

# Vrouwentijdschriften

De ontstaansgeschiedenis van het vrouwentijdschrift gaat verder terug dan doorgaans gedacht wordt. Al vanaf het einde van de achttiende eeuw verschijnen, mede geïnspireerd op buitenlandse voorbeelden, de eerste Nederlandstalige vrouwenbladen met titels als *Algemeene oeffenschool der vrouwen* (1784-1785), *De dames-post* (1785), *Geschenk voor de juffrouwen* (1792-1793) en *Elegantia* (1807-1814). Ze weten op de kleine Nederlandse markt maar moeilijk te overleven en gaan al na enkele nummers of jaargangen ter ziele. Het eerste echt succesvolle vrouwentijdschrift is *Penélopé* (1821-1835), geredigeerd door de kostschoolhoudster en schrijfster Anna Barbara van Meerten-Schilperoort. De combinatie van moraliserende verhalen en handwerken valt goed in de smaak bij de doelgroep van 'beschaafde' lezeressen. Zelfs de 'Koningin der Nederlanden' heeft een abonnement op het luxe uitgegeven maandblad.

In de periode 1840-1870 verovert het vrouwenblad een vaste plaats op de Nederlandse markt: het aantal en de diversiteit in het aanbod groeit. Grofweg laten de bladen zich in drie categorieën indelen: de handwerk- en modebladen, de godsdienstige vrouwentijdschriften en de populariserende amusementsbladen. Ook ontstaat er een zekere specialisatie naar doelgroepen. Zo wil *Gracieuse* (1862-1864) een 'goede en bekende vriendin' voor 'jeugdige landgenooten' zijn, terwijl *Maria en Martha* (1844-1856) de christelijke huismoeders bedient. Vanaf de jaren zeventig weten de mode- en handwerkbladen *De bazar* (1857-

1893) en *De gracieuse. Geïllustreerde Aglaja* (1864-1936) voor het eerst een oplage van 10.000 exemplaren te overtreffen. Beide tijdschriften zijn gemodelleerd naar Duitse voorbeelden en bevatten ook kledingpatronen. Deze eerste Nederlandse 'massatijdschriften' voor vrouwen konden niet alleen ontstaan door een verbreding van het lezerspubliek, maar ook door snellere en goedkopere productiemethoden. Adverteerders zorgden voor een deel van de inkomsten van de uitgevers, zodat de abonnementsprijzen laag konden blijven. Bovendien steeg de koopkracht van gezinnen.

In 1870 komt er door de internationale vrouwenbeweging een vierde categorie vrouwentijdschriften bij: feministische bladen. In dat jaar verschijnen *Ons streven* (1870-1878) en *Onze roeping* (1870-1873), bladen die de maatschappelijke positie van de vrouw willen verbeteren. Opmerkelijk is dat *Ons streven* ruime aandacht besteedt aan politieke ontwikkelingen door uittreksels uit binnen- en buitenlandse kranten te plaatsen, een onderwerp dat tot dan toe uit de vrouwenbladen geweerd werd. Tot 1919, het jaar waarin het vrouwenkiesrecht wordt ingevoerd, komen tal van actiebladen uit, zoals *Evolutie* (1893-1926), *Belang en recht* (1896-1918) en *Maandblad van de vereeniging voor vrouwenkiesrecht* (1899-1909).

Getalsmatig blijven echter de bredere, traditionele bladen domineren. Als model voor het moderne, twintigste-eeuwse vrouwenservice-weekblad kunnen gelden *Het rijk der vrouw* (1924-1949), *Beatrijs* (1939-



Het rijk der vrouw (1925) nr. 1.



Margriet (1952) nr. 1.



Sis (2006) nr. 1.



Libelle (2002) nr. 47.

1967), *Libelle* (opgericht in 1934) en *Margriet* (opgericht in 1938). Deze bladen rusten op drie pijlers: praktische informatie (over de huishouding, keuken, opvoeding en kleding), licht informatieve bijdragen en ontspanningslectuur. Met name de twee laatstgenoemde bladen, die nu al meer dan zestig jaar bestaan, hebben in belangrijke mate het imago van het Nederlandse vrouwenblad bepaald. Beide bladen zijn meegroeid met hun doelgroep: oorspronkelijk waren ze gericht op jonge moeders, tegenwoordig bestaat de doelgroep meer uit vrouwen op leeftijd. *Libelle* en *Margriet* zijn nog altijd goed voor een gezamenlijke oplage van ruim 800.000 exemplaren per week. Maar het hedendaagse medialandschap is oneindig veel diverser geworden: er zijn emancipatorische vrouwenbladen (*Opzij*, *SiS*), luxe glossy's (*Elle*, *Cosmopolitan*, *Marie Claire*), meidenbladen (*Tina*, *Fancy*, *Yes*), jongerenglossy's (*ElleGirl*, *CosmoGirl!*), woonbladen (*Ariadne at Home*, *Eigen huis & interieur*), bladen voor vrouwen tussen de 20 en 35 jaar (*Viva*, *Vriendin*, *Flair*) en voor vrouwen ouder dan 35 jaar (*Esta*, *Midi*).

Sommige bladen zoeken nieuwe strategieën om lezeressen aan zich te binden: er is de *Libelle* strandweek en *Margriet*-lezeressen doen samen een dagje Amsterdam. Ook de moderne media worden volop ingezet: de chatfora van *Viva* en *Yes* trekken dagelijks veel bezoekers en *Libelle* overweegt ook een eigen televisieshow gaan maken.

Bij alle historische veranderingen is het vooral de continuïteit die in het oog springt. Het gaat al twee eeuwen lang om onderwerpen die de doorsneevrouw in verschillende leeftijdsstadia het meeste interesseren: uiterlijk, voeding, mode, werk, trends, gezinsleven, relaties en hobby's. Grote afwezige is en blijft de politiek (behalve in de verhoudingsgewijs kleine groep feministische bladen). Zo meldt *De dames-post* uit 1785 al expliciet dat het 'met vermyding van alle staatzaken, alléén tot nut en vermaak der Sexe [is] ingerigt'. Ook wanneer vrouwenbladen vandaag de dag oorlogsnieuws brengen, is dat opmerkelijk. Zo kopt *De volkskrant* in 1999: 'Kosovo dringt door tot vrouwenbladen.'<sup>122</sup> En hoewel vrouwelijke politici tegenwoordig geregeld aan het woord komen

in vrouwenbladen, wint het human-interestgehalte het meestal van hun politieke standpunten.

Het is de aandacht voor het alledaagse en herkenbare die het succes van vrouwentijdschriften verklaart. Er zijn echter ook vrouwen die zich niet in de bestaande doelgroepen herkennen en zich verzetten tegen de eenzijdige beeldvorming. Wat te denken van de reactie van Annie M.G. Schmidt die zich vlak na de Tweede Wereldoorlog in *Het parool* ironisch uitlaat over het gebrek aan engagement van vrouwenbladen: 'Een oorlog mag de hele boel aan duigen slaan, wij vrouwen hebben het damesweekblad. Het ziet er precies uit als tien jaar geleden, zo fris, zo fleurig, zo gezellig en blij, met die intelligente hoofden boven de gebreide jumpers, wel, wel, wel.'<sup>123</sup>

■ Lotte Jensen

#### VERDERE INFORMATIE

##### 1. LITERATUUR

- Joan Hemels en Renée Vegt, *Het geïllustreerde tijdschrift in Nederland. Bron van kennis en vermaak, lust voor het oog. Bibliografie. Amsterdam 1993-1997*. 2 dl.
- Joke Hermes, *Reading Women's Magazines. An Analysis of Everyday Media Use. Cambridge 1995*.
- Lotte Jensen, 'Bij uitsluiting voor de vrouwelijke sekse geschikt.' *Vrouwentijdschriften en journalisten in Nederland in de achttiende en negentiende eeuw*. Hilversum 2001.
- Sophie Levie, 'Van, voor en door. Over, met en tegen. Vrouwen en hun tijdschriften in de negentiende en twintigste eeuw', in: *Jaarboek voor Nederlandse boekgeschiedenis 5* (1998), p. 157-172.
- Inge Polak (samenst.), *Geloof mij vrij. Mevrouw. Een bloemlezing uit vrouwentijdschriften tussen 1870 en 1920*. Den Haag 1984.
- Renée Vegt, 'Vriendinnen van papier. Vrouwentijdschriften tussen 1934 en 2003', in: *Angelie Sens, Margreet Hagdorn (red.), Van zeep tot soap. Continuïteit en verandering in geïllustreerde vrouwentijdschriften. Amsterdam 2004*, p. 38-53, 85-86.

##### 2. WEBSITES

Vrouwentijdschriften: [www.vrouwentijdschriften.nl](http://www.vrouwentijdschriften.nl)