

Acceptatie, professionalisering en innovatie Persfotografie in Nederland, 1837-2014

Bernadette Kester en Martijn Kleppe

Dit bestand bevat de open-access post-print versie van de auteurs. Er kunnen verschillen zijn tussen dit bestand en de definitieve versie van het hoofdstuk. Wanneer u deze versie gebruikt, verwijst en citeert dan naar het oorspronkelijke hoofdstuk op deze manier:

Kester, B., & Kleppe, M. (2015). Acceptatie, professionalisering en innovatie. Persfotografie in Nederland, 1837-2014. In Bardoel, J. & Wijfjes, H., *Journalistieke Cultuur in Nederland* (pp. 53-76). Amsterdam: Amsterdam University Press.



Meer informatie over het boek op de website van de uitgever Amsterdam University Press:

<http://nl.aup.nl/books/9789089645586-journalistieke-cultuur-in-nederland.html>

Contactgegevens corresponderende auteur:

Dr. Bernadette Kester

Erasmus Universiteit Rotterdam, ESHCC

Postbus 1738

3000 DR Rotterdam

kester@eshcc.eur.nl

Bij dit hoofdstuk is een dataset voor hergebruik beschikbaar bij KNAW instituut DANS

<https://easy.dans.knaw.nl/ui/datasets/id/easy-dataset:58851> Indien die gebruikt

wordt, verwijst en citeert dan op de volgende manier:

Kleppe, M., Zeijl, L. van, Kester, B. (2014), Foto's in Nederlandse kranten (FiNK),

<urn:nbn:nl:ui:13-rxm4-87>

Acceptatie, professionalisering en innovatie Persfotografie in Nederland, 1837-2014

Bernadette Kester en Martijn Kleppe

Na de opkomst van de fotografie aan het begin van de negentiende eeuw, duurde het nog bijna een eeuw voordat het genre van de persfotografie in het journalistieke productieproces geëffectueerd en geaccepteerd was als vorm van nieuwsoverdracht of nieuwsillustratie. Tenminste vier factoren speelden een rol in dit proces van innovatie en acceptatie: technologische vernieuwingen; ontwikkelingen in de perssector en journalistieke cultuur (dag- en weekbladen); toegankelijkheid tot en populariteit van de fotografie; en professionalisering van het beroep van persfotograaf of fotojournalist. Deze factoren geven aanleiding tot een voorzichtige indeling in drie periodes die grotendeels ondersteund wordt door de resultaten van een kwantitatief onderzoek naar het aantal en de omvang van persfoto's in twee Nederlandse dagbladen (*De Telegraaf* en *Nieuwe Rotterdamsche Courant/NRC Handelsblad*) in de periode 1900-2013.

De eerste periode, gekenmerkt door *inventie* en *implementatie*, beslaat de 'lange negentiende eeuw' (1837-1921), vanaf de uitvinding van de fotografie tot het moment dat de kranten persfoto's als geaccepteerde nieuws- of illustratievorm in hun redactionele (pagina)ruimte opnemen (grafiek 1). De daarop volgende, tweede periode (1921-1990) is vanuit maatschappelijk-historisch oogpunt problematischer vanwege het insluiten van turbulente periodes als het Interbellum, de Tweede Wereldoorlog en de naoorlogse periode tot de jaren negentig. Hoewel van deze turbulentie wel iets is terug te zien in grafiek 1 over het aantal persfoto's in de twee dagbladen (bijvoorbeeld de daling van het aantal foto's tijdens de oorlog), is vanuit persfotografisch perspectief sprake van een zekere *stabilisatie*. Overigens betekent stabilisatie geen stilstand. Voortdurend vinden in de hele geschiedenis van de (persfotografie) *innovaties* plaats. Maar hét grote omslagpunt volgt aan het begin van de jaren negentig door de *digitalisering*. Ook hier zien we niet zozeer een verandering in het aantal en de omvang van persfoto's, maar wel in de beroepspraktijk en de publicatieplatforms. Deze derde periode (1990-2013) wordt gerechtvaardigd door de snelheid waarmee de digitale technologie werd ingevoerd en de directe gevolgen hiervan op de fotojournalistiek, zoals de verspreiding en toegankelijkheid via (breedband) internet, digitale fotografie en burgerjournalistiek. De ontwikkelingen rond deze eeuwwisseling nopen wellicht zelfs tot een herdefiniëring van de fotojournalistiek. Deze periodisering en de genoemde factoren zijn de belangrijkste uitgangspunten van dit hoofdstuk.

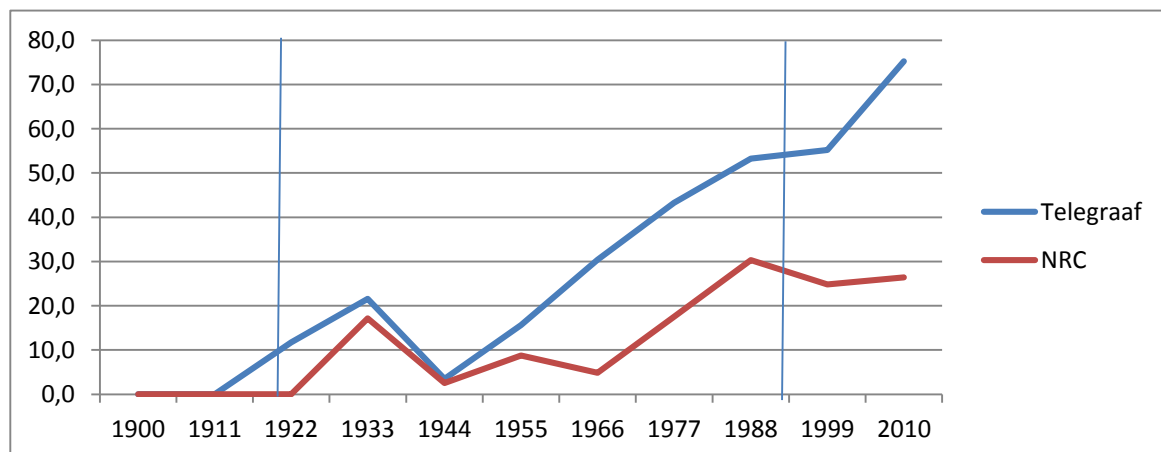
Box: Persfoto's in *De Telegraaf* en *NRC (Handelsblad)*, 1900-2013

Om te bekijken in hoeverre het aantal foto's en hun omvang in Nederlandse kranten toe- of afneemt, is een inhoudsanalyse uitgevoerd van *De Telegraaf* en de *Nieuwe Rotterdamsche Courant*, die in 1970 fuseerde met het *Algemeen Handelsblad* tot *NRC Handelsblad*. Deze kranten bedienden verschillende lezersgroepen: *De Telegraaf* een groot, algemeen en lager opgeleid publiek; *NRC (Handelsblad)* een kleiner, maar hoger opgeleid publiek. Ze verschilden ook in het moment waarop zij dagelijks verschenen: *De Telegraaf* in de ochtend en *NRC (Handelsblad)* in de middag.

In totaal zijn 385 kranten (ochtend- en avondedities) en 5.877 foto's geanalyseerd. Uit de periode 1870-2013 is een steekproef genomen van elf jaren die elk door middel van twee geconstrueerde weken zijn geanalyseerd. Het onderzoeksmateriaal bestaat uit kranten op origineel formaat, in gedigitaliseerde vorm en op microfiches.

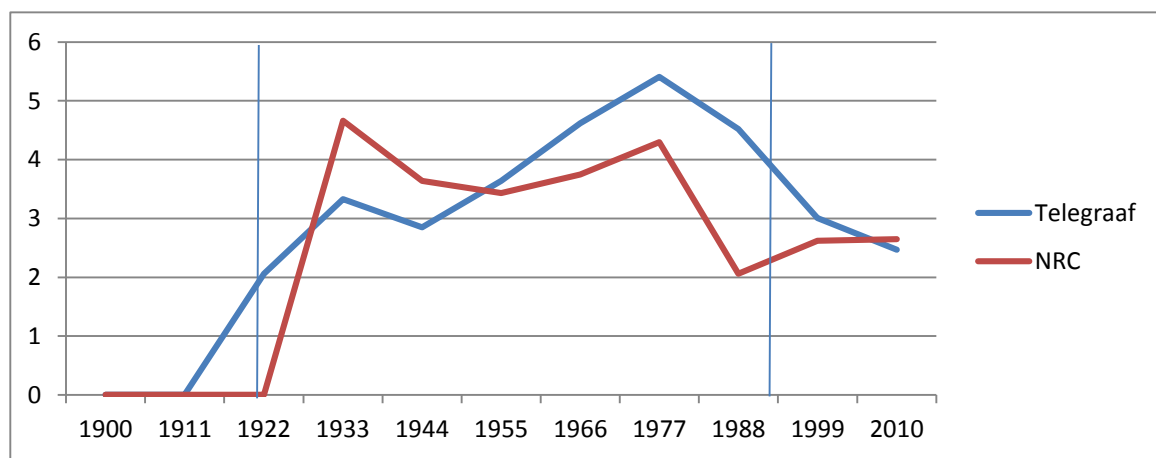
(De dataset van deze inhoudsanalyse is beschikbaar voor hergebruik of additionele analyses bij KNAW instituut DANS via <http://persistent-identifier.nl/?i=urn:nbn:nl:ui:13-rxm4-87>)

Uit grafiek 1 is af te lezen dat het aantal gepubliceerde foto's over de gehele onderzoeksperiode toeneemt, met uitzondering van de kranten die verschenen tijdens de Tweede Wereldoorlog. Vooral *De Telegraaf* vertoont een duidelijke groei. In 1933 plaatste de krant gemiddeld 22 foto's per dag terwijl dit aantal in 2010 is gestegen naar 75 foto's per dag. Ook de *NRC (Handelsblad)* plaatste in eerste instantie meer foto's, hoewel het aantal minder sterk stijgt dan in *De Telegraaf* en stabiliseert vanaf 1988. In 1933 plaatste de krant 17 foto's per dag, in 1988 zijn dit er 30 en in 2010 komt het gemiddelde uit op 26.



Grafiek 1: Gemiddeld aantal foto's per dag, per krant per jaar. De verticale lijnen geven de periodes aan die centraal staan in dit hoofdstuk.

Omdat een toename in het aantal foto's niet per definitie betekent dat de aandacht voor persfotografie in de kranten toeneemt, is ook onderzocht in hoeverre de omvang van de foto's toeneemt. Aangezien de formats van de kranten tijdens de onderzoeksperiode wijzigden en de kranten geanalyseerd moesten worden met behulp van verschillende dragers (digitaal, analoog en microfiche), kon de omvang alleen worden geanalyseerd door de verhouding van de foto te berekenen tot de gehele pagina. Gemeten is hoeveel procent van de pagina in beslag wordt genomen door een foto. Grafiek 2 laat zien dat de omvang van de foto's in rap tempo toeneemt, licht terugvalt in 1944 en in 1977 het grootst is. Daarna worden de foto's weer een stuk kleiner, zelfs vergelijkbaar met de omvang van 1922.



Grafiek 2: Gemiddeld percentage van de omvang foto's per pagina per krant per jaar. De verticale lijnen geven de periodes aan die centraal staan in dit hoofdstuk.

Deze inhoudsanalyse laat zien dat er weliswaar steeds meer foto's geplaatst worden, maar dat de pagina's van de kranten niet meer gevuld worden met foto's. Na een snelle groei, daalt de omvang van de foto's vanaf 1977 zelfs. Deze trend lijkt te stabiliseren vanaf de jaren negentig wanneer de digitale fotografie en internet hun intrede doen.

Van nieuwsitem naar nieuwsbeeld, 1837-1921

Wie de dichtbedrukte krantenpagina's uit de negentiende eeuw vergelijkt met die uit de eenentwintigste eeuw valt onmiddellijk de toegevoegde waarde van de persfotografie op. Nieuws uitsluitend uitgedrukt in niet-beeldende tekstvorm, oogt droog en abstract vergeleken bij het concrete, actuele en levendige van nieuws gevat in beelden. In die hoedanigheid zijn foto's net als bewegende beelden in staat het nieuws dichtbij te halen en daarmee een zekere betrokkenheid te genereren van de lezer bij gebeurtenissen die journalisten tot nieuws verklaren.

De fascinatie voor het vastleggen en reproduceren van de zichtbare werkelijkheid bestond al eeuwen voor de daadwerkelijke uitvinding van de fotografie in de jaren dertig van de negentiende eeuw. Het waren vindingrijke geesten als de Fransman Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833), zijn landgenoot en compagnon Louis Jacques Mandé Daguerre (1787-1851) en vervolgens de Engelsman William Henry Fox Talbot (1800-1877), die met hun technisch en scheikundig vernuft de fotografie in de wereld brachten. De periode waarin de ene na de andere uitvinding het licht zag was nog niet aangebroken, zoals rond de volgende eeuwwisseling toen uitvindingen als de gloeilamp, telefoon, grammofoon, film, roltrap en de automobiel elkaar rap opvolgden. De fotografie kon daarom des te meer rekenen op verwondering en het enthousiasme was dan ook enorm.

Niépce startte zijn fotografische experimenten in de jaren twintig, maar na zijn plotselinge dood in 1833 zette de schilder en fysicus Daguerre zijn experimenten met succes voort en ontwikkelde hij in 1837 de daguerreotypie. Met dit procédé kon slechts één enkel en dus uniek beeld worden gemaakt. Dat veranderde met de methode die Fox Talbot ontwikkelde en die de fotograaf in staat stelde meerdere afdrucken van een negatief te maken (kalotypie). Deze reproductietechniek werd hét onderscheidende kenmerk van de moderne fotografie. Het doorbrak de eenmaligheid en uniciteit van het beeld dat zowel de schilderkunst als het daguerreotypie nog kenmerkten en was daarmee van meet af aan in potentie geschikt voor publieke verspreiding. Fotografie betekende in feite een democratisering van het beeld.

Kortom, voordat foto's nieuws toonden en de krantenpagina's verlevendigden, waren zij zelf onderwerp van nieuws. Hoewel de natuurkundige Jacob Van Breda (1788-1867), verbonden aan het Haarlemse Teyler-museum, onmiddellijk de benodigdheden liet overkomen, aan het fotograferen sloeg en zijn foto's exposeerde, werd dit voor zover bekend geen nieuws. Pas twee jaar later, in 1839, verschenen in diverse kranten advertenties die een expositie aankondigden van de 'eerste' Nederlandse daguerreotypieën. Deze waren afkomstig van de Amsterdamse kunstschilder Christiaan J.L. Portman (1799-1868). De beelden die hij in Den Haag tentoonstelde waren vooral stadsgezichten van Parijs en Amsterdam.¹

¹ Rooseboom, H., Wachlin, S., C.J.L. Portman, (2001) *Fotolexicon* 18 (34) <http://journal.depthoffield.eu/vol18/nr34/f03nl/en>.

In een periode van enkele decennia, van circa 1840 tot circa 1880 maakte de fotografie, zowel in termen van productie als consumptie, op allerlei terreinen belangrijke ontwikkelingen door. In chemisch en technisch opzicht kreeg het aanvankelijke daguerre-procedé concurrentie van andere technieken. Vooral de mogelijkheid om foto's op papier af te drukken, bracht een tweede ontwikkeling op gang. Foto's werden nu voor bredere lagen van de bevolking toegankelijk. Hieraan was vooral de populariteit van het visitekaartportretje debet. Die werden op grote schaal als tekens van vriendschap uitgewisseld.

Een derde parallelle ontwikkeling was de opkomst van een nieuwe beroepsgroep, die van de fotograaf. Een beperkt aantal Nederlandse en uit het buitenland afkomstige fotografen vestigden zich in de grote steden en dreven daar een fotoatelier. De meeste fotografen trokken rond en zochten die plekken waar zich het meeste publiek ophield: bijvoorbeeld kermissen en drukke straten. In tenten nodigden zij de bezoekers en voorbijgangers uit om zich te laten fotograferen. Het aantal beroepsfotografen was niettemin nog relatief beperkt. Twee beroepstellingen wijzen uit dat tussen 1859 en 1889 de groep met 400% steeg tot ongeveer 700.² Daaruit blijkt ook dat de meeste van hen zich in de grote steden ophielden. De oprichting van het *Tijdschrift voor Photographie* in 1864 en de *Amsterdamsche Photographen-Vereeniging* in 1872 waren eveneens tekens van voortschrijdende professionalisering. Hoewel het fotograafberoep niet per definitie armoedig was, bleef het nog lang een beroep met een lage sociale status, terwijl hun producten vanaf die periode in ongekende en toenemende mate populair waren en bleven.

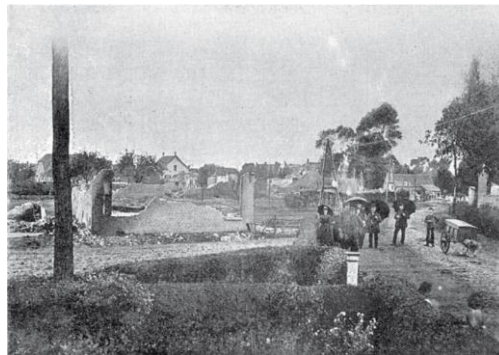
Behalve via de visitekaartportretjes, kwamen de midden- en hogere sociale lagen van het publiek ook via boeken, albums, prentbriefkaarten en exposities in aanraking met fotografische beelden. Vooral stereoscopische beelden waren in trek. Deze dubbelopnames creëerden een driedimensionaal beeld met een sterke illusie van werkelijkheid. De focus van deze beelden was minder gericht op de privésfeer, zoals bij de portretfotografie, en meer op de buitenwereld, zoals blijkt uit de talrijke in omloop gebrachte foto's van stadgezichten en landschappen. Ook gebeurtenissen met een zekere nieuwswaarde kwamen letterlijk in beeld: kleine lokale rampen zoals een overstroming of brand, maar ook ballonvaarten en koninklijk bezoek waren eveneens gebeurtenissen die men wilde vastleggen.

Vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw tot de eerste decennia van de twintigste raakten geïllustreerde tijdschriften steeds meer in trek bij brede lagen van de bevolking, vooral bij dat deel dat niet gewend was veel te lezen. Immers, hoe aantrekkelijk was het niet om teksten verlevendigd te zien met talrijke concrete, informatieve, kunstzinnige of grappige illustraties? Houtgravures en vanaf de jaren

² Rooseboom, Hans (2008). *De schaduw van de fotograaf. Positie en status van een nieuw beroep: fotografie in Nederland 1839-1889*.

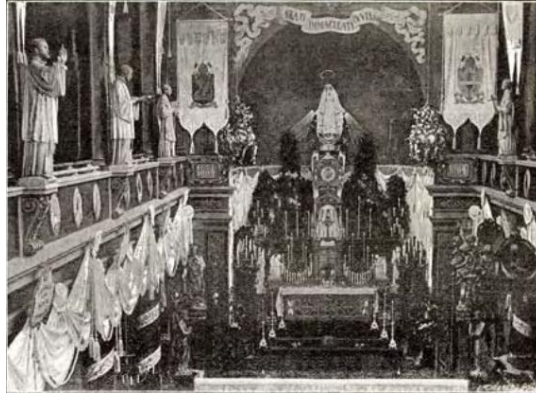
tachtig afgedrukte foto's bleven in dit medium nog zeker twee decennia elkaars concurrent, maar in de jaren tien van twintigste eeuw had fotografie het pleit gewonnen.

In 1882, bijna vijftig jaar na de uitvinding van de fotografie, vond de Duitse ondernemer Georg Meisenbach het zogenaamde rasterprocédé uit, een techniek die het mogelijk maakte om tegelijk met de tekst ook gefotografeerde beelden op een pagina af te drukken (hoogdruk). Hoewel de *Daily Graphic* in 1873 een eigen procédé ontwikkelde waarmee foto's direct konden worden afgedrukt (*granulated photography*), werd Meisenbach's vinding het bekendst. Het bijzondere was dat het fotobeeld, autotypie genoemd, kon worden omgezet in vele hele kleine puntjes die samen het beeld vormden waarbij ook de grijstinten behouden bleven. Een jaar nadat hij zijn halftoonprocédé patenteerde, drukte het familietijdschrift *Eigen Haard* in 1883, zonder dit direct als groot nieuws te bestempelen, voor het eerst een foto af om deze baanbrekende druktechniek te illustreren. Aangezien het beeld een zeegezicht toonde, was hier geen sprake van een nieuwsfoto. Die werd voor het eerst gepubliceerd in augustus 1885, dit keer in het geïllustreerde tijdschrift de *Katholieke Illustratie*. Deze foto van 'De brand bij Raamsdonk' (ill. 1) wordt in fotohistorische overzichten dikwijls aangemerkt als de eerste nieuwsfoto, maar evengoed kan een foto uit hetzelfde blad van enkele maanden eerder voor de eerste nieuwsfoto doorgaan. Die foto liet het interieur zien van de St. Ignatiuskerk in Amsterdam vooraf aan de viering van het derde eeuwfeest, een belangrijke religieuze dag, die voor het katholieke smaldeel een evidente nieuwswaarde bevatte (ill. 2).³



Ill 1: De brand bij Raamsdonk. Het oorspronkelijke onderschrift in de *Katholieke Illustratie* 19, jaargang 1885/1886, nr. 10, pagina 80 luidt: "RAAMSDONK NA DEN BRAND VAN DEN 13n AUGUSTUS LL.". De foto toont de gevolgen van de brand enkele dagen later. Bij de geblakerde puinhopen van een deel van het dorp staan mensen toe te kijken (naar de fotograaf natuurlijk).
Bron: Spaarnestad SFA001008688

³ Kleppe, Martijn & Baars, Freek (2011). De eerste Nederlandse persfoto. *Fotografisch Geheugen* (69) 4-7 <http://repub.eur.nl/pub/22606/>.



Ill. 2: Het interieur van de St. Ignatiuskerk in Amsterdam, voorafgaand aan de viering van het derde eeuwfeest, voorjaar 1885. *Katholieke Illustratie* 18, jaargang 1884/1885, nr. 38, pagina 306. Bron: Spaarnestad SFA003005668

Niet eerder dan acht jaar na Meisenbachs uitvinding vonden ook kranteneigenaren het de moeite waard om in deze techniek te investeren. Op 24 februari 1890 publiceerde *De Amsterdamsche Courant* op de voorpagina de eerste nieuwsfoto. Deze foto liet een afgebrande Amsterdamse Schouwburg zien, een nieuwsfeit dat vier dagen daarvoor had plaatsgevonden. Vol trots meldde de krant: 'Geen enkel dagblad in binnen- of buitenland heeft tot nog toe dit resultaat bereikt. Ook de *Daily Graphic* niet.'

Toch betekende deze fotopublicatie niet meteen een doorbraak in de dagbladers. Terwijl de geïllustreerde weekbladers vanaf het begin van de nieuwe eeuw de gravure langzaam maar zeker achter zich liet ten gunste van het fotografische beeld, stelde de dagbladers zich aanvankelijk tamelijk gereserveerd op. Weliswaar verschenen incidenteel kleine foto's in de krant (nooit meer dan één op een pagina), maar pas vanaf begin jaren twintig kreeg de persfoto ruimer baan met een halve of hele fotopagina. Bij de dagbladers speelde een zeker dilemma tussen commerciële motieven enerzijds en mentale weerstand anderzijds. Niettemin was deze baanbrekende technische vinding een opmaat naar hét tijdperk van de persfotografie, ook al moesten hier en daar eerst nog weerstanden overwonnen worden.

Acceptatie, populariteit en professionalisering, 1921 - 1990

Commercieel gezien waren foto's bijzonder interessant omdat zij een groter segment van het potentiële lezerspubliek aanspraken. Het neutrale dagblad *De Telegraaf* (1893), een nieuwkomer in het verzuilde dag- en weekbladenlandschap en geïnspireerd door het Angelsaksische persmodel (met meer aandacht voor opmaak, koppen en beeld), publiceerde in 1921 als eerste een (halve) fotopagina. Hoewel ook deze krant in 1922 gemiddeld nog maar twaalf foto's plaatste (zie Box), was de trend gezet. De andere dagbladen konden niet achterblijven en schoorvoetend gingen ook zij door de knieën, zo werd dat althans door veel redacteurs ervaren. Wellicht niet helemaal met enthousiasme besloot het liberale en deftige *Algemeen Handelsblad* in 1924 toch maar een fulltime fotoredacteur in dienst te nemen. Haar liberale evenknie, de *Nieuwe Rotterdamse Courant*, was minder voortvarend. Voor deze krant waren foto's niet

meer dan een noodzakelijk kwaad. Het praktische van een enkele pagina was, dat het met een *turn of the page* eenvoudig kon worden overgeslagen. Nadat de krant in 1927 voor het eerst een foto op de voorpagina plaatste, duurde het nog tot 1938 voordat het ook echt nieuwsfoto's tot de voorpagina toeliet.

De evidente weerstand tegen 'het beeld' had verschillende oorzaken. De dominantie van een protestants-christelijke cultuur zorgde voor een weinig warm onthaal van het opnemen van beelden in de geschreven media. In tegenstelling tot het katholieke smaldeel, waar een religieuze beeldcultuur heerste, waren protestanten veeleer georiënteerd op teksten. Maar naast deze religieus gemotiveerde weerstand bestond een sociaal-culturele weerstand tegen fotografische beelden als iets dat toch vooral aantrekkelijk was voor de niet-geletterden, de lagere sociale delen van de bevolking. Veelzeggend is de uitspraak van een redacteur van *Het Vaderland*, W.N. van der Hout die in 1928 persfoto's aanduidde als 'amusementjes' en 'opkikkertjes', die 'veel te veel plaats innemen in vergelijking met hun waarde en betekenis.'⁴

Een veel concreter aspect dat de weerstand verklaarde, was de foto- en ontwikkeltechniek zelf. Die waren inmiddels zo ver gevorderd dat beeldmanipulaties van nieuwsfoto's, in de vorm van retouches, regelmatig voor enige ophef zorgden. Soms werd iemand tegen een andere achtergrond geplaatst, dan weer werd het dramatisch effect versterkt door meer rook of vlammen bij een brand in te tekenen. Kortom, het beeld als nieuwsmedium, als bron van betrouwbare informatie, diende met de grootste voorzichtigheid en met het nodige wantrouwen te worden bejegend. Het duurde dus al met al zo'n vier decennia na de introductie van Meisenbachs druktechniek dat de Nederlandse dagbladsector de persfoto als een min of meer geaccepteerd journalistiek verschijnsel beschouwde.

Intussen nam de populariteit van de geïllustreerde weekbladen toe, met de jaren twintig en dertig als hoogtepunt. Het decennium dat in cultureel opzicht internationaal bekend werd als *The roaring Twenties*, *Die goldenen zwanziger Jahre* of *Les années folles*, was ook het decennium waarin de cultuur van het beeld (inclusief het bewegend beeld) zegevierde. Dat proces zou aanhouden totdat een nieuwe wereldoorlog het Europese continent teisterde. Toonaangevend op het gebied van fotojournalistiek zijn in deze periode vooral de Duitse, Amerikaanse en Franse geïllustreerde pers. Maar ook Nederland loopt redelijk in de pas met die internationale bladen als het gaat om magazines als *Katholieke Illustratie* (1867), *Eigen Haard* (1875), *Wereldkroniek* (1894), *De Prins der Geïllustreerde Weekbladen* (1901), *Het Leven Geïllustreerd* (1906) en *Panorama* (1913). Stuk voor stuk populaire bladen, met rubrieken voor alle gezinsleden, die vooral vanaf de jaren tien boordevol foto's staan. Het is een periode waarin geëxperimenteerd werd met het fenomeen 'picture story', verborgen camera's en verrassende camerastandpunten. De volgende decennia plukken daarvan de vruchten.

⁴ Wijfjes, H. (2004). *Journalistiek in Nederland, 1850-2000: beroep, cultuur en organisatie*, 164.

Het Leven is in dit opzicht het meest opzienbarend. Vanwege haar gevoel voor sensatie, kan het blad wel *De Telegraaf* onder de geïllustreerde weekbladen worden genoemd. Toen de dagbladen nog aarzelden over het plaatsen van nieuwsfoto's, waren de weekbladen de actueelste visuele chroniqueurs van hun tijd. Voor een beeldverslag van wat zich tijdens de Eerste Wereldoorlog aan en achter het front afspeelde, zijn dit (naast de bioscoopjournaals) de aangewezen bronnen. Ook toen de transmissie van doorgeseinde foto's nog niet erg vlot verliep, vulden de weekbladen de leemte die de dagbladen achterlieten. Voor hen was het immers geen probleem als nieuwsfoto's een paar dagen achterliepen op de actualiteit.

De foto-, film-, en cameratechniek maakten vanaf de tweede helft van de jaren twintig grote stappen voorwaarts. Maar zonder lef en creativiteit van fotografen zelf, zouden die stappen geen effect hebben op de fotojournalistiek. De snelle en compacte 35 mm kleinbeeld Leica-camera deed in 1925 zijn intrede en de beschikbaarheid van flitslampen (in plaats van flitspoeder) en gevoeliger fotomateriaal maakten het een stuk eenvoudiger om in het donker of bij weinig daglicht te fotograferen. Snelheid en flexibiliteit zijn in de fotojournalistiek immers van essentieel belang.

Beide eigenschappen kwamen goed tot uiting bij de uit Duitsland naar Nederland gevluchte Erich Salomon (1886-1944). Deze fotograaf werd begin jaren dertig de sterreporter van *Het Leven* en gaf een nieuwe impuls aan de nieuwsfotografie. Door zijn voorname voorkomen, de slinkse wijze waarop hij zijn camera verborgen wist te houden en zijn deskundigheid op het gebied van de nieuwste fototechniek, wist hij hoogwaardigheidsbekleders in nooit eerder vertoonde, spontane en ontspannen houdingen op de plaat vast te leggen. Zijn foto's van diverse wereldleiders zijn famous en werden internationaal met enthousiasme begroet (ill. 3). In Nederland vergaarde hij de nodige roem met de 'snapshots' van minister-president Hendrik Colijn, prins Bernard en prinses Juliana, de dirigent Willem Mengelberg, en talrijke andere *celebrities*. Zijn foto's, genomen met een snelle kleinbeeldcamera (een Leica of Ermanox), legden *Het Leven* bepaald geen windeieren. Maar ook Salomon's roem als vader van de 'candid camera' lijkt voor eeuwig bezegeld.⁵

⁵ Kester, Bernadette (2012). Breuk en continuüm. Erich Salomon en de personalisering van de politiek in geïllustreerde tijdschriften. *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 2/2012, <http://www.tmgonline.nl/index.php/tmg/article/view/28/73>



Ill. 3. Erich Salomon, Aristide Briand (in 1926 Nobelprijswinnaar voor de Vrede en op het moment van de foto minister van Buitenlandse Zaken in Frankrijk) wijst naar Salomon en roept: "Ah! le voilà! The king of the indiscreet!" (1930).

Salomon verwierf een unieke positie en was daarmee in staat om te breken met de gewoonte om als persfotograaf uitsluitend in de anonimiteit te opereren. Hij eiste eenvoudig dat zijn naam bij zijn foto's werd vermeld, hetgeen gebeurde. De Nederlandse fotograaf Wiel van der Randen (1897-1949), wiens foto's zowel in de dag- als weekbladpers verschenen, was een waardige evenknie. In de jaren dertig was de professionalisering van de fotojournalist in een nieuwe fase beland. De fotopersbureaus bloeiden, persfotografen kregen hun eigen perskaart en in 1931 werd de eerste beroepsvereniging voor persfotografen opgericht: de Nederlandsche Vereeniging van Persfotografen en Film-Operateurs (NVPF). Technologie, populariteit van het beeld, fotografisch vernuft en een voortschrijdende professionalisering kwamen in het interbellum wonderwel samen: een gouden tijd voor de persfotografie! Deze relatief stabiele periode, onderbroken door de Tweede wereldoorlog, zou voortduren tot aan de jaren negentig (zie fig.1).

De Duitse Bezetting van Nederland in 1940-1945 was slechts gedeeltelijk een onderbreking in het hierboven geschetste proces. Hoewel verschillende, later zeer bekend geworden fotografen, ondergronds werkten en indringende fotoreportages van de actualiteit maakten – zij werden bekend onder de naam de 'Ondergedoken Camera' - was hier sprake van een uitzonderlijke situatie die in dit korte bestek geen recht kan worden gedaan. ⁶ Het uitzonderlijke was enerzijds dat praktisch de hele pers, inclusief de persfotografie, werd gelijkgeschakeld en onder het Duitse bewind viel. Anderzijds was het *business as usual* en werkten veel fotografen gewoon door hoewel het aantal

⁶ Kok, R., H. Selier & E. Somers (1993). *Fotografie in bezettingstijd. Geschiedenis en beeldvorming*. Zwolle: Waanders.

afgedrukte foto's en de omvang van de foto's in deze periode wel afnam (zie Box). Omdat veel fotografen voor fotopersbureaus werkten, kwamen hun foto's overal terecht, dus ook in de nationaalsocialistische pers. Toen in 1945-46 de zuivering op gang kwam, leverde het daardoor nogal een probleem op om vast te stellen wie 'goed' of 'fout' was geweest. Uiteindelijk liep dit proces af toen in 1951 de Wet Voorziening Perswezen werd ingesteld; de meeste fotografen konden weer gewoon aan de slag gaan (of deden dat al langer), slechts een enkeling werd gestraft.⁷

De volgende twee decennia luidden nationaal en internationaal een nieuwe bloeiperiode van de persfotografie in. Dit werd opnieuw gestimuleerd door de ontwikkelingen op het gebied van techniek en een optimale toegang tot de dag- en weekbladpers, onder meer door het bestaan van fotopersbureaus als het Algemeen Nederlands Fotobureau (Anefo, 1943-1989), het ANP met een eigen fotoafdeling en De Spaarnestad, die foto's aanleverde voor haar eigen geïllustreerde weekbladen. Bij het publiek waren foto's onveranderd populair en wat de beroepsgroep zelf betreft was er sprake van een immer voortschrijdende professionalisering. Om met het laatste te beginnen: in de Nederlandse context werd de vooroorlogse belangenvereniging voor persfotografen voortgezet onder de naam Nederlandsche Vereeniging van Fotojournalisten (NVF, 1946) - met de veelzeggende verandering van 'Persfotograaf' naar 'Fotojournalist'! Deze naamsverandering was een duidelijk teken van een groeiend zelfbewustzijn van de beroepsgroep. Het was dan ook in deze periode dat kwesties rond auteursrechten en een toelatingsexamen tot de NVF (in 1949) in de belangstelling stonden. In 1953 werd in Den Haag de eerste School voor fotografie en fototechniek opgericht.

Zowel in Nederland als op internationaal vlak kreeg de kwaliteit van de fotojournalistiek een enorme *boost* door de oprichting van fotoagentschap *Magnum* en de instelling van de *World Press Photo*-competitie. De laatste was voortgekomen uit een initiatief van de NVF die vanaf 1949 een jaarlijkse competitie instelde waarmee fotojournalisten de zogenoemde *Zilveren Camera* kunnen winnen. Behalve een stimulans ter verhoging van de kwaliteit van persfoto's, leverde het ook veel publieksbelangstelling op door de tentoonstellingen die eruit voortvloeiden. Dit gebeurde in nog sterkere mate toen Bram Wisman en Kees Scherer van de NVF het plan opvatten een internationale fotocampetitie in het leven te roepen (ill. 4). Het initiatief leidde tot de oprichting in 1955 van *World Press Photo* (WPP), een internationaal alom vermaarde fotowedstrijd die in de beginjaren grotendeels tot stand kwam dankzij de inspanningen van fotograaf Ben van Meerendonk.

⁷ Wisman, Bram (1994). *Argusogen. Een documentaire over de persfotografie in Nederland*. Amsterdam: Voetnoot.



Ill. 4: De oprichters van World Press Photo Bram Wisman en Kees Scherer. Bron: World Press Photo

Niet helemaal toevallig waren en zijn veel winnaars van WPP lid van het legendarische persbureau *Magnum Photos* (1947), het eerste persbureau als een corporatie door fotojournalisten zelf opgericht. Het doel was onder meer om een hogere vergoeding voor persfoto's te krijgen. Je moest als fotograaf genomineerd worden door bestaande leden, en vervolgens nog vier jaar verder ontwikkelen om toegelaten te worden tot de *crème de la crème* van de fotojournalistiek. De oprichters, Henri-Cartier-Bresson, Robert Capa, George Rodger en David Seymour, hadden onder meer hun strepen verdiend met hun fotoreportages gemaakt tijdens de Tweede Wereldoorlog. Hun indrukwekkende foto's zijn vaak beeldbepalend voor deze oorlog en andere die nog zouden volgen.

De inhoudelijke kwaliteit is zeker niet altijd afhankelijk van de cameratechniek, zoals blijkt uit een van de beroemde foto's van Robert Capa die hij maakte tijdens de landing van de geallieerde troepen in Normandië. Die foto was feitelijk mislukt tijdens het drogen van de foto's na het ontwikkelproces in de donkere kamer. Maar een belangrijke ondersteuning is de techniek zeker wel gebleken. De tweede helft van de twintigste eeuw laat opnieuw diverse cameratechnische verbeteringen zien die alle leidden tot een betere technische beheersing van licht, snelheid en nabijheid. De kleurenfotografie was al ontwikkeld in de jaren dertig en werd vooral in de geïllustreerde tijdschriften van enorm belang. Nederlands eerste glossy, *Elegance* (1937), kreeg in de jaren zestig een navolger met *Avenue* (1965), een blad beroemd vanwege de uitgebreide reisfotoreportages. Hoewel ook in de nieuwsfotojournalistiek kleurenfoto's opkwamen, duurde het nog tot in de jaren tachtig voordat kleurenfotografie het dominante paradigma van de zwart-witfotografie wist te verdringen. De conventie dicteerde nog tot voor kort dat zwart-wit een hogere realiteitswaarde of documentaire status heeft.

Nieuwe tijden, nieuwe beelden, nieuwe journalistiek? 1990-2014

Met de opmars van de digitalisering maakt de fotojournalistiek de laatste tweeënehalve decennia een ongekennde ontwikkeling door, een die wellicht revolutionair genoemd kan worden. Hoewel de techniek om beelden te digitaliseren al in de jaren zestig was ontwikkeld (vooral in de ruimtevaart), duurde het tot begin jaren negentig voordat de digitale fotografie echt doorbrak bij een groot publiek. In twee jaar tijd deden maar liefst drie technieken hun intrede die het produceren, bewerken en distribueren van foto's grondig veranderden. Kodak introduceerde in 1991 de *DCS 100*, de eerste digitale camera die foto's maakte door licht om te zetten in elektronische data via een lichtgevoelige sensor. Aanvankelijk konden fotojournalisten hiermee nog niet uit de voeten omdat de bestanden te klein waren om ze op groot formaat te kunnen afdrukken. Maar, dit was wel het begin van een snelle ontwikkelingscyclus waarbij digitale camera's steeds sneller werkten, kleiner van formaat werden en de bestandsgrootte toenam.⁸

Digitale fotografie maakte de donkere kamer nu geheel overbodig en ook beeldmanipulaties konden middels het fotobewerkingsprogramma Photoshop (1990) worden uitgevoerd. Tegenwoordig staat het programma vooral bekend als middel om kleuren op foto's na te bewerken of ongewenste of ontbrekende elementen erin dan wel eruit te 'photoshopen'. De meeste persfotografen gebruiken het programma echter om de foto's van hun digitale camera's op hun computers te laden en ze vervolgens te voorzien van informatie over het afgebeelde. Dankzij de introductie van het internet in 1991 gaat de verspreiding van foto's in de vorm van digitale bestanden veel sneller dan voorheen. Aanvankelijk, in de 'oertijd' van de persfotografie, werden afdrukken persoonlijk bij de redacties bezorgd. In de twintigste eeuw seinden journalisten hun foto's naar de redactie via een telex, een middel dat de kwaliteit van de foto's vaak niet ten goede kwam. Beide moeizame wegen behoren voorgoed tot het verleden.

Niet alleen professionals profiteerden volop van de revolutionaire ontwikkelingen in de fototechniek, al snel had ook het publiek de smaak te pakken. Dit was zeker het geval toen digitale camera's niet alleen steeds kleiner en goedkoper werden, maar vanaf 2000 ook onderdeel werden van de mobiele telefoon. De kwaliteit van deze camera's liet weliswaar nog te wensen over, maar ze hadden één groot voordeel: met je telefoon had je nu ook een camera bij de hand. Vanuit journalistiek oogpunt waren nu ook burgers meer dan ooit in staat om nieuwswaardige foto's te maken. Deze praktijk was overigens niet helemaal nieuw. Zo zijn de foto's waarop de maanwandelingen van de astronauten Neil Armstrong en Buzz Aldrin zijn vastgelegd, in feite amateurfoto's die als nieuws hun weg naar de voorpagina's vonden.⁹ En wat te denken van de zogenaamde amateur 'scannerbrommers' die in Nederland in de jaren tachtig foto's maakten van allerlei verkeersongelukken. Na het afluisteren van de politiest scanner snelden ze op hun brommer naar de plek van het ongeluk en maakten er

⁸ Uytterhaegen, Carl (2005), *Goed belicht. Fotojournalistiek, oorlogsfotografie, documentaire fotografie*, 326.

⁹ Evans, H., & Taylor, E. (1997). *Pictures on a page: photo-journalism, graphics and picture editing*, 4.

foto's. Echter, pas in 2004, toen in de Indische Oceaan een verwoestende tsunami plaatsvond, kregen amateurfoto's voor het eerst een (prominente) plaats in kranten, tijdschriften en op websites.

In hetzelfde jaar dat de tsunami plaatsvond waren andere foto's, eveneens afkomstig van amateurs, voorpaginanieuws met wereldwijde verontwaardiging als gevolg. In Irak hadden Amerikaanse bewakers in de Abu Ghraib gevangenis op de foto vastgelegd hoe zij hun gevangen martelden. In Noorwegen wist een voorbijganger met zijn camera de dieven te betrappen die zojuist het schilderij *De Schreeuw* uit het Munch-museum hadden gestolen.

Nederland kreeg op dit gebied bekendheid met een foto, die een voorbijganger met zijn mobiele telefoon maakte, van de vermoorde Theo van Gogh, op straat liggend met een mes in zijn lichaam. In eerste instantie maakte deze passant de foto om aan zijn vrienden te laten zien. Pas nadat hij op Teletekst had gelezen dat het om Theo van Gogh ging, realiseerde hij zich dat zijn foto wel eens veel geld waard kon zijn (ill.5). Hij nam contact op met *De Telegraaf* die de foto exclusief van hem kocht en de volgende dag breed op de voorpagina plaatste. De foto heeft niet dezelfde kwaliteit als wanneer hij door een professionele fotograaf zou zijn gemaakt, maar dat maakt het beeld niet minder gruwelijk en nieuwswaardig. Op het moment dat fotojournalisten op de plaats des onheils arriveerden was het lichaam van Van Gogh al bedekt en de plek hermetisch afgesloten.



Ill 5: De voorpagina van *De Telegraaf* van 3 november 2004: de amateurfoto van het lichaam van Theo van Gogh.

Persredacties realiseren zich meer en meer dat burgers tegenwoordig praktisch altijd een camera bij zich hebben en vaker dan (foto)journalisten vooraan staan bij onverwachte nieuwswaardige gebeurtenissen. Deze gewaarwording bracht in 2004 het ANP ertoe om te willen samenwerken met de nieuwswebsite NU.nl. Zij spraken af dat mogelijk interessante foto's, afkomstig van NU.nl-lezers, ook zouden worden

doorgestuurd naar het ANP. Het platform *Skoeps*, in 2006 door PCM en Talpa gelanceerd, was min of meer op hetzelfde principe gebaseerd, zij het in navolging van het Britse *Scoop*. *Skoeps*-reporters stuurden hun foto's in en ontvingen vervolgens de helft van de opbrengsten als hun foto werd verkocht. Uit de 1.000 tot 1.500 inzendingen die per maand werden ingestuurd, was slechts een zeer klein deel verkoopbaar. Dit verdienmodel bleek daarom niet levensvatbaar en na anderhalf jaar flopte het project.¹⁰ Ook het ANP paste in 2012 de samenwerking met NU.nl aan door niet meer te selecteren uit alle ingezonden amateurfoto's maar alleen foto's te kiezen die gemaakt werden door een klein aantal vooraf op kwaliteit geselecteerde fotografen.

De amateurfotografie, als een vorm van burgerjournalistiek, krijgt kortom geleidelijk een plaats in de reguliere journalistieke media. Een verdere legitimering van deze ontwikkeling is de speciale vermelding die WPP sinds 2010 toekent aan een nieuwsfoto die niet door een persfotograaf gemaakt kon worden. Let wel, deze speciale vermelding geldt de foto, en nadrukkelijk niet de fotograaf.¹¹ Amateurfotografie honoreren als serieuze nieuwsproducent ligt gevoelig bij de professionals, vandaar deze zorgvuldige afweging van de organisatie. De kritiek geldt niet alleen de vaak gebrekkige kwaliteit van de foto's, maar de amateurfotografen worden ook beticht van broodroof. Zij leveren hun foto's dikwijls gratis of voor een geringe prijs aan, terwijl professionals er hun brood mee moeten verdienen.

Het kwam Wegener in 2006 op dezelfde soort kritiek te staan toen het verslaggevers van de Nijmeegse stadsredactie van *De Stentor* voorzag van een Nokia-telefoon/camera. Zo konden zij een nieuwsgebeurtenis vastleggen, net als de fotograferende burger en dus meestal sneller dan een fotograaf die er vaak achteraf bij geroepen wordt. Terwijl het aantal amateurfoto's in landelijke dag- en weekbladen beperkt blijft, lijken lokale media steeds meer foto's te plaatsen die niet afkomstig zijn van beroepsfotografen. Vooral foto's van evenementen én het weer, zijn populair. Twee jaar na de invoering van het experiment schatte de chef van een regionale editie van *De Stentor* dat een derde van de foto's een zogenaamde Nokia-foto is.¹²

De steeds betere camera's in mobiele telefoons, snellere mobiele internetverbindingen en de opkomst van sociale media - waar veel mensen hun foto's plaatsen - maken speciale platforms voor amateurfotografie overbodig. Omdat het tijdstip waarop een foto is gemaakt en de GPS-coördinaten van de locatie van de maker worden meegestuurd met de foto, kunnen redacteurs met slimme zoekinstrumenten foto's vinden van mensen die op het juiste moment in de buurt waren van een belangrijke nieuwsgebeurtenis. Via Twitter, Facebook of Instagram kunnen zij de maker

10 Stronks, J. (2008), Waarom *Skoeps* niet werkt en wat dan wel werkt, *De Nieuwe Reporter* <http://www.denieuwereporter.nl/2008/05/waarom-skoeps-niet-werkt-en-wat-dan-wel-werkt/> Laatste bezocht 12 september 2014.

11 Zarzycka, M., & Kleppe, M.. (2013). Awards, Archives, and Affects: Tropes in the World Press Photo Contest 2009 - 2011. *Media, Culture & Society* 35(8), 977-995. <http://repub.eur.nl/pub/50361>

12 Knoop, B. (2008), Nokia foto's sluipen regio-krant binnen, *De Nieuwe Reporter* <http://www.denieuwereporter.nl/2008/07/nokia-foto%E2%80%99s-sluipen-regio-krant-binnen/> Laatste bezocht 14 september 2014.

vrijwel direct vragen of zijn of haar foto gepubliceerd mag worden. De meeste mensen zijn vereerd wanneer hun foto op de website van de NOS, *de Volkskrant* of *De Telegraaf* is te zien en dus staan deze foto's vaak al binnen enkele minuten online.

Door de opkomst van breedbandinternet en snellere camera's, produceren fotojournalisten meer foto's dan ooit. In 1995 ontving *de Volkskrant* elke dag 250 foto's van persbureaus en in 2002 1300 foto's. Dit aantal loopt verder op tot 10.000 in 2006 en 15.000 in 2014. Overigens betekent dit niet dat de bladen ook meer ruimte bieden aan persfoto's. Onze inhoudsanalyse toont dat er weliswaar meer foto's worden geplaatst, maar dat de omvang van de foto's vanaf 1977 eerder is afgenomen (grafiek 2).

Daarentegen is het aantal nieuwsplatforms waarop persfoto's worden geplaatst vanaf 1995 sterk toegenomen. Vanaf dat moment konden foto's ook online worden geplaatst. Het *Eindhovens Dagblad* lanceerde als eerste dagblad in Nederland, een website. Vier jaar later werd NU.nl opgericht, een online nieuwsplatform (zonder papieren variant). Met de introductie van online nieuws groeit weliswaar het aantal publicatiemogelijkheden, maar paradoxaal genoeg leidt dit niet tot een betere financiële positie van de persfotograaf, integendeel. Vanaf het begin hoefden mensen niets te betalen voor online nieuws en dus betalen redacties ook weinig tot niets voor foto's. Samen met de krimpende advertentiemarkt voor gedrukte media, zorgt dit voor een daling in de vergoeding voor persfoto's. Hoewel concrete getallen ontbreken, klagen fotografen structureel over een verschraling van hun salaris. Wellicht is dit een van de gevolgen van de aanzienlijke daling van het aantal fotografen in vaste dienst, een trend overigens die ook voor andere journalisten geldt.¹³

De weinig rooskleurige situatie waarin persfotografen zich in de huidige tijd bevinden, laat zich nog het best illustreren via de ontwikkelingen op de markt van fotopersbureaus. Het eerste teken aan de wand was de neergang, in 2003, van het Nederlandse fotopersbureau ABC Press. Het in 1932 opgerichte bureau was gespecialiseerd in fotoreportages uit het buitenland. De inkomsten van het bureau daalden echter toen na 2001 de advertentiemarkt instortte en de belangstelling voor buitenlandse foto's afnam. Een belangrijke reden was dat ABC Press te laat een online database aanbood waarin redacteuren vanaf de redactie naar foto's konden zoeken.

De sluiting van ABC Press kwam vlak na het moment dat in de westerse wereld een aantal grote bureaus allerlei partijen opkocht. Het door Bill Gates opgerichte Corbis kocht het Franse persbureau Sygma en het Bettman Archief waarin zich een groot deel van United Press International Collectie bevond. Getty Images was in 1995 opgericht en ging niet alleen samenwerken met onder andere Agence France Press (AFP) maar kocht al snel bureaus op die gespecialiseerd waren in sport en *celebrity*-fotografie en tevens de Hulton Press Library waarin het BBC-fotoarchief zich bevindt.

¹³ Pleijter, A., Gierstberg, F. (2011) *Fotojournalistiek in perspectief. Een onderzoek naar fotojournalisten en beeldredacties* <http://www.persinnovatie.nl/6917/nl/onderzoek-toekomst-en-rol-fotojournalistiek> .

In Nederland vonden vergelijkbare ontwikkelingen plaats, waardoor drie bureaus de huidige markt voor persfotografie zijn gaan beheersen. Het eerste bureau is Hollandse Hoogte (1985), dat zowel gespecialiseerd is in nieuwsfoto's als in opdrachtfoto's voor bedrijven. In 2002 nam het Transworld Features over en in 2007 RBP Press, bovendien vertegenwoordigt het talloze buitenlandse fotobureaus waaronder het prestigieuze Magnum. Het tweede bureau, het ANP, is de belangrijkste speler op het gebied van binnenlandse nieuwsfotografie en vertegenwoordigt eveneens een aantal grote internationale persbureaus, in dit geval AFP, Deutsche Presse Agentur (DPA) en Belga uit België. De twee andere grote persbureaus Reuters en Associated Press (AP) worden in Nederland vertegenwoordigd door de derde grote speler, Novum Nieuws, dat vooral berichten en foto's levert aan websites en ook gegroeid is door acquisities van Threesixty Entertainment in 2009 en fotopersbureau WFA in 2010. De vele samenwerkingen en overnames in een periode van tien jaar laten zien hoe zeer de fotografiemarkt in beweging is en zoekende is naar oplossingen voor afnemende inkomsten.

Ondanks het economische zware tij voor fotografen en bureaus, is de maatschappelijke waardering voor fotografie toegenomen. Door de erfenis van amateurfotograaf Hein Wertheimer kon in Rotterdam het Nederlands Fotomuseum verder groeien, terwijl in Amsterdam het museum Foam ontstond en in het Haagse Gemeentemuseum werd het Fotomuseum Den Haag geopend.¹⁴ Fotofestivals zoals Noorderlicht in Groningen, het Naarden fotofestival en Breda Photo trekken veel bezoekers, evenals de rondreizende tentoonstellingen van de Zilveren Camera en de in Nederland gevestigde World Press Photo. Ook de interesse van Nederlandse wetenschappers voor fotografie neemt toe getuige het aantal proefschriften dat de afgelopen tien jaar is verschenen.¹⁵ Ook biedt het wetenschappelijke tijdschrift *Depth of Field* een platform om resultaten te publiceren van onderzoek naar fotografie in de Lage Landen. Kranten publiceren bovendien regelmatig recensies van fotoboeken en tentoonstellingen en in *de Volkskrant* leert Hans Aarsman lezers kritisch naar foto's te kijken in zijn populaire rubriek de 'Aarsman Collectie'. s

Opvallend aan dit maatschappelijk reveil is de aandacht voor persfotografie. Hoewel dit type fotografie nadrukkelijk afwezig is in het standaardwerk over de Nederlandse fotografie *Dutch Eyes*, weten fotografen steeds beter hun weg te vinden naar musea en galleries.¹⁶ Hier hangen niet zo zeer de harde nieuwsfoto's maar eerder

14 Kleppe, M., & Beunders, H.J.G. (2010). Een plaatje bij een praatje of bron van onderzoek? *Groniek: Gronings historisch tijdschrift*, 187, 121–139. <http://hdl.handle.net/1765/21692>

¹⁵ Altena, M. (2003) *Visuele strategieën – Foto's en films van fabrieksarbeiders in Nederland (1890-1919)* (Amsterdam); Bijl, P. (2011) *Emerging Memory: Photographs of colonial atrocity in Dutch cultural remembrance* (Utrecht); Kleppe, M., *Canonieke Icoonfoto's. De rol van (pers)foto's in de Nederlandse geschiedschrijving* (Rotterdam) <http://repub.eur.nl/pub/38912>; Rooseboom, H. (2008), *De schaduw van de fotograaf – Positie en status van een nieuw beroep: Fotografie in Nederland 1839 – 1889* (Leiden); Tops, E. (2001), *Foto's met gezag. Een semiotisch perspectief op priesterbeelden 1930-1990* (Nijmegen).

¹⁶ Bool, Flip, Boom, Mattie, Gierstberg, Frits et al (2007), *Dutch Eyes. A critical history of photography in The Netherlands* (Zwolle 2007).

foto's met een documentaire inslag. In 2010 werd zelfs de *Dutch Doc Award* opgericht, een prijs voor het beste Nederlandse documentaire project dat met een geldprijs van twintigduizend euro in een keer de grootst haalbare Nederlandse prijs is voor fotografen. De ogenschijnlijk groeiende aandacht van fotografen voor dit genre fotografie illustreert de zoektocht naar alternatieve bronnen van inkomsten. Fotografen als Geert van Kesteren en Kadir van Lohuizen begonnen als persfotograaf maar werken inmiddels grotendeels als documentaire fotograaf. Van Kesteren werkte als persfotograaf in veel oorlogsgebieden waar hij nieuwsfoto's maakte. Hij bundelde deze in onder andere het boek *Why, Mister Why?* waarvan de foto's ook getoond werden in nationale en internationale musea (ill.6).



Ill. 6: De omslag van het boek *Why, Mister Why?* van Geert van Kesteren met daarin foto's van zijn verslaggeving van de situatie in Irak in 2003 en 2004.

Kadir van Lohuizen is een goed voorbeeld van het type fotograaf dat op zoek is naar nieuwe verdienmodellen en manieren om zijn verhalen te vertellen. Toen hij merkte dat kranten steeds minder betaalden voor zijn foto's begon hij samen met een aantal collega's het agentschap NOOR dat foto's niet alleen verkoopt aan kranten, tijdschriften en websites maar ook samenwerkt met NGO's zoals Artsen Zonder Grenzen. Dergelijke organisaties zetten steeds vaker foto's in voor campagnes waarmee zij het publiek bewust willen maken van bepaalde problemen in de wereld. Het mes snijdt hier aan twee kanten, organisaties als deze zijn daardoor een steeds belangrijker opdrachtgever voor fotografen. Tegelijk brengt deze ontwikkeling nieuwe ethische journalistieke vragen met zich mee. Want in hoeverre kan een fotojournalist nog onafhankelijk werken als hij betaald wordt door bijvoorbeeld Greenpeace?

Voor Van Lohuizen zijn andersoortige opdrachtgevers (dan de pers) en andere verdienmodellen ook een manier om te experimenteren met nieuwe narratieve vormen. Voor zijn project *Via Pan Am* reisde hij van de zuidelijkste punt van Zuid-Amerika naar de VS om de immigratiestromen in kaart te brengen. Behalve foto's maakte hij uitgebreide video- en radioverslagen. Deze multimediale aanpak leverde hem een nieuw soort afnemers: de radioverslagen werden uitgezonden door de VPRO, foto's werden geplaatst in kranten en tijdschriften, terwijl de video's beschikbaar waren via een iPad app die hij speciaal voor zijn reis ontwikkelde en vijf euro kostte (ill.7).



Ill. 7: Afbeeldingen van de iPad app *Via PanAm* van Kadir van Lohuizen

Hoewel het nog maar afwachten is in hoeverre multimedia producties zullen aanslaan bij het grote publiek kiezen steeds meer fotografen voor deze benadering, al dan niet in samenwerking met schrijvende journalisten. De groeiende belangstelling is ook te zien bij fotografiewedstrijden. De Zilveren Camera reikt sinds 2011 de Canonprijs uit voor vernieuwende fotojournalistiek en bij World Press Photo wonnen de Nederlandse fotografe Ilvy Njiokiktjien en journaliste Elles van Gelder in 2012 als eerste Nederlanders een prijs in de multimediawedstrijd, met een reportage over blanke Zuid-Afrikaanse jongeren die een 'verdedigingskamp' bezoeken waar ze zich leren verdedigen tegen 'de zwarte vijand'.

Een nieuwe trend werd geïntroduceerd met het multimediale *The Sochi Project* van fotograaf Rob Hornstra en schrijver Arnold van Bruggen (ill.8). In 2009 begonnen zij met het documenteren van de gebieden rond Sochi waar in 2014 de Olympische Winterspelen werden georganiseerd. Tijdens het project vervaardigden zij niet alleen boeken maar ook een krant. Hun foto's en artikelen werden gepubliceerd in kranten en tijdschriften en ten slotte ronden zij het project af met een online documentaire, een boek en een serie tentoonstellingen in internationale fotomusea.



Ill. 8: De tentoonstelling van *the Sochi Project* in Fotomuseum Antwerpen in 2014. Bron: Guy Voet/FoMu

Uniek was dat zij als één van de eerste in Nederland hun project deels bekostigden met behulp van *crowdfunding*. Mensen die geïnteresseerd waren in het project konden geld doneren en afhankelijk van de hoogte van hun gift kregen ze een boek of andere tegenprestatie. Met dit model lijken Hornstra en Van Bruggen een trend te hebben gezet onder fotografen die zoeken naar financiers voor langdurige projecten. De urgentie om naar nieuwe financiële middelen te zoeken is evident nu ondersteuning vanuit de traditionele media is weggevallen. Hoewel de hele culturele sector de mogelijkheden van *crowdfunding* aftast en het voor de initiatiefnemers zeer arbeidsintensief blijkt te zijn, lijkt het voor fotografie toch één van de mogelijke middelen te zijn om fotoprojecten te financieren.

Geschiedenis en toekomst

De meest recente ontwikkelingen laten opnieuw zien hoezeer de fotografie, als techniek, als journalistieke cultuur, als populair medium en als beroepsgroep, zichzelf continue heeft moeten heruitvinden of herdefiniëren. Het zijn diezelfde vier pijlers, de techniek voorop, die fotojournalisten nog steeds dwingen én stimuleren om op hun positie in het medialandschap te reflecteren. Maar hoe belangrijk techniek dan ook is als voorwaarde scheppende factor, het is zeker niet de belangrijkste motor. Na het Meisenbach-procedé duurde het ruim twee decennia voordat de dagbladen voor de persfotografie gewonnen waren; na de ontwikkeling van kleurenfotografie, behield zwart-wit nog lang haar prominente positie in de beeldjournalistiek; en zelfs de digitale techniek werd niet spoorlags in praktijk gebracht. Eigenaren en (hoofd)redacties van nieuwsmedia besluiten of en wanneer innovaties geïmplementeerd worden. Hierbij spelen financiële overwegingen een belangrijke rol en dat impliceert weer dat zowel het publiek als sommige maatschappelijk-culturele conventies doorslaggevende factoren zijn in de handhaving van een bepaalde technologie.

Het beeld heeft hoe dan ook het pleit gewonnen. Maar het paradoxale is dat ondanks het feit dat de fotojournalistiek een onafscheidelijk deel is geworden van de nieuwsproductie in alle media, en zij bovendien aan status heeft gewonnen, fotojournalisten zelf, als beroepsgroep, moeite hebben het hoofd boven water kunnen houden. Aan vindingrijkheid heeft het in elk geval nooit ontbroken, van de eerste Nederlandse persfoto's in de *Katholieke Illustratie* tot aan het multimediale crowdfunded *Sochi Project*.

Literatuur

Bool, Flip, Boom, Mattie, Gierstberg, Frits et al (2007), *Dutch Eyes. A critical history of photography in The Netherlands*. Zwolle: Waanders.

Bool, Flip & Broos, Kees (1979). *Fotografie in Nederland 1920-1940*. Den Haag: Staatsuitgeverij.

Kester, Bernadette (2012). Breuk en continuüm. Erich Salomon en de personalisering van de politiek in geïllustreerde tijdschriften. *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 2/2012, <http://www.tmgonline.nl/index.php/tmg/article/view/28/73>.

Kleppe, Martijn (2013). *Canonieke icoonfoto's. De rol van (pers)foto's in de Nederlandse geschiedschrijving*. Delft: Eburon. <http://repub.eur.nl/pub/38912>.

Kleppe, Martijn & Baars, Freek (2011). De eerste Nederlandse persfoto. *Fotografisch Geheugen* (69) 4 -7 <http://repub.eur.nl/pub/22606/>.

Kok, R., H. Selier & E. Somers (1993). *Fotografie in bezettingstijd. Geschiedenis en beeldvorming*. Zwolle: Waanders.

Leijerzapf, Ingeborg (1978). *Fotografie in Nederland 1839-1920*. Den Haag: Staatsuitgeverij.

Luijendijk, Tineke & Louis Zweers (1987). *Parlementaire fotografie ... van Colijn tot Lubbers*. 's-Gravenhage: SDU.

Rooseboom, Hans (2008). *De schaduw van de fotograaf. Positie en status van een nieuw beroep: fotografie in Nederland 1839-1889*, Leiden: Primavera Pers.

Wisman, Bram (1994). *Argusogen. Een documentaire over de persfotografie in Nederland*. Amsterdam: Voetnoot.

De auteurs bedanken Laura van Zeijl MA, die het kwantitatieve foto-onderzoek uitvoerde. De auteurs zijn verantwoordelijk voor de analyse.