

dy Braun Schwebelampe
nders kurzen Trockenzeit.

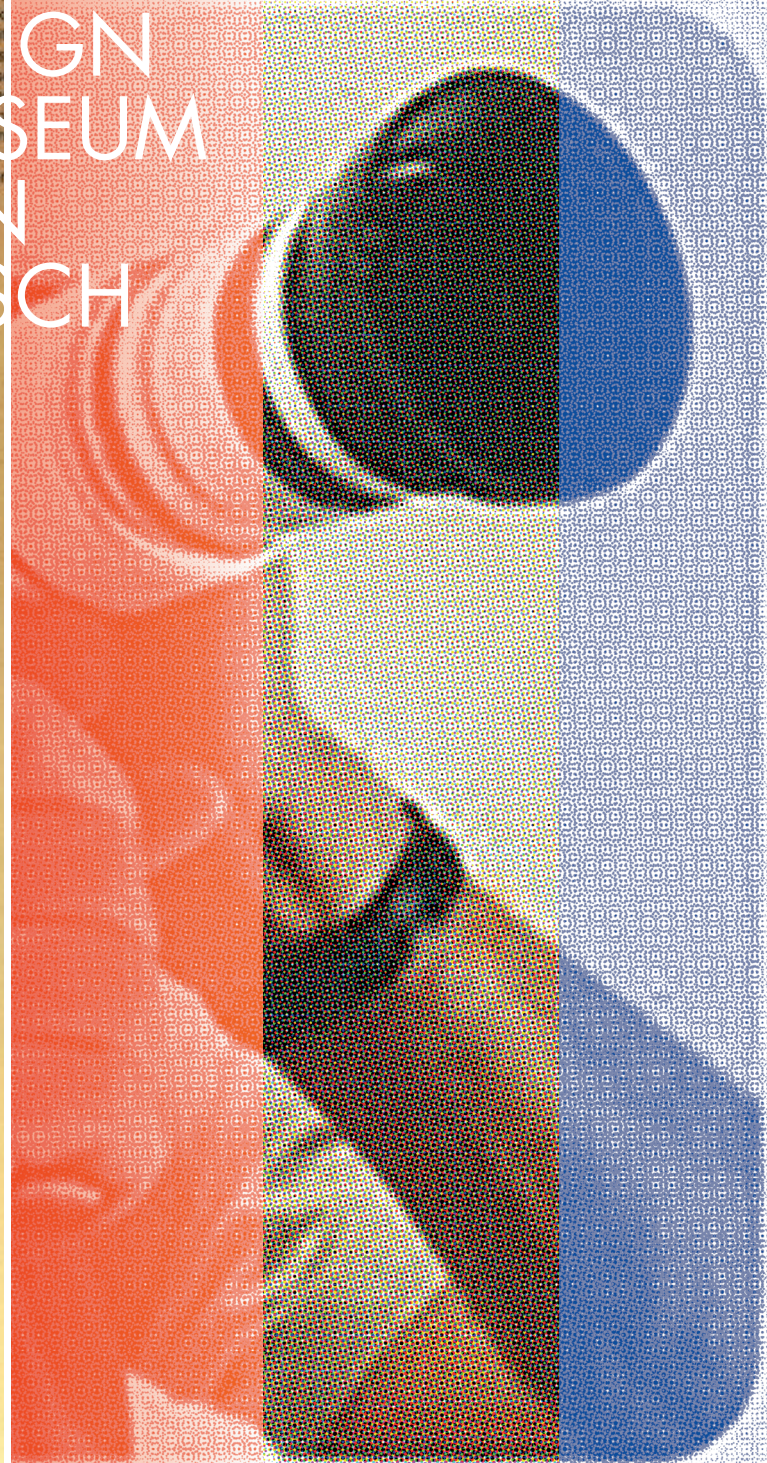
Lady Braun Trockenhaube
liegen auf der Hand. Sie
zwischen 3 Schaltstufen
zu 400 Watt Heizleistung
wählen. Das bedeutet:
gewöhnlich keine Trock-
Die neue Lady Braun ist
leicht, bequem und
auf dem Kopf, ist leicht
und leicht zu handhaben.
Die Brauseingangs-
Schalter sind leicht zu
Ihre Haare schnell und
schönend trocknen, könn-
sie sich frei bewegen.

DESIGN MUSEUM DEN BOSCH

Mannen, vrouwen en hun apparaten

Te zien van
2 maart t/m
23 juni 2024

LDH 0300



Booklet bij de tentoonstelling *Mannen, vrouwen en hun apparaten*, Design Museum Den Bosch 2024.
Met de presentatie van een selectie uit de collecties van Sjoerd van Beers, Rotterdam, Jaro Gielens,
Düsseldorf en het Henri Baudet Instituut, TU Delft.

Tekst: Timo de Rijk

De belangrijkste ingreep in het woonhuisinterieur van de twintigste eeuw is zonder twijfel de introductie van het doorgeefluik. Ja, dat gat in de muur met een deurtje of een schuif, soms ingebouwd in een kast, waardoor eten van de keuken naar de eettafel in de woonkamer werd aangereikt. In sommige huizen uit de jaren vijftig of zestig vind je ze nog wel eens, maar de meeste zijn verdwenen als gevolg van sloopzucht en vernieuwing, ondanks de algemene vertederling over zo'n luikje in huis. We kunnen het ons nauwelijks nog voorstellen maar dat doorgeefluik was ooit, in de jaren na de Tweede Wereldoorlog, een symbool van een optimistische en moderne tijd. Allereerst was een aparte keuken in huis zo net na de oorlog voor veel gezinnen een bijna niet te begrijpen verworvenheid. Velen moeten zich daar met een schok de rommelige ruimte of nis herinnerd hebben, die de keuken nog niet zo lang daarvoor was, met een paar oude meubelen en een kookstel dat werkte op hout of petroleum. Let wel, rondom de Eerste Wereldoorlog bestond nog een kwart van de Nederlandse woningen uit slechts één kamer met een bedstee. Gedurende het interbellum pakte de overheid deze armoedige en onhygiënische huizen wel flink aan, maar de laatste restanten werden pas in de jaren vijftig en zestig opgeruimd.

de moderne wereld

Achter dat luik gloorde kortom de moderne wereld, waar de witte, beige of lichtgroene keukens van industrieel fabricaat niet alleen een scherpe tegenstelling met de oude keukens vormde, maar ook met de woonkamer die vrijwel overal in Nederland traditioneel ingericht was met historisch ogend meubilair. Naoorlogse Nederlandse gezinnen besteedden hun spaarzame centen in huis aan zo rijkelijk mogelijk bewerkte houten en gestoffeerde meubelen, aan gedecoreerd behangpapier en aan luxueus aandoende stoffering en gordijnen. Dat werd nog aangevuld met snuisterijen en aan de muur kunstreproducties naar oude meesters. Tafels hadden kleedjes, een goedkope vloerbedekking was voorzien van een tapijt. Halverwege de jaren vijftig deed de beroemde psychologe Mary Zeldenrust, nota bene op de gloednieuwe Lijnbaan in Rotterdam, een publieksonderzoek naar de woonvoorkeuren van de Nederlander. Het wees uit dat er vrijwel geen interesse was in het moderne meubel en dat het moderne interieur vooral ongezellig werd gevonden. Het in kleine kring gewaardeerde Scandinavische modernisme met zijn eenvoudige en onversierde houten meubelen bijvoorbeeld, werd niet of nauwelijks gekozen uit de vragenlijst met afbeeldingen van allerlei meubelen, die aan de voorbijgangers werd uitgereikt. De voorkeur ging eerder uit naar historisch uitziende kloosterstoelen of fauteuils in antieke Franse Lodewijkstijlen, of wat daarvoor moest doorgaan natuurlijk.

wilsonbekwaam

Die ogenschijnlijke afkeer van moderniteit in de eigen woonomgeving betekende niet dat er geen interesse was in moderne apparaten die het leven gemakkelijker en aangener makten. Integendeel. Het radiobezit bijvoorbeeld had vanaf de jaren dertig een enorme vlucht



genomen en in de loop van de jaren vijftig was een kostbaar radiotoestel van veelal Nederlands of Duits fabricaat in heel veel Nederlandse huisgezinnen een normale verschijning. In dezelfde tijd hadden ook enkele elektrische huishoudelijke apparaten als het elektrische strijkijzer en de elektrische stofzuiger een opmars gemaakt van een aanvankelijk kostbare bezienswaardigheid tot een allemansvriend. Dat wil zeggen: een vriend van de huisvrouw die door de reclame van bedrijven en energiebedrijven als enige gebruiker werd gezien, al was haar man degene die de aanschaf letterlijk voor zijn rekening nam.

Officieel waren in Nederland vrouwen zelfs tot 1957 wilsonbekwaam, wat onder andere betekende dat ze het huishoudelijk budget niet zelfstandig mochten beheren en geen grote aankopen konden verrichten. In de praktijk betekende dat bijvoorbeeld dat ze wel een strijkijzer mocht kopen, want die waren redelijk betaalbaar, maar stofzuigers waren lang dermate duur dat ze vaak op afbetaling werden gekocht, een contract dat door de man werd afgesloten. Niettemin waren ook die rond 1960 een vast onderdeel in de meeste huishoudens.

het archaïsche, het onderdrukkende en het utopische

De stofzuiger had tot in de jaren vijftig een technisch uiterlijk met verchromde onderdelen en een gelakt huis; het strijkijzer was van nikkel met een houten of bakelieten handvat. Deze apparaten werden allemaal na gebruik opgeborgen. Het waren tijdelijke apparaten zogezegd, die hun leven doorbrachten in een kast op de slaapkamer, in de gang, op de overloop of in de keuken. Met dezelfde bedoeling waren ook vaak de kolen- of gaskachels voorzien van een historisch gedecoreerde mantel die het technische binnenwerk onzichtbaar maakte, zodat de kachels pasten bij de rest van de inrichting. Dat opbergen was ook vérbergen, al kon dat natuurlijk niet met het grote



radiotoestel. Dat was daarom meestal vermomd als een historisch meubel, met een ivoorkleurig bedieningspaneel, lichtbruin doek voor de luidspreker en een fineerhouten kast in namaak politoer of *old finish*, niet zelden afgebiesd met een glimmende sierlijst.

De verschillende vormgevingsstrategieën waarmee moderne technische apparatuur het huis in werd gehaald, werden door de Britse architectuurhistoricus Adrian Forty beschreven als 'archaïsch', 'onderdrukkend' of 'utopisch'. De archaïsche vormgeving betekende dat een apparaat op iets ouds moest lijken, als iets dat geruststellend naar het verleden lijkt te verwijzen, zoals bij veel radio's het geval was. Het onderdrukken-de aspect van de vormgeving komt naar voren in een product dat in iets anders wordt weggemoffeld en dus tijdelijk of permanent onzichtbaar is, zoals de naaimachine die weggeklapt is in een tafeltje. En dan heb je nog het utopisch vormgegeven apparaat, dat een modern uiterlijk heeft dat naar de toekomst wijst en zijn eigen vooruitstrevendheid toont.

alles elektrisch

Het is niet verwonderlijk dat een aanpak met een utopische vormgeving voor apparaten en andere producten in de keuken in naoorlogse tijd de voorkeur kreeg. Een moderne keuken was een ruimte met gelijkvormige kastjes, die in het ideale geval deed denken aan een laboratorium of een ziekenhuis, met moderne gereedschappen, met een fornuis of kooktoestel dat vanaf de jaren zestig geschikt was voor het vrijwel reukloze en onzichtbare aardgas. Al even modern en onstoffelijk was de elektrificatie van het huishouden, die zich eerst vooral door middel van elektrisch licht had aangediend. De moderne keuken was kortom een demonstratie van zakelijke overwegingen en hygiëne. Pas zo halverwege de jaren zestig verscheen op grote schaal een brede variëteit aan elektrische apparaten die als de modernste hulpmiddelen

Nationale producten van wereldnaam

ERRES stofzuigers

licht als een veer  *sterk als staal*



Van der Haas product

Prijzen f 120.-, f 135.-, f 150.-, f 160.-, f 185.-

ERRES stofzuigers zijn de enige Nederlandse stofzuigers met dubbel draaibare hulpstukken van lichtmetaal, dat licht als een veer is en sterk als staal. Bovendien met een zeer sterke motor en daardoor opvallend grote zuigkracht. De beroemde blauwe torpedo stofzuiger heeft bovendien als nieuwste snuife de zo handige voetschakelaar.

Al meer dan 25 jaar geldt: **ERRIS MAARREËN ERRES!**

verlang daarom van Uw handelaar dat hij U een ERRES toont.

 R. S. STOKVIS & ZONEN N.V.

in de keuken werden onthaald. Nu en dan waren kleine elektrische apparaten als broodroosters, dompelaars of een enkele waterkoker of fluitketel (bijvoorbeeld van het Nederlandse fabricaat Inventum) de huisvrouw al vóór de oorlog te hulp geschoten.

Philips, dat na de gloeilampen en radiotoestellen in deze jaren vijftig vol in de huishoudelijke markt stapte, bracht een waaier aan kleine apparaten als koffiemalers, koffiezetters, messenslijpers en keukenmixers. De laatste waren vooral mogelijk door de productie van kleine elektrische motoren, waarover het bedrijf zoveel kennis had en waarmee het bijvoorbeeld ook uiterst succesvol scheerapparaten ontwikkelde en produceerde. In andere Europese landen, zoals Duitsland, bestonden grote huishoudelijke merken als AEG en Siemens, onderdelen van enorme bedrijven die van oudsher de hele elektrische keten konden aanleggen, beginnend bij elektriciteitscentrales, en die ook de apparaten voor de consument fabriceerden. Door deze bedrijven, en de eveneens uit Duitsland afkomstige Krups en Rowenta en bijvoorbeeld Moulinex uit Frankrijk, werd de moderne keuken steeds vaker voorzien van apparaten die in kunststof uitgevoerd en massaal en dus betaalbaar konden worden geproduceerd.

burgerlijke emancipatie



In Nederland ontstonden in de naoorlogse periode van enorme woningtekorten grote nieuwe wijken met woningen van allerlei soort, variërend van stroken flatgebouwen tot rijtjes met eengezinswoningen. Die wijken waren een onderdeel van de planmatige scheiding in het moderne leven van wonen, werken en recreëren. Letterlijk op afstand van gebieden met nieuwe huizen ontstonden bedrijfsterreinen en werden elders parken en sportterreinen aangelegd. Wat voorafgaand aan de oorlog geen vanzelfsprekendheid was, werd dat wel in de jaren

vijftig en zestig. Vrijwel iedereen kon zich persoonlijk vervoer als fiets, brommer of scooter permitteren. Kinderen gingen ermee naar school en in de vrije tijd reed je ermee naar het voetbalveld. Belangrijker werd ongetwijfeld gevonden dat vader als kostwinner het bedrijfsterrein of kantoor kon bereiken, waar hij vroeger veel vaker zijn werk in of in de buurt van zijn huis had. Van zijn vrouw was de algemene verwachting dat zij thuisbleef, en net zoals de ontwikkeling van de nieuwe werkplek van haar echtgenoot werd de keuken een ruimte met professionele uitstraling, waarin op een efficiënte manier kon worden gekookt en schoongemaakt. De vrouw kreeg in de eerste plaats haar werkplek aan het aanrecht, die op een lopende band leek. Ze werd van vrouw nu huisvrouw, een functie met een naam, een beroep bijna, al was het onbetaald. Een functie ook die deel uitmaakte van de twintigste-eeuwse emancipatie van de vrouw, al was die van een burgerlijke soort.

de gouden jaren van de huisvrouw

In de loop van de jaren zeventig zouden enkele belangrijke apparaten sterk verbeterd worden en het huishouden moderniseren. De belangrijkste verbetering betrof de wasmachine, die nu automatische wasprogramma's af kon werken en de huisvrouw daadwerkelijk enorm veel tijd begon te besparen. Was eerder nog het idee van efficiency en tijdsparing door nieuwe apparaten in huis meer wens dan werkelijkheid, de nieuwe wasmachine schonk de vrouw meer vrijheid en vrije tijd. Het waren de gouden jaren van de huisvrouw, met meer dan voldoende tijd en – als gevolg van de ontkerkelijking en de anticonceptiepil – weinig kinderen en zorgeloze seks.

Opvallend genoeg was er in deze periode van snel ontluikende vrouwenemancipatie ook een explosie van bereikbare nieuwe elektrische huishoudelijke apparaten. Naast *basics* als het elektrische koffiezet-



apparaat en de huishoudmixer die hun weg naar zowat alle keukens vonden, diende zich een grote keuze van apparaten aan die soms al veel vroeger waren uitgevonden, maar nu massaal in de winkels waren te vinden. Elektrische messen, tostiapparaten, wafelijzers, huishoudmachines en yoghurtmakers stonden gelijk aan een nieuwe wereld van consumptie en luxe in huis. Sommige apparaten sloegen daarbij wel aan in het ene en niet in het andere land en hun bijbehorende eetcultuur. Een yoghurtmaker bijvoorbeeld was in Duitsland een vrij normaal apparaat terwijl in België, Frankrijk en het zuiden van Nederland het wafelijzer weer graag gekocht werd. Die slag naar goedkopere producten werd allereerst gemaakt dankzij een goedkope fabricage in kunststoffen, die in de spuitgiettechniek voor soms een fractie van de prijs van oudere apparaten in bakeliet of metaal werden aangeboden.

de supermarkt



Tegelijkertijd had een ongekend groeiende welvaart de koopkracht versterkt en daarbij veel mensen ook meer vrije tijd bezorgd. Het betekende allemaal mogelijkheden tot extra activiteiten, onder andere allerlei nieuwe hobby's en meer vakanties en dagjes uit. Door bereikbare buitenlandse vakanties werden nieuwe smaken en gerechten geïntroduceerd, die voor velen beschikbaar kwamen in een nieuw winkeltype dat de gemakkelijke consumptie als weinig anders aanjoeg: de supermarkt. Juist door die plek, die lonkte met overvloed en gemak, werd de vrije tijd van de huisvrouw weer razendsnel ingepikt. Waar in veel Nederlandse gezinnen eerst nog lange tijd de bakker, de slager, de visboer en de groenteboer aan huis kwamen, moest nu minstens wekelijks naar de supermarkt worden gereden. Daar werd het gezin voorbereid op merkvoedsel dat industrieel was geproduceerd en vaak bedoeld was om lange tijd te kunnen bewaren. In supermarkten als Albert Heijn konden klanten meedoen aan spaaracties voor huishoud-

mixers en ook koelkasten en diepvriezers, zodat het bedrijf gekoelde en ingevroren producten kon verkopen. Met de langzame invoering van de lopende band aan de kassa, en vanaf 1974 de barcode op de producten, werd de Nederlandse huisvrouw zichtbaar het laatste station van de industriële voedselketen. Maar terwijl de voedselketen industrialiseerde en het assortiment fors werd uitgebreid, kwam als tegenwicht een heel andere beweging op.

van peeping hole naar theater

In huis was de moderne keuken als geen andere ruimte perfect ingericht als efficiënte plaats in de voedselketen. Het doorgeefluikje symboliseerde de strikte tweedeling tussen keuken en woonkamer, dagelijks benadrukt door het moment dat de huisvrouw haar schort uitdeed op het moment dat ze zich bij huisgezin en eventuele gasten in de woonkamer voegde. Maar dat zou vrij plotseling veranderen, of beter gezegd: dat doorkijkje werd symbool van de maatschappelijke veranderingen in de verhoudingen tussen mannen en vrouwen. Sociaal progressieve vrouwen weigerden vanaf de jaren zestig het aanrecht nog langer als toonbeeld van professionalisering te zien, maar voelden zich erdoor geketend aan een traditioneel bestaan. De huisvrouw diende volgens hen als vrije vrouw door het leven te gaan en net zoveel gewaardeerd te worden als haar eventuele echtgenoot.

Als gevolg daarvan veranderde het doorgeefluik, ooit de *peeping hole* naar de moderniteit, bijna letterlijk in een eetbar, waarachter een open keuken ging functioneren als het doorlopende theater van de emancipatie. Daar stonden alle symbolen van de huisvrouw opeens ter discussie. Met die eetbar en later soms zelfs een hele open keuken werd om te beginnen de keuken een onderdeel van de woonkamer. Elke ingreep in die nieuwe plek was nu een statement tegen de oude situatie





met de huisvrouw als professional met haar smetteloze keuken, moderne apparaten en glimmende pannen.

Juist de keuken toonde de maatschappelijke en soms zelfs politieke overtuiging van de bewoners, zodat er traditionele en burgerlijke keukens ontstonden, naast keukens voor hippies en andere vooruitstrevende lieden. Sociaal en politiek progressief getinte gezinnen ruilden soms rigoureus de elektrische koffiemaler in voor de handmolen van oma. Maar dezelfde oude koffiemolen, of soms gewoon een replica, diende net zo goed als decorstuk in de eikenhouten keuken van de conservatief georiënteerde gebruikers. Het informele karakter werd overal benadrukt door allerlei decorstukken als kruiden, droogbloemen, tinnen kroezen, steengoed-kruiken, koperen ketels en vrijwel altijd een streng gerookte knoflook aan de plank met gedecoreerde of gekleurde pannen. De keukens werden nostalgisch, dat was voor iedereen duidelijk, en vrijwel overal haalden gebruikers de handige nieuwe apparaten daarom zoveel mogelijk uit het zicht.

apparaten van kleur



Natuurlijk probeerden fabrikanten aan te sluiten bij de nu plotsklaps antiprofessionele ontwikkeling van de keuken. Koffiezetters verschenen in een beige of bruine kleur en sommige apparaten, zoals warmhoudplaten, kregen zelfs een nostalgische decoratie in een traditionele belettering of met afbeeldingen van bloemen of oude beroepen. Deze nieuwe apparaten van kleur werden weggeborgen in kasten of gingen op in de bruine en houten omgeving van de nostalgische keukens. In toeristische landen als Frankrijk, Spanje en Italië werd inspiratie opgedaan voor nieuwe gerechten en manieren van koken, en apparaten als fondue-, gourmet- en racletstellen kwamen in huis. Hierdoor ontstond een nieuw soort 'gezelligheidstechnologie', zoals de aan de hypermo-

derne Hochschule für Gestaltung in Ulm opgeleide ontwerper Myriam Daru dit noemde.

Ontwerpers, fabrikanten en gebruikers balanceerden steeds op een smal koord, gespannen tussen technologie en nostalgie. Toch was dat een moeizame situatie voor fabrikanten die de consument ook wilden laten weten dat hun nieuwe apparaten innovatief en functioneel waren. De hoofdontwerper van het techniekbedrijf Philips, de Noorse architect Knut Yran, die het vizier zelf sterk op de Amerikaanse toekomstgerichte stroomlijnvormgeving had gericht, verzuchtte licht vertwijfeld over de nostalgische voorkeuren van de jongste generatie medewerkers én consumenten: 'What is beclouding our crystal ball?'

pop!

Toch was er ook sprake van een andere richting in de vormgeving van nieuwe apparaten, waarbij veel meer gebruik werd gemaakt van de mogelijkheden van kunststof. Zowel vloeiende vormen als scherpe hoeken, maar vooral allerlei felle kleuren leken bij het nieuwe materiaal en de nieuwe tijd te passen. In de loop van de jaren zeventig sloeg dat imago om, van plastic als het Amerikaanse materiaal van de toekomst naar het symbool van afkeurenswaardige consumptie en twijfel over de toekomst zelf. De belangrijkste 'uitweg' voor kunststof was allereerst de toepassing in moderne producten die als type nieuw waren en geen voorgangers hadden. Waar bijvoorbeeld hygiënische plastic voorraadbussen nu soms liever vervangen werden door exemplaren van steengoed of glas, leken elektrische huishoudelijke apparaten als het ware voorbestemd te zijn voor uitvoering in een modern materiaal. Naast de bruine en beige trend van nostalgie, kende de jaren zeventig ook een ware explosie aan allerlei felgekleurde apparaten. En al kleurden het modieuze oranje en geel ook gemakkelijk bij het bruin van de nostalgi-





Em vez de comprar um simples secador, compre um modelador-ondulador-desfiador-desembaraçador-alisador-penteador que seca.

Braun Styler.

Ninguém como a mulher para conhecer seu próprio cabelo em que momento, em que ocasião.

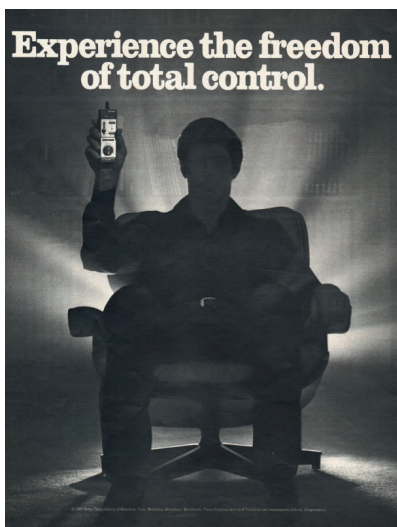
Braun Styler - Um Secador-Modelador que tem cinco acessórios desenhados para pôr todos os penteados em suas mãos. Um concentrador de ar para uma secagem localizada e rápida. Uma escova modeladora para amarrar o cabelo. Um pente para alisar e dar forma. Um pente modelador para ondular e desfiar. Um cabo para fixar os acessórios.

Um secador de grande potência com duas velocidades e controle de ar e temperatura para rápidos resultados e penteados sempre bonitos. Simplesmente. Para responder à sua imaginação. Braun Styler. O cabeleleiro em casa.

Outro exemplo de "design" e eficiência Braun.

Presenteie bem. Presenteie Braun.

Braun & Co. Brazil Products Electronics Ltda. Rua Tito, 65, Fát. 01010-01, Paulo

Experience the freedom of total control.

sche keuken, de werkelijke reden van die kleuren (maar ook van rood en groen) voor de nieuwe apparaten kwam ergens anders vandaan. Interessant genoeg waren het niet alleen de apparaten voor huishoudelijk gebruik, maar ook voor persoonlijke verzorging van vrouwen die in eenzelfde popartachtige vormgeving op de markt kwamen.

Vrouwen werden in deze periode soms letterlijk getraakteerd op nieuwe, vooruitstrevende én luxueuze mogelijkheden voor verzorging, met allerlei apparaten die in de badkamer en de slaapkamer thuishoorden en exclusief waren bedoeld voor henzelf. Voor mannen kwamen op dat gebied bij Vaderdag enkel een elektrische scheerapparaat in beeld. Zowel mannen als vrouwen konden in de winkel duidelijk zien dat door de vormgeving apparaten als föhns, krultangen en ladyshaves één wereld vormden met keuken- en huishoudelijke apparaten als koffiezetters, warmhoudplaten, yoghurtmakers en elektrische messen. Met de traditionele verwachtingen van de vrouw als huisvrouw weer als onderliggende, onuitgesproken agenda.

deurtjes open, deurtjes dicht

De keuken en niet zozeer de huiskamer ontwikkelde zich gedurende de naoorlogse decennia tot de sociale generator van het huis. Maar ook in de woonkamer tekenden zich maatschappelijke verhoudingen af aan de hand van nieuwe apparaten. Ondanks de overduidelijke ontwikkeling naar meer sociale gelijkheid, namen vrouwen, zeker in Nederland, maar mondjesmaat deel aan het arbeidsproces. In de praktijk bleven mannen de kostwinners en verliep de verdeling van betaald en huishoudelijk werk langs traditionele verhoudingen. Waar in de keuken de vrouw de beschikking kreeg over tal van innovaties, ontfermden mannen zich over de nieuwigheden in de huiskamer, die zonder uitzondering voorzagen in ontspanning en entertainment.

Na de vooroorlogse introductie van de radio en in zeer beperkte mate de elektrische grammofoon, groeiden beide apparaten in de jaren tachtig uit tot een kwalitatief hoogwaardige geluidinstallatie, voorzien van stereo luidsprekers (ook wel speakers), een radio (tuner genaamd) en een platenspeler (de draaitafel), met vaak nog een cassette recorder (cassette deck) of zelfs wel band- alias taperecorder. In de loop van de jaren zestig wordt met groot enthousiasme ook het televisietoestel binnengehaald, in de jaren tachtig aangevuld door de videorecorder voor opname en weergave van televisieprogramma's en soms ook zelf gemaakte beeldopnamen. Juist in de tijd dat in de keukens om verschillende redenen de functionele kwaliteiten en het technische voorkomen van veel apparaten werden verstoort, werden die juist in de woonkamer tevoorschijn gehaald en gevierd.

Eerst waren de radio's en televisies houten kasten, die aansloten bij de meubilering van de woonkamer; in veel gevallen werden de toestellen vanwege de doodse beeldbuis overdag ook nog eens in een apart televisiemeubel verborgen, dat 's avonds de deurtjes opende, alsof het een kleine huisbioscoop was. De televisie zou zich emanciperen tot een grote vrijstaande kunststof kast, vaak donker van kleur, waarvan de instelling en de bediening, zeker op het moment dat de afstandsbediening standaard onderdeel van de televisie werd, maar wat vaak in handen van de man kwam. Het idee van de man als *operator of entertainment* werd nog verder versterkt toen in heel wat gezinnen de televisie gezelschap kreeg van de videorecorder, niet zelden voorzien van nog een afstandsbediening. En hoewel veel reclames van Philips, Sony en JVC inspeelden op de mogelijkheid het hele gezin dit prachtapparaat te laten bedienen, was het toch vaak de man in huis die zich exclusief over het technische apparaat ontfemde.

AKAI
NATURALLY!

4-channel excellence for the sophisticated lover... of music!

Go all the way... with the AKAI 4-channel stereo system. A 4-channel stereo AM/FM tuner, tape deck, and a 4-channel stereo amplifier. The AKAI 4-channel stereo system is the perfect 4-way speaker balance with AKAI's exclusive Stereo Channel Control. Designed with 5 speakers. And a dynamic 100 watts of music power (T2W RMS).

And the best touch... Four 100-watt air suspension type speakers. An attractive companion. Provides pure natural sound and full response that will surround you.

Our 4-channel stereo system will send you up... in sound. A good reason to see your AKAI dealer now. Because he'll demonstrate how you can get more from four.

Like the AKAI AS-8100S. Innovatively combines a 4-channel stereo system with a 4-channel stereo amplifier. The AKAI 4-channel stereo system is the perfect 4-way speaker balance with AKAI's exclusive Stereo Channel Control. Designed with 5 speakers. And a dynamic 100 watts of music power (T2W RMS).

AKAI
AKAI America, Inc. P.O. Box 50055, Los Angeles, California 90055
For more AKAI info call (800) 451-1000. In California, (818) 486-0000.
In Canada: Pro Audio Electronics Ltd., Vancouver, B.C. In Mexico: Office International Imports, S.A., Aguascalientes 20000, Mexico (52-541).

THE SWITCH IS ON TO AKAI



man en machine

Vanaf de jaren zeventig verschenen uiterst technisch ogende stereoapparaten, samen dan vaak stereotoren genoemd, pontificaal bij het bankstel. Het waren vooral Japanse fabrikanten en merken als Akai, JVC, Luxman, Panasonic, Pioneer, Sansui, Sony, Teac, Technics en Yamaha, die geweldige apparaten maakten die in een professionele 'ingenieurslook' werden uitgevoerd, wat ook gold voor fotocamera's uit dezelfde tijd. In hun uiterste technische vorm waren het apparaten die met beugels en montagesleuven en opeengestapeld tot een zogenaamd 'rack' voorbestemd leken om ingebouwd te worden in de controlekamers van atoomcentrales of chemische fabrieken. Het was overduidelijk apparatuur die beantwoordde aan de voorkeuren van mannen, en ook aan de clichés van de mannelijke vormgeving. Sterker nog, de vele bedrijven die dergelijke apparatuur op de markt brachten, hadden die eenzijdige clichés voor mannen en daarmee indirect ook voor vrouwen, vaak zelf geconstrueerd. Een dergelijke specialisatie in producten leidde onder andere tot een commercieel uiterst aantrekkelijke tweedeling tussen de vormgeving en de producten voor mannen en die voor vrouwen.

Opvallend was natuurlijk wel dat dergelijke apparatuur ook zonder terughoudendheid een plaats vond in het progressieve huisgezin, waar de genderrollen en het traditionele machogedrag van de man ter discussie werd gesteld. Dat punt werd in een dergelijke omgeving vaak al volop gemaakt in de keukens met eetbaar. De geluidsapparatuur leek juist een uithangbord van de nieuwe progressieve levensstijl, waarbij de popmuziek een centrale rol speelde. De Nederlandse importeur van de Japanse TDK-cassettebandjes drukte zich wat onbehouden, maar niet onwaar uit toen die zijn licht liet schijnen over de nieuwe stereoapparatuur in de woonkamer, en daarmee over de kansen van zijn eigen handelswaar: 'Er mocht niet veel van dat linkse volkje, maar muziek was belangrijk en een dure stereotoren was geen probleem.'

een vrije sfeer

Ondanks alle mogelijkheden in huis, en misschien wel juist door de technologische vernieuwingen, bleven daar de traditionele rollen van mannen en vrouwen overeind. Althans, dat gold voor de plekken die in het directe gezichtsveld lagen, de woonkamer en de keuken. Maar bijna ongemerkt en ongezien zou zich een omwenteling voordoen die wél een inbreuk maakte op de traditionele rolverdeling. Allereerst had de grote bloei van de consumptiemaatschappij voor velen meer inkomen en vrije tijd en vakantie tot gevolg gehad.

Een van de geliefdste manieren om vakantie te vieren was in Nederland kamperen, op de voet gevolgd door het huren van een huisje of een tocht met een zeilboot. Die vormen van vakantie waren, zelfs bepleit door de christelijke zuilen, een bezigheid die alle gezindten en lagen van de bevolking waardeerden. Vakantie kende een vrije sfeer, en al reed vader liefst zelf naar de bestemming, waar hij heus wel verwachtte dat moeder de afwas deed, toch werd de vaste indeling van dagelijkse bezigheden flink op losse schroeven gezet. Aan de apparaten die mee naar de camping of op kampeertocht gingen, is die vrije sfeer goed te zien. Tenten waren veelal oranje of geel, opklapbare tafels en stoelen hadden aluminium frames, de tafels waren voorzien van een blad van gekleurd kunststof, de stoelen van gekleurde decoratieve katoenen zittingen; ook eetgerei was lichtgewicht en van fel gekleurd en gedecoreerd kunststof. Een ronduit luxe manier van kamperen was voorzien van een draagbare televisie in rood, oranje of geel, wat paste bij de bijna feestelijke uitrusting van de kampeerder. De camping vierde de vrije tijd, en zonder dagelijkse arbeidsverplichting kon ook vader een dag koken, of de afwas doen. De sfeer op vakantie was ongedwongen, en ook omgekeerd gold: juist door de omgang met allerlei vrolijk vormgegeven draagbare radio's, cassette-recorders en televisies ontstond de vrije omgeving van het vakantieoord.





een nieuwe mensensoort

De welvaart van de jaren zestig en zeventig kende ook de uitvinding van een nieuwe mensensoort: de tiener. De tiener werd tot de jaren vijftig als zodanig niet eens benoemd, maar twintig jaar later was hij of zij een geliefd onderwerp als onderdeel van een doelgroep van marketeers, pedagogen en de overheid. De jeugd was volgens sommigen lastig, maar vertegenwoordigde ook een nieuwe groep met koopkracht. In de nieuwbouw en door de kleinere gezinnen ontstond daarbij een unicum in de wereldgeschiedenis, toen veel kinderen een eigen kamer kregen. Daar konden met wat zakgeld en gesteund door verjaardagscadeaus en soms een bijbaantje spullen worden gekocht om een eigen sfeer, zelfs een eigen wereld te creëren. Posters aan de muur, een zelf beschilderde schooltas in de hoek, met daarin een agenda speciaal voor de jeugd, en voor degenen die het zich konden permitteren een radio, een platenspeler of later ook een cassette recorder. Want popmuziek was in veel gevallen het middelpunt van de *teenage lifestyle*. Wel waren er grote verschillen tussen slaapkamers voor meisjes en voor jongens, zoals zichtbaar was aan de babykamers in roze of blauw en de soorten posters die jonge mensen aan de kamermuur hingen.

Maar bijvoorbeeld de nieuwe geluidsapparatuur die voor de jeugd op de markt was, en later ook de portable televisies, hadden voor zowel jongens als meisjes dezelfde uitvoering. Veel jongeren spaarden voor hun eigen spullen; sommigen kregen de afgedankte apparaten van ouders of andere familieleden, maar meestal was de jeugd zijn tijd verder vooruit met geluidsapparatuur dan hun ouders. Al rond 1970 bracht Philips bijvoorbeeld platenspelers in mono of stereo en in kunststof behuizing op de markt. Ze waren technisch eenvoudig, maar straalden in de kleuren geel en rood.

agents of change

Een paar decennia aan nieuwe technische apparaten in huis roept de vraag op of deze hebben bijgedragen aan een nieuw soort leven van mannen en vrouwen en hun onderlinge verhoudingen. In de laatste halve eeuw is in huis en het gezin meer veranderd dan in tienduizend jaar ervoor. Maar hebben techniek en apparaten daaraan bijgedragen, zijn ze *agents of change* zoals dat zo mooi in de wetenschap klinkt? Veranderen nieuwe producten het leven van mensen, of zorgen innovaties er juist ook voor dat bestaande sociale patronen blijven bestaan?

Met de smartphone in de broekzak zou je zonder verder na te denken die eerste vraag onmiddellijk met ja moeten beantwoorden. Maar beslist relevant is ook om wat voor apparaat het gaat en zeker ook onder welke omstandigheden zo'n apparaat bijdraagt aan de verandering van bijvoorbeeld gedrag of opvattingen. In het beroemde boekje *Een Vertrouwde Wereld* van professor Henri Baudet stelt hij al vast dat exact hetzelfde apparaat eerst kan mislukken, terwijl het later een enorm succes is en door velen wordt gebruikt. Vaak werden bij de herintroductie andere argumenten gebruikt en soms waren in maar tien jaar tijd de omgeving en het publiek ook flink veranderd. De elektrische tandenborstel is bijvoorbeeld zo'n apparaat dat eerst vruchteloos werd geïntroduceerd en later een geaccepteerd product werd, terwijl het functionele elektrische mes ondanks herhaaldelijke pogingen nooit echt doorbrak.

Veel huishoudelijke apparaten, stereoapparatuur, videorecorders en televisies lijken de bestaande traditionele leefpatronen van mannen en vrouwen eerder versterkt dan veranderd te hebben. Maar op nieuwe plekken als de camping en de tienerkamer waren technische producten juist weer wel het middelpunt van een nieuwe levensstijl en andere verhouding tussen de seksen. Het mooiste voorbeeld van de betekenis van

de omgeving is misschien wel de walkman, de draagbare cassettespeler die in 1979 door Sony werd geïntroduceerd. Het briljante apparaat veranderde over de hele wereld het gedrag van jongeren – en ook wel wat ouderen – in de publieke ruimte en maakte de weg vrij voor de revolutie van de smartphone. Dit apparaat voor strikt individueel gebruik in een ruimere omgeving dan binnenshuis was in ieder geval losgezongen van de verwachte patronen van mannen en vrouwen en de daarmee samenhangende vormgeving van bepaalde producten.

TdR

DESIGN
MUSEUM
DEN
BOSCH