

De vrouwen zijn nu weer superieur

De man domineert niet, hij is slachtoffer van castratie in campagne Suitsupply

>De reclames voor Suitsupply zijn vrouwonvriendelijk vinden sommigen.

>Ik zie alleen de verheerlijking van de schoonheid van de vrouw.

Door MARCEL ZUIJDERLAND

Een beeldschone vrouw ligt op haar buik dwars over het keukenblad. Achter haar, tussen haar blote benen, staat, stijlvol gekleed, een man die onmiskenbaar seks met haar heeft. Zij nipt, terwijl hij bezig is, onverschillig aan haar kopje koffie.

Dit beeld komt uit de reclamecampagne 'Shameless' voor de firma Suitsupply. Het uitgesproken seksuele karakter van de campagne heeft veel kritiek opgeroepen, vooral het veronderstelde vrouwonvriendelijke gehalte ervan. De Reclame Code Commissie heeft zelfs enkele tientallen klachten ontvangen over de campagne, maar die zijn afgewezen. Toch is er weer een nieuwe klacht ingediend. Dit keer door een Vlaamse vrouwenbeweging. Woordvoerder van de beweging, Rita Ory, mocht zich bij *Pauw & Witteman* beklagen dat op de foto's "de man altijd domineert, altijd bovenaan staat".

Natuurlijk zul je met een feministisch vizier vrouwenonderdrukking in de Shameless-reportage ontwaren – dat is immers de focus van dat vizier. Maar wie met een onbevooroordeelde blik kijkt, zal alleen maar de verheerlijking en verering van de superieure schoonheid en seksualiteit van de vrouw zien. Op deze foto's is de vrouw niet de ondergeschikte, maar de man. De man domineert hier niet. De vrouw is het onverbiddelijke centrum van aandacht en toewijding.

Het vrouwenbeeld dat de reportage neerzet is die van de vrouw als superieure godin. Niet toevallig is in de hele reportage het model ook steeds dezelfde vrouw (Chantal Hanse), terwijl de mannelijke rol door drie á vier verschillende modellen wordt ingevuld. De man is slechts figurant in deze reportage. Hij heeft geen identiteit. Die gunt zij hem niet. Op alle foto's waar ze seksueel opgewonden is, lijkt ze voor haar genot in het geheel niet afhankelijk van de man die het haar op dat moment verschaft. Al haar mannen zijn inwisselbaar. Ze zijn als de darren die hun koningin bedienen en achteloos worden vervangen zodra ze is bevredigd.

Voor de Amerikaanse auteur Camille Paglia is deze vergelijking van de vrouw met godinnen niet alleen maar metafoor. In haar befaamde en omstreden boek *Sexual Personae* (1990) trekt ze een parallel met de voorchristelijke moedergodinnen uit de heidense religies. Deze religies legden volgens Paglia nog rekenschap af van het oude mysterie en de betovering van de vrouw. Daar is de vrouw de vereenzelviging met de natuur en staat ze voor de overweldigende kracht die zowel leven geeft als neemt.

Voor Paglia is de vrouw oorspronkelijk het overheersende geslacht. Ze veroordeelt mannen tot levenslange seksuele spanning. Ze vangt hem in een onweerstaanbaar verlangen naar vereniging met haar, terwijl die vereniging tevens zijn ondergang inhoudt. Namelijk de terugkeer naar de moederschoot, wat de opheffing van zijn zwaarbevochten mannelijke identiteit en onafhankelijkheid betekent.

Affichering van de vrouw als lustobject in de populaire beeldcultuur ziet Paglia dan ook niet als een devaluatie van de vrouw, maar juist als een rehabilitatie van haar heidense superioriteit. Iets wat het feminisme zou moeten toejuichen in plaats van bestrijden, zegt Paglia. Als heidense godin is de vrouw dominant en de man onderdanig en tragisch. Het ultieme beeld van de mannelijke onderwerping aan de vrouwelijke levenskracht ziet Paglia belichaamt in de rituele castratie van de adepten in heidense mysteriereligies. Deze definitieve ontmanning symboliseert haar absolute macht.

Castratie is ook het thema van de foto waar het model van achteren wordt 'genomen' op het keukenblad, terwijl ze onverstoord haar koffie drinkt. In weerwil van Ory's lezing, zien we hier geen mannelijke 'dominator', maar een castratieslachtoffer. We zien een man een vergeefse poging doen haar te onderwerpen en te vernederen door zijn mannelijkheid via verkrachting af te dwingen. Het laat haar volstrekt koud. Ze drinkt koffie. Ze is onbereikbaar en onaantastbaar. Zijn verkrachting kan haar niet deren. Een grotere ontkenning van zijn mannelijkheid is niet denkbaar.

Rita Ory zei dat ze met haar klacht adverteerders wilde wijzen op hun verantwoordelijkheid in onze huidige beeldenmaatschappij. Beelden als die uit de Shameless -campagne zouden jonge meisjes al vroeg in een rol van onderdanigheid conditioneren. Maar het mag duidelijk zijn dat ieder jong meisje dat zich met die beelden identificeert geen onderdanigheid hoeft te vrezen. Integendeel. Ze zal zich mogen verheugen in onvoorwaardelijke aanbidding en bewondering. Het ligt eerder voor de hand dat

mannen de campagne zouden aanklagen omdat het meisjes al zo jong van hun macht als vrouw bewust maakt. Maar de mannen houden wijselijk hun mond. Zij weten ook wel dat de Godin zulke klagers als afvallig en onaantrekkelijk beschouwt. Ze hollen liever naar de Suitsupply om een duur pak te kopen. Zo hopen ze bij haar in de smaak te vallen. IJdele hoop, natuurlijk.

Marcel Zuiderland is filosoof en publicist