).⁶ Simone de Beauvoir spendeert in haar boek over ouderdom vele bladzijden aan het fenomeen van de - pijnlijke - misherkenning in de spiegel: "Toen ik veertig was kon ik mezelf al niet geloven als ik voor de spiegel stond en zei: 'ik ben veertig jaar'" (*Ouderdom* 216). Die vervreemding ten opzichte van het spiegelbeeld komt volgens De Beauvoir door een complexe verhouding tot het zelf: "Het is de ander in mij die bejaard is - dat wil zeggen degene die ik ben voor de anderen - en die ander dat ben ik" (*Ouderdom* 216). Zolang iemand zich innerlijk jong voelt, "lijkt de objectieve waarheid omtrent onze leeftijd schijn" (*Ouderdom* 225).

De misherkenning in de spiegel is van alle tijden, maar de obsessie met jong zijn in de dominante beeldcultuur schept voor elke oudere onvermijdelijk een kloof tussen ideaalbeeld en spiegelbeeld. Zolang in de beeldcultuur ouderen buiten beeld blijven, beroemdheden rimpelloos blijven door Botox, facelifts en liposucties, en modellen genadeloos glad en strak gefotoshopt worden, zal het eigen spiegelbeeld voor elke oudere een verwrongen zelfbeeld tevoorschijn roepen. De oudere man of vrouw is als Sneeuwwitjes boze stiefmoeder, voor wie de spiegel een teken is van het verlies van jeugd en schoonheid. Terwijl de dominante beeldcultuur de oudere op geen enkele

wijze mogelijkheden aanreikt om tot een gezonde narcistische identificatie te komen, biedt de campagne 'Pro-Age' juist wel gelegenheid tot een positief zelfbeeld als oudere. De campagne van Dove doet dus meer dan de obsessie met eeuwig jong zijn doorbreken; ze bouwt een potentieel positief zelfbeeld op voor de oudere consument. Juist omdat spiegelbeeld, ideaalbeeld en zelfbeeld zo nauw met elkaar samenhangen, is de waarde van een dergelijke zelf-(h)erkenning bijzonder hoog.

De monsterlijke maskerales van Cindy Sherman

Na de verkenning van enkele theoretische concepten die de analyse van beelden kunnen verdiepen, richten wij ons op een dubbelzinnige modereportage die tegelijkertijd commercieel en kunstzinnig is. In opdracht van de Franse *Vogue* heeft de kunstenares Cindy Sherman zichzelf geportretteerd in kleding van het modemerken Balenciaga, ontworpen door Nicolas Ghesquière (2007). Net als in bijna al haar kunstwerken, heeft Sherman zichzelf voor deze modefoto's in verschillende gedaantes gefotografeerd. De begeleidende tekst stelt dat Shermans vermommingen, gedaantewisselingen en metamorfoses ons al meer dan twintig jaar terugbrengen bij wie we werkelijk zijn: "monstruousement humains", monsterlijk menselijk (Sherman 158). En inderdaad zijn de beelden nogal vervreemdend. De drieënvijftigjarige Sherman speelt in deze foto's op groteske wijze met leeftijd door het gezicht overdreven op te maken (Fig. 2). De lippenstift is ver buiten de contouren van de lippen aangebracht, een dikke laag foundation maakt rimpels extra zichtbaar, de tanden lijken onnatuurlijk wit. De overdadige make-up benadrukt de kunstmatigheid van de codes van de jeugd, waardoor ouderdomsteken juist opvallen. Er klopt iets niet: we kijken naar een monsterachtige vrouw in prachtige kleding van Balenciaga.

Cindy Sherman laat de absurditeit zien van het kunstmatige streven naar de standaardcodes van het Gezicht, de ideale norm van jeugdigheid, gecreëerd door de schoonheidsindustrie en bevestigd door de dominante beeldcultuur. Met haar monsterachtige gezicht levert Sherman kritiek op het feit dat "onze negatieve beelden van ouderdom voortdurend bevestigd worden door film, televisie en kranten, waarin de representatie vaak op een karikatuur lijkt" (Gibson 87, onze vertaling). Door zichzelf als oudere vrouw karikaturaal af te beelden, bekritiseert Sherman zowel de gangbare stereotypering van oudere vrouwen als het door de schoonheidsindustrie gepropa-



Fig. 2 Cindy Sherman, "Untitled", 2008. Color photograph, framed 78.25 x 59.112 inches, 198.8 x 150.2 cm. Courtesy of the artist and Metro Pictures

geerde beeld van eeuwige jeugd. Zo maakt ze de kijker bewust van de kunstmatigheid van het verlangen om jong te blijven.

Door de normatieve codes van het jong zijn zo nadrukkelijk en op groteske wijze in te tekenen op dit iets oudere gezicht, laat Sherman de maskerade van de cultus rond jeugdigheid zien. Zoals Hepworth en Featherstone schrijven: "Hoe ouder we worden, hoe meer het gerimpelde gezicht een onwelkome façade wordt die wreed de echte persoon erachter begraaft en niet langer in staat is om ons ware zelf uit te drukken" (3, onze vertaling). Ook Vivian Sobchack verwijst naar die afstand tussen beleefde werkelijkheid en het waargenomen gezicht in een amusante filosofische overpeinzing. Ze schrijft van de oudere kop die haar in de spiegel aanstaart. Moet ze dan misschien toch een facelift laten doen, vraagt ze zich af. Maar ook of juist dan is ze bang dat ze haar eigen gezicht niet meer zal herkennen. Of het nu de leeftijd of de plastische chirurgie is, zij loopt niet meer synchroon met het beeld dat ze van zichzelf in de spiegel of op foto's ziet; ze is definitief "out of sync" met zichzelf (Sobchack 38). Ook hier zien we de al eerder waargenomen paradox dat de oudere zichzelf niet meer herkent in het door rimpels en vetophopingen veranderde gezicht, maar nog verder van zichzelf komt af te staan door krampachtig vast te houden aan de vervlogen jeugd.

We willen nader stilstaan bij het monsterlijke van Shermans verbeelding van de oudere vrouw. Shermans vervreemdende gedaantes en groteske lichamen brengen een ongemakkelijke, unheimische sfeer met zich mee. Er lijken dingen niet helemaal te kloppen, omdat jong en oud samenkomen, maar niet samengaan, en innerlijk en uiterlijk los van elkaar staan. Door de nadruk op de kunstmatigheid bewegen de oudere lichamen zich in de richting van het onmenselijke en monstrueuze. Simone de Beauvoir had vanuit de hegeliaanse dialectiek in *De Tweede Sekse* al laten zien dat de maatschappij vrouwen tot de Ander maakt met haar beroemde uitspraak "Je wordt niet als vrouw geboren, maar tot vrouw gemaakt". In haar boek *De ouderdom* bekritiseert zij de maatschappij omdat zij ouderen ontmenselijkt door hen tot de Ander te maken.

De filosofe Rosi Braidotti betoogt dat in de hedendaagse postindustriële cultuur een toename plaatsvindt van verschillende 'anderen', en in het bijzonder van "teratologische of monstrueuze anderen" (*Metamorphoses* 175, onze vertaling). Volgens haar is de sociale en culturele beeldvorming in de westerse postmoderniteit in de ban van de monsterlijke Ander.⁷ Braidotti schrijft dat er een eeuwenoud verband bestaat tussen het vrouwelijke en het monsterlijke in de culturele beeldvorming, als heksachtige afwijking van de

mannelijke norm (*Metamorphoses* 179). In negatieve zin is dit af te lezen van de monsterlijke oudere vrouwen in de filmgeschiedenis,⁸ maar in positieve zin kan het ook een manier zijn om af te wijken van de dwingende culturele norm van volmaakte vrouwelijkheid.

Vanuit dit perspectief kunnen we stellen dat Sherman met haar monsterlijke verbeelding van de oudere vrouw een onontbeerlijk tegenwicht biedt aan de culturele norm van het 'perfecte' en altijd jonge lichaam. Volgens Braidotti geeft de zichtbare aanwezigheid van het monstrueuze een "return of the repressed" aan, waarmee de norm – jeugdigheid – op losse schroeven wordt gezet omdat het verdrongene – ouderdom – naar voren wordt gehaald (*Metamorphoses* 200). Door monsterlijke lichamen zichtbaar te maken in modefoto's, een genre waarin ze normaal niet thuishoren, wordt de consument bewust gemaakt van de heersende normen in de beeldcultuur. Daardoor wordt hij of zij geprikkeld om anders te gaan kijken naar 'normale' lichamen. Om deze andere blik te stimuleren, bepleit Braidotti dan ook de positieve weergave van "hybride, monsterlijke, abjecte of buitenaardse anderen" (*Metamorphoses* 182, onze vertaling). Het is een alternatieve manier om de afwijking van de norm niet als negatief, stereotiep of minderwaardig af te beelden.

Uiteraard schuilt in dit alternatief ook het gevaar dat het juist de negatieve stereotypering bevestigt. Shermans beelden zijn niet prettig om naar te kijken. Daar heeft Balenciaga een bewonderenswaardig risico genomen. Toch vinden wij de foto's een verademing in de hedendaagse modiefotografie die altijd maar weer goddelijke supermodellen laat zien. De groteske gezichten en potsierlijke lichamen van Shermans maskerades zetten de vanzelfsprekendheid van de norm te kijk. Door de oudere vrouw als overdreven monsterlijk te verbeelden, geven de foto's inzicht in de ontkoppeling tussen ouderdom en schoonheid die in de westerse cultuur zo natuurlijk lijkt.

De hoogbejaarde pin-ups van Erwin Olaf

Zoals we in de inleiding al aangaven, maakt de ontkoppeling van ouderdom en esthetiek de stap naar erotiek onmogelijk. Het herstelde verband tussen esthetiek en erotiek is goed te zien in een andere alternatieve representatie van oudere vrouwen, namelijk de fotoserie *Mature* (1998) van Erwin Olaf, waarin hij tien vrouwen tussen de zestig en negentig jaar als pin-ups heeft gefotografeerd in lingerie en sexy poses (Fig. 3). De titels van de kleurenfoto's



Fig. 3 Erwin Olaf, "Helena C. 61", 1998 © Flatland Gallery, Utrecht

verwijzen naar bekende topmodellen, zoals Kate Moss, Cindy Crawford, Claudia Schiffer en Jerry Hall. De oudere dames nemen zelfbewust uitdagende poses aan, zijn glameus opgemaakt en gecoiffeerd of dragen pruiken, en ze zijn allen extravagant uitgedost in doorschijnende kleding, lakleer, bont of kant, met veel blote huid. Door dat laatste komt ook de ouderdom van deze vrouwen prominent in beeld. Rimpels, cellulitis, ouderdomsvlekken, blauwe adertjes, verlepte borsten en uitgezakte knieën zijn door de naaktheid onmiskenbaar te zien.

Olaf speelt in deze serie foto's met het zichtbaar én onzichtbaar maken van ouderdom. Door oude vrouwen verleidelijk te fotograferen, lijkt hij hun hoge leeftijd tegelijkertijd te negeren en te affirmeren. Hij confronteert de kijker met de conventies om erotiek automatisch te koppelen aan jeugd. Door het overdadig sexy karakter van de foto's lijkt *Mature* bijna een parodie op de seksualisering in onze beeldcultuur. Zoals Patrizia Calefato schrijft, zijn we niet gewend om het beeld van een pin-up te koppelen aan dat van een hoogbejaarde dame: "Als we een beeld voor onze geest moesten halen bij de woorden 'het naakte lichaam', dan zouden we zonder nadenken waarschijnlijk automatisch onze favoriete pin-up visualiseren. Wie zou het naakte lichaam van zijn tachtigjarige grootmoeder oproepen, of een terminale patiënt of Argentijnse desaparecido?" (78, onze vertaling). Maar *Mature* doet nu precies het onverwachte: ze toont de tachtigjarige grootmoeder als stralende vamp. Daarmee destabiliseert Olaf "de geijkte pin-up kijkerervaring", volgens Aagje Swinnen in haar doorwrochte analyse van deze fotoserie (40). *Mature* viert het oudere lichaam in al zijn glorie, in tegenstelling tot de veel voorkomende percepties van verval en aftakeling of de gefotoshopte beelden waarop ouderdomsteken weggewerkt zijn. Juist daardoor vindt er een verrassende erotisering van het oudere vrouwelijke lichaam plaats. In die geïmpliceerde meerduidigheid situeert Swinnen de actualiteit, zoals onlangs bleek in de herdruk van deze fotoserie in het magazine *Linda*, met de ondertitel "65+. Grijs meisjes. Hoezo oud? De duivel is oud".

Om de reikwijdte van deze fotoserie verder te kunnen doordenken, willen we opnieuw een theoretisch uitstapje maken, dit keer naar het begrip *wording* van de filosoof Gilles Deleuze en psychoanalyticus Félix Guattari. Deleuze en Guattari willen met hun nomadische filosofie losbreken uit geïmpliceerde denkwijzen om open te kunnen staan voor de intensiteit van het leven (Colebrook). Daartoe hebben zij een groot aantal concepten ontwikkeld, waarvan wij er hier slechts een benutten dat ons kan helpen om statische ideeën over ouderdom te doorbreken. Deleuze en Guattari vervangen

de dialectiek van het transcendente *zijnde* versus het *niet-zijnde* door het dynamische idee van het immanente *worden*. Het leven bestaat uit voortdurende transformaties en het menselijk subject krijgt zijn lichamelijke vorm via een proces van gedurige veranderingen. Daarmee geven Deleuze en Guattari een materiële basis aan subjectiviteit. Dit is van belang voor een alternatief begrip van ouderdom, omdat leeftijd zowel gekoppeld is aan lichamelijkeheid, als aan het verloop van de tijd. Braidotti (*Doorreis*) benadrukt dat het wordingsproces niet eindeloos kan zijn, omdat het geworteld is in het materiële lichaam. Daardoor is *worden* altijd begrensd door externe krachten zoals de maatschappij of de natuur. In het geval van ouderdom betekent dit het volgende: het subject is altijd in een staat van *wording*, want elke dag wordt het lichaam een stukje ouder en verandert het onherroepelijk. Of zoals De Beauvoir het stelt: "De leeftijd verandert onze verhouding tot de tijd; in de loop der jaren wordt onze toekomst korter en wint ons verleden aan gewicht" (*Ouderdom* 272). Dit natuurlijke verloop is een begrenzing van het wordingsproces. Tegelijkertijd is er een maatschappelijke kracht die dit proces negatief duidt als verval en aftakeling. Deze sociale begrenzing verheft jong zijn tot de norm en ouder worden tot de afwijking. In de deleuziaanse visie zouden we ouder worden echter ook kunnen opvatten als een transformatieproces dat de intensiteit van het leven bekrachtigt.

Koppelen we dit terug naar de foto's die we tot nu toe bekeken hebben, Dove's 'Pro-Age'-campagne, Shermans foto's voor Balenciaga en Olafs fotoserie *Mature*, dan zien we dat deze beelden stuk voor stuk laten zien dat het lichaam zich ontwikkelt in de tijd, waardoor het subject in continue transformatie en wording is. Door het (ouder) worden van de lichamen zichtbaar te maken, verzet dit soort beelden zich tegen het statische zijn – zowel het jong zijn als het oud zijn – en breekt zo een lans voor het dynamische proces van wording. Daarmee ondermijnen de foto's de volgens Deleuze en Guattari grootste binaire oppositie van het westerse denken, namelijk het zijn ten opzichte van het niet-zijn. Voor hen is het van fundamenteel belang om los te breken uit de statische opvatting van het zijn.

De ongeretoucheerde foto's van oudere vrouwen in de 'Pro-Age'-campagne van Dove openen de mogelijkheid tot het laten worden van het lichaam zelf, omdat de geleefde materialiteit van het lichaam getoond wordt. De foto's laten zien dat het wordingsproces van het lichaam natuurlijk is en dat het zichtbaar getoond mag worden. Het lichaam beweegt met de tijd van het leven mee, wat zichtbare sporen trekt:

We bestaan allemaal op het speerpunt van de tijd, wat betekent dat ons wezen onderworpen is aan een zekere temporele onomkeerbaarheid. Dit kan uitgelegd worden door te verwijzen naar de notie van temporele stroom of *durée*, zoals in de filosofie van Bergson, die de vitale kracht van het leven begrijpt als een heterogene, kwalitatieve beweging van geleefde tijd. In dit perspectief beweegt de tijd zich door ons, wat sporen achterlaat op onze lichamen. (Neilson 174, onze vertaling)

In deze fenomenologische visie die ook ten grondslag ligt aan Deleuze en Guattari's notie van wording, verandert, groeit, ontwikkelt, transformeert en *wordt* het lichaam continu. Gegroefde huid, kaalheid en hangbillen zijn allemaal tekenen van die beweging in de tijd. Door het oneindige wordingsproces van het leven op een realistische maar aangename manier in beeld te brengen, verzet 'Pro-Age' zich tegen de statische opvatting van het zijn dat in feite het leven stillegt. Zoals De Beauvoir het verwoordt: "Existeren betekent voor de menselijke werkelijkheid opgaan in de tijd" (*Ouderdom* 272). Juist in de wording ligt de echte schoonheid, omdat het de pure materie van het leven onthult.

Het begrip wording kan dus helpen om een andere houding ten opzichte van het ouder worden in te nemen. Wanneer Vivian Sobchack met nostalgie in de spiegel kijkt, dan herinnert ze zichzelf eraan dat ze niet zozeer verouderd, maar midden in een proces van wording staat: "I am not so much ever aging as always becoming" (52). Het wordingsproces kent bij Deleuze en Guattari niet zozeer een einddoel. Een essentieel onderdeel van hun filosofie is dat het subject in het wordingsproces probeert om *anders* te worden, waarbij het er vooral om gaat om weg te bewegen van de norm die mensen in het statische zijn gevangen houdt. In hun beroemdste boek *A Thousand Plateaus* werken zij onder andere met concepten als dier-worden, vrouw-worden, machine-worden, minoritair-worden.⁹ In deze opvatting wordt de afwijking steeds geaffirmeerd ten opzichte van de heersende norm. Anders worden is in die zin een proces van bevestiging en bekrachtiging (Sotirin).

Braidotti ziet het monster-worden als een mogelijke metamorfose om bestaande stereotiepe vrouwbeelden te transformeren – zij geeft het voorbeeld van de foto's van Diane Arbus –: "Deze monsterlijke representaties [...] laten de opkomende subjectiviteit zien van vroegere minderheden, en onthullen op die manier mogelijk nieuwe patronen van wording" (*Metamorphoses* 200, onze vertaling). Net als Arbus staat Sherman erom bekend dat ze met haar monsterlijke zelfbeelden het gebaande pad van vrouwelijkheid verlaat. We

zagen al eerder dat haar foto's voor Balenciaga in *Vogue* afwijken van het cultureel dominante lichaam. We kunnen nu de monstrueuze beelden begrijpen als een extremere versie van het deleuziaanse proces van anders worden. Het monster worden is een bewuste doorbreking van de norm die de potentie van het wordingsproces vooropstelt. Volgens Braidotti zijn dit soort monsterlijke verbeeldingen de tegenhanger van de nadruk die onze cultuur legt op "schone, gezonde, fitte, witte, fatsoenlijke, gehoorzame, heteroseksuele en altijd jonge lichamen" in een beeldcultuur die "ieder spoortje van sterfelijkheid" probeert uit te wissen (Dorreis 197).

De fotoserie *Mature* van Olaf beweegt zich tussen de 'Pro-Age'-campagne van Dove en de Balenciaga-foto's van Sherman in. Olaf laat net als Dove (ouder) wordende lichamen zien, maar dan veel erotischer, zodat de vrouwelijke lichamen breken met de dominante betekenis van het oud zijn. Door mensen (ouder) te laten worden, verzetten Olaf en Dove zich tegen codes en conventies die bepalen dat (jong) zijn de norm is. Olaf gaat nog een stapje verder dan Dove, omdat zijn extravagante foto's vervreemdend werken door de tegenstelling tussen sexy poses, make-up en kleding, en hoogbejaarde vrouwen. In de haast surrealistische setting van de foto's gaat Olaf veel verder dan de 'natuurlijkheid' van Dove. Olaf speelt met het contrast tussen de dominante beeldcultuur die erotiek aan jong zijn verbindt en de triomfante dames die hun oudere lichaam in alle glorie tonen. *Mature* geeft inzicht in de oudere vrouw als de Ander (in de terminologie van De Beauvoir): de fotoserie toont dat ouder worden een minoritair worden is, zowel ten opzichte van de obsessieve norm van eeuwig jong zijn als het kwalijke stereotype van oud zijn. Olaf biedt met zijn kunstfoto's voor de kijker een opening om anders oud te mogen worden. De foto's bevrijden het lichaam uit de disciplinerende ouderdom scheidt van erotiek. Zo kan de gefixeerde identiteit bevrijd worden uit de maatschappelijke dwang om het verschil (bijv. tussen man en vrouw of tussen jong en oud) altijd negatief te duiden. Alleen dan kan het lichaam zich in de materialiteit van de tijd ontwikkelen en anders worden in het verouderingsproces. In onze visie is de fotoserie *Mature* daar een affirmatief voorbeeld van.

Olaf gaat met deze foto's lijnrecht in tegen het eeuwenoude en misschien wel universele beeld dat oudere vrouwen loskoppelt van vruchtbaarheid. Aan het begin van dit artikel haalden we al Susan Sontag aan die stelde "[d]at oudere vrouwen weerzinwekkend zijn". Ook volgens de Russische taalfilosoof Bakhtin is "de combinatie van ouderdom, naaktheid en vruchtbaarheid [...] de apotheose van het abjecte" (Gibson 82, onze vertaling). Door expliciet

op een erotische manier ouderdom en naaktheid aan elkaar te koppelen, confronteert Olaf de kijker met die impliciete opvatting over de oudere vrouw als abject en weerzinwekkend (een opvatting die weerspiegeld werd in de felle reacties op de naaktfoto's van Patricia Paay in *Playboy*). Dat maakt Olafs foto's zo vervreemdend. Ze zouden afstotelijk moeten zijn, maar de stralende dames zien er aantrekkelijk en erotisch uit ook al zijn ze oud. De kijker kan niet anders dan dat vooroordeel overboord gooien. Op een andere manier dan Sherman laat ook Olaf ons met andere ogen kijken naar vrouwen op leeftijd. Daarmee vertolkt hun fotografie de rol die kunst volgens Claire Colebrook in een deleuziaanse opvatting zou moeten spelen: "We zouden in kunst (en in het leven) moeten streven naar een uitbreiding van de waarneming, wat niet betekent dat we meer moeten zien of meer moeten insluiten. Het betekent om anders te zien – zodat wat we zien ons confronteert en ons denken en onze visie transformeert [...]" (183, onze vertaling).

Geliefden boven de 65

Een ander voorbeeld van die confrontatie is het fotoboek *Geliefden – Timeless Love* (2004) van Marrie Bot, dat we hier als laatste willen bespreken. Zij maakte tientallen kleurenfoto's van tien bejaarde paren terwijl ze de liefde bedrijven. In *Geliefden – Timeless Love* zijn de foto's realistisch en niet geësceneerd zoals die van Sherman en Olaf. Toch lijken ze in niets op het realisme van Dove. Als we ze vergelijken, valt opeens op dat de foto's van Dove een bepaalde mate van 'opschoning' kennen, want de vrouwen zijn dan wel geen topmodellen, maar toch alleszins aantrekkelijk. Bots foto's zouden we willen kenmerken als 'radicaal realistisch'. Daarmee bedoelen we dat de foto's de werkelijkheid vastleggen zoals die zich op dat moment aan de fotograaf voordeed. En omdat zij vrijende bejaarden heeft gefotografeerd, doorbreekt ze het bestaande taboe op seksualiteit van ouderen. Daarin ligt de radicaliteit van dit project. Wij waren verbaasd over onze eigen reactie op de foto's. De foto's lijken te intiem; dit kan niet bedoeld zijn voor andermans ogen. Het fotoboek openbaarde onze "angst voor lillend vlees" zoals Swinnen het zo mooi omschrijft (31). We realiseerden ons dat als we jonge lichamen in die poses en situaties zouden zien, we heel wat minder moeite zouden hebben met de foto's. Kortom, wij liepen hard tegen ons eigen vooroordeel aan: bejaarden en seks, dat kan niet.

Het realisme is nog het meest schokkend, omdat het oog niet verleid of af

geleid wordt van het schouwspel van ouderdom. Bij Bots foto's gaat het niet om de show; de uitdagende poses en de sexy outfits dienen niet om te choqueren, zoals Olaf doet in *Mature*. Er is geen sprake van intentionele vervreemding, zoals bij de monstrueuze oudere vrouwen van Sherman, of van een bewuste keuze voor aantrekkelijke 'natuurlijke' vrouwen in de campagne van Dove. Bot laat geen spel of maskerade zien, maar confronteert ons met de materialiteit van het tijdsverloop. In dit rauwe realisme is geen ruimte voor idealisering. Juist in de alledaagsheid van deze foto's ligt de confrontatie: gewone ouderen – als het ware jezelf of je eigen ouders en grootouders – die in hun huiselijke omgeving aan seks doen. Bot brengt twee zaken bij elkaar, ouderdom en seksualiteit, die in de beeldcultuur in de taboesfeer terecht zijn gekomen. In diverse citaten hebben we aangehaald hoe de naaktheid, erotiek en seksualiteit van ouderen als abject, afstotelijk en weerzinwekkend worden ervaren. Nu we van de eerste schok bekomen zijn, zien we dat deze foto's eigenlijk helemaal niet vervreemdend zijn. Dit fotoboek geeft inzicht in de mate waarin geësceneerde idealisering van het (jonge) lichaam de fictionele norm vormen waarmee de dominante beeldcultuur erotiek representeert, zodat de kijker de realiteit als schokkend ervaart. In werkelijkheid staat dit 'radicaal realisme' juist dicht bij ons. Het feit dat deze realistische weergave van ouderen ons zo verbaast, maakt ons bewust van de kunstmatige idealen en negatieve stereotypen van ouderen als de Ander die we geïnternaliseerd hebben. Bots fotoserie houdt ons pas echt een spiegel voor: we zien onze eigen vooroordelen, verwachtingspatronen, conditionering en disciplineren.

Bot biedt een spiegel van de werkelijkheid die de kloof kan overbruggen met het lacaniaanse spiegelbeeld als ideaal zelfbeeld. Terwijl de campagne van Dove een narcistische identificatie mogelijk maakt met ietwat geïdealiseerde ouderen, laat Bot het ideaalbeeld volledig los. Het ego kan nu gevoed worden met een realistischer spiegelbeeld, wat identificatie binnen de mogelijkheden brengt. Deze fotoserie heeft de potentie ouderen meer *in sync* met zichzelf te brengen. Ouderen zijn hier niet de Ander, omdat ze liefdevol in beeld zijn gebracht. Het ouder worden is een natuurlijk wordingsproces, waarin de sporen van de tijd samengaan met door de jaren gegroeide intimiteit tussen de geliefden. Bot laat oudere lichamen in een staat van *wording* zien, los van de maatschappelijke onzichtbare macht die ouderdom duidt als een negatief, stereotiep en minderwaardig oud zijn. Zij laat zien wat De Beauvoir al uitgebreid documenteerde, namelijk dat de seksuele drift bij ouderen blijft bestaan, niet alleen bij mannen, zoals het clichébeeld wil, maar

ook bij vrouwen (*Ouderdom* 262). Door de realiteit van ouderdom zichtbaar te maken, en door mensen bewust te maken van hun sociaal beoordelende blik wordt er gebroken met de foucaultiaanse disciplineren van gedrag en van het lichaam. Juist beelden die de 'radicale realiteit' van ouderdom laten zien, kunnen ons uit de droom van de beeldcultuur doen ontwaken. Zo kan ons echte spiegelbeeld weer tot zelfbeeld worden gemaakt.

Door ouderdom als een proces van wording intact te laten, draagt Bots fotoboek volgens ons bij aan Deleuzes oproep om de materialiteit van het lichaam voorop te stellen in plaats van cultureel gefixeerde codes en betekenissen te volgen. Bot maakt het lichaam vrij van aannames over hoe het zou moeten zijn, zodat het zich kan ontwikkelen in de ontmoeting met het leven en de tijd. Zo wordt niet alleen ouderdom, maar ook jeugd weer een natuurlijke en voorbijgaande fase in het wordingsproces in plaats van een "permanente toestand" (Svendsen 64).

In dit artikel zijn wij op zoek gegaan naar verrassende beelden die zich verzetten tegen de stereotiepe beeldvorming van ouderdom in de populaire cultuur. In onze visie is een alternatieve beeldvorming van ouderen noodzakelijk om ouderdom te kunnen koppelen aan esthetiek en erotiek. Voorzichtig nog bij 'Pro-Age' van Dove, monsterlijk bij Cindy Sherman, uitdagend bij Erwin Olaf, en radicaal realistisch bij Marrie Bot: het zijn diverse pogingen om het proces van veroudering als verandering tevoorschijn te toveren. Op verschillende manieren helpen de foto's de kijker een blik te werpen op de potentiële ontsnapping uit het systeem dat ons opgesloten houdt in een statische opvatting over het oudere lichaam in relatie tot esthetiek en erotiek. We hebben die vluchtlijn gedefinieerd als het moment van ouder worden en anders worden, waarin we de relatie met de tijd kunnen transformeren. Dat is het magische moment waarop leeftijd geleefde en doorleefde tijd mag worden.

Noten

1. Het ging om Theo Maassen in het televisieprogramma *De Wereld Draait Door* op 9 december 2009.
2. De voorbeelden die Smelik met Buikema en Meijer geven zijn van spijkerbroeken van Levi's en Diesel, camera's van Canon, en verzekeringen van Zürich Leven (178-80).
3. Aanvankelijk had The Body Shop de oorspronkelijke blonde barbiepop gebruikt, maar dat werd verboden door de producent van Barbie, Mattel. The Body Shop lanceerde toen Ruby, een roodharige, dikke pop, met de tekst "There are 3 billion women who don't look like supermodels and only 8 who do" (Smelik et al. 176-8).
4. Als informatiebronnen over filmsterren hebben we de websites gebruikt van de American Society of Plastic Surgeons; Plasticopedia, de Plastic Surgery Encyclopedia; Famous Plastic; en Stars Plastic Surgery. Dit zijn niet helemaal betrouwbare bronnen, maar gezamenlijk schetsen ze wel een beeld van de mate waarin plastische chirurgie bij jong en oud doorgedrongen is in de beeldcultuur, ook in de perceptie van het publiek.
5. Naast Stephen Katz en Brett Neilson leggen ook Jason L. Powell en Azrini Wahidin in *Foucault and Ageing* een verbinding tussen de foucaultiaanse disciplineren en ouderdom.
6. Zie voor andere voorbeelden van die vervreemding ten opzichte van het eigen spiegelbeeld Spierenburg en Mulder; ook in glossy's en damesbladen wordt vaak het fenomeen van de spiegel als wrede bevestiging van het ouder-worden beschreven. In het televisieprogramma *De Naakte Waarheid* vormt de confrontatie van het naakte lichaam voor de spiegel altijd een pijnlijk, en soms zelfs sadistisch moment.
7. Recentelijk is dat bijvoorbeeld negatief te herkennen in de populistische verbeelding van moslims als de nieuwe vijand (de spreekwoordelijke 'kutmarokkanen'), en positief in het succes van de 3D-film *Avatar* (2009) met zijn blauwe, aantrekkelijke Nav'vi's.
8. Een berucht voorbeeld van de portrettering van monsterlijke oudere vrouwen is de film *Whatever Happened to Baby Jane?* (1962) waarin overigens ook een gekwelde spiegel-scène voorkomt (Sobchack).
9. Zie voor een nadere uitwerking van deze begrippen het *Deleuze compendium* van Romein et al.

Geciteerde bronnen

- Adformatie* 33/34 (1998).
- Avatar*. Reg. J. Cameron. 2009.
- Barthes, R. *Mythologieën*. Vert. K. Jongenburger. Utrecht: IJzer, 2002 [1957].
- Beauvoir, S. de. *De tweede sekse: Feiten, mythen en geleefde werkelijkheid*. Vert. J. Hardenberg. Utrecht: Bijleveld, 1968 [1949].
- . *De ouderdom*. Vert. J. Hardenberg en J. Tielens. Utrecht: Bijleveld, 1975 [1970].
- Beperkt houdbaar*. Reg. S. Bergman. 2007. Hollanddoc. 22 jun. 2010. <<http://www.hollanddoc.nl/dossiers/35272773/>>.
- Bot, M. *Geliefden – Timeless Love*. Rotterdam: Marrie Bot, 2004.
- Bouma, J.-D. "55+ Reclame, dikwijls incontinent, bazig en weinig lollig." *NRC Handelsblad* 9 sep. 1999. 22 jun. 2010. <<http://retro.nrc.nl/W2/Lab/Profiel/Ouderen/reclame.html>>.
- Braidotti, R. *Metamorphoses: Towards a Materialist Theory of Becoming*. Cambridge: Polity Press, 2002.
- . *Op doorreis: Nomadisch denken in de 21ste eeuw*. Red. K. van Rossem. Diverse vert. Amsterdam: Boom, 2004.
- Calefato, P. *The Clothed Body*. Vert. L. Adams. Oxford: Berg, 2004.
- Chambers, D. "Sexist Ageing Consumerism and Emergent Modes of Resistance." *Aging, Performance, and Stardom: Doing Age on the Stage of Consumerist Culture*. Red. A. Swinnen en J.A. Stotesbury. Berlin: LIT Verlag, 2011. (in druk)
- Colebrook, C. *Understanding Deleuze*. Crows Nest: Allen & Unwin, 2002.
- Deleuze, G., en F. Guattari. *A Thousand Plateaus: Capitalism & Schizophrenia*. Vert. B. Massumi. Minneapolis: U of Minnesota P, 1987 [1980].
- Douglas magazine* 4 (2009). Uitg. Condé Nast Verlag GMBH München.
- Forever*. J. Rudelius. 2006. Nederlands Instituut voor Mediakunst, Amsterdam.
- Foucault, M. *Discipline & Punish: The Birth of the Prison*. Vert. A. Sheridan. New York: Vintage Books, 1979 [1975].
- . *The History of Sexuality Vol. 1: The Will to Knowledge*. Vert. R. Hurley. London: Penguin, 1998 [1976].
- Gibson, P. Church. "No One Expects Me Anywhere: Invisible Women, Ageing and the Fashion Industry." *Fashion Cultures: Theories, Explorations and Analysis*. Red. S. Bruzzi en P. Church Gibson. London: Routledge, 2002. 79-90.
- Hepworth, M., en M. Featherstone. *Surviving Middle Age*. Oxford: Basil Blackwell, 1982.
- Holland's Next Top Model*. Prod. K. Mok en A. Dominici. 2006-2008.
- * Katz, S. *Disciplining Old Age: The Formation of Gerontological Knowledge*. Charlottesville: U of Virginia P, 1996.

- Lacan, J. "The Mirror Stage as Formative of the Function of the I as Revealed in Psychoanalytic Experience." *Ecrits: A Selection*. Vert. A. Sheridan. 1949. New York: Norton, 1977. 1-7.
- Linda. 1 (2010). Uitg. MfM en Sanoma.
- De Naakte Waarheid. RTL4. 2008.
- Neilson, B. "Globalization and the Biopolitics of Aging." *CR: The New Centennial Review* 3.2 (2003): 161-86.
- Olaf, E. *Mature*. 1998. Silver. Olaf. Groningen: Groninger Museum/Erwin Olaf BV, 2003. 152-161.
- Powell, J.L., en A. Wahidin. Red. *Foucault and Ageing*. New York: Nova Science, 2006.
- Romein, E., M. Schuilenburg, en S. van Tuinen. Red. *Deleuze compendium*. Amsterdam: Boom, 2009.
- Roodnat, J. *Een kwestie van lef: Stijlgids voor vrouwen tussen de 40 en de 60+*. Amsterdam: Contact, 2007.
- Sherman, C. Modereportage voor Balenciaga. *Vogue (Paris)* 879 aug. 2007: 158-65.
- Smelik, A., met R. Buikema, en M. Meijer. *Effectief Beeldvormen: Theorie, praktijk en analyse van beeldvormingsprocessen*. Assen: Van Gorcum, 1999.
- . "De kunst van de ontmoeting. De receptie van Deleuze binnen cultuurwetenschap." *Krisis. Tijdschrift voor empirische filosofie* 3 (2003): 88-96.
- . "Tussen droom en divan. Het 'blikkenspel' in film." *Scènes uit een huwelijk. Psychoanalyse en film*. Red. S. Houppermans et al. Amsterdam: Dutch University Press, 2006: 21-35.
- Sobchack, V. *Carnal Thoughts: Embodiment and Moving Image Culture*. Berkeley: U of California P, 2004.
- Sontag, S. "The Double Standard of Aging." *Saturday Review* 23 sep. 1972: 29-38.
- Sotirin, P. "Becoming-Woman." *Gilles Deleuze: Key Concepts*. Red. C.J. Stivale. Montreal: McGill-Queens UP, 2005. 98-109.
- Spierenburg, M., en S. Mulder. *Rimpelmania*. Amsterdam: Thomas Rap, 2007.
- Svendsen, L. *Mode: Een filosofisch essay*. Vert. R. Kuil. Kampen: Ten Have, 2007 [2004].
- Swinnen, A. "Inspelen op de angst voor lillend vlees: Het oudere vrouwenlichaam in de fotografie van Erwin Olaf." *Tijdschrift voor Genderstudies* 13.1 (2010): 31-45.
- De Wereld Draait Door*. Vara. 2005-heden.
- Whatever Happened to Baby Jane?* Reg. R. Aldrich. 1962.