

Het karakter van de visuele cultuur van de negentiende eeuw

Tijdens het jaarlijkse symposium van de Werkgroep 19e eeuw werd in 2002 de aandacht gericht op het visuele karakter van de negentiende eeuw. In een samen met de werkgroep Visuele Cultuur van het Huizinga Instituut georganiseerde, tweedaagse, internationale bijeenkomst werd ingegaan op de vraag welke veranderingen de visuele cultuur in de periode 1800-1900 doormaakte en in welke mate de visuele cultuur van de negentiende eeuw verschilt van die van de eeuw daarvoor en de eeuw daarna. Andere vragen waren die over de verspreiding en toegankelijkheid van de toenmalige visuele informatie, alsmede die naar de waardering van het visuele door de negentiende-eeuwers zelf.

Vanaf het begin van de negentiende eeuw vond in met name de Europese steden een snelle uitbreiding plaats van het aantal plaatsen waar de wereld in al zijn facetten werd getoond in aantrekkelijke, visuele presentaties. In vergelijking met de perioden daarvoor werd in de negentiende eeuw een groot aantal verschillende visuele media ingezet voor de verspreiding van informatie. Zo werden in het theater kostuums, decors en meubels gehanteerd die informatie verschaffen over de historische periode waarin het stuk zich afspeelde. Zorgvuldig geordende opstellingen van objecten in musea gaven inzicht in de historische ontwikkeling van kunst, in de orde van de natuur en in verre streken en vreemde culturen. Illustraties in boeken en later in populaire tijdschriften en kranten speelden een belangrijke rol bij de verspreiding van kennis en informatie over de meest uiteenlopende zaken, net als reclames en verpakkingen. Nieuwe, populaire media als het panorama en het diorama maakten andere plaatsen en gebeurtenissen toegankelijk voor een groot en nieuwsgierig publiek.

De komst van deze nieuwe, visueel georiënteerde media ging gepaard met een sterke fascinatie voor het zien en voor de visuele ervaring van de werkelijkheid, zoals zichtbaar werd in de eigentijdse kunst, filosofie en fysiologie. Veel technologische innovaties van de negentiende eeuw getuigen van een verlangen naar een

natuurgetrouwe weergave van de werkelijkheid. Dit geldt niet alleen voor de fotografie, maar ook voor de diorama's en panorama's, de wassenbeeldenmusea etc. De wisselwerking tussen nieuwe technologie en het streven naar levensechte afbeeldingen culmineerde aan het einde van de negentiende eeuw in de uitvinding van de Röntgenstraling, waarmee zichtbaar gemaakt kan worden wat niet zichtbaar is. Deze ontwikkelingen zijn zeer bepalend geweest voor de hedendaagse wetenschap, waarin beslissingen worden genomen op basis van visuele representaties daarvan (denk aan de inzet van radiografie en satellietbeelden bij oorlogsvoering).

Voor veel onderzoekers is de aandacht voor het visuele en de snelle uitbreiding van plaatsen waar en media waarin iets te zien was aanleiding geweest voor een reflectie op de manier waarop in de negentiende eeuw de wereld werd voorgesteld en waargenomen. Daarbij gaan veel onderzoekers er van uit dat onze cultuur sinds ongeveer 1800 in toenemende mate visueel geworden is, oftewel dat wij onze kennis over de wereld sinds die tijd in eerste instantie opdoen via visuele representaties. De laatste vijftien jaar wordt gepleit voor een interdisciplinaire benadering van deze moderne, visuele cultuur. Uitgangspunt is de gedachte dat kunstwerken, geïllustreerde kranten, reclame, films en televisiebeelden gezamenlijk verantwoordelijk zijn voor onze ervaring van de wereld. Getracht wordt daarom de inzichten van de afzonderlijke vakgebieden die zich bezig houden met de betekenis, invloed en werking van afbeeldingen en visuele media – kunstgeschiedenis, film- en mediastudies, *Cultural Studies* – te combineren in het nieuwe vakgebied *Visual Culture Studies*.

De belangstelling voor de interdisciplinaire benadering van de moderne beeldcultuur hangt samen met ontwikkelingen in de beeldcultuur zelf evenals met een verschuiving in de vakgebieden die de verschillende facetten van de beeldcultuur bestuderen. Enerzijds heeft zich binnen de beeldende kunsten de afgelopen decennia een ontwikkeling voorgedaan waarbij de grenzen tussen hoge en lage cultuur ongeldig werden verklaard. Hiervan getuigen bijvoorbeeld de komst van mode en reclame in het museum en het grote succes van beeldend kunstenaars in het commerciële circuit, zoals Inez van Lamsweerde. Deze verbreding en daarmee ontkrachting van het klassieke kunstbegrip vroeg om een uitbreiding en herziening van de traditionele kunsthistorische methoden met inzichten uit met name film- en mediastudies en *Cultural Studies*.

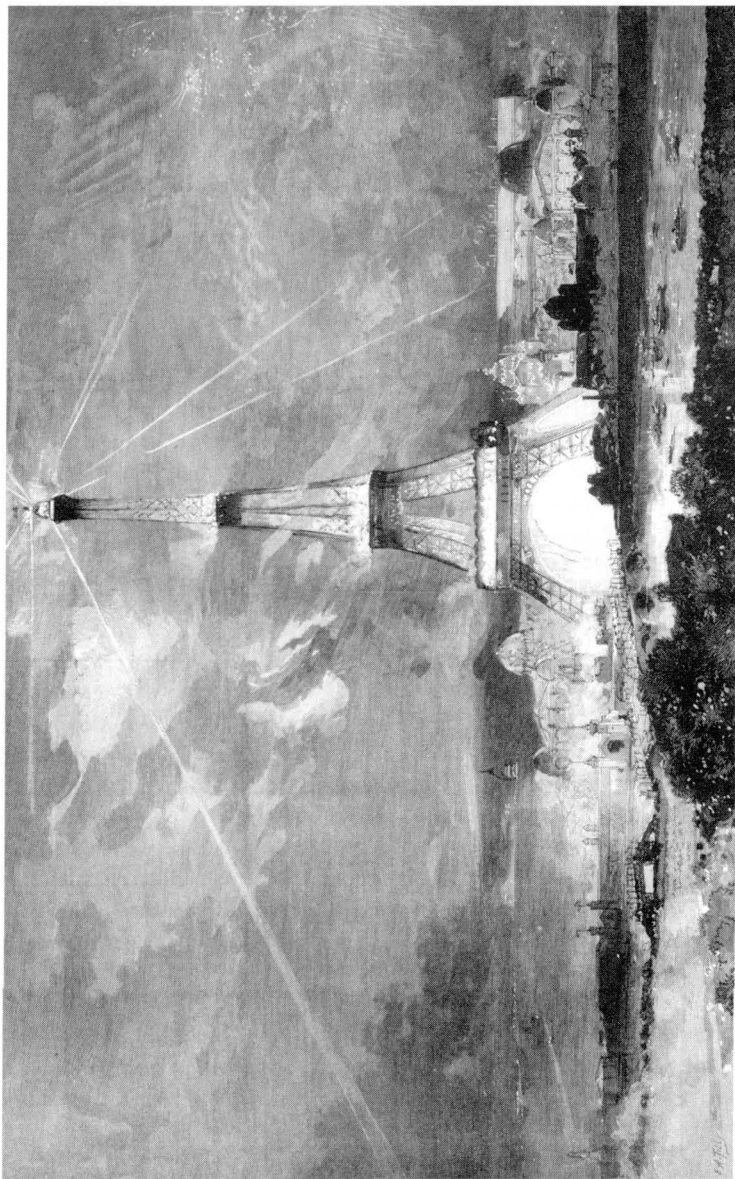
Anderzijds heeft zich binnen de verschillende disciplines die zich met beelden bezighouden een verschuiving voorgedaan van een sterk techniekhistorische of mediums specifieke benadering naar een benadering waarbij het subject meer centraal is komen te staan. Bij de analyse van films is de aandacht bijvoorbeeld niet langer primair gericht op de geschiedenis of formele conventies van het medium, maar op de rol die de toeschouwer speelt bij het (re)construeren van

de betekenis van de film. Op het moment dat de toeschouwer het uitgangspunt voor de analyse wordt, ligt een uitbreiding naar andere beelden voor de hand. De toeschouwer wordt immers geconfronteerd met een grote stroom van uiteenlopende beelden (films, reclames, televisiebeelden, kunstwerken, etalages etc.) die hem of haar allemaal beïnvloeden. Dit brede begrip van de beeldcultuur en de rol van de toeschouwer daarin stoelt sterk op ideeën uit de *Cultural Studies*, waarin de populaire beeldcultuur centraal staat, met bijzondere aandacht voor de representaties van klassen, rassen, seksen en seksuele voorkeuren.¹

Deze nieuwe, brede benadering van de moderne beeldcultuur heeft inmiddels een grote stroom publicaties opgeleverd.² Hierin worden tot nu toe vooral benaderingen en methoden uit de kunstgeschiedenis, cultuursociologie, filmwetenschap, literatuurwetenschap en filosofie naast elkaar besproken en 'getest' op hun bruikbaarheid voor de analyse van onze huidige beeldcultuur. Hoewel de verschillende benaderingen elkaar soms tegenspreken of zelfs uitsluiten, ontstaat soms ook een uitwisseling waarbij aspecten van beelden en hun publiek zichtbaar worden die binnen de eigen discipline niet op die manier naar voren gekomen zouden zijn. Wat de verschillende benaderingen gemeenschappelijk hebben, is de belangstelling voor de *functie* en het *gebruik* van de beelden die circuleren in de moderne maatschappij.³

Met name onder filmhistorici is er grote belangstelling voor de ontstaansgeschiedenis van onze huidige beeldcultuur, die wordt gelokaliseerd in de negentiende eeuw.⁴ Een van de onderzoekers die zich richten op de genese van onze huidige beeldcultuur is Vanessa R. Schwartz, Associate Professor of History aan de University of Southern California en gastspreker op de bijeenkomst in Amsterdam. In haar boek *Spectacular realities* (1998) stelt Schwartz dat de verschillende, nieuwe massamedia van het laat negentiende-eeuws Parijs – van het mortuarium en de geïllustreerde krant tot het wassenbeeldenmuseum – op elkaar inwerkten en daarmee een gezamenlijk beleefde, 'spectaculaire' werkelijkheid creëerden. De levensechte representaties van die nieuwe media verraadden een hang naar realisme waarvan de komst en het succes van de film, zo betoogt Schwartz, een logisch uitvloeisel is.⁵

In haar bijdrage aan het symposium stelde Schwartz dat het voor een bestudering van de moderne visuele cultuur nodig is bestaande chronologische scheidslijnen tussen de 'lange negentiende eeuw' en de twintigste eeuw te herzien. In haar optiek ligt de basis voor onze huidige beeldcultuur in de realistische, populaire massamedia van de late negentiende eeuw. Die media zijn verbonden met een manier van kijken die nog steeds in belangrijke mate bepaalt hoe wij de werkelijkheid waarnemen en ervaren. Schwartz stelt dan ook dat we nog steeds in een 'moderne', visuele cultuur leven en dat van een echt 'postmoderne' werkelijkheid nog geen sprake is.⁶



Uit: l'Exposition de Paris, Parijs 1889.

Daarnaast pleitte Schwartz ervoor het visuele niet als iets afzonderlijks te bestuderen, maar in relatie tot de andere zintuigen. De cultuur van de negentiende eeuw moet volgens haar niet worden bestudeerd als visuele cultuurgeschiedenis alléén, maar als een 'history of the senses'. Als voorbeeld noemde ze Joachim Schlörs *Nights in the big city*, waarin de grote veranderingen in het stadsleven worden beschreven na de komst van het gaslicht en later het elektrisch licht als straat- en winkelverlichting.⁷ De nacht kreeg een eigen identiteit, niet als tijd van rust en stilte, maar als tijd van grootstedelijke activiteit, aantrekkelijk en gevaarlijk tegelijkertijd.

De stad, vooral de grote stad, kreeg er zo een tweede leven bij, dat vaak tegengesteld was aan dat van de dag. Termen als 'Paris by night' of 'La Ville Lumière' roepen een specifiek beeld van stedelijk leven op, gebonden aan bepaalde tijden van de dag en aan een bepaald soort gedrag, voornamelijk van consumptieve aard: flaneren, winkelen en uitgaan in de avonduren. De stad wordt 's nachts ruimtelijk anders beleefd, want de eilanden van licht rond de winkelstraten en het uitgaanscentrum in de avonduren zijn geprononceerd gemarkeerd als toegankelijk stedelijk gebied.

Volgens Schlör houdt de komst van de stadsverlichting en de daarmee verkregen nieuwe ruimtelijke en temporale dimensie van het stedelijke leven de overgang in naar het moderne tijdperk. Vanaf het midden van de negentiende eeuw kan de beleving van het openbaar domein worden beschouwd als primair visueel. De straat wordt een toneel, waar de waren worden uitgestald in steeds grotere en mooiere helverlichte etalages, zo lezen we in dit themanummer in het artikel van Jan Hein Furnée over de winkeletalages als moderne massamedia in Den Haag. De Hagenaars die al dat moois 's middags en 's avonds kwamen bekijken, iedere dag opnieuw, vormden ook een schouwspel voor elkaar.

De winkeletalages waren meer dan louter commerciële aangelegenheden: ze informeerden het publiek met portretten van bekende persoonlijkheden, toonden nieuwe producten en waren door hun kunstige presentaties uiterst vermakelijk, vooral in de sinterklaastijd. Winkelen – een nieuw Nederlands woord – wordt vanaf het midden van de negentiende eeuw een moderne vorm van tijdspassing, waarbij niet eens zozeer het kopen centraal staat, als wel de bezigheid van het kijken. Anno 2003 is winkelen trouwens de grootste vrijetijdsbesteding in Nederland.

Winkelen werd in de negentiende eeuw een passie van de massa, die naast de aantrekkelijke winkelstraten ook terecht kon in warenhuizen en winkelpassages, uitvindingen van de negentiende eeuw. De visuele cultuur van die eeuw is net als die van de eeuw daarna en wellicht ook in de tegenwoordige, fundamenteel verbonden met consumptie, multimedia en massaproductie. De grootste innovatie op het terrein van de visuele media van de negentiende eeuw was de fotografie.

Mattie Boom beschrijft in haar artikel over negentiende-eeuwse fotografie en het publieke domein dat de tot voor kort gangbare gewoonte om de geschiedenis van de fotografie te beschrijven als een soort kunstgeschiedenis, met meesters en individuele oeuvres, te weinig recht doet aan wat de fotografische praxis van de negentiende eeuw toch vooral was: een culturele industrie.

De fotografie voorzag ruim in de immer groeiende behoefte aan visuele informatie, die vroeger werd verzorgd door gravures en litho's. Het medium fotografie verbond zich met andere media, zoals het tijdschrift, het boek en – veel later – met de krant. Daarnaast functioneerden de foto's los en in veelvoud, zie de albums en de verzamelingen stereofoto's. Ook hier vallen de informatieve, educatieve en vermaaksaspecten niet goed te scheiden. De aantrekkelijkheid van de fotografie moet toentertijd – net als bij de huidige visuele media – gelegen hebben in het brede spectrum van dit nieuwe medium, dat naar onderwerp, oplages en verspreiding geen grenzen kende.

Julia Noordegraaf plaatst in haar bijdrage 'De opkomst van het museum in de "spectaculaire" negentiende eeuw' de visuele cultuur van de negentiende eeuw in het perspectief van de overgang van een tactiele omgang met de fysieke werkelijkheid naar een visueel regime. Vanaf het begin van de negentiende eeuw wordt informatie in toenemende mate opgenomen en verwerkt door het oog. In deze ontwikkeling wordt de werkelijkheid eerder het *effect* van de representatie dan andersom. De negentiende-eeuwer leerde de wereld kennen via afbeeldingen, panorama's, wereldtentoonstellingen, etalages en al die andere bemiddelende instanties tussen subject en werkelijkheid. Zo kwam de wereld via de media naar de negentiende-eeuwer toe, niet als substituten van die wereld maar als die wereld zelf.

De toename van de informatie in de negentiende eeuw was vooral een toename van visuele informatie. Julia Noordegraaf laat met het voorbeeld van de veranderingen in de opstelling in Teylers Museum in Haarlem zien hoe het contact van het publiek met voorwerpen uit de natuur, de kunst en de techniek steeds meer via het zien verliep. De voorwerpen trekken zich terug achter glas, koorden en hekjes: verboden aan te raken. Het museum wordt zo het publieke medium van spectaculaire consumptie van de dingen, in tegenstelling tot het individuele genot van de verzamelaar die maar een greep in zijn kabinet hoefde te doen om kennis te verwerven over de wereld. Het museum staat niet buiten de trend naar een toenemend visuele representatie van de werkelijkheid, noch vormt het als hoeder van de 'originelen' een alternatief voor een wereld die steeds meer wordt overspoeld door anonieme, industrieel vervaardigde voorwerpen en reproducties.

De bijdragen aan dit themanummer werpen nieuw licht op vertrouwde aspecten van de negentiende eeuw, waarbij de etalage, de fotografie en het museum

elk worden beschouwd in relatie tot de visuele context waarin ze aangeboden en gebruikt werden. Tijdens het symposium werd ook gepleit voor een nóg verdere verbreding naar een geschiedenis van alle zintuiglijke ervaringen van de negentiende eeuw. De bijdragen aan het symposium en de artikelen in dit themanummer laten in ieder geval zien dat het visuele karakter van de negentiende eeuw zich in een grote internationale belangstelling mag verheugen.

Noten

¹ Representatief voor deze benadering is vooral het werk van Nicholas Mirzoeff. Zie bijvoorbeeld Nicholas Mirzoeff, *An introduction to visual culture* (Londen en New York 1999) en de twee *Visual Culture Readers* die hij voor Routledge redigeerde (respectievelijk 1998 en 2003).

² Zie bijvoorbeeld W.J.T. Mitchell, 'What is visual culture?' in: Irving Lavin (red.), *Meaning in the visual arts: views from the outside. A centennial commemoration of Erwin Panofsky (1892-1968)* (Princeton, Institute for Advanced Study 1995) 207-217; Ian Heywood en Barry Sandywell (red.), *Interpreting visual culture. Explorations in the hermeneutics of the visual* (Londen en New York 1999); Marita Sturken en Lisa Cartwright, *Practices of looking. An introduction to visual culture* (Oxford 2001), alsmede de bijdragen aan het *Journal of Visual Culture* (Londen etc., Sage 2002-).

³ Overigens is er nog helemaal geen consensus over zowel object als methode van *Visual Culture Studies*. Het combineren van inzichten uit verschillende vakgebieden blijkt vaak problematisch, evenals de gewenste afbakening tot het visuele. Het *Journal of Visual Culture* fungeert als kritisch platform voor de discussie over de (on)mogelijkheid van Visual Culture Studies maar heeft een sterk theoretische, door de literatuurwetenschap beïnvloede inslag.

⁴ Een van de eerste studies op dit terrein was Leo Charney en Vanessa R. Schwartz (red.), *Cinema and the invention of modern life* (Berkeley 1995). In deze bundel wordt de komst van de film gepresenteerd als de uitkomst van de ontwikkeling van tal van andere visuele media in de negentiende eeuw, van het affiche en de stijkkamer tot de geïllustreerde krant en het panorama.

⁵ Vanessa R. Schwartz, *Spectacular realities. Early mass culture in fin-de-siècle Paris* (Berkeley 1998). Het doel van Schwartz is om meer aandacht te besteden aan de specifieke contexten en omstandigheden van kijken en in het bijzonder om de opkomst van de film te plaatsen in de bredere visuele cultuur van de late negentiende eeuw. Idem, 9.

⁶ Zie de inleiding in Vanessa R. Schwartz en Jeannene Przyblyski (red.), *Modernity and the nineteenth century. A visual culture reader* (verschijnt binnenkort bij Routledge).

⁷ Joachim Schlör, *Nights in the big city. Paris, Berlin, London, 1840-1930*. Uit het Duits vertaald door Pierre Gottfried Imhof en Dafydd Rees Roberts (Londen 1998). Zie voor de geschiedenis van de verlichting in de negentiende eeuw ook Wolfgang Schivelbusch, *Disenchanted night. The industrialisation of light in the nineteenth century* (Oxford 1988) en Andreas Blühm en Louise Lippincott, *Licht! Het industriële tijdperk 1750-1900. Kunst & wetenschap, technologie & samenleving*. Catalogus bij de gelijknamige tentoonstelling, Van Gogh Museum, Amsterdam, 20 oktober 2000 - 11 februari 2001 en Carnegie Museum of Art, Pittsburgh, 6 april - 29 juli 2001 (Amsterdam/Pittsburgh, Van Gogh Museum/Carnegie Museum of Art 2000).