

# DE VERBEELDING VAN ‘HOLLANDS’ VISSERSVOLK

*Visuele cultuur en het folkloristische cliché van Marken en Volendam<sup>1</sup>*

Folklore is van levensbelang. Dit geldt in elk geval voor plaatsen als Marken en Volendam, die van hun folkloristische imago afhankelijk zijn om van heinde en ver toeristen te trekken. Daarmee bouwt de lokale bevolking voort op een representatie die aan het eind van de achttiende eeuw ontstond en die nadien steeds weer in woord en beeld is gereproduceerd: eerst als toonbeeld van nationale eigenheid, ten slotte ook als toegeëigend kenmerk van lokale specificiteit. Hoe deze verbeelding aan de macht is gekomen en gebleven is het onderwerp van dit artikel.

## Inleiding

Vanaf het Damrak in Amsterdam vertrekken dagelijks busladingen toeristen naar locaties in de omgeving van de hoofdstad. Vooral Volendam en Marken zijn van oudsher populair. De *tour operators* prijzen beide met succes aan als pittoreske en ‘typisch Hollandse’ vissersdorpen en vervoeren drommen dagjesmensen naar de fotogenieke lokale bezienswaardigheden. Het gestolde beeld van folklore, streekdracht en oud-Hollandse traditie wordt ter plaatse zorgvuldig in stand gehouden en te gelde gemaakt. Als we een toeristische website mogen geloven, dan ademt de Marker gemeenschap ‘de sfeer van vroeger’, voert de ‘traditionele levensstijl’ er de boventoon en ‘lopen de bewoners nog altijd rond in klederdracht’.<sup>2</sup> Op de Volendamse Dijk kunnen bezoekers zich in ‘typisch’ Volendamse dracht steken om zich zo te laten veeuwiggen. Snuisterijen met het dunst denkbare vernis van Volendamsheid (‘made in China’) gaan er als warme broodjes over de toonbank en in diverse horecagelegenheden worden hongerige of dorstige bezoekers door serveersters in traditionele kledij bediend. Naar schatting ontvangt Volendam jaarlijks anderhalf tot twee miljoen binnen- en buitenlandse bezoekers, Marken ruim een half miljoen. Het eerstgenoemde dorp is volgens een gemeentelijk

beleidsdocument ‘één van de belangrijkste toeristische bestemmingen van Nederland geworden, met een wereldwijde bekendheid. En nog steeds komen de toeristen min of meer voor hetzelfde als wat Havard anderhalve eeuw geleden beschreef: de klederdracht, het vissersdorp en het gevoel dat de tijd stil heeft gestaan’.<sup>3</sup> Henry Havard was een Franse kunsthistoricus en auteur van een reisverslag dat de ‘villes mortes’ Volendam en Marken in de jaren zeventig van de negentiende eeuw tot ver over de landsgrenzen beroemd maakte. Mede daardoor konden deze plaatsen zich al vroeg in een warme toeristische belangstelling verheugen. Maar de voorstelling van beide kustgemeenschappen als plechtanker van Hollandsheid gaat verder terug in de tijd en werd tot diep in de twintigste eeuw in woord en vooral ook beeld uitgedragen.

Hoe is deze tekstuele en visuele representatie tot stand gekomen en welke betekenissen werden eraan toegeschreven? Waarom hadden juist deze plaatsen een zo sterke aantrekkingskracht dat ze tot pars pro toto van Nederland konden uitgroeien? Het is opmerkelijk dat Volendam, als katholieke enclave in een protestantse omgeving, de status van nationaal icoon verwierf. Immers, Nederland werd door velen lange tijd als een ‘protestantse natie’ aangeduid. Ook het indertijd calvinistische Marken leidde een bestaan in de marge van de Nederlandse samenleving. Hoe kon, met andere woorden, het atypische tot het typische worden omgeduid? Op voorhand zij gezegd dat het folkloristische beeld van Volendam en Marken hierbij een belangrijke rol speelde. Dit geldt zowel voor het geschreven woord als voor de beeldtaal van grafische en schilderkunst, fotografie en film waarop ik me in dit artikel in het bijzonder zal richten. Daarin wordt een wereld opgeroepen van ‘authenticiteit’ en continuïteit. Ik beoog niet om deze mythe door te prikken; dat hebben de historici Schutte en Weitkamp (1998) in hun boeiende verhandeling over Marken reeds afdoende gedaan. Het gaat me erom te achterhalen hoe het image is ontstaan, verbreid en veranderd, hoe het vanuit verschillende invalshoeken werd benaderd en welke functie en betekenis het had en voor een deel nog steeds heeft. Opvallend is dat diverse afzonderlijke studies zijn gewijd aan bijvoorbeeld reisverhalen en schilderkunst enerzijds en – zij het in veel mindere mate – documentaires en speelfilms anderzijds waarin Marken en Volendam een prominente rol spelen, maar dat deze expressievormen zelden met elkaar in verband zijn gebracht. In dit artikel doe ik dat wel, waarbij tevens overeenkomsten en verschillen in de beeldvorming worden beschreven en geanalyseerd. De nadruk ligt echter op de filmische representatie, waarin met iconen – tekens die verwijzen naar wat ze uitbeelden (Grever 2004: 210) – van Hollandsheid wordt gespeeld.

### **‘Echte’ Hollanders: de visualisering van vissersvolk**

Onder invloed van de Romantiek en het opkomende nationalisme gingen literatoren en geleerden in de loop van de negentiende eeuw op zoek naar bevol-

kingsgroepen die het 'echte' Nederland vertegenwoordigden. Ze dichtten, net als cultuurnationalisten elders in Europa, aan plattelandsgemeenschappen in het algemeen en vissersgemeenschappen in het bijzonder een oeroude beschaving met een krachtige volkscultuur toe, die in stedelijke samenlevingen aan een nivellerende modernisering ten prooi zou zijn gevallen. Vissers waren daardoor onderwerp van een moraalfilosofie die verwantschap vertoonde met de latere idealisering door antropologen van de zogenaamde 'nobele wilde' (zie Brunsting 1997). Hun vermeende normen en waarden – in het bijzonder werkzaamheid, eenvoud en godsdienstigheid – werden aan de natie ten voorbeeld gesteld. Vissers en vissersvrouwen werden zo verheven tot 'nationale' iconen. Hildebrand (*nom de plume* van Nicolaas Beets) meende bijvoorbeeld dat in Marker vissers 'het waarachtige type van onze oudste voorouders bewaard gebleven' was. Men kon op het eiland 'de huizen, de gewoonten, de zeden en begrippen van voor twee eeuwen' aantreffen (1841: 132). Marken zou bezoekers met andere woorden een blik op de Gouden Eeuw bieden als waren zij in een tijdmachine beland. Ook in geleerde verkenningen zijn zulke tendensen bespeurbaar. In *De Aardbol: magazijn van hedendaagsche land- en volkenkunde* heetten Markenaren 'de onverbasterde afstammelingen der eerste bewoners dezer landen' (Best en Witkamp 1841: 110) en de Amsterdamse arts Samuel Coronel betoogde dat de Marker 'in zeden en gewoonten, in woning, huisraad en kleeding ... het beeld afspiegelt van de zeden en gebruiken onzer vaderen uit een verwijderd tijdperk' (1862: 55).

De Marker samenleving werd door negentiende-eeuwse waarnemers in de tijd teruggeplaatst, geïdealiseerd en getribaliseerd. Zij zongen de lof van het roemrijke verleden, oude tradities, zeden en gebruiken, deugden en moraal, kunsten en cultuuruitingen, waarbij Marken werd voorgesteld als één van de laatste vindplaatsen van de echte en onvervalste Hollandse – en bij uitbreiding Nederlandse – cultuur. De tijd leek er, anders dan in de dynamische steden, in hun ogen stil te hebben gestaan. Wie het 'exotische' wilde aanschouwen, kon derhalve volstaan met een reis naar nabijgelegen kusten. Beschouwers waren op zoek naar 'authenticiteit', maar hun speurtocht leidde tot een romantisering van het pastorale en pittoreske. Van het vissersleven werd een sentimenteel beeld geschetst, waarmee stedelingen een spiegel kregen voorgehouden waarin zij de 'ware' beschaving konden zien. Het ging dus om een verhaal met een moraal. En dat gold niet alleen Marken. In algemenere zin vormden eilanden en kustgemeenschappen in schrijversogen een Arcadië, waar armoede weliswaar troef was, maar waar tegelijkertijd sprake was van saamhorigheid en deugdzaamheid, een ongekunsteld bestaan en een krachtige innerlijke beschaving.

Ook de opkomst van het vissersgenre in de schilderkunst past in deze trend. Kustplaatsen als Scheveningen, Katwijk, Volendam en Marken werden jaarlijks door vele kunstenaars bezocht. Zij lieten zich inspireren door de eenvoud en ongerepteheid van de vissersbevolking, de interieurs van vissers-

woningen met hun pronkkamers, kust- en havengezichten, en de heroïsche strijd tegen de natuur. De geschilderde motieven bestonden onder meer uit streekdrachten, vissersschepen en vissersgereedschappen. Gaandeweg kregen de schilders ook belangstelling voor zeden en gewoonten. Zij beeldden bijvoorbeeld kerkgang, huwelijk, doopplechtigheid, rouw en dagelijkse bezigheden uit. Het grote publiek kon zich het vissersgenre toe-eigenen via de talloze afbeeldingen naar gravures van schilderijen, die in geïllustreerde tijdschriften of in zelfstandige uitgaven verschenen. Zo werd in 1861 een album uitgegeven met gravures van Johannes Rennefeld naar schilderstukken van Jozef Israëls en gedichten van Nicolaas Beets (Israëls et al. 1861). Daarin werden burgerlijke waarden als vroomheid, huiselijkheid, moederliefde, echtelijke trouw, arbeidzaamheid, godsdienstzin en tevredenheid met het eigen bestaan uitgebeeld. Het genre bereikte, vooral dankzij het werk van Israëls, in de jaren zeventig en tachtig van de negentiende eeuw een hoogtepunt.

De Hollandse vissers en vissersvrouwen werden meer en meer met het ‘nationale karakter’ van Nederland geassocieerd. Mede dankzij de popularisering van de beeldcultuur kon dit imago zich in de voorstellingswereld van lezers etsen. In de literatuur en in populaire periodieken als *Nederlandsch Magazijn* en *Eigen Haard* kwam de projectie van burgerlijke idealen op basis van een beeld van de eenvoudige vissersbevolking in de tweede helft van de negentiende veelvuldig voor (Dekkers 1994: 83). Deze idealisering aan de hand van idyllische taferelen had ongetwijfeld te maken met transformaties die zich in de Nederlandse samenleving aan het voltrekken waren: industrialisatie en verstedelijking, en de daarmee gepaard gaande sociale problemen en conflicten. Het in de traditie geworteld zijn straalde houvast en stabiliteit uit en gaf een model aan de morele opvattingen die de burgerij op zichzelf projecteerde. Het thema van de ‘innerlijke beschaving’ van de kustbevolking was allerm minst gespeend van een paternalistische en moralistische toonzetting, maar werd wel gemeengoed.

De groeiende belangstelling van veelal in steden gevestigde culturele en maatschappelijke elites voor het volksleven ontsproot aan nationalistische sentimenten, waarbij de volkscultuur – in al haar verscheidenheid – behouden en zelfs versterkt diende te worden (zie Van Ginkel 1999, 2000). Het nationalisme had als burgerlijke ideologie weliswaar zijn basis in de steden, maar in de nostalgische reactie werd het ‘organische’ volksleven verheerlijkt; een wending naar een gemystificeerd verleden als lonkend perspectief voor de toekomst. Dezelfde notabelen die op lokaal niveau als verlichte beschavers optraden, wierpen zich soms tegelijkertijd op als volkskundige dilettanten die verdwijnend cultuurgoed voor het nageslacht wilden bewaren en de bronnen ervan wilden vastleggen. De dichter-dominee Jan ten Kate, van 1845 tot 1847 predikant op Marken, schreef in 1846 over ‘zijn’ eiland: ‘Die kleene plek, ten golven uitgerezen, die van den walm der steden wordt verschoond, zou die misschien de groene schuilhoek wezen, waar ’t overschot van Hollands Deug-

den troont?’ (geciteerd in Schutte en Weitkamp 1998: 285-286). Beschrijvers van teloorgaande tradities zochten veelal naar een onveranderlijke volkscultuur, een verloren gewaand, onopgesmukt en geordend gemeenschapsleven en een statisch ‘volkskarakter’, waarvan zij een idyllisch beeld schiepen. Er werd dikwijls gewezen op culturele verschraling als schaduwzijde van het moderniseringsproces. In reactie daarop werd de lof van het roemrijke verleden, oude tradities, zeden en waarden, kunsten en cultuuruitingen bezongen. Marken en Volendam werden zo voorgesteld als vindplaatsen van de echte en onvervalste Nederlandse cultuur (zie bijvoorbeeld Anoniem 1884: 2).

Volkscultuur bleek zich ook uitstekend te lenen voor manifestaties van cultuurnationalisme. De Nederlandse inzending voor de wereldtentoonstelling van 1878 in Parijs werd bijvoorbeeld opgevolgd met in streekdracht gestoken poppen. Er figureerden onder andere taferelen van een Scheveningse visser die terugkeert van de markt, een Volendamse moeder die haar zoon toespreekt en een echtpaar uit Marken. Op het internationale toneel werden de van oorsprong lokale cultuuruitingen ‘als voorbeeld van Nederlandse identiteit gepresenteerd ...; de klederdrachten vertegenwoordigden het zuivere nationale karakter’ (De Jong 1998: 71). Vanwege het succes dat de Nederlandse inzending oogstte, kregen de streekdrachten een plaats in het kort daarvoor geopende Nederlandsch Museum van Geschiedenis en Kunst in Den Haag, dat onmiddellijk het bezoekersaantal fors zag stijgen. Ook de Nationale Klederdracht Tentoonstelling in het Stedelijk Museum te Amsterdam ter gelegenheid van de inhuldiging van koningin Wilhelmina in 1898 was een doorslaand succes (Bank en Van Buuren 2000: 72; zie ook Van Zuthem 1998). Zo werden de streekdrachten – en andere onderdelen van de volkscultuur – uit het dagelijkse gebruik en dus uit hun context gelicht. Overigens was de aandacht niet exclusief op Marken en Volendam gericht. Ook Hindelopen stond lange tijd in de belangstelling, net als in een latere fase Zeeuwse streekdrachten (Brunsting 1993; De Jong 2001). De belangstelling voor Volendam en Marken was echter ouder en zou veel langer blijven voortbestaan. Zoals in de inleiding al aan de orde kwam, bouwt de representatie van beide plaatsen nog steeds voort op een specifiek imago als vissersgemeenschap die door streekdracht en traditie wordt gekenmerkt.

Het beeld van een oude Hollandse kust- en visserscultuur die heel Nederland zou typeren, werd niet alleen uitgedragen door inheemse schrijvers, kunstenaars en folkloristen, maar ook door buitenlandse reizigers. Zij verwonderden zich over tal van zaken en droegen met hun vaak lyrische verslagen bij aan het imago van een bevolking met een bijzondere cultuur. Via overdrijving, exotisering en archaïsering riepen ook zij een beeld van uniciteit op: hier is het échte, onveranderde Holland nog te vinden als ware het een relict uit de Gouden Eeuw of een nog vroegere periode. De Franse schrijver Alphonse Esquiros stelde in 1858 bijvoorbeeld dat de korte oversteek naar Marken de bezoeker eeuwen in de tijd zou terugwerpen. De Markenaren verkeerden in

zijn optiek vanwege hun afzondering in een ‘natuurstaat’ (Esquiros 1858: 138). Een landgenoot, de door de ‘dode’ vissersplaatsjes rond de Zuiderzee geïntrigeerde Henry Havard, vond Volendamers – die toch dichtbij Amsterdam woonden – ‘meer afgezonderd van de wereld, dan de inwoners van Nieuw-Caledonië’ en stelde hun voorkomen op één lijn met dat van ‘Turksche fatalisten’ (1875 [1874]: 26, 48-49). Het kostuum van de Marker vrouwen was in zijn optiek ‘schilderachtig, maar vreemd en zóó eigenaardig, dat niet ééne andere nationaal-dragt daaraan gelijk is’ (ibid.: 31). De Italiaan Edmondo de Amicis, die ongeveer tezelfdertijd ons land bezocht, beweerde dat de Marker ‘inboorlingen’ hun ‘aard, gewoonten en levenswijze’ sinds de dertiende eeuw onveranderd hadden bewaard (1985 [1874]: 254). Hun eeuwenlang gekoesterd en gelijk gebleven kostuum was ‘allerzonderlingst’: deels oosters, deels militair, deels kerkelijk (ibid.: 255). Kustbewoners zouden derhalve in geïsoleerde en onbedorven gemeenschappen leven, waar het voorvaderlijke erfgoed nageenough onveranderd in stand was gebleven. De bezoekers idealiseerden het statische beeld dat zij hadden en wensten allerlei ontwikkelingen niet te zien. Zij plaatsten het leven in de gemeenschap terug in de tijd en vaak lijnrecht tegenover dat in de ‘ontaarde’ stad. Vrijwel alle reizigers kenschetsten Marken in hun verslagen als ‘primitief’. Deze aanduiding was doorgaans niet pejoratief bedoeld, maar verleende het eiland eerder een positief bedoeld stempel van primordiaalheid, puurheid en echtheid (zie echter Wood 1878: 129-130). Veel reisverhalen werden gretig vertaald en speelden bij de overdracht en bestendiging van stereotype beeldvorming een belangrijke rol.

In het zog van buitenlandse reizigers kwamen beeldend kunstenaars van over de grenzen naar plaatsen als Marken en Volendam. Zo wilde de Engelse schilder George Clausen, aangetrokken door Havards verhandeling, met eigen ogen het bijzondere van beide gemeenschappen aanschouwen. Hij arriveerde er in 1875. Op één van zijn schilderijen beeldde hij katholieke meisjes in Volendammer dracht en protestantse kinderen uit Marken voor de kerk van Monnickendam uit. Hier werden in artistieke vrijheid locaties en religies vermengd tot een tafereel dat in het buitenland doorging voor ‘typisch Hollands’. Het schilderij oogstte veel succes op een in 1876 gehouden expositie van de Royal Academy in Londen. De reputatie van Marken en Volendam verbreidde zich in rap tempo. Al snel togen andere kunstschilders naar beide plaatsen. Sommige combineerden het genre van de reisbeschrijving met dat van de figuratieve kunst, zoals George Boughton en Edwin Abbey, die in 1880 en 1881 voor het Amerikaanse tijdschrift *Harper's New Monthly Magazine* onder andere langs de kusten van de Zuiderzee reisden. Hun zeventalige verslag, met illustraties die vooral Nederlanders in streekdracht tonen, was zo succesvol dat het ook als boek werd uitgebracht (Boughton en Abbey 1885). Onder invloed van de vraag naar realistisch werk en de toenemende populariteit van de *plein air* stroming trokken vele binnen- en buitenlandse schilders naar de kust om er hun objecten van nabij te bestuderen. Hier en daar ontstonden

zelfs bescheiden kunstenaarskolonies, onder andere in Volendam, dat zo op bescheiden schaal een kosmopolitisch karakter kreeg.

De voormalige matroos op de grote vaart Leendert Spaander begon hier in 1881 een hotel en lokte kunstenaars naar het dorp. Hij stelde faciliteiten beschikbaar, bezocht tentoonstellingen in het buitenland, stuurde prentbriefkaarten van Volendam en zijn hotel naar kunstacademies en bemiddelde bij het vinden van modellen, onder wie zijn eigen zeven dochters. Verder adverteerde hij bij de Holland-Amerika lijn. Spaander slaagde in zijn opzet. Een stoet van meer en minder getalenteerde kunstenaars verbleef in zijn uitspanning, waar al snel ateliers werden bijgebouwd. Hun 'naar het leven' vastgelegde schilderijen, prenten en gravures maakten de Volendamse dracht wereldberoemd. Ten aanzien van Marken voltrok zich een soortgelijke ontwikkeling.<sup>4</sup> Op veel Duitse kunstenaars oefende de schilderachtigheid van Hollandse vissersdorpen een grote aantrekkingskracht uit. Deze werd mede gestimuleerd door de populariteit waarin het vissersgenre van de Haagse School zich bij de oosterburen mocht verheugen. Amerikaanse kunstenaars die enige tijd in Holland werkten keken vaak 'alleen naar het moois van kanten mutsen en klompen en schiepen een stereotiep, oppervlakkig beeld van Nederland, zelfs als ze een bepaald persoon portretteerden' (Stott 1998: 44). Zo schiepen ze een premodern Utopia, dat gemeenschapsdeugden en traditie uitstraalde (Stott 1989: 48). Het was een ideaalbeeld gekleurd door nostalgie, maar juist voor zulk romantisch realistisch schilderwerk bleek een goede afzetmarkt te bestaan. Via exposities, afbeeldingen in populaire tijdschriften en kunsthistorische publicaties verbreidde dit imago zich gestaag over Europa en de Verenigde Staten. De kunstzinnige representatie van de Hollandse vissersbevolking liep daarbij opmerkelijk parallel aan die van reisverslagen (vgl. Bank en Van Buuren 2000: 40-43). Beschrijvingen en afbeeldingen leidden tot een zichzelf versterkende dynamiek doordat ze reizigers, kunstenaars en een breder publiek stimuleerden om zelf kennis te nemen van deze 'exotische' wereld. Beeldtaal, gezochte ervaring en herkenning leidden zo bij bezoekers tot een 'sublieme synthese' (Buzard 1996: 196).

### **Cultuur te kust en te keur**

De beeldvorming over de vissersbevolking langs de hiervoor geschetste lijnen had gevolgen voor het imago bij het grote publiek alsook voor het beeld dat deze bevolking van zichzelf had. Enerzijds werd het ervaren van het 'andere' voor Nederlandse en buitenlandse toeristen een belangrijke drijfveer om naar de kust af te reizen, wat door nieuwe transportmogelijkheden en verbindingen steeds makkelijker ging. Anderzijds attendeerde de nieuwsgierigheid van binnen- en buitenlandse bezoekers de inwoners van de bezochte plaatsen erop, dat zij kennelijk 'bijzonder' waren, een bijzonderheid die in klin-

kende munt omgezet kon worden. Daarbij kwam nog dat het vastleggen van oude gewoonten, gebruiken en voorwerpen onder invloed van de versnelde modernisering in de decennia rond de eeuwwisseling werd geïntensiveerd. Het tonen en benadrukken van eigenheid vormde een attractie voor de buitenstaander die immers op zoek was naar een 'authentieke essentie'. Zo bleek volkscultuur een marktwaarde te vertegenwoordigen, waarvan sommigen, zowel onder de plaatselijke bevolking als onder bestuurders, zich al vroeg bewust werden. Het voorbeeld van Leendert Spaander vond navolging. Ook heel wat Markenaren hebben van het massatoerisme, dat direct verband hield met de idyllische beeldvorming over het eiland, geprofiteerd. Ze hebben dat beeld zelf deels bewust gemanipuleerd om er voordeel uit te kunnen trekken. De lokale bevolking liet zich de rol van *show house* van Holland graag aanleunen en ging in haar culturele en morele 'eigenheid' geloven. Marken was eind negentiende eeuw zijn eigen mythe geworden (Schutte en Weitkamp 1998). Op het eiland waren het kinderen die begonnen buitenlandse toeristen kleingeld af te troggelen, terwijl de weduwe Teerhuis en juffrouw Klok met hun overdadig ingerichte pronkkamers eveneens inkomsten genereerden. Het toerisme bleek een aanlokkelijke bron van inkomsten, al kende het zijn schaduwkanten, zoals de verstoring van de zondagsrust. De gemeente probeerde een en ander in goede banen te leiden, maar enkele markante Markenaren, onder wie Sijtje Boes, lieten zich weinig aan de gemeentelijke regulering gelegen liggen. Zij zou met haar handel in 'typische Marker spullen', die ze vanaf de jaren twintig van de twintigste eeuw dreef, tot ver over de grenzen faam verwerven.

Maar bij deze ontwikkelingen werden al vroeg kritische kanttekeningen geplaatst. Sommigen vonden reeds in het begin van de twintigste eeuw alle aandacht voor pittoreske plaatsen in Holland en de vereenzelviging van Holland met de Volendammer dracht verwerpelijk. Er werd gerept over de modeziekte van 'Volendammerij', terwijl Nederland toch een modern land was, waar 'meer te bewonderen valt dan versteenden roem, Volendammers en Markensche visschers' (geciteerd in Te Velde 1992: 255). In een in 1910 verschenen jubileumboek van de vijftienvijftigjarige ANWB heette het dat men in de beide vissersplaatsen veel 'onwaars, oneigenlijks en opgedirkt' kreeg voorgeschoteld, waar 'het *echte* Holland' 'een carnavalspak' aanhad en 'een huichelgelaat' toonde: 'Dit is het Holland voor de Engelschen en Amerikanen; dit is de streek, waar de vreemdelingen door de Amsterdamsche hotelgidsen worden heengeleid om ze "old Dutch curiosities" te laten zien, ... om ze te stijven in hun malle voorstellingen van ons land'; een Holland 'dat kunstmatig zoo in stand wordt gehouden, buiten het reële Hollandsch mooi om, in speculatie op vreemdelingenbezoek en geldelijk gewin: een stukje Nederland in theatervorm, een kleederdrachten- en meubelmuseum onder den blooten hemel' (Netscher 1910: 41-42). Theo Molkenboer, een schilder die de Nederlandse streekdrachten beschreef, hekelde in verband met



Marken het 'exploiteeren van de nationale kleederdracht als vreemdelingen trekkende curiositeit' (geciteerd in Roodenburg 1999: 212). Ten aanzien van een onder invloed van het toerisme dreigende gekunsteldheid van de Volendammer dracht liet hij zich eveneens kritisch uit (vgl. Bank en Van Buuren 2000: 74). De folklorist Dirk Jan van der Ven uitte eveneens bedenkingen: 'Te veel is onze reputatie aangerand door de buitenlandsche uitbeelding van het Marker- en Volendammer volksleven, dat – gecaricaturiseerd en gechargeerd – ons een maskerade-bekendheid over heel de wereld heeft bezorgd!' (1920: 264-265). Hier werd het 'authentieke' opeens als schijnvertoning en bron van winstbejag benoemd. Deze distantiëring werd mede ingegeven door het beeld dat elites inmiddels van Nederland waren gaan koesteren, namelijk dat van een 'moderne natie', al bleven ze de niet vercommercialiseerde volks-cultuur als een belangrijke bron van nationale eigenheid percipiëren (Van Ginkel 1999).

Ook sommige buitenlandse bezoekers lieten zich soms in kritische zin uit over Marken en Volendam. De op toerisme gebaseerde erfgoedindustrie ging desondanks floreren, aanvankelijk nog in de bescheiden vorm van *show houses* maar allengs steeds grotere delen van het lokale leven incorporerend. Het gepresenteerde beeld was selectief: sommige zaken werden overbelicht, andere weggemoffeld. Daarmee kwam het aan een wens van toeristen tegemoet, die wilden zien waarvoor ze gekomen waren (Stott 1998: 143). Ze zochten een rurale idylle in een moderniserende en verstedelijkende wereld en idealiseerden het eenvoudige plattelandsleven tegenover de verderfelijke stad (Reichwein 1986: 11). Ditzelfde motief was, zoals we hebben gezien, destijds ook onder Europese en Amerikaanse kunstenaars wijd verbreid. Massatoerisme en de door een stereotype verwachtingspatroon gekenmerkte 'tourist gaze' (Urry 1990), versterkten het imago van Marken en Volendam als zetel van 'alteriteit', waar men oud-Hollandse relictten kon aanschouwen. Zo geraakten Volendam en Marken in een positie die ze steeds meer atypisch voor Holland maakte, terwijl ze voor de toerist die het 'authentieke' Holland wilde zien de bestemming bij uitstek vormden. Het gestolde beeld werd zorgvuldig in stand gehouden, bijvoorbeeld in reclame-uitingen. De Volendamse dracht werd zo één van de krachtigste emblemen voor Holland, die – met bijvoorbeeld klompen, molens en tulpen – tot ver over de landsgrenzen associaties met ons land opriep en nog steeds oproept. Al vóór 1900 was het Volendammer kostuum geportretteerd op een Engelstalig affiche van de Staatsspoorwegen en in 1930 werd een Volendammer met twee molens afgebeeld op een Duits- en Franstalige poster voor de Nederlandse spoorwegen. Deze platen verschenen in menig reisbureau en station in binnen- en buitenland en droegen zo een beeld uit dat toeristen naar Nederland moest lokken (Schuursma 2000: 342). Als neveneffect van het toerisme zorgde bovendien de prentbrief- en ansichtkaartenindustrie voor een bestendiging van het folkloristische imago van beide plaatsen.

De toe-eigening van hun kostuum voor andere doeleinden verliep groten-deels buiten de inwoners van Volendam en Marken om: voor hen ging het om alledaagse kleding en juist de bezoekers van hun dorpen kleedden zich 'in het vreemd'. Buitenstaanders doorgrondde niet de variaties, nuances en codes van de lokale dracht, die binnen een gemeenschap een belangrijke communicatieve rol speelden (Brunsting 1987: 2, 1993: 40; De Jong 2001: 180-187). De plaatselijke dracht werd op deze manier van haar meerduidigheid ontdaan en aangezien voor een tamelijk uniform kostuum. Tegelijkertijd maakten met name Volendammers gebruik van de herkenbaarheid van hun kleding voor de buitenwacht. Zo brachten plaatselijke ambulante handelaren bijvoorbeeld in lokale dracht vis aan de man in de wijde omtrek van hun dorp.

Door de groei van het toerisme, de belemmering van het vrije internationale verkeer tijdens de Eerste Wereldoorlog en de opkomst van nieuwe stromingen in de schilderkunst ging de belangstelling van buitenlandse schilders voor de Zuiderzeeplaatsen tanen. Nederlandse kunstschilders namen deels hun plaats in, maar de aantrekkingskracht die Volendam en Marken op hen hadden was tegen de jaren dertig grotendeels uitgewerkt. In de tussentijd hadden echter andere kunstenaars de plaatsen weer ontdekt. Voor het nieuwe medium film zochten zij decors die herkenbaar Hollands waren.

### Filmische en museale representatie

Met enige overdrijving constateert Peter Delpeut (1997: 11) dat de vroege Nederlandse fictiefilms alle registers van de door literatuur, schilderkunst, fotografie, reclame en toeristische gidsen eerder gecreëerde clichébeelden oentrekken. Nederland lijkt vooral te bestaan uit vissersdorpen met een overmaat aan folklore. Thema's als geloof, hoop en liefde, noeste arbeid en heroïsering van het vissersbestaan doordeesamen de films. Karel Dibbets en Ed Kerkman, die ingaan op het beeld van de zee in de Nederlandse speelfilm tot 1940, constateren eveneens dat een specifieke, folkloristische blik op de visserscultuur domineert: 'De manier waarop de dorpslocatie geschetst wordt, leunt met name in de films van voor 1920 op het verwachtingspatroon van een stadspubliek. De iconografie van het beeld is nauwkeurig afgestemd op het referentiekader van dat publiek en is voldoende om een herkenbare wereld op te roepen en te bevestigen. Maar het is wel het geïdealiseerde beeld van de toerist' (1990: 161). Het 'typisch Hollandse' werd nadrukkelijk in beeld gebracht in de verwachting dat daardoor een breed publiek zou worden aangesproken. In enkele films komen ook de gevolgen van industrialisatie en werkloosheid aan de orde, maar zelfs die ontsnappen niet aan het 'mythologische beeld' van 'de eenvoudige, statische en geïsoleerde' vissersgemeenschap (ibid.: 162). De films spelen tegen een duidelijk herkenbaar Hollands decor met in streekdracht gestoken acteurs en figuranten.

De reputatie van Volendam en Marken als schilderachtige en exotische locaties oefende in de eerste decennia van de twintigste eeuw ook een sterke aantrekkingskracht uit op buitenlandse cineasten. Ze vormden de perfecte achtergrond voor 'archaïsche vissersdrama's' (Blom 1997: 145). De Fransman Alfred Machin schoot er voor het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog voor Pathé diverse films. Het scenario draait doorgaans om conflicten rond de liefde tussen mensen van verschillende leeftijd, sociale status en klassenachtergrond, meestal in een driehoeksverhouding.<sup>5</sup> Belangrijker echter dan de hierop geënte verhaallijn zijn de *couleur locale* en het landschap: de opnamen van dorp en eiland, de zee, de schepen, de gevels, de in de open lucht nabouwd interieurs van woningen en in het bijzonder de door figuranten en – vrijwel uitsluitend Franse en Belgische – acteurs gedragen streekdracht. Met de in beeld gebrachte wiekende molens en klompdansende, accordeonspelende, jeneverdrinkende en pijprokende karakters moeten de scènes een duidelijk beeld geven van de Hollandsheid van de setting. Wat als achtergrond lijkt bedoeld schuift zo voortdurend op de voorgrond. In deze periode gaat het in de vissersfilm 'hoofdzakelijk om het tonen van de pittoreske, exotische wereld van de visser. Het is een vorm van filmisch toerisme' (Dibbets en Kerkman 1990: 169). Het folkloristische clichébeeld van Holland werd hierdoor andermaal bevestigd en bestendigd. Dat er een *lokale* materiële cultuur werd gepresenteerd deed er voor de filmmaker en zijn publiek weinig toe. In feite gold hetzelfde als wat eerder voor kunstschilders opgeld had gedaan: er diende een algemeen idee van Nederlandsheid te worden overgedragen (Lübbren 2001: 45)

Ook Duitse filmmakers vonden de weg naar Marken en Volendam. Christoph Mülleneisen nam in 1912 *Des Meeres und des liebe Wellen* in Volendam op; zijn landgenoot Joseph Delmont legde een jaar nadien het vissersdrama *Auf einsamer Insel* op het naburige eiland op celluloid vast (zie Dibbets en Kerkman 1990; Kahlenberg 1990; Schlüpmann 1990: 170-174; Blom 1996). Beide films draaien – net als die van Machin en enkele Nederlandse cineasten – om een verhaal over een driehoeksverhouding tussen een vrouw en twee rivaliserende mannen, waarbij een klassen-, status- en generatieconflict tot uiting komt. In het verlengde hiervan speelt de spanning tussen traditie en moderniteit: het oude moet onvermijdelijk plaatsmaken voor het nieuwe en de jeugd heeft de toekomst. De rolprenten worden, evenals de hiervoor genoemde, gedomineerd door folklore. De beelden werden deels op locatie geschoten en vooral Delmont was expliciet op zoek naar 'authenticiteit' (Blom 1996: 250-253). Beide cineasten waren echter diepgaand beïnvloed door de laat negentiende- en vroeg twintigste-eeuwse representatie van Volendam en Marken door kunstenaars en reproduceerden dit image (ibid.: 254-255). Ze creëerden een beeld van de Zuiderzeegemeenschappen als 'something archetypical, underlined by neither indicating an exact location: the classical Dutch fisherman's village, where everybody is dressed in costume and the men wear

clogs, drink Dutch gin and suck on a pipe, while the women wait patiently at the harbor quay, with their sons or husbands out on the perilous high seas' (ibid.: 255).

De dominant aanwezige representatie van lokale materiële cultuur in deze vroege films diende een evocatief doel. Ze moest bij de kijkers een besef oproepen dat dit Holland was, los van een specifieke lokale context. Mythische verbeelding en populaire beeldvorming raakten zo onlosmakelijk verstrengeld. Het op het witte doek geprojecteerde Holland was in feite volstrekt atypisch voor de in rap tempo veranderende vroeg twintigste-eeuwse Nederlandse samenleving, maar de iconografie werd onmiddellijk als Nederlands herkend en benoemd. Daarmee was de evocatieve doelstelling bereikt. Het ging de cineasten eenvoudigweg niet om een documentair vastleggen van plaatselijke of regionale volkscultuur in al haar bonte variatie en gelaagdheid, maar louter om nationale *stage setting*. En in die missie slaagden zij wonderwel. Net als buitenlandse kunstschilders en reizigers verloren ook buitenlandse filmmakers tijdens de Eerste Wereldoorlog hun belangstelling voor Volendam en Marken, deels omdat reizen hun onmogelijk was geworden. Tegelijkertijd ondervond de productie en de distributie van Nederlandse films in het buitenland tijdens en na de Eerste Wereldoorlog ernstige hinder van onder andere importhellingen en -beperkingen (Bishoff 1986: 75). Na 1918 was de belangstelling voor Volendam en Marken als filmlocaties gegaand, mede doordat de films die er opgenomen waren zelden het succes brachten dat ervan werd verwacht (Dibbets en Kerkman 1990: 159). Het stadse bioscooppubliek verlangde kennelijk naar andere visuele representaties en leek niet meer geïnteresseerd in een archetypisch Hollands *tableau vivant*.

Voor documentaires gold een ander verhaal dan voor gedramatiseerde 'visserfilms'. Van datgene wat onder invloed van moderniseringsprocessen dreigde te verdwijnen, namen de vissersplaatsen aan de Zuiderzee een belangrijke plaats in. Immers, de aanvaarding van de Zuiderzeewet in 1918, de daarop volgende Zuiderzeewerken en de voltooiing van de Afsluitdijk in 1932 betekenden dat de inwoners van verschillende vissersplaatsen om moesten zien naar ander emplot. Er vond een versnelde aanpassing en ontwikkeling plaats, vooral ook omdat in de meeste dorpen en stadjes de visserij niet langer een vanzelfsprekende bron van emplot vormde. De voormalige vissers en hun kinderen kregen een opleiding en vonden bijvoorbeeld werk in de industrie. De Zuiderzeewerken bedreigden enerzijds de in het nationalistische gedachtegoed zo geprezen volkscultuur, maar vormden anderzijds als uiting van modern kunnen zelf een bron van nationale trots. De folklorist Dirk Jan van der Ven vervaardigde in 1928 de Zuiderzeefilm, waarin hij onder het motto 'vastleggen voor het te laat is' het dagelijkse leven in plaatsen aan de kust van de Zuiderzee vereeuwigde. Zijn documentaire dweept dan ook met juist die aspecten van het lokale leven, die een beeld van oeroude tradities uitdroegen. Daarvoor moest hij hoogst selectief te werk gaan, regisseren,

ensceneren en in de montage vooral radicaal weglaten wat naar moderniteit zweemde (Wieringa 1998: 42ff.; De Jong 2001: 468-471). Sommigen, zoals de Harderwijkse ondernemer en vishandelaar Eibert den Herder, kwamen tegen deze archaische voorstelling van zaken in verzet, omdat ze de indruk wekte dat de visserij rond de Zuiderzee een verouderde en tot de ondergang gedoemde bedrijfstak zou zijn. Den Herder, fel gekant tegen de afsluiting, gaf daarom in 1931 Polygoon opdracht een film te vervaardigen die een ander, meer representatief beeld van de Zuiderzeevervisserij en de daarmee verbonden cultuur moest tonen.<sup>6</sup> De nadruk lag op moderniteit, niet op folkloristische antiquiteit. Dit neemt niet weg dat al veel eerder was geconstateerd dat de bedrijfstak in ernstig verval verkeerde.

Volkscundigen en museummedewerkers vonden al langer dat verdwijnend cultuurgood voor het nageslacht gedocumenteerd en bewaard moest worden. Zo besteedde het in 1918 geopende Openluchtmuseum te Arnhem ruim aandacht aan de materiële cultuur van Hollandse kustgemeenschappen, in het bijzonder die van Marken. Elders leidde deze belangstelling eveneens tot musealisering. De directeur van het Rijksprentenkabinet in Amsterdam, Teding van Berkhout, zette zich al in 1926 in voor het behoud van cultuurgoederen uit de kustplaatsen rond de Zuiderzee. In 1930 werd de zogenaamde Zuiderzee Visscherij Tentoonstelling gehouden, die voor een belangrijk deel was gewijd aan volksgebruiken en streekdrachten. Zoals het in de inleiding van de catalogus bij de tentoonstelling luidt: 'Veel van wat Holland tot nu toe zoo een eigenaardige bekooring verleende, gaat onherroepelijk teloor... Als straks de afsluitdijk voltooid zal zijn, is al dat mooie leven, dat de roem uitmaakt van "typisch Holland" aan den ondergang prijsgegeven' (geciteerd in Wieringa 1998: 56). Een folkloreschouw, waarin onder andere een Marker bruiloft werd nagespeeld, maakte deel uit van het evenement. Verder was er een nagebouwd vissersdorp, waarin bewoners van de onderscheiden Zuiderzeeplaatsen in streekkleding rondliepen. Foto's daarvan deden dienst als ansichtkaart. De representatie was selectief, gericht als ze was op het tonen van wat doorging voor rudimenten uit een voorbijgaand leven dat moest wijken voor de moderne tijd. Bovendien veranderde de gemusealiseerde volkscultuur van functie; ze werd een object ter bezichtiging. Ook in documentaires, zoals die van Van der Ven, gebeurde dit (De Jong 2001: 484).

Een soortgelijke inscenering en functieverandering vinden we terug in speelfilms die de 'verdwijnende Zuiderzeecultuur' tot onderwerp hadden. Het genre van de 'vissersfilm' veranderde in de jaren dertig in sociaal drama toen duidelijk werd dat de afsluiting van de Zuiderzee verstrekkende gevolgen zou hebben voor het bestaan in vissersgemeenschappen. Maar een deel van de thematiek uit de vroege speelfilm bleef intact (de aandacht voor godsdienstigheid bijvoorbeeld) en ook het in beeld brengen van streekdracht en de parafernalia van de visserij – netten, masten en zeilen – behield een prominente plaats.

Het thema 'nieuw land uit oude zee' is in verband met de Zuiderzeewerken uitgewerkt in de film *Terra Nova* van regisseur Gerard Rutten, die in het jaar van de afsluiting door Electra-Film zou worden uitgebracht. Het idee was om haar internationaal in omloop te brengen. Rutten wilde een film met 'een typisch Hollandse sfeer' produceren (Rutten 1976: 77). Volendam – 'mooi en schilderachtig' en volgens Rutten 'nog niet "ontdekt" door de toeristen' (ibid.: 78) – leende zich mede daarom prima als plaats van handeling voor *Terra Nova*. Dat de meeste dorpelingen nog in lokale dracht gingen was voor deze keuze van groot belang, al wilde hij er geen 'folkloristisch kijkspel' (ibid.: 83) van maken. Toch bevatte de film veel van de 'attracties' waarvoor buitenlanders naar Holland kwamen (ibid.: 84). Ofschoon de rolprent in Volendam is opgenomen, kan het dorp duidelijk als een pars pro toto worden opgevat. *Terra Nova* moest expliciet 'de menselijke kant' van de afsluiting belichten, in casu '[h]et lot van de vissers die op de Zuiderzee hun brood verdienden, van geslacht op geslacht vissers waren geweest en, ná de drooglegging hun broodwinning dreigden te verliezen en de basis van hun bestaan' (ibid.: 78). Het verhaal draait om de overgang van de oude zee naar nieuw land, mede voorgesteld als een generatieconflict. In het scenario zagen de oude vissers de afsluiting als een bedreiging van hun bestaan; voor de jongere symboliseerde zij een nieuwe toekomst: de 'strijd tussen oud en nieuw' (ibid.: 80). Om het vertrouwen van de plaatselijke bevolking te winnen, verbleef Rutten met zijn cameraman, de Hongaar Andor von Barsy, een tijdlang in Volendam, bezocht er trouw de kerkdiensten en kwam bij vissers over de vloer: 'wij vertelden over ons plan om een film over hun leven te maken en over hun onzekere toekomst nu de grote Afsluitdijk werd gebouwd' (ibid.: 79-80). Hij slaagde in zijn opzet: veel dorpelingen waren bereid om op te treden als figuranten in de film, die was gelardeerd met sfeerbeelden van het vissersdorp. Juist het meespelen van Volendammers verleende de film volgens Rutten 'een sterke sfeer en echtheid' (ibid.: 80). Met de afsluiting zou, aldus één van de op het scherm geprojecteerde teksten 'de ondergang van een oud prachtig geslacht van rasechte Hollanders een feit' worden. 'Voor hen is den roep nieuw land terra Nova het signaal van den ondergang. Veel schoons – eeuwenoude tradities, schilderachtige klederdrachten – zullen verdwijnen.' Rutten wilde de keerzijde van de afsluiting laten zien. Uiteindelijk stelde de film de vooruitgang echter als onafwendbaar voor. Vanwege een conflict tussen Rutten en de producent en een brand, waarbij grote delen van de film verloren gingen, is *Terra Nova* nooit in roulatie gebracht. Het kwam slechts tot een vertoning voor de pers.<sup>7</sup>

Rutten liet zich hierdoor echter niet uit het veld slaan en regisseerde een volgende film, *Dood water* (1934), over dezelfde thematiek van de dramatische gevolgen van de afsluiting. Deze film – de eerste Nederlandse geluidsfilm – viel nog hetzelfde jaar bij de Biennale van Venetië, waar hij in première ging, in de prijzen: het camerawerk van Andor von Barsy werd bekroond met een

Gouden Leeuw. De film begint met een documentair gedeelte over de voltooiing van de Afsluitdijk. De verhaallijn wijkt enigszins af van die van *Terra Nova*, maar ook in *Dood water* staat een generatieconflict tussen de oudere en jongere Volendamers centraal. Een oude visser, die zich in tegenstelling tot zijn jongere dorpsgenoten niet bij de afsluiting wil neerleggen, komt om het leven als hij probeert de dijk op te blazen. Een jongere dorpsgenoot, die aan de aanleg van de dijk meewerkt en naar de stad verhuist, wordt aanvankelijk uit de gemeenschap gestoten maar daarin uiteindelijk weer opgenomen. ‘Het onderwerp én de prijs wekten hoge verwachtingen, “speculerend op de vaderlandslievende gevoelens van de bezoeker”.’<sup>8</sup> Ofschoon de pers de film tamelijk gunstig ontving, flopte hij in de bioscoop. Al na een week werd de vertoning gestaakt. In Duitsland oogstte de rolprent als *Totes Wasser* wel enig succes, vooral door de propaganda die het nazibewind voor deze “nationale” volksfilm’ maakte (ibid.: 99). In 1942 kwam het in Nederland nog tot een reprise, toen een kortere versie van *Dood water* onder de titel *Storm over den Afsluitdijk* opnieuw werd uitgebracht.

In zijn overzicht van het Nederlandse filmbedrijf noemt Peter Cowie *Dood water* ‘immaculately crafted’ en ‘mature and assured’ en verwondert hij zich erover dat ‘the Dutch cinema never leapt ahead before the war’ (1979: 20). De komst van de geluidsfilm was echter een belangrijk nadeel voor mogelijk succes van Nederlandse films in het buitenland: ‘Het Nederlandse taalgebied sloot de vaderlandse film op binnen de grenzen. Tussentitels waren altijd gemakkelijk te vervangen geweest en anders was de explicateur er altijd nog. Maar in het buitenland ging niemand nog ondertitels zitten lezen als uit eigen land een stortvloed van verstaanbaar gesproken woorden ter beschikking stond. Zo werd de Nederlandse film tot iets provinciaals, een groot financieel risico met een klein afzetgebied’ (Bishoff 1986: 104). In het verlengde hiervan speelden cultuurnationalistische sentimenten een rol: de binnenlandse filmproductie en -vertoning diende voorrang te krijgen. Waar de financiële hulpbronnen voor het maken van films in Nederland toch al schaars waren, verhoogde de wereldwijde economische crisis de productiekosten en bemoeilijkte tegelijkertijd de distributie van Nederlandse films zoals *Dood water* op de buitenlandse markt (Dittrich 1986: 107). Daarbij kwam nog dat de verzuiling in eigen land ook op de filmwereld een verdelend effect had.

Na 1935 verschoof de aandacht van documentaristen en speelfilmmakers naar andere thema’s en filmlocaties dan die verbonden met de voormalige Zuiderzee. Maar de visuele representatie van de visserscultuur aan de boorden van de Zuiderzee werd langs andere weg voortgezet. In het Openluchtmuseum was, zoals hiervoor vermeld, al langere tijd een museale voorstelling van het Zuiderzeegebied aanwezig. In 1950 opende bovendien het Zuiderzeemuseum te Enkhuizen de deuren voor het publiek. In beide musea werd aanvankelijk een tamelijk statische visie op de gepresenteerde cultuur gegeven. Zo bevestigde de opstelling in het Zuiderzeemuseum van streekdrachten

in stijlkamers 'het bestaande beeld van de dracht als een onveranderd overblijfsel uit het verleden' (Brunsting 1997: 247). In museaal verband bestond destijds vooral aandacht voor 'authentieke' en waardevolle voorwerpen, nauwelijks voor 'gewone', alledaagse objecten. Streekdracht werd bijvoorbeeld gerekend tot de folklore, terwijl de betekenis voor de dragers ervan en stijl- en modevariaties en -veranderingen werden veronachtzaamd. In de musealisering van volkscultuur bleef het streven sterk gericht op het representeren van het 'zuivere', het 'onbedorvene', het 'echte' als bakermat van lokale varianten van de eigen 'nationale' cultuur. Oppervlakkig beschouwd leek dit ook het geval te zijn in een film over de 'Zuiderzeecultuur', die een breed bioscooppubliek aansprak.

### **Haanstra's 'Holland' in ...en de zee was niet meer**

Liefhebbers van folklore en nostalgie komen bij het zien van Bert Haanstra's eerste kleurenfilm *...en de zee was niet meer* uit 1955, vervaardigd in opdracht van het Ministerie van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen, ruimschoots aan hun trekken. Het scenario moest blijkens de opdracht uitgebreid aandacht besteden aan de 'verdwijnende folklore rondom de vroegere Zuiderzee', in het bijzonder aan 'de klederdrachten, de wooncultuur, de levensgewoonten en volksgebruiken, het kinderspel en de volksdans' (geciteerd in Daems 1996: 76). Opnames uit Marken komen prominent in beeld. De rolprent lijkt een filmische Zuiderzeeballade, waarbij we ons in een 'verloren paradijs' van streekdracht, godsdienstigheid en gemeenschapszin kunnen wanen. *...en de zee was niet meer* is eerder docudrama dan documentaire; een lyrisch getuigenis, een esthetisch monument dat de montagekunstenaar Haanstra voor de bevolking van de voormalige Zuiderzeekusten opricht. Cowie kenschetst Haanstra als een 'traditionalist': 'time for him weathers a public habit into virtue, softens its outlines to a quaint and charming spectacle' (1979: 37). De film lijkt op het eerste gezicht inderdaad naadloos te passen in een genre, dat in een speurtocht naar 'authenticiteit' traditie in beeld brengt. Een als onveranderlijk voorgestelde – maar door de onontkoombare vooruitgang verdwijnende – volkscultuur vormt daarin de basis voor een nostalgische verbeelding van nationale identiteit. De vraag is echter of Cowies karakterisering hout snijdt.

Toen Haanstra *...en de zee was niet meer* voltooide, was de streekdracht als dagelijks tenue al flink op haar retour en het toerisme een belangrijke bron van inkomsten geworden. De film wekt evenwel de indruk dat de bewoners van al die dorpjes en stadjes die de revue passeren nog onveranderlijk in fleurige dracht liepen. De vissers lijken nog vooral met zeilschepen te werken, een enkele voorzien van een hakkenpuffende motor. Tot de slotscènes wordt elk teken dat naar de moderne tijd zweemt angstvallig buiten beeld gehouden:



geen auto's, geen fabrieken, geen toerisme. Zelfs het stedelijke leven is veelal verstild in beeld gebracht, als het ware gereduceerd tot statige kerktorens en beierende klokken. Hier worden het roemrijke maar intussen verstorven handelsverleden en het volksleven in de kustplaatsen sterk overbelicht. Op het eerste gezicht lijkt de film dan ook naadloos in de traditie van verheerlijking van het gemeenschapsleven in vissersdorpen te passen. Dit geldt te meer omdat Haanstra met allerlei gemeenplaatsen over het Nederlandse nationaal karakter speelt: godsdienstzin (kerkgang, doop, begrafenis), eenvoud, arbeidzaamheid, zindelijkheid (er wordt wat afgeschrobd en gewassen), eenheid in verscheidenheid en zo meer. Het lijkt het knusse en kneuterige Nederland van de tot op de draad versleten clichés.

Toch heeft *...en de zee was niet meer* een diepere betekenislaag. De film is een allegorie die miegelt van metaforen en symbolen, verwijzingen naar continuïteit (de levenscyclus van geboorte, doop en huwelijk naar dood; ronddraaiende ruiters op een kerktoren; een zweefmolen). Het is een en al streekdracht wat de klok slaat en we zien een geënceneerde Marker bruiloft inclusief een klompdans, waardoor de indruk wordt gewekt dat alles bij het oude is gebleven. Aan het begin van de film wordt het zelfs met zoveel woorden gezegd: 'ook in de mens is veel van het oude gebleven: tradities, overal, altijd'. Het is tekenend dat Haanstra zich liet adviseren door de socioloog S.J. Bouma en K. Boonenburg, respectievelijk directeur en wetenschappelijk medewerker van het Zuiderzeemuseum en beiden behept met de volkskundige en museale belangstelling waarop ik hiervoor ben ingegaan. In september 1956 hield Haanstra tijdens de Sixième Semaine International du Film de Tourisme et de Folklore een inleiding over de film. Hij betoogde dat de documentaire een beeld moest geven van de nog bestaande folklore rond de Zuiderzee, niet van al verdwenen gebruiken en streekdrachten. Het leed voor hem echter geen twijfel dat die folklore zou sneven of in elk geval aan belang inboeten. De inpolderingen, de teloorgang van de visserij en de industrialisatie waren daaraan zijns inziens debet. De teloorgaande folklore was met geen geld in stand te houden en er was een economisch winstpunt: 'de duizenden en duizenden hectaren aangewonnen bouwland, vreedzaam aan het Nederlandse territorium toegevoegd' (geciteerd in Daems 1996: 77). Haanstra heeft veel moeten ensceneren en retoucheren om alle tekens van moderniteit weg te laten en Nederland als een levend museum voor te stellen. De opnames over de Marker bruiloft moesten 'ontiegelijk veel keer over', herinnerden zich veel later bijvoorbeeld twee vrouwen die in de film figureren (*Noordhollands Dagblad*, 6 oktober 2007). Saillant detail is dat het Volendammer kostuum juist in de periode dat de film werd opgenomen snel uit de mode begon te raken, ofschoon de bevolking het op zondagen nog lange tijd bleef dragen. In 1954 was bijvoorbeeld de Stichting Klederdrachten Volendam opgericht, die beoogde de lokale dracht zo volledig en oorspronkelijk mogelijk te handhaven en het dragen ervan te bevorderen. Ook het gemeentebestuur probeerde met

het oog op toeristische belangen de streekkleding in het straatbeeld te behouden. Inwoners die haar wilden blijven aantrekken, zouden subsidie krijgen. Dit experiment faalde echter jammerlijk, omdat weinig Volendamers destijds de behoefte voelden om de lokale dracht dagelijks aan te trekken en als een levend anachronisme bekeken te worden.

Wim Verstappen betoogde in 1983 met enige overdrijving: ‘de grote films van Haanstra spelen in een Nederland dat niet meer bestaat, dat even ver weg ligt als Oeganda, en dat voor het publiek van nu even onherkenbaar is geworden als de zeventiende eeuw’.<sup>9</sup> Over *...en de zee was niet meer* zei Verstappen: ‘In deze film speelt kerkbezoek een zekere rol. Welke bioscoopbezoeker vandaag de dag heeft nog wel eens een kerk van binnen gezien? Ook spelen klederdrachten een rol. De grote scène van de film is zelfs dat vissers uit verschillende Zuiderzeehavens, allemaal in de specifieke drachten van elk stadje, aan een groeve komen waar symbolisch de oude binnenzee begraven wordt. De toeschouwer van vandaag heeft moeite met die scène. Hij ziet niet dat Spakenburg zich anders kleedt dan Urk of Volendam. Daar gaat een van de hoogtepunten uit de film.’ Hij had daar waarschijnlijk een punt. Wie doorziet tegenwoordig bijvoorbeeld nog het grapje in een scène over een fikkiestokkend kind in meisjeskleren dat door een agent vermanend wordt toegesproken. Het meisje blijkt een jongetje met de naam Dirk te zijn. Men moet er voor weten dat op Marken de kleding (rokken en mutsjes) en haardracht van jongens en meisjes jonger dan zeven jaar bij oppervlakkige beschouwing identiek leken. Maar voor de bioscoopbezoeker in de tweede helft van de jaren vijftig zal deze ‘exotische’ wereld niet helemaal onbekend zijn geweest.

En toch... De begrafenis-scène is inderdaad de sleutelscène van de film. De oude wereld wordt denkbeeldig begraven, de nieuwe verschijnt – of, zoals de commentaarstem zegt: ‘Alles leek bij het oude te blijven, maar de oude zee zal nieuw land worden’. De continuïteit wordt doorbroken. De doodsklok luidt: de oude tradities worden letterlijk uitgeluid en ter aarde besteld. Het is ‘de symbolische dood van de folklore aan de Zuiderzee’ (Daems 1996: 77). De stilte aan het graf wordt ruw verbroken door het geluid van machinerie die dijken dicht en de ‘levenszee’ laat verdwijnen. De nieuwe tijd wordt ingeluid: een wedergeboorte in veranderde gedaante. Opeens blijkt Nederland wel degelijk modern en welvarend te zijn: we zien tractoren, landbouwmachines, strak vormgegeven nieuwe dorpen en steden met kruispunten en autoverkeer en drukbezige mensen. ‘Het leven van weleer ligt verzonken in het nieuwe land,’ krijgt de toeschouwer te horen bij het beeld van de opgraving van een scheepswrak. Wég is de streekdracht aan het slot. Op letterlijk een enkele bejaarde na is iedereen naar de laatste confectiemode gekleed. We zien alleen nog een zweem van streekkleding bij de zondagse kerkgang, die spoedig door steeds minder mensen zou worden gemaakt. Wég is ook de nostalgie, die gedurende het grootste deel van de film een prominente rol leek te spelen.

Op de keper beschouwd past Haanstra's allegorische film nauwelijks in de traditie van de verheerlijking van het leven in de vissersdorpen rond de Zuiderzee. De zee is inderdaad niet meer. Aan het eind wordt het nuchter geconstateerd, zonder vals sentiment. De vooruitgang lijkt niet alleen onontkoombaar, maar is ook nastrevenswaardig: nieuw land, nieuw leven. Haanstra zag, zo blijkt uit een brief daterend van 31 mei 1955, 'het machtige geweld van de dijkbouw' in zijn film als 'een positief en noodzakelijk gebeuren, dat oorzaak is van de versnelling van de verdwijnende folklore, maar dat hun zee veranderen zal in rijke graanvelden, waar nu reeds met moderne combines wordt geoogst' (geciteerd in Daems 1996: 82). De verbeelde volkscultuur is een anachronisme geworden en hoort definitief tot het verleden. Om op Verstappens opmerkingen terug te komen: natuurlijk speelde *...en de zee was niet meer* in een Nederland dat niet meer bestond. Haanstra was zich hiervan ten volle bewust en de titel, ontleend aan Openbaringen 21:1, verwijst er met opzet naar. Zijn film is een epitafaaf voor dat verdwenen volksleven. Haanstra speelt een spel met het spanningsveld tussen traditie en moderniteit. Hij bespeelt meerdere registers tegelijk die zich laten samenvatten in een drieslag:

- het *roemrijke verleden* (verbeeld aan de hand van oude handelssteden, kerktorens, pakhuizen en gevels van grachtenpanden);
- het *problematische heden* (brodeloze vissers, een kleurrijke maar verdwijnende volkscultuur);
- de *onvermijdelijke toekomst* (nieuw land, gemechaniseerde bedrijvigheid, rationele moderniteit, confectiekleding naar de vigerende modemaatstaven).

De traditie van de oude vissersculturen is definitief afgesloten, géén wenk voor het verschiet. Dit komt ook treffend tot uiting in het filmrijm van de scène waarin een jongetje ('de jeugd' die 'de toekomst' heeft) een handje zand in het symbolische graf ('het verleden') gooit, waarna het beeld snijdt naar de machinerie die de dijk dicht ('het moderne heden'). De afsluiting en gedeeltelijke inpoldering van de Zuiderzee symboliseert zo ook de afsluiting van een periode. Streekdracht en andere uitingen van volkscultuur zijn daarna voor cineasten geen thema meer en het genre van de vissersfilm, in gedramatiseerde of documentaire vorm, behoort goeddeels tot het verleden.

In de periode onmiddellijk na het uitbrengen van *...en de zee was niet meer* werd het dragen van het lokale Volendamse en Marker kostuum snel minder populair. Dit had onder meer te maken met economische ontwikkelingen. Door de gezwinde achteruitgang van de visserij vond een toenemend aantal lokale mannen emplooi in industriële bedrijven in de wijde omgeving van beide dorpen. Voor Marken gold dit in versterkte mate nadat het eiland in 1957 door middel van een dijk met het vasteland was verbonden. Omdat deze werknemers buiten hun woonplaats niet als bezienswaardigheid aangehaapt wilden worden, kleedden zij zich 'in burger'. Jongeren die elders

een opleiding gingen volgen deden hetzelfde. Volwassen vrouwen bleven het lokale kostuum nog het langst trouw, maar met de intrede van wasmachines kwam hieraan eveneens langzaam een eind. Tegenwoordig trekken slechts een paar handenvol vrouwen en enkele mannen nog dagelijks de Marker en Volendammer dracht aan, maar de overgrote meerderheid van de bevolking gaat ‘modern’ gekleed. Alleen voor bijzondere gelegenheden wordt de zorgvuldig bewaarde en gekoesterde lokale dracht nog uit de kast gehaald en gedragen (op Marken bijvoorbeeld tijdens Koninginnedag en de Marker Havendagen). Wat rest is het onbekommerde folklorisme van onalledaagse en dus buitengewone vieringen en opvoeringen, de op toerisme en derhalve commercie gerichte representatie en de ‘volkscultuur achter glas’ in musea.

### Slotopmerkingen

Gedurende lange tijd vormden vissers en vissersvrouwen voor schrijvers, kunstenaars, fotografen en filmers een soort edele wilden, van wier levens men doorgaans weinig wist, maar die in het harde gevecht om het naakte bestaan een heroïsche strijd leverden. Met hun vermeende eenvoud, godsdienstzin, saamhorigheid en hechte familiebanden werden ze aan vaderlanders ten voorbeeld gesteld als exemplarisch voor de ware, deugdzaam Hollander. Ook buitenlandse reizigers, literatoren en schilders legden een nostalgisch verlangen naar een pre-industrieel tijdperk en een als harmonieus opgevat gemeenschapsleven aan de dag. Het contemporaine werd in de tijd teruggeprojecteerd en wat oud was, was ‘echt’: niet gecorrumpeerd door de ‘vervlakkende’ invloed van de modernisering. Van dit beeld van een geïdealiseerd verleden zijn sporen te vinden vanaf het eind van de achttiende eeuw tot diep in de jaren vijftig van de twintigste. Na de aanleg van de Afsluitdijk stond voor filmmakers zoals Gerard Rutten en Bert Haanstra de strijd tussen traditie en moderniteit in het brandpunt van de belangstelling. Anders dan de dan toe gangbare antimoderne en nostalgische nadruk op het ‘goede’ van traditie, waren zij minder normatief ten aanzien van het verleden en hadden zij óók oog voor het onontkoombare en positieve van de modernisering. Dit had mede te maken met de veranderde omstandigheden. Zij zagen dat de modernisering nieuwe kansen bood aan een bevolking die door de achteruitgang van de visserij deels brodeloos was geworden of dreigde te worden. Mogelijk heeft het bioscooppubliek, de bedoelingen van de cineasten ten spijt, de zo nadrukkelijk in beeld gebrachte folklore echter vooral als een ode aan de traditie opgevat.

Aan het imago van een noest werkzaam, eerlijk, eenvoudig en diep religieus vissersvolk is sinds een decennium of drie flink getornd. Een moreel toonbeeld voor de natie – een nederige *exempla virtutis* – is het, na aanhoudende negatieve berichtgeving over de visserij, al lang niet meer, maar de folkloristi-

sche beeldvorming rond Marken en Volendam heeft desondanks nauwelijks aan kracht ingeboet. Zowel Marken als Volendam profileert zich nog steeds als vissersdorp, ofschoon de beroepsvisserij er tegenwoordig van geringe betekenis is. Vooral dankzij de slogans in promotiefolders gelden 'quaint and picturesque' Marken en Volendam voor buitenlandse toeristen nog steeds als niet te missen bezienswaardigheden. Het traditionele blijkt een belangrijk en intentioneel marketinginstrument te zijn, waarbij voortgebouwd kan worden op een langdurige wederzijdse beïnvloeding en articulatie van volkscultuur en beeldcultuur die Marken en Volendam onbedoeld en ongepland tot model van Hollandsheid hebben gemaakt. Dat het lokale kostuum een commerciële waarde vertegenwoordigt, is bij plaatselijke bestuurders niet onopgemerkt gebleven: 'Als het aan de gemeente ligt lopen alle Volendamse ondernemers binnenkort weer in klederdracht rond. De herinvoering van het kostuum sluit aan bij de wens om het palingdorp toeristisch nog aantrekkelijker te maken', aldus een recent bericht in *De Telegraaf* (6 juni 2008).

De toeristische en commerciële iconografie is al meer samengebond in het beeldmerk van het in gefantaseerde streekdracht gestoken Volendamse meisje. Deze iconografie gaat in de reclame langer dan een eeuw terug. Ze bleek niet alleen bruikbaar om toeristen naar Nederland te lokken. Ze was evenzeer geschikt om, vaak verwijzend naar Hollandse traditie en degelijkheid, allerlei producten – zoals zeep (zindelijkheid!), cacao, bintjes of jenever – aan te prijzen (Brunsting 1993; Rooijackers 1998). Vanaf de jaren zestig kwam daar nog de door het Nederlandse Zuivelbureau ontwikkelde reclamefiguur van Frau Antje bij, gestoken in een speciaal ontworpen 'Volendamschtig' tenue, die voor de Duitse markt op televisie Nederlandse kaas en boter moest aanprijzen (zie Elpers 2005). Nu heeft Volendam weinig van doen met de genoemde producten, maar het beeldmerk van een lokaal kostuum werd intussen zo sterk met Nederland geassocieerd dat dit er nauwelijks toe deed. Een imaginaire Volendamse hul of een nagebootste Marker dracht verwijst de beschouwer onmiddellijk en onmiskenbaar naar datgene wat voor 'Hollands' wordt gehouden. Het beeldmerk lijkt onverwoestbaar: recente pogingen om hem voor marketingdoeleinden te vervangen door *hightech* symboliek zijn jammerlijk mislukt. Frau Antje is dan ook met haar tijd meegegaan: ze ontwikkelde zich van huisvrouw tot kaasdeskundige en vervolgens tot sprookjesfee, maar bleef als metafoor onveranderlijk Nederland in Duitsland representeren (ibid.: 113-114). Als symbolisch pars pro toto werden (en worden) meestal elementen uit de materiële cultuur geselecteerd of nagebootst, die als mimetische iconen het geheel leken (en lijken) te representeren. De Marker en vooral de Volendammer dracht, of onderdelen daarvan, zijn op deze wijze veralgemeend en gecanoniseerd tot sjibbolets waarmee in binnen- en buitenland associaties met Nederland worden opgeroepen. In weerwil van het feit dat beide dorpen in de loop van de tijd steeds minder 'typerend' voor Nederland zijn geworden, zo ze dat ooit al waren, zijn deze connotaties

– vooral vanwege het toeristische imago en de daarmee verbonden commerciële belangen – blijven bestaan.

Het icoon van de lokale dracht is zo als het ware een ‘cipher’ geworden, dat door buitenstaanders naar believen met associaties met Nederland kan worden ingevuld. Zo speelt ze, met iconen als klompen, molens en tulpen, een belangrijke rol in zogenaamde *roots* festivals van Nederlandse immigratengemeenschappen in de Verenigde Staten (Che 2004). In plaats van lokaal specifiek en onderscheidend wordt de traditionele kleding op deze manier als kenmerkend voor het Nederlands nationale opgevat. Voor de Volendamse en Marker bevolking zelf is het plaatselijke tenue echter een waardevol element geworden om heel bewust gevoelens van lokale identiteit te uiten, vooral nadat het uit het dagelijkse straatbeeld was verdwenen. Als uiting van een versterkt besef van lokale identiteit werden plaatselijke musea opgericht: in 1977 het Volendams Museum, zes jaar nadien het Marker Museum. Daarin wordt de lokale materiële cultuur, vooral de plaatselijke dracht, ook expliciet in een lokale context geplaatst. De kleding is voor de dorpingen allang geen alledaags en ongerefecteerd expressiemiddel meer, maar wordt ingezet om aan de buitenwacht en aan zichzelf te tonen dat de dorpen hun eigenheid hebben behouden. Juist op dagen dat de dorpen zich publiekelijk presenteren wordt de gekoesterde kleding uit de kast gehaald en trots gedragen. Bij dit lokalisme gaat het om de verbeelding, benoeming en toe-eigening van een sociale identiteit vanuit een gevoel van temporele en geografische binding aan een bepaalde plaats. Dit gebeurt door middel van bewust uitgevoerde, bewust beleefde en bewust benadrukte sociale en culturele praktijken, waarvan groepsleden menen dat ze uniek en kenmerkend voor de lokale gemeenschap zijn en waarmee ze zich willen (en denken te) onderscheiden van de omringende samenleving en cultuur. In zekere zin hadden buitenstaanders zich het cultuurelement van de lokale dracht toegeëigend en daarmee de plaatselijke bevolking onteigend, maar Volendammers en Markers hebben het zich op hun beurt weer toegeëigend en benadrukken het sterker dan ooit als symbool van eigenheid. In dit opzicht is de streekdracht ook authentieker dan ooit, omdat authenticiteit niet draait om een onveranderlijke essentie, maar bij uitstek refereert aan distinctief gedrag en de (h)erkenning van verschil (Handler 2002: 964; Fine 2003: 155).

## Noten

1 Dit artikel is deels gebaseerd op een lezing voor het symposium ‘Haanstra en Holland’ (Filmmuseum Amsterdam, 17 november 2006). Ik ben Hans Schoots, die aan een biografie over Haanstra werkt, erkentelijk voor zijn verhelderende commentaar op een eerdere versie. Voor kritische opmerkingen komt ook de redactie van *Sociologie* dank toe.

2 <http://www.markenexpress.nl/index.php?id=9135> (bezocht op 21 maart 2008).

3 <http://www.edam-volendam.nl/document.php?fileid=721&f=85a4df3116bea86e1265465c5213d9a&attachment=1&c=432> (bezocht op 3 februari 2008).

4 Zie over kunstschilders in Volendam en/of Marken: Veurman (1972), Kraan (1985, 2002), Reichwein (1986), Jas (1993), Braaksma (1998), Schutte en Weitkamp (1998), Stott (1998), Thoben (1998), Roodenburg (1999, 2002), Lübbren (2001), De Bodt (2004) en Brinkkemper, Kersloot en Sier (2006).

5 In 1909 betrof het vier films, waaronder *Une journée à l'Île de Marken* en *En Hollande – le port de Volendam*. In 1912 volgden nog eens vijf films met als bekendste *L'or qui brûle* en *Le Calvaire du mousse* (zie Bishoff 1986: 64).

6 Fotografen en filmers hebben de afsluiting nauwgezet op beeld vastgelegd: zie bijvoorbeeld de tussen 1927 en 1932 opgenomen film *De Zuiderzeewerken* (*Zuiderzee Works*) van Willy Mullens en de sociaal-realistische documentaires *Zuiderzeewerken* (1930-1933) en *Nieuwe gronden* (1934) van Joris Ivens (vgl. Hogenkamp 1986, 1988, 2003; Brederoo 1986: 218; Schoots 1995; Wieringa 1998: 44-49).

7 Grote delen van *Terra Nova* werden in 1991 teruggevonden in de archieven van het Filmmuseum en in 1994 ging een gereconstrueerde versie in première. Voor de curieuze geschiedenis van deze film, zie Ruttens autobiografie (Rutten 1976: 77-99). Zie over *Terra Nova* en de hierna nog te noemen film *Dood water* voorts Cowie (1979: 20), Dibbets en Kerkman (1990), Dibbets (1993: 250-257), Van Gelder (1995: 15-16), Nijkeuter (1996: 25-27) en Albers et al. (2004: 78-79).

8 [http://www.biosagenda.nl/film\\_dood-water\\_8937.html](http://www.biosagenda.nl/film_dood-water_8937.html) (bezocht op 1 maart 2008).

9 Zie <http://members.lycos.nl/kshckv/haanstra.htm> (bezocht op 2 februari 2008).

## Literatuur

- Albers, R., J. Baeke en R. Zeeman (2004) *Film in Nederland*. Amsterdam: Ludion / Filmmuseum.
- Amicis, E. de (1985) *Nederland en zijn bewoners*. Utrecht/Amsterdam: Veen (oorspr. Italiaanse ed. 1874).
- Anoniem (1884) Het eiland Marken. *De aarde en haar volken* 20: 1-20.
- Bank, J. en M. van Buuren (2000) 1900. *Hoogtij van burgerlijke cultuur*. Den Haag: Sdu.
- Best, P. en P.H. Witkamp (1841) Noord-Holland. *De Aardbol*. Amsterdam: J.H. Laarman, 36-119.
- Bishoff, R. (1986) De zwijgende speelfilm. In: K. Dibbets en F. van der Maden (red.) *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940*. Weesp: Het Wereldvenster, 53-104.
- Blom, I. (1996) Of Artists and Tourists. In: T. Elsaesser (red.) *A Second Life*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 246-255.
- Blom, I. (1997) Pathé, de eerste filmgigant in Nederland. *Jaarboek Mediageschiedenis* 8: 129-152.
- Bodt, S. de (2004) *Schildersdorpen in Nederland*. Warnsveld: Terra Lannoo.
- Boughton, G.H. en E.A. Abbey (1885) *Sketching Rambles in Holland*. New York: Harper and Brothers.
- Braaksma, T. (1998) Artist kom binne. In: D. Verhoeven et al. (red.) *Klederdracht en kledinggedrag*. Nijmegen: SUN, 127-131.
- Brederoo, N. (1986) De invloed van de Filmliga. In: K. Dibbets en F. van der Maden (red.) *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940*. Weesp: Het Wereldvenster, 183-224.
- Brinkkemper, D., P. Kersloot en K. Sier (2006) *Volendam Schildersdorp 1880-1940*. Zwolle: Waanders.

- Brunsting, A. (1987) *De Mode op Marken*. Enkhuizen: Zuiderzeemuseum.
- Brunsting, A. (1993) Een dynamisch proces. In: A. Brunsting et al., *Typisch Hollands*. Zutphen: Walburg Pers, 23-42.
- Brunsting, A. (1997) De goede wilde van de Zuiderzee. In: H.J.M. Claessen en H.F. Vermeulen (red.) *Veertig jaren onderweg*. Leiden: DSWO Press, 237-257.
- Buzard, J. (1996) *European Tourism, Literature, and the Ways to Culture, 1800-1918*. Oxford: Oxford University Press.
- Che, D. (2004) Reinventing Tulip Time. In: T. Coles en D.J. Timothy (red.) *Tourism, Diasporas and Space*. London: Routledge, 261-278.
- Coronel, S.S. (1862) Schetsen uit het Markersche volksleven. *Nederland* 11, 54-78.
- Cowie, P. (1979) *Dutch Cinema*. London: The Tantivy Press.
- Daems, J. (1996) *Teder testament. De films van Bert Haanstra*. Leuven / Amersfoort: Acco.
- Dekkers, D. (1994) *Jozef Israëls*. Den Haag: Pasmans.
- Delpeut, P. (1997) A Cinema of Accidental Incidents. In: G. Donaldson (red.) *Of Joy and Sorrow*. Amsterdam: Stichting Nederlands Filmmuseum, 11-31.
- Dibbets, K. (1993) *Sprekende films*. Amsterdam: Cramwinckel.
- Dibbets, K. en E. Kerkman (1990) Een zee van ruimte. *Volkkundig Bulletin* 16 (2) 157-175.
- Dittrich, K. (1986) De speelfilm in de jaren dertig. In: K. Dibbets en F. van der Maden (red.) *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940*. Weesp: Het Wereldvenster, 105-144.
- Elpers, S. (2005) *Frau Antje bringt Holland*. Münster: Waxmann Verlag.
- Esquiros, A. (1858) *Nederland en het leven in Nederland*. Amsterdam: Gebroeders Binger.
- Fine, G.A. (2003) Crafting Authenticity. *Theory and Society* 32 (2) 153-180.
- Gelder, H. van (1995) *Hollands Hollywood*. Amsterdam: Luitingh-Sijthoff.
- Ginkel, R. van (1999) *Op zoek naar eigenheid*. Den Haag: Sdu.
- Ginkel, R. van (2000) *Volkscultuur als valkuil*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Grever, M. (2004) Visualisering en collectieve herinneringen. *Tijdschrift voor geschiedenis* 117 (2) 207-229.
- Handler, R. (2002) Anthropology of Authenticity. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 963-967.
- Havard, H. (1875) *Verleden en heden*. Haarlem: J.M. Schalekamp (oorspr. Franse ed. 1874).
- Hildebrand [Nicolaas Beets] (1841) De Markense visser. In: J.P. Hasebroek et al., *De Nederlanden*. 's-Gravenhage: Maatschappij van Schoone Kunsten, 131-134.
- Hogenkamp, B. (1986) De documentaire film in opkomst. In: K. Dibbets en F. van der Maden (red.) *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940*. Weesp: Het Wereldvenster, 145-181.
- Hogenkamp, B. (1988) *De Nederlandse documentaire film 1920-1940*. Amsterdam: Van Genep.
- Hogenkamp, B. (2003) *De Documentaire Film 1945-1940*. Rotterdam: Uitgeverij 010.
- Israëls, J., J.H. Rennefeld en N. Beets (1861) *De kinderen der zee*. Haarlem: Kruseman.
- Jas, J. (1993) Zwervend tussen Romantiek en Realisme. In: A. Brunsting et al., *Typisch Hollands*. Zutphen: Walburg Pers, 43-70.
- Jong, A. de (1998) Dracht en eendracht. In: D. Verhoeven et al. (red.) *Klederdracht en kleedgedrag*. Nijmegen: SUN, 67-82.
- Jong, A. de (2001) *De dirigenten van de herinnering*. Nijmegen: SUN.
- Kahlenberg, F.P. (1990) Der Geheimnisvolle Klub and Auf Einsamer Insel. In: P.C. Usai en L. Codelli (red.) *Before Caligari*. Pordenone: Edizioni Biblioteca dell'Imagine, 326-336.
- Kraan, H. (1985) *Als Holland Mode war*. (Nachbarn 31). Bonn: Presse- und Kulturabteilung der Königlichen Niederländischen Botschaft.
- Kraan, H. (2002) *Dromen van Holland*. Zwolle: Waanders.



- Lübbren, N. (2001) *Rural Artists' Colonies in Europe 1870-1910*. Manchester: Manchester University Press.
- Netscher, F. (1910) *Ons eigen land*. Den Haag: Algemeenen Nederlandschen Wielrijdersbond.
- Nijkeuter, H. (1996) *Ben van Eysselsteijn*. (Drentse Historische Reeks 5). Assen: Van Gorcum.
- Reichwein, G. (1986) *Vreemde gasten, kunstschilders in Volendam 1880-1914*. Enkhuizen: Vereniging Vrienden van het Zuiderzeemuseum.
- Roodenburg, H. (1999) Marken als relict. *Volkskundig Bulletin* 25 (2/3) 197-214.
- Roodenburg, H. (2002) Making an Island in Time. *Journal of Folklore Research* 39 (2/3) 173-199.
- Rooijackers, G. (1998) Klederdracht en reclame. In: D. Verhoeven et al. (red.) *Klederdracht en kleedgedrag*. Nijmegen: SUN, 104-108.
- Rutten, G. (1976) *Mijn papieren camera*. Bussum: Fibula-Van Dishoeck.
- Schlüpmann, H. (1990) *Unheimlichkeit des Blicks*. Basel / Frankfurt: Stroemfeld / Roter Stern.
- Schoots, H. (1995) *Gevaarlijk leven. Een biografie van Joris Ivens*. Amsterdam: Jan Mets.
- Schutte, G.J. en J.B. Weitkamp (1998) Marken. De geschiedenis van een eiland. Amsterdam: Bert Bakker.
- Schuursma, R. (2000) *Jaren van opgang. Nederland 1900-1930*. Amsterdam: Uitgeverij Balans.
- Stott, A. (1989) Dutch Utopia. *Smithsonian Studies in American Art* 3 (2) 47-61.
- Stott, A. (1998) *Hollandgekte*. Amsterdam: De Olifant Pers / Anthos.
- Thoben, P. (1998) Streekdracht in de Nederlandse schilderkunst van de negentiende en twintigste eeuw. In: D. Verhoeven et al. (red.) *Klederdracht en kleedgedrag*. Nijmegen: SUN, III-125.
- Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze*. Londen: Sage.
- Velde, H. te (1992) *Gemeenschapszin en plichtsbesef*. 's-Gravenhage: Sdu.
- Ven, D.J. van der (1920) *Neerlandsch volksleven*. Zaltbommel: Uitg.-Mij en Boekhandel v/h P.M. Vink.
- Veurman, B.W.E. (1972) *Volendammer schilderboek*. Den Haag: Krusemans Uitgeversmaatschappij n.v.
- Wieringa, F. (1998) *Een cultuur valt droog*. Schoorl: Pirola.
- Wood, C.W. (1878) *Door Nederland*. Haarlem: Bohn (oorspr. Eng. ed. 1877).
- Zuthem, H. van (1998) Nationale Kleederdrachten van Harer Majesteits onderdanen. In: D. Verhoeven et al. (red.) *Klederdracht en kleedgedrag*. Nijmegen: SUN, 133-146.