Julie Berger Hochstrasser. *Still Life and Trade in the Dutch Golden Age*. New Haven: Yale University Press, 2007. xviii + 412 pp. index. append. illus. bibl. $40. ISBN: 978–0–300–10038–9.

Why do we have pictures of cheese and beer so lovingly described — every hole and hunk, each curious fly and speck of foam? What an unlikely inheritance we have received. In *Still Life and Trade in the Dutch Golden Age* Julie Berger Hochstrasser has rescued the independent "laid table" still life from both pictorial finger-wagging and dexterous compass-wielding — from both iconology and description — to explore its sociohistorical context. With a prodigious amount of research Hochstrasser has examined the trading histories of the objects in the pictures that brought them to the Dutch table, deploying an arsenal of fascinating facts, likely unknown to the art historian, in an attempt to flesh out the relationship between representation and consumption raised by scholars like Norman Bryson and Hal Foster. For Hochstrasser argues quite simply that trade affected meaning. These were visual missives from the merchant, not the preacher, and moreover they were the product of an eager pride in trade. If there is any hidden message, it is that an object is never an innocuous bystander and still life does indeed have a narrative. In fact, these are portraits, because Hochstrasser discloses their secret lives, showing how commodities — like cheese, beer, and herring on the domestic side and spices, tobacco, and lemons on the foreign front — entered, entranced, and ultimately exited the pictorial stage.

The book is divided into two parts. In part 1, "Trade Secrets," Hochstrasser treats the history of trade in a given pictured commodity, starting with domestic products (butter, cheese, herring, beer) and then moving to pan-European products (bread, lemons and oranges, figs and raisins, hazelnuts, wine), Dutch East India Company products (pepper and spices, Chinese porcelain, tea), and Dutch West India Company products (salt, tobacco, and, most dehumanizing, slaves). It is worth mentioning that the inclusion of slaves in the last category effectively brings home the sheer horror of listing slaves as yet another object. Hochstrasser almost seems to substitute the traditional developmental scheme of still life painting from additive to monochrome to *pronk*, or luxurious, with a structure that stretches from local to continental to cross-oceanic as the Dutch burgher moved from satisfaction in the abundance of local provision to delicacies from increasingly further afield. With a population heavily invested in trade, she convincingly explains the new market for these pictures and how they could be viewed as a trophy prize of labor, an origin of fortune, or a vehicle of wealth. Food was served up with pride, without judgment and largely without incrimination.

https://doi.org/10.1353/ren.2008.0120 Published online by Cambridge University Press

To Hochstrasser's mind, however, there were some guilty parties. In part 2, "The Language of Commodities," she seeks to locate a critical access point for understanding the exploitation behind the production of the objects pictured. This she finds in Karl Marx's definition of the value of a commodity as the social labor expended in its production. By arguing for understanding these images as a form of "pictorial capitalism" (241), Hochstrasser sees them as an example *par excellence* of Marx's definition of bourgeois accumulation. But Marx need not necessarily be invoked to remind us of the value of remembering the tremendous social costs of making the scenes seem flawless and consumption so very palatable. And although her warning for today's world — that it was precisely the same omissions, denials, and oversights that built the success of the Golden Age that ensured its demise — is controversial, surely all would agree with Hochstrasser that the realistic style of these paintings fails to account for their panoply of real-life meanings and that the history of trade concealed as much as it made manifest.

This book is exquisitely produced and an eye for detail is shared with the viewer in large blow-ups that begin each chapter. Particularly helpful are the extensive bibliography and appendices of excerpts (with translations) of a creative range of important primary sources, including selections from a health manual, a tax code, an ethical guide for overseas merchant trading, a West India Company pamphlet, and lists of booty from the *Hollandsche Mercurius*. Those early traders — both stalwart and rogue — still have much to teach us, and it is to Hochstrasser's great credit that she has brought the merchant trader back into the picture to remind us of both the dream and the dark side of the Golden Age. Celebration or censure, a picture of cheese is never simply that.

MIA M. MOCHIZUKI
Graduate Theological Union and Jesuit School of Theology at Berkeley

https://doi.org/10.1353/ren.2008.0120 Published online by Cambridge University Press

Still Life and Trade in the Dutch Golden Age (review)

•Mia M. Mochizuki - Renaissance Quarterly - Renaissance Society of America

•Volume 61, Number 1, Spring 2008 - pp. 222-223

Julie Berger Hochstrasser. *Still Life and Trade in the Dutch Golden Age*. New Haven: Yale University Press, 2007. xviii + 412 pp. index. append. illus. bibl. $40. ISBN: 978–0–300–10038–9.

Perché abbiamo immagini di formaggio e birra descritte con tanta cura, ogni buco e ogni fetta, ogni mosca curiosa e ogni granello di schiuma? Che eredità insolita abbiamo ricevuto. In Still Life and Trade in the Dutch Golden Age Julie Berger Hochstrasser ha salvato la natura morta autonoma della “tavola imbandita” sia dal moralismo pittorico che dall'abile uso del compasso, sia dall'iconologia che dalla descrizione, per esplorarne il contesto socio-storico. Con una prodigiosa quantità di ricerche, Hochstrasser ha esaminato la storia commerciale degli oggetti raffigurati nei quadri che li hanno portati sulla tavola olandese, utilizzando un arsenale di fatti affascinanti, probabilmente sconosciuti agli storici dell'arte, nel tentativo di approfondire il rapporto tra rappresentazione e consumo sollevato da studiosi come Norman Bryson e Hal Foster.

Hochstrasser sostiene semplicemente che il commercio abbia influenzato il significato. Si trattava di messaggi visivi provenienti dal mercante, non dal predicatore, e inoltre erano il prodotto di un orgoglio entusiasta per il commercio. Se c'è un messaggio nascosto, è che un oggetto non è mai un innocuo spettatore e che la natura morta ha davvero una narrazione. In realtà, si tratta di ritratti, perché Hochstrasser svela le loro vite segrete, mostrando come le merci - come il formaggio, la birra e le aringhe sul versante nazionale e le spezie, il tabacco e i limoni su quello estero - entrassero, seducessero e infine uscissero dalla scena pittorica.

Il libro è diviso in due parti. Nella prima parte, “Segreti commerciali”, Hochstrasser tratta la storia del commercio di una determinata merce raffigurata, partendo dai prodotti nazionali (burro, formaggio, aringhe, birra) per poi passare ai prodotti paneuropei (pane, limoni e arance, fichi e uva passa, nocciole, vino), ai prodotti della Compagnia Olandese delle Indie Orientali (pepe e spezie, porcellana cinese, tè) e ai prodotti della Compagnia Olandese delle Indie Occidentali (sale, tabacco e, cosa più disumanizzante, schiavi). Vale la pena ricordare che l'inclusione degli schiavi nell'ultima categoria rende efficacemente l'orrore di elencare gli schiavi come un altro oggetto qualsiasi. Hochstrasser sembra quasi sostituire il tradizionale schema evolutivo della pittura di nature morte, dalla tecnica additiva a quella monocromatica fino alla pronk, o lussuosa, con una struttura che si estende dal locale al continentale fino al transoceanico, man mano che i borghesi olandesi passavano dalla soddisfazione per l'abbondanza delle provviste locali alle prelibatezze provenienti da luoghi sempre più lontani. Con una popolazione fortemente impegnata nel commercio, l'autrice spiega in modo convincente il nuovo mercato di questi quadri e come essi potessero essere visti come un trofeo del lavoro, un'origine di fortuna o un veicolo di ricchezza. Il cibo veniva servito con orgoglio, senza giudizi e in gran parte senza accuse.

Secondo Hochstrasser, tuttavia, c'erano alcuni colpevoli. Nella seconda parte, intitolata “Il linguaggio delle merci”, l'autrice cerca di individuare un punto di accesso critico per comprendere lo sfruttamento che sta dietro alla produzione degli oggetti raffigurati. Lo trova nella definizione di Karl Marx del valore di una merce come il lavoro sociale impiegato nella sua produzione. Sostenendo che queste immagini devono essere intese come una forma di “capitalismo pittorico”, Hochstrasser le considera un esempio eccellente della definizione marxiana di accumulazione borghese. Ma non è necessario invocare Marx per ricordarci

l'importanza di tenere presente l'enorme costo sociale necessario per rendere queste scene perfette e il consumo così appetibile. E sebbene il suo monito per il mondo odierno - che sono state proprio le stesse omissioni, negazioni e sviste a costruire il successo dell'età dell'oro che ne ha determinato la fine - sia controverso, sicuramente tutti concorderebbero con Hochstrasser sul fatto che lo stile realistico di questi dipinti non riesce a rendere conto della loro panoplia di significati nella vita reale e che la storia del commercio ha nascosto tanto quanto ha manifestato.

Questo libro è realizzato in modo eccellente e l'attenzione ai dettagli è condivisa con il lettore attraverso grandi ingrandimenti che aprono ogni capitolo. Particolarmente utili sono l'ampia bibliografia e le appendici con estratti (e traduzioni) di una serie creativa di importanti fonti primarie, tra cui selezioni da un manuale sulla salute, un codice fiscale, una guida etica per il commercio marittimo d'oltremare, un opuscolo della Compagnia delle Indie Occidentali e gli elenchi dei bottini dell'Hollandsche Mercurius. Quei primi commercianti, sia fedeli che disonesti, hanno ancora molto da insegnarci, ed è merito di Hochstrasser se ha riportato alla ribalta i commercianti per ricordarci sia il sogno che il lato oscuro dell'età dell'oro. Che sia motivo di celebrazione o di censura, l'immagine di un formaggio non è mai solo questo.

MIA M. MOCHIZUKI - Graduate Theological Union and Jesuit School of Theology at Berkeley