

Kom maar binnen!

Voor mijn kinderen: Jona, Merel en Jasmijn, die net als ik in Zwarte Piet en Sinterklaas hebben geloofd.

Kom maar binnen!
Zwarte Piet in spotprenten
1871-2017

JAN DE BAS



Hilversum
Verloren
2017

Deze uitgave werd mede mogelijk gemaakt door financiële bijdragen van Stichting De Gijzelaar-Hintzenfonds, het Lucas-Oomsfonds en de G.Ph. Verhagen-stichting.

Op het omslag: Zwarte Piet voelt zich achtergesteld; Tom Janssen in *Trouw* van 4 juli 2014.
Achtergrond: [iStock.com/ulimi](https://www.istock.com/ulimi).

ISBN 978-90-8704-682-8

© 2017 Jan de Bas & Uitgeverij Verloren
Torenlaan 25, 1211 JA Hilversum
www.verloren.nl

Omslagontwerp: Frederike Bouten, Utrecht
Typografie: Rombus, Hilversum
Druk: Wilco, Amersfoort

No part of this book may be reproduced in any form without written permission from the publishers.

Inhoud

Woord vooraf	9
1 Over spotprenten en Zwarte Piet	11
1.1 Waar gaat dit boek over?	12
1.2 Zwarte Piet en de beeldvorming	13
1.3 Een spotprent over Zwarte Piet	15
1.4 De cartoon en de spotprent over Piet	19
1.5 Het kijken naar zwartepietspotprenten	21
2 Een zwarte knecht	24
2.1 De herkomst van de zwarte knecht	24
2.2 De oudste prent	27
2.3 De eerste prenten met Zwarte Piet	29
2.4 Zwarte Piet als blijvende figuur	36
3 Piet Politiek tot 1945	38
3.1 Politieke thema's en onderwerpen	38
3.2 Abraham Kuyper	40
3.3 De Eerste Wereldoorlog	41
3.4 Binnenlandse kwesties in de jaren 1920	44
3.5 De vooravond van de Tweede Wereldoorlog	47
3.6 De Tweede Wereldoorlog	55
3.7 De zwartepietspotprent tot 1945	57
4 Piet en de buitenlandse politiek na 1945	60
4.1 De Koude Oorlog en de bewapening	61
4.2 De koloniën	66
4.3 De apartheidspolitiek	71

4.4	Europese samenwerking	75
4.5	Onrust in de Arabische wereld	77
4.6	Piet en de naoorlogse buitenlandse politiek	80
5	Piet en de binnenlandse politiek na 1945	85
5.1	De jaren 1940-1950	86
5.2	De jaren 1960	88
5.3	De jaren 1970-1980	90
5.4	Vanaf 1990	95
5.5	De zwartepietspotprent en de naoorlogse binnenlandse politiek	99
6	Piet en de maatschappij	103
6.1	Piet en de moderne tijd	104
6.1.1	Nieuwe media	104
6.1.2	Mobiliteit	106
6.1.3	Technologische toepassingen	109
6.2	Piet pedagogiek	112
6.2.1	De boemanpedagogiek	113
6.2.1	Oorlogsspeelgoed	116
6.2.3	De geloofwaardigheid van Piet en Sint	116
6.3	De Piet van de rijken	119
6.4	Zwarte Piet, de hebberigheid en de commercialisering	122
6.4.1	De jaren 1850-1945	123
6.4.2	De jaren 1950	123
6.4.3	De jaren 1960-1970	125
6.4.4	De jaren 1980-1990	126
6.4.5	Na 2000	128
6.5	Piet, Sint en de Kerstman	130
6.6	De multiculturele samenleving	137
6.7	Terugblik: Piet als kind van zijn tijd	139
7	Zwartepietcartoons	144
7.1	De schoorsteen	145
7.2	De traditionele rol van Piet	150
7.3	Rolomkering	155
7.4	De zak van Zwarte Piet	158
7.5	De taalgrap	160
7.6	Terugblik op de zwartepietcartoon	162

8	Kritiek op Piet	165
8.1	Experimenten met Piet	165
8.2	Het eerste verzet tegen Zwarte Piet	167
8.3	Surinaams verzet in de jaren 1980-1990	173
8.4	De aanloop tot het zwartepietdebat 2000-2011	178
8.5	Het zwartepietdebat 2011-2015	182
8.6	Het vervolg van het pietendebat: 2015-2017	195
8.7	De opstelling van de cartoonisten	203
8.7.1	De rol van de cartoonisten	203
8.7.2	De opstelling van de tekenaars	204
8.7.3	Alternatieven voor Zwarte Piet	208
8.8	Kritiek op Piet: een terugblik	213
9	De internetpiet	215
9.1	Twee typen internetprenten	216
9.2	Onderwerpen van de internetprent	218
9.3	Kenmerken van de zwartepiet-internetprent	220
9.4	Terugblik op de internetprent over Zwarte Piet	224
10	Zwarte Piet: blijvende metafoor in de beeldcultuur	227
10.1	Prenten met Piet in presentia, in referentie en in absentia	227
10.2	Waar gingen de zwartepietspotprenten over?	229
10.3	Waar gingen de internetspotprenten over en wat waren de kenmerken?	232
10.4	Waar gingen de cartoons over?	233
10.5	Welke kenmerken bezitten de zwartepietprenten?	234
10.6	Werd Zwarte Piet stereotiep afgebeeld?	236
10.7	Wie maakten de spotprenten en cartoons over Zwarte Piet?	239
10.8	Waar in verschenen de prenten?	241
10.9	Hoe vallen veranderingen in de zwartepietprenten te verklaren?	242
10.10	Wat is de betekenis van de prent met Zwarte Piet?	243
	Noten	248
	Lijst met geraadpleegde bronnen en literatuur	271
	Register op bladen	288
	Personenregister	290

Woord vooraf

In 1993 verscheen mijn boekje *Sinterklaas bestaat als u dat wilt*. Het landelijke toneel­spel rond 5 december boeide me als kind en later als volwassene, dus: ik moest er over schrijven. Het gegeven dat een van oudsher katholieke heilige juist in een land met een calvinistisch imago zo populair was, fascineerde me. Ik schreef er een boek over: *Een mijter zonder kruis. Sint-Nicolaas in de protestantse pers 1945-2000*.

Tijdens het schrijven van dat boek viel het mij op hoeveel spotprenten en cartoons er over Sinterklaas en Zwarte Piet waren getekend. Het 5-decemberduo inspireerde volwassen tekenaars jaar in jaar uit tot een grote hoeveelheid prenten over de meest uiteenlopende zaken. Ik besloot er in 2010 een boek over te schrijven: *Sinterklaaskartoentje. Sint-Nicolaas in spotprenten*. Ik begon aan dit boek en had al enkele hoofdstukken af toen er steeds meer prenten over Zwarte Piet verschenen. Dat was logisch, want Zwarte Piet werd in de samenleving als steeds meer problematisch ervaren: er ontstond een discussie over Piets aanwezigheid tijdens het sinterklaasfeest en cartoonisten gaven deze discussie weer in hun prenten.

Het maatschappelijke debat over Piet werd een duurzaam discours over het wezen van de Nederlandse cultuur. Ik besloot in de loop van 2014 om mij te concentreren op spotprenten en cartoons over Zwarte Piet. Daarbij stelde ik mij de vraag welke betekenis de zwartepietfiguur in de Nederlandse beeldcultuur bezat. Ik bekeek duizenden bladen en tientallen websites, las boeken, bestudeerde documenten, keek televisieprogramma's, luisterde naar radio-uitzendingen en interviewde cartoonisten. Zo ontstond dit boek: *Kom maar binnen! Zwarte Piet in spotprenten 1871-2017*. Bij tekenaars was Piet elk jaar welkom en hij werd een heuse cartoonistenvriend.

Dit boek schreef ik niet alleen, al ben ik wel volledig verantwoordelijk voor de inhoud. Tijdens het schrijfproces kon ik terugvallen op een groep meelezers, die de kwaliteit van dit boek verhoogde. Mijn grote dank gaat uit naar: dr. John Helsloot, drs. Jop Euwijk, drs. Marten Douma en drs. Arie Bijl. De laatste nam als met de ogen van een havik het manuscript van dit boek keer op keer door. Meelezers: nogmaals hartelijk dank.

Ten slotte. Dit boek zou ondenkbaar zijn geweest wanneer ik niet was opgevoed in een gezin waarin jaar in jaar uit het feest van Zwarte Piet en Sinterklaas werd gevierd. Helaas hebben mijn ouders het verschijnen van dit boek niet mogen meemaken. Ze leerden mij genieten van het feest met zijn vele bijzondere elementen, zoals Zwarte Piet, waarvan cartoonist Bas van der Schot zegt: ‘Ik teken Piet vanuit het beeld uit mijn jeugd. Het is een kinderfeest per slot van rekening.’

Rotterdam, 1 juli 2017

HOOFDSTUK I

Over spotprenten en Zwarte Piet

Voor u ligt *Kom maar binnen! Zwarte Piet in spotprenten 1871-2017*. Het is het eerste boek dat in Nederland over dit onderwerp verschijnt. Zwarte Piet is de laatste jaren onderwerp van veel discussies. Premier Mark Rutte werd in 2014 over de hulp van Sinterklaas bevraagd tijdens persconferenties.¹ Zwarte Piet kwam je vanaf 2014 regelmatig tegen in de koppen op de voorpagina van grote dagbladen. Zo stelde *Trouw* op 5 november 2014 op haar cover: ‘Pietendebat gaat iedereen aan.’ Het *Algemeen Dagblad* presenteerde op 31 oktober 2015 op de voorpagina een ‘Grote Piet Atlas’ waarop stond aangegeven waar Piet tijdens de intochten er zwart, gekleurd of anderszins uit zou zien. In november 2015 verscheen de eerste *Piet Glossy* waarin aandacht was voor een veelkleurige Piet. Op 25 oktober 2016 meldde *NRC Handelsblad* dat RTL-4 Zwarte Piet uit haar programma’s bant. En op 16 februari 2017 diende de PVV in de Tweede Kamer een wetsvoorstel in waarin verboden werd om Pieten met een ander uiterlijk dan Zwarte Piet te laten deelnemen aan sinterklaasoptochten.²

Miljoenen Nederlanders vieren elk jaar het feest van Sinterklaas en Zwarte Piet. Ze geven elkaar namens Sint-Nicolaas honderdduizenden cadeautjes op pakjesavond. Elke Nederlander kent Zwarte Piet. Over de hulp van Sinterklaas verschenen diverse publicaties. Vooral na 2008 was dit het geval. Vanaf toen speelde de kwestie of Zwarte Piet een bij het feest geoorloofd personage is in volle hevigheid op. Dit publieke discours kreeg een permanent actueel karakter en vormde de aanleiding tot het schrijven van dit boek. De achterliggende reden om dit boek te schrijven is de vraag wat cartoonisten, bijna allemaal volwassen mannen, bewoog om zich jaar na jaar een paar weken bezig te houden met Zwarte Piet, die toch vooral een personage is uit een kinderfeest. Zwarte Piet groeide uit tot een markant figuur in de Nederlandse beeldcultuur. In *Kom maar binnen! Zwarte Piet in spotprenten 1871-2017* wordt nagegaan hoe het deze figuur in de cultuur van de Nederlandse beeldvorming verging.

1.1 WAAR GAAT DIT BOEK OVER?

De rol van spotprenten in de samenleving bleek nadrukkelijk uit de gebeurtenissen rond het Franse blad *Charlie Hebdo*. Het blad plaatste regelmatig prenten van de profeet Mohammed. Op 7 januari 2015 zagen moslimterroristen hierin aanleiding om twaalf medewerkers van het blad te vermoorden. Vijf cartoonisten vonden de dood. Deze brute moorden bewijzen dat het publiceren van spotprenten levensgevaarlijk kan zijn. Gelukkig kunnen jaarlijks duizenden prenten in vrijheid en zonder negatieve gevolgen worden gepubliceerd.

Dit boek gaat over zwartepietspotprenten. Voor het schrijven van dit boek werden ca. 20.000 bladen doorgenomen en 1125 prenten uit die bladen bestudeerd. Tevens werden 72 prenten die alleen op internet werden geplaatst geanalyseerd. De oudste prent, die werd gevonden, verscheen op 9 december 1871 in het blad *Uilenspiegel*. Op deze prent staan zowel de donkere knecht van Sinterklaas, als de goedheiligman zelf. Om serieus antwoorden op onderstaande vragen te geven werden ruim 100 verschillende Nederlandstalige en Vlaamse bladen doorgenomen en werden tientallen websites bekeken. De meeste landelijke dagbladen, alle Nederlandse kranten, werden met een interval van twee tot drie jaar bekeken. Regionale bladen werden incidenteel doorgenomen. Hetzelfde geldt voor een groot aantal tijdschriften. Opiniebladen en andere tijdschriften die bekend staan om hun spotprenten werden veelal integraal doorgenomen. Ook werden boeken over cartoons en over Zwarte Piet geraadpleegd, alsmede (ansicht)kaarten. Daarnaast werd de informatie uit enkele enquêtes over cartoons en cartoonisten benut. De gegevens die voor dit boek gehouden gesprekken opleverden met twaalf tekenaars zijn eveneens in dit boek verwerkt. Dit geldt ook voor landelijke enquêtes over de rol van Zwarte Piet.

De centrale vraag in dit boek is welke rol Zwarte Piet op prenten tussen 1871 en 2017 in de Nederlandse media speelde. Bij het vinden van een antwoord wordt ingegaan op vragen als: Wat is een zwartepietspotprent en wat is een zwartepietcartoon? Waar gingen de zwartepietspotprenten over? Veranderde de onderwerpen in de loop der jaren? Wijzigde de weergave van Zwarte Piet? Welke tekenaars maakten veel spotprenten over Zwarte Piet? Op welke manier deden zij dit? Waren ze liefhebbers van Piet of juist criticasters van de donkere hulp van Sinterklaas? Welke bladen namen deze prenten op? Komen de zwartepietspotprenten in bepaalde jaren frequenter voor en valt dit te verklaren? Welke invloed had internet op deze prenten? Wat zeggen de zwartepietspotprenten over de Nederlandse beeldcultuur vanaf 1871?

1.2 ZWARTE PIET EN DE BEELDVORMING

Cultuurwetenschapper Bianca Berends onderzocht in *Zwarte Piet en Witte Klaas. Onderzoek naar beeldvorming in de sinterklaastraditie* de beeldvorming in 69 verhalen over Piet en Sinterklaas. De verhalen verschenen tussen 1912 en 1999. Berends bekeek in haar onderzoek uit 2000 ook de illustraties die bij deze verhalen werden gemaakt. Ze analyseerde de afbeeldingen vanuit de vraag of er sprake was van stereotypering van Piet. Bij stereotypering gaat het aldus Berends om opvattingen en oordelen op grond van generaliseren van al of niet reële waarnemingen.³ Volgens journalist Walter Lippman ontstaat stereotypering door ‘a picture inside ones head.’⁴

Berends trok de volgende hoofdconclusies als het gaat om de afbeelding van Zwarte Piet. In 93 % van alle afbeeldingen werd Piet zwart weergegeven. Piet werd in de loop van de twintigste eeuw steeds minder realistisch weergegeven en meer als een karikatuur. Piet had dikke rode lippen, kroeshaar en hij droeg grote oorbel-len. In 70% van de afbeeldingen voor 1945 was dit laatste het geval. Dit percentage steeg na 1945 tot het in 1988 daalde. In 50% van de verhalen voor 1945 werd Piet kleiner weergegeven dan Sinterklaas. Na 1945 was dit percentage gezakt naar 30%. In 12% van de gevallen was Piet ronduit kinderlijk weergegeven.⁵ Na 1945 veranderde de relatie tussen Sint en Piet van baas en knecht meer in een verhouding tussen ouder en kind. Tijdens deze relatie gaf Sint aan Piet vooral opdrachten om uit te voeren. Piet bleek in ruim 60% van de verhalen niet zelfstandig te kunnen functioneren. Piet was de domme knecht. Tot 1945 werd in 86% van de verhalen de domheid van Piet gekoppeld aan zijn zwarte uiterlijk. Deze koppeling verdween na 1945. Sint werd in de loop van de twintigste eeuw steeds minder vaak hiërarchisch aangesproken, maar Sinterklaas sprak tot 1946 in 70% van de gevallen Piet wel aan met ‘knecht’. Na 1988 was dit nog in 33% van de verhalen het geval.⁶

In dit boek wordt nagegaan of er in de beeldvorming van Zwarte Piet ook sprake is van stereotypering. Nagegaan wordt hoe dit eventueel is ontstaan en valt te verklaren. Ook wordt daarbij de vraag gesteld of deze beeldvorming invloed had op de lezer van bladen en kijker naar internet. Hierbij moet worden aangetekend dat de makers van spotprenten nooit het doel hebben om de werkelijkheid zo realistisch mogelijk weer te geven, wat wellicht ook voor diverse illustratoren van sinterklaas-verhalen geldt. Historicus Cees van der Kooij schrijft in verband met beeldvorming dat een mens nooit in staat is de werkelijkheid volledig te leren kennen: ‘Het zal altijd beperkt blijven tot een beeld van de werkelijkheid: een beeld dat voortdurend in beweging is door nieuwe kennis die wordt toegevoegd of die reeds bestaande vervangt, of door verschuivingen binnen het beeld.’⁷ Mediadocent Wim Staat ziet achter de prenten een veranderende maatschappelijke moraal schuilgaan. Hij schrijft in zijn bijdrage aan de bundel *Beeldcultuur*: ‘Immers, als het medium de mo-

rele veranderingen op gang helpt en versnelt, dan moeten de elementen zelf al in de samenleving aanwezig zijn.⁸ Staat heeft een punt, want net zomin als de figuur Zwarte Piet in absolute zin te objectiveren is, zo zijn spotprenten ook geen media die alleen maar op zichzelf bestaan. Een spotprent met Zwarte Piet is een object, bedacht en vormgegeven door mensen. Een spotprent is dus een afbeelding en subjectief van aard. Daarnaast bepalen mensen door hun omgang met een spotprent de betekenis van deze afbeelding.

De sociale wetenschapper Danielle Roelofs constateert in haar onderzoek naar vier tv-programma's over Sint en Piet die werden uitgezonden tussen 1968 en 2009: 'De beeldanalyse van de programma's hebben aangetoond dat Zwarte Piet dezelfde kleding draagt als een zwarte page. Het onderdanige gedrag, zijn karakter, maar ook zijn beperkte intelligentie bezitten overeenkomsten met de visie van de witte man op de zwarte page. Daarnaast typeert Sinterklaas, als witte meester, de machtsverhoudingen tussen zwart en wit.'⁹ Roelofs baseert zich op een analysemodel uit 1992 van filmhistoricus Donald Bogle. Hij kwam tot de conclusie dat er vijf typen zwarten in Amerikaanse speelfilms spelen. Hij onderscheidde onder andere de Toms en de coons. Volgens Roelofs domineren deze twee typen in de vier programma's.¹⁰ De Tom is een trouwe bediende, die in de buurt blijft van zijn witte meester. Hij is vaak kinderlijk, vriendelijk en passief. Blanken zien hem frequent als leeghoofd.¹¹ Het Tom-type is volgens Roelofs met betrekking tot de tv-Piet dominant, maar Piet bezit ook kenmerken van het coon-type. Dit type zwarte is een entertainer. Hij kan goed dansen en zingen. Hij is een clowneske figuur, die niet slim is en gebrekkig praat. Ook heeft hij de eigenschap onbetrouwbaar en lui te zijn.¹² Het is de vraag of de Tom en de coon een rol speelden in de spotprenten.

In strip- en prentenboeken die in de eerste helft van de twintigste eeuw verschenen, kwamen de door Bogle omschreven typen zwarten ook voor. Op de site van het Meertensinstituut, dat onderzoek doet naar de Nederlandse taal en cultuur, werd dit op 6 november 2015 bevestigd: 'In oudere prentenboeken en strips is goed te zien welk stereotype er werd gegeven van de Afrikaan: een zwart gezicht, grote (rode) lippen, afrokapsel, gouden oorbellen, wild, onbetrouwbaar, grappen en grollen makend, kinderlijk en krompratend. Deze stereotypering was het meest manifest in de eerste helft van de twintigste eeuw. Er bestaan duidelijke iconografische overeenkomsten tussen dit stereotype en Zwarte Piet.'¹³ Jan Carel Zodaks schrijft in zijn boek over vijftig jaar Sint-Nicolaaspapier: 'Op ouder papier van na 1945 zien we Piet vaak als overdreven negroïde afgebeeld, met rond gezicht en dikke lippen. Latere Pieten zijn minder karikaturaal. De politieke correctheid wordt hersteld als Pieten licht van kleur zijn en als kinderen de rol van Zwarte Piet overnemen als blanke of koffiekleurige Pieten.'¹⁴ Het is de vraag of tekenars met hun spotprenten bijdroegen aan de instandhouding van een stereotiep beeld