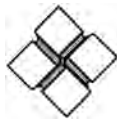


Jesper Verhoef

# OPZIEN TEGEN MODERNISERING

Denkbeelden over Amerika en Nederlandse  
identiteit in het publieke debat over media,  
1919-1989



EBURON DELFT  
2017

ISBN 978-94-6301-135-8

Uitgeverij Eburon

Postbus 2867

2601 CW Delft

Tel.: 015 – 213 14 84 / Fax: 015 – 214 68 88 [info@eburon.nl](mailto:info@eburon.nl) / [www.eburon.nl](http://www.eburon.nl)

Omslagontwerp: Ilse Schrauwers / [isontwerp.nl](http://isontwerp.nl)

© 2017 Jesper Verhoef. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende(n).

© 2017 Jesper Verhoef. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior permission in writing from the proprietor(s).

Dit proefschrift is tot stand gekomen dankzij subsidie van NWO in het kader van het project *Translantis. Digital Humanities approaches to reference culture. The emergence of the United States in public discourse in the Netherlands, 1890-1990*. Deze handelsversie is een sterk bewerkte versie van het proefschrift dat onder dezelfde titel verscheen (en geen ISBN-nummer heeft).

# INHOUD

<b>Voorwoord</b>	7
<b>Inleiding</b>	9
Amerikanisering en culturele transmissie	
Beeld- en identiteitsvorming	
Modernisering en moderniteit	
Bronnencorpus	
<b>1. ‘Mekka van het modernisme.’ Cinema, Amerika en modernisering, 1919-1939</b>	21
1.1 De Nederlandse filmmarkt en de verzuilde samenleving	24
Het elitediscours over cinema en de overgang naar geluidsfilms	
Verzuiling, modernisering, mentaliteit en Amerikaanse beelden	
Het krantenlandschap	
1.2 Stercultuur: De verering van filmsterren	29
Dweepzieke fans	
<i>Afgoden der massa</i>	
<i>Verlangen om idolatrie met sterren te delen</i>	
Het ondoorgroendelijke bevatten	
1.3 Cinemapubliciteit	41
Amerika en ‘de grote trom der reclame’	
<i>‘Goede wijn behoeft geen krans’</i>	
<i>‘Het paradijs der onbescheidenheid’</i>	
<i>‘Publicity stunts’, reclamereizen en nonsens</i>	
<i>Gemene zaak met journalisten</i>	
Publiciteit en modernisering	
1.4 Bewondering voor cinemapaleizen	54
De moderne weelde van ‘Yankee’-theaters	
Trots op Nederlandse sprookjestheaters	
1.5 Stabiel, nationaal vertoog	60
<b>2. ‘De kleine maar onmisbare schakel met de grote wereld.’ De draagbare radio, Amerika en modernisering, 1950-1969</b>	63
2.1 Ontstaansgeschiedenis van de portable	65
Verspreiding in Nederland	
Draagbare-radiogebruik in het publieke domein	
2.2 Modernisering, mentaliteit en het krantenlandschap	70
2.3 ‘Zolang Amerika aarzelt, zwijgt Nederland volkomen’	73

Verspreiding, technologie en vormgeving	
De Firato-beurs als venster op de wereld	
2.4 De rol van de draagbare in de strijd om Nieuw-Guinea	85
‘Een handdruk van het verre vaderland’	
2.5 Draagbare radio’s en beheerste modernisering	87
Portables en jongeren	
Strijd om de openbare ruimte: een pandemonium van lawaai	
Hedonisme en individualisering	
Zoektocht naar oplossingen	
<b>3. ‘We zijn nog niet zo gek als in Amerika.’ Tv-quizen, commercialisering en ontzuiling, 1950-1989</b>	<b>105</b>
3.1 Nederlandse tv-markt en maatschappelijke veranderingen	107
Overheids- en omroepbeleid	
Evolutie van de tv-quiz	
Televisiebezit en kijktijd	
Culturele internationalisering	
Het corpus en het vertoog over quizen	
3.2 ‘De grote mode’, ca. 1950-1967	118
Amerikaanse quizkoorts bereikt Europa	
Het quizschandaal	
Nederland ontsteekt in quizwoede	
Herkomst van quizen: ‘testimonium paupertatis’	
3.3 ‘Hét amusement van de jaren zeventig’, ca. 1967-1978	135
Herkomst van quizen: ‘Ze hebben het in Amerika gezien’	
Commercialisering van quizen	
<i>Showquizen</i>	
‘Geestelijke bezetting’	
3.4 ‘Puur weggooiamusement’, ca 1978-1989	155
Herkomst van quizen: ‘Door de knieën’ voor Amerika	
Commercialisering en ‘Amerikaanse methoden’	
Goededoelenshows	
Politieke inmenging en commerciële televisie	
<b>Conclusie</b>	<b>171</b>
<b>Noten</b>	<b>179</b>
<b>Bibliografie</b>	<b>238</b>
<b>Over de auteur</b>	<b>259</b>

## VOORWOORD

‘De taal, ook en vooral de geschreven taal, verdient onze volle eerbied. Zij is alles wat we hebben. Zij is alles wat we zijn.’<sup>1</sup> Iedereen die me kent weet dat deze woorden van schrijver Christophe Vekeman mij uit het hart gegrepen zijn. De kans te promoveren op een proefschrift waarin krantenberichtgeving centraal staat, voelde dan ook als een geschenk uit de hemel. Dat het project waar deze dissertatie uit voortvloeit, *Translantis*, via een krantenvacature op mijn pad kwam zal wel geen toeval geweest zijn.

Dit is de plek om mijn waardering uit te spreken aan de mensen zonder wie ik dit boek niet met zoveel plezier geschreven zou hebben. Allereest prijs ik mijn promotor Joris van Eijnatten om zijn gedegen begeleiding en nauwgezette commentaar. Copromotor Jaap Verheul ben ik om dezelfde redenen erkentelijk. Hij was bovendien degene die het *Translantis*-project opzette en er op dagelijkse basis op uitmuntende wijze leiding aan gaf. Zijn energie werkte aanstekelijk, zijn immer goedgeluimde houding strekt daarenboven tot voorbeeld. Ook mede-projectaanvrager en -leider Toine Pieters heeft sturing gegeven aan mijn onderzoek door – in samenwerking met Jaap – projectbijeenkomsten te organiseren en leiden.

De samenwerking met mijn mede-projectleden was plezierig. Pim Huijnen en Melvin Wevers wil ik in het bijzonder een veer op hun hoed steken. Met hen bomen en discussiëren scherpte mijn gedachten in hoge mate. Hetzelfde gold voor de kritiek die ze op mijn hoofdstukken en artikelen hadden. Daarenboven was het zeer plezant jarenlang een kantoor met hen te delen; ik zal me onze jolijt nog lang heugen.

Ook mijn andere collega’s binnen de afdeling cultuurgeschiedenis aan de Universiteit Utrecht bedank ik. Laura Isherwood, Maarten Paulusse en Devin Vartija wil ik daarbij met naam noemen: collega’s als jullie – opgewekt, behulpzaam, betrokken en vol humor – wens ik iedereen toe. Om dezelfde reden dank ik mijn kamergenoten Gertjan Plets en Marijke Huisman, die me bovendien waardevolle adviezen gaven.

Sonja de Leeuw bedank ik voor het uitgebreide commentaar dat ze in het kader van een promovendisymposium van het Huizinga Instituut voor Cultuurgeschiedenis gaf op een hoofdstuk. Ook Rob Kroes hielp me zeer, door het hele proefschrift van kanttekeningen te voorzien. Frank Kessler organiseerde een maandelijks filmseminar, waar ik veel leerde en twee keer delen van mijn werk presenteerde.

Het grootste deel van mijn resultaten berust op het gedigitaliseerde krantenarchief van de Koninklijke Bibliotheek (KB). Geesteswetenschappers mogen zich gelukkig prijzen gebruik te kunnen maken van dit bronnencorpus, één van de grootste digitale krantenarchieven ter wereld. Ik bedank alle medewerkers van de KB die dit corpus hebben ontsloten en die zich er dag in dag uit voor

inzetten het uit te breiden en de kwaliteit ervan te verbeteren. In ons project hadden we in het bijzonder op uiterst prettige wijze contact met Lotte Wilms en Steven Claeysens.

De maanden in 2016 die ik doorbracht in Los Angeles en Frankfurt (Oder) aan respectievelijk UCLA en Viadrina European University droegen in belangrijke mate bij aan de voltooiing van mijn proefschrift. Enerzijds zorgden deze periodes voor de relatieve rust die het doen van academisch onderzoek vereist. Anderzijds werkte de omgeving in beide gevallen begeistereerd. Het contact met nieuwe mensen en andere culturen was van grote waarde voor mijn onderzoek en voor mijzelf: het hielp me mijn werk vanuit andere invalshoeken te bezien en maakte me een rijker mens. Ik ben beide universiteiten erkentelijk dat ze me de kans boden aan hun instelling te werken. In het bijzonder Peter Baldwin en Miriam Posner (UCLA) en Claudia Weber en Timm Beichelt (Viadrina) dank ik voor inspirerende gesprekken.

Tot slot bedank ik mijn moeder voor de steun die ze me altijd gegeven heeft, ook tijdens het schrijven van dit proefschrift. Ze voorzag alle hoofdstukken van commentaar. Ik bedank haar echter met name voor de opvoeding die ze me gaf. Zij, *Neerlandica*, bracht me interesse in en liefde voor taal en literatuur bij. Aldus wees ze me indirect de weg die me bracht waar ik ben: zonder haar zou ik niet voor de studie geschiedenis hebben gekozen en zou dit proefschrift niet verschenen zijn.

# INLEIDING

De Verenigde Staten oefenen een enorme aantrekkingskracht uit op Nederlanders. In zijn boek *De leegte van Amerika. Een massacultuur in de wereld* uit 1992 stelt Amerikanist Rob Kroes bijvoorbeeld dat iedereen, ‘bezorgd of onbekommerd, met een waslijst [kan] komen van Amerikaanse dingen, tastbaar of abstract, die er in het verleden niet waren. “Amerika” is meer aanwezig in ons dagelijks leven en in onze hoofden dan ooit tevoren.’<sup>1</sup> Een commentator in *NRC Handelsblad* beweerde in 2016 zelfs dat er een ‘Nederlandse obsessie met Amerika’ bestaat, ‘een land dat we goed denken te kennen en waarvan de populaire cultuur (...) dominant is’.<sup>2</sup>

Het denken en schrijven over Amerika kent een lange traditie, die zich niet tot Nederland beperkt. Vanaf de ontdekking van de ‘Nieuwe Wereld’ hebben Amerika en de Amerikanen wereldwijd geleid tot niet aflatende commentaren. Deze liepen uiteen van verwondering tot afgunst en van dankbaarheid tot minachting.<sup>3</sup> In de twintigste eeuw kon de wereld door beslissend ingrijpen van de Verenigde Staten in twee wereldoorlogen niet meer om het land heen. De aandacht voor en interesse in het land nam hierdoor navenant toe: ‘American values, ideals, myths and ideas penetrate[d] the consciousness’ van de wereld.<sup>4</sup> De twintigste eeuw wordt dan ook wel ‘the American century’ genoemd.<sup>5</sup>

Dit boek is een uitvloeisel van het door NWO gefinancierde project *Translantis*, dat de twintigste-eeuwse Nederlandse fascinatie met Amerika in kaart brengt en haar probeert te verklaren. De projecttitel alludeert niet alleen op de eeuwenoude trans-Atlantische verhouding tussen Nederland en de Verenigde Staten, maar verwijst ook naar Atlantis, het mythische onderwaterrijk. Net zoals het denken over dit verzonnen rijk hielden Nederlandse beelden over Amerika niet noodzakelijkwijs verband met de ‘realiteit’ ofwel het werkelijke, bestaande land de Verenigde Staten. ‘Amerika’ was voor alles perceptie, een constructie van tijdgenoten.<sup>6</sup> Die constructie was een tweesnijdend zwaard, ze ging gepaard met het – impliciet of expliciet – vormen van een zelfbeeld of zelfs identiteit (zie Beeldvorming). In dit boek onderzoek ik beide, dus zowel de beeldvorming over Amerika als Nederlandse zelfbeelden.

De introductie en verspreiding van media speelden een belangrijke rol in het evoceren van Amerika- en van zelfbeelden. ‘The American century’ was namelijk tegelijkertijd ook de ‘eeuw van beeld en geluid’.<sup>7</sup> Audiovisuele media, zo merken mediawetenschappers op, ‘gingen een steeds grotere rol in de samenleving spelen en zetten fundamentele aanpassingen in gedrag, sociale relaties, politiek en identiteitsbeleving in gang’.<sup>8</sup> De reacties die de introductie en verspreiding van media opriepen voedden het publieke debat over Amerika én Nederlandse identiteit: media hielpen tijdgenoten ‘to make sense of their own place in the world.’<sup>9</sup>

Met name vanaf het succes van de Amerikaanse filmindustrie in Nederland na de Eerste Wereldoorlog, riepen media die uit de Verenigde Staten afkomstig waren of met Amerika geassocieerd werden reacties op. De respons op drie media staat in dit boek centraal: cinema, draagbare radio en de televisiequiz.

De televisiequiz kan opgenomen worden als casus omdat ik een brede definitie van 'media' hanteer. De term heeft niet louter betrekking op de technologieën die film en radio- en televisie-uitzendingen mogelijk maakten of op de mediaproducten waarin zij resulteerden. In navolging van techniekhistorici Johan Schot en Philip Scranton schaar ik ook 'people and values; ideas, skills, and knowledge' onder het begrip.<sup>10</sup> Deze brede benadering doet recht aan de inhoud van het publieke debat over voornoemde media, waarin zeer uiteenlopende onderwerpen aan bod kwamen. Bovendien maakt de brede invulling van het begrip media het mogelijk die discussies te onderzoeken waarvan ik vermoed dat Amerika er een rol in speelde en die in de secundaire literatuur nog niet onderzocht zijn.

Onderzoekers hebben cinema, draagbare radio en televisiequizen expliciet met Amerika in verband gebracht. Volgens hen waren Hollywood-films in het interbellum 'the sun in the firmament of a globalizing cinema culture to which all other cinemas made more or less explicit reference', was de draagbare radio zo Amerikaans als appeltaart en bepaalde Amerika de 'grammatica' van internationale televisie, waaronder die van *formats* zoals tv-quizen.<sup>11</sup> Ook tijdgenoten relateerden deze media aan Amerika.<sup>12</sup> De Verenigde Staten waren voor Nederlanders 'in mediaal opzicht een gidsland' ofwel een model waartoe zij zich expliciet verhielden.<sup>13</sup> In welke mate en hoe Nederlanders media gedurende de twintigste eeuw aan Amerika koppelden is echter nooit onderzocht – in deze studie leg ik me op die analyse toe.<sup>14</sup>

De centrale vraag die ik beantwoord is in hoeverre en op welke wijze cinema, de draagbare radio en de televisiequiz in het Nederlandse publieke debat in verband gebracht werden met Amerika. Vragen die hieruit volgen zijn: welke praktijken en waarden koppelden tijdgenoten aan deze media? Hoe beoordeelden ze deze praktijken en waarden en in hoeverre associeerden zij deze met Amerika? Werd in het publieke debat over deze media een Nederlandse identiteit gearticuleerd? Zo ja, waar bestond zij uit en in hoeverre werd zij in relatie tot Amerika vormgegeven? Deze vragen beantwoord ik in drie hoofdstukken. In elk van de hoofdstukken staat het publieke discours over één van de media centraal.

De onderzoeksperiode loopt van 1919 tot en met 1989. Het eerste jaartal is gekozen omdat vanaf 1919 het aantal bioscopen, bioscoopbezoeken en krantenartikelen over cinema gestaag steeg. Bovendien is dat het eerste jaar na de Eerste Wereldoorlog, die een zodanige invloed had op het perslandschap in Nederland dat berichtgeving tijdens en na die oorlog niet op één lijn te stellen is.<sup>15</sup> Het tweede jaartal vormt een cesuur vanwege de val van de Berlijnse Muur en de start van de eerste commerciële Nederlandse televisiezender.<sup>16</sup> De kran-



ten die tijdens de Tweede Wereldoorlog verschenen laat ik buiten beschouwing, vanwege de censuur die de Duitse bezetter toepaste.

In het vervolg van deze inleiding zet ik eerst uiteen hoe dit onderzoek aansluit bij secundaire literatuur over ‘Amerikanisering’, een begrip dat wijst op de (culturele) invloed van Amerika op andere samenlevingen. Deze literatuur vormt de achtergrond waartegen het onderzoek naar beeldvorming over Amerika begrepen moet worden. Daarna volgt een beschrijving van de wijze waarop reflecties op Amerika samenhangen met bespiegelingen op Nederland en de Nederlandse identiteit. In de daaropvolgende paragraaf doe ik uit de doeken hoe het publieke debat over media en daarbinnen over Amerika niet los gezien kan worden van de begrippen modernisering en moderniteit. Aansluitend ga ik in op het bronnencorpus, dat voornamelijk bestaat uit het gedigitaliseerde krantenbestand van de KB. Ik betoog dat uit het publieke debat dat in kranten gevoerd werd de publieke opinie af te leiden is. Voorts bespreek ik de mogelijkheden die dit corpus biedt en de beperkingen die het kent.

## Amerikanisering en culturele transmissie

Onderzoekers hebben uitvoerig gediscussieerd over de invloed van Amerika op de rest van de wereld in de twintigste eeuw. In de secundaire literatuur die hieruit voortvloeide neemt de term ‘Amerikanisering’ een centrale plek in. Hiermee beschrijven in het bijzonder historici en sociologen de invloed die de Verenigde Staten op andere landen uitoefenden op uiteenlopende terreinen als bedrijfstechnieken, economisch denken, het medialandschap en de taal.<sup>17</sup> Met name de verspreiding van Amerikaanse cultuur vormt een geliefd studieobject – dat al dan niet in samenhang met globalisering wordt bestudeerd.<sup>18</sup> Cultuur behelst producten en praktijken, zoals Hollywood-films of het eten van *fastfood*.<sup>19</sup>

Een deel van de auteurs dat zich in deze discussie gemengd heeft, meent dat Amerika als supermacht zijn cultuur krachtig aan andere samenlevingen opdrong: er was sprake van cultureel imperialisme.<sup>20</sup> De socioloog Herbert Schiller, een van de belangrijkste aanhangers van dit concept, beweert dat Amerika er via zijn communicatie- en medianetwerken naar streefde de wereld aan zijn cultuur te onderwerpen.<sup>21</sup> In recenter tijden leggen andere auteurs meer nadruk op de dominantie van de Amerikaanse levensstijl en cultuur. Politicoloog Joseph Nye jr. muntte de term *soft power* om aan te geven hoe de Verenigde Staten via onder meer de aantrekkingskracht van de Amerikaanse cultuur andere samenlevingen verleidden en beïnvloedden – in plaats van of in aanvulling op pressiemiddelen als militaire aanwezigheid.<sup>22</sup> Amerikaanse media-uitingen, hoofdzakelijk via film en televisie, vormden een belangrijk onderdeel van die cultuur.<sup>23</sup> Hetzelfde gold voor consumentengoederen. Om deze reden spreekt historicus Reinhold Wagnleitner over Coca-Colanisering, terwijl historica Vic-

toria de Grazia rept van een onweerstaanbaar ‘Market Empire’ gedomineerd door de Verenigde Staten.<sup>24</sup> Wat deze groep auteurs bindt is dat ze Amerika voorstellen als grootmacht aan wier cultuur andere samenlevingen nauwelijks weerstand kunnen bieden.

In reactie op het concept cultureel imperialisme gebruiken onderzoekers vanaf de jaren tachtig het begrip ‘culturele transmissie’.<sup>25</sup> Een meerderheid van hen benadrukt sindsdien dat de wereld weliswaar (veel) meer van de Amerikaanse cultuur overnam dan andersom – de term Amerikanisering bleef dan ook in gebruik – maar dat ontvangende samenlevingen altijd handelingsvrijheid (*agency*) behielden.<sup>26</sup> Zij konden met andere woorden zelf bepalen welke cultuuruitingen zij wel en niet over wilden nemen: er was sprake van selectieve appropriatie. Bovendien houdt het overnemen van Amerikaanse culturele artefacten, of het nu om een broodje hamburger, een spijkerbroek of Hollywoodfilms gaat, in dit paradigma niet noodzakelijkerwijs in dat daarmee ook de Amerikaanse cultuur overgenomen wordt.<sup>27</sup> De kern van het concept van culturele transmissie is dat een ontvangende samenleving culturele items naar eigen believen aanpast. Daardoor raken deze met de ‘eigen’ cultuur vermengd, vandaar dat dit proces ook wel omschreven is als hybridisering of creolisering.<sup>28</sup> Kroes vat het proces kernachtig samen wanneer hij stelt: ‘Amerikanisering, then, should be the story of an American cultural language traveling and of other people acquiring that language.’<sup>29</sup>

## Beeld- en identiteitsvorming

De nadruk op de handelingsvrijheid van ontvangende samenlevingen effende de weg voor onderzoek naar beeldvorming over Amerika.<sup>30</sup> De vaststelling dat Amerikaanse cultuuruitingen niet blind werden overgenomen, betekent namelijk tegelijkertijd dat ontvangende samenlevingen over die uitingen discussieerden om zich een beeld van Amerika te vormen. De betekenis van Amerika werd – en wordt – met andere woorden gevormd in de ogen van de aanschouwer; zij is een historisch construct afhankelijk van tijd en plaats.<sup>31</sup> Het waren in belangrijke mate media, en daarbinnen kranten, die deze beelden construeerden én medieerden (waarover meer in de sectie Bronnencorpus).<sup>32</sup>

Uit bovenstaande vloeit voort dat Amerikabeelden meer zeggen over de waarnemer dan over Amerika. Ze leren hoe samenlevingen zich een zelfbeeld vormden door zich af te zetten tegen Amerika. Dit proces staat in de secundaire literatuur bekend als ‘othering’: het articuleren van een eigen identiteit door deze te contrasteren met (vermeende) karakteristieken van een ‘Ander’.<sup>33</sup> Beelden van de Ander en zelfbeelden bestaan ‘in wederkerige complementariteit en historische onderlinge afhankelijkheid naast elkaar’.<sup>34</sup> Historicus Michal Jan Rozbicki betoogt dat het bewust worden van het anders-zijn de diepere, onder-

scheidende kenmerken van de culturele identiteit van mensen aan de oppervlakte brengt.<sup>35</sup> Literatuurwetenschapper Joep Leerssen vult aan dat ‘de percepties, beelden, stereotypen, voorstellingen, [ofwel] “images” omtrent een nationale identiteit illustraties zijn van de ‘interculturele verhoudingen en culturele normen van hun tijd en plaats’; ze zijn ‘manifestaties van een mentaliteit’.<sup>36</sup>

Uit de secundaire literatuur is bekend dat Amerika in het verleden vaak als prominente Ander fungeerde: het beeld dat waarnemers ervan schetsten zetten zij in om een (collectieve) identiteit te construeren.<sup>37</sup> In de woorden van historicus Axel Körner legt onderzoek naar de perceptie van Amerika dientengevolge bloot hoe ‘societies reflected upon their own past and future, how they experienced change, interpreted history, and fashioned ideas about selfhood and otherness’.<sup>38</sup> Aangaande de Nederlandse percepties is hier enig onderzoek naar gedaan, dat ik in de navolgende hoofdstukken bespreek. Hier volstaat het vast te stellen dat niet bekend is hoe Nederlandse Amerikabeelden in de twintigste eeuw samenhangen met de constructies van een Nederlandse identiteit in het publieke debat. Mijn onderzoek voorziet in deze leemte.

Tot nu toe gebruikte ik in deze inleiding de enkelvoudsvorm ‘identiteit’. Diverse auteurs wijzen echter op de mogelijkheid dat er meerdere, al dan niet conflicterende Amerika- en maatschappelijke zelfbeelden bestonden – bijvoorbeeld als gevolg van de verzuiling.<sup>39</sup> Die beelden zouden vervolgens tot de constructie van verschillende identiteiten hebben kunnen leiden. Dit inzicht indachtig neem ik niet *a priori* aan dat er zoiets bestond als ‘de Nederlander’, een categorie verbonden door een nationale identiteit die mogelijke grenzen tussen regio’s, klassen, religies, of generaties oversteeg.<sup>40</sup>

Door me te richten op identiteitsvorming bied ik een aanvulling op twee studies in het bijzonder. In de door historicus Niek van Sas samengestelde bundel *Vaderland. Een geschiedenis van de vijftiende eeuw tot 1940* brengen historici in kaart hoe in samenhang met een bepaalde tijd en context ‘het vaderland werd beleefd en ervaren, en hoe het werd aangepreerd en aangeleerd’. Het boek werpt daarmee licht op het ‘substraat van vaderlandse sentimenten’.<sup>41</sup> Antropoloog Rob van Ginkel onderzoekt in *Op zoek naar eigenheid. Denkebeelden en discussies over cultuur en identiteit in Nederland* discussies die intellectuelen gedurende de twintigste eeuw voerden over de vraag wat de Nederlandse natie kenmerkt en bindt. Hij concludeert:

Bij een vergelijking op de tijdas valt op dat de discussie over Nederlandse eigenheid met regelmaat gevoed is door een irrationele angst voor een verwatering van het eigene door invloeden van buitenaf. Het debat lijkt dan ook steeds gestuurd te worden door het construeren van grenzen tussen eigen en vreemd, door culturele in- en uitsluiting en door mythetvorming. (...) Consensus over wat nu de Nederlandse eigenheid inhoudt was en is nog steeds ver te zoeken. Het is evenwel evident dat de vertogen – ondanks conjuncturele schommelingen en inhoudelijke wijzigingen – als zodanig een opvallende continuïteit vertonen. Het bevragen van het kenmerkende van de Nederlandse samenleving en cultuur is een gesprek zonder eindpunt gebleken.<sup>42</sup>

Het bevragen van deze kenmerken is sinds het verschijnen van Van Ginkels boek in 1999 steeds luider gebeurd. Of het nu gaat om Maxima's bewering dat 'de' Nederlandse identiteit niet bestaat, Geert Wilders' Polenmeldpunt, de discussie over Zwarte Piet of Sybrand Buma's voorstel basisscholieren te verplichten staand het Wilhelmus te zingen: steeds weer draait het debat over Nederlandse identiteit, eigenheid, cultuur en waarden – begrippen die vaak inwisselbaar gebruikt worden – om in- en uitsluiting.<sup>43</sup> Uit een rapportage van het Sociaal en Cultuur Planbureau in 2015 bleek dat de komst van vluchtelingen er zelfs toe geleid had dat een groot deel van de Nederlanders 'bang [is] voor verdringing en verlies van de "eigen cultuur"'.<sup>44</sup> Een commentator schreef nog recenter dat veel Nederlanders 'twijfelen aan gedeelde waarden [en] bang zijn voor de Ander'.<sup>45</sup> Hoe 'over het nationale gedacht wordt *in oppositie tot* het vreemde' heeft in dit opzicht enkel een grotere relevantie gekregen.<sup>46</sup>

Van Ginkel erkent dat dit vraagstuk in zijn boek een onderschoven kindje bleef. Ik beschouw zijn oproep 'na te gaan hoe symbolische grenzen tussen naties geschapen en herschapen worden' als een aansporing dit thema uit te diepen.<sup>47</sup> Daartoe onderzoek ik hoe Amerika diende als toetssteen voor het construeren van Nederlandse zelfbeelden en een Nederlandse identiteit of identiteiten.

Ik waak er daarbij voor dat aandacht voor de historische constructies van Amerika- en zelfbeelden in het publieke discours over media ten koste gaat van aandacht voor concrete gebeurtenissen in de Verenigde Staten en Nederland.<sup>48</sup> Ideeën over Amerika ontstonden namelijk niet uit het niets, maar werden geëvoceerd door daadwerkelijke ontwikkelingen en voorvallen. In de woorden van cultuurhistoricus Willem Frijhoff: 'Identiteit mag verbeelde werkelijkheid zijn, wil ze geloofwaardig zijn dan kan ze niet buiten een minimum aan spel met "werkelijkheid"'.<sup>49</sup> Om deze reden zet ik de beeldvorming waar mogelijk af tegen bredere maatschappelijke ontwikkelingen en tegen cijfermateriaal dat deze beeldvorming kan helpen verklaren.<sup>50</sup>

Door de respons op de introductie en verspreiding van media te onderzoeken, historiseer ik en passant hedendaagse, vaak verhitte debatten over de

gevolgen van nieuwe media. Daarbij valt bijvoorbeeld te denken aan sociale-mediaverslaving en zorgen over het verloren gaan van taalgevoel op zogenoemde iPadscholen.<sup>51</sup> In dit onderzoek toon ik dat nieuwe media ook in de twintigste eeuw bestaande gewoonten en gebruiken onder druk zetten en leidden tot spanningen en angsten in de samenleving – en daardoor tegelijkertijd het denken over identiteit stimuleerden.<sup>52</sup> Ook toen bestonden er grote zorgen over een teloorgang van omgangsvormen, waarden of zelfs van ‘de cultuur’. Chronocentristisch denken stak daarbij geregeld de kop op. Dat wil zeggen dat cultuurpessimisten de idee tentoonspreidden ‘dat het nooit erger dan nu is geweest’.<sup>53</sup> Een overzicht van de respons op drie media die in de twintigste eeuw floreerden, helpt soortgelijke zorgelijke stemmen die ook anno 2017 gemakkelijk hun weg in het publieke discours vinden in perspectief te plaatsen en te relativieren.<sup>54</sup>

## Modernisering en moderniteit

In de secundaire literatuur koppelen onderzoekers Amerika en media vaak aan de begrippen modernisering en moderniteit.<sup>55</sup> Deze dissertatie dient zich tot dat onderzoek te verhouden omdat Nederlandse kranten, zo zal uit de navolgende hoofdstukken blijken, Amerika en ook de onderzochte media geregeld als modern omschreven en met modernisering in verband brachten. In deze sectie zet ik de secundaire literatuur eerst kort uiteen. Vervolgens licht ik toe hoe het onderscheid tussen modernisering en moderniteit in dit boek gestalte krijgt.

Volgens Körner viel de periode waarin Amerika in het brandpunt van de belangstelling van de rest van de wereld kwam te staan, vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw, samen met enorme sociale politieke en culturele veranderingen, een proces van modernisering en het scheppen en opnieuw vormen van nationale identiteiten in de landen van waaruit de Verenigde Staten geobserveerd werd.<sup>56</sup> Andere auteurs gaan een stap verder en betogen dat het onderscheid tussen Amerikanisering en modernisering dan wel moderniteit lastig te ontwaren of zelfs non-existent is.<sup>57</sup> Zo stelt Kroes: ‘America is modernity’.<sup>58</sup>

Diverse onderzoekers hebben geëxpliciteerd hoe Amerika en de Amerikaanse cultuur gedurende de twintigste eeuw bij Europese tijdgenoten ideeën opriepen over modernisering en moderniteit – dus niet alleen bij Nederlanders. Europeanen koppelden Amerika aan deze begrippen of vereenzelvigden Amerika er mee.<sup>59</sup> De Verenigde Staten evocerden het denken over deze samenhang, door Europeanen ‘materiaal’ aan te leveren, onder meer in de vorm van nieuwe technologieën en media.<sup>60</sup>

Ook media zelf zijn met modernisering en moderniteit in verband gebracht, zowel door tijdgenoten als onderzoekers. Techniekhistorici betogen bijvoor-

beeld dat Nederlanders techniek – waaronder media – en modernisering gedurende de twintigste eeuw als twee-eenheid zagen.<sup>61</sup> Historicus Thomas J. Misa stelt dat technologie *het* ware kenmerk van moderniteit zou kunnen zijn. Hij adviseert: “To constructively confront technology and modernity, we must look more closely at individual technologies and inquire more carefully into social and cultural processes.”<sup>62</sup>

Om de Nederlandse omgang met Amerika en diverse media te onderzoeken maak ik onderscheid tussen modernisering en moderniteit. Ik volg de definities van modernisering en moderniteit van respectievelijk Robbie Shilliam, een onderzoeker gespecialiseerd in internationale relaties, en socioloog Gerard Delanty. Modernisering is ‘the transitional process of moving from “traditional” or “primitive” communities to modern societies’.<sup>63</sup> Modernisering bestaat dus uit een *daadwerkelijk* veranderingsproces. In de secundaire literatuur is betoogd dat Nederland in de twintigste eeuw een dergelijk proces doormaakte. In elk van de navolgende hoofdstukken presenteer ik voorafgaande aan de bronnenanalyse de bevindingen uit deze literatuur die betrekking hebben op de samenhang tussen Amerika, modernisering en het betreffende medium.

Moderniteit staat voor het *bewustzijn* dat de maatschappij verandert en voor de reflecties op de veranderingen die dat besef oproept. Ze staat voor de perceptie van een breuk, dat wil zeggen dat de overgang naar een moderne(re) maatschappij voor alles een proces is in de ogen van tijdgenoten. Anders gesteld: moderniteit is het besef dat er een andere tijd is aangebroken dat tot uiting komt in ‘a condition of awareness that nothing is settled for once and for all and that therefore the future is not predetermined’.<sup>64</sup> Het onderscheid tussen modernisering en moderniteit dat ik in deze studie aanhoud, komt kortom overeen met het verschil tussen aan de ene kant de veranderingen die de ontmoeting met Amerika en media in gang zetten of die daardoor zichtbaar werden en aan de andere kant de reacties op die veranderingen.

Zoals eerder beschreven ben ik voornamelijk in die reacties geïnteresseerd. Zij kunnen aanschouwelijk gemaakt worden door het publieke debat te onderzoeken, zo betoog ik in volgende paragraaf. Een analyse daarvan brengt aan het licht hoe tijdgenoten omgingen met veranderingen die Nederland in de twintigste eeuw onderging; veranderingen die in de secundaire literatuur omschreven zijn als modernisering. Daarnaast analyseer ik of en op welke wijze tijdgenoten Amerika en modernisering in het publieke discours over media met elkaar in verband brachten.

Onderzoekers benadrukken terecht dat tijdgenoten een ander, alledaagser vocabulaire aanwendden om (de neerslag van) veranderingen op te merken. Gangbaarder dan een term als ‘modernisering’ waren woorden als ‘modern’ of ‘nieuw’.<sup>65</sup> Een analyse van de primaire bronnen die voor deze dissertatie gebruikt zijn, leert dat dit ook voor het discours over cinema, draagbare radio en televisiequizzes geldt. Om deze reden ga ik bij de analyse van het publieke discours ook in op meer impliciete bespiegelingen op modernisering.

## Bronnencorpus

Uitgangspunt van dit boek is dat de betekenis van media en Amerika vorm kreeg in het publieke debat, ook wel het publieke discours genoemd.<sup>66</sup> Artikelen in tijdschriften, debatten in het parlement, informatie in radiobulletins, televisieprogramma's, boeken: alle droegen hier in meer of mindere mate aan bij. Het gedigitaliseerde krantenarchief van de KB vormt het primaire bronnencorpus dat in dit boek centraal staat. In aanvulling hierop onderzoek ik andere contemporaine bronnen, waaronder boeken, rapporten, reisverslagen en (gedigitaliseerde) ANP-berichten.<sup>67</sup>

Het gebruik van dagbladen voor historisch onderzoek kent belangrijke voordelen. Ten eerste speelden kranten een belangrijke rol in het mediëren van informatie en daarmee in het creëren van beelden over Amerika. Dagbladen waren van cruciaal belang voor het introduceren van Amerikaans cultuur en de circulatie ervan.<sup>68</sup> Ze selecteerden en *frameden* informatie over die cultuur, om aan hun lezers duidelijk te maken: 'This is important to an understanding of America, and this is why things happen as they do'.<sup>69</sup> Omdat ze informatie op een voor hun publiek begrijpelijk wijze moesten presenteren, leert een analyse van dagbladkopij tegelijkertijd welke beelden over Amerika journalisten gedurende de twintigste eeuw als bij hun publiek verondersteld beschouwden.<sup>70</sup>

Het tweede voordeel vloeit uit het eerste voort. Wanneer kranten Amerika-beelden construeerden en medieerden, stimuleerden ze tegelijkertijd de reflectie op zelfbeelden en identiteit. In de woorden van cultuur- en pershistoricus Frank van Vree heeft de pers 'in niet geringe mate bijgedragen aan het zelfbeeld en gedrag van omvangrijke groepen in de Nederlandse samenleving'.<sup>71</sup> De krant in het bijzonder is namelijk 'tegelijk product, spiegel en vormende factor in het maatschappelijk proces'.<sup>72</sup> Dit geldt zeker voor de periode die in dit onderzoek centraal staat, waarin de krant een belangrijke – zo niet de belangrijkste – bron van nieuws was voor veel Nederlanders. Dit betekent dat aan de hand van kranten de publieke opinie – 'opgevat als een brede, pluriforme verzameling van meningen en houdingen' – over zowel Amerika als over een Nederlandse identiteit of identiteiten gereconstrueerd kan worden.<sup>73</sup>

Kranten zijn niet alleen geschikt om de publieke opinie uit te distilleren, voorts kan – en dit is de derde grond om kranten als bron te nemen – aan de hand van de dagbladpers vastgesteld worden hoe stabiel en eenvormig Amerikaanse beelden waren. In de secundaire literatuur is hier discussie over. Een groep auteurs stelt dat er een *longue durée* van Amerikaanse beelden bestond: beelden waren ten minste generaties lang in omloop.<sup>74</sup> In de praktijk waren deze meestal negatief. Anderen betogen daarentegen dat Amerikaanse beelden veranderlijk waren en niet eenduidig maar ambivalent.<sup>75</sup> Op basis van een analyse van het uitgebreide en diverse digitale krantencorpus stel ik in deze studie vast welke van de twee beweringen opgaat voor Nederlandse krantendebatten over media. Dit is van

belang omdat eventuele veranderingen in de manier waarop kranten Amerika presenteerden inzicht bieden in de historische constructie van identiteit.

Een vierde pluspunt van kranten is dat zij serieel van aard zijn. Doordat ze dagelijks uitkomen en afzonderlijke krantentitels vaak minstens decennia bestonden, is beeldvorming systematisch door de tijd heen te volgen.<sup>76</sup> Dit maakt het mogelijk Amerikaanse beelden en de stabiliteit daarvan over een langere periode te onderzoeken.<sup>77</sup>

De vijfde reden om kranten als bron te gebruiken, is dat zij meer bieden dan louter het elitediscours over Amerika en media, waarop bestaande studies dikwijls gebaseerd zijn.<sup>78</sup> Tussen de elite en de 'gewone man' bestond een kloof in denkbeelden, zo beweren onderzoekers: de elite zou negatiever over Amerika zijn.<sup>79</sup> Hoewel niet ontkend kan worden dat journalisten, zeker in het begin van de twintigste eeuw, dikwijls zelf ook tot de elite behoorden, wisten zij dat zij voor een groot, relatief anoniem publiek schreven. Aangenomen mag worden dat zij hun artikelen hierop aanpasten.<sup>80</sup> Bovendien drongen geluiden van 'de gewone man' ook door in de krant, ten eerste via berichtgeving *over* hen, ten tweede via brieven en opiniestukken *van* en gesprekken *met* hen. Waar mogelijk besteed ik expliciet aandacht aan deze geluiden.

Tot slot ligt een voordeel besloten in het feit dat krantenkopij een gemedieerde nieuwsweergave is, een constructie die onder meer gestuurd wordt door de signatuur van een krant. Omdat de Nederlandse krantenmarkt als gevolg van de verzuiling tot in de jaren zestig sterk gesegmenteerd was, kan ik onderzoeken of en in welke mate berichtgeving van kranten van elkaar verschilde.<sup>81</sup> Als dit het geval was, liepen die verschillen dan langs levensbeschouwelijke lijnen?

Het gedigitaliseerde krantenarchief van de KB bevat ongeveer vijftien procent van alle verschenen krantennummers in de periode van 1618 tot 1995.<sup>82</sup> Het is onbekend hoeveel procent van de nummers die verschenen in de periode 1919 tot en met 1989 gedigitaliseerd is. Bij de keuze welke krantentitels in het gedigitaliseerde corpus op te nemen, heeft de KB zich laten adviseren door een wetenschappelijke commissie van (pers)historici. Daar 'de beschikbare titels [door deze commissie] zijn beoordeeld op de mate waarin ze een instrument én spiegel zijn van de samenleving op dat moment', zijn op basis van dit corpus uitspraken te doen over de publieke opinie.<sup>83</sup> Dit betekent dat de commissie er ook zorg voor gedragen heeft dat er regionale dagbladen opgenomen zijn in het corpus. Deze bronnen bleven bij traditioneel bronnenonderzoek vaak buiten beschouwing, terwijl ze een belangrijke plek in het perslandschap innamen.<sup>84</sup>

In de afzonderlijke hoofdstukken vermeld ik welke kranten uit het digitale krantencorpus ik per periode onderzocht heb.<sup>85</sup> Ik richt me op regionale en nationale dagbladen. De koloniale pers die deel uitmaakt van het door de KB gedigitaliseerde corpus valt buiten het bereik van dit onderzoek. Zij had namelijk, om met historicus Gerard Termorshuizen te spreken, een 'geheel eigen



karakter', dat onvergelykbaar is met dat van dagbladen in het continentale Nederland.<sup>86</sup>

Om het publieke debat rondom media in kaart te brengen, val ik in dit onderzoek hoofdzakelijk terug op krantenartikelen. Advertenties zijn daar minder geschikt voor, zo ben ik met historicus Daniel Pope eens, omdat ze niet 'readily proclaim their intent or display the social and cultural context of their creation'.<sup>87</sup> Hoewel adverteerders niet in een vacuüm opereren en hun verkoopboodschap laten aansluiten op bestaande waarden en houdingen van het publiek, trachten advertenties eerder behoeftes aan te wakkeren dan omstandigheden te reflecteren.<sup>88</sup> Ik onderzoek advertenties louter in het hoofdstuk over de draagbare radio, teneinde bevindingen af te zetten tegen de 'werkelijkheid', zoals de prijzen van toestellen – waar in tegenstelling tot het cinema- en tv-landschap weinig over bekend is.

# 1. 'MEKKA VAN HET MODERNISME.' CINEMA, AMERIKA EN MODERNISERING, 1919-1939

In 1929 maakte een Nederlands krantenartikel gewag van de populariteit van steden op basis van het aantal keren dat ze in – niet nader genoemde – dagbladen van over de hele wereld vermeld werden. De top drie bestond uit de wereldsteden New York, Londen en Parijs. Op plaats vier volgde zeer verrassend Hollywood, volgens het bericht 'feitelijk (...) niet meer dan een buitenwijk van Los Angeles, zoiets als Watergraafsmeer van Amsterdam'.<sup>1</sup> Het bericht is een mooie vingerwijzing naar het belang dat Hollywood, het hart en symbool van de Amerikaanse filmindustrie, in het interbellum wereldwijd innam. De aldaar geproduceerde films genoten toen een zo immense populariteit op de wereldfilmmarkt dat onderzoekers wel beweren dat inwoners van veel landen, Amerikanen voorop, 'Hollywoodized' ofwel in de ban van de Amerikaanse filmindustrie raakten.<sup>2</sup> De uitstraling reikte tot aan Nederland. Zo noemde een journalist Hollywood 'het Amerikaansche wereldcentrum van de film'.<sup>3</sup>

In dit hoofdstuk onderzoek ik denkbeelden over Amerika, modernisering en identiteit in het publieke debat over Hollywood en – meer algemeen – cinema. Ik geef het begrip 'cinema' een brede invulling: het omvat niet alleen films, maar het hele bioscoop*bedrijf*, met inbegrip van zaken als reclame en bioscoopgebouwen.

De onderzoeksperiode loopt van 1919 tot en met 1939. Vanaf 1919 had de film 'een vaste plaats in de moderne Nederlandse maatschappij' verworven en steeg het bioscoopbezoek gestaag.<sup>4</sup> Het digitale krantenarchief leert dat vanaf dat jaar het aantal artikelen over cinema snel steeg.<sup>5</sup> Het jaar 1939 heb ik gekozen omdat de Tweede Wereldoorlog niet alleen het aantal artikelen over deze zaken alsmede het bioscoopbezoek deed teruglopen, maar er voorts toe leidde dat censuur toegepast werd en kranten derhalve niet vergelijkbaar zijn met die uit de periode ervoor.

In de secundaire literatuur is betoogd dat tijdgenoten cinema met zowel Amerika als met modernisering associeerden. De associatie met Amerika was niet vreemd, aangezien de in Nederland in het interbellum vertoonde films voor een groot deel uit de Verenigde Staten kwamen.<sup>6</sup> Film werd gedurende de jaren twintig en dertig daardoor 'meer en meer synoniem met Amerika'.<sup>7</sup> Interessant is dat tijdgenoten niet alleen film en Amerika, maar ook Hollywood en Amerika aan elkaar koppelden. Hollywood veranderde in het interbellum volgens meerdere auteurs bijkans in een *pars pro toto* voor Amerika.<sup>8</sup> Daar Nederlanders zich massaal overgaven aan 'de droomwereld van Hollywood', kon Amerika ook in Nederland een centraal referentiepunt worden in het vertoog over cinema.<sup>9</sup>

Nederlanders ontwaarden volgens bestaand onderzoek inzake meerdere thema's een verband tussen Amerika en cinema. Er werd strijd geleverd om film als kunst aanvaard te krijgen. In deze strijd presenteerden filmesthieten Amerika en Amerikaanse films als schrikbeeld.<sup>10</sup> Ook vanuit de zuilen kwam verzet tegen Amerikaanse films, al lag hieraan een andere, morele reden ten grondslag. De vrees was dat film zou leiden tot een commercialisering van de cultuur, die als typisch Amerikaans gepresenteerd werd.<sup>11</sup> De Verenigde Staten waren ook op andere gebieden een positieve of negatieve referentie zijn, bijvoorbeeld met betrekking tot het maken van reclame. Zo gebruikten bioscoopdirecteuren Amerikaanse methoden om publiek naar films te trekken. Hierbij kan gedacht worden aan het uitgeven van speciaal publiciteitsmateriaal, zoals boekjes over filmsterren.<sup>12</sup> Voorts is vastgesteld dat Amerika een voorbeeldrol vervulde met betrekking tot de naamgeving van bioscopen en eind jaren twintig de weg wees aangaande de transitie van stille naar geluidsfilm.<sup>13</sup>

De secundaire literatuur suggereert tevens dat film in het interbellum bij uitstek een modern medium was, en door tijdgenoten ook als zodanig gepercipiëerd werd – ook al had de eerste filmvertoning in Nederland al in 1896 plaatsgevonden en bestond film dus al enige tijd.<sup>14</sup> Filmwetenschapper Ansjie van Beusekom betoogt in haar proefschrift dat tijdgenoten film en bioscoop aan modernisering koppelden. Vanaf de begindagen van de stijgende populariteit van film vertegenwoordigden film en bioscoop volgens Nederlanders als geen ander instituut negatieve moderne ontwikkelingen zoals commercialisering, democratisering en fragmentatie. Ze zouden zedenbederf en vervlakking in de hand werken. Volgens Van Beusekom associeerde men die moderne ontwikkelingen in belangrijke mate met Amerika: 'Film en bioscoop stonden voor moderniteit, gekenmerkt door "Amerikanisme", democratie, nivellering, mechanisering, standaardisering en massificatie, die afhankelijk van de invalshoek van de beschouwer negatief of positief gewaardeerd werden.'<sup>15</sup> Van Beusekom postuleert dus dat film en bioscoop niet alleen symbool voor Amerika, maar ook voor haar definitie van modernisering stond. Ook andere auteurs beweren dat modernisering, al dan niet gekoppeld aan Amerika, in het middelpunt van de belangstelling stond in het Nederlandse publieke debat in het interbellum – waarover meer in paragraaf 1.1.

Gezien het oogmerk van dit boek schieten de meeste van de aangehaalde onderzoeken in twee opzichten tekort. Ten eerste vormt de beeldvorming over Amerika meestal slechts een 'bijproduct', waardoor zij maar geringe aandacht krijgt.<sup>16</sup> Ten tweede vallen ze vaak terug op een elitediscours, al dan niet aangevuld met een steekproef van krantenberichten.<sup>17</sup> Intellectuelen drukken daardoor een zwaar stempel op het onderzoek naar cinema, en bijgevolg ook op het onderzochte Amerikabeeld – terwijl veel publicaties waarin zij hun meningen ventileerden slechts een gering bereik hadden. Het gedigitaliseerd krantencorpus maakt het mogelijk te onderzoeken hoe Nederlanders Amerika aan cinema koppelden in het *publieke* discours.<sup>18</sup>

Het bronnencorpus dat op enigerlei wijze over cinema gaat is te immens om in zijn geheel aan een analyse te onderwerpen. Het gaat om honderdduizenden artikelen. Derhalve splits ik het onderzoekthema op in verschillende casussen: berichtgeving over filmsterverering, cinemapubliciteit en bioscooppaleizen. Ik ben tot deze keuze gekomen na het doornemen van relevante secundaire literatuur en, belangrijker, na een exploratieve analyse van enkele duizenden artikelen die over cinema gingen. Uit die analyse leid ik af dat filmrecensies – die in bestaand filmhistorisch onderzoek dikwijls een centrale plaats innemen – minder geschikt bronnenmateriaal zijn. Ze gingen namelijk niet vaak over Amerika, althans niet op een manier die inzichtelijk maakt hoe journalisten over Amerikaans gedrag, Amerikaanse cultuur of ‘de’ Amerikanen berichtten. Deze bevinding sluit aan bij de suggestie van enkele onderzoekers dat juist krantenartikelen die niet per se over specifieke films berichtten inzicht kunnen bieden in prevalentie Amerikaanse beelden. Immers, de nadruk in berichtgeving over cinema kwam in het interbellum steeds meer te liggen op divers filmnieuws – waaronder de sociaal-maatschappelijke context van alles wat met cinematografie te maken had.<sup>19</sup> Juist het schetsen van deze sociaal-maatschappelijk context, ofwel het *Umfeld* van de film, bood journalisten de kans een beeld van Amerika over het voetlicht te brengen.<sup>20</sup> Deze context – in de eerste plaats Nederlandse denkbelden over Amerika, modernisering en de eigen identiteit – kwam ruimschoots naar voren in de berichtgeving over de drie thema’s die ik in dit hoofdstuk aan de orde stel.

Voorafgaand aan de uitwerking van de casussen zet ik in paragraaf 1.1 enkele kerncijfers over het Nederlandse filmbedrijf uiteen, zoals het aantal bioscoopbezoekers per jaar. Deze paragraaf is gebaseerd op bestaande literatuur. Daarnaast sta ik stil bij enkele gebeurtenissen die mogelijk invloed hadden op het discours over cinema, zoals de Bioscoopwet van 1926. Deze cijfers en gebeurtenissen vormen de achtergrond waartegen trends en veranderingen in de Nederlandse beeldvorming over Amerika in de gekozen cinemadebatten geplaatst kunnen worden. Daarnaast boekstaaf ik het beeld dat historici en andere onderzoekers schetsen van de Nederlandse verzuilde samenleving, in het bijzonder de Nederlandse mentaliteit en reacties op modernisering. Dit beeld kan de reacties op cinema helpen verklaren. Ook ga ik in op de verzuiling, een typisch kenmerk van de toentijdse Nederlandse maatschappij, de invloed van deze verzuiling op het krantenlandschap en het belang van kranten als nieuwsvoorzieners.

De krantenartikelen die ik voor dit hoofdstuk geanalyseerd heb, zijn afkomstig uit de vierentwintig door de KB in haar corpus opgenomen kranten die in het interbellum verschenen. Dat wil zeggen dat zij alle ten minste enige aandacht aan de door mij geselecteerde casussen besteedden. De kranten met politiek-neutrale signatuur zijn in alfabetische volgorde *De Gooi- en Eemlander*, *De Graafschap-bode*, *De Telegraaf*, het *Leeuwarder Nieuwsblad*, het *Nieuwsblad van Friesland*, het *Nieuwsblad van het Noorden* en het *Rotterdamsch Nieuwsblad*. De liberale

dagbladen zijn het *Algemeen Handelsblad*, *Het Vaderland*, de *Middelburgsche Courant* en de *Nieuwe Rotterdamse Courant*. De katholieke dagbladpers wordt vertegenwoordigd door *De Tijd*, *Het Centrum*, de *Limburger Koerier*, het *Limburgsch Dagblad*, de *Nieuwe Tilburgsche Courant* en de *Tilburgsche Courant* (die in 1931 opging in de *Nieuwe Tilburgsche Courant*); de protestants-christelijke door *De Banier*. *Het Volk* en *Voorwaarts* waren socialistisch, *De Tribune* communistisch en het *Utrechts Volksblad* noemde zich sociaal-democratisch. De *Leeuwarder Courant* was neutraal-liberaal en het *Nieuw Israelietisch Weekblad* tot slot richtte zich op de joods-Nederlandse gemeenschap.<sup>21</sup>

Dagbladen besteedden in verschillende mate aandacht aan de thema's die in dit hoofdstuk centraal staan. Het *Algemeen Handelsblad* is bijvoorbeeld oververtegenwoordigd in het corpus, omdat het meer en vroeger interesse in cinema had dan andere kranten.<sup>22</sup> Het enige gedigitaliseerde protestante dagblad dat in het interbellum verscheen, het reformatorische *De Banier*, berichtte daarentegen relatief weinig over cinema. Deze bevinding is in lijn met de secundaire literatuur, waarin vastgesteld is dat men film in protestantse kringen beschouwde als kwalijk tijdsverschijnsel.<sup>23</sup>

In dit hoofdstuk onderzoek ik louter krantenartikelen, advertenties vallen buiten het bereik. Cinema-advertenties bieden namelijk niet zozeer inzicht in beeldvorming over Amerika, als wel in hoe 'Amerika', gerepresenteerd door Amerikaanse filmstudio's en de door hen opgetuigde publiciteitsindustrie, *zich-zelf* presenteerde. Dit betekent overigens niet dat advertenties niet ook – in geringe mate – invloed uitoefenden op berichtgeving. Dit blijkt bijvoorbeeld uit paragraaf 1.3, waarin ik beschrijf hoe journalisten reflecteerden op publiciteit, waaronder ook advertenties.

## 1.1 De Nederlandse filmmarkt en de verzuilde samenleving

De stijgende populariteit van film onder de Nederlandse bevolking in het interbellum kwam op meerdere manieren tot uiting. Het aantal verkochte bioscoopkaartjes maakte bijna een verdubbeling door, van 21 miljoen kaartjes in 1919 tot ruim veertig miljoen in 1939. Ook het aantal bioscopen groeide rap.<sup>24</sup>

Deze groeiende populariteit baarde gezagsdragers zorgen: ging er maatschappelijk gevaar uit van films en bioscopen? Het zogenoemde 'bioscoopvraagstuk' waarin deze zorgen uitmondde, leidde tot een discussie over de noodzaak om een filmkeuring in te voeren.<sup>25</sup> In 1918 stelde de regering een commissie in 'ter bestrijding van het zedelijk en maatschappelijk gevaar aan bioscoopvoorstellingen verboden'. Zij concludeerde in 1920 dat er inderdaad zoiets bestond als een 'bioscoopkwaad'.<sup>26</sup> Na veel politiek geharrewar over hoe de hierop in te voeren filmkeuring eruit zou moeten zien, nam de Tweede Ka-

mer in 1926 de Bioscoopwet aan. Er kwam een Centrale Filmkeuring. De wet liet gemeenten daarnaast de ruimte eigen keuringen in te stellen, die strenger mochten zijn dan de landelijke.<sup>27</sup>

De gekeurde films kwamen uit alle windstreken. Nederland kende in tegenstelling tot veel andere landen namelijk geen quotum-wetten die restricties aan de import van films stelden.<sup>28</sup> Hoewel precieze cijfers voor de eerste tien jaar van het interbellum ontbreken, is in de secundaire literatuur gesteld dat Amerikaanse films na de Eerste Wereldoorlog dominant werden op de Nederlandse markt.<sup>29</sup> Vanaf 1929 zijn er cijfers beschikbaar, die onderstrepen dat de meeste films die Nederlandse bioscopen vertoonden uit de Verenigde Staten afkomstig waren. Elk jaar namen de Verenigde Staten ten minste veertig procent van de totale filmproductie in meters voor hun rekening, meer dan de productie uit Duitsland, Nederland en Frankrijk.<sup>30</sup> De centrale commissie voor de filmkeuring stelde in 1939 op basis van deze cijfers vast dat Amerika een ‘oppermachtige positie’ had.<sup>31</sup> Kranten wijdden regelmatig artikelen aan de bevindingen van deze commissie, waardoor lezers op de hoogte konden zijn van de dominantie van de Amerikaanse filmindustrie op de Nederlandse filmmarkt.<sup>32</sup> Het was deze dominantie die er volgens onderzoekers toe leidde dat Amerikaanse films ook *invloed* hadden op de Nederlandse maatschappij – al beweren zij tegelijkertijd dat het onmogelijk is om deze invloed precies vast te stellen.<sup>33</sup>

## Het elitediscours over cinema en de overgang naar geluidsfilms

In de analyse van het vertoog over cinema in het interbellum is zoals opgemerkt hoofdzakelijk onderzoek gedaan naar het elitediscours.<sup>34</sup> Hierbinnen heeft de in juni 1927 door intellectuelen opgerichte Nederlandse Filmliga zich in bijzondere belangstelling mogen verheugen.<sup>35</sup> De organisatie werd opgezet vanwege de vrees dat het jonge medium film ‘vermorzeld dreigde te raken tussen de raderen van de dollarmachinerie en de bekrompenheid van bestuurders en politici’.<sup>36</sup> De preoccupatie met Amerika die uit de term ‘dollarmachine’ bleek, kwam ook naar voren in het *Filmliga Manifest*, dat de maand voor de oprichting gepubliceerd werd. Een paar van de eerste zinnen luiden:

Het gaat om de film. Eens op de honderd keer zien wij: de film. Voor de rest zien wij: bioscoop. De kudde, het commercieele regime, Amerika, Kitsch.<sup>37</sup>

De Filmliga uitte met andere woorden angst voor de homogeniserende werking van film.

Ook intellectuelen die niet noodzakelijkerwijs overtuigd waren van de mogelijkheden van film als kunst, waarvan historicus Johan Huizinga een prominent voorbeeld is, richtten hun pijlen in beschouwingen over het moderne