

Inhoud

Vooraf 7

Deel 1. Dichter bij *LINDA*

- 1 Een combinatie in het ongerijmde. *LINDA* & ik 13
- 2 Linda & *LINDA*. Linda de Mol en het merk *LINDA* 30
- 3 Overal Linda. Een 'leuke' ontmoeting in de trein 45

Deel 2. Pijlers van *LINDA*

- 4 Alles is nieuws & omgekeerd. Journalistiek anno nu 57
- 5 Leven in media. De wereld van familie De Mol 71
- 6 Praten met de ogen. We leven in een plaatjeswereld 84
- 7 Ik ben het & zij zijn wij. Personalisatie in de media 103
- 8 Een actieve gemeenschap. Delen op het *LINDA*-platform 111

Deel 3. Thema's van *LINDA*

- 9 Celebrity's. Baken & houvast in een wereld op drift 135
- 10 Wij voelen voor elkaar. Emotie in de mediacultuur 152
- 11 Van consumptie tot individu. Een moderne identiteit 172
- 12 't Leven is vurrukkulluk. Genieten en gelukkig zijn 185
- 13 Seks aan alle kanten. Liefde & lust in deze tijd 201
- 14 Dat lastige lijf. Afvallen, opereren of aanvaarden? 215

Deel 4. *LINDA* van verre

- 15 Niets hoeft maar mag alles? Leven zonder kompas 227
- 16 't Is allemaal theater. Authenticiteit als paradox 239
- 17 *LINDA*. Beeld en voorbeeld in een vloeibare wereld 251

Dank 269

Vooraf

In de zomer van 2010 gebeurde er iets vreemds in mijn omgeving: Nederlandse bezoekers aan ons Spaanse huis brachten niet, zoals gewoonlijk, een *NRC Handelsblad*, *Vrij Nederland* of *Groene Amsterdammer* mee, maar een nummer van het maandblad *LINDA*.^{*} In de jaren daarna gebeurde dit vaker. Dat verbaasde me. *LINDA* past (of eigenlijk paste) niet bij mijn wereldbeeld, zoals ze destijds ook niet paste bij mijn vriendenkring. Die kring bestaat voornamelijk uit gestudeerde types, in ieder geval mensen die geen vrouwenbladen lezen of, indien wel, niet al te openlijk. Vrouwenbladen waren voor ‘de anderen’. Je zag ze hoogstens terloops, zogezegd ‘bij de dokter’.

‘Zag’, niet ‘ziet’. Want *LINDA* of, beter gezegd, een nieuwe wereld waarvan *LINDA* een exponent is, heeft in dit patroon verandering gebracht. Tegenwoordig leest bijna iedereen in mijn omgeving de *LINDA* en doet niemand daar geheimzinnig over. Het is deze verandering die aanleiding is tot het

^{*} Het merk ‘*LINDA*.’ schrijf je met een punt aan het eind. In een lopende tekst leest dat lastig, daarom laat ik die punt weg. Ik gebruik wel hoofdletters, dit ter onderscheid van Linda de Mol en een derde Linda die verderop in dit boek een rol speelt.

schrijven van dit boek. Het is geschreven uit nieuwsgierigheid, verbazing en de behoefte aan ordening. Herordening. Mijn wereld – en dan met name het deel van die wereld waarin ik mijn brood verdien, de journalistiek – is in korte tijd zo veranderd dat ik me regelmatig voel als een kip die naar het onweer kijkt, waarbij overigens gezegd moet worden dat ik dit gevoel niet altijd onplezierig vind. Maar ik vind die verandering wel lastig, temeer omdat ik er niet goed de vinger op kan leggen.

Met dit boek hoop ik in dit onbegrip, in ieder geval bij mezelf en hopelijk ook bij anderen met eenzelfde desoriëntatie, enige verandering aan te brengen. Zoals bij bijna alles wat ik schrijf of geschreven heb, werk ik vanuit een ‘journalistiek-historisch perspectief’. Bij een historisch perspectief worden gebeurtenissen, feiten en opvattingen principieel vanuit ontwikkeling, groei en verandering bekeken. De belangrijkste vraag hierbij is hoe iets tot stand is gekomen, met als onderliggende vraag: hoe was het voorheen? Deze aanpak verklaart waarom er in dit boek nogal eens grote sprongen worden gemaakt, soms naar eeuwen terug. Door te kijken hoe mensen in een ver of minder ver verleden deden of dachten, zo is mijn ervaring, begrijp je jezelf en je omgeving beter.

Naast een historisch perspectief hanteer ik in dit boek een journalistiek perspectief. In tegenstelling tot dat van de historische wetenschap heeft zo’n perspectief veel oog voor details – *show, don’t tell* zoals het klassieke motto van de journalistiek luidt. Het gaat om de gebeurtenissen, feiten en opvattingen zelf, niet om de veralgemeniseringen en theorieën die op basis daarvan eventueel mogelijk zijn. De waarheid schuilt in het detail, of poëtischer gezegd: de wereld weerspiegelt zich in een waterdruppel. Er wordt in dit boek veel bespiegeld. Het wil in de letterlijke betekenis van het woord

een 'essay' zijn: een poging een onderwerp in kaart te brengen. Een zoektocht. Maar er worden ook veel voorbeelden en illustraties bij gegeven. Zonder voorbeelden wordt een zoektocht al gauw abstract, maar zonder bespiegeling worden voorbeelden anekdotes. Bespiegeling en detail kunnen niet zonder elkaar.

Hoewel dit boek over *LINDA* gaat, is het me uiteindelijk niet specifiek om dit blad – of eigenlijk merk – te doen. Dat klinkt wellicht vreemd maar zo is het wel: *LINDA* is voor mij een middel. Het gaat om wat ze uitdrukt, vertegenwoordigt, betekent; het gaat me om het wereldbeeld, de mentaliteit, de cultuur (met een kleine c) van de moderne samenleving. Mijn uitgangspunt is dat het populaire en succesvolle merk *LINDA*, net als het tijdschrift *Margriet* in het verleden, een goed perspectief biedt op deze samenleving, ónze samenleving. Vandaar de titel. *LINDA* is een spiegelzaal van onze tijd.

DEEL I

DICHTER BIJ *LINDA*

I

Een combinatie in het ongerijmde.

LINDA & ik

Aan het begin van de zomer van het jaar 2013 kocht ik via Marktplaats honderd nummers van het tijdschrift *LINDA*. Ze kostten vijftig euro en werden me door een mevrouw uit Limburg op een parkeerplaats langs de A2 overhandigd. Twee plastic vouwkratten vol. Zij kon ze niet tillen, ik net. Met moeite zette ik de kratten in mijn auto en zag hoe eerst de ene en vervolgens de andere schokbreker een stukje naar beneden zakte.

Thuisgekomen zoude ik de kratten naar mijn studeerkamer en zette ze naast mijn bureau. Linda de Mol staarde me in veelvoud aan. Ik pakte een willekeurig nummer, begon te bladeren, bladerde verder, las wat, pakte een ander nummer, maar raakte eerlijk gezegd al snel verveeld. Ik heb niet zoveel met Bekende Nederlanders, minder nog met 'leuke mannen' en helemaal niets met alle gadgets, snufjes, kleren en geurtjes waarvan *LINDA* vergeven is. Ik behoor dan ook niet tot de doelgroep – vrouwen tussen de 25 en de 50 jaar. Ook ben ik, of eigenlijk wás ik, meer lezer dan kijker. Tot slot verschilt het soort teksten dat ik gewoonlijk lees sterk van wat er in de *LINDA* staat. Waarom dan toch zoveel nummers van dat blad gekocht? En waarom mijn werkkamer ermee volgestouwd?

De aanschaf was een impuls, die op zijn beurt weer het gevolg was van een knagend gevoel van ongemak. De wereld om mij heen is in korte tijd zo veranderd dat ik me voortdurend op een tweesprong waan tussen mijn eigen, vertrouwde wereld en een nieuwe, onbekende wereld. Moet ik meebuigen of afhaken? Om vele redenen – mijn studenten, mijn kinderen, sommige vrienden, maar bovenal mijn nieuwsgierigheid naar de eigen tijd – is afhaken eigenlijk geen optie. Maar betekent dit dan dat ik wil meedoen? En zo ja, waaraan precies? Of moet ik juist níét meedoen – me verzetten, wat iets anders is dan afhaken? Waartegen?

Het antwoord op deze vragen is temeer niet eenvoudig omdat ik niet goed kan zeggen wat er aan de hand is. Het gaat om een gevoel, het gaat om desoriëntatie. Vandaar mijn behoefte om die nieuwe, onbekende wereld in kaart te brengen. En hoe gek het op het eerste gehoor ook klinkt, ik vermoedde dat een vrouwenblad als *LINDA* me daarbij behulpzaam kon zijn – meer dan de geleerde boeken en artikelen die ik gewoonlijk lees. Ik moest mezelf onderdompelen, zo dacht ik, om de verwarring te boven te komen. Hoe Nederlands overigens: *luctor et emergo*.

De keuze voor *LINDA* is tot op zekere hoogte willekeurig. Tal van andere bladen doen immers min of meer hetzelfde. Toch ligt een voorkeur voor *LINDA* voor de hand; van alle Nederlandse mediamerken is zij het meest succesvol. Geen tijdschrift zag zijn oplagen in het afgelopen decennium zo snel en gestaag stijgen. Geen mediamerk heeft zoveel Facebook-vrienden en is op zoveel fronten actief. Ook maakte ik uit de verhalen van mijn studenten, mijn oudste dochter en enkele vriendinnen op dat *LINDA* steeds weer voor de troepen uit loopt. Bij haar beeldgebruik, consumptiedrang, nieuws, authenticiteit, lichamelijkeheid, *celebrity culture* en morele

vrijblijvendheid – een aantal van de onderwerpen die in dit boek ter sprake komen – is *LINDA* net een beetje eerder en gaat ze net een stapje verder dan de concurrent. Vermoedelijk verklaart dit ook het succes, zoals het eveneens verklaart waarom het blad en zijn nevenproducten zo vaak nageaapt worden. In ieder geval maakte dit alles dat ik veronderstelde dat *LINDA* een goede gids kon zijn.

Waarheen, waartoe? Dat is minder eenvoudig te zeggen. Laat ik het antwoord conform de mode om alles persoonlijk te maken – overigens ook weer zo’n verschijnsel waarin *LINDA* uitmunt – om te beginnen bij mezelf zoeken.

Door afkomst, opvoeding en omstandigheden was ik vanaf jonge leeftijd een fanatiek lezer. Mijn moeder was schrijfster, mijn vader uitgever. Voor beiden gold: papier is alles. Deze gedachte werd mijn zusjes, broertjes en mijzelf met de paplepel ingegoten. Temeer doordat we in de eerste vijftien jaar van mijn leven (ik ben van 1954) thuis geen televisie hadden, las ik alles wat los en vast zat: eerst Arendsoog, Pietje Bell en de Katjangs, vervolgens de ‘volledige’ negentiende-eeuwse Russische literatuur en daarna de hele of halve canon van de westerse literatuur, van *Don Quichot* tot Veldt en van Montaigne tot Adorno. Dat hoorde zo, dacht ik. Mijn leesontwikkeling volgde een, naar verondersteld, ‘natuurlijk verloop’. Wat begon met Pietje Bell eindigde met ingewikkelde teksten van filosofen, literatoren, essayisten en wetenschappers. Eenmaal zover werd ik geacht (door wie eigenlijk, uiteindelijk in de eerste plaats door mezelf, ben ik bang: sociale conventie wordt innerlijke plicht) me voortaan tot geleerde teksten te beperken. Dit paste bij mijn opvoeding en scholing – toch? Op mijn vijfentwintigste studeerde ik af, potentieel een waardig lid van de intellectuele elite. Weliswaar stond die elite al enige tijd behoorlijk onder druk en durfde niemand

dat woord nog ongezoeten in de mond te nemen (inderdaad, jaren zestig!), hij bestond wel degelijk.

Met mijn achtergrond, vorming en belangstelling is het daarom niet opmerkelijk dat ik nog tijdens mijn studie bij de Winkler Prins-redactie belandde, daarna als vanzelf doorgleed naar een literair blad als *Bzzlletin* en vervolgens naar de KRO, de NOS, het *NRC Handelsblad*, de VPRO, *Vrij Nederland* en *De Groene Amsterdammer* – ongeveer in deze volgorde. Evenmin was het vreemd dat ik boeken begon te schrijven. Zo was mijn wereld, zo was ónze wereld. Hij was goed te onderscheiden van andere werelden, zoals die van arbeiders (dat woord gebruikte je natuurlijk net zomin als ‘elite’), *Telegraaf*-lezers en televisieslaven.

In mijn wereldje was geen plaats voor twijfel over wat op cultureel gebied goed en slecht was, wat kwaliteit had en wat niet. Dit betekende niet dat ik in staat was de verschillen tussen een en ander uit te leggen. Dat was ik niet. Het lag anders. Tussen Ons Soort Mensen bestond een stilzwijgende consensus. De zuilen waren weliswaar bezwaken, de klassen verdwenen, de kerken leeg, de regio’s geopend – ik heb het nu over de jaren zeventig en tachtig van de twintigste eeuw –, maar des te sterker waren de politieke en culturele ideologieën die ons bijeenhielden en afscheidden. Die ideologieën spraken letterlijk ‘voor zich’. Zo was het en zo was het goed. Dachten we.

De eenentwintigste eeuw was al een stukje onderweg toen ik enorm begon te twijfelen aan alles wat ik tot dan toe gedaan en gedacht had. Deels was deze twijfel een gevolg van het ouder worden. Met een stuk leven achter de rug, en de dood dichterbij, komt alles toch net even in een ander perspectief te staan. Maar belangrijker dan deze persoonlijke factor waren de veranderingen in mijn omgeving, met name