

J. H. J. van den Heuvel, *De moraliserende overheid. Een eeuw filmbeleid* (Utrecht: Lemma, 2004, 161 blz., €20,-, ISBN 90 5931 196 5).

Een boek met deze titel roept vragen op over het onderwerp. Immers, het kan gaan over de moraal, de overheid of het filmbeleid. De auteur maakt in zijn inleiding duidelijk dat het hem gaat om het verstrekken van een samenhangende visie op de wijze waarop de overheid in de twintigste eeuw sturing gaf aan de openbare orde en de goede zeden. Aangezien volgens de auteur deze vraag niet voor alle beleidssectoren kan worden onderzocht is zijn keuze gevallen op het filmbeleid, vanwege de impact van de film op de (Nederlandse) samenleving. Het filmbeleid van de Nederlandse overheid wordt in dit boek gebruikt als een *pars pro toto* en is derhalve op zichzelf niet het onderzoeksobject. Wie denkt iets te weten te komen over de relatie tussen bijvoorbeeld de rijksoverheid en het Nederlands Filmmuseum komt bedrogen uit. Wie geïnteresseerd is in de houding van de overheid ten aanzien van de mogelijke schadelijke effecten van de filmvertoning en het lobbywerk van religieuze en levensbeschouwelijke organisaties zal er heel wat van zijn gading aantreffen. Het boek is verdeeld in een vijftal hoofdstukken over het filmbeleid voor 1940, de film in het naoorlogse cultuurbeleid, de censuur op de filmvertoning, importbeleid en export van cultuur en de wijze waarop film ingebed raakte in de morele orde van de samenleving. Uitgangspunt is daarbij dat landelijke wetgeving in Nederland in vergelijking met andere Europese landen laat werd ingevoerd (1926) en pas opnieuw werd geformuleerd in 1977, voordat in het jaar 2000 de filmkeuring definitief werd afgeschaft.

Het boek geeft een goede analyse en vooral het beleid in de eerste zeventig jaar van de twintigste eeuw is consistent beschreven. In deze tijd bestond het beleid dan ook voornamelijk uit controle. Met de komst van Gerardus van der Leeuw als minister van onderwijs, direct na de Tweede Wereldoorlog, lijkt een kentering op te treden en wordt film voor het eerst door de overheid gezien als een vorm van kunst waarvoor je actief beleid kunt ontwikkelen. Met de oprichting van het Productiefonds in 1956 gaat het nog meer deze kant op en bestaat het beleid niet alleen meer uit het indammen van het veronderstelde bioscoopgevaar. Een curieuze figuur en wegbereider treedt in het boek op in de persoon van David van Staveren, een progressief uit Den Haag die van 1928 tot 1948 (met uitzondering van de Tweede Wereldoorlog) voorzitter was van de Centrale commissie van filmkeuring. Zijn credo was: 'De bioscoop moet niet bestreden, ze moet veredeld worden.' Tegelijkertijd blijkt uit het boek dat het met het verbieden van films in Nederland meeviel, hoewel met name in Zuid-Nederland de Katholieke film centrale langdurig optrad als extra censor. Na de jaren zestig lijken door de secularisatie de scherpe kantjes er steeds meer van af te raken. De auteur stelt terecht dat het desalniettemin vooral aan de voortdurende regeringsdeelname van christelijke partijen te wijten is, dat het zo lang geduurd heeft voor de keuring definitief afgeschaft werd. Het systeem van zelfregulering dat sinds het begin van de eenentwintigste eeuw er voor in de plaats is gekomen heeft overigens ook zijn schaduwzijden. Hetzelfde geldt voor dat andere grote strijdpunt tussen de filmbranche en de overheid: de vermakelijkheidsbelasting. Ongeveer gelijktijdig met de afschaffing daarvan werd het (hoge) BTW-tarief ingevoerd voor bioscoopkaartjes.

Het boek is in het algemeen prettig geschreven en laat zich makkelijk lezen. Helaas ontsieren een aantal onjuistheden de tekst. De eerste bioscoop met vaste zitplaatsen werd niet in 1906 in Amsterdam geopend (18), maar in 1903 in Rotterdam. Overigens stond het eerste gebouw dat specifiek als bioscoop gebouwd werd in Venlo (sinds 1907). De film 'Blue Movie' werd niet gemaakt door Pim de la Parra in samenwerking met Paul Verhoeven maar met Wim Verstappen. (74) Sticusa werd niet in 1956 maar per 1 januari 1989 opgeheven. (123) Tenslotte beoogde de

Nederlandse Filmkeuring de beoordeling op geschiktheid van films voor personen tot en niet vanaf zestien jaar. (135)

Wie geïnteresseerd is in vraagstukken van zedelijkheid en de omgang daarmee door de Nederlandse overheid al dan niet in samenhang met religieuze en levensbeschouwelijke organisaties in de twintigste eeuw zal deze studie met genoegen lezen.

F. Westra

M. Groffen, S. Hoitsma, *Het geluk van de huisvrouw* (Amsterdam: SUN, Rotterdam: Historisch museum Rotterdam, 2004, 265 blz., €24,50, ISBN 90 5875 126 0).

Dit boek is uitgegeven ter gelegenheid van de gelijknamige tentoonstelling in het Historisch museum Rotterdam, het Schielandhuis, welke liep van 6 juli 2003 tot en met 15 augustus 2004. Het thema van zowel boek als tentoonstelling is de geschiedenis van de huishoudelijke arbeid in Nederland en de rol van de reclame daarin.

Maandag wasdag, op dinsdag strijken en verstellen, vrijdag de wekelijkse schoonmaakbeurt. Het bewerkelijke huishouden verloopt tot ver in de jaren zestig van de twintigste eeuw volgens een vast patroon. De indeling van de hoofdstukken volgt dit patroon, waarbij de zondag als rustdag zelfs een plaatsje heeft.

In de reclames is het geploeter nauwelijks zichtbaar. De wasmiddelen zijn er zelfwerkend en de keukens zijn voorzien van *hightech* huishoudhulpjes. In dit boek is de spanning tussen reclamebeloftes en dagelijkse sleur voortdurend voelbaar. Terwijl de titel is gebaseerd op de verleidingen uit de reclame, volgt de indeling de nuchtere praktijk van het huishouden: van maandag wasdag tot zondag rustdag.

*Het geluk van de huisvrouw* begeeft zich op het snijvlak van reclame en huisvrouwschap in de twintigste eeuw. Een pak wasmiddel, een stofzuiger, een advertentie voor een winterjas — deze en andere alledaagse dingen uit de collectie van het Historisch museum Rotterdam spelen de hoofdrol. Het dagelijks gebruik heeft vaak sporen nagelaten. De stofzuiger zit vol krassen, het kinderjurkje is herhaaldelijk versteld en de pan staat wat wankel door de lekstop.

Reclame-affiches en tijdschriftadvertenties geven een ander beeld van het dagelijks leven in dezelfde tijd. Ze tonen het begerenswaardige beeld van nieuwe producten, nóg wittere was in minder tijd, en ... geen cent te veel, hoor! De reclames zijn niet eenvoudigweg illustraties bij het verhaal, maar vormen hun eigen beeldverhaal over *Het geluk van de huisvrouw*.

De auteurs zijn beiden werkzaam in het Historisch museum Rotterdam, Mayke Groffen als conservator van de collectie moderne stadscultuur, Sjouk Hoitsma als conservator van de kleding- en textielcollectie. In een interview werd hen gevraagd waar de naam *Geluk van de huisvrouw* vandaan komt. 'De titel van de tentoonstelling komt uit het boek 'Nieuw' van drs. P. Hij maakte ook reclames voor Unilever en schreef daarover in zijn boek dat bepaalde producten 'verrekte belangrijk waren voor het geluk van de huisvrouw.' Daar hebben we de titel vandaan.' Bij het lezen van dit boek moest ik geregeld denken aan het museum 'Haus der Geschichte' in Bonn, waar een permanente tentoonstelling de bezoekers voert langs de diverse decennia van het na-oorlogse Duitsland. De tentoongestelde producten en de uitbeelding van het dagelijks leven in dit museum komen soms letterlijk overeen met hetgeen het geluk van de huisvrouw moest veroorzaken. Onderzoek heeft overigens weleens uitgewezen dat de tijd die het doen van het huishouden kost niet wezenlijk verminderd is sinds het jaar 1900, ondanks de vele uitvindingen die dit tot doel hadden, zoals wasmachines en vaatwassers.