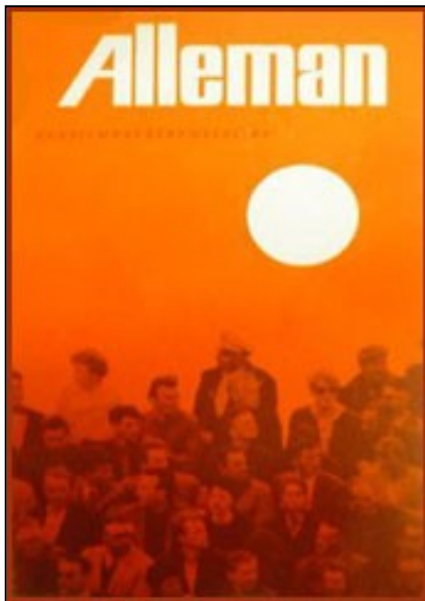


Ontwikkeling van de vrijetijdscultuur in Nederland:

Alleman en Pretpark Nederland ontrafeld



Master Film- en Televisiewetenschap, Universiteit Utrecht

Manon van Eijk (3628418)

Studiejaar 2010-2011, Periode 4

Augustus 2011

Scriptiebegeleider: Dr. R.H. Leurs

Docent: Dr. V.C.A. Crone

Thema: Nederlandse identiteit en vrijetijdscultuur

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Hoofdstuk 1: Inleiding genre documentaire	5
Hoofdstuk 2: Ideologische analyse <i>Alleman</i>	7
Hoofdstuk 3: Ideologische analyse <i>Pretpark Nederland</i>	15
Hoofdstuk 4: Contextuele analyse: ontwikkeling vrijetijdscultuur 1963 en 2006	24
Hoofdstuk 5: Contextuele analyse: Bert Haanstra in 1963 en Michiel van Erp in 2006	30
Conclusie	34
Bibliografie	36

Inleiding

Vanaf januari tot april 2011 heb ik met veel plezier als stagiaire gewerkt bij het productiebedrijf De Familie van Michiel van Erp en Monique Busman. Tijdens deze periode heb ik nagedacht over een scriptieonderwerp dat in het verlengde van mijn stage zou liggen. De film *Pretpark Nederland* (Van Erp, 2006) trok mijn nieuwsgierigheid door de manier waarop de Nederlandse vermaakcultuur in beeld wordt gebracht.¹

In mijn functie als stagiaire had ik toegang tot informatie over de productie van deze film. Ik ontdekte dat er vaak een parallel werd getrokken met de film *Alleman* (Haanstra, 1963).² Haanstra schetst in deze film een portret van de Nederlandse identiteit anno 1963. Jos van der Burg schrijft in *Het Parool* over Michiel van Erp "Nederland heeft een nieuwe Bert Haanstra".³ Beide films bevatten een ideologisch beeld over de Nederlandse cultuur zoals de makers deze hebben willen portretteren in een bepaald tijdsbeeld.

Tijdens mijn studie merkte ik dat mijn interesse uitging naar de Nederlandse cultuur en identiteit. Binnen het filmgenre heeft het genre documentaire altijd mijn voorkeur gehad. Deze voorkeuren komen samen in dit onderzoek. Ik vergelijk de twee films met elkaar omdat ze allebei een beeld geven over de vrijetijdscultuur in Nederland.

De onderzoeksvraag luidt:

Op welke manier wordt de Nederlandse vrijetijdscultuur gerepresenteerd in de films *Alleman* (Haanstra, 1963) en *Pretpark Nederland* (Van Erp, 2006) en wat zegt dit over de ontwikkeling van de beeldvorming van de Nederlandse vrijetijdscultuur?

Het eerste deel van het onderzoek bevat een inhoudelijke analyse van *Alleman* en *Pretpark Nederland*. Aan de hand van een ideologische analyse worden systematische betekenissen en tegenstellingen ontrafeld. Als theoretisch vertrekpunt is gekozen voor het artikel *Ideological Analysis* van Mimi White.⁴ Er wordt gelet op de vorm (camera, montage, muziek) maar ook op de stijl en de ideologie van de filmmaker. Een ander theoretisch vertrekpunt is afkomstig uit de Frankfurter Schule, waar Max Horkheimer en Theodor Adorno de term "cultuurindustrie" introduceerden. Volgens hen was winst genereren een belangrijke drijfveer van het kapitalisme en ontstond er een passieve en gedachteloze consumptiemaatschappij.⁵ Ik constateer overeenkomsten met de visie van Michiel van Erp op de "vermaakindustrie" in *Pretpark Nederland*.

De theorieën worden niet benoemd in een apart hoofdstuk maar worden verweven tussen de teksten door. De contentanalyse wordt aangevuld met een interview met Michiel van Erp over

¹ *Pretpark Nederland*. Reg. Michiel van Erp, Scen. Michiel van Erp, Cam. Mark van Aller. A-films, 2006.

² *Alleman*. Reg. Bert Haanstra, Scen. Simon Carmiggelt, Cam. Bert Haanstra. Haanstra & Haanstra Producties, 1963.

³ Van der Burg, Jos. "Het leven is één groot pretpark." *Het Parool*, 18 oktober 2006.

⁴ White, Mimi. "Ideological analysis and television" in: *Channels of Discourse, Reassembled*. London: Routledge, 1999.

⁵ Storey, John. *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*. Edinburgh: Pearson Education Limited, 2006.

Pretpark Nederland. Met behulp van de analyse wordt de relatie tussen de tekst op microniveau en de context op macroniveau inzichtelijk.

Het tweede deel van het onderzoek bevat een contextuele analyse van de tijd waarin de films gemaakt zijn. *Alleman* is uitgebracht in 1963. Nederland werd gekenmerkt door verzuiling en modernisering. Een dagje weg in eigen land was toentertijd een hele belevenis. *Pretpark Nederland* is in 2006 uitgebracht, een tijd waarin volop werd gerecreëerd. Met behulp van deze contextuele analyse schets is een ontwikkeling van de vrijetijdscultuur zoals deze wordt gerepresenteerd in *Alleman* en *Pretpark Nederland*.

De relevantie van mijn scriptieonderzoek is inzicht geven in de visies van Haanstra en Van Erp op de vrijetijdscultuur in Nederland. Ik breng de ideologieën van de regisseurs in kaart en plaats de films in de tijd waarin ze zijn gemaakt. Aan de hand van de ideologische en de contextuele analyse geef ik in de conclusie antwoord op de onderzoeksvraag.

Manon van Eijk, juli 2011.

Hoofdstuk 1: Inleiding genre documentaire

Het genre documentaire kent zijn oorsprong in de vroege filmgeschiedenis. De eerste korte documentairefilms staan bekend als films waarin het realisme hoogtij vierde. De werkelijkheid werd geregistreerd zonder dramatische opbouw. De Engelse pionier Robert Flaherty gebruikte de camera om beelden vast te leggen die voor het menselijk oog moeilijk waarneembaar waren. Flaherty's *Nanook of the North* (1922) wordt gezien als de eerste documentairefilm ooit gemaakt.⁶

Na de introductie van televisie in 1951 bleek het genre ook geschikt voor dit medium. Documentaire bevat namelijk televisuele elementen zoals dramatische narratieve verhaallijnen. Daarnaast is het een vorm die verwant is aan de journalistieke vorm van documentaireverslaggeving op televisie.

In de jaren vijftig en zestig ontstaan, mede dankzij technologische ontwikkelingen, nieuwe documentairevormen zoals het Franse *cinéma vérité* en het Amerikaanse *direct cinema*. Ook deze stromingen zijn realistisch van karakter; ze kennen een waarheidsgetrouwe vorm en meer diepgang dan het medium televisie. Eind jaren negentig ontstaan hybride varianten zoals docusoaps en docudrama's op televisie door de groeiende populariteit van *reality* televisie.⁷

Nederland staat internationaal bekend om haar succesvolle documentaires en regisseurs. Vooral na de oorlog lagen de productiekosten van een documentairefilm ten opzichte van een speelfilm veel lager. Documentaires duurden in de regel korter dan speelfilms en daardoor waren de productiekosten minder hoog. Daarnaast stimuleerde de Nederlandse overheid de regisseurs omdat het documentaire genre een belangrijke rol als 'culturele vertegenwoordiger' vertolkte. Documentairefilm werd onderdeel van een Nederlandse traditie.⁸ Belangrijke documentaristen waren Joris Ivens, Mannus Franken, Max de Haas en Jan Hin. Ivens verwierf internationale faam met zijn documentaires *De Brug* (1927) en *Regen* (1929). Bert Haanstra behoorde tot de generatie die hierop volgde en ontving in 1959 een Oscar voor de film *Glas* (1958), een korte film over een glasfabriek in Leerdam.

Haanstra werd gezien als een belangrijke vertegenwoordiger van de Hollandse Documentaire School. Deze term slaat vooral op de vorm: het zijn films met veel nadruk op montage, zorgvuldig gecomponeerd beeld en geluid, dramatische opnamehoeken en een lyrisch ritme. Geportretteerde mensen zijn geen individuen maar verbeelden archetypen zoals de arbeider of de zeeman. De korte documentaires draaiden destijds in de bioscoop en hun regisseurs vielen internationaal in de prijzen in de jaren vijftig en zestig.⁹

Michiel van Erp werd populair bij het grote publiek met de televisie documentairereeks *Lang Leve* (VARA, 1996-2003). Hij kreeg voor *Lang Leve* een eervolle vermelding van de Nipkov-jury en won prijzen op buitenlandse filmfestivals. Zijn lange documentaire *Vergeet mij niet*, over het leven na

⁶ IMDb: "Robert Flaherty" www.imdb.com/name/nm0280904/, 23 juni 2011.

⁷ Comer, John. *The television genre book*. London: British Film Institute, 2001. p. 124-125.

⁸ Hofstede, Bart. *Nederlandse cinema wereldwijd*. Amsterdam: Boekmanstudies, 2000. p. 72-73.

⁹ Driessen, Kees. *Canon van de Nederlandse Film*. Utrecht: Stichting Nederlands Film Festival, 2007. www.filmfestival.nl/Assets/Uploads/Documents/canon.pdf, 23 juni 2011.

de Zangeres Zonder Naam, werd genomineerd voor een Gouden Kalf.¹⁰ Van Erp richt zich tegenwoordig meer op langere speelfilms die ook in de bioscoop worden gedraaid. Het medium televisie is volgens hem veranderd en kent een vluchtig karakter; kijkers zappen sneller weg. Film daarentegen is volgens Van Erp minder vergankelijk van aard en biedt hem de mogelijkheid om zich als filmmaker te ontwikkelen.¹¹

Een toonaangevend festival voor het documentaire genre is het jaarlijkse International Documentary Festival Amsterdam (IDFA). Het festival is in 1988 opgericht om de documentairecultuur nationaal en internationaal te stimuleren. Het festival vertolkt een belangrijke rol binnen het internationale cultuurlandschap en trekt meer dan 180.000 bezoekers per jaar.¹²

Sinds het ontstaan van documentaire heeft het genre zich breed ontwikkeld. Er is veel geëxperimenteerd door cineasten en zodoende zijn er verschillende vertelvormen ontstaan. Maarten Reesink haalt in *Inleiding Televisiestudies* Bill Nichols aan die vijf verschillende vormen van het genre onderscheidt: *expository mode*, *observational mode*, *interactive mode*, *reflexive mode* en *performative mode*.

De categorieën zijn in chronologische volgorde ontstaan. In de *expository mode* wordt het verhaal op lineaire wijze verteld door de *voice-over*. De film opent met een probleemstelling en eindigt met het antwoord op de vraag. De beelden zijn illustratief van aard. Bij de *observational mode* is de alwetende verteller afwezig en spreken de beelden voor zich. De camera registreert als een *fly-on-the-wall*; er wordt enkel geobserveerd zonder enig invloed uit te oefenen. Bij de *interactive mode* zijn de rollen van de camera en filmer zichtbaar als onderdeel van de vastgelegde realiteit en er vindt interactie plaats met de personen in de film. Bij de *reflexive mode* is de relatie tussen camera en de vastgelegde gebeurtenissen het uitgangspunt voor de verbeelding van de realiteit als onderwerp van de documentaire. De laatste vorm, de *performative mode*, lijkt op de reflexieve vorm maar gaat verder in het spel met visuele stijlvormen. In deze vorm dient elke verwijzing naar de werkelijkheid buiten de tekst als ondergeschikt aan het beeldenspel zelf.¹³

Nichols richt zich voornamelijk op de verschillende vertelvormen die sinds het ontstaan van het genre zijn ontwikkeld. Door de jaren heen heeft het genre een grote ontwikkeling doorgemaakt op het gebied van vertelvormen. De vertelvorm van de film staat ook in relatie met de ideologie van de filmmaker. Mimi White stelt in haar betoog dat de ideologische betekenis van een tekst verborgen zit in narratieve, visuele en generieke structuren.¹⁴

De theorie van White wordt gebruikt om de ideologieën in *Alleman* en *Pretpark Nederland* te ontrafelen. Nichols theorie heeft in dit onderzoek een aanvullend karakter en plaatst de films in een tijdsbeeld dat karakteriserend is voor het genre documentaire.

¹⁰ Groen, Sander. "Lang leve Michiel van Erp." in: Squeeze, juni 2003. www.mugmetdegoudentand.nl/mugweb/michelinsqueeze.html, 24 juni 2011.

¹¹ Radioprogramma "De Avonden" Presentatie: Lotje Ijzermans, VPRO Radio 6, 8 juli 2010. avonden.radio6.nl/tag/michiel-van-erp/, 24 juni 2011.

¹² IDFA: "Over IDFA" www.idfa.nl/nl/overidfa.aspx, 22 juni 2011.

¹³ Reesink, Maarten en Joke Hermes. *Inleiding televisiestudies*. Amsterdam: Boom, 2003. p.220-221.

¹⁴ White 1999: p. 173.

Hoofdstuk 2: Ideologische analyse *Alleman*

In dit hoofdstuk wordt *Alleman* geanalyseerd met behulp van een ideologische analyse. Als uitgangspunt is de methode van Mimi White gehanteerd. In *Ideological Analysis and Television* gaat White dieper in op het belang van een ideologische analyse en past deze toe op de Amerikaanse komedieserie *Webster*. Hoewel *Alleman* geen televisieserie betreft, is de analyse toch toepasbaar op het genre documentaire. White stelt namelijk dat haar benadering niet gelimiteerd is tot dramatische narratieve programma's maar ook toepasbaar op spelshows, nieuwsuitzendingen, documentaires, sportprogramma's en andere genres.

Een ideologische analyse focust zich op de systematische betekenissen en tegenstellingen die worden gerepresenteerd in een tekst. Een ideologie is "an collection of ideas and ideals" die als 'vanzelfsprekend' overkomt en daarom impliciet in de tekst aanwezig is. Volgens White zijn narratieve lijnen, personages, het plot en het publiek belangrijke onderdelen van de ideologische analyse. Volgens haar kun je middels een ideologische analyse de machtsrelaties ontrafelen en de relatie tussen de tekst op microniveau en de context op macroniveau benoemen.¹⁵

Ontstaan

De film *Zoo* (Haanstra, 1962) vormde de basis qua filmtechniek voor *Alleman*. *Zoo* schetste een portret van de bezoekers en de dieren in Artis. Haanstra heeft voor deze film zestig dagen gefilmd met de verborgen camera techniek in de dierentuin. Op humoristische wijze worden de overeenkomsten tussen mens en dier vermakelijk in beeld gebracht in een film van slechts tien minuten. Het beeld wordt ondersteund door jazzmuziek van Pim Jacobs.

Na de goede ervaring met *Zoo* ontstond het idee van Haanstra en scenarioschrijver Jan Blokker om een lange documentaire te maken met de verborgen camera. De titel van de synopsis die Haanstra samen met Jan Blokker schreef, luidde: "Zo is het volk van Nederland". In tegenstelling tot andere verborgen camera films moest deze film niet het extreme maar juist het 'alledaagse' laten zien.

Het Productiefonds voor Nederlandse Films stelde 200.000 gulden beschikbaar voor de film die eerst "Jan en alleman" en uiteindelijk *Alleman* ging heten.¹⁶ De samenwerking met Jan Blokker bleek van korte duur; Blokker en Haanstra konden het niet eens worden over de inhoud van de film.

Het eerste weekend na de première trok de film al ruim 300.000 bezoekers en het totale bezoekersaantal zou de 1,6 miljoen overstijgen. Voor een non-fictiefilm is dit een ongekend hoog aantal.¹⁷

Narratief

Alleman is in 1963 uitgekomen en vertelt het verhaal van Nederland in 1963. De film opent met shots van het Nederlands landschap. Simon Carmiggelt functioneert als voice-over en geeft commentaar bij de beelden. Uitgaande van de theorie van Nichols heeft de film een klassieke vertelvorm; de

¹⁵ White 1999: p.172-197.

¹⁶ Schoots, Hans. *Bert Haanstra. Filmer van Nederland*. Amsterdam: Mets & Schilt, 2009. p.156.

¹⁷ Schoots 2009: p.165.

expository mode. Er is sprake van een lineaire vertelwijze en de rol van alwetende verteller wordt vertolkt door Carmiggelt. Het verhaal kent een begin met een probleemstelling en eindigt met een antwoord op het probleem. Mimi White meent ook dat een tekst gekenmerkt wordt door traditionele narratieve plotstructuren en conventionele manieren van visuele representatie. Deze functioneren om sociale spanningen en tegenstrijdigheden te naturaliseren. De kijker wordt gerust gesteld omdat de film een *happy end* heeft.¹⁸

In een televisie-interview uit 1962 vertelt Haanstra dat *Alleman* geen scenario heeft. “Het is een film zonder verhaal. Het is een visie op mensen, een observering van mensen.” Dit is typerend voor het genre *cinema vérité* waarbij zonder vooraf samengesteld draaiboek werd gewerkt en de film pas aan de montagetafel tot stand komt.

De film opent met beelden van het Bevolkingsregister. Volgens Carmiggelt is het register de enige plek waar alle Nederlanders samen zijn en gelijkwaardig zijn aan elkaar. In het Bevolkingsregister bestaat namelijk geen onderscheid tussen individuen op bijvoorbeeld klasse of etnische achtergrond. De Nederlandse identiteit wordt benoemd in de vorm van eenheid in verscheidenheid; iedereen is verschillend maar wat hen bindt is de Nederlandse nationaliteit en gedeelde cultuur. Dit sluit ook aan bij de ideologie van Haanstra. Hij stelt in een televisie-interview dat de Nederlander niet in één hokje is te plaatsen. “Je kunt niet zeggen: ‘Nederlanders zijn typisch zo en zo’.”¹⁹

De film ondergaat een bepaalde levenscyclus in twee verhaallijnen. De eerste is de gehele levensloop van een Nederlander die begint bij de geboorte, opgroeit als kind, volwassen wordt en uiteindelijk sterft. De tweede verhaallijn betreft de daginvulling van de doorsnee Nederlander.



Afb. 1: Beeld van Hitler op het Waterlooplein.

Thema's die centraal staan, zijn de zondag, de avond, de winter, de eerste schooldag, de bruiloft, de regen, de herdenking, de sport en het strand. Het zijn voor de hand liggende thema's die herkenning opleverden bij het publiek in 1963.

De oorlog als thema heeft Haanstra op een bijzondere manier verwerkt in de film. Zo ensceneerde hij een scène waarbij een beeld van Hitler te koop staat bij een marktkoopman (afb.1). Passanten reageren lacherig of ongemakkelijk op het beeld. Hierna volgen *shots* van de jaarlijkse Dodenherdenking op de Dam in Amsterdam. Ook wordt de kijker geconfronteerd met heftige beelden van personen die tijdens de Tweede Wereldoorlog zijn omgekomen. Deze zijn in een snel tempo achter elkaar gemonteerd en creëren een dramatiserend effect op de kijker.²⁰ De sequentie schetst een beeld over de houding van Nederlanders ten opzichte van de Tweede Wereldoorlog. De

¹⁸ White 1999: p. 173.

¹⁹ Bonusmateriaal *Alleman* 1963.

²⁰ Carmiggelt, Simon. *Alleman. Een film van Bert Haanstra*. Amsterdam: De Bezige Bij, 1963.

mentaliteit van het Nederlandse volk wordt gekenmerkt door vastberadenheid en vertrouwen in de toekomst en de herinnering aan het gedeelde leed van de oorlog.

Moraal

Alleman is observerend van aard en geeft een kijk op de Nederlandse bevolking in 1963. De film gaat over alle Nederlanders, 'Jan en alleman' en iedere inwoner kan zich herkennen in de beelden. De film is voor een groot publiek gemaakt en identificatie van de kijker met de inhoud vindt plaats door de herkenbare thema's. White stelt in *Ideological Analysis* dat de kijker zich ook kan identificeren met de gerepresenteerde levensstijl omdat zij zich herkennen in de sociale en economische omgeving en gemiddelde levensstandaard.²¹ De recensies waren lovend: "Feest van herkenning voor elke Nederlander" en "U herkent in deze film iets van uzelf."²²

Identificatie met de kijker vindt alleen plaats met de Nederlandse kijker. *Alleman* steunt namelijk op Nederlandse karakteristieken en is dus op cultureel gebied verbonden aan Nederland. Anton Koolhaas schreef hierover in *Het bewogen oog*: "Het geheim van *Alleman* was dat de film nationale intimiteit vertoonde, wat alleen gerealiseerd kon worden door een kunstenaar met veel kennis van het land, zijn bewoners en hun geheimtaal." Het beeld van Nederland is vooral positief van karakter en humoristisch van aard. Schoots zegt hierover: "Nederlanders wilden gráág zijn zoals Haanstra zei dat ze waren. Een al dan niet latent bestaand gevoel over wat de Nederlandse identiteit was, stolde als het ware in *Alleman*." Hieruit blijkt dat de ideologie van de maker duidelijk naar voren komt. In *Elseviers Weekblad* schreef een verslaggever dat de regisseur met zijn "portret van ons allemaal ook zijn portret van zichzelf" had vervaardigd. "Voor wie hem kent is "*Alleman*" Bert Haanstra ten voeten uit."²³

De bekende Franse cineast en vriend van Haanstra, Jacques Tati, had voorgesteld om de film in Frankrijk uit te brengen. Echter Tati stond erop bepaalde scènes te verwijderen omdat deze voor de Franse kijker shockerend konden zijn. Haanstra weigerde de scènes te verwijderen en achtte de oorspronkelijkheid van de film belangrijker dan commerciële belangen. Ook hieruit blijkt dat de culturele gebondenheid van *Alleman* aan Nederland sterk aanwezig is.²⁴

Over Haanstra wordt vaak gezegd dat hij de Nederlander een spiegel voor hield. Na de filmpremière van *Spiegel van Holland* (1950) kwam de beroemde cineast Poedovkin met zijn kritiek op de film.²⁵ Hij verweet Haanstra dat de film te formalistisch was en dat er geen Nederlandse personen in voor kwamen. De titel *Spiegel van Holland* deed Poedovkin namelijk vermoeden dat er ook Nederlanders in werden afgebeeld. Haanstra vertelde dat hij zich nog in een experimentele fase bevond wat betreft monteren. Hij beloofde Poedovkin dat hij in een later stadium ook een film ging

²¹ White 1999: p. 175.

²² Schoots 2009: p. 161.

²³ Schoots 2009: p. 162.

²⁴ Carmiggelt et al., *Bert Haanstra: Het bewogen oog*. Utrecht: Uitgeverij Westers, 1983. p. 11-12.

²⁵ Carmiggelt et al., 1983: p.10.

maken waarin Nederlandse mensen de hoofdrol zouden spelen.²⁶ *Alleman* is de film geworden die de Nederlandse mensen anno 1963 weergeeft en waarin de Nederlander een spiegel krijgt voorgehouden.

De maatschappelijke boodschap in de film luidt dat de Nederlandse identiteit anno 1963 zijn kwaliteit ontleent aan eenheid in verscheidenheid. Volgens Carmiggelt is het Nederlandse volk verdeeld van aard, maar functioneert het goed binnen de verzuilde maatschappij. "We zijn het meest verdeelde volk ter wereld. Maar alles gaat hier goed, als we maar ons eigen bijzondere onderwijs hebben en onze eigen omroepzuil en als het even kan onze eigen voorkeur. Twaalf miljoen individualisten zijn we, maar wel erg verdraagzaam."²⁷

Schoots omschrijft de film als "karakteriserend voor een overgangperiode waarin vertrouwen in de verzuiling en individualisme de basis van de maatschappij vormden." Volgens hem bewoog Haanstra zich tussen modernisering en nostalgie in. *Alleman* schetst een beeld van de Nederlandse cultuur in transformatie. De modernisering wordt gelaten geaccepteerd door de bevolking maar men houdt ook vast aan rituelen zoals een bezoek aan de kerk op zondag. De naoorlogse gemeenschapszin heeft plaats gemaakt voor een meer individualistisch karakter.

Voice-over

De commentaarteksten bij de film zijn geschreven en ingesproken door Simon Carmiggelt. Hij was in die tijd een gewaardeerd schrijver en columnist en dankte zijn populariteit aan de column "Kronkel" in *Het Parool*. De columns werden door een groot publiek gelezen en werden jaarlijks in boekvorm uitgebracht. De inhoud van "Kronkel" betrof meestal observaties van kleine gebeurtenissen uit het alledaagse leven. Dezelfde invalshoek paste uitstekend bij *Alleman*, waar Carmiggelt op melancholische wijze met korte teksten de beelden kracht bij zet middels het gesproken woord.

Over zijn ervaring met *Alleman* schreef Carmiggelt dat hij in hoge mate dezelfde visie op Nederland had als Haanstra: "Daarom heb ik als tekstschrijver een zeer bescheiden rol in de totstandkoming van deze film gespeeld. Het was een van de prettigste werkjes, die ik in vele jaren heb mogen verrichten."²⁸ Haanstra is ook lovend over de werkwijze van Carmiggelt. In *Het uur van de Wolf* concludeert Haanstra dat er nooit meningsverschillen zijn geweest tijdens het productieproces en dat hun zienswijze overeen kwamen. Haanstra beweerde dat de medewerking van Carmiggelt in grote mate het succes van de film heeft bepaald.

²⁶ *Uur van de Wolf*. "Bert Haanstra" NPS, 27 oktober 1997. www.geschiedenis24.nl/speler.program.7044570.html.

²⁷ Schoots 2009: p. 163.

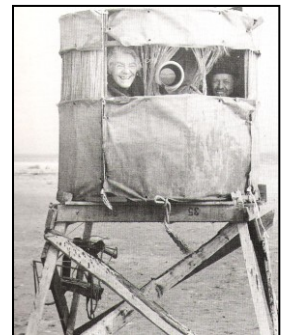
²⁸ Carmiggelt 1963: paginanummer ontbreekt.

Camera

Ruim anderhalf jaar lang trokken Bert Haanstra, regieassistent Kees Hin en cameraman Anton van Munster door Nederland om het land en de bewoners in beeld te brengen. Ongeveer veertig procent van de opnamen werd vanuit een Citroën DS-19 Break opgenomen met een verborgen camera. Deze camera werd verdekt opgesteld achter in de auto tussen een wasmachine en een oven. De rest werd openlijk gedraaid, meestal zonder dat de gefilmde mensen er erg in hadden. Een aantal scènes werd in scène gezet.²⁹

Vaste cameraman Anton van Munster schreef hierover in *Bert Haanstra. Het Bewogen Oog*: 'Dan komt ALLEMAN. Filmen zonder dat iemand het weet. Anderhalf jaar lang opgevouwen zittend in een strandtentje op de Scheveningse pier, in een bakfiets bedolven onder takken en bladeren in een Amsterdams park, in een stationcar tussen een constructie die van buiten aan de ene kant een fornuis annex bakoven is en aan de andere kant een wasautomaat.'³⁰ (afb. 2)

Haanstra vertelt in het tv-programma *Uur van de Wolf* dat de methode van de verborgen camera "eigenlijk heel gemeen is". Maar hij geeft aan dat het de enige methode is om mensen in hun werkelijke doen en laten te laten zien.³¹ De methode wordt voor het eerst toegepast bij *Zoo*. Het "betrappen van de werkelijkheid" was een belangrijk uitgangspunt voor Haanstra. Haanstra meent ook dat er "niets leukers is dan naar andere mensen kijken." De ideologie van de maker wordt gekenmerkt door het streven naar een waarheidsgetrouw beeld van Nederlanders in hun gewone doen en laten.



Afb. 2: Haanstra en Van Munster in een strandtent

Anton Koolhaas assisteerde Haanstra bij het montageproces. Hij schreef in *Alleman. Een film van Bert Haanstra* over de cameravoering van Haanstra. Koolhaas beweert dat de filmcamera een bewuste keuze maakt en beelden isoleert van mensen en hun omgeving. Een mens is normaliter geen opvallende verschijning en valt niet op in een massa. Door de lens langere tijd op één persoon te richten ontstaat er een isolement. Normaal gesproken vervliegt de aandacht snel maar door er abnormale aandacht aan te besteden krijgt het shot een grotere betekenis. Volgens Koolhaas heeft dit verschijnsel de uiteindelijke vormgeving van *Alleman* in grote mate bepaald. "Een benadering van de Nederlander met de verborgen camera betekent een *verheviging* van de Nederlander, een *dramatisering* van het alledaagse." Door een triviale handeling te isoleren met de camera, zoals het aantrekken van een zwembroek op het strand, krijgt het beeld een grotere betekenis. Vervolgens worden veel van deze handelingen herhaald in hetzelfde ritme. Hierdoor ontstaat een humoristisch effect. White stelt ook dat deze visuele en narratieve strategieën steunen op traditionele plotstructuren en conventionele manieren van visuele representatie. Framing en mise-en-scène worden gebruikt om kleinigheden van karakters uit te beelden.³²

²⁹ Schoots 2009: p.158.

³⁰ Carmiggelt et al., 1983 : p.18.

³¹ *Uur van de Wolf*. "Bert Haanstra" NPS, 27 oktober 1997.

³² Carmiggelt 1963: paginanummer ontbreekt.

Alleman wordt ook gekenmerkt door de typische *male gaze* zoals White deze omschrijft. De film is tot stand gekomen met uitsluitend mannelijke medewerkers. De vrouwen op het strand worden voornamelijk als lustobject geportretteerd; mannen staren de dames na en het beeld wordt ondersteund met een Duits liedje "Ich bin ein Mädchen mit Sex ganz einfach meine Figur". Ook is er sprake van conventionele rolpatronen in de film. De vrouwen in de film zijn actief in het huishouden en de mannen werken buiten de deur. Jonge meisjes dragen dameshakken en jongens boksen en rijden op brommers.³³

Montage

Uit de synopsis van "Zo is het volk van Nederland", de oorspronkelijke titel, bleek dat van een traditioneel scenario geen sprake zou zijn. De film zou ontstaan vanuit observaties en moest groeien tijdens het filmproces zelf. Op deze manier is de film ook tot stand gekomen. De verborgen camera observeerde mensen en situaties. Vervolgens werden de beelden samengebracht en daaruit werd de montage gecomponeerd. Het ruwe materiaal van *Alleman* werd al vrij snel na de eerste opnamen gemonteerd aan de montagetafel bij Bert Haanstra thuis. Tijdens het montageproces werd ook bepaald welke opnames nog nodig waren. Hierdoor kwam de film pas later uit dan oorspronkelijk was gepland.

Haanstra gebruikte een metronoom om het ruwe beeldmateriaal gelijktijdig te laten lopen. Deze beeldrijm is typerend voor zijn werk. De makers gingen uit van een bepaalde curve waarin ontroerende momenten, lawaai, stilte en spanning werden ingevuld.³⁴ White meent dat regelmaat en herhaling van beelden strategieën zijn om eenheid in een tekst aan te brengen. De curve in *Alleman* is sprekend voor het genre documentaire waarin deze conventies worden toegepast en voor eenheid in de film zorgen.³⁵

Een scène die eventueel gevoelig zou liggen bij het publiek betrof een intieme situatie van een stel. Haanstra vond het onethisch om de twee zonder toestemming te portretteren. Via een oproep in *Het Parool* werden de juiste personen gevonden. Achteraf bleek dat de personages erg trots waren op hun deelname aan de film. Een andere scène die gewaagd was voor die tijd betrof de geboorte van een kind in een niet-medische film. De opnames vonden plaats in de kraamkamer bij de familie van regieassistent Kees Hin.

Haanstra stond voor ethische keuzes tijdens het uitkiezen van de juiste beelden. Beelden die te privé waren, heeft hij expliciet niet in de film verwerkt. White omschrijft dit als de *ideological problematic* waarin wordt afgewogen welke beelden impliciet of expliciet aanwezig zijn in de representatie. Zij haalt David Morley aan:

³³ White 1999: p. 182.

³⁴ Bonusmateriaal *Alleman* 1963.

³⁵ White 1999: p. 192.

“The problematic is importantly defined in the negative –as those questions or issues which cannot (easily) be put within a particular problematic- and in the positive as that set of questions or issues which constitute the dominant or preferred ‘themes’ of a programme.”³⁶

Uit de recensies blijkt dat Haanstra geprezen wordt voor zijn montagekunsten. Charles Boost is lyrisch over Haanstra in *Het Parool*:

“Haanstra weet een voortdurende stuwende kracht achter zijn beelden te handhaven en vloeiend van het ene onderwerp in het andere over te gaan. Zijn meesterschap in het monteren, zijn gevoel voor visuele humor, zijn techniek van “timen” en zijn inzicht in het effect van contrasterende beelden en van de herhaling maken *Alleman* tot een feestelijke film vol ongeforceerde humor, vol lichte ironie (waarbij Carmiggelt’s commentaar zich voortreffelijk aansluit), vol Hollandse sfeer, een meeslepende aaneenschakeling van indringende en spirituele observaties.”³⁷

Muziek

In de laatste fase werd de filmmuziek tot stand gebracht. Haanstra vroeg Otto Ketting, een jonge moderne componist die jazzvoorstellingen dirigeerde in het Amsterdamse Concertgebouw. De regisseur vond het moeilijk om in te schatten of bepaalde grappen bij het publiek aan zouden slaan, aangezien hij het materiaal veelvuldig had gezien.³⁸ Otto Ketting beschreef zijn visie op de muziek op 2 april 1963 als volgt: “enkele eenvoudige melodietjes, probleemloos en goed in ‘t gehoor liggend, zoals Tati ze gebruikt in zijn films of zoals Joris Ivens deed in *La Seine a rencontré Paris*.”³⁹ Hieruit blijkt dat Haanstra een voorbeeld nam aan zijn collega cineasten Jacques Tati en Joris Ivens. Met behulp van de muziek wordt het effect gedramatiseerd en zo ontstonden er kleine grapjes, ook wel *gimmicks* genoemd.

Korte samenvatting

Ideological Analysis van Mimi White vormde een belangrijk uitgangspunt van de ideologische analyse van *Alleman*. De ideologische analyse focust zich op de systematische betekenissen en tegenstrijdigheden die verweven zijn in de tekst. Hierbij wordt gelet op het narratief, het genre, plotstructuren en montage. *Alleman* is gemaakt voor alle Nederlanders en betreft een observering van Nederland anno 1963. Haanstra creëerde humor door triviale bezigheden uit te vergroten en te herhalen. Hij benadrukte culturele stereotypingen van Nederland (zoals een zondagsbezoek aan de kerk) zodat de kijker zich gemakkelijk kon identificeren met de tekst.

³⁶ White 1999: p. 182.

³⁷ Boost, Charles. “Alleman zoals Haanstra die ziet.” *Het Parool*, 5 april 1963.

³⁸ *Uur van de Wolf*. “Bert Haanstra” NPS, 27 oktober 1997.

³⁹ Schoots 2009: p. 160.

Daarnaast is de *male gaze* zoals White deze beschrijft sterk aanwezig in de film. In *Alleman* zien we de traditionele rolpatronen van de man en vrouw terug. De vrouw verricht huishoudelijk werk en wordt geportretteerd als lustobject.

Concluderend blijkt dat de dominante ideologie in *Alleman* gekenmerkt wordt door een gemoedelijk beeld van de Nederlandse identiteit anno 1963. De film bevat geen politieke overtuigingen maar is eensgezind en observerend van karakter. Met behulp van de verborgen cameratechniek wilde Haanstra de Nederlander laten zien in zijn werkelijke doen en laten. De ideologie van de maker wordt gekenmerkt door een optimistisch beeld van de Nederlandse identiteit.

Hoofdstuk 3: Ideologische analyse *Pretpark Nederland*

Ontstaan

Vroeger maakte Michiel van Erp vooral televisieprogramma's. De laatste jaren richt hij zich meer op langere documentairefilms. Volgens Van Erp is de televisiewereld veranderd; alles gaat veel sneller en mensen zappen sneller weg. "Je moet zorgen dat ze niet weg zappen. Daar hield ik me vijftien jaar geleden helemaal niet mee bezig. Nu stort ik me op langere films die ook in de bioscoop komen en langer meegaan."

Het idee van de film is ontstaan bij de regisseur thuis. Destijds woonde hij in Kamerik en in zijn achtertuin zag hij hoe een kaasboerderij langzamerhand veranderde in een evenementenboerderij. Daarnaast werd hij benaderd door Cees van Ede, op dat moment hoofd van de afdeling documentaire van de NPS, met een boek over het veranderende Nederlandse landschap als gevolg van de toegenomen vrijetijdsindustrie. Geleidelijk realiseerde hij zich dat het thema gerelateerd was aan *Alleman van Bert Haanstra*.⁴⁰

Pretpark Nederland was de eerste bioscoopfilm van Michiel van Erp. Na twee langere documentaires *Vergeet Mij Niet* (2001) over de Zangeres Zonder Naam en *Op Handen Gedragen* over Prins Claus wilde Van Erp een andere kant op. De film moest breder zijn van thematiek en onderwerp en moest gaan over alle Nederlanders in het tijdsbeeld van 2006.⁴¹ Hij had het doel om vooral een grappige en vrolijke film te maken, bestemd voor een groot publiek. "Ik werd vroeger altijd een beetje vergeleken met Haanstra dus ik dacht: 'Laat ik dan ook eens een film maken die over Nederlanders gaat, refererend aan *Alleman van Bert Haanstra*'." ⁴²

In 2003 heeft Michiel van Erp samen met Monique Busman het productiehuis De Familie opgericht. Hij werkt al jarenlang samen met een vast team. Het scenario van *Pretpark Nederland* is geschreven door Monique Busman en René van 't Erve. Mark van Aller heeft het camerawerk op zich genomen en de montage is uitgevoerd door Hinne Brouwer. Het geluid wordt verzorgd door Rob Dul en de muzikale ondersteuning is gecomponeerd door Louis ter Burg en Truus Melissen. Van Erp beschrijft het werken met dit vaste team als "een waarborg voor kwaliteit".⁴³

De productie is tot stand gekomen met steun van het CoBo-fonds en het Nederlandse Fonds voor de Film. *Pretpark Nederland* draaide in twaalf bioscopen in Nederland en heeft ruim 21.500 bezoekers gehad. Daarnaast werd de documentaire vertoond op het IDFA in 2006. In 2007 werd de documentaire uitgezonden op de televisie door de NPS.

⁴⁰ Mondeling interview met Michiel van Erp. Amsterdam, 30 juni 2011.

⁴¹ Van Erp, Michiel en René van 't Erve. "Aanvraag realiseringssubsidie" in Productiemap "Pretpark Nederland". Amsterdam: De Familie televisie & film, 31 mei 2005.

⁴² Radioprogramma "De Avonden" Presentatie: Lotje Ijzermans, VPRO Radio 6, 8 juli 2010.

⁴³ Van Erp, Michiel en René van 't Erve. "Aanvraag realiseringssubsidie," 31 mei 2005.

Narratief

Pretpark Nederland is een documentaire van negentig minuten en gaat over de manier waarop Nederlanders hun vrije tijd besteden. De kijker ervaart Nederland door de ogen van een groep Chinese toeristen die per bus door het land toeren (afb. 3 en 4). De bus met Chinese toeristen rijdt door 'Pretpark Nederland' in verschillende verhalen die tonen hoe de Nederlander zich anno 2006 in bochten wringt om vermaakt te worden: evenementen, belevingsmomenten, pretparken, feestjes en uitjes.

De film ontrolt zich in vier van deze grotere verhaallijnen die in het teken staan van uitgelezen Nederlandse karakteristieken: water, historie en handel. *Pretpark Nederland* volgt in deze vier verhaallijnen verschillende evenementenorganisatoren die uit alle macht proberen de Nederlandse consument te veroveren.

De eerste verhaallijn vertelt het verhaal van vermaak voor de elite van de grachtengordel. Het Prinsengrachtconcert staat centraal en representeert de schaalvergroting die de Nederlandse vermaakcultuur heeft ondergaan. Het kleine festival met zijn klassieke concerten in tuinen en bijzondere privéhuizen van grachtbewoners is uitgegroeid tot hét evenement voor de grachtengordel en ver daarbuiten.

De tweede verhaallijn focust zich op het funshoppen in winkelcentrum Bataviastad. De verhaallijn staat voor de Hollandse volksaard: graaien, kopen en handelen. Winkelen is een serieuze vrijetijdsbesteding geworden en Bataviastad speelt daar handig op in. Ook al gaat het om zogenaamde *outlet*, restvoorraden van het afgelopen seizoen, de Nederlander stormt in zijn schaarse vrije tijd massaal naar Flevoland om te winkelen. Allerlei reclame- en marketingtechnieken worden door de organisatoren toegepast. Winkelen is een *way of life* geworden. Op de vraag of Joke (vrouw van de directeur van Bataviastad) graag winkelt antwoordt ze: "Jazeker, daar zijn we toch voor geboren".⁴⁴

Verhaallijn drie richt zich op amusement voor een miljoenenpubliek. Centraal staat het Sail evenement in Amsterdam. De Sail 2005-lijn staat voor de grote moderne stad die grote delen van het jaar in een miljoenen verslindend 'pretpark' is veranderd. Mensen van buiten de stad proberen hun graantje mee te pikken. Sail 2005 gaat over de torenhoge belangen van vele ondernemers tijdens het evenement.

De laatste verhaallijn richt zich op provinciaal vertier in de gemeente Zutphen. Met de slogan "Zoom in op Zutphen" wordt een groot chocoladefestival georganiseerd om Zutphen op de toeristische kaart te zetten. "Zoom in op Zutphen" staat voor het kleine bekrompen Zutphen dat zichzelf wil profileren. Het Chocoladefestival moet uitgroeien van een klein winkelierinitiatief tot een evenement van nationale allure. Ook hier blijkt marketing een belangrijke succesfactor.



Afb. 3 en 4: Touringbus met Chinese toeristen.

⁴⁴ *Pretpark Nederland* 2006.

Naast deze vier langere lijnen belandden de Chinese toeristen in de film in negen kleinere situaties, die telkens een facet van de vrijetijdsbesteding van verschillende Nederlandse pretconsumenten visualiseren. De kleine verhaallijnen ondersteunen de vier grote narratieven. White schrijft ook in *Ideological Analysis* dat de subplots in dienst staan van het grotere narratief of de boodschap van de film.⁴⁵ Michiel van Erp heeft bewust voor deze vorm gekozen. In de realiseringaanvraag van de film motiveert hij zijn keuze als volgt: “De grotere verhalen, met hoofdpersonen en ontwikkelingen hebben de nadruk in Pretpark Nederland. De kleinere



Afb. 5: Bart onderweg naar de Gay Pride.

filmpjes/onderdelen zorgen ervoor dat de grote verhalen opgenomen worden in een -soort van- allesomvattend portret van Nederland en zijn bewoners.”⁴⁶

Een voorbeeld van een korte verhaallijn is het portret van de extravagante homoseksueel Bart. Hij viert de Gay Pride met zijn vrienden van homosauna Thermos in Amsterdam (afb. 5). Hier wordt een beeld geschetst van een stereotype homoseksueel. Mimi White beweert ook dat de ideologie van een tekst bestaat uit geconstrueerde tegenstrijdige posities. Ze stelt dat juist de minderheden en personen die afwijken van de *mainstream* een podium wordt gegeven.⁴⁷ Van Erp bevestigt deze invalshoek. Hij zet zich af tegen “de grauwe middenmoot” en portretteert graag de gepassioneerde persoon met een hoopvol en optimistisch karakter.⁴⁸ Bart staat in dit geval voor een culturele Nederlandse stereotypering; Nederland kent een open karakter ten opzichte van homoseksualiteit en dit wordt uitbundig gevierd tijdens de Gay Pride.

Op de Gay Pride zien we ook de gewone huisvrouw die de Gay Pride ervaart als een dagje uit om ‘homo’s te bekijken’. Op dit evenement worden extremen tegenover elkaar gepositioneerd. Ook hier komt de term *ideological problematic* van White terug. De verschillende tegenstrijdige posities worden weergegeven waardoor een compleet beeld wordt gesuggereerd. Het biedt de kijker de mogelijkheid om zich ofwel te identificeren met of te onthouden van bepaalde personages.⁴⁹

Alle verhaallijnen over vermaak voor elitepubliek, massapubliek, de provincie en de Nederlandse volksaard vormen samen een compleet beeld van wat White het *ideological problematic* noemt. Zij vertegenwoordigen een geheel van tegenstrijdige posities die worden gerepresenteerd in de film.⁵⁰

⁴⁵ White 1999: p. 176.

⁴⁶ Van Erp, Michiel en René van 't Erve. “Aanvraag realiseringssubsidie,” 31 mei 2005.

⁴⁷ White 1999: p. 185.

⁴⁸ Radioprogramma “De Avonden” Presentatie: Lotje Ijzermans, VPRO Radio 6, 8 juli 2010.

⁴⁹ White 1999: p. 179.

⁵⁰ White 1999: p. 184.

Moraal

Pretpark Nederland is een uitvergroot portret van Nederlanders die in eigen land recreëren. De kijker krijgt op een vermakelijke manier een beeld voorgeschoteld van recreërende landgenoten. De maker heeft bewust gekozen voor het perspectief vanuit de Chinese toeristen. Van Erp: “Door in Pretpark Nederland de Hollander te bekijken door de ogen van een groep buitenlandse toeristen krijg je een mooie verdraaiing. Als maker en als kijker ervaar je de naar vermaak hongerende Nederlander als wonderlijke wezens, wetende dat we daar allemaal onderdeel van zijn.” De regisseur wil de kijker een spiegel voorhouden door het ervaren via de belevingswereld van de Chinese toeristen.⁵¹

Van Erp heeft meerdere lagen in de documentaire aangebracht. Op beeld zien we extreme personages die voor een humoristisch aspect zorgen. Daarnaast kan de kijker zich identificeren met het algemene beeld van de Nederlander die hunkert naar vermaak. De film getuigt van de middenklasse als norm; de hardwerkende middenstander staat centraal in bijna alle verhaallijnen. Dana Linssen beweert dat de film gekenmerkt wordt door “de politiek-maatschappelijk uit het zicht verdwenen middenklasse. [...] Het is een film over mensen die er zelf niet naar zullen kijken: het contingent Nederlander dat er elk weekend op uittrekt om met elkaar te ‘nordic walken’.”⁵² Van Erp stelt echter dat hij de film voor een groot publiek heeft gemaakt. “Vroeger zeiden mensen altijd dat mijn documentaires een beetje grachtengordel waren in die zin dat de grachtengordel lacht om de provincie. Maar ik heb altijd een beetje betwijfeld of dat zo is.”⁵³

Over de relatie tussen de maker en de geportretteerde zegt Van Erp: “Ik probeer de mensen als stripfiguren of als toneelkarakters te bekijken: de kwaai, de stiekeme. Daar kies je ze op uit. Als we ze vervolgens portretteren en door elkaar monteren, krijg je een heel mooi palet waarin iedereen een eigen motief en eigen belang heeft.”⁵⁴



Afb. 6: Willem Sorel, directeur Bataviastad.

Een belangrijk thema in de film is de Nederlandse identiteit. Karakteristieken zoals de Nederlandse handelsmentaliteit, historie, water en het weer worden verweven in de verhaallijnen. Een aantal karakters worden verder uitgediept. Kenmerkend voor deze personages is hun doorzettingsvermogen en passie voor het vak. Een voorbeeld hiervan is ondernemer Willem Sorel, directeur van Bataviastad (afb. 6). Hij uit zijn ambitieuze plannen voor de uitbreiding van Bataviastad met een replica van de VOC. Hier komen de Nederlandse karakteristieken historie en handelsmentaliteit samen.

⁵¹ Van Erp, Michiel en René van 't Erve. “Aanvraag realiseringssubsidie,” 31 mei 2005.

⁵² Linssen, Dana. “Overal te vinden waar wc-papier wordt uitgedeeld. Michiel van Erp brengt de vrijetijdsbesteding van de Nederlandse middenklasse in beeld.” *NRC Handelsblad*, 18 oktober 2006.

⁵³ Mondeling interview met Michiel van Erp. Amsterdam, 30 juni 2011.

⁵⁴ Radioprogramma “De Avonden” Presentatie: Lotje Ijzermans, VPRO Radio 6, 8 juli 2010.

De film bevat impliciet een maatschappelijke boodschap die verborgen is onder een vermakelijk portret van kleurrijke Nederlanders. Van Erp schetst zijn werkelijkheid op de Nederlandse vrijetijdscultuur; Nederland is volgens hem doorgeslagen in de vrijetijdsindustrie. De term “vrijetijdsindustrie” wordt expliciet gebruikt op de dvd-hoes. Deze benaming bevat een waardeoordeel, namelijk dat van zorgeloos recreëren anno 2006 geen sprake meer is. Er is een complete industrie ontstaan waarin het grote vermaak het kleine heeft opgeslokt. Het vermaak heeft ook alleen een functie als het collectief wordt beleefd. Deze boodschap wordt verteld met een humoristische en ironische ondertoon. Volgens Van Erp heeft de ironie in zijn films een zelfspottende functie.⁵⁵

Het theoretische uitgangspunt van Theodor Adorno en Max Horkheimer over het begrip “cultuurindustrie” vertoont overeenkomsten met de ideologie over “vrijetijdsindustrie” van *Pretpark Nederland*. Adorno en Horkheimer worden gerekend tot de Frankfurter Schule en ontwikkelden de Kritische Theorie in 1944. Met cultuurindustrie bedoelen zij de commercialisering van de cultuur; de industrietaak die zich bezig houdt met de productie van cultuur. Hier tegenover wordt de authentieke cultuur geplaatst. Adorno en Horkheimer stellen dat de kapitalistische cultuurindustrie culturele homogeniteit en voorspelbaarheid tot gevolg heeft. Het doel van deze industrie is economisch van aard. Authentieke cultuur daarentegen laat de mens vrij om zelf initiatief te nemen en is een doel op zichzelf.⁵⁶ In tegenstelling tot Adorno en Horkheimer hebben de makers van *Pretpark Nederland* het over de industrie van de vrije tijd en niet over de gehele cultuur. Vrijetijdsbesteding is een onderdeel van een cultuur.

De relatie tussen de film en de maatschappelijke context zit verborgen in de identificatie van de kijker met de film. De Nederlandse kijker herkent bekende facetten van Nederland zoals de omgeving, de toeristische trekpleisters, een gedeelte geschiedenis, het regenachtige weer en bijvoorbeeld een nieuwsuitzending met Philip Freriks als boegbeeld van het NOS Journaal (afb. 7). Hij kondigt de activiteiten rond Koninginnedag aan; opnieuw een bevestiging van de kenmerken van de Nederlandse identiteit. Dit alles zien we vanuit het perspectief van de Chinese toerist die per bus door Nederland reist.



Afb. 7: NOS Journaal in de touringbus.

Van Erp geeft aan dat de film cultureel gebonden is aan Nederland. “Dat ‘tongue-in-cheek’-achtige dat begrijpen ze niet in het buitenland. Ik was een keer in Warschau op een filmfestival en die zaal zat bloedserieus te kijken, er werd ook helemaal niet gelachen.” Hij benadrukt dat zijn eigen humor en blik ook gebonden zijn aan de Nederlandse cultuur. Volgens hem ligt dat ook aan de manier en de toon waarop hij een vraag stelt.⁵⁷

Taalkundige Ferdinand de Saussure (1857-1913) probeerde de fundamenteën voor een zelfstandige linguïstiek of ‘algemene taalwetenschap’ te leggen. Saussure stelt dat het taalsysteem

⁵⁵ Radioprogramma “De Avonden” Presentatie: Lotje Ijzermans, VPRO Radio 6, 8 juli 2010.

⁵⁶ Storey 2006: p. 49-51.

⁵⁷ Mondeling interview met Michiel van Erp. Amsterdam, 30 juni 2011.

(*langue*) de norm vormt van alle concrete manifestaties van taal. Volgens hem staat dit systeem los van het individuele taalgebruik (*parole*). De *langue* is een systeem van taaltekens en ieder teken heeft twee kanten, de betekenaar (*signifiant*) en de betekende (*signifié*). De betekende is het mentale begrip dat met het teken verbonden is. De betekenaar is de klank of wat Saussure het 'akoestisch beeld' noemt. De uitspraak hiervan kan verschillen vertonen in toonhoogte en snelheid. Van Erp stelt indirect dat Saussure's *langue* (in dit geval het Nederlands taalsysteem) een beperkende factor blijkt voor het internationale succes van *Pretpark Nederland*. Van Erp meent dus dat de taal en de cultuur van essentieel belang zijn om een bepaalde boodschap over te brengen.⁵⁸

Voice-over

De film kent geen klassieke verteller of voice-over. Het verhaal wordt verteld door verschillende hoofdpersonages die worden geïnterviewd door Michiel van Erp. De maker komt slechts één keer in beeld wanneer aan Van Erp wordt gevraagd om een foto te maken van de Chinese toeristen. Volgens de theorie van Nichols heeft *Pretpark Nederland* een interactief karakter. De regisseur voert gesprekken met een aantal hoofdpersonages en deze interactie wordt gepresenteerd als een vastgelegde realiteit.

Daarnaast is er nog een belangrijke vertellende rol weggelegd voor de reisleader van het Chinese gezelschap (afb. 8). Hij geeft in de bus uitleg en commentaar aan de toeristen over de Nederlandse cultuur. Belinda van de Graaf schrijft in haar recensie over de Chinese commentator:

"Van Erp weet heel handig via het verhaal van de gids zijn eigen commentaar door de beelden te vlechten. [...] Dit is niet de taal van een Chinese gids, maar van een kritische, Nederlandse filmmaker."⁵⁹

Van Erp bevestigt dat zijn visie op Nederland is verwerkt in de teksten van de Chinese commentator.

"Er zaten dingen in die ik graag wilde zeggen over Nederland en Nederlanders. In die zin had ik dat van Alleman afgekeken. In Alleman vertelt Simon Carmiggelt hoe Nederlanders zijn. Dat vond ik wel een beetje een erg oubollige vorm voor *Pretpark Nederland*. Doordat je die Chinezen opvoert creëer je als televisie of bioscoop kijker een enorme afstand op Nederland. Eigenlijk lach je om jezelf want je kijkt naar Nederlanders via die Chinezen. Daar zijn die Chinezen heel bewust voor gebruikt."⁶⁰



Afb. 8: Chinese tourgids

⁵⁸ Leezenberg, Michiel en Gerard de Vries. *Wetenschapsfilosofie voor geesteswetenschappen*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2001. p. 167-170.

⁵⁹ Van de Graaf, Belinda. "De debilisering neemt definitief bezit van de Nederlander in zijn vrije tijd." *Trouw*, 19 oktober 2006.

⁶⁰ Mondeling interview met Michiel van Erp. Amsterdam, 30 juni 2011.

Camera

Het camerawerk is verzorgd door Mark van Aller. Van Aller volgde de Filmacademie en rondde deze in 1991 af. In 1992 werkte hij voor het eerst samen met Van Erp voor een kinderprogramma bij de VPRO. Volgens Van Aller creëert Michiel van Erp een goed klimaat waarin hij vrij is om te observeren. Zijn specialiteit is naar eigen zeggen *human interest* documentaires en het observeren en inleven in mensen en acteurs achter de camera. In 2005 won hij het Gouden Beeld voor Cameraman van het Jaar.⁶¹

Voor *Pretpark Nederland* is een filmstijl gehanteerd die typerend is voor de filmstijl van de jaren vijftig; rustig en beheerst wordt Nederland geëtaleerd. Een verschil met de jaren vijftig is de naïviteit van de makers van toen. In *Pretpark Nederland* worden bepaalde scènes aangezet en details worden vergroot. Op deze manier wordt de nadruk gelegd op de veranderende vermaakcultuur.⁶²

Van Aller probeerde voor de film zo gestileerd mogelijk te draaien in echte situaties. Volgens hem lijkt het hierdoor op gepositioneerd drama terwijl de momenten echt zijn en niet in scène gezet. Hieruit blijkt dat de documentaire speelt met de conventies van het televisiegenre drama om een realistisch effect op te roepen bij de kijker. Voor Van Aller zit de uitdaging bij het draaien van interviews in het synchroon registreren van de *inserts* (bijvoorbeeld een shot van iemand die luistert). Het wordt geregistreerd op het juiste moment en hoeft niet achteraf gemonteerd te worden. Dit draagt voor de kijker bij aan een waarheidsgetrouw gevoel. Als technisch hulpmiddel wordt gebruik gemaakt van een snelle zoomlens om vlot verschillende standpunten te maken in een doorlopend gesprek of handeling.

In de realiseringaanvraag verwijst Van Erp expliciet naar de filmvorm die Haanstra heeft gehanteerd in *Alleman*: “Dit is een rechtstreekse overname van de manier waarop Haanstra’s *Alleman* is geconstrueerd. Ook daar worden typische gedragingen van Nederlanders uitgelicht en uitvergroot, zonder dat daar een dramatische consequentie aan verbonden is.” Een voorbeeld van een scène die in beide films voorkomt is de strandsequentie (afb. 9 en 10). Van Erp heeft deze scène bewust overgenomen en anticipeerde hiermee op een verwijzing naar *Alleman*.⁶³ Waar Haanstra gebruik maakte van een verborgen camera techniek, gebruikt Mark van Aller een lange afstandslens die het mogelijk maakt voor de draaiploeg om niet prominent aanwezig te zijn. De kracht van het team zit volgens Van Aller ook in de onzichtbaarheid van het team. Door de jarenlange samenwerking is er weinig onderlinge communicatie nodig. Op deze manier kan snel en efficiënt gedraaid worden zonder de aandacht te trekken.⁶⁴

⁶¹ Mark van Aller, e-mailcontact met auteur, 30 juni 2011.

⁶² Van Erp, Michiel en René van 't Erve. “Aanvraag realiseringssubsidie” in Productiemap “Pretpark Nederland”. Amsterdam: De Familie televisie & film, 31 mei 2005.

⁶³ Mondeling interview met Michiel van Erp. Amsterdam, 30 juni 2011.

⁶⁴ Mark van Aller, e-mailcontact met auteur, 30 juni 2011.



Afb. 9: Strandscène *Alleman*



Afb. 10: Strandscène *Pretpark Nederland*

Montage

Hinne Brouwer heeft de montagewerkzaamheden verricht voor *Pretpark Nederland*. Hij is gespecialiseerd in documentaires en in het bijzonder mozaïekfilms voor televisie en bioscoop. Ruim twintig jaar geleden werkte hij als montageassistent bij de NOS en de VPRO. Hij is gespecialiseerd in het genre documentaire en besloot zeven jaar geleden zijn eigen montagestudio te beginnen. Zijn kantoor bevindt zich naast het productiekantoor van De Familie. In de studio bevindt zich ook de mixagestudio van Rob Dul en de muziekstudio van Louis ter Burg. Op deze manier kan er efficiënt gewerkt worden en is een nauwe samenwerking realiseerbaar.⁶⁵

Muziek

Louis ter Burg en Truus Melissen hebben in opdracht van De Familie de muziek voor de documentaire gecomponeerd. Inmiddels is hun muzikale stichting De Nootjes opgeheven en werken zij niet langer samen. Ter Burg is componist en muzikant van beroep en is gespecialiseerd in theater-, tv- en filmproducties.⁶⁶ De muziek voor *Pretpark Nederland* klinkt vrolijk in de oren en roept een gevoel van melancholie bij de kijker op. Het refereert aan een weemoedig beeld van het vroegere Nederland.

Ter Burg benadrukt dat het optimistische muziek moest worden met Hollandse en buitenlandse klanken. Ter inspiratie is de muziek gebruikt van de film *West Side Story* vanwege de buitenlandse klanken en ritmes. Kernwoorden zijn “vrolijk, grootsteeds en kleingezellig”. De muziek moest ruimte scheppen vanuit praktisch oogpunt voor de geluidsmixage maar ook om de typisch Hollandse lucht ruimtelijk vorm te geven.

Ter Burg vertelt over de functie van de muziek: “Bij gebruik van muziek proberen we altijd een verhaal te vertellen dat niet letterlijk in beeld of tekst wordt neergezet. Op die manier wordt de kijker/luisteraar meegenomen in het avontuur, zonder zijn of haar gevoel voor te kleuren.”⁶⁷

⁶⁵ Website Hinne Brouwer, www.hinnebrouwer.nl/waar/wat, 20 juni 2011.

⁶⁶ Website Louis ter Burg, www.louisterburg.nl/index.html, 20 juni 2011.

⁶⁷ Louis ter Burg, e-mailcontact met auteur, 29 juni 2011.

Korte samenvatting

Uit de ideologische analyse van *Pretpark Nederland* is gebleken dat de film een duidelijke boodschap van de filmmaker verkondigt. Waar Bert Haanstra's *Alleman* een portret gaf van het zorgeloze, wat naïeve Nederland van toen, portretteert *Pretpark Nederland* het heftig pulserende, bruisende, overactieve moderne Nederland, waar de "vermaakindustrie" ook planologische veranderingen tot gevolg heeft. De authentieke vrijetijdscultuur wordt vervangen door een kapitalistische vrijetijdsindustrie waarin economische belangen de boventoon voeren. Middels vier grote en negen ondersteunende verhaallijnen wordt op humoristische wijze inzicht gegeven in diverse kleurrijke personages.

De kijker kan zich identificeren met het beeld door de ogen van de groep rondreizende Chinezen. Michiel van Erp heeft zijn visie op Nederland verwerkt in de teksten van de Chinese toergids. De film wordt gekenmerkt door een grote culturele verbondenheid aan Nederland. De kijker wordt een spiegel voorgehouden en kan zich herkennen in de typische Nederlandse karakteristieken. Camera- en montagewerkzaamheden droegen bij aan een realistische weergave van de werkelijkheid. De muzikale bijdrage verwijst op een vrolijke manier naar het weemoedige, onschuldige Nederland van vroeger.

Hoofdstuk 4: Contextuele analyse: ontwikkeling vrijetijdscultuur 1963 en 2006

In dit hoofdstuk wordt de maatschappelijke context en specifiek de vrijetijdscultuur van Nederland in 1963 en 2006 in kaart gebracht. In hoofdstuk vijf worden de films *Alleman* en *Pretpark Nederland* gepositioneerd in de maatschappelijke context van de tijd waarin ze gemaakt zijn.

Nederlandse vrijetijdscultuur rond 1963

Twintig jaar na het einde van de Tweede Wereldoorlog is de wederopbouw van Nederland zo goed als afgerond. Dit geldt niet voor de woningbouw; er is sprake van hoge woningnood. Een huis kopen blijft niet weggelegd voor de gewone man. De ontdekking van de gasbel in Slochteren was een enorme opsteker voor de Nederlandse economie. Het begin van de jaren zestig wordt gekenmerkt door gematigdheid. Het volk beschikt over meer vrije tijd door de introductie van de vrije zaterdag in 1962. Ook de inkomens stijgen en nieuwe vindingen zoals koelkasten, wasmachines en platenspelers worden aangeschaft.⁶⁸

In 1963 telt Nederland ruim twaalf miljoen inwoners.⁶⁹ Steeds meer huishoudens beschikken over een televisie die ongeveer 1200 gulden kostte. In 1959 zijn er 500.000 mensen met een 'kijkdoos' thuis en twee jaar later staat de teller al op één miljoen zwart-wit toestellen. In 1965 staat in 68 van de 100 huiskamers een televisie. Men kijkt gemiddeld twee uur en tien minuten per avond in 1962.⁷⁰ Met de introductie van de televisie maakt het grote publiek kennis met de gang van zaken in het buitenland, internationale muziek- en modestromingen en inzicht in politiek Den Haag. Programmamakers durven voorzichtig politieke kopstukken op de hak te nemen met het cabaretprogramma *Zo is het toevallig ook nog eens een keer* (VARA, 1963-1966). Jan Blokker, medebedenker van *Alleman*, werkte ook aan dit programma mee.

Een bezoek aan de bioscoop blijkt ook populair onder de Nederlandse bevolking. De vier journaalbioscopen trokken in totaal bijna 2,5 miljoen bezoekers. Dit is 6,4 procent van het totale bioscoopbezoek.⁷¹ Het Polygoonjournaal had volgens hoogleraar cultuurgeschiedenis Gerard Rooyackers de functie om de Nederlandse identiteit te bevestigen. Het bioscoopjournaal werd collectief bekeken en dit versterkte de nationale identiteit van het volk. Het journaal was optimistisch van aard en vertegenwoordigde een beeld van Nederland gekenmerkt door vooruitgang en modernisering.

De introductie van de televisie verruimt het blikveld naar de wereld en wakkert een nieuw zelfbewustzijn aan onder kijkers. Daarnaast droeg de televisie bij aan het proces van ontzuiling.

⁶⁸ Kin, Bart en Angelique van der Laan. *Mijn Nederland in woord en beeld 1960-1969*. Schelluinen: House of Knowledge, 2010.

⁶⁹ Website Centraal Bureau voor de Statistiek. statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,14,20,30,40,56,I&HDR=G1&STB=T&VW=T, 16 juli 2011.

⁷⁰ CBS, "Televisie en radio Herfst 1962." Zeist: Uitgeversmaatschappij W. de Haan N.V., 1962.

⁷¹ CBS, "Bezoek aan gemakkelijheidsinstellingen 1964." Hilversum: Uitgeversmaatschappij W. de Haan N.V., 1966.

Rooyackers omschrijft de periode als “een definitieve afrekening met de wederopbouwperiode waarin de heilige tijd van vroeger wordt ingeruild voor vrije tijd.”⁷²

In het onderzoek *Vrije-tijdsbesteding in Nederland* van het Centraal Bureau voor de Statistiek uit 1963 wordt een “licht” en “ernstig” amusementspatroon als onderscheid gehanteerd. Tot het lichte patroon worden televisiebezoek, voetbalwedstrijdbezoek, het bespelen van de mondharmonica, accordeon en de gitaar gerekend. De ontspanning van de lichte signatuur is in hoge mate geconcentreerd in de arbeidersbevolking. Tot het ernstige patroon behoren het schouwburg-, concert- en museumbezoek, boeken lezen en het bespelen van piano en blokfluit. Het blijkt dat het ernstige amusementspatroon hoofdzakelijk in de sociale en culturele bovenlaag plaatsvindt. Bioscoopbezoek valt tussen deze twee patronen in. De introductie van de televisie blijkt van grote invloed en zorgt voor een daling van overige vrijetijdsbestedingen. De conclusie luidt:

“In de afgelopen jaren hebben vrijwel alle onderzochte vormen van amusement aan betekenis verloren. [...] Het bioscoopbezoek loopt terug, evenzo het bezoek aan sportwedstrijden, aan toneel- en concertuitvoeringen, de actieve muziekoefening neemt in omvang af, enz. [...] De veranderingen zijn hoogst merkwaardig. Indien men bedenkt dat de welvaart in de naoorlogse periode voortdurend is gestegen, dat de vrije tijd is toegenomen, dat de mogelijkheden om aan het uitgaansleven deel te nemen zijn vergroot (men denke aan het groeiende gemotoriseerde verkeer, de uitbreiding van het aantal bioscopen, schouwburgen e.d.) dan zou een vergroting van het amusementsleven meer voor de hand hebben gelegen.”⁷³

De ontkerkelijking is een belangrijk kenmerk van de jaren zestig. Aan het begin van de jaren zestig schommelt het aantal landgenoten dat actief lid is van een kerkgenootschap rond de 75 procent. De scheidslijn wordt duidelijk bepaald door de Tweede Wereldoorlog. Wie voor 1940 is geboren blijft trouw aan de kerk. De generatie na 1940 wordt gekenmerkt door zelfstandige individuen die de religieuze regels links laten liggen. Politieke consequenties zijn dat confessionele partijen zoals KVP, CHU en ARP hun stemmen verliezen aan PvdA, VVD en D66. Door modernisering verliest de kerk snel aan gezag. De introductie van de anticonceptiepil in 1962 speelde ook een rol in de secularisatie in de jaren zestig. In 1960 krijgt een vrouw gemiddeld net iets meer dan drie kinderen. Tien jaar later is dit cijfer gehalveerd.

In lijn met de secularisatie ontstaat er vanuit de vrouwenbeweging steeds meer weerstand tegen de traditionele rolverdeling tussen mannen en vrouwen. De feministe Simone de Beauvoir blijkt een bron van inspiratie voor de vrouwenbeweging die de strijd aangaat tegen de onderdrukking in de jaren zestig. Ze pleit voor de economische onafhankelijkheid van de vrouw. Beauvoirs studie *De Tweede Sekse* (1949) maakt onderscheid tussen de biologische sekse en gender die volgens haar

⁷² Radioprogramma “O.V.T.: Mijn Nederland in woord en beeld.” VPRO, 11 februari 2011 www.geschiedenis24.nl/ovt/afleveringen/2011/OVT-20-02-2011/Mijn-Nederland-in-woord-en-beeld.html.

⁷³ CBS, “Vrije-tijdsbesteding in Nederland 1962-1963. Enige vormen van licht en ernstig amusement.” Zeist: Uitgeversmaatschappij W. de Haan, 1964.

cultureel bepaald is. Een beroemde uitspraak van Beauvoir is “je wordt niet als vrouw geboren, maar als vrouw gemaakt.”⁷⁴

Er komt een einde aan de geleide loonpolitiek en dankzij de loongolf groeit de welvaart in het begin van de jaren zestig. De brommers uit de jaren vijftig verdwijnen uit het straatbeeld en men schaft massaal auto's aan. In het begin van de jaren zestig telt Nederland 522.000 auto's. Aan het einde van



Afb. 11: Bermtoerisme

het decennium zijn er ruim 2,5 miljoen kentekens geregistreerd. Een dagje toeren wordt als plezierig tijdverdrif ervaren en hierdoor ontstaat het fenomeen 'bermtoerisme' (afb. 11). Mensen parkeerden hun auto langs de weg en gingen recreëren in de berm. Een ander gevolg is de parkeerproblematiek in de binnensteden en filevorming op het wegennet. De regering breidt het wegennet drastisch uit. De welvaart zorgt ook voor een

explosieve toename van het aantal telefoonaansluitingen. Aan het begin van het decennium bereikt Nederland de mijlpaal van één miljoen telefoonaansluitingen op ruim elf miljoen inwoners.⁷⁵

Gedreven door een groeiende welvaart, meer vrije tijd en wettelijke regelingen rond vakanties konden steeds meer Nederlanders zich een vakantie veroorloven. In de jaren zestig bleven vakantiegangers vaak nog in Nederland. Voor 70 procent is vakantie vieren buitenshuis onbereikbaar. Een dagje uit of een uitstapje is al een hele belevenis.⁷⁶ De vakanties voltrekken zich meestal op een Nederlandse camping. Men spreekt dezelfde taal en nuttigt de vertrouwde Hollandse keuken.

Door de opbrengsten uit de aardgasbel in Slochteren besteedt de overheid jaarlijks een groter bedrag aan sport uit. Er ontstaan grote sportparken en sporthallen zoals de Jaap Edenbaan in Amsterdam. Hierdoor ontwikkelt Nederland zich tot sportnatie.

Nederlandse vrijetijdscultuur rond 2006

Aan het begin van de 21^e eeuw wordt de wereld opgeschrikt door terroristische aanslagen op 11 september 2001. Aanvoerder Osama Bin Laden van terreurorganisatie Al Qaida, wordt verantwoordelijk gehouden voor de aanslagen op de Verenigde Staten. Amerika verklaarde vrijwel direct hierna de oorlog aan het terrorisme. Als gevolg van de aanslagen zakten de beurskoersen in en vooral luchtvaartmaatschappijen en toeristische branches ondervonden grote verliezen.

De moorden op Pim Fortuyn in 2002 en Theo van Gogh in 2004 zorgen voor angstgevoelens onder de Nederlandse bevolking. Het idee dat de multiculturele samenleving is mislukt, blijkt een overheersende overtuiging onder de Nederlanders. Zowel de politiek als de bevolking pleit voor een strenger eisenpakket voor immigranten en asielzoekers.

Op 1 januari 2002 wordt de eerste Europese munt, de euro, als wettig betaalmiddel in twaalf landen van de Europese Unie ingevoerd. Later sloten nog meer Europese landen zich aan. De

⁷⁴ Storey 2006: p. 124.

⁷⁵ Kin, Bart en Angelique van der Laan 2010: p.105.

⁷⁶ NBTC-NIPO Research. “Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2020.” Datum onbekend.

invoering bleek een grote monetaire omwisseling. Meer dan de helft van alle Nederlanders stonden sceptisch ten opzichte van de munt en verlangden terug naar de gulden.⁷⁷

Nederland telt in 2006 ruim zestien miljoen inwoners.⁷⁸ Van verzuiling is inmiddels geen sprake meer. De publieke omroep kan gezien worden als het laatste restant van de verzuilde maatschappij. Het CDA is de grootste partij met 41 zetels, gevolgd door de Partij van de Arbeid (33 zetels), SP (25 zetels) en de VVD (22 zetels).⁷⁹

Ook op het gebied van vrouwenemancipatie is veel veranderd. De overheid treft maatregelen om de emancipatie te bevorderen. Het uitgangspunt is dat mannen en vrouwen gelijk aan elkaar zijn maar in de realiteit blijkt de uitvoering lastig. Kern van het emancipatiebeleid is dat meer vrouwen meer uren gaan werken en dat hun talenten en kwaliteiten beter worden benut. De arbeidsparticipatie van vrouwen is in 2006 54 procent en de doelstelling was een stijging naar 65 procent voor 2010.⁸⁰

In 2006 is de televisie nog steeds een populair medium. Naast drie publieke televisienetten zijn er ongeveer twaalf commerciële zenders. De gemiddelde kijktijd over de hele dag bedraagt 197 minuten. Bijna 70 procent van de bevolking heeft ook een dvd-speler aangesloten op de televisie. Daarnaast wordt er ook vaker televisie gekeken via de pc. Populaire televisieprogramma's zijn *Boer Zoekt Vrouw* (KRO) en *Idols* (RTL4). De best scorende programma's zijn de voetbalwedstrijden rondom het WK en de schaatsafstanden van de Olympische Winterspelen 2006.⁸¹

De computer met internetaansluiting wordt dagelijks gebruikt. In 2006 heeft 88 procent van alle personen toegang tot een pc. Voor het bedrijfsleven is internet onmisbaar geworden; het economische betalingsverkeer gaat inmiddels via digitale wegen. Steeds meer mensen zijn in het bezit van de mobiele telefoon. Onderzoek van de Europese Commissie uit 2006 toont aan dat Nederland met 91 procent een hoge penetratie mobiele telefoons heeft in vergelijking tot de rest van Europa.⁸²

In hetzelfde jaar telt Nederland ruim zeven miljoen personenauto's. Bijna 55 procent heeft één auto per huishouden en 21 procent heeft zelfs twee of meer auto's in het bezit.⁸³ Als gevolg hiervan

⁷⁷ Redactie economie. "Nog altijd verlangen naar de gulden." *Trouw*, 22 december 2006. www.trouw.nl/tr/nl/4324/nieuws/archief/article/detail/1704753/2006/12/22/Nog-altijd-verlangen-naar-de-gulden.dhtml, 15 juli 2011.

⁷⁸ Website CBS, statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,14,20,30,40,56,I&HDR=G1&STB=T&VW=T, 16 juli 2011.

⁷⁹ "Jaarverslag Kiesraad 2006". www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeld=1, 18 juli 2011.

⁸⁰ Ministerraad "Meerjarenbeleidsplan Emancipatie 2006-2010." 19 december 2005. docs.szw.nl/pdf/35/2005/35_2005_3_8464.pdf

⁸¹ Stichting Kijk Onderzoek, "Jaarrapport 2006." www.kijkonderzoek.nl/images/stories/rapporten/rapjaar2006.pdf, 18 juli 2011.

⁸² Europese Commissie, "E-Communications Household Survey." juli 2006. ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/doc/info_centre/studies_ext_consult/ecom_household_study/eb_jul06_main_report_en.pdf, 17 juli 2011.

⁸³ Website CBS, statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37458&D1=0-2,6-7&D2=0&D3=21&HDR=G2,T&STB=G1&VW=T, 17 juli 2011.

kampt Nederland met een groot fileprobleem. Ongeveer 80 procent van de filezwaarte wordt veroorzaakt door een tekort aan wegcapaciteit.⁸⁴

Nederlanders gaan ook steeds vaker op vakantie en kiezen voor internationale bestemmingen. In 2006 gaat ruim 44 procent van de bevolking meer dan één keer op vakantie.⁸⁵ Het Sociaal Cultureel Planbureau komt in april 2006 met een rapport over de vrijetijds mobiliteit van Nederlanders. Het rapport schetst een aantal ontwikkelingen in de vrijetijdscultuur; commercialisering, intensivering en individualisering.⁸⁶ Lucas Harms haalt Tracy Metz aan die Nederland ziet veranderen in een “pretparadijs”:

“In de huidige samenleving speelt vrije tijd een belangrijker rol dan ooit. Nederland is veranderd in een ‘pretparadijs’ waar genieten en beleven voorop staan. Illustratief hiervoor is de toename van het aantal koopzondagen, feesten, tweede woningen, skihellingen, megabioscopen, kinderparadijzen en stadions.”⁸⁷

Lucas Harms signaleert een verandering binnen de context van vrijetijdsbesteding. De temporele intensivering van het dagelijks leven is het belangrijkste component van de veranderende cultuur. Harms signaleert een “cultuur van haast” die aan de maatschappij is opgedrongen. Men wil meer doen in kortere tijd en hierdoor ontstaat een intensievere betekenis van de vrije tijd waarin de belevenis centraal staat. De “beleveniseconomie” wordt gekenmerkt door de versterking van het identiteitsgevoel van het individu tijdens een belevenis. Joe Pine en James Gilmore zorgden in 1999 voor een revolutie in het nieuwe denken over belevnissen. In *The Experience Economy* stellen zij dat de belevenis zelf een nieuwe marketingtool is. De bedoeling is dat consumenten een zodanige indruk opdoen zodat de belevenis memorabel wordt. De gebeurtenis zorgt voor een sterke emotionele verbondenheid van het individu met het product.⁸⁸

Harms constateert ook een toename van het aanbod van vrijetijdsvoorzieningen en activiteiten. Er ontstaat een vrijetijdslandschap met megabioscopen, skihellingen, pretparken en kinderparadijzen. De commercialisering van de vrije tijd heeft volgens hem een belangrijke rol gespeeld. Eén van de gevolgen van de schaalvergroting is een toename van de ruimtebehoefte.

Naast de intensivering en commercialisering is er ook individualisering in de vrijetijds mobiliteit geconstateerd. Hiermee wordt vooral bedoeld op een verzelfstandiging van de vrije tijd: een verminderde afhankelijkheid van het individu ten opzichte van de directe omgeving en toenemende vrijheid om deze naar wens in te vullen. Illustratief hiervoor is de individualisering binnen het gezin.

⁸⁴ Ministerie van Verkeer en Waterstaat. “Bereikbaarheidsmonitor Hoofdwegennet 2006.” 1 mei 2007. www.rijksoverheid.nl/...2006/bereikbaarheidsmonitor-hoofdwegennet-2006, 17 juli 2011/.

⁸⁵ Website CBS, statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=60029NED&D1=38-39,56-57&D2=0-2&D3=9&HDR=T&STB=G1,G2&VW=T, 16 juli 2011.

⁸⁶ Harms, Jos. “Op weg in de vrije tijd. Context, kenmerken en dynamiek van de vrijetijds mobiliteit.” Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, april 2006.

⁸⁷ Metz, Tracy. *Pret! Leisure en Landschap*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 2002. p.8.

⁸⁸ Pine, Joe en James Gilmore. *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

Vroeger keek het gezin gezamenlijk televisie in de woonkamer en tegenwoordig heeft ieder gezinslid een eigen kamer en deelt zijn eigen tijd in. Men is ook minder op elkaar aangewezen door de toegang tot meerdere vervoermiddelen.⁸⁹

Korte samenvatting

De Nederlandse maatschappij wordt in 1963 gekenmerkt door verzuiling. De wederopbouw is zo goed als afgerond en de Nederlandse economie floreert. De groeiende welvaart maakt het mogelijk om apparaten aan te schaffen zoals koelkasten en wasmachines die het huishouden vergemakkelijken.

Ook groeit het aantal televisietoestellen explosief. De introductie van de televisie zorgt voor een grote verandering van de vrijetijdsbesteding. Alle overige vormen van vrijetijdsbesteding verliezen aan betekenis. Daarnaast groeit het aantal auto's explosief en men trekt erop uit met de auto. Hierdoor ontstaat het verschijnsel 'bermtoerisme'. De groeiende welvaart, meer vrije tijd en wettelijke regelingen maken het voor de Nederlander mogelijk om op vakantie te gaan. De Nederlander viert zijn vakantie het liefst in eigen land.

Anno 2006 ziet de Nederlandse maatschappij en vrijetijdsbesteding er compleet anders uit dan in 1963. Van verzuiling is geen sprake meer en ook de rolverdeling tussen mannen en vrouwen is gelijkwaardiger geworden. Televisie kijken is nog steeds een populaire vorm van tijdverdrijf maar ook de computer en internet hebben een belangrijke plek ingenomen in de maatschappij.

De Nederlanders leven in een cultuur die gekenmerkt wordt door haast. De vrijetijdsbesteding wordt hierdoor ook anders ingevuld. De belevenis staat tegenwoordig centraal. Het aantal vrijetijdsvoorzieningen is drastisch toegenomen en als gevolg hiervan ontstaat een vrijetijdslandschap.

De zojuist genoemde kenmerken van de Nederlandse samenleving in 1963 en 2006 vormen de uitgangspunten voor het volgende hoofdstuk. In hoofdstuk vijf wordt de maatschappelijke context gekoppeld aan de contentanalyse van de films. De focus ligt op de ontwikkeling van de vrijetijdscultuur.

⁸⁹ Harms, Jos. "Op weg in de vrije tijd. Context, kenmerken en dynamiek van de vrijetijds mobiliteit." Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, april 2006.

Hoofdstuk 5: Contextuele analyse: Bert Haanstra in 1963 en Michiel van Erp in 2006

Bert Haanstra in 1963

Vijftien jaar na de Tweede Wereldoorlog plukt de bevolking de vruchten van de toenemende welvaart. De modernisering wordt omarmd en tegelijkertijd houdt men vast aan rituelen zoals een bezoek aan de kerk op zondag. De film opent met beelden van een draaiende radarantenne, nieuwe straalvliegtuigen en autoverkeer. Daar tegenover wordt ook het kerkbezoek benoemd in *Alleman*. Het volk beschikt over meer vrije tijd en de inkomens stijgen. Nederlanders schaffen massaal televisies, auto's en koelkasten aan. Het fenomeen bermtoerisme komt ook in *Alleman*



Afb. 12: Bermtoerisme in *Alleman*

terug (afb. 12). Vakanties worden meestal in Nederland zelf gehouden. Carmiggelt bevestigt dit: “We zijn dit jaar maar in eigen land gebleven.”⁹⁰ In de vrije tijd bezoekt de Nederlander een sportwedstrijd, gaat naar het strand of maakt een ritje met de auto. Sport krijgt ook veel aandacht in de film. Een gedeelde ervaring van een voetbalwedstrijd zorgt voor een verbindende factor van het volk.



Afb. 13: Televisieaanbod in etalage.

Bioscoop en televisie waren populaire vormen van tijdverdrijf bij het Nederlandse volk. De populariteit van de televisie blijkt ook uit één van de shots uit de film. Afbeelding dertien toont een *still* uit de film van een etalage waar het medium wordt verkocht. Ook refereert Simon Carmiggelt naar het programma *Open het Dorp* uit 1962 waarin Mies Bouwman 23 uur lang presenteerde om geld in te zamelen voor een woongemeenschap voor gehandicapten. De uitzending vormde een mijlpaal op televisiegebied. Niet eerder werd duidelijk hoe groot de invloed van het medium

kon zijn.

De ‘gematigdheid’ van het Nederlandse volk komt ook terug in de documentaire. Er wordt een beeld geschetst van Nederland als “eenheid in verscheidenheid”. Binnen een verzuild systeem genoot het individu persoonlijke vrijheid. Carmiggelt zegt ook:

“Onze politieke hartstochten mogen eens in de vier jaar oplaaien en doen het dan niet. Toch zijn we het meest verdeelde volk van de wereld maar alles gaat hier goed als we maar ons eigen bijzondere onderwijs hebben en onze eigen omroepzuil en als het even kan onze eigen voorkeur. Twaalf miljoen individualisten zijn we maar erg verdraagzaam.”⁹¹

⁹⁰ *Alleman*. Reg. Bert Haanstra, Scen. Simon Carmiggelt, Cam. Bert Haanstra. Haanstra & Haanstra Producties, 1963.

⁹¹ *Alleman*. Reg. Bert Haanstra, Scen. Simon Carmiggelt, Cam. Bert Haanstra. Haanstra & Haanstra Producties, 1963.

De rolverdeling tussen mannen en vrouwen is ook karakteriserend voor de tijd waarin de film is geproduceerd. De film is gemaakt door enkel mannen en de *male gaze* is duidelijk aanwezig. De vrouwen zorgen voor het huishouden en worden gezien als lustobject. Pas enkele jaren later ontstaat vanuit de vrouwenbeweging een opstand tegen deze traditionele rolverdeling.

Wanneer de maatschappelijke context van 1963 wordt toegepast blijkt dat *Alleman* een zeer realistisch beeld geeft van de Nederlandse identiteit en vermaakcultuur. Het begin van de jaren zestig leefde de bevolking nog in "pais en vree". Pas tegen het einde van het decennium ontstaan politieke opschuddingen omdat het volk meer vrijheid wil en minder gezag van kerk en staat.

De film schetst wel een zeer optimistisch beeld van Nederland. Recensenten stellen dat Bert Haanstra de Nederlander een spiegel voorhoudt waarin Nederlanders zichzelf zien zoals ze graag gezien willen worden. De film bevestigt een positief karakter van de Nederlandse identiteit. Dat verklaart waarschijnlijk ook in hoge mate de populariteit van de film. De kijker kan zich identificeren met de tekst en gaat met een positief gevoel naar huis. Daarnaast is de film ook vriendelijk van aard omdat Haanstra gebruik maakte van de verborgen camera techniek en veel waarde hechtte aan de privacy van de mensen die hij in beeld bracht. Haanstra was zelf overtuigd van de documentairewaarde van *Alleman*. In een interview in *Trouw* zegt hij: "Dit wordt een film door en voor Nederlanders. Documentair? Zeker ook. Ik maak mij sterk dat "Alleman" over een jaar of vijftig een belangrijk document over Nederland zal zijn."⁹²

Michiel van Erp in 2006

Anno 2006 heeft de Nederlandse televisiekijker toegang tot een veelheid aan Nederlandse en buitenlandse televisiekanalen. Van Erp maakte een bewuste keuze om zich meer te focussen op de productie van film in plaats van televisie. Film is blijvend van aard in tegenstelling tot televisie waar kijkers sneller wegzappen.

Nederlanders kijken in 2006 ook televisie via hun computer. Bijna iedereen beschikt over een internetaansluiting en een mobiele telefoon. Bijna alle huishoudens beschikken over één of twee auto's. De rolverdeling tussen mannen en vrouwen is gelijkwaardiger geworden in tegenstelling tot 1964 maar vrouwenemancipatie blijkt in 2006 een belangrijk agendapunt van de overheid.

Het Centraal Cultureel Planbureau schetst drie grote veranderingen in de vrijetijdscultuur in 2006: commercialisering, intensivering en individualisering. De Nederlander leeft in 2006 in een "haastcultuur" die ontstaan is door schaarsere vrije tijd en een toename van de bestedingsruimte. Er is een vrijetijdscultuur ontstaan waarin de belevenis centraal staat. De Nederlander ontleent zijn identiteit aan de indeling van zijn vrije tijd. Als gevolg van de commercialisering, intensivering en individualisering ontstaat een "vrijetijdslandschap". Typerend hiervoor noemt Metz de skyline van Zoetermeer die vroeger gekenmerkt werd door een kerk. Tegenwoordig herkent men de skyline van Zoetermeer door de gigantische skihelling van Snowworld.⁹³

⁹² Auteur onbekend. "Verborgene camera's en niets vermoedende Nederlanders maakten "Alleman"". *Trouw*, 2 november 1963.

⁹³ Metz, Tracy. *Pret! Leisure en Landschap*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 2002. p.52-53.

Lucas Harms haalt in zijn rapport van het SCP het boek van Metz aan. Hetzelfde boek bleek een belangrijke inspiratiebron voor *Pretpark Nederland*. Van Erp:

“Ik werd door Cees van Ede benaderd, hij was hoofd documentaire bij de NPS en kwam met een boek aan dat over hetzelfde ging, het boek heette Pret! van Tracy Metz. Het ging over het veranderend landschap van Nederland door de vermaakindustrie.”⁹⁴



Afb. 14: Gay Pride

Het boek *Pret!* bevat veel foto's van Nederlanders die recreëren. Foto's die waarschijnlijk ook een inspiratiebron zijn geweest voor de verhaallijnen van de film zoals de Gay Pride en De Efteling (afb. 14).

Anno 2006 wordt er veel gerecreëerd, maar de Nederlandse bevolking kent in die tijd ook angstige onderbuikgevoelens. De aanslagen in Amerika en de politieke moorden op Pim Fortuyn en Theo van Gogh zorgen voor een oploeiende discussie over de

multiculturele samenleving. Recensent Dana Linssen schrijft in *NRC Handelsblad* dat Van Erp zich onthoudt van politieke invalshoeken. Linssen stelt:

“Het blijft onduidelijk of Van Erp zich met die titel wil mengen in de politieke discussie waarin Ayaan Hirsi Ali de term ‘Het land van ooit’ (ook een pretpark) ijkte voor de achterhaalde werkelijkheid waarin politici als Hans Wiegel, Piet Hein Donner en Hans van Mierlo volgens haar leefden. Je zou uit *Pretpark Nederland* kunnen concluderen dat ook het merendeel van de Nederlandse bevolking op een permanent busreisje door een gigantisch openluchtmuseum is waarin geen grotestedenproblematiek, geen migranten, geen werkeloosheid, geen religieuze revival, geen armoede bestaan.”⁹⁵

Concluderend kan gesteld worden dat *Pretpark Nederland* de maatschappelijke trends (commercialisering, individualisering en intensivering) van de vrijetijdscultuur op humoristische wijze in beeld brengt. Van Erp stelt dat de Nederlander zich laat leiden door een pretcultuur waarin economische belangen voorop staan. Van Erp onthoudt zich persoonlijk van politiek commentaar in de film. Hij schetst een beeld van Nederlanders die zich niet laat beroeren door politieke problematieken en zich liever bezig houden met populair vermaak.

Van Erp refereert in de film naar *Alleman* en stelt dat er in 40 jaar enorm veel is veranderd. *Pretpark Nederland* schetst een beeld van Nederlanders als een koopziek, hysterisch volk dat zich volledig laat leiden door marketingstrategieën. Van de 'nuchtere' en 'verdraagzame' Hollanders uit *Alleman* is weinig over. De Nederlandse identiteit is volgens Van Erp veranderd. Dit sluit aan bij het theoretische gedachtegoed van Stuart Hall. Hij stelt in *Cultural Identity and Diaspora* dat het begrip

⁹⁴ Mondeling interview met Michiel van Erp. Amsterdam, 30 juni 2011.

⁹⁵ Linssen, Dana. “Overall te vinden waar wc-papier wordt uitgedeeld. Michiel van Erp brengt de vrijetijdsbesteding van de Nederlandse middenklasse in beeld.” *NRC Handelsblad*, 18 oktober 2006.

identiteit niet onproblematisch is. Hij stelt de discussie ter sprake aan de hand van zijn eigen Caribische identiteit. Hall zoekt naar een dialoog over culturele identiteit en de representatie hiervan en oppert twee manieren van culturele identiteit. De eerste in de vorm van een gedeelde cultuur door bepaalde overeenkomsten (bijvoorbeeld taal) en in de tweede vorm is culturele identiteit een positie: het staat niet vast maar is altijd 'in productie'. Deze tweede vorm van identiteit wordt continue onderworpen aan het 'spel' van geschiedenis, cultuur en macht.⁹⁶

⁹⁶ Hall, Stuart. "Cultural Identity and Diaspora". New York: Columbia University Press, 1993. p. 225.

Conclusie

Uit de contextuele analyse van de vrijetijdscultuur is gebleken dat Nederlanders in het begin van de jaren zestig een groeiende welvaart kende en een toename van de vrije tijd. Een bezoek aan de kerk op zondag was vaste prik en daarna trok het volk erop uit om te recreëren. Een dagje weg met de auto bleek populair tijdverdrijf en zo ontstond het fenomeen 'bermtoerisme'. Daarnaast waren een dag naar het strand of een bezoek aan een sportwedstrijd geliefde bezigheden. In de vakantieperiode verbleef de Nederlander graag op een Nederlandse camping.

Bijna vijftig jaar na de bioscooppremière van *Alleman* is het monumentale karakter van de film een feit. In *Alleman* werd de vrijetijdscultuur van 1963 in beeld gebracht. De film was een groot succes in de Nederlandse bioscopen, werd genomineerd voor een Oscar en won een Gouden Beer in Berlijn. Haanstra's verborgen camera techniek zorgde ervoor dat hij de Nederlanders in hun werkelijke doen en laten portretteerde. Simon Carmiggelt voorzag de beelden van commentaar en omschreef de Nederlanders als een nuchter en verdraagzaam volk.

Alleman is karakteriserend voor de tijd waarin de documentaire is gemaakt. Haanstra wilde een film maken zonder verhaal: het werd een observatie van de Nederlanders in 1963. Het beeld sloot aan bij de visie van de maker. Critici stelden dat Haanstra het publiek een optimistische spiegel voorhield waarin Nederlanders zichzelf zagen zoals ze graag wilden. De film bevestigde een positief karakter van de Nederlandse identiteit en het grote publiek kon zich herkennen in de typisch Nederlandse karakteristieken. Typerend voor de film is de samenleving die belang hechtte aan rituele normen en waarden in een tijd van modernisering. De vrijetijdscultuur die gerepresenteerd wordt in *Alleman* is beeldend voor de maatschappelijke context van 1963. In *Alleman* vond vrijetijdsbeleving hoofdzakelijk in het weekend plaats. Nederlanders maakten in de film een ritje met de auto en genoten van een picknick in de berm. De vakanties werden meestal doorgebracht op een Nederlandse camping. Deze beelden komen overeen met de analyse van de vrijetijdscultuur van 1963.

Anno 2006 wordt de vrijetijdscultuur volgens het Centraal Cultureel Planbureau gekarakteriseerd door drie ontwikkelingen: intensivering, commercialisering en individualisering. Nederlanders hebben minder vrije tijd en meer bestedingsruimte in vergelijking tot 1963. De Nederlander kan ook vaker op vakantie en kiest voor internationale bestemmingen. Het volk leeft in een haastcultuur die is opgedrongen aan de maatschappij. De emotionele belevenis staat centraal en het individu identificeert zich met de invulling van vrije tijd. Deze ontwikkelingen hebben ook planologische veranderingen in het landschap tot gevolg. Nederland verandert volgens Tracy Metz in een groot pretpark.

In 2006 gaat de film *Pretpark Nederland* in première waarin de Nederlandse vermaakcultuur centraal staat. Michiel van Erp anticipeert in de film op een verwijzing naar *Alleman* middels de bekende strandscène. Recensenten nemen de verwijzing over en schrijven "Nederland heeft een nieuwe Bert Haanstra". De film past goed binnen de maatschappelijke context van de vrijetijdscultuur van 2006. Van Erp kijkt met een kritische blik naar de ontwikkelingen in de vrijetijdsindustrie.

Waar Haanstra in 1963 licht ironisch naar de Nederlanders keek, is de benadering van Van Erp meer geraffineerd. Haanstra's *Alleman* is observerend van karakter en kent geen verhaal.

Pretpark Nederland bevat duidelijk een boodschap van de filmmaker. In *Pretpark Nederland* wordt de Nederlandse kijker een spiegel voorgehouden door de ogen van een groep Chinese toeristen. Het nuchtere en verdraagzame volk uit 1963 is volgens Van Erp veranderd in een naar vermaak hunkerende natie. De vrijetijdscultuur is omgeslagen naar een vrijetijdsindustrie waarin commerciële belangen de bovenhand voeren. In 1963 bepaalde de Nederlander zelf hoe hij zijn vrije tijd besteedde en in 2006 laat de Nederlander zich op allerlei manieren verleiden door de vermaakindustrie. Vrije tijd wordt gezien als een product met marktwaarde. Deze ideologie wordt op humoristische wijze vertolkt en heeft een zelfspottende functie.

Haanstra en Van Erp houden de kijker op hun eigen manier een spiegel voor. Haanstra's visie op Nederland in 1963 is positief van aard. Van Erp zijn blik op Nederland in 2006 is ernstiger maar hij verpakt zijn boodschap in een humoristisch portret van verschillende verhalen. De humor heeft een belangrijke functie in de film; de kijker behoort eigenlijk om zichzelf te lachen.

Beide makers hechtten veel waarde aan een realistische werkelijkheid in de documentaires. Haanstra koos voor een verborgen camera techniek om de Nederlanders in hun werkelijke doen en laten te portretteren. Deze camera techniek heeft waarschijnlijk ook het vriendelijke karakter van de film bepaald. De geportretteerde Nederlanders hadden immers geen toestemming gegeven om in de film te verschijnen. De techniek was in 1963 nog niet toereikend en bleek soms een beperkende factor. *Alleman* is een zwart-wit registratie en ook het geluid is er later onder gemonteerd. Haanstra deed er alles aan om een zo realistisch mogelijk portret te maken. Van Erp en zijn team streven ook naar een natuurgetrouwe werkelijkheid. De techniek in 2006 maakt het mogelijk om in kleur te filmen en het geluid wordt gelijktijd met het beeld opgenomen. Nieuwe film lenzen maken het mogelijk om mensen te portretteren zonder dat zij het zelf in de gaten hebben.

Haanstra benaderde de Nederlanders met een grotere afstand en schetste een algemeen beeld van het land en het volk. De film was observerend en optimistisch van aard en dat bepaalt waarschijnlijk ook de monumentale waarde van *Alleman*. *Pretpark Nederland* kent meerdere verhaallijnen waarin het individu centraal staat. Van Erp focust zich op de positieve middenstander die op humoristische wijze in beeld wordt gebracht. De kritische ideologie van Van Erp komt duidelijk naar voren in de documentaire. Volgens van Erp wordt de samenleving gekenmerkt door culturele homogeniteit. Het volk probeert te ontsnappen aan de saaie realiteit in de duurzame vrije tijd en wordt verleid door de vermaakindustrie.

Bibliografie:

Literatuur

Carmiggelt, Simon. *Alleman. Een film van Bert Haanstra*. Amsterdam: De Bezige Bij, 1963.

Carmiggelt et al., *Bert Haanstra: Het bewogen oog*. Utrecht: Uitgeverij Westers, 1983.

CBS, "Bezoek aan vermakelijkheidsinstellingen 1964." Hilversum: Uitgeversmaatschappij W. de Haan N.V., 1966. In: Bibliotheek CBS, Den Haag.

CBS, "Televisie en radio Herfst 1962." Zeist: Uitgeversmaatschappij W. de Haan N.V., 1962. In: Bibliotheek CBS, Den Haag.

CBS, "Vrije-tijdsbesteding in Nederland 1962-1963. Enige vormen van licht en ernstig amusement." Zeist: Uitgeversmaatschappij W. de Haan, 1964. In: Bibliotheek CBS, Den Haag.

Corner, John. *The television genre book*. London: British Film Institute, 2001.

Driessen, Kees. *Canon van de Nederlandse Film*. Utrecht: Stichting Nederlands Film Festival, 2007.
www.filmfestival.nl/Assets/Uploads/Documents/canon.pdf, 23 juni 2011.

Europese Commissie, "E-Communications Household Survey." Juli 2006.
ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/doc/info_centre/studies_ext_consult/ecom_household_study/eb_jul06_main_report_en.pdf, 17 juli 2011.

Groen, Sander. "Lang leve Michiel van Erp." in: Squeeze, juni 2003.
www.mugmetdegoudentand.nl/mugweb/michelinsqueeze.html, 24 juni 2011.

Hall, Stuart. "Cultural Identity and Diaspora". New York: Columbia University Press, 1993.

Hofstede, Bart. *Nederlandse cinema wereldwijd*. Amsterdam: Boekmanstudies, 2000. p. 72-73.

Harms, Jos. "Op weg in de vrije tijd. Context, kenmerken en dynamiek van de vrijetijdsmobiliteit." Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, april 2006.

"Jaarverslag Kiesraad 2006".
www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeld=1, 18 juli 2011.

Kin, Bart en Angélique van der Laan. *Mijn Nederland in woord en beeld 1960-1969*. Schelluinen: House of Knowledge, 2010.

Leezenberg, Michiel en Gerard de Vries. *Wetenschapsfilosofie voor geesteswetenschappen*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2001. p. 167-170.

Metz, Tracy. *Pret! Leisure en landschap*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 2002.

Ministerie van Verkeer en Waterstaat. "Bereikbaarheidsmonitor Hoofdwegennet 2006." 1 mei 2007.
www.rijksoverheid.nl/...2006/bereikbaarheidsmonitor-hoofdwegennet-2006, 17 juli 2011/

Ministerraad "Meerjarenbeleidsplan Emancipatie 2006-2010." 19 december 2005.
docs.szw.nl/pdf/35/2005/35_2005_3_8464.pdf, 18 juli 2011.

NBTC-NIPO Research. "Toekomstvisie Nederlandse vakantiemarkt 2020." Datum onbekend.

Pine, Joe en James Gilmore. *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

Redactie economie. "Nog altijd verlangen naar de gulden." *Trouw*, 22 december 2006.
www.trouw.nl/tr/nl/4324/nieuws/archief/article/detail/1704753/2006/12/22/Nog-altijd-verlangen-naar-de-gulden.dhtml, 15 juli 2011.

Reesink, Maarten en Joke Hermes. *Inleiding televisiestudies*. Amsterdam: Boom, 2003.

Schoots, Hans. *Bert Haanstra Filmer van Nederland*. Amsterdam: Mets & Schilt, 2009.

Stichting Kijk Onderzoek, "Jaarrapport 2006".
www.kijkonderzoek.nl/images/stories/rapporten/rapjaar2006.pdf, 18 juli 2011.

Storey, John. *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*. Edinburgh: Pearson Education Limited, 2006.

Van Erp, Michiel en René van 't Erve. "Aanvraag realiseringssubsidie" in Productiemap "Pretpark Nederland". Amsterdam: De Familie televisie & film, 31 mei 2005.

White, Mimi. "Ideological analysis and television" in: *Channels of Discourse, Reassembled*. London: Routledge, 1999.

Overige media

Websites

Centraal Bureau voor de Statistiek:

statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,14,20,30,40,56,I&HDR=G1&STB=T&VW=T, 16 juli 2011.

Centraal Bureau voor de Statistiek:

statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,14,20,30,40,56,I&HDR=G1&STB=T&VW=T, 16 juli 2011.

Website CBS,

statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37458&D1=0-2,6-7&D2=0&D3=21&HDR=G2,T&STB=G1&VW=T, 17 juli 2011.

Hinne Brouwer, www.hinnebrouwer.nl/waar/wat, 20 juni 2011.

IDFA: "Over IDFA" www.idfa.nl/nl/overidfa.aspx, 22 juni 2011.

IMDB: "Robert Flaherty" www.imdb.com/name/nm0280904/, 23 juni 2011.

Louis ter Burg, www.louisterburg.nl/index.html, 20 juni 2011.

Film

Alleman. Reg. Bert Haanstra, Scen. Simon Carmiggelt, Cam. Bert Haanstra. Haanstra & Haanstra Producties, 1963.

Pretpark Nederland. Reg. Michiel van Erp, Scen. Michiel van Erp, Cam. Mark van Aller. A-films, 2006.

TV

Uur van de Wolf. "Bert Haanstra" NPS, 27 oktober 1997.

www.geschiedenis24.nl/speler.program.7044570.html.

Radio

Radioprogramma "De Avonden" Presentatie: Lotje Ijzermans, VPRO Radio 6, 8 juli 2010.

avonden.radio6.nl/tag/michiel-van-erp/, 24 juni 2011.

"O.V.T.: Mijn Nederland in woord en beeld." VPRO, 11 februari 2011

www.geschiedenis24.nl/ovt/afleveringen/2011/OVT-20-02-2011/Mijn-Nederland-in-woord-en-beeld.html, 10 juli 2011.

Recensies

Auteur onbekend. "Verborgen camera's en niets vermoedende Nederlanders maakten "Alleman"". *Trouw*, 2 november 1963.

Boost, Charles. "Alleman zoals Haanstra die ziet." *Het Parool*, 5 april 1963. In: EYE Film Instituut, Amsterdam.

Linszen, Dana. "Overal te vinden waar wc-papier wordt uitgedeeld. Michiel van Erp brengt de vrijetijdsbesteding van de Nederlandse middenklasse in beeld." *NRC Handelsblad*, 18 oktober 2006.

Van de Graaf, Belinda. "De debilisering neemt definitief bezit van de Nederlander in zijn vrije tijd." *Trouw*, 19 oktober 2006.

Van der Burg, Jos. "Het leven is één groot pretpark." *Het Parool*, 18 oktober 2006. In: EYE Film Instituut, Amsterdam.

Afbeeldingen

Afb. 1: *Alleman*. Beeld van Hitler op het Waterlooplein.

Afb. 2: *Alleman*. Agent rent achter kinderen aan.

Afb. 3 en 4: *Pretpark Nederland*. Touringbus met Chinese toeristen.

Afb. 5: *Pretpark Nederland*. Bart onderweg naar de Gay Pride.

Afb. 6: *Pretpark Nederland*. Willem Sorel, directeur Bataviastad.

Afb. 7: *Pretpark Nederland*. NOS Journaal in de touringbus.

Afb. 8: *Pretpark Nederland*. Chinese tourgids.

Afb. 9: *Alleman*. Strandscène Alleman.

Afb. 10: *Pretpark Nederland*. Strandscène Pretpark Nederland.

Afb. 11: Bermtoerisme. Uit: Kin, Bart en Angélique van der Laan. *Mijn Nederland in woord en beeld 1960-1969*. Schelluinen: House of Knowledge, 2010. p. 96.

Afb. 12: *Alleman*. Televisieaanbod in etalage.

Afb. 13: *Alleman*. Bermtoerisme in *Alleman*.

Afb. 14: Gay Pride. Uit: Metz, Tracy. *Pret! Leisure en landschap*. Rotterdam: NAI Uitgevers, 2002.

Mondelinge interviews

Mondeling interview met Michiel van Erp te Amsterdam, 30 juni 2011.