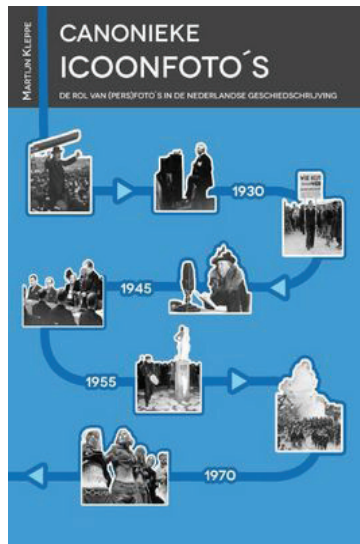


Gezien, gehoord, gelezen



Martijn Kleppe

Canonieke icoonfoto's. De rol van (pers)foto's in de Nederlandse geschiedschrijving

Delft (Eburon) 2013, 264 pp., ruim geïll., € 26,-, ISBN 978 9059 727229 (proefschrift EUR)

Hoe de historische verbeelding maatschappelijk vorm krijgt

Historische verbeelding is het resultaat van een circulair proces waarbij elke generatie de beelden die zij door de vorige generatie krijgt aangereikt, zich toe-eigent en vervolgens weer doorgeeft aan de volgende generatie. Dat is één van de opmerkelijke conclusies uit het proefschrift van Martijn Kleppe. Hij interviewde twaalf (beeld)redacteuren van educatieve geschiedenisboeken en de secretaris van de historische Canon van Nederland (2006). Hij onderzocht 412 Nederlandse middelbare schoolboeken voor het geschiedenisvak (1970-2000), telde en classificeerde 3921 foto's (390 portretfoto's en 3531 persfoto's) die een historische gebeurtenis betreffen en ontwikkelde daartoe een database die bij DANS op aanvraag beschikbaar is voor onderzoekers.

Eindelijk een boek waarin beeldmateriaal als object van historisch onderzoek ernstig wordt genomen. Kleppe onderstreept dat historici doorgaans onthand zijn wat beelden betreft. Gefocust op het woord, heerst er een zekere argwaan aangaande het beeld. Historici vermijden beelden, gebruiken ze als 'plaatjes bij praatjes' of gaan op zoek naar de betekenis erachter. De bronnenkritiek die historici zo hoog in het vaandel hebben staan ontbreekt bij de beeldbron, aldus Kleppe.

In zijn dissertatieonderzoek bepleit Kleppe, opgeleid in Maatschappijgeschiedenis (EUR), een systematisch, kwantitatief onderzoek naar de rol van persfoto's in de Nederlandse geschiedschrijving. Hij is gefascineerd door foto's die plots de wereld over gaan, zoals de World Press Photos die door miljoenen worden bekeken, zich nestelen in persoonlijke geheugens en daarmee vormgeven aan het gedeelde, culturele geheugen. Zijn onderzoek was een arbeidsintensieve zoektocht naar dat soort foto's, vaak gepubliceerd, veel bekeken en in talloze variaties.

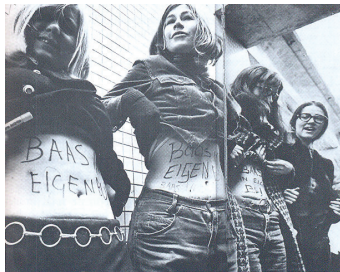
In hoofdstuk 3, 4, 5 en 6 maakt hij dit concreet in enkele casestudies. Hoofdstuk 3 presenteert de top 10 van meest gepubliceerde, canoniek geworden Nederlandse icoonfoto's. In hoofdstuk 4 en 5 worden er twee daarvan behandeld: Pieter Jelles Troelstra (op nummer 1) een menigte toesprekend op het Houtrust-terrein in Den Haag (17 september 1912) tijdens een demonstratie voor algemeen kiesrecht; en respectievelijk (op nummer 3) Jaap Herschels 'Baas-in-eigen-buik'-foto met Dolle Mina's demonstrerend voor het recht op geboortebeperving en abortus (Utrecht 14 maart 1970). Hoofdstuk 6 is gewijd aan de totstandkoming van de Wandkaart van de Canon van de Nederlandse geschiedenis (2006).



Troelstra spreekt op 17 sept. 1912 (p. 85) (foto IISG, Amsterdam)



Geschilderde variant. Boekomslag, 1985 (p. 114)



Baas-in-eigen-buik. Utrecht, 14 maart 1970 (p. 86) (Credit: Nationaal Archief/Spaarnestad Photo/'t Sticht/Jaap Herschel)

De vraag die het onderzoek naar icoonfoto's opwerpt is hoe visuele overeenkomsten en verschillen worden vastgesteld in termen van archetypen en varianten.

De eerste hoofdstukken gaan dieper in op methode, onderzoeksobject en gebruikte literatuur. Vertrekpunt vormt het standaardcommunicatiemodel productie-dis-tributie-receptie, met nadruk op de eerste twee. Hoofdstuk 2 behandelt de rol van (beeld)redacteuren als gatekeepers in termen van herkenbaarheid, zoekstrategieën,

individueel en collectief geheugen. Hoofdstuk 1 bespreekt productie en distributie: de icoonfoto toont een beslissend historisch moment, verwijst naar archetypen, genereert variaties, heeft een hoge publicatiefrequentie, spreekt tot de verbeelding, roept emoties op, bezit een direct herkenbaar-symbolische betekenis die door de tijd heen verandert en voor onderscheiden groepen verschillend kan zijn. Naast een welkom inzicht in recente studies (pers)fotografie, biedt dit hoofdstuk een waaier aan – vanuit de geschiedwetenschap bezien – ahistorische disciplines waaruit Kleppe heeft geput zoals visual culture studies, semiotiek, memory studies, cultuurwetenschappen, iconografie en content influence studies.

In zijn 'multidisciplinaire' benadering schuilt ook het probleem van deze studie. Er is in zijn theoretisch raamwerk sprake van een – in wandeltermen gesteld – vals plat. In hoofdstuk 1 passeren alle auteurs die in de huidige academische arena iets over beeld zeggen. Het lijkt alsof al die auteurs eigenlijk hetzelfde vinden en zich in hetzelfde paradigmatisch universum bewegen. Stuart Hall, De Saussure en visual culture studies hebben vergelijkbare opvattingen (p. 110), Susan Sontag denkt zoals Sturken & Cartwright (158). Tegelijk erkent Kleppe dat definities steeds iets verschillen en dat auteurs eigen begrippen hanteren, voor het onderzoeksobject (unieke en generieke icoonfoto, iconische afbeelding, Medienikonen, supericonen, mondiale iconen, visuele cliché's, trope, stijlfiguur, variaties, appropriations, media memes, great pictures, metonymie, Schlüsselbild, stock figures in (...) representational practices), voor de verwijzingsfunctie (archetype, visuele intertextualiteit, echo's, premediation, reframing) en voor ontvangers (schoolkinderen, kijker, mediumconsument, Rezipient, toeschouwer, commentators, studenten).

Kleppes boek bevestigt dat het veld van het beeldonderzoek een tamelijk ongedisciplineerd ensemble is waarin nauwgezette theoretische

uiteenzettingen geen plaats hebben. Dat hij er geen kritische noot aan wijdt kan hem nauwelijks worden verweten, gezien de aanhoudende wildgroei in dit veld en de rol van academische iconen hierin. Zoals van Mieke Bal, die haar strepen heeft verdiend in de narratologie, maar die het gebrek aan consistent analytisch begrip-apparaat vergoelijkt door te spreken van ‘travelling concepts’ (21, 25) en zo het vakgebied een quasi-academische allure verschaft. Om – in termen van Michel Foucault – de drempel van formalisatie te overschrijden en een *beeldwetenschap* te worden, moet dus met vele obstakels afgerekend worden.

In 1961 had Roland Barthes in zijn door Kleppe aangehaalde studie over persfotografie hiertoe al een heldere, strenge aanzet gegeven. In plaats van Kleppes communicatiemodel onderscheidt Barthes: emissiebron (de groep makers), transmissiekanaal (de persfoto) en receptie (de publieke groepen), waarbij de eerste en de derde object vormen van sociologisch onderzoek. De persfoto bezit een eigen structurele autonomie en vergt een immanente beeldanalyse die voorafgaat aan beide sociologische analyses. Sommige van Kleppes onderzoeksresultaten bevestigen dit ook: het canonieke icoongehalte van persfoto’s in de geschiedenisboeken staat los van subjectieve motieven en persoonlijke achtergrond van (beeld) redacteurs. Keuzes blijken vaak onbewust, in

korte tijd gemaakt en worden collectief gedeeld. De maatschappelijke verbeelding leidt een eigen leven en die dynamiek blijkt in hoge mate los te staan van de historische contexten die Kleppe uitvoerig beschrijft (hoofdstuk 4 en 5).

Daarmee kom ik aan mijn laatste punt. Kleppes boek nodigt uit om meer gedisciplineerd te gaan kijken. Zijn beginvraag – ‘waarom fungeren deze foto’s als iconen?’ (13) – kan geherformuleerd worden als vraag naar de *visuele overtuigingskracht* van icoonfoto’s. Sommige beelden haken beter in de herinnering dan andere, het zijn (aldus een geïnterviewde), ware ‘inprinters’ (48). Maar dan moet de persfoto gecodeerd worden op meer historisch-formalistische aspecten dan de 8 van de 49 waarop dat nu is gebeurd (214-215), en moet beeldobservatie niet te snel worden vervangen door vaststellen van onderwerp, attributen, externe context of betekenissen (26-36). Dan ook kan het *afterlife* van icoonfoto’s meer systematisch als beeldformatie worden bestudeerd, door variaties preciezer te onderzoeken op overeenkomsten en verschillen (112-115; 137-139). Laten we deze uitdaging van Kleppes baanbrekende kwantitatieve onderzoek aangaan zodat zijn studie een belangrijke katalysator wordt in het ontwikkelen van een echte beeldwetenschap.

Heidi de Mare