

Jan van Oudheusden en Jos Trippensee

Altijd goed in de markt

Veel docenten hebben in september en oktober hun videorecorder aan het werk gezet om de Teleac-serie over de Vereenigde Oost-Indische Compagnie op te nemen.

Sinds de bouw van replica's van de Amsterdam en de Batavia is de belangstelling voor onze eerste multinational belangrijk toegenomen. En in november verzorgt de NOT, die sinds kort met Teleac gefuseerd is, twee schooltelevisie-programma's over de VOC. Voor KLEIO dus reden te over om een gesprek te hebben met de vrouw achter deze producties.

Els Jacobs publiceerde in 1991 *Varen om peper en thee* (besproken in KLEIO, jrg.33 (1991) no.8, 31) en tekent, behalve voor de historisch-inhoudelijke kant van de beide televisieprogramma's, ook voor het boek bij de tv-serie, met de vlakke titel *De Vereenigde Oost-Indische Compagnie*. Zij is verbonden aan de vakgroep geschiedenis van de Leidse universiteit.

Kleio: Vanwaar die fascinatie met de VOC?

'Wat mijzelf betreft: toeval! Ik zocht indertijd naar een geschikt onderwerp voor een proefschrift. Ik vond het onderwerp VOC op zich niet zo spannend, want dat kende iedereen al. Ik wilde eigenlijk schrijven over de Nederlandse handel op Azië in de negentiende eeuw. Maar daar lag een bronnenprobleem. Collega's raadden me aan dan maar de VOC te nemen, dan had ik dat probleem niet. Waarom er bij het publiek zo'n fascinatie met de VOC bestaat? Je kunt dat niet gemakkelijk verklaren, maar ik denk dat twee zaken van belang zijn. Allereerst speelt de bouw van die twee schepen een belangrijke rol. Je kunt ze

bezoeken; ruige verhalen en zeeman-sellende, dat spreekt tot de verbeelding. En er is nog iets anders. Het bedrijfsleven durft zich weer met de activiteiten van de VOC te identificeren. Lange tijd was dat sponsors niet zo sjiek. De VOC was een multinational, Jan Pieterszoon Coen had bloed aan zijn handen, daar kon je niet mee voor de dag komen. Over onze koloniale geschiedenis werd lange tijd niet geschreven. Dat was besmet terrein. Maar vandaag de dag is zakelijkheid weer in; het fenomeen van een multinational die over de hele wereld handel heeft gedreven, dat mag weer. Bedrijven tuimelen over elkaar heen om hun producten in VOC-verpakking te verkopen. Ze zijn bereid VOC-activiteiten te sponsoren. Zo komt

de Compagnie vanzelf onder de aandacht van het grote publiek.'

Coen

Kleio: Jan Pietersz. Coen was keurig ingepast in dat verhaal over bedrijfsvoering.

'Ik heb met deze serie duidelijk ervoor gekozen niet het ontstaan van het bedrijf te vertellen, want dat staat al in alle schoolboekjes. Ik heb heel bewust daar willen beginnen waar het bekende verhaal ophoudt. Natuurlijk moet je over het ontstaan van het bedrijf vertellen, maar dat is ondergeschikt aan het functioneren ervan. Dus we

zoemen niet in op Jan Pietersz. Coen, al mochten we hem natuurlijk niet weglaten.'

Het fenomeen van een multinational die over de hele wereld handel heeft gedreven, dat mag weer. Bedrijven tuimelen over elkaar heen om hun producten in VOC-verpakking te verkopen.

Kleio: Waar ben je nadrukkelijk wél op ingezoomd?

'Kijk, als je aan zo'n serie begint, dan moet je - net als wanneer je een les gaat opzetten - nadenken over de vraag: Wat is nu mijn boodschap, wat wil ik dat de kijkers straks meenemen? Nu, ik wil heel graag duidelijk maken dat de VOC een handelsbedrijf was. Alle andere gezichten die het bedrijf had: zending, onderwijs enzovoort, die komen allemaal voort uit het handel drijven. Vandaar ook dat we in elke aflevering één bepaald product eruit lichten. In de eerste aflevering was dat peper. De tweede draaide om foelie en nootmuskaat, de derde om kruidnagel. Dat snappen de mensen nog wel. Maar daarna kwam ook textiel, koffie, thee, opium. Dat zijn producten die velen nou niet direct met de VOC associëren. Zolang je de mensen blijft verrassen, is dat een trommel waar ik nog op kan blijven slaan.'

Kleio: Is het boek bij de Teleac-uitzending wezenlijk iets anders dan je 'Varen om Peper en Thee'?

'Het Teleac-boek is tweemaal zo dik en geeft dus tweemaal zoveel informatie. Maar de structuur is niet wezenlijk anders. Ik kan nu niet iets heel anders beweren over zeg de bestuursstructuur van de VOC, of de route naar Azië, dan zes jaar geleden. Maar er staan veel meer persoonlijke verhalen in. In het nieuwe boek staat bijvoorbeeld ook het hele verhaal over de rampreis van de Batavia. Dat is verteld vanuit de bewindhebber. Dat is minder abstract, veel persoonlijker. En er zit veel meer

Azië in. Want *Varen om Peper en Thee* werd geschreven voor het Nederlands Scheepvaartmuseum in Amsterdam; dat heeft nauwelijks Aziatische voorwerpen in de collectie. De maritieme kant van het verhaal stond voorop: de reis van het schip. Dat is hier veel minder. En sinds 1991 is er ook wel weer het een en ander over de VOC gepubliceerd, dat vind je in mijn nieuwe boek terug.'

Els Jacobs wil nog wel eens extra benadrukken, dat de serie gaat over de Nederlanders in Azië. De Aziatische geschiedenis als zodanig was geen onderwerp. De Aziatische bevolking komt alleen in beeld in interactie met de Europeanen.

De stam en de takken

De link tussen de Teleac-serie en de NOT-uitzendingen zit vooral in het beeldmateriaal. Datgene wat de producent verzamelde voor de volwassenen-serie, kon ook voor de schooltelevisie gebruikt worden. Els Jacobs hoefde niet alwéér met een cameraploeg de halve wereld rond voor het beeldmateriaal. Maar er is wel een nieuw scenario voor de NOT geschreven. De centrale figuur is een weesjongen die bij de VOC gaat werken.

De jongen raakt doordat hij in het reisverslag van Bontekoe zit te lezen gefascineerd door Azië. Hij woont in Delft, hij ziet de schepen terugkomen, hij ziet de pakhuizen. Hij wil graag naar Indië. Hij maakt inderdaad een reis naar Azië en komt terug als als een hele rijke schipper. De weesjongen heette Jacob

De Vereenigde Oost-Indische Compagnie



van den Berg en hij is een historisch figuur; dat hij als rijke schipper terugkwam, is historisch ook juist.

Kleio: Wat vind je dat leerlingen van de VOC moeten weten?

'Ik vind dat leerlingen moeten weten dat de VOC een handelsonderneming was die in Azië handel dreef. En ze moeten haar in de tijd kunnen plaatsen. Al het andere is meegenomen. Het is voor mij als een boom. De stam, dat is het handelsbedrijf. De takken, daarvan zou ik liefst zien dat leerlingen er zoveel mogelijk van weten, maar je moet realistisch zijn. Er zit een tak 'scheepvaartbedrijf' aan. Ze moeten verder wat van de handelsproducten



Els Jacobs in gesprek met Kleio-redacteur Jos Trippenzee.



Els Jacobs:

*'Ik wil heel
graag
duidelijk*

*maken dat de VOC een
handelsbedrijf was'.*

34

kennen. Dat ze niet roepen: 'het gaat om slaven', of, zoals je op straat de mensen hoort zeggen: 'Het ging om peper en zout'. Ik zou het leuk vinden als leerlingen thee noemden; dat ze weten dat het niet alleen bij die specerijen bleef. Ik zou het ook heel aardig vinden als ze wisten dat er in Azië zo'n heel bedrijf bestond, dat was namelijk het uitzonderlijke van de VOC.'

Kleio: In schoolboekjes wordt benadrukt, dat de VOC de eerste NV is.

'Dat is de financiële kant. Wat ze moeten weten is, dat het een risicovolle onderneming was. In die context. Als je iets nieuws begint, doe je dat niet alleen, maar met elkaar, het liefst met zoveel mogelijk mensen die ieder voor een stukje bijdragen in een reis. Dat was toen gebruikelijk, ook voor de handel in Europa. Het bijzondere was dat het op zo'n grote schaal gebeurde, en dat er continuïteit was op lange termijn. Niet elke huishoudster stak overigens haar spaarcentjes zomaar in de VOC. Dat moest dan al een huishoudster zijn van een VOC-directeur! En mensen zoals een linnenwever, die op een of andere manier producten leverde aan de scheepvaart.'

voor de bevolking voldoende inzat, kon de VOC 'uitbuiten'. En voor die bevolking zat er altijd wel iets in, waar ze beter van werden. De discussie is: hadden die mensen meer moeten krijgen dan ze nu kregen?'

Kleio: En die hongi-tochten, waar schoolboekjes nogal eens de nadruk op leggen?

'Ja, dat is een mooi voorbeeld. Het ging om een herendienst, die al bestond voor de VOC er was. Alleen voor een andere heer, zoals een inheemse sultan. De VOC heeft dit zeker voor eigen doeleinden aangewend en die mensen dus misbruikt. Je kunt veel voorbeelden ernaast zetten van inheems machtsmisbruik. Maar als je te zeer gaat relativiseren, loop je weer het gevaar dat je het wegpoetst.'

De productie

Els geeft toe, dat met name de eerste uitzendingen een grote informatiedichtheid kenden. Dat Nova Zembla er bijgehaald moest worden, had te maken met de hoeveelheid visueel materiaal, maar vooral met het feit, dat het grote publiek het Behouden Huis wel kent, maar nooit associeert met de VOC. Het had wel zonder gekund. Na

Kleio: Mag je het woord 'uitbuiting' nog gebruiken om de VOC-activiteiten in Azië te typeren?

'Op sommige plekken is dat gebeurd. Toch heb ik er moeite mee dat begrip te hanteren. Omdat je daarmee suggereert, dat dat uitbuiten zomaar kon. Dat wij Europeanen zo machtig waren, dat we daar honderden miljoenen mensen naar onze pijpen konden laten dansen. Dat is een waan-idee. Je kunt wel tijdelijk met dwang mensen tegen hun zin iets voor jou laten doen, maar geen tweehonderd jaar lang. Alléén als er

twee afleveringen wordt het allemaal een stuk gemakkelijker. Het was haar eerste televisieserie en ze verklaart een volgende keer nog scherper te zullen selecteren. De kijkers hebben wel kunnen zien, dat er behalve het geijkte materiaal ook heel wat nieuw materiaal in de serie wordt getoond. De schrijver maakt zo'n programma nooit alléén: 'Ik ben de historisch deskundige auteur, en tenslotte ook de presentator, dus het gezicht, van de serie. Ik heb ook lange lijsten met suggesties voor het beeldmateriaal gegeven, maar de regisseur maakt de keuze. Een script-schrijver maakt mijn 'verhaal' geschikt voor televisie. Een cameraploeg verzamelt al het materiaal volgens instructies en planning door de productiemanager, Mariëtte Roelvink. Weer iemand anders maakt de montage. De regisseur tekent voor het eindproduct. Tussendoor zijn nog allerlei technische specialisten aan het werk.

Tot en met de opnamen van mijn eigen presentatieteksten kon ik alles sturen. Maar bij het componeren van de afleveringen was ik niet betrokken.'

Kleio: Wat vind je zelf van de afleveringen die je nu weer ziet, met die afwisseling van beelden?

'Het heeft iets conventioneels. Zo moet je nu eenmaal een programma maken, want de regisseur en andere 'makers' van het programma voelen prima aan hoe je de hedendaagse televisiekijker, die tegenwoordig bij het minste of geringste wegzapt, moet vasthouden. Toch staan we ook wel eens wat langer stil bij bepaalde voorwerpen. Maar van sommige zaken hadden we geen afbeeldingen. De makers losten dit soort problemen vaak heel creatief op. Ik schrok wel eens, zo van: o jee, een achttiende eeuwse voorwerp, en we zitten nog in de zestiende eeuw! Maar dat ziet het grote publiek niet. Ik zou wel met collega's willen discussiëren over de vraag: Hoe zuiver moet je hierin zijn? Bij absolute zuiverheid kun je zo'n televisieprogramma niet meer maken. Maar waar is nu de grens?

Ik keek met bijzonder en toenemend genoegen naar het resultaat. De eerste aflevering zit boordevol informatie, en de tweede handelt over een lastig onderwerp; ik had zo iets van: als de mensen de derde aflevering maar halen, want daarna blijven ze alle overige afleveringen beslist wel afkijken!'