Het Nederlandse filmtijdschrift en de markt

Het geïllustreerde filmtijdschrift vormde in de Verenigde Staten al van oudsher een onderdeel van de filmcultuur en van het filmbedrijf. De eerste filmbladen kwamen op in de jaren tien. Ze hielpen met het creëren van een fancultuur gericht op de glitter en glamour van het filmsterendom, en genereerden daarmee een vaste kern van trouwe bioscoopbezoekers. Kathryn Fuller beschrijft hoe vroege Amerikaanse fanbladen, zoals *Photoplay*, institutioneel onafhankelijk waren van de grote studio's, maar in de praktijk met hen een sterk symbiotische verhouding aangingen. De fanmagazines stimuleerden het bioscoopbezoek, zo redeneerde men in Hollywood, dus de studio's werkten maar al te graag mee en leverden content en 'exclusieve' interviews. Op zijn beurt stimuleerde zulk materiaal de verkoopcijfers van de tijdschriften.¹ Overigens gold dit vermoedelijk ook voor een groot Europees filmproducerend land als Duitsland, waar vergelijkbare fanmagazines verschenen.² Dit artikel gaat in op de vraag hoe deze verhoudingen lagen in een klein land als Nederland, hoe het Nederlandse publieksfilmtijdschrift te situeren is in de context van het filmbedrijf.

Over deze economische dimensie van de Nederlandse filmpers is nog nauwelijks geschreven. In de bestaande filmgeschiedschrijving is vooral aandacht besteed aan de inhoudelijke kant van de filmkritiek, en bestaat een voorkeur voor kleine, cinefiele bladen die qua oplagecijfers en vermoedelijk ook in commercieel opzicht weinig voorstelden, zoals *Filmliga*, *Film forum* of *Skoop*.³ In literatuurwetenschappelijke studies over Nederlandse publieksbladen is eveneens nauwelijks aandacht voor de filmpers. In het standaardwerk over het Nederlandse geïllustreerde tijdschrift wordt in de twee lijvige banden die de naoorlogse periode beslaan geen enkel filmtijdschrift genoemd.⁴ Dit verkennende artikel wil een eerste aanzet zijn om het publiekstijdschrift over film vanuit een economische invalshoek te bekijken, of althans vanuit het perspectief van de ondernemer/tijdschriftproducent in de context van het Nederlandse filmbedrijf. Het is een kwalitatieve analyse op basis van literatuuronderzoek en enkele steekproeven uit de tijdschriftenleggers, die voortbouwt op de bibliografie van filmbladen die Mirande de Jong opstelde in 1990.⁵ Oplagecijfers

* Thunnis van Oort (1976) studeerde Geschiedenis aan de Rijksuniversiteit Groningen. Hij was medewerker bij het Instituut voor Beeld en Geluid. In 2007 voltooide hij zijn proefschrift *Film en het moderne leven in Limburg. Het bioscoopwezen tussen commercie en katholieke cultuurpolitiek (1909-1929)*. Sindsdien is hij als docent verbonden aan het Departement Media- en Cultuurwetenschap van de Universiteit Utrecht. Hij is redacteur van het *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* en bestuurslid van de 'Vereniging geschiedenis, beeld en geluid'. E-mail: T.vanOort@uu.nl.

daterend van vóór de jaren zeventig zijn vrijwel geheel afwezig, laat staan dat iets bekend is over omzet- of winstcijfers of andere kwantitatieve gegevens. Het artikel biedt een schets van het landschap van de Nederlandse filmpers tijdens het Interbellum, vertrekkend vanuit de vraag welke strategieën werden ingezet door de redacteurs en uitgevers van filmtijdschriften in deze periode. Hierbij wordt zijdelings ook gekeken hoe film een plek verwierf in de algemene periodieke pers. Vervolgens verschuift de blik naar de wederopbouwperiode, waar deze strategieën minder succes bleken te hebben. Het relaas stopt hier, enerzijds omdat over de latere periode nauwelijks secundaire bronnen bestaan, en anderzijds omdat op inhoudelijk vlak vanaf de jaren zestig een structureel andere periode aanbreekt; het filmbedrijf ondergaat een diepgaande transformatie (daling bioscoopbezoek, opkomst televisie), en ook de tijdschriftenmarkt verandert fundamenteel van karakter wanneer een oligopolie van enkele grote uitgevers de markt gaat beheersen.⁶

Pier Westerbaan

Het eerste Nederlandse publieksblad voor de film liefhebber verscheen in 1918, in een periode dat het bioscoopbezoek een explosieve groei doormaakte. *De filmwereld. Geïllustreerd weekblad* werd uitgegeven door A.W. Sijthoff's Uitgevers-Mij. Het was deze uitgever die enkele jaren eerder, in 1913, het rasterdiepdrukprocedé in Nederland introduceerde, waarmee (fotografische) afbeeldingen van veel hogere kwaliteit konden worden gedrukt – een belangrijke stap vooruit in de technische ontwikkeling van het geïllustreerde publieksblad. Het eerste tijdschrift dat Sijthoff met deze nieuwe techniek drukte – bij de Nederlandsche Rotogravure Mij. – was *Panorama*. Het waren vooral de actuele fotoreportages over de Europese oorlog die de oplagen snel deden stijgen.⁷

Het succes van dergelijke fotoreportages kreeg een welhaast logisch vervolg met de uitgave van het rijkelijk met sterrenportretten geïllustreerde *De Filmwereld*, dat inspeelde op de snel stijgende populariteit van de bioscoop. Het blad werd al twee maanden na oprichting door Sijthoff's Uitgeverij overgenomen van de oorspronkelijke Belgische investeerders.⁸ Dagbladjournalist Pier Westerbaan (voorheen onder andere werkzaam bij *De Telegraaf*) fungeerde als hoofdredacteur.⁹ Sijthoff's Uitgeverij stopte eind 1920 met het blad. Het werd met ingang van 1921 uitgegeven onder de naam *Cinema en theater*, vermoedelijk nu door Westerbaan zelf. Het bleef verschijnen tot in 1943. Met de voorloper meegeteld dus 25 jaar achter elkaar. Terugblikkend vanuit de 21e eeuw zou geen enkel breed publieksblad over film het zo lang uithouden.

Een van de mogelijke verklaringen voor die opmerkelijke continuïteit is te vinden in de brede formule van het blad. Na de naamswisseling van *De Filmwereld* naar *Cinema en theater* werd de nadruk al verlegd van film naar film én theater – en ook cabaret, variëte en dans. Dit bood de mogelijkheid om de lezers behalve Amerikaanse en Duitse, ook iedere aflevering Nederlandse sterren op te dissen. Omdat de

Nederlandse film eenvoudigweg te nietig was om een sterrencultuur voort te brengen, figuren in *Cinema en theater* vooral bekende vaderlandse toneelacteurs, cabaretiers en dansers (m/v). Vanaf 1924 werd de formule nog verder verbreed, het blad kreeg nu ook de uitgebreidere titel *Het weekblad cinema en theater*, waarbij 'Het weekblad' prominent op de cover stond en 'cinema en theater' in een kleinere ondertitel.

Overigens stond wel stevast een acteur of actrice op de cover. Maar in feite gingen nog maar acht pagina's per aflevering specifiek over film en toneel, de rest van het tijdschrift ging steeds meer lijken op een algemeen geïllustreerd blad voor het hele gezin, met actualiteiten, sport-, mode- en jeugdrubrieken.¹⁰

Door deze strategie verbreedde het tijdschrift zijn doelgroep en groeide als het ware toe naar die algemene geïllustreerde bladen uit de Interbellumperiode die ook veel aandacht besteedden aan amusement, zoals *Het leven* of *De lach*. Dat laatstgenoemde blad, om een voorbeeld te geven, was in 1924 opgericht door de Amsterdamsche Kioskonderneming (het latere AKO) met de bedoeling om de treinreiziger een luchtig blad te verschaffen voor onderweg. Het ontwikkelde zich al spoedig van een braaf gezinsmagazine tot een wat pikanter herenblad, mede door gebruik te maken van de gemakkelijke verkrijgbaarheid van publiciteitsfoto's van filmsterren toen in de loop van de jaren twintig buitenlandse filmproducenten filialen openden in Nederland.¹¹ Het blad was een bricolage van sterrenfoto's (al dan niet in badkleding) en allerlei schijnbaar willekeurig bij elkaar gevonden afbeeldingen, moppen en weetjes. Al was het daarmee misschien geen volkomen concurrent van *Cinema en theater*, het is een indicatie hoe de filmglamour een plaats kreeg in de geïllustreerde pers. Het betrof hier dan vooral de mondaine, meer gewaagde bladen. Voor verzuilde publieksbladen zoals *De katholieke illustratie* was filmnieuws te gedurfd. In de dagbladen kwamen in de loop van het Interbellum filmrubrieken op, aanvankelijk nog vooral als service aan de bioscoopbezoeker (korte beschrijvingen van de films die in de bioscopen draaiden, uitgaansagenda's), maar in de loop van de jaren twintig gingen 'neutrale' kranten als *De Telegraaf* ook nieuwtjes en roddels over filmsterren publiceren.¹² Een deftig dagblad als *De Nieuwe Rotterdamse Courant* raakte eind jaren twintig verzeild in een spraakmakende controverse met bioscoopondernemer Abraham Tuschinski, omdat de krant alleen positieve recensies schreef over als kunstzinnig beschouwde films, en het aanbod van doorsneepublieksfilms structureel afkraakte, tot grote ergernis van goedbetalende adverteerder Abraham Tuschinski, grootondernemer in bioscoopamusement.¹³ Dit voorbeeld geeft aan dat het in deze periode zeker nog niet overal geaccepteerd was om over de publieksfilm te schrijven, laat staan om mee te gaan in het klatergouden discours over sterren.

Een tweede verklaring voor de lange adem van *Cinema en theater*, naast de brede bladformule die de doelgroep uitbreidde met het lezerspubliek van het algemene geïllustreerde tijdschrift, komt voort uit de spilfunctie die Westerbaan als ondernemer in drukwerk wist te creëren binnen de Nederlandse filmbranche. Westerbaan ging zich toeleggen op de op film gespecialiseerde pers en verwierf in de loop van de jaren twintig een ijzersterke positie in deze niche. Hij deed dit door zich niet

DE WEEKBLAD

CINEMA & THEATER

HEINTJE DAVIDS

Foto Godfried de Groot

Nº 73

Adres van Redactie en Administratie:
Galgenwater 22, Eindhoven
Giro no. 41880

In dit nummer bevindt zich een liedje van
Constant Wolfson. Muziek: Rosine de Cocq

Het Cinema & Theater-
gedeelte staat onder
redactie van Pier
Westerbaan.

15cts

SALAMANDER SCHOENEN ZIJN IN PASVORM ONGEËVENAARD

Omslag Weekblad cinema en theater, nr. 73, 1925. Al prijken er meestal buitenlandse filmsterren op de cover, soms viel ook Nederlandse theater- of revuesterren deze eer te beurt, zoals hier afgebeeld de bekende variétéartieste Heintje Davids (of enkele afleveringen later (nr. 81) de destijds beroemde zangeres en actrice Beppie de Vries, die enige jaren daarvoor hoofdrollen had gespeeld in de Nederlandse bioscoopsuccessen *DE JANTJES* (1922) en *BLEEKE BET* (1923)).

alleen te richten op het publieksblad *Cinema en theater*, maar ook andere uitgaven in de bedrijfstak te verzorgen. In 1922 richtte Westerbaan een eigen vakblad op voor ondernemers in het filmbedrijf, het *Nieuw Weekblad voor de Cinematografie*, dat er al spoedig in slaagde het concurrerende vakblad *Kunst en Amusement* weg te drukken, vooral vanwege de steun van de machtige Nederlandsche Bioscoopbond aan Westerbaan.¹⁴ Zo kon hij de voornaamste adverteerders meekrijgen, onder wie Loet Barnstijn, de meest prominente ondernemer in de Nederlandse filmbranche van dat moment, die voor een belangrijk deel van de advertentie-inkomsten verantwoordelijk moet zijn geweest met zijn uitbundige, op Amerikaanse voorbeelden geïnspireerde advertentiestijl die vele pagina's kon vullen.¹⁵ Het vakblad zou een bijzonder stabiele uitgave blijken: Westerbaan bleef tot aan zijn dood in 1961 hoofdredacteur (uitgezonderd tijdens de Duitse bezetting). Uiteraard speelde bij een dergelijk vakblad met kleine oplage marktwerking nauwelijks een rol zoals dat bij de publieksbladen het geval was – het was de goed in het filmwereldje ingevoerde positie van Westerbaan die garant stond voor deze opvallende continuïteit.

In 1925 wist Westerbaan een drukkerij over te nemen, waar hij zelf *Nieuw Weekblad voor de Cinematografie* liet vervaardigen (*Cinema en theater* bleef bij de Nederlandsche Rotogravure Mij. gedrukt worden). Westerbaan kreeg tal van opdrachten voor affiches, programma's en ander drukwerk via zijn goede netwerk in het filmbedrijf. Ook ging hij voor allerlei bioscopen in het land wekelijkse programmabladen uitgeven. Het Nederlands Filmmuseum (inmiddels omgedoopt tot filminstituut EYE) bewaart exemplaren van zulke periodieken met namen als *Rembrandt Nieuws* of *Luxor Revue* voor theaters uit Haarlem, Rotterdam, Arnhem, Utrecht, Amsterdam, Groningen en Leiden. Vaak betrof het kopbladen met een identieke inhoud, met uitzondering van het actuele wekelijkse filmprogramma van de betreffende bioscoop en de titel. Het waren luchtige blaadjes gegarneerd met afbeeldingen van en roddels over sterren, een moderubriek, enzovoort. Voor slechts een dubbeltje tot een kwartje kreeg de lezer circa twintig rijk geïllustreerde pagina's, een prijs vergelijkbaar met *Cinema en theater* (vijftien cent in de losse verkoop).¹⁶ Het is onbekend in welke oplagen deze bioscoopbladen verschenen, maar het mag duidelijk zijn dat Westerbaan de markt voor publieksbladen over film stevig controleerde.

Dat wil overigens niet zeggen dat Westerbaan de enige ondernemer was die een filmblad uitgaf, gericht op het brede bioscooppubliek. In 1925 verscheen een concurrent op de markt in de vorm van het blad *De Rolprent*. Toen dit tijdschrift in 1927 na twee jaar van het toneel verscheen, begon aansluitend in 1927 het blad *Tuschinski Nieuws* te verschijnen. Of het ook daadwerkelijk de opvolger was van *De Rolprent* is niet zeker, maar het werd deels wel door dezelfde mensen gemaakt, onder wie Max Tak, de vaste orkestleider van het Amsterdamse Tuschinski Theater.¹⁷ Zoals de naam verried, werd *Tuschinski Nieuws* uitgegeven in opdracht van bioscoopexploitant en distributeur Abraham Tuschinski. Het was een lichtig magazine dat niet alleen over film ging maar ook aandacht besteedde aan mode en aan 'fun'.¹⁸ Tuschinski besteedde zijn bioscoopblad dus niet uit aan Westerbaan zoals een aantal andere bioscoopexploitanten deed, maar hield de productie van zijn blad in eigen

hand, als onderdeel van zijn filmimperium. Het ging hier dan ook niet om een eenvoudig reclameblaadje, maar om een tijdschrift dat, volgens eigen Rotterdamse dagbladadvertenties, oplagen behaalde tot 20.000 exemplaren, en in 'alle kiosken en stationsboekhandels' werd verkocht.¹⁹ De laatste overgeleverde jaargang, bewaard in het Rotterdamse gemeentearchief, stamt uit 1937. Het is niet bekend of het blad langer heeft bestaan.

Samenvattend, Westerbaan behaalde synergievoordelen door het samenvoegen van meerdere rollen als redacteur, uitgever en drukker, én het combineren van verschillende bladen voor diverse publieken en doelgroepen: de artikelen, afbeeldingen en rubrieken uit het ene blad kon hij bijvoorbeeld hergebruiken voor andere uitgaven. Zijn kennis van het filmbedrijf gebruikte hij niet alleen inhoudelijk voor het redigeren van het vakblad, maar leverde hem ook nuttige zakelijke relaties op met adverteerders, afnemers van reclamedrukwerk en mogelijk ook toeleveranciers van content: distributeurs waren ongetwijfeld belangrijke bronnen voor kopij van het blad. Hoe deze verhoudingen precies lagen is niet bekend. Betaalden distributeurs misschien voor *advertorials* avant la lettre, om op die wijze bepaalde films of sterren in *Cinema en theater* in beeld te krijgen? In *Cinema en theater* stonden geen door producenten of distributeurs geplaatste advertenties voor specifieke films, of voor bepaalde studio's; dergelijke advertenties waren zeer uitgebreid aanwezig in de vakpers maar niet in de publieksbladen.²⁰ Het zou een nauwkeurige inhoudsanalyse vergen om na te gaan of bepaalde distributeurs relatief veel aandacht kregen in de selectie besproken films en sterren. Daarbij moet rekening worden gehouden met de mogelijkheid dat Westerbaan ook kopij overnam uit buitenlandse bladen.

Wederopbouwperiode

Tijdens de Tweede Wereldoorlog steeg het bioscoopbezoek fors, direct na de oorlog haalde het zelfs de hoogste piek aller tijden met bijna negentig miljoen verkochte bioscoopkaartjes (1946).²¹ *Cinema en theater* 'collaboreerde' vanaf 1941: het blad werd gelijkgeschakeld en richtte zich nog uitsluitend op Duitse, Italiaanse en Nederlandse film en theater. Het blad ging zich weer geheel toelleggen op film en theater. Henrik Scholte, vooral bekend als medeoprichter van de Filmliga, was hoofdredacteur gedurende de bezetting nadat Westerbaan was teruggetreden. Na de oorlog werd Scholte bestraft voor zijn pro-Duitse opstelling. *Cinema en theater* hield op te bestaan. Het is niet bekend waarom Westerbaan niet met een ander publieksblad probeerde terug te komen. De pogingen van andere ondernemers om een dergelijk blad op de markt te brengen, hadden slechts beperkt succes.

In de jaren veertig en vijftig bleek de levensduur van filmtijdschriften aanmerkelijk korter dan die welke *Cinema en theater* tijdens het Interbellum had gekend. Wel leidde de enorme populariteit van de bioscoop direct na de oorlog tot veel nieuwe titels: De Jongs bibliografie van filmtijdschriften registreerde maar liefst zes nieuwe filmbladen die in het jaar 1945 verschenen.²² Geen van alle hield het echter lang vol.

Papierschaarste speelde in dat jaar iedere ondernemer in drukwerk parten. Maar vermoedelijk was dat niet het enige probleem, want ook in de volgende jaren lukte het niet meer om een filmpublieksblad op poten te zetten dat zich lang staande hield.

Het initiatief dat sinds 1945 nog het langst beklijfde, namelijk tot in 1952, vertoonde in de naamgeving opmerkelijke parallellen met *Cinema en theater*: *Film en theater*, in 1948 herdoopt tot *Film en toneel*.

Opnieuw ging het om een brede formule waarin niet alleen film aan bod kwam, maar ook de podiumkunsten, al betrof het geen algemeen geïllustreerd blad zoals het vooroorlogse *Cinema en theater*. De focus lag op populair amusement, zoals de ondertitel al vanaf 1949 aangeeft: 'Film, toneel, dans, cabaret, operette, revue, radio, enz.'. Het blad richtte zich ook op de Vlaamse markt. Enkele bekende figuren uit de Nederlandse film- en amusementswereld werkten mee aan het blad: L.J. Jordaen, Ellen Waller, Alex de Haas, Max Tak en Max van Wesel.

Hoofredacteur en later ook uitgever van *Film en theater*/*Film en toneel* was E.J. Hollmann. Over hem is vrijwel niets bekend in de literatuur. Uit de colofons van de latere jaargangen blijkt dat Hollmann niet alleen hoofredacteur, maar met-tertijd ook uitgever van het blad geworden was (vanaf wanneer precies is onbekend). Aanvankelijk werd het blad uitgegeven door uitgeverij 'De vrijheid' te Amsterdam, later werd dit 'De internationale pers'. Hollmann was afkomstig uit de bladenwereld, voor zover bekend niet uit het filmbedrijf. Hij was tevens hoofredacteur van *Moeder en kind* (1947-1948), het damesblad van 'De internationale pers'. In 1948 werd dat blad overgenomen door uitgeverij 'De geïllustreerde pers' en opgenomen in zijn succesformule *Margriet*.²³ Vermoedelijk ontbeerde Hollmann de nauwe banden met het filmbedrijf waar Pier Westerbaan deels zijn positie aan ontleend had vóór de oorlog. Toen Hollmann *Film en toneel* eenmaal via zijn eigen 'Uitgeverij voor film en toneel' ging uitbrengen, probeerde hij, net als Westerbaan destijds had gedaan, naast het publieksblad een vakblad uit te geven. Dit mislukte echter; zijn in 1951 gestarte *Film en bedrijf: vakblad voor de filmbranche* kwam waarschijnlijk niet verder dan één jaargang.²⁴

In 1952, na zeven jaar, zag Hollmann zich gedwongen het tweewekelijkse *Film en toneel* stop te zetten. In de laatste aflevering werd als opvolger het maandblad *De film en toneel-revue* aangekondigd, maar daarvan is slechts de eerste aflevering bewaard gebleven. Dit blad werd datzelfde jaar weer opgevolgd door het tweemaandelijks *Film en toneel: amusement, ontspanning, toerisme*. De titel geeft aan dat de bladformule werd verbreed met aandacht voor reizen en toerisme. Het blad verdween in 1953 definitief van het toneel. De voortdurende wisselingen van titel, uitgever, formule en de afnemende verschijningsfrequentie kunnen worden opgevat als indicaties van een moeizaam bestaan. Enkele andere filmtijdschriften die gedurende deze wederopbouwjaren verschenen, kenden nog kortstondiger en grilliger levenslopen.²⁵

SCHOONHEIDS- KONINGINNEN

in

Lady Godiva rides again

(Foto's Nederland-film.)

Boven: Diana Dors en Pauline Stroud als twee charmante deelnemers; onder: Pauline Stroud, die „Lady Godiva” wordt. Te Folkestone, waar jaarlijks het concours wordt gehouden, werd ook de wedstrijd voor de film opgenomen.

✱

„Lady Godiva rides again” is een Gilliat en Launder-productie voor London Films. De film berust enerzijds op een oude legende, anderzijds op de daaruit ontstane traditie, ieder jaar een schoonheidsconcours te houden, waar het mooiste meisje tot Lady Godiva wordt gekozen om haar rondrit te paard te houden (zie een vorig nummer). De jonge Engelse actrices Diana Dors (boven) en Bernadette O'Farrell (rechts) zien we in de film aan het „beauty contest” deelnemen.

Achterzijde Film en toneel, jrg. 4, nr. 23, 16 november 1951. Op de achterkant van Film en toneel trof de lezer meestal foto's aan van schaars geklede dames, publiciteitsfoto's van jonge actrices veelal poserend in badkleding.

Gezien de beperkte gemiddelde levensduur en vele mutaties bij Hollmanns film-tijdschriften en bij zijn nog minder succesvolle concurrenten, lijkt de conclusie gerechtvaardigd dat de markt voor dergelijke bladen krap was tijdens de wederopbouwperiode. Het is opmerkelijk te noemen dat er na 1952 decennialang geen commercieel publieksblad over film meer is verschenen in Nederland. Er is hier geen sluitende verklaring te geven voor het feit dat de strategieën die Westerbaan met succes toepaste niet werkten in de naoorlogse periode. Toevallige en persoonlijke omstandigheden kunnen een rol hebben gespeeld, zoals de omstandigheid dat Hollmann minder goed was ingevoerd in de filmwereld dan Westerbaan. Aan het bioscoopbezoek lijkt het in eerste instantie niet te hebben gelegen: dat bleef na de piek in het midden van de jaren veertig gedurende de jaren vijftig stabiel.²⁶ Een factor die mogelijk bijdroeg tot een moeilijker positie voor de filmbladen was het feit dat kranten en niet in film gespecialiseerde tijdschriften meer en onbeschoormer schreven over film en amusement dan voor de oorlog. Een net damesblad als *Libelle* publiceerde bijvoorbeeld met grote regelmaat over films en filmsterren. Ook de opkomende, vooral in populaire muziek gespecialiseerde jeugdbladen besteedden aandacht aan film. Het waren deze in muziek gespecialiseerde jongerenbladen, zoals *Muziek expres* en *Tuney tunes*, die in de jaren zestig een groot marktaandeel zouden veroveren.²⁷ Kennelijk vormde de popmuziek en niet de film primair de toegang tot de grote afzetmarkt die de opkomende jongerencultuur bood.

Niches binnen een nichemarkt

Het filmtijdschrift was op zichzelf al een nichemarkt in de publieksbladenbranche en stelde in commerciële zin weinig voor. Maar naast de op een breed, bioscoopgaand publiek gerichte bladen zoals *Cinema en theater* bestonden er ook nog tijdschriften met veel kleine doelgroepen en dito oplages. Dergelijke specialistische bladen hadden vaak een ideologische signatuur en richtten zich op een specifiek lezerspubliek. Sommige van deze bladen konden ondanks de geringe oplagen een stabiele positie verwerven. Binnen de filmhistoriografie nemen enkele van deze titels nog altijd een belangrijke plaats in. Drie belangrijke categorieën waren: 1) het artistieke, cinefiele blad, 2) het confessionele filmblad en 3) het amateurfilmblad. Hierna zal met name ingegaan worden op de eerste twee types, categorieën die in de loop der tijd ook met elkaar verstrengeld raakten.

Het beroemdste cinefiele blad uit het Interbellum is *De Filmliga* (1927-1936). In termen van de consumentenmarkt stelde dit blad weinig voor, met oplagen die eerder in de honderden dan in de duizenden liepen, maar het blad stond wel aan de basis van een traditie van cinefiele tijdschriften.²⁸ Naoorlogse periodieken als *Film forum* en *Skrien* stelden zich op als hoeders van de Filmliga-traditie. De makers van *De Filmliga* zetten zich fel af tegen de amusementsfilm en de bijbehorende sterrencultuur. Deze categorie bladen moet dan ook niet zozeer gezien worden als onderdeel van de commerciële distributie- en vertoningsbranches van de Nederlandse

filmeconomie. Cinefiele bladen als *De Filmliga* opereerden in het in economisch opzicht onbetekenende domein van de (vertoning en ook productie van de) artistieke film.

De Filmliga past met haar kritische teneur en de intellectuele strekking van de artikelen in een traditie van literaire en artistieke tijdschriften. Het was een specialistisch blad, dat niet werd uitgegeven met winstoogmerk, maar gedreven vanuit een ideologisch streven, namelijk het stimuleren van de kunstfilm. De hele Filmliga-onderneming is wel eens geïnterpreteerd als een strategie van jonge intellectuelen die een reputatie wilden vestigen door zich eens flink af te zetten tegen het establishment: zowel tegen de culturele elite door het als ordinair beschouwde filmmedium te willen verheffen tot kunst, als tegen de gevestigde orde in het filmbedrijf die stelselmatig door hen werd geschoffeerd, en dan met name grote commerciële filmverhuurders en -vertoners, zoals Abraham Tuschinski, die een gewild doelwit was van spot.²⁹ De benadering van film als kunstvorm die voortdurend onderscheiden moet worden van film als plat vermaak, is een strategie die als een rode draad door de geschiedenis van het Nederlandse filmtijdschrift loopt. Dit streven naar legitimering van de filmkunst bij een culturele bovenlaag was een manier om een markt te creëren niet alleen voor filmvoorstellingen maar ook voor een filmtijdschrift. Net zoals de makers van *De Filmliga* geïnteresseerd waren in het vestigen van hun eigen reputaties als filmmakers (zoals Joris Ivens) of critici, vonden ook naoorlogse cinefiele bladen als *Skoop* en *Skrien* hun oorsprong op de Filmacademie waar aanstormende filmmakers naam wilden maken. De bekendste voorbeelden zijn de regisseurs/producenten Verstappen en De la Parra die aan de wieg stonden van *Skoop* (1963-1993), een blad waarvan de oprichters zich weliswaar niet beschouwden als navolgers van de Filmliga-traditie, maar dat nochtans gericht was op een klein publiek van liefhebbers.

Een ander specialistisch type filmbladen had een confessionele achtergrond. In de praktijk betrof het hier voornamelijk katholieke bladen, al werden er met name na de oorlog ook protestantse bladen uitgegeven zoals het *Critisch filmbulletin* (1948-1965). De katholieken hadden moeite om een houding te vinden ten aanzien van de bioscoop. De katholieke bovenlaag van bestuurders, geestelijken en opiniemakers haalde over het algemeen de neus op voor het populaire filmvermaak, maar ondertussen was het razend populair onder de achterban.³⁰ Ook in de geschiedenis van het katholieke filmblad is deze spanning terug te vinden. De doelgroep van de doorsnee, vertier zoekende katholieke bioscoopbezoeker werd uiteindelijk niet bereikt met specifiek katholieke bladen, die zich kenmerkten door ofwel een moralistische insteek (streven naar de 'goede' film) ofwel een esthetische insteek ('filmkunst').

De eerste en voornaamste poging vanuit katholieke kringen om wel degelijk een onvervalst commercieel filmtijdschrift op te richten, liep op niets uit. In 1933 bracht Wim Cox senior, uitgever van de *Nieuwe Venlosche Courant*, het rijk geïllustreerde *Zuiderfilm* op de markt.

ZUIDERFILM

ONDER REDACTIE VAN ALBERT KUYLE
ALLE STUKKEN, BRIEVEN, FOTO'S, BOEKEN TER BESPREKING e.d., AAN HET REDACTIE-ADRES: M. TRIPRADE, UTRECHT

1933
NUMMER 2

JOAN CRAWFORD

Foto: Metro Goldwyn Mayer

N. V. NIEUWE VENIUSCHE COURANT.

de prijs.
10

Omslag Zuiderfilm, jrg. 1, nr. 3, 1933. Dit enigszins zwoele portret van Hollywoodactrice Joan Crawford verraaft niet een-twee-drie de katholieke achtergrond van het filmblad

Hij deed dit niet toevallig exact op het moment dat in Venlo de bioscopen sloten vanwege een conflict tussen de exploitanten en de gemeente. Ronkende advertenties in de *Nieuwe Venlosche Courant* prezen de nieuwe uitgave aan: 'De bioscopen sluiten, maar daarom hoeft ge nog geen afstand te doen van uw filmgenot.' Het was niet vanzelfsprekend dat juist de *Nieuwe Venlosche Courant* dit blad ging uitgeven, omdat de krant zich in het verleden altijd pal had opgesteld achter de katholieke autoriteiten in hun strijd tegen het vermeende bioscoopkwaad. De krant had tot voor kort niet eens een aparte rubriek voor filmrecensies, anders dan een toenemend aantal dagbladen in deze periode. Hoofddredacteur van *Zuiderfilm* was Albert Kuyle, tevens redacteur van *De Gemeenschap*, hét platform van de nieuwe generatie katholieke intellectuelen. Deze achtergrond van de hoofddredacteur was aan *Zuiderfilm* niet af te lezen. Het blad droeg geen katholieke identiteit uit, maar besteedde vooral aandacht aan populaire amusementsfilms en bekende sterren. Op de cover stonden portretten van beeldschone filmdiva's en het blad bevatte meer afbeeldingen dan tekst, geen belerende betogen over katholieke zeden of over hoge kunstidealen. Voor zover nu bekend zijn slechts twee afleveringen bewaard gebleven (nummers twee en vijf); het is niet duidelijk hoe lang het blad precies heeft bestaan, maar het werd geen succes.³¹

De insteek veranderde drastisch toen Janus van Domburg de hoofddredactie op zich nam van de opvolger van *Zuiderfilm*, genaamd *Filmfront* (1933-1937), nog steeds uitgegeven door de *Nieuwe Venlosche courant*.³² In dat blad werd op veel ernstiger wijze op film als artistiek medium ingegaan en het frivole amusementsgehalte verdween geheel uit de kolommen.³³ Het katholieke gezichtspunt vervaagde in de loop der tijd ten gunste van het esthetische perspectief. Janus van Domburg zou nog decennialang het gedachtegoed van de Filmliga levend houden in de diverse filmbladen die hij leidde en de rubrieken die hij zou vullen, ook op de radio en later de televisie.³⁴ Oplagecijfers en bereik van *Filmfront* zijn niet bekend, maar vermoedelijk bleef het bij een beperkte kring van relatief intellectuele lezers. Dit veranderde echter toen Van Domburg na moeizame onderhandelingen ging samenwerken met de Katholieke Film Actie (KFA), de in 1937 opgerichte organisatie die Nederlandse katholieken moest verenigen in hun streven naar de 'goede' film. *Filmfront* fuseerde met het KFA-blad *Het witte doek* tot *Katholiek filmfront* (1938-1941). Hier kwamen twee bloedgroepen samen. Enerzijds voorstanders van een moralistische benadering, die wilden voorkomen dat film schade berokkende aan het geloof, of het medium zelfs als positief middel wilden inzetten om het geloof te versterken. Anderzijds aanhangers van een esthetisch paradigma die ijverden voor de vervolmaking van film als een artistiek medium. In het nieuwe tijdschrift kreeg die laatste benadering de overhand onder de hoofddredactie van Van Domburg. Na de fusie bereikte hij opeens de tienduizenden gezinnen die voor drie gulden per jaar lid waren geworden van de KFA. Volgens de memoires van filmcriticus B.J. Bertina betekende de tweewekelijkse oplage van 30.000 exemplaren nog niet dat het blad ook daadwerkelijk werd gelezen. Volgens hem gingen de hoogdravende stukken

over filmkunst over de hoofden van de meeste lezers heen, en belandde het blad vooral in wachtkamers en op toiletten...³⁵

Na de oorlog had de samenwerking tussen de KFA en Van Domburg tijdelijk opgehouden te bestaan. Van Domburg deed verschillende pogingen een nieuw blad van de grond te krijgen, die aanvankelijk niet slaagden (zoals *Parterre*, 1946-1947).³⁶ Vanaf 1952 – hetzelfde jaar dat de uitgave van het publieksblad *Film en toneel* werd stopgezet – wist Van Domburg de stabiele uitgave te verzekeren van *Film forum*.³⁷ Dit groeide uit tot het gezichtsbepalende filmblad van de jaren vijftig, hierin zonder twijfel geholpen door het ontbreken van een op een breed publiek gericht filmblad in deze jaren. *Film forum* werd weer uitgegeven in samenwerking met de Katholieke Filmactie, maar de lezer merkte hier weinig van. Van Domburg bleef vasthouden aan het principe van de film als kunstvorm, dat wortelde in het gedachtegoed van de vooroorlogse Filmliga. Daarmee was het klip en klaar geen blad waarin de amusementsfilm centraal stond. *Film forum* was niet bedoeld als leesvoer voor de massa. Ter vergelijking: de incidenteel bekende oplagecijfers uit 1953 van 3.000 exemplaren vallen volkomen in het niet bij de oplages van *Libelle* die gedurende de jaren vijftig stegen van 300.000 naar 500.000.³⁸

Film forum legde ondanks de beperkte oplage wel degelijk gewicht in de schaal als kritische opiniemaker binnen de Nederlandse filmproductiesector en daarbuiten. En dan met name vanwege de steun aan de opkomende generatie documentairemakers, van wie het werk nationaal en internationaal gevierd werd als artistiek succesvol, maar dat slechts in uitzonderlijke gevallen ook leidde tot een groot commercieel succes (zoals bij Bert Haanstra).³⁹ Het programmatische streven dat centraal stond in cinefiele bladen als *Filmliga* en *Film forum* om de filmkunst te promoten werd, in zekere zin, deels verwezenlijkt na de oorlog, toen de overheid de cinematografie als kunstvorm ging beschouwen. Dit leidde mede tot de ontwikkeling van een subsidiestelsel en andere beleidsinstrumenten om de nationale (kunstzinnige) filmproductie te stimuleren.⁴⁰ De cinefiele bladen hebben bijgedragen aan het ontstaan en bestendigen van een discours over de kunstzinnige film en in dat opzicht hebben ze ook een bijdrage geleverd aan de bescheiden Nederlandse film-economie, al valt zoiets natuurlijk niet te kwantificeren. Enerzijds was dit een negatieve bijdrage omdat dit tegen de commerciële amusementsfilm gerichte vertoog de relatief onderontwikkelde Nederlandse bioscoopcultuur en -markt, ongetwijfeld weinig positieve stimulans gaf.⁴¹ Anderzijds had dit discours waarschijnlijk een gunstige invloed op de mede van overheidssteun afhankelijke productiesector.

Tot slot, een doelgroep van het filmblad die zelden aandacht krijgt in de literatuur, en waar dus nauwelijks onderzoek naar bestaat, betreft de amateurfilmer. Het betreft hier een traditie die terugreikt tot smalfilmbladen als *Veerwerk* (1932-1958) en *Smalfilm* (1959-1970). Hierin geen aandacht voor filmsterren, maar voor technische kwesties van belichting en effectieve montage bij het maken van (amateur)films, al dan niet in clubverband. Al ging het bij de genoemde titels misschien nog om beperkte oplagen, meer recente opvolgers van deze tijdschriften behaalden oplagen waar de uitgevers van 'reguliere' filmbladen alleen van konden dromen.

Omdat gegevens over deze periode niet voorhanden zijn, permitteren we ons een klein uitstapje naar de recentere geschiedenis om dit punt te illustreren, met uiteraard de kanttekening dat we daarmee nog geen uitspraken kunnen doen over eerdere decennia. In de jaren tachtig waren de drie belangrijkste filmperiodieken *De Filmkrant*, *Skoop* en *Skrien*; zij behaalden in 1984 respectievelijk oplagen van 30.000, 12.500 en 3.500 exemplaren. De diverse op de videofilmer gerichte bladen kwamen in dat jaar op veel hogere aantallen: *Video uit & thuis* (40.000), *Video actief* (25.000), *Video tip* (80.000) en *Video totaal* (25.000).⁴² Het op de amateurfilmer gerichte blad laat zich nauwelijks relateren aan het Nederlandse filmbedrijf en stond daar in feite los van. Dergelijke tijdschriften stimuleerden geen bioscoopbezoek, hoogstens de verkoop van consumententechnologie (camera's, projectoren, films/tapes, videorecorders, televisies).

Conclusies

Al sinds de vorige eeuwwisseling is een expansie waar te nemen van het (geïllustreerde) publiekstijdschrift, die weer onderdeel was van de groeiende culturele industrie waar het filmbedrijf ook deel van uitmaakte en die een antwoord was op de toenemende vraag naar amusement. Waar het filmbedrijf in Nederland matig tot ontwikkeling kwam, bleek het geïllustreerde tijdschrift erg succesvol. Maar het filmtijdschrift bleef daarbinnen niet meer dan een kleine niche. In recente journalistieke bijdragen is al vaker opgemerkt dat de Nederlandse markt simpelweg te klein lijkt te zijn voor een florerend publieksblad over film; ook is in het verleden de gebrekkig ontwikkelde filmcultuur in Nederland als oorzaak aangedragen voor het beperkte succes van de filmperiodiek.⁴³

Bij een verkenning van de rol van het Nederlandse filmtijdschrift binnen het Nederlandse filmbedrijf valt een tweedeling op. Aan de ene zijde van het spectrum stonden de bladen gericht op een breed, bioscoopgaand publiek; aan de andere kant specialistische bladen die kleine, specifieke doelgroepen bedienden. Dit laatstgenoemde type tijdschriften was voor de distributie- en vertoningsbranche nauwelijks relevant. Als men deze bladen zou willen positioneren in het domein van de Nederlandse filmindustrie, horen ze nog het meeste thuis in de sfeer van de filmproductie, een tak die in Nederland in economisch opzicht weinig voorstelde in de besproken periode. Bladen als *Filmliga* en *Film forum* interesseerden zich vooral in filmmakers, zeker die van eigen bodem, en kwamen op voor de belangen van (een artistieke voorhoede van) filmmakers en waren actief in het promoten van een beter werkklimaat voor Nederlandse filmmakers. Voor zover zij tenminste binnen het artistieke domein werkten, want de commerciële amusementsfilm bleef hier buiten beeld.

De categorie van op een breed publiek gerichte amusementsbladen over film was alleen vóór de Tweede Wereldoorlog succesvol. Pier Westerbaan wist voor zichzelf een gunstige positie te creëren binnen de Nederlandse filmsector, hetgeen hem

bedrijfsmatige voordelen opleverde, zoals goede zakelijke connecties met adverteerders en opdrachtgevers. Hij wist zijn diverse deelpublieken handig te combineren: vakbladen, bioscoopbladen en een op het algemene bioscoopgaand publiek gericht filmblad. Bovendien zorgde hij dat *Cinema en theater* door de brede formule weglas als een 'gewoon' geïllustreerd blad. Na de oorlog lukte het E.J. Hollmann niet om deels met vergelijkbare strategieën een stabiel filmblad op te zetten. Mogelijk speelde mee dat de reguliere dag- en weekbladpers in Nederland meer ging schrijven over film en sterrencultuur, terwijl dat voor de oorlog nog meer in de taboesfeer lag. *Film en toneel*, later omgedoopt tot *Film en theater*, hield na zeven jaar op te bestaan, na ettelijke mutaties in naam, formule en uitgever. Hollmann had kennelijk geen vergelijkbare positie kunnen verwerven binnen het ons-kent-ons-wereldje van het Nederlandse filmbedrijf. Terwijl de nieuwe muziekbladen wel wisten in te spelen op de opkomende jongerencultuur, duurde het ruim twintig jaar voordat er weer een op een breed publiek gericht filmblad uitkwam in Nederland. Dat was de eerste uitgave van *Filmfan* in 1972, dat pas vanaf 1978 regelmatig ging verschijnen.⁴⁴

Omgekeerd werden er – voor zover bekend – vanuit het Nederlandse filmbedrijf geen initiatieven ontplooid om een filmmagazine te faciliteren. Het enige voorbeeld dat nog in de buurt kwam van een dergelijk initiatief, was het door de gelijknamige bioscoopondernemer en distributeur geproduceerde *Tuschinski Nieuws*. Al is nog onvoldoende bekend over de precieze verhoudingen tussen het filmbedrijf en bladen als *Cinema en theater* en het naoorlogse *Film en theater* en de opvolger *Film en toneel*, de relatie tussen het op een breed publiek georiënteerde filmblad en de Nederlandse filmwereld was blijkbaar niet erg sterk en lijkt afhankelijk te zijn geweest van personele banden (zoals in het geval van Pier Westerbaan). Dit lijkt een wezenlijk verschil met de situatie in de Verenigde Staten, waar van meet af aan een veelal weliswaar informele maar niettemin sterke band bestond tussen de fanmagazines en de studio's omdat zij gezamenlijke belangen herkenden in het mobiliseren van hun gemeenschappelijke publieken. De Nederlandse distributeurs en vertoners zagen in de twee decennia na 1952, toen *Film en toneel* stopte en er jarenlang geen breed publieksmagazine over film verscheen, kennelijk onvoldoende noodzaak in de aanwezigheid van zo'n tijdschrift om zich daar actief mee te bemoeien of zelf stappen voor te zetten. Pas veel later, met de komst van het blad *Première* (1978-1986) en met name sinds 1987 het gesponsorde maandblad *Preview*, kwam zo'n directe samenwerking tot stand.⁴⁵

Noten

1 Kathryn H. Fuller, *At the Picture Show. Small-town Audiences and the Creation of Movie-fan-culture*, Charlottesville 1996, p. 151-152.

2 Afgaande op de lijst die het Deutsches Filminstitut op internet publiceert, ontstonden de populaire Duitse filmbladen wat later dan de Amerikaanse: eind jaren tien, begin jaren twintig. Zie http://www.deutsches-filminstitut.de/zeitschriften/zp_projekthauptseite.htm [geraadpleegd 22-9-2010].

- 3 Een van de eersten die publiceerde over de geschiedenis van het Nederlandse publieksfilmblad was Ad Fransen, 'De eerste Nederlandse filmbladen en de rol van Pier Westerbaan', in: *Jaarboek film 1984*, Weesp 1984, p. 31-42. Voor een kort overzicht van de vroege historiografie van de filmkritiek, die met name bestaat uit terugblikken van filmcritici zelf, zie: Egbert Barten, 'Schrijven voor de prullenmand? Een geschiedenis van de Nederlandse filmkritiek (1923-1945)', doctoraalscriptie VU Amsterdam 1987, p. 4-9. Verder enkele van de voornaamste titels die ingaan op aspecten van de geschiedenis van Nederlandse filmtijdschriften: Céline Linssen, Hans Schoots & Tom Gunning, *Het gaat om de film! Een nieuwe geschiedenis van de Nederlandsche Filmliga 1927-1933*, Amsterdam 1999; Ansje van Beusekom, *Kunst en amusement. Reacties op de film als een nieuw medium in Nederland, 1895-1940*, Haarlem 2001; Bert Hogenkamp, *De documentaire film, 1945-1965. De bloei van een filmgenre in Nederland*, Rotterdam 2003; Hans Schoots, *Van Fanfare tot Spetters. Een cultuurgeschiedenis van de jaren zestig en zeventig*, Amsterdam 2004.
- 4 Joan Hemels & Renée Vegt, *Het geïllustreerde tijdschrift in Nederland: bron van kennis en vermaak, lust voor het oog*, Amsterdam 1993-1997 (drie banden). Uitzonderingen zijn enkele korte bijdragen in voornoemde studie van Hemels en Vegt, en in Marieke van Delft, Nel van Dijk & Reinder Storm (red.), *Magazine! 150 jaar Nederlandse publiekstijdschriften*, Zwolle 2006.
- 5 Mirande de Jong, *Gids voor Nederlandse filmtijdschriften. Van 1912 tot heden*, Amsterdam 1990. Overigens zou een actualisering van deze inmiddels twintig jaar oude bibliografie nuttig zijn.
- 6 Gert-Jan Johannes & Michiel Cohen de Lara, *Van Haarlem naar Manhattan. Veertig jaar VNU 1965-2005. Een uitgeverij in de lage landen wordt internationaal informatie- en mediaconcern*, Amsterdam 2005.
- 7 Hemels & Vegt, *Het geïllustreerde tijdschrift in Nederland*, I: 1840-1945, p. 347-350.
- 8 Helleke van den Braber, 'Cinema en theater', in: Van Delft, Van Dijk & Storm (red.), *Magazine!*, p. 72-73.
- 9 Fransen, 'De eerste Nederlandse filmbladen', p. 34.
- 10 Van den Braber, 'Cinema en theater', p. 72-73.
- 11 Hemels & Vegt, *Het geïllustreerde tijdschrift in Nederland*, I: 1840-1945, p. 274-275.
- 12 Zie bijvoorbeeld Thunnis van Oort, "'Een prul een prul noemen.'" Filmkritiek in twee Nederlandse dagbladen 1910-1922', in: *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, jrg. 5, 2002-1, p. 28-49.
- 13 Barten, 'Schrijven voor de prullenmand?', p. 24-31; André van der Velden, 'Het Hofplein en de illusie van een wereldstad', in: Marlite Halbertsma & Patricia van Ulzen (red.), *Interbellum Rotterdam. Kunst en cultuur 1918-1940*, Rotterdam 2001, p. 93-120, aldaar p. 108.
- 14 Het was ook weer Sijthoff's Uitgeverij die, behalve *Cinema en theater*, was begonnen met het uitgeven van het vakblad *Kunst en Amusement* voor ondernemers in het filmbedrijf, en Westerbaan in 1920 had aangesteld als hoofdredacteur. Mogelijk stopte Sijthoff met dit vakblad toen de uitgever zich in 1921 vermoedelijk ook terugtrok uit *Cinema en theater*.
- 15 Hiermee hoopte Barnstijn niet alleen bioscoopexploitanten te overreden zijn producten af te nemen, maar wilde hij ook het merk 'Barnstijn' onder branchegenoten versterken. Zie verder het te verschijnen proefschrift van Fransje de Jong over joodse ondernemers in het Nederlandse filmbedrijf tot 1940.
- 16 Fransen, 'De eerste Nederlandse filmbladen', p. 39-40.
- 17 *De Rolprent* werd eerst nog enkele maanden opgevolgd door het blad *De Film*. Van Beusekom, *Kunst en amusement*, p. 198.
- 18 Uit het 'Inleidend woord' in de eerste aflevering, geciteerd in André van der Velden, 'Vijftien jaar van het leven van Abraham Tuschinski (1886-1942). Tekst en context van een zogenaamde autobiografie', in: *Tijdschrift voor sociale en economische geschiedenis*, jg. 1, nr. 3, 2004, p. 82-102, aldaar p. 82.
- 19 Advertentie, *Nieuwe Rotterdamsche Courant*, 31 maart 1927 en 26 januari 1928.
- 20 In het algemeen zou het weinig nut hebben gehad om voor specifieke films te adverteren in een blad met een landelijk verspreid lezerspubliek. Van de meeste films waren slechts enkele kopieën in omloop en die waren dus op enig moment maar op een beperkt aantal plaatsen te zien; films hadden destijds nog geen simultaan, natiebreed roulement zoals we dat nu kennen. Wel trof de lezer van *Cinema en theater* veel advertenties aan uit het uitgaansleven, van bioscopen, dancings en theaters, naast de advertenties voor schoonheidsproducten en levensmiddelen. Overigens werd in sommige Amerikaanse publieksbladen, zoals *Movie Mirror*, wél rechtstreeks geadverteerd door de studio's; zie Anthony Slide, *International Film, Radio and Television Journals*, Westport 1985, p. 385-386.

- 21 Bart Hofstede, *Nederlandse cinema wereldwijd. De internationale positie van de Nederlandse film*, Amsterdam 2000, p. 56.
- 22 De Jong, *Gids voor Nederlandse filmtijdschriften*, p. 89 noemt de volgende titels: *Bioscoop en theater; Film en kunst; Film en theater; Filmwereld; De nieuwe film; Tooneel- en filmnieuws*.
- 23 Joan Hemels & Renée Vegt, *Het geïllustreerde tijdschrift in Nederland: bron van kennis en vermaak, lust voor het oog. Deel IIb: 1945-1995*, Amsterdam 1997.
- 24 Alleen enkele afleveringen uit de eerste jaargang zijn bewaard gebleven in het EYE Film Instituut Nederland (voorheen Nederland Filmmuseum).
- 25 Het vanaf 1943 illegaal verschijnende *Filmbulletin* werd bovengronds voortgezet als *Filmwereld*. Het was een wat serieuzer, kritischer blad dan *Film en theater/Film en toneel*, maar in 1947 werd de formule aangepast en nam het amusementsgehalte toe. In het laatste nummer in 1949 kondigde de redactie een fusie aan met *Filmland*, maar van die titel is geen aflevering bewaard gebleven. De uitgever was het 'Film-instituut studio'; over deze instelling is helaas niets bekend. Namen verbonden aan het blad zijn B.J.I. Kok, W.J.A. Keune en Ben Heuer. Twee publieksbladen over film die nog korter bestonden waren *Tooneel- en filmnieuws* (1945) en *Londen-Parijs-Hollywood* (1948). De Jong, *Gids voor Nederlandse filmtijdschriften*. Sommige titels lijken volledig in de vergetelheid geraakt zoals *Film-favorieten. Tweemaandelijks tijdschrift, bevattende foto's van filmsterren* en *De lachkrant. Maandelijks amusementsblad met film- en theaternieuws voor het uitgaande publiek*, bladen waar geen exemplaren van bewaard zijn bij de Nederlandse universiteitsbibliotheken, of bij het Filmmuseum, en die ook niet vermeld zijn in De Jongs bibliografie. Zie W.A. Drenth, *Handboek van de Nederlandse pers*, Den Haag 1953.
- 26 Hofstede, *Nederlandse cinema wereldwijd*, p. 56.
- 27 Henk van Gelder & Hester Carvalho, *Gouden tijden. 50 jaar Nederlandse popbladen*, Amsterdam 1994. Bij de overname door VNU in 1974 was de oplage van alleen al *Muziek expres* 375.000 exemplaren. Tom Rooduijn, 'Muziek Expres (1955-1989)', in: Van Delft, Van Dijk & Storm (red.), *Magazine! 150 jaar Nederlandse publiektijdschriften*, p. 114-115.
- 28 Céline Linssen, "Unaniem rot stop hedenavond vergaderen". De geschiedenis achter de schermen van de Nederlandsche Filmliga', in: Linssen, Schoots & Gunning, *Het gaat om de film!*, p. 15-148, aldaar p. 55, en in diezelfde uitgave: Hans Schoots, 'De geest maakt levend, het Amerikanisme doodt. De Nederlandsche Filmliga tussen hoge en lage cultuur', p. 149-216, aldaar p. 202-214.
- 29 Ibidem, p. 162-163.
- 30 Thunnis van Oort, *Film en het moderne leven in Limburg. Het bioscoopwezen tussen commercie en katholieke cultuurpolitiek (1909-1929)*, Hilversum 2007.
- 31 Archief Jan Hin (Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid). *Zuiderfilm*, jrg. 1, nr. 2 en 5, 1933.
- 32 Al staat de uitgever niet expliciet vermeld, het is zeer waarschijnlijk dat dit nog steeds de *Nieuwe Venlosche Courant* betrof. Het 'administratieadres' was in 1936 nog steeds in Venlo, en in dat jaar adverteerde het productiebedrijfje Zuiderfilm van Cox' zoon Cox junior prominent in het blad. Bovendien werd de opvolger van *Filmfront*, genaamd *Het witte doek*, eveneens door de *Nieuwe Venlosche Courant* uitgegeven.
- 33 Robbert de Witt, "Geen water bij de doctrinaire wijn". De strijd van filmcriticus Janus van Domburg voor de goede film 1925-1983', doctoraalscriptie Rijksuniversiteit Groningen 2004.
- 34 Thunnis van Oort, 'Domburg, Adrianus Johannes Petrus van (1895-1983)', in: *Biografisch Woordenboek van Nederland*, 6. <http://www.inghist.nl/Onderzoek/Projecten/BWN/lemmata/bwn6/domburg> [16-12-2009].
- 35 Bob Bertina, 'n *Beeld van 'n meneer. Verliefd op film, met de krant getrouwd*, Utrecht 1981, p. 24.
- 36 Zie voor een uitgebreid overzicht van katholieke filmbladen: Bob Bertina, 'De confessionele filmbladen en de leidende rol van de Katholieken', in: *Nederlands jaarboek film*, Weesp 1985, p. 18-27.
- 37 Verschenen 1952-1965, vervolgens opgegaan in *Critisch Filmforum* tot 1969, dat weer is opgegaan in *Skoop*.
- 38 W.A. Drenth, *Handboek van de Nederlandse pers*, Den Haag 1953. Marloes Hülsken, 'Libelle (1934-nu)', in: Van Delft, Van Dijk & Storm (red.), *Magazine!*, p. 84-85. De redactie van *Film forum* gaf onomwonden toe dat het blad, ondanks een toenemend aantal abonnees, 'niet bepaald een goudmijn kan zijn voor een uitgever.' 'Eerste lustrum', *Film forum*, jrg. 6, januari 1957. Volgens Bertina ontving het blad ook overheidssubsidie. Bertina, 'De confessionele filmbladen', p. 24.

- 39 Hogenkamp, *De documentaire film, 1945-1965*, p. 215; Hans Schoots, *Bert Haanstra. Filmer van Nederland*, Amsterdam 2009, p. 165.
- 40 Hofstede, *Nederlandse cinema wereldwijd*, p. 66-79; Hogenkamp, *De documentaire film, 1945-1965*.
- 41 Zie over die onderontwikkeling van de Nederlandse filmcultuur: Karel Dibbets, 'Het taboe van de Nederlandse filmcultuur. Neutraal in een verzuild land', in: *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, jrg. 9, nr. 2, 2006, p. 46-64, en de bijdrage van Clara Pafort-Overduin, John Sedgwick en Jaap Boter in dit themanummer.
- 42 *Handboek van de Nederlandse pers en publiciteit*, nr. 61, april 1984. In 1990 was het een vergelijkbaar videoblad *O+O magazine* dat een oplage van 110.000 behaalde. *Adfomedia handboek. Analyse van de Nederlandse media*, nr. 0, 1990. In dit type bladen ging de aandacht vooral uit naar nieuwe consumententechnologie, en hoe deze technologie zo effectief mogelijk te gebruiken voor het maken en afspelen van beeldopnames. Zo had *Video uit & thuis* (ondertitel: *Nederlands populairste video- en filmblad*) een wekelijks telefonisch spreekuur, waar lezers technische vragen konden stellen aan de redactie. *Video uit & thuis*, jrg. 9, nr. 91, februari 1990. Behalve de videofilmer werd soms ook de toeschouwer van videofilms in dit type bladen aangesproken, al was dit eerder bijzaak dan hoofdzaak.
- 43 Niels Bakker, 'Waar zijn de filmbladen?', in: *De Filmkrant*, nr. 311, juni 2009; Ab Zagt, 'Movie probeert het zonder subsidiegeld', in: *Algemeen Dagblad*, 17 november 1997; 'Water en vuur', in: *De Filmkrant*, nr. 190, juni 1998; Ronald Ockhuysen, 'Filmbladen kunnen niet onder Hollywood uit', in: *de Volkskrant*, 14 maart 1998.
- 44 Het filmblad of videoblad van na de jaren zestig is in feite nog onontgonnen terrein in de Nederlandse filmgeschiedschrijving. Tijdschriften als *Filmfan*, *Première*, het al sinds 1987 verschijnende magazine *Preview* en *DVD Valley*, later omgedoopt tot *Filmvalley* wachten nog op hun chroniqueur.
- 45 Het blad *Première* (1978-1986) lijkt in hechte samenwerking met het bioscoopbedrijf te zijn uitgegeven, zo kan worden afgeleid uit de redactionelen van de eerste afleveringen, en de lezersacties waarbij abonnees maandelijks een gratis bioscoopkaartje kregen voor een voorstelling op de maandag, traditioneel voor bioscoopexploitanten de slapste dag in de week.