



From the Editors – Redactioneel

Among intellectuals, ‘consumption’ and ‘consumers’ have in previous decades come to be associated mainly with the high ecological and ethnical cost of unbridled use of goods. Such a reflexive critique of culture and society immediately betrays how closely consumption and politics are intertwined and moreover obscure insight into the great emancipatory role of consumption in the 20th century. In that period consumption started to figure integrally in ideas about democracy, pursuit of greater social equality, and the practice of citizenship. This was the century in which consumers were discovered as a social category to be emancipated, disciplined, molded and protected.

The present special issue showcases this discovery. It extends the view from more extensively researched early modern consumer patterns or the entrancing late 19th-century department store to the rise of modern consumer society. Scholars, directors of operations, jurists, politicians, TV producers and activists all claimed they knew and represented consumers and thereby contributed – possibly in mutually conflicting ways – to the economic, political and cultural construction of this consumer. In this versatile special issue all these perspectives are featured, and North and South are compared, without overlooking the broader international context. All this is illustrated in the excellent introduction by guest editors Peter van Dam and Joost Jonker.

On behalf of the editors,

KAAT WILS

In kringen van intellectuelen zijn ‘consumptie’ en ‘consumenten’ de voorbije decennia vooral geassocieerd geraakt met de hoge ecologische en ethische prijs van een ongebreideld verbruik van goederen. Een dergelijke cultuur- en maatschappijkritische reflex verraadt meteen hoezeer consumptie en politiek met elkaar verknoopt zijn, maar zij beneemt ook het zicht op de grote emancipatorische rol die consumptie in de twintigste eeuw heeft gespeeld. In die periode werd consumptie immers een integraal onderdeel van het denken over democratie, het streven naar grotere sociale gelijkheid en het beoefenen van burgerschap. Het was de eeuw van de ontdekking van de consument als een te emanciperen, te disciplineren, te kneden en te beschermen sociale categorie.

Over die ontdekking gaat het voorliggende themanummer. Het verlegt de blik van de uitgebreider bestudeerde vroegmoderne consumptiepatronen of het tot de verbeelding sprekende laat negentiende-eeuwse grootwarenhuis, naar de geboorte van de moderne consumptie maatschappij. Wetenschappers, bedrijfsvoerders, juristen, politici, tv-makers en

activisten: zij claimden allemaal de consument te kennen en te kunnen vertegenwoordigen, en droegen zo – al dan niet in onderling conflict – bij tot de economische, politieke en culturele constructie van die consument. Voor ons ligt een veelzijdig themanummer dat al deze perspectieven behandelt, Noord en Zuid met elkaar vergelijkt, zonder daarbij het bredere internationale kader uit het oog te verliezen. De uitstekende inleiding van gastredacteuren Peter van Dam en Joost Jonker maakt dat meteen duidelijk.

Names de redactie,

KAAT WILS