

# Sinterklaas en de komst van de kerstman

Decemberfeesten in postmodern Nederland tussen eigen en vreemd\*

John Helsloot

*Wij hebben niks met Spanje,  
ook Sinterklaas niet meer,  
of appeltjes van Oranje:  
de kerstman brengt ons meer!*

Deze tekst werd vorig jaar door een mevrouw uit Oegstgeest ingestuurd naar *NRC Handelsblad* na een oproep van deze krant om een nieuwe versie van het *Wilhelmus* te dichten. Het vers is natuurlijk grappig bedoeld, maar de ondertoon is onmiskenbaar ook ernstig. Evenals het buitenlands beleid was het nationale gevoel, de nationale identiteit, blijkbaar aan 'herijking' toe in het licht van veranderde omstandigheden. Of misschien wel als gevolg van een kleine crisis, telkens in de maand december, in het nationale zelfbeeld. Immers, Sinterklaas, symbool van wat 'typisch Nederlands' is – 'Sinterklaas is net zo Nederlands als molens en tulpen' –, moet als gever van geschenken in de 'onvaderlandse' kerstman zijn meerdere erkennen. Dit is althans het beeld dat sinds enkele jaren wordt opgeroepen in commentaren en berichten in de media. 'Misschien kan een gezamenlijk gevoelde bedreiging in de persoon van de Kerstman er toe bijdragen dat het draagvlak voor het Sinterklaasfeest niet verder afbrokkelt', schreef Louise Groenman, lid van de Tweede Kamer en sociologe. Ook de schrijver Nicolaas Matsier stelde zich in kranteartikelen duchtig teweer: 'Hoe heeft het zover kunnen komen? En moeten wij dat maar lijdelijk aanzien?' Door de onstuitbare komst van de kerstman wordt blijkbaar een snaar in de Nederlandse volksziel geraakt, met een sterke afweerreactie als gevolg.<sup>1</sup>

Voor cultuurwetenschappers is dit geen onbekend verschijnsel. Löfgren rekent een uitspraak als van Groenman tot het 'vertoog over de desintegratie van de nationale cultuur'. Talrijke studies van volkskundigen, historici en

\* Een eerdere versie van deze lezing werd gehouden op de 4th Conference of the International Society for the study of European ideas, Graz 22-27 augustus 1994.

<sup>1</sup> Door mw. J.C. Sleeboom, *NRC Handelsblad* 16-9-1995; Ruud Spruijt, *Alkmaarse Courant* 29-11-1993; *NRC Handelsblad* 4-12-1992, 14-11-1992. Matsiers artikelen werden in 1995 gebundeld.

antropologen hebben laten zien dat in tijden van crisis of snelle economische, sociale of culturele veranderingen het besef van nationale of regionale identiteit wordt geactiveerd en expressie vindt in symbolen, stereotiepe voorstellingen en rituelen. Daarin vinden mensen een houvast wanneer zij zich bedreigd voelen en hun richtinggevoel kwijt zijn. De jaren zeventig waren een voorbeeld van een dergelijke periode. Toen viel in heel Europa een opbloei waar te nemen van allerlei feesten en soms opnieuw 'uitgevonden' rituelen die het gemeenschapsgevoel en de eigen identiteit beoogden te versterken. Thans doen zich deze emotionele spanning en onzekerheid, in Nederland en elders, opnieuw voor.<sup>2</sup> Talrijke publikaties over de nationale identiteit, wetenschappelijke en in de media, illustreren dit.<sup>3</sup> Vanuit een andere invalshoek kan met Cohen gesproken worden over 'cultureel totemisme'. Een bepaalde 'totem' symboliseert de identiteit van een gemeenschap en het contrast daarvan met andere groepen. Betreden vreemdelingen de sociale ruimte van de gemeenschap, dan komt dit zelfbeeld ter discussie te staan en ontstaat vrij gemakkelijk een gevoel van bedreiging. Veranderingen worden vereenzelvd met 'verlies' van identiteit. Dit roept een reactie op, in de vorm van een soms agressief benadrukken van wat men als kenmerkende verschillen beschouwt. Löfgren heeft erop gewezen dat de rituelen en symbolen, waarin deze spanningen tot uitdrukking komen, op het nationale vlak doorgaans sterk emotioneel geladen zijn. Bovendien is in deze gevoelens een zekere hiërarchie te onderscheiden: sommige gevoelens zijn 'nationaler' of hebben een grotere emotionele lading dan andere. Deze spanning en competitie tussen gevoelens zijn ook zichtbaar bij de huidige crisis rondom de decemberfeesten. Vaak kan men horen dat 'het sint-gevoel' iets heel anders is dan 'het kerst-gevoel.' Nicolaas Matsier hield daarom een pleidooi voor de oprichting van een 'Stichting Sinterklaasgevoel'.<sup>4</sup>

Verscheidene onderzoekers, uit landen die alleen kerstmis kennen, hebben opgemerkt dat klachten, dat dit feest niet meer is wat het geweest is, eenvoudig ook tot de kerstraditie horen. Daar doet zich de spanning voor tussen het streven naar behoud van de authenticiteit van de viering en de invloed van de commercie die daaraan afbreuk zou doen, en wordt getreurd over ontoelaatbaar functieverlies van het feest.<sup>5</sup> Dat biedt ruimte voor een relativerend standpunt, dat ook – balancerend op de grens

2

Löfgren 1989, 17; bijv. Korff 1980, Hörandner en Lunzer 1982, Assion 1986, Van der Kooi 1990, Daxelmüller 1991, Boissevain 1991, 1992, Post 1991, Van Ginkel 1995b, 72-78 en in het algemeen Dundes 1989; vgl. Zijderveld 1991, 42, en voor Zweden en Engeland, Daun 1993, 7, Johnson 1993, 106.

3

Recent bijv. Koch en Scheffer 1996. Zie voor overzichten, Van Ginkel 1995a, 1996.

4

Cohen 1985, 109, 40; Löfgren 1989, 15; *NRC Handelsblad* 5-12-1992.

5

Pimlott 1978, 179, Löfgren 1993, 218, 222, 232, Kuper 1993, 168.

tussen cultuuranalyse en cultuurkritiek – ingenomen kan worden bij de analyse van de publieke discussie thans over decemberfeesten in Nederland. Dat vindt bovendien steun in het gegeven dat de strijd over het voor en tegen van Sint en kerst in Nederland eveneens een betrekkelijk lange traditie kent, en al dateert uit de jaren vijftig van de vorige eeuw. Enerzijds speelden daarbij religieus-politieke argumenten een rol – de toenmalige liberalen zagen in de vooral bij orthodoxe protestanten geliefde kerstviering met de uitdeling van geschenken een bedreiging voor Sinterklaas –, anderzijds nationalistische – de uit Duitsland afkomstige kerstviering bedreigde de traditionele, inheemse sinterklaas. Tegelijk werd echter gepleit voor een naast elkaar bestaan van beide feesten. De eerste discussie heeft haar betekenis inmiddels goeddeels verloren – al was er tot in de jaren zestig verzet tegen Sinterklaas in orthodoxe gemeenten – de tweede duurt, zij het onder veranderde omstandigheden, nog steeds voort. Daarmee wil niet gezegd zijn, zoals Löfgren terecht opmerkt, dat er hier ‘niets nieuws onder de zon is.’<sup>6</sup>

De huidige decembercrisis is ongeveer vijf jaar geleden ontstaan. Toen bereikten al langer sluimerende irritaties een expressief hoogtepunt. Daar was een ondubbelzinnige aanleiding voor: eind jaren tachtig overtroffen de uitgaven voor Kerstmis voor het eerst die voor sinterklaas. Volgens het Nederlands Christelijk Ondernemersverbond werd in de jaren 1991-1993 in winkels en warenhuizen zelfs negen miljard gulden besteed in de periode tussen sinterklaas en Kerstmis, tegen zo’n tweeëneenhalf miljard gulden in die voorafgaand aan sinterklaas.<sup>7</sup> Het waren ontvullende en dramatische feiten, die niet ten onrechte vertaald werden in de slagzin: ‘de kerstman rukt op’.

In de botsing en competitie tussen de figuren van Sinterklaas en de kerstman als gever van geschenken – vanzelfsprekend wordt daardoor niet meer dan een facet van beide feesten belicht – vertalen zich verschillende voorstellingen, belangen en gevoelens, in nauwe wisselwerking met de daardoor gelegitimeerde en opgeroepen praktijken. Het is juist op deze wisselwerking tussen beeldvorming en alledaagse praktijk dat ik me hier richt. Spanningen doen zich voor op twee vlakken. In de eerste plaats is er de discussie over de vraag in hoeverre de kerstman haaks staat op de Nederlandse nationale identiteit, in de tweede plaats, maar nauw daarmee verbonden, is er de

6

Dekker 1982, 166-169; zie ook Helsloot 1995, 356-358; Löfgren 1996, 54-55.

7

Trouw 24-12-1991, *de Volkskrant* 7-10-1993, *NRC Handelsblad* 23-12-1994.

strijd tussen 'cultuur en commercie'. In dit artikel geef ik eerst een, nadrukkelijk verkennend en impressionistisch, beeld van dit complexe geheel, met name in de eerste helft van de jaren negentig, maar ook met terugblikken naar het (recente) verleden. Vervolgens probeer ik het ontstaan van deze crisis begrijpelijk te maken door te wijzen op enkele algemene kenmerken van het huidige culturele klimaat, de zogenaamde postmoderne cultuur, in de westerse wereld en Nederland in het bijzonder. Mijn bronnen bestaan voornamelijk uit kranteberichten en enquêtes, in 1994 uitgestuurd door het P.J. Meertens-Instituut en door het Nederlands Centrum voor Volkscultuur.<sup>8</sup>

8  
Ik dank het ncv voor het ter inzage geven van deze enquête.

9  
De Moor 1993, 26.

### Crisis: een te vroege kerst in de etalages

Waren de genoemde gegevens over toegenomen bestedingen voor Kerstmis misschien nogal diffuus en weinig tastbaar, op straat was dit oprukken voor iedereen duidelijk merkbaar. Terecht veronderstelde De Moor 'dat "vreemde" cultuurelementen *zichtbaar* moeten zijn in het dagelijks leven van een aanmerkelijk deel van de bevolking om als bedreigend te worden ervaren'.<sup>9</sup> In de inrichting van etalages lag een belangrijke bron van onvrede. Volgens een voorlichter van het ncv werd de consument in 1993

Sinterklaasetalage in winkelcentrum Schalkwijk, Haarlem, 28 november 1988 (Foto: United Photos De Boer).



vóór 5 december 'steeds minder aangespoord om inkopen voor sinterklaas te doen. Weinig winkeliers maken een traditionele sinterklaasetalage. De gezellige sfeer is aan het verdwijnen.' Dit werd bevestigd door een onderzoek in Amsterdam, waaruit bleek dat maar één op de vijf winkeliers dat jaar iets deed aan sinterklaasversieringen. Dat is echter niet het enige: de kerstsfeer manifesteerde zich steeds vroeger. In plaats van *Zie ginds komt de stoomboot* was vaak al vóór 5 december *Jingle Bells* vanuit luidsprekers in de winkelcentra te horen. In oktober werd soms al kerstverlichting gesignaleerd en verschijnen er advertenties onder de kop 'De kerstman komt eraan!'<sup>10</sup>

Op deze manier overschreed het winkelbedrijf bij de inrichting van etalages en het interieur welbewust de grens tussen beide decemberfeesten. Deze grens blijkt in de beleving van zeer velen sterk emotioneel verankerd te zijn. Een huisvrouw in Den Bosch zei: 'Het is belachelijk. Je schrikt je toch een hoedje als je begin november de winkels in loopt en je overal wordt geconfronteerd met kerstmis.' Een vastliggend geachte structuur van de kalender wordt op deze wijze doorbroken. 'We zijn toch nog helemaal niet in de stemming. Ik vind er geen bal aan zo', zei een andere huisvrouw. Een mevrouw in Oss wees er trefend op dat 'het typisch Nederlandse Sint-Nicolaasfeest helemaal verwatert door al die kerstspullen, die nu al [eind november] in de winkels liggen'. Of zoals weer iemand anders dit verwoordde: 'Je kunt toch niet in twee stemmingen, in twee sferen tegelijk zijn.'<sup>11</sup> In de enquête van het P.J. Meertens-Instituut van 1994 is, weliswaar nogal suggestief, gevraagd of onze correspondenten ook vonden dat de kerstviering steeds vroeger begint. Bij een grote meerderheid bleek dat inderdaad het geval.

Verschillende kanttekeningen kunnen bij dit in de perceptie van velen nogal plotseling opduikende verschijnsel worden geplaatst. Het oprukken van Kerstmis in de kalender is deel van een algemener proces, dat zich bijvoorbeeld ook in de Verenigde Staten en Engeland afspeelt. Men kan dit zelfs, zoals met het *Haarlems Weekblad*, nog breder zien. 'Het sneeuwt steeds minder, de temperatuur gaat steeds verder omhoog, de winters worden steeds minder streng, en het wordt steeds vroeger kerst.' Hier is evenwel sprake van een geleidelijk proces, waarbij de gevoeligheidsdrempel steeds hoger lijkt te worden. Op de Amsterdamse bloemenmarkt lagen vorig jaar al eind oktober de eerste kerstbomen, terwijl die, zo werd gesteld, 'voorheen' pas



**Gelukkig is er nog een ECHTE Sinterklaaswinkel.**

Sint kostuums v.a. ....	<b>350.00</b>
Plet kostuums v.a. ....	<b>177.00</b>
Handschoenen v.a. ....	<b>5.95</b>
Oorringen v.a. ....	<b>6.95</b>
Sint- & Pletschmink v.a. ...	<b>3.95</b>
Veren v.a. ....	<b>1.00</b>
Plet kragen v.a. ....	<b>6.95</b>

haarwerken- en theatershop

**frans koopal**

Noorderhaven Nz 1 t.o. de Kijk in 't Jatbrug,  
Groningen, tel. 050-122722.  
's Maandags gesloten.

▲  
'Zeg Sint, zijn wij te laat? Neen Piet, de Kerstman is te vroeg.'  
Uit: *Nieuwsblad van het Noorden*  
26-11-1993.

<sup>10</sup>  
*NRC Handelsblad* 26-10-1993,  
*de Volkskrant* 7-10-1993,  
*Apeldoornse Courant* 19-10-1995.

<sup>11</sup>  
*Brabants Dagblad* 6-11-1991,  
27-11-1991.

op 6 december werden aangevoerd. Maar meer dan veertig jaar eerder werd bericht dat ze al op 9 december waren aangekomen, wat de 'Dagboekancier' in *Het Parool* het commentaar ontlokte: 'Ik vraag mij elk jaar af wie al zó vroeg een kerstboom in huis haalt.' Hij vond dat 'zoiets als Sinterklaas al 15 November' vieren.<sup>12</sup>



Tilburg, november 1991  
(Foto: Jan Stads).

Dit gevoel van onbehagen begon in de loop van de jaren zeventig intensiever te worden. 'Al enkele jaren is er in het interieur van de vestigingen van v&d en De Bijenkorf een stille revolutie aan de gang. Het accent van de feestelijke aankleding van de kooppaleizen verschuift steeds meer van Sinterklaas naar de kerstsfeer', werd in 1978 bericht. Dat jaar was De Bijenkorf 'daarin weer een stapje verder gegaan'. Afgezien van de etalages, enkele algemene punten en de speelgoedafdeling was het interieur al eind november getooid met kerstbomen en -ballen. Het jaar daarvoor was 'nog overal gewerkt met versieringen, die de dag na Sinterklaas in enkele handomdraaien in een Kerstdecor konden worden omgetoverd'. Ook bij v&d had men eind november 'alle warenhuizen meteen in een soort december sfeer gebracht'. In 1979 waren 'uit kostenoverwegingen' veel warenhuizen versierd met rood, goud en zilver, 'kleuren, die het zowel met Sinterklaas als met kerst doen, die aankleding kan dan de hele decembermaand blijven hangen.'

12

Pimlott 1978, 164, Carrier 1993, 61-62; *Haarlems Weekblad* 18-10-1995; *NRC Handelsblad* 1-12-1994, *Het Parool* 9-12-1953.

In vestigingen van De Bijenkorf hingen toen overal affiches van 'een baardige figuur met rode muts die het midden houdt tussen Sinterklaas en de kerstman'. Het veelvuldig gebruik van de kleur rood in november 1991 stond volgens De-Bijenkorfvoorlichtster Marita Hendricks voor gezellig, warm en knus, dus bij uitstek geschikt voor een wereld waarin mensen 'nergens meer echt greep op hebben'. Dezelfde vaagheid was ook te zien bij het pakpapier, de folders en catalogi – 'waarin de sfeer hangt tussen pakjesavond en Kerstmis' en bij de elektrische versieringen boven winkelstraten.<sup>13</sup>

## Vraag en aanbod

Voor deze verschuiving over de grens van 5 december heen zijn door het winkelbedrijf verschillende verklaringen gegeven, waarin – uiteraard – verwezen wordt naar de met elkaar in wisselwerking staande kwesties van vraag en aanbod. Het is hier zinvol een onderscheid te maken tussen de positie van zelfstandige winkeliers en die van het grootwinkelbedrijf. Dit laatste kan, aldus secretaris B. Bos van het Amsterdams Ondernemers Verbond in 1991, 'veel gemakkelijker op de wensen van de klanten inspelen. Voor de kleinere zaken is het echt een nadeel dat die feesten zo dicht op elkaar zitten. Het is verdomd moeilijk om zo snel te switchen.' 'We moeten wel', bevestigde een eigenaar van een bloemen- en cadeauwinkel in Oss. 'We zouden onszelf te kort doen als we [in de laatste week van november] nog niet met de kerstverkoop waren begonnen. De grote, luxe warenhuizen doen het ook.' Ook de voorzitter van de Vereniging Binnenstad Breda wees erop dat de vroege kerstpresentatie in de warenhuizen en filiaalbedrijven 'van hogerhand [is] opgelegd', waardoor een sneeuwbaaleffect ontstaat. Hij vond deze ontwikkeling overigens 'knots-knetter-gek' en – bovendien – 'een verarming van onze cultuur'. Volgens deze ondernemers is het te lastig en te duur om een aparte sinterklaasetalage te maken. Men kan niet achterblijven bij de concurrentie, overigens ook tussen grootwinkelbedrijven onderling. In de voedingsmiddelenbranche maken, volgens een eigenaar van een supermarkt in Dubbeldam, 'de fabrikanten c.q. groothandelsorganisaties (...) het Sinterklaasfeest systematisch kapot. Dit jaar begonnen ze al half september met Sint-artikelen.' Dat 'brengt je in de knoop met de

13

*NRC Handelsblad* 2-12-1978, *Trouw* 5-12-1979, *Utrechtse Nieuwsblad* 7-12-1991, *Provinciale Zeeuwse Courant* 14-11-1991.

andere actieprogramma's in de najaarsperiode. Het gevoel is dat de Sint-artikelen je gaan storen, je hebt eigenlijk geen zin meer ze sfeervol te presenteren.' Sinterklaaspapier om ze te verpakken bestelde hij dan ook niet meer.<sup>14</sup>

Vrijdagavond  
koopavond  
tot 21.00 uur

Kunst Kerstbomen  
Glasballen, pluche beren  
Doe-het-zelf artikelen  
en nog veel meer!

Gigantische  
**Kerstshow**

*Naast de traditionele kerstartikelen  
vindt u bij ons ook een enorme sorte-  
ring trend artikelen om het nu al in  
huis extra gezellig te maken.*

**bv. waxineglasjes**  
0.<sup>95</sup> nu 10 st. voor 7.50

tuincentrum  
**de oosteinde**

Zandlaan 22 - 2181 HS Hillegom (grens Bennebroek)  
Tel. 023-5846338/5846954 - Fax 023-5849073

Uit: De Haarlemmer 9-11-1995.

Een aparte categorie in de winkelketens vormen de tuincentra. Ook deze beginnen al zeer vroeg – begin november of nog eerder – met 'kerstshows' en de reclame daarvoor. Zij hebben daarvoor een bijzondere reden. Volgens manager J. van Engelen van Tuincentrum Overvecht in Boxtel heeft men niet de bedoeling om met een kerstshow Sinterklaas te 'verdrijven'. 'We beginnen vroeg met onze kerstshow, omdat er zoveel werk, manuren en materiaal in zit dat het niet rendabel is een dergelijke show voor een korte periode op te bouwen.' Belangrijker lijkt echter dat met deze shows een probleem in de bedrijfs-

<sup>14</sup>  
Amsterdams Stadsblad 4/5-12-1991;  
Brabants Dagblad 27-11-1991;  
Het Stadsblad (Breda) 20-11-1991;  
Trouw 5-12-1990.



voering kan worden opgelost. Na de tuinmeubelshows van de zomer ontstaat er in het najaar 'een groot gat in de zaak. Dat moet je ook opvullen.' Dat kan alleen door de verkoop van seizoensartikelen. 'En wat zijn nu nog specifiek seizoensartikelen dan produkten voor kerst?', was de retorische vraag van de secretaris van Nederlandse Vereniging van Tuincentra.<sup>15</sup> Bezwaren bij gemeenten dat de tuincentra op deze manier aan branchevervaging doen, lijken inmiddels verdwenen.

Deze en andere winkels beroepen zich in hun opstelling bovendien op de positieve houding van de consument. Zoals Van Engelen zei: 'Natuurlijk zijn er mensen die zeggen: die zijn gek, ze beginnen nu al met de kerst. Maar de meeste mensen die hier komen vinden het gewoon gezellig, en dat zeggen ze ook.' Ook volgens secretaris Bos van het AOV komt 'die extra aandacht voor kerst (...) zuiver voort uit het publiek. (...) En daar moet je als bedrijfsleven natuurlijk op reageren.' Door hun grotere slagkracht zijn de grootwinkelbedrijven hier in het voordeel. Kleinere zaken zouden beide feesten het liefst gescheiden houden. 'Maar die optie blijkt, gezien de voorkeur van de kopers, niet te handhaven.' Daarom zouden onafhankelijke winkeliers kiezen voor uitsluitend de kerstversiering. De voorlichtster van De Bijenkorf stelt eveneens dat de vraag naar kerstartikelen elk jaar vroeger begint. 'Nu eigenlijk al in oktober.' Uit angst bot te vangen zou men zo vroeg mogelijk de artikelen in huis willen hebben.<sup>16</sup> Daar staan echter wel weer andere berichten tegenover, die erop wijzen dat men, waarschijnlijk eerder met geschenken dan met versieringen, juist wacht tot het allerlaatste moment. Toch keert in uitspraken van winkeliers de woorden 'inspelen op' het gedrag van de consument regelmatig terug. Volgens voorzitter W. de Mandt van City Stad Ondernemers in Apeldoorn waren de extra koopavonden rond Sinterklaas 'voor winkeliers, met uitzondering misschien van de speelgoedwinkeliers, niet altijd even rendabel. Duidelijk is dat het accent van de consumentenbestedingen steeds meer op kerst ligt. Daar zul je als winkeliersorganisatie op in moeten spelen.' In dit geval betekende dit dat de sinterklaasperiode een koopavond minder kreeg ten gunste van die in de kersttijd. Maar volgens voorlichter F. Kamsteeg van het NCOV waren de winkeliers mede schuldig aan de afnemende sinterklaasversiering. Hij wees op nog een ander aspect. 'De trend om aan kerst te doen, is komen overwaaien uit

15

*Brabants Dagblad* 8-11-1994; *NRC Handelsblad* 23-12-1994; vgl. *de Volkskrant* 10-11-1994, 15-11-1995.

16

*Amsterdams Stadsblad* 4/5-12-1991. 'Eerst mopperden klanten dat winkels tegenwoordig al zo vroeg met kerst beginnen, maar even later kochten ze de artikelen toch', vertelde een woordvoerder van de keten Marskramer, die al begin november kerstcadeaus en -versiering aanbood. *Trouw* 5-12-1991.

de Verenigde Staten, waar de winkeliers in die periode een enorme omzet hebben. Daar heeft de middenstand hier op ingespeeld.<sup>17</sup>

Het betreft hier een vrij recent verschijnsel. Want aanvankelijk – eind jaren zeventig, begin jaren tachtig – bestond zelfs in ondernemerskringen nog onduidelijkheid over de vraag wat hier nu de kip of het ei was. De directeur consumentenzaken van het v&d-concern constateerde weliswaar in 1978 dat mensen aan het verkoopfront van tijd tot tijd de verwachting uitspraken dat de belangstelling voor Kerstmis toenam ten koste van sinterklaas, 'maar dat is meer een hoop', zei hij. De chef reclame van De Bijenkorf signaleerde eveneens een verschuiving, maar beschikte niet over harde cijfers. Een jaar later veronderstelde *Trouw*, naar aanleiding van de eenvormigheid in de versieringen, dat 'er middenstanders (zijn) die over een veranderende trend spreken in de hoop daarmee tegen Kerst een tweede koopgolf teweeg te brengen na de Sinterklaasdrukke'. Dat er sprake zou zijn van een structurele verschuiving van Sint naar kerst noemde drs. A.G.J.M. Dreesmann van v&d opnieuw een 'fabeltje': 'We hebben een onderzoek gedaan en daaruit bleek het tegendeel.' Maar toen hem in 1982 opnieuw naar zijn mening werd gevraagd, erkende hij volgens een krantebericht wèl 'dat er een langzame verschuiving plaatsvond van de traditionele "pakjesavond" van begin naar eind december'. De verkopen voor sinterklaas waren toen duidelijk afgenomen, al circuleerden er verschillende cijfers.<sup>18</sup> Niet uitgesloten is dat ook Dreesmann zich geschikt heeft in de verwachting dat de trend zich voordeed, en deze daardoor verder hielp te bevorderen. Tussen 1978 en 1984 steeg het percentage Nederlanders dat elkaar met Kerstmis een geschenk gaf inderdaad van 16 naar 28, bijna een verdubbeling.<sup>19</sup> Toch hadden het grootwinkelbedrijf en de detailhandel midden jaren tachtig 'niet de indruk dat de inkopen van geschenken van Sinterklaas steeds meer richting kerstdagen verschuiven'. Mogelijk besepte men omstreeks 1988 dat Kerstmis een interessante groeiemarkt was, bij weliswaar omvangrijke, maar minder groeiende sinterklaasverkopen.<sup>20</sup> 'De totale omzet in december stijgt ieder jaar. De sinterklaas wordt niet minder, maar de verkopen rond de kerst nemen toe', stelde een speelgoedverkoper in Bergen op Zoom in 1991 vast. Een complicerende factor is dat sommige winkeliers, in Zaandam en in Roermond, vermoedden dat de inkopen voor 5 december

17

*Apeldoornse Courant* 14-11-1994;  
*de Volkskrant* 7-10-1993.

18

*NRC Handelsblad* 2-12-1978;  
*Trouw* 5-12-1979;  
*Leeuwarder Courant* 4-12-1982.

19

Dekker 1983/84, 117 noot 1,  
NPO-bericht 20-12-1984.

20

*Trouw* 24-12-1985, vgl. 24-12-1986,  
5-12-1987, 3-12-1988.

in feite vroege kerstinkopen waren en dus niet bedoeld waren voor sinterklaas. Een medewerkster van De Bijenkorf in Eindhoven leidde hetzelfde af uit de vraag of eind november gekochte artikelen nog na de kerst geruimd mochten worden. Het is dus goed mogelijk dat achter het beeld van een min of meer stabiele sinterklaasverkoop toch een trend schuilgaat waarin Kerstmis als geschenkendag in betekenis toeneemt. Anderzijds zou door de toenemende gewoonte al voor 5 december allerlei lekkernijen, attributen voor de kersttafel en feestelijke kleding voor het kerstdiner te kopen, door Peter van Lakerveld in *Trouw* de 'overlappendstendens' genoemd, ten onrechte de indruk kunnen ontstaan 'dat de traditionele pakjesavond op zijn retour is'.<sup>21</sup>

Opmerkelijk is dat er allerlei aanwijzingen zijn dat consumenten zich sceptisch toonden tegenover uitspraken over de gesignaleerde verschuiving in de decemberfeesten. 'Ik heb er over gelezen, ja. De kerstman rukt op. Ik geloof er niets van. De commercie wil dat gewoon graag', verklaarde een onderwijzeres in Leeuwarden. In een ingezonden brief werd dit eveneens 'slechts een boude veronderstelling van de Santa Clauslobby' genoemd. Uit onze enquête blijkt dat sommige mensen het opdringen van de kerst sfeer weliswaar signaleren, maar daarbij nadrukkelijk aantekenen dat zij daar zèlf afstandelijk tegenover staan en en zich daardoor niet laten beïnvloeden. Onderzoeken in 1994 (van het bureau Motivaction Amsterdam) en in 1995 (van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel) leerden eveneens dat respectievelijk 50 en 30% van de Nederlanders meende dat Sinterklaas in de winkels juist te kòrt kwam. Uit deze cijfers valt evenwel ook af te leiden dat er in de publieke opinie sprake is van een ambivalente houding, waarop de winkeliers zich niet zonder recht kunnen beroepen. Want gedragingen blijken met dit cijfer min of meer overeen te komen. Tussen 1990 en 1992 steeg het percentage Nederlanders dat met kerst een cadeautje gaf van 35 naar 43, dus eveneens dicht bij de helft, al lijkt dit de laatste jaren weer iets gedaald.<sup>22</sup>

### Verzet bij winkeliers en consumenten

Dat deze ambivalentie en onduidelijkheid aanleiding zouden kunnen geven voor onderlinge onenigheid in ondernemerskringen lag voor de hand. Hoe vreemd zelfstandige

21

*Brabants Nieuwsblad* 2-12-1991; *De Zaanlander* 4-12-1991, *De Limburger* 4-12-1991, *Eindhovens Dagblad* 26-11-1991; *Trouw* 5-12-1990.

22

*Leeuwarder Courant* 5-12-1990; *NRC Handelsblad* 19-11-1992; *Dagblad Tubantia* 30-12-1994, *Trouw* 2-12-1995; *NRC Handelsblad* 16-12-1993, *Trouw* 1-12-1995.

winkeliers in Breda de vroege kerstetalages vonden, is al vermeld. Ook elders was er onbehagen over de ontwikkelingen. 'De Engelse en Amerikaanse trend, die het Christmas-gebeuren voorschrijft en de publiciteit dicteert, hersenspoelt het publiek', meende woordvoerder Yntema van de Leeuwarder City Club. Dwars daartegenin voor-spelde hij in 1990: 'Na de hoogconjunctuur kan de hang naar nostalgie en dus ook Sinterklaas weer toenemen.' Toen de voorzitter van de ondernemersvereniging in Weert in 1991 al op 7 november twee winkels met een kerstboom had gezien, schreef hij aan de plaatselijke winkeliers een brief. Hij vond dat 'onbegrijpelijk en ook heel slecht voor het imago van de winkelier als sfeermakers van de stad'. Na het voorafgaande is het opmerkelijk dat ook grootwinkelbedrijven deze gevoelens blijken te delen, zij het wat later. Een woordvoerder van de HEMA, die zich gesteund heette te weten door v&d en De Bijenkorf, stelde in 1992: 'Kerst wordt populairder, maar dat gaat absoluut niet ten koste van sinterklaas. Zo is het een beetje mode steeds vroeger aandacht te besteden aan Kerst. Wij distantiëren ons daarvan. Wij richten ons continu op de Sint en laten ons daarbij niet afleiden door de kerstman.' Verkoopdirecteur Van der Staak van Blokker toonde dezelfde houding. 'Bij Blokker vinden we eigenlijk dat de Kerst veel te vroeg start. Vooral peuters en kleuters doe je daar groot onrecht mee aan. Wij doen er daarom alles aan om te voorkomen dat de goedheiligman ondersneeuwt. Sinterklaas en zijn pieten mogen bij ons pas ná 5 december de etalages uit. Geen minuut eerder.' Het is niet verwonderlijk dat deze houding weer enig kritisch commentaar uitlokte. Hoofdredacteur Rimmer Mulder van de *Leeuwarder Courant* vond de klacht van Yntema 'een beetje schijnheilig'. En ook de eigenaar van de Amsterdamse winkel Christmas World verklaarde: 'Elk grootwinkelbedrijf zal het een sores wezen of ie het geld met kerst of met Sinterklaas verdient. De klanten kunnen het toch maar één keer uitgeven. Maar het publiek heeft zelf aangegeven dat het kerst veel gezelliger vindt.'<sup>23</sup>

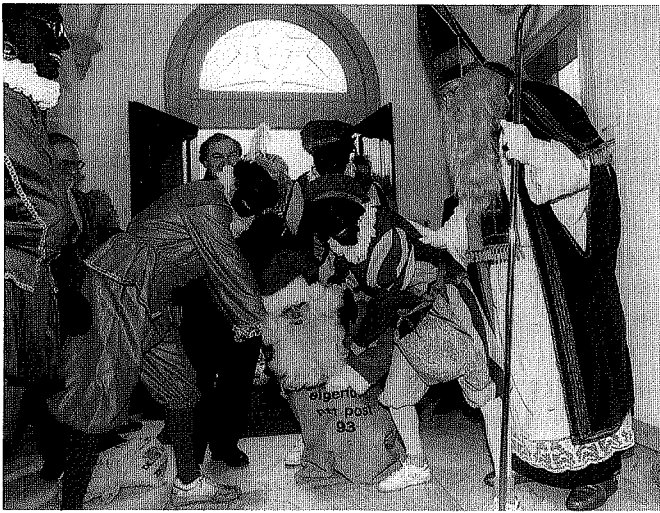
Uit de irritaties bij winkeliers en bij het publiek over het opdringen van de kerst ontstonden enkele spectaculaire acties, die zelfs de wereldpers haalden. Rondom de gemeente Assen werden in 1993 door de gemeente in samenwerking met de middenstand anti-kerstmanborden geplaatst om aan te geven dat kerstversieringen vóór 5 december verboden waren. Daaraan werd dat jaar en in

23

*Leeuwarder Courant* 5-12-1990;  
*De Limburger* 13-11-1991;  
*Het Parool* 8-12-1992;  
*Leeuwarder Courant* 6-12-1990,  
*de Volkskrant* 4-12-1993.

Assen, 12 november 1993  
 (Foto: Bert Wieringa).





De kerstman, die bij de intocht van Sinterklaas in 1993 in Wageningen opdook, wordt onmiddellijk in de zak gestopt (Foto: Rob Leenarts).

1994 strikt de hand gehouden. Toen de kerstman zich toch vertoonde, werd hij gearresteerd en over de gemeentegrens gezet. Het publiek in Groningen en Drenthe toonde voor deze actie grote waardering. In 1995 waren in de sinterklaasoptocht gekooide kerstmannen te zien, die tot 5 december moesten zien te overleven op marsepein en pepernoten. In 1993 ging de kerstman in Wageningen bij de aankomst van Sinterklaas in de zak. Al in 1990 had het Sinterklaas Promotie Team te Hilversum – dat de kerstman niets misgunde, maar “ieder op zijn eigen tijd en plaats” is ons devies!’ – gepleit voor een wet die het etaleren en verkopen van kerstartikelen vóór 6 december verbod. In Borne werd in 1991 uit dezelfde onvrede de actiegroep ‘Redt de Sint’ opgericht en in Enschede ontstond in 1993 de Nederlandse Sinterklazen Vakbond, die de verschillende plaatselijke initiatieven wilde bundelen in een landelijke actie om Sinterklaas niet te laten verdringen door de kerstman en daarvoor steun zocht bij politici, bekende Nederlanders en het winkelbedrijf. Precies dat beoogde ook het in 1993 in Laren (NH), door enige ‘bezorgde burgers en deskundigen’ opgerichte, Nationaal Sint Nicolaas Comité. Al in 1989 was het Sint-Nicolaas Genootschap opgericht met een soortgelijke doelstelling.<sup>24</sup>

Deze ontwikkeling is boeiend, omdat de pendel van de geschiedenis hier duidelijk weer terugzwaait. Sinds eind vorige eeuw hadden allerlei comités, van welgestelden, later van onderwijzers, een belangrijke stem in de organi-

<sup>24</sup> *Nieuwsblad van het Noorden* 9-11-1993, 15-11-1993, *de Volkskrant* 10-11-1994, *Nieuws van de Dag* 30-11-1994, *de Volkskrant* 4-12-1995, *Gelders Dagblad* 11-11-1995, *De Gooi- en Eemlander* 12-12-1990, *Rotterdams Dagblad* 6-12-1991; *De Telegraaf* 13-11-1993, *de Volkskrant* 7-10-1993, *Alkmaarse Courant* 6-10-1993.

satie van het sinterklaasfeest. De invloed van deze comités is na de Tweede Wereldoorlog waarschijnlijk verschoven ten gunste van die van de winkeliers. Nu deze als het ware hun verantwoordelijkheid niet aan kunnen, duikt het particulier initiatief weer op. In 1995 haalde het Elster Cultuur Platform met de sticker 'Besint eer u met kerst begint' de nationale pers. Acties als deze vonden bij sommige winkeliers een gunstig onthaal. v&d in Assen plaatste zelfs vijftien anti-kerstmanborden in het warenhuis en de City Club van Leeuwarden was van plan in 1994 een door een kunstenaar ontworpen sticker laten verspreiden met de tekst 'Laat Sinterklaas niet verschimmelen'.<sup>25</sup>

### Sinterklaas, de kerstman en het 'nationaal eigene'

In de strijd tegen de teloorgang van Sinterklaas en de komst van de kerstman wordt een opvallend argument naar voren gebracht. De voorzitter van het Nationaal Comité, H. Eilander, weersprak nadrukkelijk dat zakelijke belangen hem dreven. 'Het gaat puur om het behoud van het nationale gevoel, van het Hollands cultureel erfgoed.' Ook voorzitter L. Osse van het Asser Sint-Nicolaas-comité pleitte voor het behoud van 'dit typisch stukje Hollands erfgoed'. In een ingezonden brief werd geprotesteerd tegen 'de afbraak van een oude Nederlandse gewoonte'. Soortgelijke gevoelens over het 'enige stukje folklore dat we hier nog hebben' werden veelvuldig geuit. De voorzitter van een winkeliersvereniging in Groningen was het helemaal eens met de actie in Assen. 'We zijn door de komst van één Europa toch al zo hard bezig om onze identiteit te verliezen. Prima zaak dat we proberen om onze eigen Nederlandse tradities vast te houden.'<sup>26</sup> Ook in onze enquête beantwoordde een grote meerderheid de vraag of sinterklaas een 'typisch Nederlands feest' was bevestigend, al was bij enkelen bekend dat sinterklaas ook in België gevierd wordt. November 1993 stond er in de NRC een schitterende foto van Michael Kooren, waarop Sint en Piet, met een hoorn aan de mond, de Nederlandse supportersschare leken aan te voeren bij de wedstrijd Nederland-Polen. De suggestie is duidelijk: hier, waar de nationale eer op het spel stond, was de aanwezigheid van jaarlijk nationale figuren onontbeerlijk en vanzelfsprekend. Dit denkbeeld heeft een lange traditie. De psycholoog Bert de Vries noemde in 1971 sinterklaas 'een natio-



*Plezierig Sint Nicolaasfeest toegewent  
naams Stichting Nationaal Sint Nicolaas Comité*

▲  
Prentkaart in 1995 verspreid door de Stichting Nationaal Sint Nicolaas Comité.

<sup>25</sup>  
Van Leer 1995, 69-73; *NRC Handelsblad* 4-11-1995, 20-11-1993.

<sup>26</sup>  
*de Volkskrant* 7-10-1993; *NRC Handelsblad* 20-11-1993. De secretaris van het comité in Assen vond eveneens dat 'de Nederlanders nog net op tijd in opstand' waren gekomen tegen de kerstman. 'Zoveel tradities kent Nederland niet', *De Telegraaf* 13-11-1993; *de Volkskrant* 27-11-1993; *Gooi- en Eemlander* 18-11-1989; *Nieuwsblad van het Noorden* 9-11-1993.



naal verbroederingsfeest (...). Na het Koninklijk Huis is de Sint nog een van de weinige bindende elementen die ons resten. Die ons allemaal weer even verbonden [doet] voelen door hetzelfde idee.' Een correspondent van het ncv stelde vast dat er buiten deze feesten 'weinig echt Nederlands voor de rest van het jaar' bestaat. Juist omdat levensbeschouwelijke tegenstellingen steeds meer zijn afgenomen, is men het volgens Righart 'over minder meer eens geworden'. De symbolische waarde van rituelen als sinterklaas is daardoor aanmerkelijk toegenomen. Zij zijn bij uitstek het kanaal waarin voor het individu het besef van nationale identiteit gestalte krijgt.<sup>27</sup>

De suggestie die van dit soort uitspraken uitgaat, is duidelijk: in tegenstelling tot Sinterklaas is de kerstman 'onnederlands'. 'Je krijgt hier Amerikaanse toestanden. Ik vind het ronduit belachelijk. De hele Sinterklaas wordt overspoeld. (...) Op deze manier wordt een traditie verdronken', reageerde een mevrouw in Den Bosch op de vroege aanwezigheid van kerstartikelen in de winkels. Terwijl Nicolaas Matsier over de gepastheid van de slogan 'Claus raus' nog aarzelde, zongen *The Amazing Stroopwafels* ongegeneerd: 'Santa Claus raus, rot maar op me je slee, back to your house, in the us of A.' Het is opmerkelijk met

▲  
Sinterklaas en Zwarte Piet te midden van de supporters bij de wedstrijd Nederland-Polen in Poznan op 17 november 1993 (Foto: Michael Kooren).

<sup>27</sup>  
*NRC Handelsblad* 18-11-1993. Bij de wedstrijd Ajax-Gremio in Tokio waren Sinterklaas en Zwarte Piet eveneens aanwezig, *NRC Handelsblad* 28-11-1995; *De Telegraaf* 4-12-1971; Righart 1992, 113; ncv nr. 230 (grafisch ontwerper, 48 jaar); Smith 1991, 162, vgl. Frijhoff 1996, 18-19.

hoeveel weerzin de kerstman door velen wordt bejegend. 'Een uit Scandinavië naar Amerika overgewaaid druktemaker met een flodderige muts, een te heet gewassen manteltje en krappe countrylaarzen' behoort nog tot de vriendelijkere uitlatingen. 'De kerstman past eigenlijk niet in onze cultuur. Hij heeft geen inhoud. De Sint wel', stelde een verzamelaar van sinterklaaskaarten. Daarnaar gevraagd deelde eveneens het merendeel van onze correspondenten mee negatief of afwijzend te staan tegenover de kerstman. Volgens de al eerder genoemde onderwijzeres uit Leeuwarden 'geloven (kinderen) heilig in Sinterklaas, de kerstman is gewoon een verklede man. Niemand neemt hem serieus.' Dat bleek inderdaad uit een vijfhonderdtal brieven die in 1992 door kinderen aan de NRC werden geschreven. Slechts 5% van hen zag meer in de kerstman dan in Sinterklaas. Een meisje vond de komst van de kerstman stom. 'Want' – alweer – 'Sinterklaas is typisch iets Nederlands, dus de Kerstman kan ophoepelen!'<sup>28</sup> In deze karakteristiek van de kerstman en daarmee van het geven van cadeaus met Kerstmis als een haast 'onvaderlandslievende' handeling komt een mentale operatie tot uitdrukking, die tot het arsenaal behoort van vrijwel iedere nationalistische beweging. Een 'nationale cultuur' wordt geconstrueerd door die allereerst van 'vreemde' kenmerken te zuiveren; tegelijk worden de overgebleven elementen, zoals bepaalde rituelen, verheven tot de enig authentieke.<sup>29</sup> In het vertoog van de voorstanders van Sinterklaas zijn een dergelijke angst en daaruit voortkomende selectie en vertekening onmiskenbaar aanwezig.

Want het geven van geschenken met Kerstmis komt in Nederland al voor vanaf het midden van de negentiende eeuw, onder andere op de orthodox-protestantse zondagscholen en als vorm van liefdadigheid door de burgerij tegenover dienstbaren, ouderen en behoeftigen. Dat ouderen, zieken, alleenstaanden en gedetineerden tijdens de kerstdagen met een presentje worden bedacht is nog steeds een normaal verschijnsel. Verscheidene van onze correspondenten gaven aan weliswaar geen geschenken met Kerstmis te geven, maar wel een 'kleinigheidje', zoals een kerstbakje of een bloemetje aan personeel of burens. In 1980 werden alleen al door Fleurop Interflora 50.000 bloemengroeten bezorgd. Ook mogen in dit verband de kerstgratificatie en het kerstpakket niet onvermeld blijven. In 1991 werd dat laatste door werkgevers in maar liefst 3,5 miljoen gezinnen bezorgd.<sup>30</sup> Toch hebben deze gebruiken

28

*Brabants Dagblad* 1-11-1991; *de Volkskrant* 10-11-1994; 'Het is dat prins Claus al zo droevig en zo sympathiek is, maar anders zou het aloude "Claus Raus" misschien nog goede diensten kunnen bewijzen', *NRC Handelsblad* 14-11-1992, vgl. Matsier 1995, 13, 15; Ruud Spruijt, *Alkmaarse Courant* 29-11-1993; Herman Vuijsje noemde hem een 'sullige spulletjes-uitdeler', *de Volkskrant* 4-12-1995; *Noordhollands Dagblad* 26-11-1992; *Leeuwarder Courant* 5-12-1990; *NRC Handelsblad* 4-12-1992, cs.

29

Vgl. bijv. Smith 1995, 69, Niedermüller 1991, Bausinger 1995, 232, Köstlin 1996, 33.

30

Dekker 1982; *Winschoter Courant* 23-12-1980; *Drentse Courant* 13-12-1991.





◀  
 Leerlingen van de Helmondse basisschool De Straap bieden een bewoner van het verzorgingstehuis De Pannehoeve een zelfgemaakt kerststukje aan, 18 december 1991 (Foto: Kees Martens).

nooit het predikaat 'typisch Nederlands' verworven. In onze enquête daarnaar gevraagd bevestigden de meeste van onze correspondenten dat ze deze associatie niet deelden. Het kerstfeest is immers, met name in de optiek van de gelovige, een feest voor de gehele wereld of mensheid. Daar komt nog bij dat velen stelden, ook in onze enquête en die van het ncv, dat het geven van cadeaus bij het kerstfeest eigenlijk niet past – 'kerstmis is een christelijk feest, daar horen geen cadeautjes bij' –, ook al omdat daarvoor in Nederland het sinterklaasfeest bestaat. De kracht van deze norm, en de (voorzichtige) afstand die daarvan wordt genomen, blijkt uit veelvuldige opgaven dat men slechts 'soms' een cadeau gaf of 'misschien een klein dingetje'. Daarbij wordt de hete adem van Sinterklaas duidelijk in de nek gevoeld, en tevens de ambivalentie tegenover de kerstman verwoord: 'Dit jaar waarschijnlijk géén kadootjes, of misschien een paar piepkleine. Maar in ieder geval nooit kadootjes met gedichten, want dat hoort bij Sinterklaas.'<sup>31</sup>

Een toets van de houding tegenover de kerstman was in onze enquête de vraag hoe men stond tegenover een intocht van de kerstman in de eigen plaats. Met een dergelijk initiatief, ter vervanging van de intocht van Sinterklaas, haalde de handelsvereniging in Veendam in 1967 een landelijke primeur. Jongere bestuursleden daarvan stelden dat 'de viering van de vijfde december enigszins ver-

<sup>31</sup>  
 Enquête ncv nr. 22 (weduwe, 76 jaar), nr. 240 (huisvrouw, 48 jaar), nr. 119 (net afgestudeerd, 26 jaar).

vaagt, terwijl een tendens bestaat om met kerst duurdere of grotere cadeaux te kopen dan met Sinterklaas'. Dit plan stuitte echter op heftig verzet, zowel in eigen kring als daarbuiten. De vice-voorzitter van de vereniging verwoordde het minderheidsstandpunt dat 'het inhalen van de kerstman afbreuk doet aan de werkelijke waarde van dat ogenblik, omdat de viering van de geboorte van Christus dreigt te worden overschaduwd door een puur commercieel vermaak'. Protesten leidden ertoe dat uiteindelijk beide intochten doorgingen. Om 'eens anders dan anders te doen' werd het experiment van de intocht van de kerstman in Bolsward in 1974 herhaald; het gemeentebestuur weigerde hem evenwel op het stadhuis te ontvangen omdat dit als 'te commercieel' beschouwd werd. Een inwoner van Sneek pleitte in 1981 opnieuw voor een dergelijke intocht en in 1991 vond deze ook daadwerkelijk plaats in Amsterdam, in Biervliet en mogelijk ook elders. Een derde van de Amsterdammers zou daar een voorstander van zijn.<sup>32</sup> Onze correspondenten vonden een dergelijke intocht in meerderheid een afkeurenswaardige gedachte. Uit hun antwoorden blijkt dat naast, achter of onder het verzet tegen de kerstman als een 'vreemde' figuur tevens de associatie met 'de commercie' schuilgaat: 'de kerstman is een figuur uit het buitenland afkomstig en dus Onnederlands en [wordt] door winkeliers misbruikt tot eigen voordeel'. Door enkele voorstanders van de kerstman, zoals een initiatiefgroep voor de organisatie van een kerstmannencongres in Ravenstein, wordt dit ook toegegeven: 'De kerstman is te vaak een commercieel ventje. Het geld staat voorop. Kwaliteit komt op de tweede plaats.' Zij hopen de kerstmannen door bijscholing de 'allure' van Sinterklaas te kunnen geven en daardoor overal intochten van de kerstman met een arreslee mogelijk te maken.<sup>33</sup>

### Veranderingen in de kerstbeleving

Ondanks dergelijke gevoelens van onbehagen is de kerstman al vele decennia in Nederland aanwezig, niet alleen in de reclame, maar ook in persoon. Advertenties voor kerstgeschenken verschenen in de naoorlogse periode, weliswaar niet talrijk, ieder jaar. Een toch wel opmerkelijk gegeven is dat in 1948 maar liefst een kwart van de Nederlanders elkaar met Kerstmis geschenken gaf. Afgaande op advertenties heb ik de indruk dat de Amerikaanse kerst-

32

*Winschoter Courant* 2-11-1967, 8-11-1967, *Nieuwsblad van het Noorden* 13-11-1967; *Leeuwarder Courant* 23-12-1974; *Leeuwarder Courant* 12-12-1981; *Amsterdams Stadsblad* 11-12-1991, *Zeeuws-Vlaamse Koerier* 10-12-1991; *NRC Handelsblad* 26-10-1993.

33

Volkscundelijst 65 (1994), p 95 (binnenvisser, 87 jaar); *Brabant's Dagblad* 20-1-1995.

man als figuur in de eerste naoorlogse jaren nog wel geaccepteerd was,<sup>34</sup> maar dat zich vanaf begin jaren vijftig in deze houding een omslag heeft voorgedaan, die tot midden jaren zeventig geduurd heeft. Een bewuste campagne tegen de kerstman van katholieke zijde is hiervoor deels verantwoordelijk geweest. In Roermond verzette de katholieke jeugdbeweging van de Eucharistische Kruistocht zich niet alleen tegen de kerstman omdat deze 'heidens' was, maar volgens Nissen ook omdat deze als 'vreemd (...) aan de Limburgse volkscultuur' werd ervaren.<sup>35</sup> Andere factoren hebben eveneens een rol gespeeld. Die hebben – paradoxaal genoeg – te maken met een intensivering of grotere bewustwording in de jaren vijftig en zestig van de kerstviering. Veel mensen begonnen zich los te maken van bestaande vormen; er groeide behoefte aan verandering en vernieuwing. Pater C.F. Pauwels op stelde in 1960 vast 'dat de gelovigen tegenwoordig hun kerstfeest anders beleven'. Dat bracht onder andere met zich mee dat de kerstboom steeds meer aan populariteit won en dat in katholieke kring het kerststalletje minder aandacht kreeg.<sup>36</sup>

Uit antwoorden op een enquête uit 1958 van het P.J. Meertens-Instituut blijkt dat in de loop van de jaren vijftig in verscheidene plaatsen in het hele land het gebruik was ontstaan dat een muziekkorps in de kerstnacht buiten

34

*De Nederlander* 24-12-1948, vgl. Voskuil 1973, 102-103. Zie voor de positieve houding tegenover de Amerikaanse cultuur in deze jaren, Van Elteren 1994, 12-15.

35

Vgl. Dekker 1983/84, 136; Nissen 1985, 57-58; zie ook de bijdrage van Wim Cappers aan dit nummer.

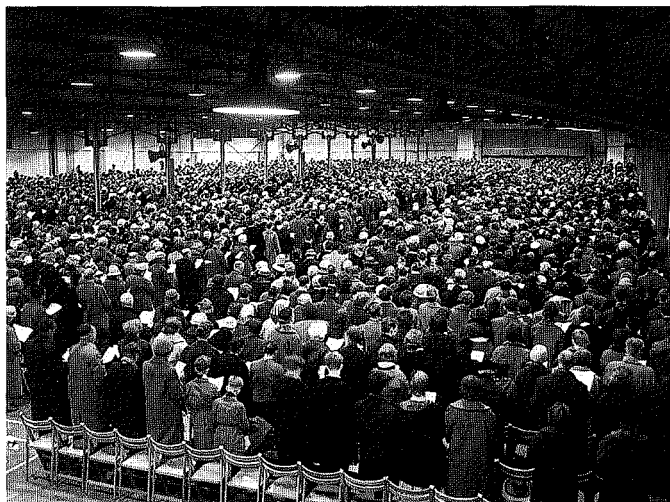
36

*De Volkskrant* 24-12-1960.



◀ Kerstmuziek op straat voor het stadhuis van Gouda, 1966 (Foto: Spaarnestad Fotoarchief, Haarlem).

op straat muziek maakte. Het gold hier korpsen van zowel protestantse als katholieke signatuur.<sup>37</sup> Dit verschijnsel was onderdeel van een algemenere trend om met Kerstmis het huis te verlaten, ook het verzuilde huis waartoe men behoorde. De behoefte aan een nieuwe zingeving uitte zich bijvoorbeeld ook in samenkomsten met 'volkskerstzang'. In 1953 had een dergelijke bijeenkomst, die het midden hield tussen een kerkdienst en een muziekkuitvoering, waarschijnlijk voor het eerst plaats in Utrecht in de Irenehal. Zevenduizend mensen waren aanwezig. Symbolisch voor de beleving van de eenheidsgedachte, de oecumene, was dat de burgemeester het kerstevangelie voorlas. Deze nieuwe vorm van Kerstmis vieren sloeg enorm aan. 'In veilinghallen, congreszalen, fabriekshallen en de grootste kerkgebouwen kwamen duizenden en duizenden mensen om



◀  
Volkskerstzang in de RAI te Amsterdam, 23 december 1959 (Foto: Peter van Zoest).

gezamenlijk kerstliederen te zingen' in de jaren vijftig en zestig. Bijzonder voor de volkskerstzangbijeenkomsten was dat ze van onderop gegroeid waren; ze werden gedragen door leken, vooral jongeren. Het was een eerste teken voor een zelfstandiger invulling van het kerstfeest. Een met de drang om naar buiten te gaan verwant verschijnsel was de organisatie van 'kerstvoettochten'. De opzet van zo'n tocht in bijvoorbeeld Ruurlo in 1969 was 'om te trachten het onbehagen dat bij velen leeft ten aanzien van de traditioneel geworden wijze van kerstfeest vieren om te buigen in meer positieve zin'. De deelnemende jongeren spraken met elkaar over de vrede en het ontwikkelingsvraagstuk. 'Tijdens de kerstdagen valt alle nadruk op het

<sup>37</sup>  
Volkskundelijst 22 (1958), antwoorden op vraag 8.

feestelijk en gezellig samen-zijn in de huiselijke kring. (...) Het aantal mensen echter, dat zich aan deze geijkte kerstviering wil onttrekken, wordt elk jaar groter', stelde *Trouw* in 1972 vast.<sup>38</sup> Naast de volkskerstzang was eind jaren zestig bovendien de 'kerst-inn' ontstaan. Radio-pastor ds. Alje Klamer speelde daarbij een belangrijke rol. Begin jaren zeventig werden in vrijwel het gehele land kerst-inns gehouden. Ook dit waren weer van onderop georganiseerde evenementen.

Opmerkelijk is dat vanaf midden jaren zeventig de belangstelling voor deze vorm van kerstviering buitenshuis nogal plotseling afnam. Over de oorzaken tastten organisatoren in het duister. Weerzin tegen het zingen van nieuwe liederen zou volgens hen een rol kunnen spelen, of het gevoel bij de bezoekers na afloop van een koude kerstmis thuis te komen: de rest van het jaar moest men het zelf maar zien te rooien. 'De tijd van kerst-inns (...) is voorbij', stelde een jeugdige organisator in 1976 vast. Daaruit concludeerde hij 'dat ook wij (...) ons weer neerleggen bij het kerstfeest vieren in eigen kring en eigen omgeving'. Hij erkende dat de doelgroep, zoals bejaarden, daarvan de dupe was. 'Maar gelukkig zijn er vrouwenverenigingen, kerkelijke organisaties en andere instellingen die zich nu met deze groepen mensen bezighouden.' Dat is inderdaad het geval. Al worden kerst-inns als zodanig weinig meer gehouden, op talloze plaatsen wordt er nog steeds iets voor ouderen en zieken gedaan in een min of meer openbare ruimte. Hetzelfde geldt voor de volkskerstzang-bijeenkomsten. In 1977 erkende ds. Klamer dat de kerst-inns achteruitgingen, maar, stelde hij, 'er komt een steeds grotere behoefte aan het bij elkaar zijn met de kerstdagen'. Dat was goed gezien. De inhoud van het begrip 'bij elkaar' zou echter juist eind jaren zeventig drastisch van inhoud veranderen. Van naar-buiten-gericht sloeg de tendens om naar naar-binnen-gericht, dat wil zeggen de eigen, kleine kring van met name het gezin.<sup>39</sup> Precies in deze periode, eind jaren zeventig kwamen de eerste geluiden dat er zich een verschuiving voordeed van sinterklaas naar kerst. De vrije dagen, die kerstmis altijd al bood, kregen in dit klimaat een nieuwe en grotere betekenis en hebben de aantrekkingskracht van dit feest in belangrijke mate verhoogd.

Tegen deze achtergrond is het begrijpelijk dat in 1978, na een geleidelijke groei, het percentage Nederlanders dat een kerstboom in huis opstelde een naoorlogs hoogte-

38

*Trouw* 24-12-1976; *De Graafschapsbode* 27-12-1969; *Trouw* 23-12-1972.

39

*De Graafschapsbode* 24-12-1975; *Gelders-Overijsselse Courant* 24-12-1977; vgl. *Sociaal en Cultureel Rapport* 1980, 203.

punt van 74 bereikte.<sup>40</sup> Datzelfde jaar kon de sgr-fractie nog verhinderen dat in het gebouw van de Tweede Kamer een kerstboom werd opgesteld, maar een jaar later gaf zij dit verzet op. In de loop van de jaren zeventig groeide de vraag naar kerstversiering gestaag. Bij de aanschaf van kerstbomen bleek een voorkeur voor 'echte' bomen; er was een tendens naar grotere bomen (van tussen de 1,75 en 2,25 meter), terwijl begin jaren tachtig de markt voor kunstkerstbomen inzakte. Ook de kwaliteit van de gekochte bomen steeg. Eind jaren tachtig, begin jaren negentig steeg de kunstkerstboom echter weer in populariteit, onder invloed van de gestegen prijs van de echte bomen, milieu-overwegingen en de verbeterde kwaliteit van de kunstbomen. Leek het kerststalletje in de jaren zestig uit de huiskamers te verdwijnen, in de jaren zeventig sloeg deze trend om. Het werd, zij het in een wat eenvoudiger uitvoering dan vroeger, weer een gevraagd artikel, en niet alleen in het zuiden van het land. 'Misschien speelt hier mee, dat men het weer als bij moeder thuis wil hebben', meende een woordvoerder van v&d in 1971. De groothandel in kerstartikelen PÉHa in Sneek schreef in 1978 deze ontwikkeling eveneens toe aan 'de hang naar nostalgie'.<sup>41</sup>

### Sinterklaas in verval

'Het gezelligheidskarakter van onze openbare samenleving is de laatste decennia grondig veranderd', werd in 1979 vastgesteld. 'We hebben afstand genomen van vele vaste vormen, tradities, gewoonten, maniertjes, die door de eeuwen ons beeld van de huiselijke gezelligheid hebben bepaald.' De gezelligheid in het gezin was afgenomen door de komst van de televisie, jongeren beschikten over meer geld en hadden zich daardoor meer vrijheden verworven, terwijl stijging op de maatschappelijke ladder bij velen eveneens tot 'een afbraak van oude gedragspatronen' had geleid. Maar dit proces had een ambivalent karakter. 'Men wil zich enerzijds van deze burgerlijke gezelligheid distantiëren, men geneert zich er zelfs een beetje voor, maar anderzijds leeft er een sterk verlangen om 's avonds weer zo bij elkaar te kunnen zitten en samen met anderen zichzelf te zijn.' Dat zou de verklaring zijn dat 'het Sint-Nicolaasfeest de moderne tijdgeest glansrijk heeft getrotseerd. Want juist dit feest geeft de mensen de

<sup>40</sup>

Dekker 1983/84, 117 noot 1.

<sup>41</sup>

Trouw 22-12-1971; Leeuwarder Courant 16-12-1978.

gelegenheid zich weer met anderen verbonden te voelen, het verschaft de mogelijkheid van een echte, ongekunstelde ontmoeting.<sup>42</sup>

Zo zou het niet gaan. Kritiek op het sinterklaasfeest bestond er in de jaren zeventig eveneens. Al eind jaren zestig klonk met het 'witte-pietenplan' een protest tegen de vermeende onderdrukking van zwarten in de figuur van Zwarte Piet. In oproepen tot versoering werd het commerciële aspect van het feest gehekeld. 'Er wordt wel vreselijk veel reclame mee gemaakt door de Bijenkorf en de Hema en andere zaken en dat is jammer', vond een Sinterklaas met veertigjarige dienst in 1967. Een opmerkelijke alliantie tussen onderwijzers en de Consumentenbond pleitte daarom voor een kortere aanloop tot het sinterklaasfeest.<sup>43</sup> Samen met de veranderingen in de kerstbeleving zorgden gevoelens als deze ervoor dat niet de nostalgie van Sinterklaas, maar juist het zoeken naar nieuwe vormen doorging. 'Aardig zijn voor elkaar' kreeg een andere inhoud en kwam in botsing met bestaande invullingen van het sinterklaasfeest. De 'versoefing' van Sinterklaas, al in 1965 ingezet toen Sinterklaas op televisie de zak in zee gooide, en het verdwijnen van de roe van Zwarte Piet zijn daar een uiting van, die op hun beurt deze trend hebben versterkt. 'Ik heb Sinterklaas altijd gezien als een gezellige oude man', motiveerde de acteur zijn gebaar. Dat daarmee de weg geplaveid werd voor de kerstman, is duidelijk. In een hoofdartikel onder de kop 'Verval' schreef de *NRC* in 1980: 'Het hoge woord moet er nu maar eens uit: Sinterklaas loopt op zijn laatste benen. Nog een jaar of drie, vier en de Goedheiligman zal (...) zo dood als een pier [zijn].'<sup>44</sup> Dit was te pessimistisch, maar in de jaren tachtig en negentig zou Sinterklaas mede onder invloed van deze factoren duidelijk zijn monopoliepositie verliezen.

## Tussen eigen en vreemd in een postmoderne cultuur

Hoe valt deze ontwikkeling, en het daardoor bij velen veroorzaakte crisisgevoel, te verklaren? Een veelgehoorde mening is dat er 'voor volwassenen (...) natuurlijk weinig sfeer (zit) rondom het Sinterklaasfeest', zoals de eigenaar van Intertoys in Oss het zei. Ook de algemeen directeur van deze firma was van mening dat 'het hoofdzakelijk volwassenen (zijn) die elkaar cadeaus geven met kerst. Sinterklaas blijft een feest voor kinderen.' Kerst zou daarmee

42

*Achterhoek Nieuws* 29-11-1979.

43

*Trouw* 2-12-1967; *Alkmaarse Courant* 5-12-1981.

44

'Dat heb ik gedaan omdat ik wilde dat het boeman-idee dat over Sinterklaas bestond, zou verdwijnen. Dat de angst bij een groot deel van de kinderen is verdwenen, komt door mij', *Gooi- en Eemlander* 18-11-1989. Dit is overigens een ontwikkeling die al veel langer gaande is, vgl. De Jager 1981, 150-151; *NRC Handelsblad* 5-12-1980.

samenhangend de gelegenheid zijn voor het geven van wat duurdere cadeaus en Sinterklaas voor de minder kostbare. Een verwante verklaring voor het geven met kerst wijst op de tijd en creativiteit die voor pakjesavond nodig zijn. 'Het geplak en geknip van de surprise, het plagende rijm en het gestrooi der pepernoten lijken plaats te maken voor het gemak van het presentje onder de kerstboom. Geen gepeins over een gedicht voor pakjesavond. Nee, hup, een strik erom en klaar.' Volgens de Tilburgse psycholoog Jan Boelhouwer 'zijn (het) allemaal "problemen" waar men met Kerstmis veel minder mee te maken heeft: je kunt gerust de door de winkelier ingepakte cadeautjes onder de kerstboom leggen om er je partner mee te verrassen. En bij gebrek aan beter noemen velen [dat] juist gezellig.' Als een verdere factor zag hij de individualisering van de samenleving en het afnemend aantal gezinnen met kleine kinderen. Ook voorzitter Henk Eilander van het Nationaal Sint Nicolaas Comité meende dat er in gezinnen met twee werkende ouders geen tijd meer is voor het maken van surprises en dat men daar zozeer op zichzelf gericht is dat het draagvlak voor pakjesavond ontbreekt. Deze 'verklaringen' snijden wel enig hout, maar hebben toch eerder het karakter van strategische argumenten in het debat. Want alleen al de grote inspanningen die geleverd worden om het interieur in de kersttijd te versieren worden geheel miskend. Anderzijds heeft Eilander ongetwijfeld gelijk wanneer hij wijst op het toenemende belang van het beeld in onze cultuur, ten koste van het woord, waardoor het maken van een gedicht een te grote opgave wordt. Niettemin zou volgens onderzoek van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel in 1995 47% van degenen die sinterklaas vieren een surprise maken en 57% een gedicht.<sup>45</sup>

Het lijkt mij dat de oorzaken op dieper cultureel niveau liggen. Sinterklaas en Kerstmis kunnen in de beleving van velen als geschenkenfeest best naast elkaar bestaan, mits Kerstmis maar een ondergeschikte positie bekleedt. Wordt Sinterklaas naar de kroon gestoken door de kerstman, overschrijdt deze de grens van 5 december, dan ontstaat er verwarring. De norm is immers dat er in de winter in Nederland 'slechts één hoofdfest (kan) voorkomen', zoals de volkskundige Schrijnen al in 1933 schreef. Hij beriep zich daarvoor op de door hem gestelde analogie tussen volkskundige verschijnselen en de taal, met name de fonologie. Maar ook in brede kring is deze overtuig-

<sup>45</sup>  
*Brabants Dagblad* 27-11-1991, *Nieuwsblad van het Noorden* 14-11-1991; *Dagblad voor West-Friesland* 23-11-1991; *Brabants Dagblad* 30-11-1991; *Alkmaarse Courant* 6-10-1993; *Trouw* 2-12-1995.



ging, deze neiging tot eenduidigheid in de constructie van de vaderlandse identiteit, diep verankerd. In deze zin schreef een van onze correspondenten: "De Nederlander" is niet zo gul. Hij geeft zelden twee keer. Hooguit verschuift de gewoonte van Sint naar Kerst.<sup>46</sup> Het bijzondere van de tegenwoordige tijd is dat bij deze norm door zeer velen vraagtekens gezet worden. Een belangrijk gegeven is dat volgens het NIPO in 1971 11% van de bevolking cadeaus gaf met zowel sinterklaas als kerst; in 1984 was dit percentage al 15%. Deze percentages zijn in de jaren negentig, blijktens onderzoek van GfK Interact, alleen maar gestegen. In het altijd afwijkende en trendsettende Amsterdam lagen die cijfers zeer veel hoger: in 1992 zou 60% van de inwoners sinterklaas en Kerstmis vieren met het geven van cadeaus. Anderen vieren de feesten om en om, zoals in het gezin van een 18-jarig meisje uit Medemblik. 'We hebben nu twee jaar kerst met pakjes gevierd. Nu doen we weer eens wat op vijf december.' De aanwezigheid van kleine kinderen in het gezin speelt daarbij natuurlijk een belangrijke rol. Een 23-jarige ondernemer vierde 'Sinterklaas met de hele familie, maar een paar jaar geleden waren er geen kleine kinderen meer. Toen hebben we het verschoven naar Kerst. We trekken nog lootjes en doen gedichten bij de kado's maar eigenlijk geen surprises meer.' Maar de omgekeerde beweging kan ook voorkomen. Bij een 34-jarige medewerkster in een computercentrum 'geeft de familie pakjes aan elkaar (onder de kerstboom). Maar als mijn zoon wat ouder is dan hoop ik dat het weer verschuift naar de echte pakjesavond.' Dergelijke gegevens bevestigen de stelling van Lukken dat rituelen als deze door middel van *trial and error* tot stand komen: 'Men probeert nu eens dit, dan weer dat, totdat men een handelwijze heeft gevonden die zinnig is.'<sup>47</sup>

Dit gedrag maakt deel uit een algemenere culturele trend, die kenmerkend is voor de 'crisis' in de december-rituelen: het vervagen, verwateren, vergrijzen van grenzen. Sinterklaas is daarbij geen heilige. Niet vergeten mag worden dat voor velen 5 december niet vastligt als pakjesavond.<sup>48</sup> Een verschuiving naar het weekend daarna, 'gesjoemel' zoals Nico Scheepmaker het ooit noemde, is geen ongewoon verschijnsel. En evenzeer als geklaagd wordt over de vroege kerst, is en was dat ook het geval bij een te vroege Sint.<sup>49</sup> De middenstand ziet het liefst dat er een zo lang mogelijke periode voor 5 december ligt. De uiterste grens is hier de intocht. De datum van de aankomst van

46

Gecit. Van der Zeijden 1995, 343; Volkskundelijst 65 (1994), c 40 (echtgenote van filiaalbeheerder, 51 jaar).

47

NRC Handelsblad 26-10-1993; Dagblad voor West-Friesland 23-11-1991; Enquête NCV nr. 246, 176; Lukken 1988, 25, zie ook Post 1995, 13.

48

In het gezin van Cisca Dresselhuys werd Sinterklaas meestal na 5 december gevierd. 'Waarschijnlijk zat het meer in de afwezigheid van een oudere broer en zuster, die al "uit huis" waren en die wel het dichtstbijzijnde weekeinde naar huis konden komen, maar niet op de avond zelf. (...) "Doen julie het dan met kerst?", vroegen vriendjes met enig ontzag, want dat had wel iets heel werelds in de jaren vijftig. Het antwoord daarop liet ik maar in het midden... Met kerst zeker, in een gereformeerd gezin waar op die dagen nog niet eens een kerstboom in huis kwam, maar alleen dennetakken achter de schilderijen werden gestoken. Nee, we vierden Sinterklaas alleen maar een paar dagen later', *Trouw* 1-12-1979.

49

*Leeuwarder Courant* 7-12-1982.

Sinterklaas in iedere plaats kan echter niet vrij gekozen worden, maar is gebonden aan de nationale televisieuitzending. Het is niet verwonderlijk dat hierover tussen televisie en bedrijfsleven afspraken worden gemaakt. En evenmin dat niet iedereen zich daaraan houdt, zoals in Heino en misschien ook wel elders in 1991 waar de Sint een week eerder aankwam dan op televisie. Dit riep uiteraard een bittere reactie op. 'Is het echt nodig om die intocht al drie weken voor de Sinterklaasviering zelf te houden? De ouders zijn er zelf nog lang niet aan toe. (...) Moet echt elk jaar al zo vroeg met dat Sinterklaasgedoe worden begonnen? Is een termijn van twee weken niet meer dan voldoende?', klaagde iemand in de lokale krant. De woorden zijn anders, maar de melodie is dezelfde als die we eerder naar aanleiding van de vroege kerstversiering gehoord hebben.<sup>50</sup> Onlangs werd zelfs de oproep gedaan sinterklaas maar op 15 november te vieren, om de besmetting door de kerstman te voorkomen. Een ander voorbeeld van deze vervaging (en waarschijnlijk van impliciet protest daartegen) is de aankomst van Sinterklaas in een arreslee en verkleed als kerstman in een dorpje bij Venray in 1991. In dezelfde lijn liggen voorstellen om 'zwarte en witte pieten op fifty-fifty basis' te laten figureren. In november treden Sinterklaas en de kerstman soms op bij bepaalde gelegenheden, zoals de opening van een tentoonstelling.<sup>51</sup>

Deze in de kalender oprukkende Sint en kerst, waarbij tegen grenzen aangeduwd wordt of waarbij die vervagen, zijn symptomen van een veel breder verschijnsel. Een in dit verband relevant symptoom daarvan is de afschaffing midden jaren tachtig van de Uitverkoopwet, die sinds 1956 regelde dat er jaarlijks twee uitverkopen waren. De winteruitverkoop, vroeger in januari, begint nu soms al in oktober. Ter aanduiding van deze algemene trend wordt door verscheidene onderzoekers het begrip 'postmoderne cultuur' gehanteerd. Het is een modieuze term, die volgens vrijwel iedere auteur op dit gebied vrijwel niet valt te definiëren. Volgens de socioloog Featherstone ligt de aantrekkingskracht van dit begrip in de mogelijkheden die het biedt om alledaagse ervaringen en veranderingen in culturele praktijken in het vizier te krijgen en te benoemen. Hij is er zich evenwel van bewust dat het gevaar van loze etikettenplakkerij niet denkbeeldig is.<sup>52</sup> De hier besproken crisis in de decemberfeesten biedt mijns inziens een goed 'bewijs' voor de zin van deze benadering, die omgekeerd deze crisis in een groter kader plaatst en daar-

<sup>50</sup>  
*NRC Handelsblad* 26-11-1993, *Nieuwsblad van het Noorden* 14-11-1991, *Brabants Nieuwsblad* 12-11-1991, *Twentse Courant* 16-11-1991, 20-11-1991.

<sup>51</sup>  
*Dagblad voor Noord-Limburg* 3-12-1991; *de Volkskrant* 27-11-1993; *Dagblad voor West-Friesland* 23-11-1991, *Zandvoorts Nieuwsblad* 28-11-1991.

<sup>52</sup>  
 Featherstone 1988, 207, zie ook Bausinger 1994, 119.

door begrijpelijk maakt. In de tegenwoordig in Nederland beruchte 'Karremans-doctrine' – 'er zijn geen good guys en bad guys' – wordt bondig samengevat wat met het begrip 'postmodern' bedoeld wordt.<sup>53</sup> Vastliggende schema's en patronen worden terzijde geschoven, *anything goes*. Waren de jaren vijftig 'de dagen van duidelijke grenzen en begrenzingsen', thans leven we volgens Zijderveld 'in een grenzeloos bestaan, waarin bijkans alles kan en mag'. Er bestaat, in deze postmoderne cultuur, een waaier van leefwerelden en leefstijlen, waartussen geen hiërarchie meer bestaat. In deze cultuur moet 'de nieuwe man' bijvoorbeeld volgens C. Rohde 'afhankelijk van de situatie, macho zijn, en dan weer een watje. "Deze Wacho erkent dat mannelijkheid (...) een rol is waarover hij moet onderhandelen."<sup>54</sup> Kenmerkend voor het postmodernisme als stroming in de kunsten is dat men zoekt naar gedragspatronen die 'de onzekerheid tot norm verheffen en al te lang aanvaarde codes ondergraven, opdat de menselijke fantasie weer ruimte krijgt'. Pluralisme en variatie in levensstijlen worden verwelkomd en tot norm verheven. Niettemin moet deze cultuur niet te idyllisch voorgesteld worden, zoals Laeyendecker benadrukt. 'Autonomie en keuzevrijheid zijn toegenomen, maar dan toch hoogstens op terreinen die niet in het centrum van de macht liggen. De terreinen namelijk van de inrichting van het persoonlijk leven, de vrije tijd en de participatie aan het culturele leven.' De vrijheid die genomen wordt bij de viering van decemberfeesten is van deze postmoderne cultuur een facet. Iedereen zoekt wat hem of haar het beste uitkomt; de norm dat cadeaus alleen met sinterklaas gegeven moeten worden heeft in brede kring aan kracht en betekenis ingeboet. Sinterklaas is, volgens een van onze correspondenten, 'nu ook meer iets, wat je met een aantal mensen besluit om te doen, niet meer zo vanzelfsprekend'. Grote gehechtheid aan uiterlijk vertoon en versiering zijn eveneens belangrijke kenmerken van deze cultuur. De behoefte aan uitbundige versiering van het eigen interieur in de kersttijd, waarvoor de sinds een tiental jaren opgekomen en door tienduizenden mensen bezochte kerstmarkten het materiaal leveren, kan in het kader van de postmoderne cultuur begrepen worden. In het geval van sinterklaas is het bovendien interessant dat Lash erop wijst dat de postmoderne cultuur eveneens meer op beelden dan op woorden is ingericht en bovendien een afkeer heeft van cultuur als opvoedingsmiddel.<sup>55</sup>

53

In de postmoderne cultuur, 'boundaries (...) between "us" and "them" are not rigid, but flexible and permeable'; deze cultuur beschikt over een 'flexible set of classificatory categories', Lash 1990, 22.

54

Zijderveld 1991, 78; *Trouw* 8-11-1995.

55

Lamaker 1990, 186, zie ook 194, vgl. Rohde 1990, 5-6, Van der Loo 1990, 106-110; Laeyendecker 1994, 76, vgl. Peeters 1995, 88; *Volkskundelijst* 65 (1994), κ 5 (zoon van leraar, 32 jaar); Lash 1990, 175.

De vervaging van regels en normen maakt uiteraard deel uit van een geleidelijk proces; het ontstaan van de postmoderne trends in de cultuur vormt geen breuklijn. Ongetwijfeld heeft de almaar voortschrijdende secularisering aan deze 'normloosheid' bijgedragen. Uit sociologisch onderzoek komt naar voren dat gelovigen gehecht zijn aan orde en hiërarchie, continuïteit en traditie. 'Niet-religieuze mensen daarentegen distantiëren zich gemakkelijker van oude normen en waarden; zij gaan met hun tijd mee en passen zich aan de veranderingstendenties aan.' Al zitten de kerken met Kerstmis voller dan anders, de zuiver religieuze dimensie van het feest staat niet voor alle aanwezigen voorop. Wanneer Kerstmis in het veel godsdienstiger Amerika al getypeerd wordt als 'een symbool van materiële overvloed en hedonistisch plezier', verbaast het niet dat dit ook in Nederland enigermate het geval is, en dat daardoor mogelijk godsdienstig geïnspireerde remmen op een kerst met cadeautjes geven kunnen wegvallen. In dit licht is het misschien eveneens te verklaren dat vooral jongeren tussen de twintig en dertig jaar Kerstmis graag zo vieren, zoals onderzoek van Gfk InterAct laat zien.<sup>56</sup>

Naast secularisatie zijn ontzuiling, democratisering, individualisering, permissiviteit en pluriformiteit enkele slagwoorden waarmee deze ontwikkeling kan worden aangeduid. 'Nog zeker tot omstreeks 1960 deden velen een beroep op het nationale gevoel om de morele eenheid van de samenleving te bevorderen. Pas daarna drong het tot iedereen die wilde horen door, dat integratie door nationaal besef een sterk disciplinerend en exclusief karakter droeg', stelt Te Velde. Daartegen groeide verzet en daarvan nam men afstand, en benutte nieuwe mogelijkheden voor het uitdrukken van een eigen identiteit. Stijgende inkomens, met name bij de jeugd, maakten het mogelijk dat in belangrijke mate te doen door de aanschaf van consumptiegoederen. Afkeer van de 'commercie' werd hier niet gevonden, de grens tussen 'commercie' en cultuur begon te vervagen. Precies vanaf de jaren zestig begon dan ook de opmars van het postmodernisme, door Caljé en Den Hollander 'een democratische filosofie bij uitstek' genoemd.<sup>57</sup> De burgerlijke cultuur kon niet meer aanspraak maken op geldigheid voor allen en werd teruggedrongen tot een subcultuur naast andere, die nu erkenning kregen. Daarnaast konden in deze open ruimte nieuwe culturen of stijlen ontstaan.

Door veranderingen in de produktiemethoden, de uit-

56

Lash 1990, 13, Calhoun 1993, 75, Ritzer 1993, 157-158; Ter Voert 1994, 65; Belk 1993, 83; persbericht 1994.

57

Te Velde 1991, 185; vgl. Van Elteren 1994, 52, Lash 1990, 26, 30; Caljé en Den Hollander 1992, 122, 133, vgl. Robertson 1990, 53.

breiding van de dienstensector en de enorme vlucht van de informatietechnologie ontstonden nieuwe sociaal-culturele groepen die mogelijkheden zochten en vonden om hun identiteit uit te drukken en te versterken. Featherstone en Lash zien juist in deze nieuwe groepen de dragers en verspreiders van de postmoderne cultuur. Omdat hun door bedrijfsleven en overheid, waarin zij werkzaam zijn en waaraan zij hun succes te danken hebben, wordt voorgehouden dat alleen in de constante bereidheid tot verandering en vernieuwing de sleutel ligt tot maatschappelijk succes, ligt het voor de hand dat zij zich eerder tot een nieuw dan tot een als traditioneel of ouderwets te boek staand decemberfeest voelen aangetrokken. Ook Matsier deelt die visie wanneer hij spreekt over de 'desastreuze verschijning' van 'de yup - de kerstyup. Kerst is het feest aan het worden van de mensen met geld te veel en tijd te weinig.' Daarentegen is sinterklaas volgens Ileen Montijn 'niet chic. Sinterklaas is voor kinderen en provincialen, mensen die lootjes trekken omdat ze niet aan iederéén een cadeautje kunnen geven.' Intrigerend is de opmerking van Turner dat vooral onder intellectuelen als reactie hierop een nostalgie is ontstaan naar de waarden van een nog traditionele maatschappij, waarin zij een erkende en gewaardeerde positie bekleedden als bewakers van wat cultureel belangrijk en maatgevend was.<sup>58</sup> Het probleem is evenwel dat onderzoek ontbreekt dat de gevers van kerstgeschenken precies 'lokaliseert'. Cijfers uit enquêtes van het NIPO en van GfK geven wel een indruk - het zijn mensen in grote steden, jongeren, met een goed (maar nog geen top)inkomen - maar zijn daarvoor te globaal. Waar het onderscheid ligt met mensen in dezelfde categorieën die geen cadeaus met kerst geven, wordt niet duidelijk - overigens in overeenstemming met het postmoderne perspectief op het ongrijpbare karakter van identiteiten. Het zoeken naar vastomlijnde groeperingen wordt daarin vrijwel zinloos beschouwd. 'This approach considers the dynamic series of different identities related to different social settings as social identity.' Identiteiten zijn tijdelijk, diffuus, speels, herroepbaar.<sup>59</sup>

Een ander bruikbaar verklarend concept is dat van de globalisering van de nationale culturen, ook wel amerikanisering genoemd. 'Ook bij ons slaat de Amerikanisering van het kerstfeest toe', is een veel gehoorde uitspraak.<sup>60</sup> Men maakt, onder andere via de televisie of op reizen, kennis met andere gewoonten en ziet er geen been in die over te

58

Lash 1990, 20-21, 239, 250-251, 263, Betz 1992, Van Elteren 1994, 217, zie ook Turner 1990, 5; Matsier 1995, 21, *NRC Handelsblad* 13-12-1990; Turner 1990, 7, vgl. Stauth en Turner 1988, Mommaas 1993, 200.

59

Niedermüller 1992, 118, vgl. Bausinger 1987, 320, 324-325.

60

*Trouw* 23-12-1989, vgl. 24-12-1991.

nemen. In het postmoderne culturele klimaat ontbreken remmen daarvoor steeds meer. Het denkbeeld dat bepaalde culturele kenmerken of gedragingen 'verbonden' zijn met een bepaald land of andere geografische eenheid verliest zijn betekenis. Mensen kunnen zich tegenwoordig, 'over regionale en nationale grenzen heen', verbonden voelen met mensen die 'een bepaalde "structuur van gevoelens" en levensinstelling met elkaar gemeen' hebben. Dit impliceert dat zij 'zich tegelijkertijd meer van delen van de eigen lokale omgeving gaan onderscheiden'. Het gevolg is 'een proces van culturele herstructurering' en een daarmee samengaande 'problemativering van lange tijd als min of meer vanzelfsprekend ervaren nationale noties (...) van de nationale ordening van de cultuur'. In deze zin kunnen globalisering en postmodernisme beschouwd worden als begrippen die met verschillende accenten dezelfde processen aanduiden. Voor Nicolaas Matsier behoeft het bijvoorbeeld geen betoog 'dat de Kerstman op het terrein van de feestcultuur zoiets representeert als *fast food*'.<sup>61</sup> De afkeer hiervoor bij Matsier staat echter naast de onmiskenbaar grote belangstelling voor deze vorm van eetgedrag bij veel anderen. Het onderzoek naar globaliseringsprocessen heeft evenwel laten zien dat cultuurelementen niet zozeer kritiekloos en in zuivere vorm worden overgenomen, maar worden aangepast aan lokale behoeften en voorkeuren.<sup>62</sup> Het is niet ondenkbaar dat de kerstman in Nederland

61

Van Elteren 1995, 55, 65, 58;  
 Mommaas 1993, 192, 193, 196-197,  
 vgl. Featherstone 1995, 95, 114;  
 NRC Handelsblad 5-12-1992.

62

Zie voor een samenvatting van het  
 debat Rutten 1995, 280-283.



De kerstman deelt uit de zak snoep uit,  
 Helmond, december 1991 (Foto:  
 Ton van de Meulenhof).

steeds meer 'Nederlandse' trekken zal krijgen en geconstrueerd zal worden als een authentieke, nationale figuur. Een aanwijzing daarvoor, en voor een vermenging met sinterklaasgebruiken, biedt een bericht over het bezoek van de kerstman aan een warenhuis in Amsterdam-Noord: 'Dan staat, volgens goede traditie, de wensboom weer opgesteld. Een ieder kan hierin een bepaalde wens hangen.' In een gezin werd Kerstmis met de kinderen gevierd. 'De kerstman en het rendier vervullen dan hun rollen in de gedichten die bij de pakjes onder de kerstboom liggen.'<sup>63</sup>

Deze processen zijn echter dubbelzinnig en paradoxaal. Ze worden enthousiast begroet, bijvoorbeeld door kinderen,<sup>64</sup> maar roepen ook heftig verzet en tegenreacties op. Naar aanleiding van het referendum in Québec in 1995 schreef de *NRC* dat het 'al een cliché geworden (is) dat de als ontzagwekkend ondervonden ruimte waarin de hedendaagse mens economisch en dus ook sociaal gedwongen wordt zich te bewegen, de hang naar wat doorgaat voor het oude vertrouwde bevordert'. De krant noemde 'het zoeken naar de eigen nationale identiteit' dan ook 'een nieuw volksgebruik'. Een uitspraak als: 'Ik wil me niet de cultuur van Duitsland, Engeland, Amerika enz. laten opdringen; wij hebben een eigen cultuur en ik werk er aan mee om die te behouden', is daarvoor illustratief.<sup>65</sup> De orthopedagoog Roel de Groot stelde: 'Het Amerikanisme dringt zo op dat sommige dingen er teveel door worden gemanipuleerd. (...) Nederland wil zich niet laten beïnvloeden door internationale sentimenten, maar haar eigen identiteit opkrikken in kleine dingen die zich in de periferie bevinden.' Ook volgens Henk Eilander dreigde sinterklaas, 'ons eigen Nederlands feestje', 'ingeruild te worden voor een buitenlands fenomeen. (...) Op het moment dat zoiets dreigt te verdwijnen komen onze nationalistische gevoelens naar boven.'<sup>66</sup> Vele auteurs hebben er echter op gewezen dat deze houding in Nederland echter bepaald niet overal gevonden wordt. Chauvinisme en zelfverloochening of 'anti-nationalisme' gaan hier hand in hand. We 'staan (...) vooraan met zelfkastijding. (...) Eigen cultuur en tradities worden desnoods ingeleverd, als het nodig is om te laten zien hoe tolerant en open wij zijn', schreef columnist Ton van Raan in de *NRC*.<sup>67</sup>

Verdedigers van sinterklaas zullen zich daarin herkennen, vierders van Kerstmis zal het koud laten. Beide houdingen zullen, verwacht ik, doorzetten.<sup>68</sup> Noties van collectieve identiteit zullen verwateren en fragmenteren. Ze

63

*De Echo* 14-12-1994; Enquête ncv nr. 44 (huisvrouw, 70 jaar). Zie voor de 'verfinning' van de Amerikaanse kerstman in Finland, Karjalainen 1996.

64

'Ik denk dat het [de populariteit van de kerstman] komt doordat de Kerstman in Amerika en Engeland komt. Daar komen de computers vandaan, en ook andere moderne speelgoedjes. Omdat veel kinderen thuis computers hebben, of willen hebben, vragen ze dat aan de Kerstman, want die komt in die landen en kan ze meebrengen', een meisje van 9 jaar, *NRC Handelsblad*, cs 4-12-1992.

65

*NRC Handelsblad* 31-10-1995; Enquête ncv, nr. 289. 'Het is toch idioot dat "men" St. Nicolaas niet meer viert (= Hollands feest) en een buitenlands feest ons land binnenhaalt. Verschrikkelijk!', nr. 148 (huisvrouw, 43 jaar).

66

*Nieuwsblad van het Noorden* 20-11-1993. 'Het is een vorm van nationalisme, denk ik, een uiting van verzet tegen globalisering. De Kerstman is een mondiale figuur, Sinterklaas is typisch Nederlands', Herman Vuijsje, *de Volkskrant* 4-12-1995.

67

Bijv. Van der Zeijden 1992, 22-23, Kloek 1993, 24-25, Pleij 1993, 35, 37-38, De Moor 1993, 38; *NRC Handelsblad* 31-8-1995. Zie voor deze openheid ook Heilbron 1995.

68

Zoals de familie Veltman uit Harich: 'Dat [Sinterklaas] is maar een avond. Kerstmis zijn een paar dagen, de familie is bij elkaar. Het is een feest met meer sfeer. Sinterklaas als verdwijnende Hollandse traditie: dat zegt me niet veel', *Leeuwarder Courant* 5-12-1990. Een eigenaar van een cadeauwinkel in Utrecht stelde: 'Het gaat erom dat de mensen een feest hebben. Of dat nou Sinterklaas of kerstmis is... En dan zóu Sinterklaas verdwijnen, nou en?', *Trouw* 4-12-1993.

hebben hun homogene karakter verloren – als ze dat al ooit gehad hebben, zoals Hall stelt. De toenemende hang naar het eigene zal er ongetwijfeld voor zorgen dat Sinterklaas nooit verloren gaat. ‘Sinterklaas is mans genoeg op eigen kracht te vertrouwen’, schreef de *NRC* terecht.<sup>69</sup> De verontwaardiging, vooral bij de oudere generatie die is opgegroeid in tradities van zuinigheid en soberheid, over de besmetting door de commercie van de ‘cultuur’, bij Kerstmis en ook bij sinterklaas, zal waarschijnlijk geleidelijk verdwijnen.<sup>70</sup> Want ten onrechte gaan velen ervan uit dat wat bij de een erbij komt, van de ander afgaat. sinterklaas zal de kerstman naast zich moeten dulden en het van-tweeën-één zal plaats (moeten) maken voor van-

69  
Hall 1991, 44-46; *NRC Handelsblad*  
27-11-1993.

70  
Zie het pleidooi zich bij deze ontwikkelingen neer te leggen en erop in te spelen van kerkelijke zijde, Henau 1991, en in het algemeen, Dahles 1993.



Cartoon van Len Munnik.  
Uit: *Opzij* 23 nr. 12 (1995).



tweeën-twee. In deze geest stelde ook Bevers dat 'culturele identiteit niet een kwestie is van het eigene *of* het andere maar van het eigene *en* het andere'.<sup>71</sup> Saskia Mulder voorspelde in *Trouw* dat december 'één grote feestmaand' zal worden, 'waarbij Sinterklaas en de kerstman zijn samengesmolten tot de Grote Feestman'.<sup>72</sup>

Volgens Löfgren gaan degenen die spreken over de desintegratie van de nationale cultuur eraan voorbij dat deze cultuur steeds verandert en opnieuw wordt gedefinieerd. De postmoderne tendensen in de huidige Nederlandse cultuur, in het bijzonder op het vlak van de decemberfeesten, laten de juistheid van dit gezichtspunt bij uitstek zien.<sup>73</sup>

71

Gecit. Van den Eerenbeemt 1995, 44-45, vgl. Mezger 1993, 227, Bausinger 1993, 31.

72

*Trouw* 4-12-1993. Vgl. 't Is een soort "Sintkerst" geworden', *Volkskundelijst* 65 (1994), L 292 (kruidenier, 47 jaar); 'St. Nicolaas en kerst gaan in elkaar over', c 161 (landbouwer, 80 jaar).

73

Löfgren 1989, 21, zie ook Rooijackers 1995, 27-28, Frijhoff 1996, 20.

## Summary

### St Nicholas and the appearance of Father Christmas

December celebrations in postmodern Holland; traditional Dutch versus foreign rituals

While resistance to the 'foreign' Father Christmas has existed in the Netherlands since the mid-nineteenth century, this sentiment experienced a remarkable upsurge in the 1980s. One of the causes for this was the appearance of Christmas decorations in shop windows before the 5th of December, the date of the feast of St Nicholas. This was considered as a threat to the proper celebration of this traditional feast of gift-giving. The city of Assen, for instance, made clear by means of traffic signs that Father Christmas was not welcome until after the 5th of December. Various committees were founded to save the 'typical Dutch' feast of St Nicholas from extinction. Shopkeepers argued in their own defence that they were merely following the wishes of the public. Indeed, a steadily growing segment of the Dutch population has opted for Christmas as the occasion for exchanging gifts. The number of sales in the weeks immediately before Christmas are reportedly far more numerous than those prior to St Nicholas.

The giving of presents at Christmas, however, also has a fairly long tradition in the Netherlands. Since the 1960s, this practice has been reinforced by the growing importance of Christmas as a high day of domestic conviviality. At the same time, the authoritarian character of St Nicholas as a corrector of children's conduct, was increasingly being rejected. One of the traditional elements of the St Nicholas festivity is to make surprise gifts accompanied by teasing verses. A common explanation for the popularity of Christmas presents is that they are easier to prepare than those for St Nicholas. Another reason is that there are increasingly fewer families with small children. The author argues instead that the causes of this development lie deeper. In the western world in general and the Netherlands in particular, the boundaries between cultural categories and spheres are weakening and becoming blurred: *anything goes*. Theorists have labelled this process the postmodernisation of culture, an aspect of which is globalisation. People feel they have more choices and are prepared to make them. They welcome the possibility of exchanging gifts at Christmas and feel justified in

doing so on the basis of their knowledge of international traditions. Those who resent this, try to protect the 'Dutch' culture and identity. However, recent developments in celebratory customs in December show that their content changes and that they can no longer be unambiguously defined.

## Literatuur

- Assion, P., 'Historismus, Traditionalismus, Folklorismus. Zur musealisierenden Tendenz der Gegenwartskultur', in: U. Jeggle e.a. (ed.), *Volkskultur in der Moderne. Probleme und Perspektiven empirischer Kulturforschung* (Reinbek bei Hamburg 1986) 351-362
- Bausinger, H., 'Tradition und Modernisierung', *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 87 (1991) 5-14
- Bausinger, H., 'Nouveaux terrains, nouvelles taches, nouvelles méthodes', in: I. Chiva en U. Jeggle (ed.), *Ethnologues en miroir. La France et les pays de langue allemande* (Parijs 1987) 315-331
- Bausinger, H., 'Cultural identity and ethnicity in Europe', in: U. Bechdorf e.a. (ed.), *Watching Europe. A media and cultural studies reader* (Tübingen 1993) 21-32
- Bausinger, H., 'Zwischen Mythos und Alltag. Volkskunde und Geschichte', in: I.-S. Kowalczyk (ed.), *Paradigmen deutscher Geschichtswissenschaft* (Berlijn 1994) 106-119
- Bausinger, H., 'Jenseits des Eigensinns: Kulturelle Nivellierung als Chance?', in: W. Kaschuba (ed.), *Kulturen - Identitäten - Diskurse. Perspektiven Europäischer Ethnologie* (Berlijn 1995) 229-245
- Belk, R.W., 'Materialism and the making of the modern American Christmas', in: D. Miller (ed.), *Unwrapping Christmas* (Oxford 1993) 75-104.
- Betz, H.-G., 'Postmodernism and the new middle class', *Theory, culture & society* 9 (1992) 93-114
- Boissevain, J. (ed.), *Feestelijke vernieuwing in Nederland?* (Amsterdam 1991)
- Boissevain, J. (ed.), *Revitalizing European rituals* (Londen/New York 1992)
- Calhoun, C., 'Postmodernism as pseudohistory', *Theory, culture & society* 10 (1993) 75-96
- Caljé, P.A.J., en J.C. den Hollander, 'Aspecten van de twintigste-eeuwse cultuurgeschiedenis', in: A. Bosch en C.H.M. Wessels (ed.), *Veranderende grenzen. Nationalisme in Europa, 1919-1989* (Nijmegen 1992) 99-160
- Carrier, J.G., 'The rituals of Christmas giving', in: D. Miller (ed.), *Unwrapping Christmas* (Oxford 1993) 55-74
- Cohen, A.P., *The symbolic construction of community* (Chichester/Londen 1985)
- Dahles, H., 'Onbehagen in de consumptiecultuur. Het cultuurbegrip kritisch doorgelicht', in: Th. Beckers e.a., *Vrijetijd, cultuur en identiteit. Over de betekenis van tijd, plaats en (levens)stijl* (Amsterdam 1993) 41-65
- Daun, Å., 'Nationalism and internationalism in Sweden: toward a new class society?', *Ethnologia Scandinavica* 23 (1993) 3-12
- Daxelmüller, Chr., "'Heimat". Volkskundliche Anmerkungen zu einem umstrittenen Begriff', *Bayerische Blätter für Volkskunde* 18 (1991) 223-241
- Dekker, A.J., 'De opkomst van kerstboom en kerstviering in Nederland (ca. 1835-1880)', *Volkskundig Bulletin* 8 (1982) 129-179
- Dekker, T., 'Die Entwicklung der niederländischen Weihnachtsfeier', *Rheinisches Jahrbuch für Volkskunde* 25 (1983/84) 117-140
- Dundes, A., 'Defining identity through folklore', in: A. Dundes, *Folklore matters* (Knoxville 1989) 1-39
- Eerenbeemt, H. van den, 'Geschiedbeoefening en identiteitsbesef: lokaal, regionaal, nationaal en Europees niveau', in: H. van den Eerenbeemt en J. Goedegebuure (ed.), *Cultuur en identiteit* (Tilburg 1995) 35-49
- Elteren, M. van, *Imagining America: Dutch youth and its sense of place* (Tilburg 1994)
- Elteren, M. van, 'Kosmopolitisme en plaatsbesef in een globaliserende cultuur', in: H. van den Eerenbeemt en J. Goedegebuure (ed.), *Cultuur en identiteit* (Tilburg 1995) 51-67
- Featherstone, M., 'In pursuit of the postmodern: an introduction', *Theory, culture & society* 5 (1988) 195-215
- Featherstone, M., *Undoing culture. Globalization, postmodernism and identity* (Londen 1995)
- Frijhoff, W., *Eigenzinnig Nederland: het verleden en de toekomst van de cultuurnatie* (Den Haag 1996)
- Ginkel, R. van, 'Eigen en vreemd, eender en anders. De conjunctuur van het nationale denken', *Focaal* 25 (1995a) 159-175
- Ginkel, R. van, *Groen-zwart, Texels in het hart. Beschouwingen over een eilandcultuur* (Amsterdam 1995b)
- Ginkel, R. van, 'Zienswijzen op Neerlands eigenheid in wording en wezen. Een bibliografische verkenning', in: K. Kochen en P. Scheffer (ed.), *Het nut van Nederland. Opstellen over soevereiniteit en identiteit* (Amsterdam 1996) 272-286
- Hall, S., 'Old identities and new identities, old and new ethnicities', in: A.D. King (ed.), *Culture, globalization and the world-system. Contemporary conditions for the representation of identity* (Houndmills/Londen 1991) 41-68

- Heilbron, J., 'Mondialisering en transnationaal cultureel verkeer', *Amsterdams Sociologisch Tijdschrift* 22 (1995) 162-180
- Helsloot, J., *Vermaak tussen beschaving en kerstening. Goes 1867-1896* (Amsterdam 1995)
- Henu, E., 'Kerstmis en commercie', *Tijdschrift voor Liturgie* 75 (1991) 380-386
- Hörandner, E., en H. Lunzer (ed.), *Folklorismus* (Neusiedl/See 1982)
- Jager, J.L. de, *Volksgebruiken in Nederland. Een nieuwe kijk op tradities* (Utrecht/Antwerpen 1981)
- Johnson, R., 'Everyday life - national and other identities', in: U. Bechdolf e.a. (ed.), *Watching Europe. A media and cultural studies reader* (Tübingen 1993) 98-118
- Karjalainen, S., 'The Finnish Santa Claus in search of a home', *ARV* 52 (1996) 135-144
- Kloek, E., 'De nationale identiteit van de Nederlander als discussiepunt', in: E. Kloek en L. Dorsman (ed.), *Nationale identiteit en historisch besef in Nederland* (Utrecht 1993) 23-34
- Koch, K., en P. Scheffer (ed.), *Het nut van Nederland. Opstellen over soevereiniteit en identiteit* (Amsterdam 1996)
- Köstlin, K., 'Die Konstruktion des Eigenen', in: C. van der Borgt e.a. (ed.), *Constructie van het eigene. Culturele vormen van regionale identiteit in Nederland* (Amsterdam 1996) 31-43
- Kooi, J. van der, 'Folklore - volkskunde - folklorisme', *Volkscultuur* 7 (1990) 69-96
- Korff, G., 'Folklorismus und Regionalismus. Eine Skizze zum Problem der kulturellen Kompensation ökonomischer Rückständigkeit', in: K. Köstlin en H. Bausinger (ed.), *Heimat und Identität. Probleme regionaler Kultur* (Neumünster 1980) 39-49
- Kuper, A., 'The English Christmas and the family: Time out and alternative realities', in: D. Miller (ed.), *Unwrapping Christmas* (Oxford 1993) 157-175
- Lamaker, E., 'Mode en design: post-moderne identiteitsverschaffers?', in: C.C. Rohde (ed.), *Moderne levensstijlen* (Amsterdam/Atlanta 1990) 184-197
- Lash, S., *Sociology of postmodernism* (Londen/New York 1990)
- Laeyendecker, L., *Bedreigde cultuur. Over moderniteit, wetenschap en religie* (Kampen 1994)
- Leer, M. van, *Geven rond Sinterklaas. Een ritueel als spiegel van veranderende relaties* (Amsterdam 1995)
- Löfgren, O., 'The nationalization of culture', *Ethnologia Europaea* 19 (1989) 5-23
- Löfgren, O., 'The Great Christmas Quarrel and other Swedish traditions', in: D. Miller (ed.), *Unwrapping Christmas* (Oxford 1993) 217-234
- Löfgren, O., 'Taking the back door. On the historical anthropology of identities', *Focaal* 26-27 (1996) 53-58
- Loo, H. van der, 'De magie van de consumptie', in: C.C. Rohde (ed.), *Moderne levensstijlen* (Amsterdam/Atlanta 1990) 96-117
- Lukken, G., 'Ritueel en menselijke identiteit', in: A. de Ruijter e.a., *Totems en trends. Over de zin van identificatiesymbolen* (Hilversum 1988) 20-34
- Matsier, N., *Was Sinterklaas maar een gracht* (Amsterdam 1995)
- Mezger, W., *Sankt Nikolaus. Zwischen Kult und Klamaux. Zur Entstehung, Entwicklung und Veränderung der Brauchformen um einen populären Heiligen* (Ostfildern 1993)
- Mommaas, H., *Moderniteit, vrijetijd en de stad. Sporen van maatschappelijke transformatie en continuïteit* (Utrecht 1993)
- Moor, R.A. de, 'Globalisering van de cultuur en nationale identiteit', in: J.M.M. de Valk (ed.), *Nationale identiteit in Europees perspectief* (Baarn 1993) 21-45
- Niedermüller, P., 'Die Volkskultur und die Symbolisierung der Gesellschaft: Der Mythos der Nationalkultur in Mitteleuropa', *Tübinger Korrespondenzblatt* nr. 40 (1991) 27-43
- Niedermüller, P., 'The search for identity: Central Europe between tradition and modernity', in: R. Kvideland (ed.), *Tradition and modernization. Plenary papers read at the 4th International Congress of the Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore* (Turku 1992) 109-121
- Nissen, P., *De Eucharistische Kruistocht van het Bisschoppelijk College te Roermond* (Roermond 1985)
- Peeters, H.F.M., 'Identiteit en moraliteit: een historisch paar', in: J.C. Dekker (ed.), *Sporen en spiegels. Beschouwingen over geschiedenis en identiteit* (Tilburg 1995) 75-84
- Pimlott, J.A.R., *The Englishman's christmas. A social history* (Hassocks 1978)
- Pleij, H., 'Over het gebrek aan belangstelling voor de eigen cultuur in Nederland', in: E. Kloek en L. Dorsman (ed.), *Nationale identiteit en historisch besef in Nederland* (Utrecht 1993) 35-40
- Post, P., 'Het verleden in het spel? Volksreligieuze rituelen tussen cultus en cultuur', *Jaarboek voor Liturgie-onderzoek* 7 (1991) 79-124
- Post, P., 'Zeven notities over rituele verandering,

- traditie en (vergelijkende) liturgie-wetenschap', *Jaarboek voor Liturgie-onderzoek* 11 (1995) 1-30
- Righart, H., *Het einde van Nederland? Kenteringen in politiek, cultuur en milieu* (Utrecht/Antwerpen 1992)
- Ritzer, G., *The MacDonaldisation of society. An investigation into the changing character of contemporary social life* (Thousand Oaks 1993)
- Robertson, R., 'After nostalgia? Wilful nostalgia and the phases of globalization', in: B.S. Turner (ed.), *Theories of modernity and postmodernity* (Londen 1990) 45-61
- Rohde, C.C., 'Moderne levensstijlen. Ingrediënten en dilemma's', in: C.C. Rohde (ed.), *Moderne levensstijlen* (Amsterdam/Atlanta 1990) 2-13.
- Rooijackers, G., *Eer en schande. Volksgebruiken in het oude Brabant* (Nijmegen 1995)
- Rutten, P., 'Nederlandstalige popmuziek. Een synthese van eigen en mondiale cultuur', *Volkskundig Bulletin* 21 (1995) 277-303
- Smith, A.D., *National identity* (Londen 1991)
- Smith, A.D., *Nations and nationalism in a global era* (Oxford 1995)
- Sociaal en Cultureel Rapport 1980* ('s-Gravenhage 1980)
- Stauth, G., en B.S. Turner, 'Nostalgia, postmodernism and the critique of mass culture', *Theory, culture & society* 5 (1988) 509-526
- Turner, B.S., 'Periodization and politics in the Post-modern', in: B.S. Turner (ed.), *Theories of modernity and postmodernity* (Londen 1990) 1-13
- Velde, H. te, 'Nederlands nationaal besef vanaf 1880', in: T. Zwaan e.a. (ed.), *Het Europees labyrint. Nationalisme en natievorming in Europa* (Amsterdam 1991) 173-188
- Voert, M.J. ter, *Religie en het burgerlijk-kapitalistisch ethos. Een onderzoek naar de relatie tussen religieuze overtuigingen en opvattingen over arbeid, consumptie en eerlijkheid* (Nijmegen 1994)
- Voskuil, J.J., 'Die Diffusion des Weihnachtsbaumes in den Niederlanden', *Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde* 20 (1973) 91-104
- Zeijden, A. van der, 'De Nederlandse culturele identiteit. "Of ik ben niemand, of ik ben een hele natie"', *Volkscultuur* 9 (1992) 5-27
- Zeijden, A. van der, 'De "wortels" van de volkscultuur. Retorische elementen in het werk van Jos. Schrijnen (1869-1938)', *Volkskundig Bulletin* 21 (1995) 331-350
- Zijderveld, A.C., *Staccatocultuur, flexibele maatschappij en verzorgende staat. De ironie van wat ons drijft en belangrijk dunkt* (Utrecht 1991)