



Universiteit Utrecht

Relatie tussen omroepgids en lezer

De VPRO gids als boundary object
tussen verschillende velden in een
veranderend medialandschap

C.M.P. Hortensius – 3281248

Masterthesis

Mediastudies

Faculteit Geesteswetenschappen

Universiteit Utrecht

Begeleid door – Dr. Alec Badenoch & Prof. dr. Sonja de Leeuw

november 2012

Voorwoord

Lang heb ik nagedacht over een goed onderwerp voor mijn thesis. Tot een besluit komen bleek moeilijk aangezien mijn interessegebied groot is. Identiteitsvorming op het internet, de komst van sociale netwerksites, de mogelijkheden tot participatie op de televisie; stuk voor stuk boeiende onderwerpen. Toch werd mijn keuze uiteindelijk iets makkelijker gemaakt toen ik werd aangenomen als redactiestagiaire bij de VPRO gids. Een leuke en vooral leerzame stage. Het academische schrijven werd even verruild voor een wat meer journalistieke stijl en in plaats van de bibliotheek op te zoeken verkreeg ik informatie door mensen te interviewen. Na gesprekken met mijn eerste scriptiebegeleider Alec Badenoch bleek dat over het fenomeen omroepgids nog vrijwel niks geschreven is. Dat zou een mooie uitdaging worden: schrijven over een onderwerp dat wel vaak gebruikt wordt als bronmateriaal, maar nooit als uitgangspunt voor een onderzoek. Dit betekende ook dat alle invalshoeken nog open lagen en er een keuze gemaakt moest worden.

Door de vele leuke gesprekken met Alec Badenoch heb ik uiteindelijk een goede keuze kunnen maken. Bij deze wil ik hem dan ook bedanken voor het enthousiasme waarmee hij in elk gesprek sprak over dit onderwerp en de vele mogelijke invalshoeken die hij mij heeft aangereikt. Ik wil ook heel graag mijn tweede begeleidster Sonja de Leeuw bedanken. Zij heeft mij na het formuleren van mijn vraag en mijn gekozen theorie begeleid in het hele verdere schrijfproces. Door de uitgebreide feedback en fijne gesprekken werd ik elke keer weer uitgedaagd om het beste uit mezelf te halen om zodoende een mooie scriptie af te leveren.

Natuurlijk wil ik op deze plek ook mijn vriend Michel bedanken die vaak een luisterend oor bood. Ook mijn ouders, vriendinnen en de rest van de familie hebben mij gesteund. Mijn moeder die precies wist wanneer ik weer een deadline had en vriendinnen die mij met raad en daad bijstonden. Bedankt!

Inhoudsopave

1. Inleiding.....	4
2. Theoretisch kader.....	8
2.1 Boundary objects	8
2.2 De theorie van Pierre Bourdieu.....	10
2.2.1 Velden en kapitaal.....	11
2.2.2 Habitus.....	13
2.3 Tussenbalans.....	14
3. Analysemodel.....	15
4. Analyse deel 1: de start van een omroepbestel.....	16
4.1 Context: de maatschappij en de zuil.....	17
4.1.1 Het vrijzinnig protestantisme.....	18
4.1.2 Het vrijzinnig protestantisme bij de VPRO en in de gids.....	18
4.2 De gids en zijn lezers.....	19
4.3 Deelconclusie.....	22
5. Analyse deel 2: Het proces van ontzuiling.....	24
5.1 Context: de maatschappij en de politiek.....	24
5.1.1 Een nieuw doel voor de omroep.....	25
5.2 De gids en zijn lezers.....	26
5.3 Deelconclusie.....	28
6. Analyse deel 3: de digitale tornado.....	30
6.1 Context: De digitale tornado in de maatschappij.....	31
6.1.1 De digitale tornado bij de VPRO.....	31
6.2 De gids en zijn lezers:.....	33
6.3 Deelconclusie.....	35
7. Conclusie.....	37
8. Literatuur.....	40

1. Inleiding

De omroepgids in Nederland is een bijzonder fenomeen. Niet te vergelijken met de Radio Times van de BBC in Engeland. Daar kennen ze één omroepgids, terwijl in Nederland elke omroep met leden zijn eigen gids heeft.

“Er was een tijd dat vrijwel elk huisgezin er eentje bezat. Dat had onmiskenbaar z'n voordelen. Zo wist je na één blik op het interieur tot welke zuil de ouders van een nieuw vriendje behoorden. Lag de Televizier opengeslagen op de salontafel, dan waren het inbrave, rechtse lieden. Maar slingerde de VPRO-gids op de ribfluwelen bank, dan was ik een tikje jaloers: dit waren zonder twijfel Progressieve Ouders.”¹

De keuze voor een specifieke omroepgids was lange tijd verbonden met de keuze voor een bepaalde zuil. Als abonnee werd je automatisch lid van de betreffende omroep. Tegenwoordig moet je als toekomstig abonnee expliciet aangeven of je ook lid wilt worden van de omroep. Een voorstel voor een wijziging in de Mediawet (ingediend in september 2011) werd op 26 juni van dit jaar door de Eerste Kamer aangenomen en zorgde voor veel aandacht omtrent de omroepgids in de media.² De wijziging houdt onder meer in dat de omroepen niet langer het alleenrecht hebben om via tv-gidsen hun programmeergegevens te verspreiden. Wel krijgen de omroepgidsen een vergoeding voor de kosten die ze maken voor het verstrekken van de gegevens.³

Door de grote oplages van de diverse gidsen was er lange tijd strijd bij de uitgevers over het vrijkomen van de gegevens. Kranten kregen de gegevens wel, maar slechts voor drie dagen tegelijk waardoor zij nooit een weekgids konden maken. Toch bleven, na aanvaarding van het wetsvoorstel dat ervoor zorgt dat omroepen hun monopolie verliezen, de enthousiaste reacties van uitgevers uit. Het zou te laat zijn. Volgens algemeen directeur Barent Momma van Bindinc, uitgever van zes grote tv-gidsen waaronder de Televizier, Mikro Gids en de NCRV Gids, is het lanceren van een nieuwe gids in deze tijd niet logisch, omdat het medialandschap zo veranderd is. Hoewel de oplages nog steeds groot zijn, blijft het aantal abonnees dalen.⁴

Voormalig D66-kamerlid Boris van der Ham, één van de initiatiefnemers van de Mediawet wijziging, zei dat met dit voorstel duidelijk zou worden welke omroepen op echte steun van de kijker kunnen rekenen en welke kunstmatig in stand worden gehouden door een aantrekkelijk omroepblad.⁵ Merkwaardig, want leden worden allang niet meer automatisch lid van de omroep bij een abonnement op de gids. Bovendien heeft de gids zich in de loop der jaren ontwikkeld tot een blad dat meer dan alleen programmeergegevens verstrekt. Door mijn stage op de redactie van de VPRO gids werd mij dit nog duidelijker.

“Als jullie Jort Kelder op de cover zetten, dan zeg ik bij deze mijn abonnement op.”

Ondanks dat er niet meer bewust wordt gekozen voor een bepaalde zuil zoals dat gebeurde voor de ontzuiling in de jaren zestig, lijkt er wel alsnog heel bewust te worden gekozen voor een bepaalde omroepgids. Bovenstaande uitspraak kwam vaak voorbij in boze mails van lezers die het er niet mee eens waren dat Jort Kelder op de voorkant van de gids was afgebeeld. Het werd mij duidelijk dat de lezers ooit lid zijn geworden van een soort ‘club’ en daarmee een indirecte vorm van macht hebben. Binnen deze groep zijn namelijk ‘afspraken’ gemaakt wat past bij de VPRO en wat niet en zodra de omroep zich daar niet aan houdt, laten de lezers van zich horen.

Bovenstaand voorbeeld en diverse andere gebeurtenissen hebben veel laten zien van het karakter en de identiteit van de VPRO. Mijn reeds gewekte nieuwsgierigheid naar de relatie tussen de gids en de lezers werd groter. De gids zou weleens een interessant uitgangspunt kunnen zijn voor mijn onderzoek. Bovendien is er nog erg weinig geschreven over omroepgidsen. In eerdere onderzoeken omtrent omroepen werd de omroepgids wel als bron gebruikt, maar bijna nooit eerder als onderwerp.

In deze historische studie kijk ik naar de relatie tussen de VPRO gids en zijn lezers. Hoe wordt die vormgegeven? Tijdens mijn stage heb ik kunnen observeren hoe er over de identiteit van de VPRO wordt nagedacht en hoe deze aandacht krijgt. De identiteit alleen verradt al veel over de relatie tussen de omroep en de lezer, aangezien het een onderdeel is van de identiteit van de omroep. Het woord ‘relatie’ verwijst allereerst naar een verhouding tussen mensen of dingen. In dit geval verwijst het naar de samenwerking tussen verschillende partijen met elk hun eigen belangen. Bovendien is het onderzoeken van de relatie tussen gids en lezer een manier om de relatie te bekijken tussen de omroep en de maatschappij.

Voor de analyse van deze historische schets heb ik gekozen voor het bespreken van drie veranderingen in de maatschappij en/of in het medialandschap: de start van een omroepbestel, het proces van ontzuiling en de recentelijke situatie waarin er sprake is van een elektronische programmagids en smartphones met televisiegids applicatie, oftewel ‘de digitale tornado’. De start van een nieuw omroepbestel betekende een tijd van modernisering. De radio deed zijn intrede, omroepen werden opgericht en de omroepgids werd uitgebracht. De eerste jaargang van de gids, die in de analyse bekeken zal worden, laat niet alleen zien hoe de relatie tussen de gids en de lezers er vanaf het prille begin uitzag, maar ook de relatie tussen de omroep en maatschappij. Ten tijde van de ontzuiling verdwenen de puntjes tussen de letters VPRO en de directe connotatie met het Protestantse verdween steeds meer. Wat betekende deze maatschappelijke verandering voor de relatie tussen de gids en zijn lezers? Het laatste draaipunt ten tijde van de ‘digitale tornado’ is

interessant, omdat door de komst van smartphones met televisiegids applicatie en de elektronische programmagids, het opvragen van programmeergegevens steeds toegankelijker is geworden via verscheidene platforms. Dat roept de vraag op hoe de gids hierop heeft ingespeeld. In de tijd dat ik stage liep, werd voor het eerst *augmented reality* aan de gids toegevoegd. Als lezer download je een applicatie op je telefoon of tablet om vervolgens in de gids (wanneer dat aangegeven staat) meer informatie te verkrijgen in de vorm van een filmpje, muziek of iets dergelijks. Door het toevoegen van *augmented reality* blijft de papieren versie behouden, maar er wordt tegelijkertijd door de samenwerking met een ander medium wel verdieping geboden.

Het zijn slechts drie draaipunten binnen een continu aan verandering onderhevig medialandschap. Dit onderzoek is een aanzet tot het schetsen van de geschiedenis omtrent de rol van de omroepgids in de relatie tussen omroep, lezer en maatschappij. Om bij deze eerste stap een heldere analyse te geven van de drie draaipunten wordt de gids benaderd als *boundary object* met behulp van de concepten *velden*, *kapitaal* en *habitus* uit de theorie van Bourdieu. Bij boundary objects gaat het om het omzetten en overbrengen van informatie tussen groepen. Het object kan de interactie en uitwisseling van informatie stimuleren of beperken. Een kort voorbeeld hiervan is dat de omroep enerzijds zijn idealen en ideeën (zijn identiteit) communiceert naar de lezers, onder meer door middel van de gids. Anderzijds voelen de lezers zich betrokken bij een bepaalde 'groep' en is de gids voor hen een bemiddelaar in het grote aanbod dat televisie en radio biedt. Het is een platform waarop interactie plaatsvindt tussen de omroep en zijn lezers, maar waar ook andere partijen en belangen meespelen die van invloed zijn op de relatie tussen omroep en lezer. Daarbij komt de theorie van Bourdieu van pas. Bourdieu schreef over de begrippen velden, kapitaal en habitus. In een sociale ruimte (Bourdieu's term voor de maatschappij) bevinden zich velden (politiek, wetenschap, cultuur) waarbinnen individuen functioneren. Binnen de velden zijn afspraken gemaakt met een bijbehorende machtsverdeling. Hier moet men zich aan houden en deze afspraken worden ook verdedigd.

“Zo kan het gebeuren dat in een periode van literaire vernieuwing de traditionele standpunten van diegenen die het veld domineren, opnieuw of zelfs voor de eerste keer worden geëxpliciteerd en gelegitimeerd, op het moment dat en precies omdat ze worden aangevallen.”⁶

Zowel de theorie over het boundary object als die van Bourdieu worden verder uiteengezet in hoofdstuk twee. Naast de twee theorieën die handvatten bieden voor de analyse worden ook de gidsen zelf bekeken die uitkwamen in de periode van de draaipunten, dus rond 1926 – 1927, 1967-1968 en 2010-2012. Bij deze gidsen wordt gekeken naar de verhouding tussen artikelen en programmeergegevens, de onderwerpen en inhoud van de rubrieken en hoe de lezer wordt aangesproken.

Bovendien is het van belang dat bij het analyseren van de relatie tussen de gids en de lezer, op het moment van de gekozen veranderingen in de maatschappij en het medialandschap, ook wordt gekeken naar de context, oftewel de maatschappelijke en politieke situatie op dat moment. Immers, de relatie tussen gids en lezer staat niet op zichzelf. Externe factoren bepalen mede welke belangen er meespelen en die zijn weer van invloed op de interactie tussen de gids en zijn lezers.

2. Theoretisch kader

Ter beantwoording van de vraag hoe de relatie tussen de VPRO gids en zijn lezers wordt vormgegeven benader ik de gids als *boundary object*. De theorie van het boundary object alleen is nog niet voldoende om de gids op een goede manier te analyseren. Het gaat bij dit onderzoek om een relatie tussen twee 'partijen'. Die relatie wordt slechts gedeeltelijk duidelijk uit een analyse van het boundary object alleen. Pas wanneer ook de context waaronder veranderingen in de maatschappij, bij de omroep en op het gebied van media bestudeerd wordt, ontstaat er een helder beeld van het boundary object en zijn relatie tot andere 'partijen', waaronder de lezers. Om deze context te analyseren worden de concepten *veld*, *kapitaal* en *habitus* van Pierre Bourdieu ingezet. Deze concepten bieden een handvat om de omliggende partijen te analyseren.

2.1. Boundary objects

Er is gekozen de gids als boundary object te benaderen, omdat na een korte analyse van de VPRO gids en zijn lezers al snel duidelijk werd dat er meer partijen betrokken zijn bij de vormgeving van de relatie dan de gids en de lezers alleen. De gids speelt een rol in en wordt beïnvloed door meerdere *velden*. Om dit te verduidelijken en een handvat te bieden voor het analyseren van de relatie wordt de theorie rondom boundary objects uitgelegd.

*"Boundary objects are both adaptable to different viewpoints and robust enough to maintain identity across them."*⁷ De Amerikaanse sociologen Susan Star en James Griesemer introduceerden in 1989 het concept boundary objects. In het artikel 'Institutional Ecology, 'translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39' kijken Susan Leigh Star en James R. Griesemer naar samenwerkingsverbanden tussen wetenschappers. Zij geven aan dat binnen dit werkveld veel verschillende inzichten bestaan waardoor er een "central tension" ontstaat. Zij onderzochten de ontwikkeling van een natuurhistorisch *research* museum waarbij zowel heterogeniteit als samenwerking centrale kwesties waren voor de deelnemers. Voor het analyseren van deze casestudie introduceerden zij het concept boundary objects en definieerden vier typen, namelijk *"repositories, ideal types, coincident boundaries and standardized forms."*⁸ Deze boundary objects vormen het concept waarmee uitgelegd kan worden hoe bij medewerkers van het museum zowel diversiteit als samenwerking samengaan.⁹

Ter verduidelijking van wat Star en Griesemer precies bedoelen met boundary objects zeggen zij het volgende: *"They have different meanings in different social worlds but their structure is common enough to more than one world to make them recognizable, a*

means of translation."¹⁰ Het is een analytisch concept van wetenschappelijke objecten die meerdere *social worlds* in zich hebben, dat wil zeggen dat de objecten in meerdere groepen/belangen een rol spelen, maar waarbij toch in elke groep voldaan wordt aan de informatievereisten.¹¹

In de casestudie van het Museum of Vertebrate Zoology werden er verschillende *social worlds* onderscheiden: zoals professoren, wetenschappers, curatoren, verzamelaars, sponsors en nog vele anderen. Dit betekent dat het ging om een project met meerdere partijen en dus met verschillende belangen. Star en Griesemer geven aan dat het normaal is dat er verschillende belangen komen kijken bij wetenschappelijk werk. Die diverse belangen hebben weer tot gevolg dat er bij de bevindingen van het wetenschappelijke onderzoek verschillende meningen worden gegeven. Toch moet er door samenwerking een samenhang ontstaan.¹²

Nu is aangegeven met welke bedoeling Star en Griesemer het concept *boundary objects* introduceerden en hanteerden, is het goed om te kijken naar de meer letterlijke betekenis van de woorden *boundary* en *objects*. Het woord *boundary* impliceert een soort grens, maar Star en Griesemer gebruiken het als volgt: "*Here, however, it is used to mean a shared space, where exactly that sense of here and there are confounded.*"¹³ De gemeenschappelijke objecten vormen de *boundaries* tussen groepen door flexibiliteit en gedeelde structuur. De term *object* verwijst normaal gesproken naar een voorwerp dat fysiek bestaat. Star en Griesemer trekken dit breder door te zeggen dat er sprake is van een object wanneer mensen ermee handelen of ermee in contact staan. Een auto is bijvoorbeeld geen *boundary object* als het puur gaat om een stuk blik met wielen. Pas wanneer het in gebruik is, kan het een *boundary object* vormen.¹⁴

Voor een breder begrip van dit concept is het nuttig om te kijken hoe een andere wetenschapper dit concept gebruikt. Professor Management Information Systems Chris Kimble richt zich in zijn onderzoek op de vraag hoe digitale technologieën een plaats krijgen in de samenleving. In zijn artikel 'Innovation and knowledge sharing across professional boundaries: Political interplay between boundary objects and brokers' bespreekt hij de problemen van het delen van kennis tussen verschillende beroepen. Het gaat in zijn artikel over communicatie tussen *communities*. Kimble doelt hiermee op het probleem dat kan ontstaan wanneer werknemers uit verschillende organisaties of beroepen moeten samenwerken om hetzelfde doel te bereiken. Kimble gebruikt het concept *boundary objects* om in kaart te brengen hoe die verschillende werknemers hun kennis met elkaar delen. Over hoe dit eruit kan zien zegt Kimble: "*Boundary objects are often technologies, although they can be drawings, sets of rules, research projects or documents.*"¹⁵ Eigenlijk geeft Kimble ook al aan dat een *boundary object* in verschillende vormen voorkomt. Maar over hoe het ingezet kan worden wordt Carlile aangehaald, die zegt dat:

“boundary objects have a particular role to play in supporting the different forms of coordination found in collaborative working. When a situation is familiar and routine, a simple boundary object, perhaps only a single word, is all that is needed for a group to coordinate its activities.”¹⁶

Het wordt duidelijk dat dit concept op verschillende manieren inzetbaar is en door meerdere wetenschappers wordt aangehaald. Star en Griesemer definiëren, zoals eerder gesteld, vier typen boundary objects. Echter, in een later werk, benadrukt Star dat dit niet de enige vier vormen zijn waarmee men kan werken. *“These were NOT meant to be exclusive, but to start a more general kind of catalogue!”¹⁷*

Bovendien geeft zij aan dat al sinds de publicatie van haar werk uit 1989 vele andere vormen zijn gesuggereerd zoals hier eerder ook verondersteld werd. Het feit dat vele anderen nog andere typen boundary objects definieerden leidde tot de vraag wat er dan eigenlijk géén boundary object is. Star verdedigt zich door uit te leggen dat alle concepten die ooit bedacht zijn in zekere mate op een case toepasbaar zijn.

Op een voorbeeld vraag of de Beatles, the nationale vlag of de Bijbel ook boundary objects zijn antwoordt zij dat zolang de interpretatie flexibel is, het in sommige gevallen als boundary object omschreven kan worden.¹⁸ Echter: *“I think it would be more interesting to study people making, advertising, and distributing American flags, and their work arrangements and heterogeneity than to simply say that many people have different interpretations of the American flag.”¹⁹*

Dit is precies waarom dit concept interessant is om in te zetten in dit onderzoek naar de relatie tussen de VPRO gids en zijn lezers. Het is niet slechts om te zeggen dat de VPRO gids een object is dat door meerdere mensen op een verschillende manier geïnterpreteerd wordt, maar het biedt een handvat om onder meer te kijken naar de heterogeniteit, de makers en de verschillende belangen oftewel de verschillende *social worlds* waar de omroepgids zich tussen beweegt. Tegelijkertijd laat het ook de ‘common ground’ zien tussen de verschillende groepen. Terwijl alle betrokkenen wellicht een andere betekenis toekennen aan de gids is het wel voor alle groepen een voorziening waar gebruik van wordt gemaakt om hun doel te bereiken.

Ter ondersteuning van de analyse van deze verschillende *social worlds*, wordt de theorie van Bourdieu ingezet.

2.2 De theorie van Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu: *“De sociale wereld is voorgedacht, voorbesproken, al duizenden jaren beoefenen alle mensen sociologie en hun discussies zijn neergeslagen in de hersens van de mensen in de vorm van woorden, een vocabulair, een repertoire aan ideeën . En dan verschijnt de socioloog en die probeert daar tegenin te gaan.”²⁰*

De Franse socioloog Bourdieu schreef onder meer over de begrippen velden, kapitaal en habitus.

2.2.1 Velden en kapitaal

“Bourdieu argued that in order to understand interactions between people, or to explain an event or social phenomenon, it was insufficient to look at what was said, or what happened. It was necessary to examine the social space in which interactions, transactions and events occurred.”²¹

Volgens Bourdieu, die veelal keek naar de sociale verhoudingen in een samenleving, is het belangrijk om niet alleen te constateren hoe de interactie eruit ziet tussen mensen, maar ook de *social space* waarin deze interactie plaatsvindt te onderzoeken. Met de term *social space* doelt Bourdieu op de maatschappij.

“According to Bourdieu, an analysis of social space meant not only locating the object of investigation in its specific historical local/national/international and relational context, but also interrogating the ways in which previous knowledge about the object under investigation had been generated, by whom, and whose interests were served by those knowledge-generation practices.”²²

Binnen deze sociale ruimte, die zelf een veld vormt, bestaat een netwerk van velden die samen de maatschappij vormgeven. Voor dit onderzoek naar de VPRO gids is het relevant dat het constateren van het bestaan van de verschillende partijen en de interactie daartussen niet afdoende is. Er dient goed gekeken te worden naar de externe factoren en welke belangen spelen bij de partijen waartussen de VPRO zich beweegt. Deze verschillende partijen duidt Bourdieu aan met de term *velden*. Van belang is om de verschillende velden in de *sociale ruimte* bloot te leggen.

Het begrip veld werd door Bourdieu geïntroduceerd in 1966 in een artikel getiteld ‘Champ intellectuel et projet créateur’. In latere werken gebruikte Bourdieu dit begrip voor specifiekere gebieden als onder meer educatie, cultuur, televisie en literatuur. Het veld verwijst voor Bourdieu naar een ‘wereld’. Binnen deze verschillende werelden geldt een eigen systeem. Wat dit precies inhoudt wordt aan de hand van onderstaande vergelijking duidelijk.²³

Bourdieu staat bekend om het feit dat zijn theorieën ingewikkeld geformuleerd zijn. De volgende vergelijking die hij ooit maakte, zorgt voor een duidelijker beeld van zijn ideeën. Hij vergeleek het sociale leven eens met een spel, zoets als een voetbalwedstrijd. De inzet van het spel is de legitimiteit binnen dat veld. Binnen het veld zijn er spelregels met wat er wel en niet mag. Bovendien zijn er *social agents*, oftewel mensen of instellingen die door

middel van strategieën hun positie proberen te verbeteren. De vormgeving van de velden hangt af van het spel dat er gespeeld wordt, want elk spel kent zijn eigen regels, geschiedenis en topspelers. Elk veld kent een eigen spel, oftewel een eigen vorm van *kapitaal*. Dit begrip kan wellicht het beste omschreven worden als 'macht'. Binnen elk veld tracht men zoveel mogelijk winst te behalen en het bezit van kapitaal geeft toegang daartoe.²⁴

Dat er binnen ieder veld weer sprake is van andere structuren wordt benadrukt in het boek 'Het oeuvre van Pierre Bourdieu'. Schrijver Jacques Tacq -studeerde wiskunde en sociologie - bespreekt dat Bourdieu in de culturele velden spreekt over een 'chiastische' structuur. Als voorbeeld wordt gegeven dat er in het literaire veld een tegenstelling plaatsvindt tussen enerzijds 'zuivere productie' bestemd voor een kleine markt van producenten en anderzijds de markt van de productie voor de smaak van het 'grote publiek'.²⁵ Bovendien: *"Een veld wordt onder andere bepaald door de definitie van specifieke inzetten en belangen die niet te reduceren zijn tot de inzetten en belangen die horen bij andere velden."*²⁶ Bourdieu gaf eerder aan dat elke wereld zijn eigen structuur kent. Hij zegt hierover:

*"De structuur van het veld is een bepaalde stand van de krachtsverhouding tussen actoren of instellingen die in strijd zijn verwickeld of, zo men wil, van de verdeling van het specifieke kapitaal dat is geaccumuleerd in eerdere conflicten en richting geeft aan toekomstige strategieën."*²⁷

Met behulp van de eerder gegeven vergelijking wordt duidelijk dat de structuur van een veld bepaald wordt door de machtsverhouding tussen de verschillende 'partijen' die het spel spelen. Het gaat om een verdeling van deze macht. In het geval van de VPRO gids is het van belang om de verschillende actoren of instellingen in kaart te brengen, zodat duidelijk wordt hoe de machtsverhoudingen liggen en dus hoe de structuur van het boundary object is vormgegeven.

Bourdieu geeft aan dat er ook minder zichtbare eigenschappen van velden zijn, zoals het feit dat alle mensen die zich in het desbetreffende veld bewegen een aantal fundamentele belangen delen, namelijk alles wat samenhangt met het bestaan van het veld zelf. Bourdieu zegt ook dat een strijd wordt gestreden omdat verschillende strijdende partijen een overeenstemming moeten vinden over datgene wat de moeite van het bevechten waard is.²⁸

Over de totstandkoming van verschillende partijen geeft Gyurka Jansen een verhelderende uitleg. Gyurka Jansen is blogger en columnist op Radio 1 en geeft trainingen en gastcolleges over nieuwe media en onderzoek. Hij schreef in een artikel genaamd 'Van toen, voor nu: Bourdieu' over de theorie van Bourdieu en dan voornamelijk over de begrippen velden en kapitaal. Hij geeft aan dat men nu soms met verwondering spreekt over

het feit dat men online versnipperd raakt, terwijl het idee heerste dat internet mensen bij elkaar zou brengen. Vervolgens geeft Jansen aan dat in de echte wereld hetzelfde gebeurt als online, omdat mensen zich daar ook groeperen, rond een onderwerp, een groter interessegebied of misschien zelfs aan de hand van bepaalde eigenschappen zoals omgangsvormen.²⁹ Toch klopt de aanname dat men zegt online 'versnipperd' te raken dan niet helemaal, want dan zouden mensen in de echte wereld niet groeperen. Echt versnipperd raken doelt meer op de individualisering die het internet in de hand werkt. Waar in eerste instantie gedacht werd dat het internet gezien kon worden als een platform waar mensen bij elkaar komen en meningen gedeeld worden, is er nu veel kritiek op het feit dat er door het internet massa-individualisering ontstaat. Waar Jansen op doelt is niet de individualisering maar wel het feit dat het internet geen plek is geworden waar iedereen bij elkaar komt, maar waar groepen zich kunnen vormen. Waar mensen op zoek gaan naar sociale netwerken waarin zij zichzelf kunnen plaatsen. Jansen geeft aan dat we deze ontwikkeling niet moeten zien als een 'onsociaal' fenomeen. "*We zien hier juist het ontstaan van sociale structuren: mensen verdelen zich over verschillende velden met elk hun eigen waarde(n).*"³⁰

Die waarde(n) worden onder meer bepaald door de habitus.

2.2.2 De habitus

De habitus zegt iets over de gewoontes (het denken en handelen) die gebruikelijk zijn binnen het desbetreffende veld. De habitus bestaat als het ware uit (onbewuste) schema's die het waarnemen, denken en handelen van actoren bepalen en sturen. De verhouding tussen mens en wereld (het kijken, spreken, handelen) wordt voor een groot deel bepaald door de habitus, maar ook door interne en externe factoren van habitus en veld.

Een interne factor is de dynamiek binnen dat veld. De oppositie tussen orthodoxie en heterodoxie vormt de basis voor deze dynamiek. Enerzijds zijn er actoren die naar conservatisme neigen en kiezen voor routine en anderzijds zijn er actoren die de gevestigde normen bekritisieren en die de gangbare modellen aanvallen. Externe factoren, zoals economische crisissen, technologische evoluties, politieke verschuivingen) veroorzaken een transformatie in de structuur van het veld.³¹

Deze veldstructuren vormen de habitus. Individuen met een overeenkomstige sociale achtergrond ontwikkelen een vergelijkbare habitus. Bovendien zijn zij geneigd hun waarneming en waardering als vanzelfsprekend te zien en zullen zij hun denken, oordelen en handelen reproduceren.³² Gyurka Jansen benadrukt dan ook dat: "*nieuwkomers moeten leren wat de omgangsvormen zijn, wat er belangrijk is in het veld, om zich verder te kunnen bewegen.*"³³ Over de relatie tussen habitus en veld schrijft Bourdieu het volgende:

“De relatie tussen habitus en veld is dus een tweezijdige: de habitus is de belichaming van de immanente structuur en noodzakelijkheid van een veld, terwijl zij op haar beurt bijdraagt aan het (voort)bestaan van het veld doordat zij de oorsprong is van praktische representatie- en zingevingsschema's en strategieën van praktisch handelen.”³⁴

Lut Missinne heeft het over een dialectische relatie, waarbij de habitus datgene waardoor hij wordt bepaald, helpt bepalen. Nu lijkt het alsof een individu niet subjectief handelt en alleen handelt zoals de habitus van het veld dat bepaalt. Over subjectieve intenties spreekt Bourdieu weinig. Wel geeft hij aan dat strategieën van actoren die betrokken zijn in een legitimiteitsstrijd binnen een veld afhankelijk zijn van de positie die ze innemen in dat veld en van het belang dat ze er bij hebben die structuur te behouden of te wijzigen. Naast de objectieve factoren komen er hier dus ook subjectieve factoren bij kijken.³⁵

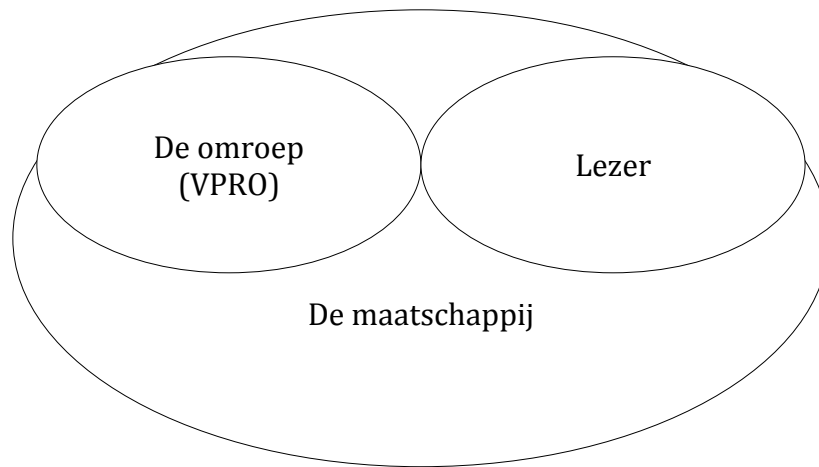
2.3 Tussenbalans

De vraag waaruit dit onderzoek is gestart luidt: “Hoe wordt de relatie tussen de VPRO gids en zijn lezers vormgegeven?” Ter beantwoording van deze vraag is allereerst uitgelegd hoe dit onderwerp benaderd wordt, namelijk als een boundary object. De VPRO gids is voor de lezers een bemiddelaar in het aanbod van de omroep. Tegelijkertijd is het voor de omroep een platform waarop de idealen ten gehore gebracht kunnen worden. Bovendien staat dit alles ook in verband met de makers van radio (en later ook televisie en digitale media), de zuil (of juist het ontbreken ervan) en de politieke en culturele situatie van het moment.

Om iets te kunnen zeggen over de relatie tussen dit boundary object en een ander partij, namelijk de lezers is het van belang om de theorie van Bourdieu toe te passen. Die biedt een handvat om de verschillende velden waarmee het boundary object te maken heeft bloot te leggen. Door het analyseren van de verschillende velden bij elk draaipunt wordt er geschetst welke belangen en partijen er op dat moment meespelen en welke invloed die hebben op de relatie tussen de gids en zijn lezers.

Voor het analyseren van de relatie tussen de VPRO gids en zijn lezers is zoals eerder besproken gekozen voor drie momenten: de start van een omroepbestel (1926), het proces van ontzuiling (1967 - 1968) en rond 2010-2012 wanneer er volgens de directeur van de VPRO Lennart van der Meulen sprake is van een ‘digitale tornado’. Met deze drie draaimomenten ontstaat er een deel van een historische schets.

3. Analysemodel



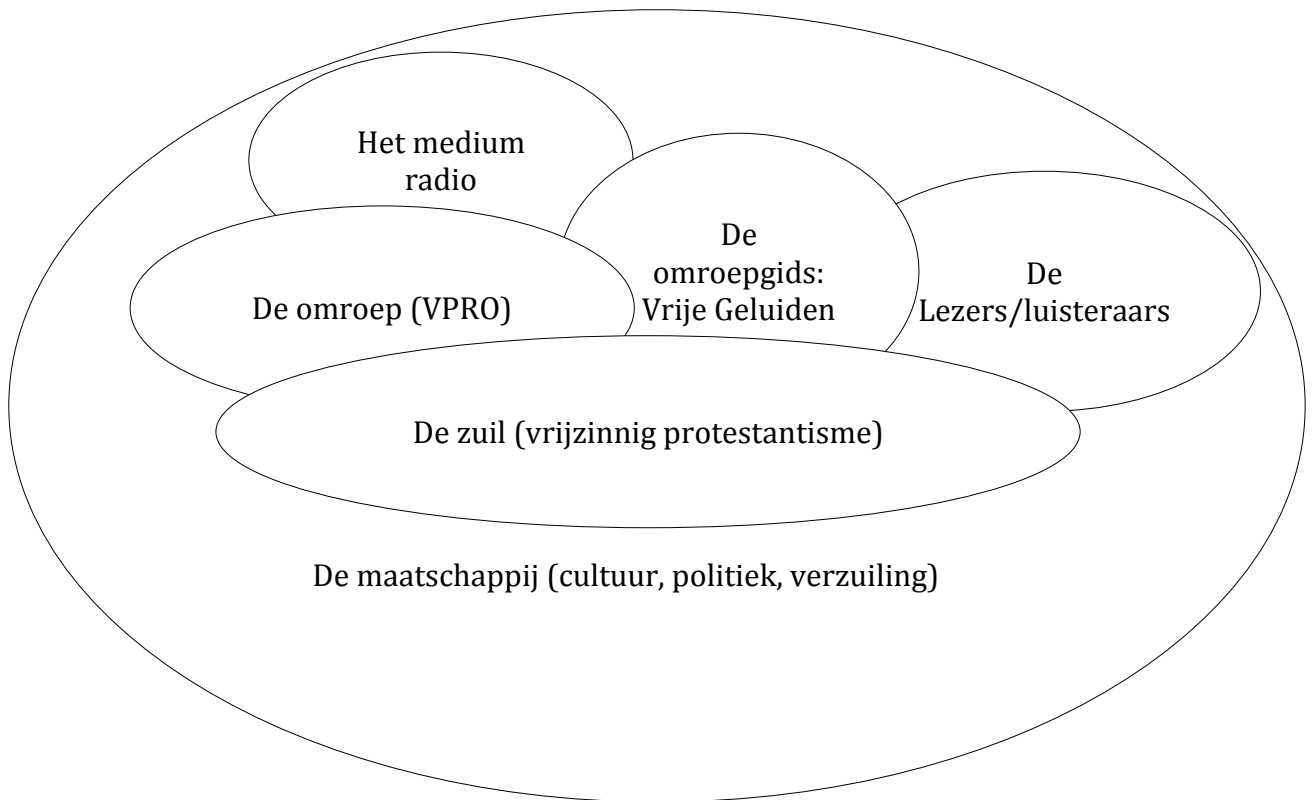
Het hierboven geschetste analysemodel vormt het uitgangspunt voor het in kaart brengen van de belangrijke velden per analyse. Per draaipunt wordt dit model uitgebreid door de toevoeging van alle relevante velden van dat moment. In dit model zijn de volgende velden aangegeven: de omroep (VPRO), het medium en de maatschappij.

Deze driehoek bestaat uit deze velden, omdat dit de belangrijkste velden zijn waartussen het boundary object zich beweegt en deze zullen tijdens elk draaipunt terugkeren. Andere velden die minstens zo belangrijk kunnen zijn als de drie velden in dit model, zoals het veld van het medium, kennen per draaipunt een andere focus.

Het grootste veld (dat van de maatschappij) is een belangrijk veld, omdat het een goed beeld geeft van de context van het draaipunt. De context speelt weer een belangrijke rol in de communicatie/interactie bij en tussen de andere velden. Dit veld heeft daarom ook de grootste oppervlakte en omarmt als het ware de twee andere velden.

De omroep krijgt ten tijde van elk draaipunt te maken met andere belangen door veranderingen in de maatschappij en/of in het medialandschap. Die belangen spelen mee in de structurering van het veld van de omroep en dat van de lezers. Die structurering is weer bepalend voor de interactie tussen de gids en de lezers. De omroep heeft bijvoorbeeld abonnees nodig, maar tegelijkertijd wordt de lezer, evenals de omroep, beïnvloed door veranderingen in de maatschappij en dat bepaalt ook mede de manier waarop de lezer het boundary object gebruikt.

4. Analyse deel 1: de start van een omroepbestel



Het eerder geschetste analysemodel is nu uitgebreid. De velden: medium radio, zuil en omroepgids zijn erbij gekomen. Het veld van de zuil vormt het middelpunt van dit model. Dit veld vormt eigenlijk net als de omroepgids in dit geval een boundary object, omdat het legitimiteit kent bij alle velden. Zowel in de maatschappij als bij de lezer en de omroep speelt de zuil een grote rol. Een ander belangrijke gebeurtenis in de maatschappij was de komst van een nieuw communicatiemedium: de radio.

Bij het analyseren van dit eerste draaipunt is onder meer gekeken naar de rubrieken, de ruimte voor de lezer en de manier waarop de lezers worden aangesproken. Van de eerste jaargang zijn de gidsen 1, 2, 8, 10, 13, 14, 15, 21, 27, 45 en 46 zijn bekeken. De keuze om meer gidsen in de eerste helft van de eerste jaargang te bestuderen is gemaakt omdat er in deze gidsen nog duidelijk een startperiode te herkennen is. De gids probeert een vorm te vinden om het vrijzinnig protestantisme over te brengen en om lezers te werven. In de tweede helft van de eerste jaargang is dit minder nadrukkelijk aanwezig en lijkt er een vaste vorm voor de gids gevonden te zijn.

Alvorens er direct naar de gids gekeken wordt is het van belang om de context van dit draaipunt weer te geven. Door eerst te kijken naar de maatschappelijke situatie rond 1926 kunnen de sociale ruimte en de daarbij behorende velden in de tijd geplaatst worden en valt

er iets te zeggen over de rol en belangen van en tussen de verschillende velden in de sociale ruimte.

4.1 Context: de maatschappij en de zuil

*“In vergelijking met de dynamische jaren voor 1914 vormden de decennia tussen de wereldoorlogen zowel op economisch als op politiek en cultureel gebied een periode van betrekkelijke stilstand.”*³⁶ Aan het einde van de Eerste Wereldoorlog waren de grote kwesties die jarenlang de politiek domineerden opgelost. De partijen waren tot een overeenstemming gekomen wat betreft de aanvaarding van het algemeen mannenkiesrecht, de financiële gelijkstelling van het bijzonder onderwijs en een belofte de sociale wetgeving uit te breiden.³⁷

Na de grondwetsherziening van 1917 ontstond de situatie dat scheidslijnen niet langer het land politiek gezien, in regionale verschillen verdeelden, maar in levensbeschouwelijke.³⁸ Voor 1917 was er sprake van een districtenstelsel waarbij Nederland verdeeld was in districten die ieder een of meer vertegenwoordigers voor de volksvertegenwoordiging kozen. Kleine politieke partijen hadden hierdoor nooit kans om in de Tweede Kamer te komen. Na 1917 werd het stelsel van evenredige vertegenwoordiging ingevoerd. Hierdoor kregen ook de kleinere politieke partijen een kans.

Zowel de politiek als de maatschappij raakte verzuild. Elke zuil kende zijn eigen levensbeschouwing. Deze ontwikkeling had ook invloed op de ontwikkeling van de omroepen. In de jaren twintig begon het uitzenden op de radio, in plaats van een industriële aangelegenheid, iets te worden van particuliere organisaties. Deze organisaties waren er niet op bedacht dat zij lang zouden bestaan, want men hield er rekening mee dat, evenals in andere landen, er een ‘Nationale Omroep’ zou ontstaan.³⁹ Echter, de veranderende verhouding tussen Staat en maatschappij schiep ruimte voor een andere indeling van het omroepbestel.

*“Dat betekende in de praktijk dat de Staat voor financiële middelen zou zorgen en zekere algemene regels kon stellen, maar dat voor het overige maatschappelijke groepen vrij zouden blijven om eigen zaken via eigen organisaties in eigen beheer te behartigen.”*⁴⁰

Vanaf 1924 wilden verschillende politieke en levensbeschouwelijke organisaties de radio gaan benutten voor het verdedigen van hun autonomie door eigen omroepen op te richten. De nationale omroep kwam niet, in plaats daarvan werden meerdere omroepen opgericht.⁴¹ Op 24 december 1924 werd de eerste radio-uitzending verzorgd door de Nederlandsche Christelijke Radio-Vereeniging (NCRV). Deze omroep werd een jaar later gevolgd door de Katholieke Radio Omroep (KRO).⁴² Niet veel later volgden de VARA (Vereeniging van Arbeiders Radio-Amateurs) in 1925 en de VPRO (Vrijzinnig Protestantsche Radio Omroep) in 1926.⁴³ De VPRO vormde als laatste een van de zuilen binnen het omroepbestel, omdat zij

nog lange tijd pleitte voor een nationale omroep. De komst van de radio zorgde ervoor dat geluiden van ver nu voor mensen in hun huiskamer te beluisteren waren. De radio bracht nieuwe communicatiemogelijkheden.

4.1.1 Het vrijzinnig protestantisme

De stroming Vrijzinnig Protestantisme kent een moeilijke beschrijving. Een echte definitie van wat deze stroming precies inhoudt is moeilijk te geven. Geschiedschrijver van het vrijzinnig protestantisme J. Lindeboom schreef:

“Het is een vorm van christelijke religieusiteit, die niet wordt bepaald door concrete gegevens als daar zijn: kerkelijke autoriteit, min of meer onfeilbaar leergezag, belijdenisgeschrift. Het is [...] meer leven dan leer. Het is daardoor weinig gebonden aan een bepaalden tijd en aan bij dien tijd behoorend inzicht, maar ondergaat hiervan wel den invloed, verandert met den tijd.”⁴⁴

Ook in het boek ‘Tussen geest en tijdgeest. Denken en doen van vrijzinnig protestanten in de afgelopen honderd jaar’ blijft een echt heldere definitie uit. Een omschrijving die in de buurt komt: ‘Vrijzinnig protestantisme is een poging tot bijdetijds christen-zijn’.⁴⁵ Dat “bijdetijdse” verwijst naar de oriëntering op de eigentijdse cultuur en de moderne wetenschap. De vrijzinnigen voelden niets voor het zichzelf opsluiten in eigen kerkelijke kring. Ze wilden geen opgelegde kerkelijke autoriteit en überhaupt van het idee af dat een geloofsgemeenschap het monopolie van de ware godskennis zou bezitten. Van groot belang was de openheid naar de ‘cultuur’ en ‘de wereld’. Ze wilden op zoveel mogelijk manieren deelnemen aan de cultuur door bijvoorbeeld zich aan te sluiten bij wetenschappelijke, literaire of kunstzinnige ontwikkelingen.⁴⁶

Deze zuil met zijn idealen bestond niet alleen in het maatschappelijke veld, maar kreeg ook in het omroepbestel een plaats.

4.1.2 Het vrijzinnig protestantisme bij de VPRO en in de gids

Net zoals de maatschappij was het omroepbestel sterk verzuild. Bij de vrijzinnig protestanten bestond een sterke wil tot het gezamenlijk werken aan hun idealen, maar tegelijkertijd was er de vrees hetzelfde te handelen als anderen die een strakke organisatie voerden met sterke leiding waardoor er juist wel particularisme en een belemmering van de ontplooiing van de vrije persoonlijkheid zou ontstaan. Op 6 oktober 1923 werd de Centrale Commissie voor het Vrijzinnig Protestantisme opgericht. Binnen deze commissie was nauwelijks ruimte voor leiders. Zij stelden zich tot doel mee te werken aan een betere onderlinge organisatie van de Vrijzinnig Protestanten in Nederland.⁴⁷ De oprichting van de Centrale Commissie bleek de

inzet van nieuwe ontwikkelingen. Eind jaren dertig was er onder andere sprake van een bloeiende jeugdbeweging en een omroepvereniging met een gids.

Bij de VPRO werd, zoals eerder aangegeven, binnen het bedrijf gekozen voor werknemers uit de eigen beweging. Dezelfde idealen, zoals die eerder zijn beschreven voor het vrijzinnig protestantisme, golden: vrije ontplooiing van de individuele persoonlijkheid en geen opsluiting in eigen kring en particularisme.⁴⁸ Terwijl de VPRO tegen opsluiting in eigen kring was, wilde het wel dat het vrijzinnig protestantisme in de hele samenleving doorwerkte.

“Alle organisatie had in dit verband voor velen maar één echte rechtvaardiging: waar het eigen geluid in de moderne wereld zo werd bedreigd, moest het eerst worden ‘gered’ om dan vanuit eigen kracht toch in die wereld te kunnen werken.”⁴⁹

Bij het bestuderen van de eerste jaargang van de gids wordt duidelijk dat het vrijzinnig protestantisme ook bij de omroep erg leeft en uitgedragen wordt door middel van de gids. Redacteuren van de gids omschrijven de stroming zelf als volgt:

“De Vrijz. Prot. Radio Omroep, als drager – in alle richtingen – van het godsdienstige woord, kan bij den 1e genoemde het proces van ontgeestelijking stuiten door concentratie op het ééne noodige; den 2e genoemde – indien zijn plaats verstooken is van vrijzinnige prediking – en den 3e. Genoemde onder den weldadigen invloed brengen van de gemeenschap der geloovgen en het gevaar verminderen, dat zij afsterven van God.”⁵⁰

En:

‘De V.P.R.O. is bovendien ons eenige apostel, die toegang heeft tot de huizen van Roomsch-Katholieken en orthodoxen, waarvan velen nu pas gaan begrijpen wat vrijzinnig Christendom is.’⁵¹

De VPRO laat hiermee zien dat zij een oecumenische benadering heeft. Het afwijzen van de eigen (kerkelijke) kring gaat verder door echt te streven naar een samenwerking tussen verschillende kerkelijke kringen. Het apostel van de VPRO heeft naar eigen zeggen als enige apostel toegang tot de huizen van Roomsch-Katholieken en orthodoxen.

4.2 De gids en zijn lezers

Tijdens de eerste jaargang van de omroepgids van de VPRO die liep van 23 sept. 1926. t/m 30 december 1927 werden er 46 nummers uitgebracht. De eerste eenentwintig nummers verschenen tweewekelijks op donderdag. De vijfentwintig gidsen daarna verschenen wekelijks op de vrijdag. Het blad heette toen nog ‘Vrije geluiden’.

De externe factoren die de habitus van het veld van de omroepgids mede vormgeven zijn nu uiteengezet: de verzuiling, het vrijzinnig protestantisme, de komst van het medium radio en het ontstaan van de omroepen. Echter, de habitus van het veld, oftewel de veldstructuren, worden ook bepaald door interne factoren. Om deze bloot te leggen moet er gekeken worden naar de dynamiek binnen een veld door het analyseren van de gids en de omgang van de gids met zijn lezers. De alreeds geschetste context zorgt ervoor dat sommige keuzes van de gids wellicht verklaarbaar worden.

Het uit twaalf bladzijden bestaande blad behandelde alle programma's van de Hilversumse zender verzorgd door de ANRO, KRO, NRC, NOV, VARA en VPRO. Daarnaast zijn er rubrieken aangebracht, namelijk: Uit Hooge Luchten, Voor den luidspreker, Draadloze vragen, Uit den omroep, Opgevangen seinen, Luchtige mededelingen en Wanneer wij kunnen luisteren? Meteen valt de verhouding programmeergegevens – artikelen op. Van de twaalf pagina's gaat het ongeveer één pagina over de uitzendingen van de VPRO, twee over de algemene uitzendingen (rubriek: 'Wanneer wij kunnen luisteren') en de rest van de pagina's wordt gevuld met de andere rubrieken.

De eerste rubriek 'Uit Hooge Luchten' gaat over het vrijzinnig protestantisme. Deze rubriek heeft titels als: 'Vrijzinnig protestantisme (gids 1), 'De radio-predikant' (gids 3), 'Het geloof en de techniek' (gids 4), 'Nog eens: vrijzinnig protestantisme' (gids 5). Deze rubriek is heel duidelijk bedoeld om de lezer te verduidelijken wat het vrijzinnig protestantisme volgens de VPRO precies inhoudt en waar het voor staat. Bovendien wordt de lezer door de schrijvers van deze rubriek duidelijk gemaakt wat er van hem of haar verwacht wordt als 'aanhanger' van het vrijzinnig protestantisme. De schrijfstijl in deze rubriek lijkt soms op die van een preek waarin de lezer wordt betrokken bij de schrijvers en makers van de gids door te schrijven over 'onze' en 'wij'. Een voorbeeld hiervan uit gids nummer 11:

"Er ligt in de Radio een zegen voor ons godsdienstige leven: ik aarzel niet om het te zeggen. Nu gaat ons vrijzinnig geluid de luchten door en het wordt opgevangen in stad en dorp: de velen die in vijandige afwering, in dogmatische opgeslotenheid, in volslagen onkunde tegenover alles stonden wat kwam uit 't vrijzinnig-christelijk kamp, zij luisteren nu vaak en luisteren geboeid, en 't grijpt vaak hun hart: andere gedachten, andere inzichten ontwaken nu onze sterke beginselen van vrije vroomheid door de ruimten gaan. Onze stem dringt door – en wij verheugen ons daarin omdat wij gelooven in de kracht en de waarde van die stem, die stem over 't vrije Christendom."⁵²

Hierboven wordt veel gesproken over 'onze' en 'wij' en dat geeft aan dat de lezers bij deze 'club' betrokken zijn. Dat het op een preekvorm lijkt wordt nog meer versterkt doordat de lezers ook tips worden gegeven. Zo schrijven de redacteuren in het eerste nummer dat de radio-dienst nimmer de kerkdienst zou kunnen vervangen. Men zou de gemeente en op den

duur ook zichzelf te kort doen. Voor hen die geen eigen kerk bezitten of door ziekte verhinderd zijn erheen te gaan, is de radio-prediking wel een te waarderen middel.⁵³

“Wie eenmaal inzage heeft gekregen van ontroerende brieven van zieken, die op hun kamer met den beluisterden dienst meezongen, of van eenzamen in den lande, die bekennen, bezieling en kracht te ontvangen voor hun moeilijke leven, die weert eens en voorgoed – ook al weet hij van andere resultaten niet af – dat hier een taak ligt voor het vrijzinnig Protestantisme, die het niet dan tot eigen schade en schande kan verwaarloozen.”⁵⁴

Een eerste vermoeden dat de radio heel duidelijk een spreekbuis vormt voor de omroep wordt steeds sterker. Het feit dat de programmeergegevens een klein aandeel vormen van het blad geeft aan dat de idealen van de omroep en de informatie over het vrijzinnig protestantisme dat in de andere rubrieken wordt behandeld als veel belangrijker wordt beschouwd. De gids en de radio lijken eenzelfde soort taak te vervullen in het netwerk van velden waarbinnen de gids een boundary object vormt. De radio wordt, net zoals de gids, als spreekbuis van de omroep gebruikt. Zoals eerder gezegd gaat het in de gids erg weinig over de programma's die uitgezonden worden. Als het hier wel over gaat dan ligt de nadruk op het vrijzinnig protestantisme dat verkondigd wordt of op de technische aspecten zoals wat te doen tegen de ruis op de radio (zoals in de rubriek 'Draadloze vragen').

Weinig over de programma's op de radio, des te meer aandacht voor de omroep. In de rubriek 'Uit den omroep' staan mededelingen vanuit de omroep. Dit zijn administratieve mededelingen over het lidmaatschap, contributie, maar ook oproepen aan de lezers om meer leden te verzamelen of ze te bedanken voor hun lidmaatschap zoals in het eerste nummer: *“Het aantal leden bedraagt op dit oogenblik ruim 8500; hartelijk dank aan allen die tot de voortdurende groei van het ledental medewerken.”⁵⁵*

Vanuit het veld van de gids wordt duidelijk welk doel de omroep voor ogen heeft en welk publiek zij aanspreken. De lezers worden betrokken bij de gids door de plaatsing van een prijsvraag, een bedankje voor het groeiende aantal leden en een oproep tot het enthousiasmeren van wellicht toekomstige abonnees. Niet alleen worden er vragen van lezers beantwoord (vanaf de tweede helft van de eerste jaargang), maar ook korte stukjes van lezers worden in de gids afgedrukt in de rubriek 'opgevangen seinen'.

“Warm loop ik voor Uw zaak, omdat de poging om ruimte en vrijheid van geest en van godsdienstig leven, zooals het Vrijzinnig Protestantisme blijkbaar voorstaat, niet genoeg kan worden gesteund. Bij geenerlei kerk ben ik aangesloten, omdat zelfs de ruimste mij steeds te eng was. Maar met grootste belangstelling volg ik altijd alle geestelijk leven. Hier voel ik echter de grenzen wegvallen.”⁵⁶

De gids laat door het plaatsen van dit citaat zien dat de VPRO een club is waar men bij wil horen. Bovendien geven zij het gevoel bereid te zijn overleg te plegen met hun lezers. De gids als een soort ontmoetingsplaats tussen de lezers en de VPRO. Enerzijds maakt de omroep duidelijk waar zij voor staat. Tegelijkertijd is deze bereidheid tot overleg niet alleen geïnitieerd om lezers tevreden te houden. De omroep heeft de lezers die ook gelijk lid zijn hard nodig. Het volgende citaat maakt dit duidelijk. *'Werft allen leden voor den V.P.R.O.', 'Wordt allen beslist Abonn e' en 'Stuurt ons uw kritiek en opmerkingen'*.⁵⁷ Bij dit laatste punt wordt aangegeven dat de lezer kritieken en opmerkingen moet sturen over uitzendingen, organisatie en orgaan. *'Alleen door nauwer contact met onze luisteraars kunnen wij weten wat gehoord wordt en wat gehoord wil worden.'*⁵⁸

Bovendien wordt in de laatste gids van de eerste jaargang duidelijk dat er inmiddels een relatie is opgebouwd tussen de gids en zijn lezers. Er is een relatie ontstaan waarin afspraken zijn gemaakt en er weer nieuwe afspraken worden gemaakt.

“ Ook staan er nog verschillende wenschen open betreffende onze inwendige organisatie. In het laatste jaar zijn wij stellig een heel stuk opgeschoten, maar wij zijn nog lang niet waar wij wezen moeten. Laten wij afspreken:

- 1. binnen een week bericht U ons, dat U uw contributie minstens hebt verdubbeld;*
- 2. binnen een maand verblijft U ons met 5 nieuwe leden en 5 dito abonn es;*
- 3. dan beloven wij binnen twee maanden van onze V.P.R.O.-organisatie een modelorganisatie te scheppen.*

*Beloven wij elkaar bij den ingang van het nieuwe jaar? Uitstekend! Wij wachten!”*⁵⁹

4.3. Deelconclusie

Zoals Bourdieu aangaf, wordt elk veld gedefinieerd door specifieke inzetten en belangen. Ter bestudering van de interactie tussen twee van de velden (gids en lezers) moesten alle andere relevante velden ook in kaart worden gebracht. Naast de gids en de lezers werden het medium radio, de omroep, de zuil (het vrijzinnig protestantisme) en de maatschappelijke context blootgelegd. Binnen deze context was het veld van de zuil erg dominant. Dit veld drong door in alle velden. Het medium radio werd namelijk door de velden van (indirect) de zuil en (direct) de omroep ingezet voor eigen doeleinden. Het veld van de lezers/luisteraars werd ook sterk door het veld van de zuil beïnvloed. Hun keuze voor een bepaalde omroepgids werd door de aanwezigheid van de zuil gemaakt.

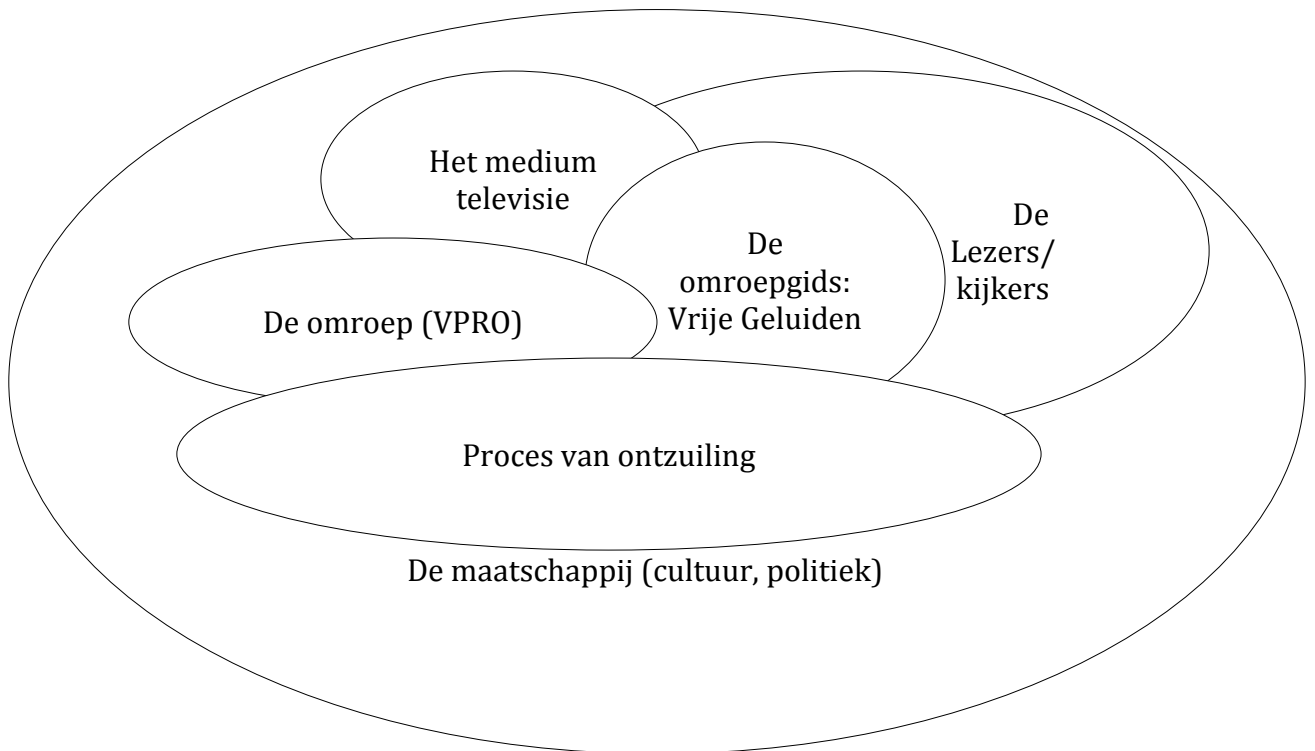
Het boundary object kreeg vooral als doel het informeren over de idealen van de zuil. De programmeergegevens en de radio kregen ook aandacht, maar het vrijzinnig protestantisme was het belangrijkste. Voor de lezers was het dus een informatiebron, maar tegelijkertijd ook een gids met gemeenschappelijke idealen (de common ground). De

structuur van de habitus van het boundary object heeft ervoor gezorgd dat er een bepaalde groep lezers aangesproken werd die op sommige vlakken een overeenkomstige habitus hadden. De VPRO wilde namelijk 'modern' zijn en meedoen aan het nieuwe. Ze hadden hiermee een avantgardistische benadering. Door onder andere het duidelijk uitspreken van deze idealen naar de lezer toe ontstond er een 'club' die zich prettig voelde bij het avantgardistische karakter van de VPRO.

Bovendien kende de habitus van de gids dezelfde externe factoren waar de lezers ook mee te maken hadden, namelijk de verzuiling en de kennismaking met een nieuw communicatiemedium (de radio). Dit veld van verzuiling werd door elk veld op zijn eigen manier ingevuld. Het vormde een gemeenschappelijke factor in de habitus van de velden ten tijde van dit draaipunt. De omroep wilde het vrijzinnig protestantisme uitdragen door ook de radio daarvoor in te zetten. De radio werd een spreekbuis voor de idealen van de omroep.

Echter, het boundary object was niet slechts een middel van de zuil, de omroep en de radio om lezers te informeren over het vrijzinnig protestantisme en bij de avantgardistische groep te betrekken, maar was omgekeerd ook sterk afhankelijk van de steun van de lezers. Er werden onzichtbare afspraken gemaakt tussen het boundary object en de lezers, zoals bijvoorbeeld dat de gids avantgardistisch zou zijn net zoals zijn lezers, maar dan moesten die lezers wel lid zijn en blijven. Andersom schepte de belofte voor een avantgardistische benadering bij de lezer de verwachting dat de gids vernieuwend zou zijn en dit zou hij ook moeten blijven om de lezers tevreden te houden. Een wijziging van factoren van buitenaf zou deze afspraken kunnen verstoren. Bij de volgende draaipunten kunnen we zien of daar sprake van is geweest.

5. Analyse deel 2: Het proces van ontzuiling



In het analysemodel is het middelste veld, dat in het eerste deel van de analyse werd aangeduid als 'zuil', nu vervangen door het 'het proces van de ontzuiling'. Weer staat dit veld bewust in het midden, omdat zowel in de maatschappij als in het medialandschap sprake was van ontzuiling. Nog steeds kan ook dit veld gezien worden als boundary object, omdat het alle velden beïnvloedt, maar ook omdat elk veld zijn eigen belang bij de ontzuiling heeft en zijn eigen betekenis aan het veld van de zuil toekent.

Het veld van het medium radio is vervangen door dat van de televisie. In de jaren zestig werd dit een steeds populairder medium en is meer dominant dan de radio in deze tijd. Voor de analyse is gekeken naar de laatste gids van het jaargang 1967 en naar gids 2, 5, 8, 17, 22 en 26 van de eerste helft van de jaargang 1968.

5.1. Context: maatschappij en politiek

Eind jaren zestig kent Nederland een centrumrechts kabinet: het Kabinet-De Jong. Zij voerden enkele hervormingen door zoals democratisering van de universiteiten en herziening van de echtscheidingswetgeving.

“Daar kwam bij dat de maatschappij een aantal zekerheden verloor. Kerk en godsdienst hadden niet meer de gebiedende kracht van vroeger.” [...] “Gezag dat lang als vanzelfsprekend geclaimd en aanvaard werd, stond in stijgende mate bloot aan contestatie.”⁶⁰

Toch zit het Kabinet-De Jong de gehele periode van 1967 tot 1971 zonder tussentijdse crisis uit.⁶¹ Wel kwamen de drie politieke termen participatie, politisering en polarisatie in deze regeerperiode steeds vaker naar voren. Dit kwam erop neer dat iedereen gelijke zeggenschap en inspraak zou moeten hebben. De greep van gevestigde machten gebroken moest worden om tot werkelijk vrije keuzen te komen en kiezers moesten de mogelijkheid hebben te kiezen voor alternatieve programma's.⁶²

Het waren duidelijk roerige tijden waarin het verzuilde systeem steeds meer afbrokkelde. Kerk en godsdienst hadden, zoals eerder gezegd, niet langer de gebiedende kracht en dat uitte zich in de maatschappij eind jaren zestig in het ontstaan van verschillende (protest)bewegingen. Deze bewegingen, zoals de vrouwenbeweging (aangevuurd door Dolle Mina), de milieubeweging, de vredesbeweging en de krakersbeweging ontstonden vanuit een verlangen voor nieuwe maatschappelijke verhoudingen.⁶³

Niet gek dat het ontstaan van deze bewegingen parallel liep met een nieuwe vorm van cultuurconsumptie die de horizon van mensen verbreedde. Door de verschijning van de radio was men al vertrouwd geraakt met eenzelfde type massacultuur, maar de opkomst van de televisie in de eerste helft van de jaren zestig intensiveerde dit nog meer. Het medium televisie bestond al eerder, maar in de jaren zestig kreeg het een speciale rol. De televisie zorgde voor een nieuwe manier van cultuurconsumptie die in de privésfeer van de huiskamer werd beleefd. Het publieke werd nu met het private verbonden door een beeld van de wereld in de huiskamer te brengen. De buitenwereld, ook ver over de grens, kon nu in de huiskamer aanschouwd worden.⁶⁴ Het aantal wekelijkse zenduren werd vanaf 1960 met vier vermeerderd en in 1964 werd er een tweede net toegevoegd.⁶⁵ Een ontwikkeling die bijdroeg aan het proces van ontzuiling. Met de televisie kwamen ook speelfilms, Amerikaanse comedies of buitenlandse muzikale shows de huiskamer binnen waardoor de omroep de rol van distributeur kreeg. Voor de omroepen werd het hierdoor steeds moeilijker zich op basis van de levensovertuiging te onderscheiden.⁶⁶

5.1.1 Een nieuw doel voor de omroep

*“Deining en spanning, dat zijn kwalificaties waarmee de VPRO in zijn jaarverslag over 1967 beschreef hoezeer maatschappelijke symptomen van verandering en vernieuwing het televisiepubliek in 1967 hadden verdeeld”.*⁶⁷

De puntjes tussen VPRO verdwenen waardoor de omroep beter omschreven kon worden als vrijgevochten en protesterend dan vrijzinnig protestant.⁶⁸ De spanningen van een mondiale cultuur en samenleving werden volgens de VPRO steeds meer zichtbaar. Vernieuwers botsten met de gevestigde orde en zekerheden werden uitgedaagd.⁶⁹ Er moest een nieuwe vorm gevonden worden waarbij er spanningen ontstonden tussen de intenties van makers en de omroep die de bestaande omroepideologie wilde bewaken. Toch had ook de VPRO door dat het zo niet langer kon. Jarenlang hadden de grote geestelijke stromingen de radio gebruikt om te spreken vanuit de eigen groep. Nu met de veranderingen in de samenleving en in de functie van radio en televisie was het nodig dat de VPRO in een stroomversnelling zou geraken.⁷⁰ Zij moesten, net zoals alle andere zendgemachtigden, nadenken over hun eigen identiteit.

In 1967 wordt in de omroepgids geschreven dat de VPRO niet graag het 'gebeten hondje' is en dat zij altijd heeft gevochten tegen de vervlakking in radio en tv. Zij zien hun leden als mensen die tegen een stootje kunnen ook al is dat stootje de waarheid. Zij geven aan dat het gevecht om de massa nu heviger woedt dan ooit, doordat er geen vijf zuilen meer zijn die om de gunst van de kijkers vechten, maar tweeëntwintig zendgemachtigden. *"Help ons onszelf te kunnen blijven! Goede, eerlijke programma's te kunnen geven. Maak één, maak enkele sympathisanten tot lid. Het kan!"*⁷¹

De spanningen bij de omroep leidde ertoe dat er helderheid moest komen over het doel van de VPRO.⁷² *"Allen tot wie de VPRO zich richt hebben er recht op te weten hoe de VPRO zichzelf ziet en wat hij als zijn taak beschouwt."*⁷³ In 1968 verschijnt er in de gids een uiteenzetting van de uitgangspunten en doelstelling van de VPRO. Hierin wordt allereerst beschreven dat de VPRO het mogelijk acht met de hem ter beschikking staande media bij te dragen tot verheldering en bewustwording ten aanzien van de ontwikkelingen die zich voltrekken. Ten tweede stelt de VPRO zich tot taak: confrontatie van uiteenlopende meningen en opvattingen, onderzoek van cultuurvormen en moraal en afwijzing van dogmatische en ideologische begrenzingen. Bovendien geven zij aan dat de VPRO niet zonder meer gebonden kan zijn aan kerkelijke of organisatorische grenzen. De VPRO ziet het als mogelijk dat zij voor velen een ontmoetingsplaats zijn.⁷⁴

Waar het op neerkomt vat Sonja de Leeuw mooi samen in *Een eeuw van Beeld en Geluid*: *"De VPRO was geen deel meer van het vrijzinnig-protestantisme, maar wilde wel in de traditie daarvan de kijkers en luisteraars stimuleren bij te dragen aan de vorming van een verantwoordelijke maatschappij."*⁷⁵

5.2 De gids en zijn lezers

Met het bespreken van het veld van de omroep is er al veel besproken over de gids, want duidelijk is dat de gids nog steeds (net zoals bij het vorige draaipunt) heel duidelijk als een soort propagandamiddel wordt ingezet voor de omroep. In tegenstelling tot het eerste

draaipunt waar de zuil voorop stond en de idealen van het vrijzinnig protestantisme verkondigd werden, moet nu de nieuwe identiteit 'verkocht' worden. Zoals in de context naar voren kwam, had de VPRO te kampen met interne spanningen ten gevolge van veranderingen in de maatschappij en op het gebied van media. Deze spanningen hadden weer tot gevolg dat de omroep over hun identiteit moest nadenken en nieuwe idealen en doelstellingen moest formuleren. De omroep wil de lezer graag laten weten dat zij die herformulering van hun idealen en doelstellingen in overleg met hun willen doen. Dit blijkt uit het volgende citaat uit gids 39 in 1967:

“Onze leden zijn anders dan vroeger, onze medewerkers evenzeer, ons publiek ook. Wij zullen ons wel moeten bezinnen op de problemen binnen ons gemengde en veranderende milieu. Dat zal onder meer op deze plaats geschieden.”⁷⁶

De omroep wil bezinnen op de problemen binnen hun milieu en geven aan dat die bezinning onder meer plaats zal vinden bij de gids. Het lijkt er niet op dat die bezinning betekent dat er een dialoog zal plaatsvinden tussen de gids en zijn lezers. Terwijl ten tijde van het eerste draaipunt nog werd aangegeven dat de VPRO graag een omroep is die dichtbij haar leden (en dus lezers) staat en graag in overleg met hen gaat werd bij het analyseren van de gidsen uit 1967 duidelijk dat er geen ruimte was voor een dialoog tussen de gids en zijn lezers. Geen brieven van lezers of antwoorden op brieven zoals dat ten tijde van de eerste jaargang wel het geval was. Het lijkt erop dat de VPRO eerst nog zelf moet nadenken over haar nieuwe identiteit en hoe zij dat naar buiten brengt, voordat de dialoog met de lezer weer wordt aangegaan.

De verhouding tussen programmagegevens en andere artikelen illustreert dit. Die verhouding ligt nu anders dan ten tijde van het eerste draaipunt. Nu zijn het juist de programmagegevens die alle ruimte en aandacht krijgen, terwijl er slechts drie of vier pagina's besteed wordt aan andere artikelen. De pagina's voor het televisieschema bestrijken een soort voorwoord waarin het bijvoorbeeld gaat over de komst van de kleurentelevisie⁷⁷, een puzzel en achtergrondstukjes over televisieprogramma's van die week.

In de loop van de 37^e jaargang lijkt het voor de omroep in ieder geval duidelijk te worden welk publiek hij wil aanspreken. De VPRO doet dit op een heel directe manier. In 1968 staat er geregeld een grote advertentie in de gids waarmee de VPRO leden wil werven. Een voorbeeld hiervan:

“Bepaalt u uw mening pas na het lezen van de krant?

Wij durven met stelligheid te beweren, dat dat bij u niet het geval is. Want VPRO leden behoren tot die selectieve groep kijkers en luisteraars die zelf een mening heeft. Die de VPRO waardeert om zijn uitzendingen en om zijn overzichtelijk programmablad, zonder

overbodige franje. Als u thuis familie of kennissen ontvangt vraag dan ook eens hun mening over Vrije Geluiden."⁷⁸

De VPRO lijkt een duidelijk beeld voor ogen te hebben van hun leden. Ze wilden een soort 'elite' aanspreken: *"U-die als VPRO-lid in de voorhoede staat van de maatschappelijke en culturele ontwikkeling.*"⁷⁹ Ook de toevoeging van een nieuwe rubriek aan het eind van 1967 in de gids duidt hierop. De rubriek 'VG-essay' is een artikel over een 'belangrijk onderwerp' met titels als 'Computers en creativiteit'⁸⁰, 'De stad van de toekomst en het geloof van de christen'⁸¹ en 'Theologie en maatschappijkritiek'⁸². In plaats van overleg met de lezers over de nieuwe invulling van de idealen van de VPRO lijkt het erop dat de omroep vooral zelf de touwtjes in handen heeft door heel bewust mensen aan te spreken die een eigen mening hebben en actief denkend zijn.

Toch is het aantal enthousiaste leden nog niet voldoende. In 1969 verkeert de gids in zwaar weer, naar eigen zeggen door een ernstig personeelstekort.⁸³ Het is geen verrassing als in 1970 een onderzoek wordt gehouden onder 300 leden en 100 contribuanten naar hun voorkeuren. Uit het onderzoek bleek dat een meerderheid van de abonnees geen behoefte voelde voor radicale wijzigingen van het blad. Met de sobere opzet van het blad leek men het eens te zijn. De ondervraagden wilden beslist geen koerswijziging naar een familieblad en voelde voor meer opinieblad-achtige artikelen en meer programmatoelichtingen. Even verderop staat vermeld waar de prioriteiten lagen in het redactionele beleid. De eerste prioriteit werd gegeven aan programma informatie (het spoorboekje).⁸⁴

"Als secundaire functie kan worden aangegeven programmabegeleiding in toelichtingen, wegwijzer rubrieken en redactionele artikelen, de derde doelstelling betreft het geven van informatie over omroep en media alsmede het bijdragen aan een onafhankelijke meningsvorming over programma's, gebeurtenissen en ontwikkelingen in de omroep."⁸⁵

Deze doelstellingen sluiten aan bij de nieuwe identiteit van de VPRO. Zoals het citaat zegt moet de gids bijdragen aan een onafhankelijke meningsvorming over programma's en gebeurtenissen en dat sluit aan bij de identiteit van de de omroep die dogmatische en ideologische begrenzings afwijst en juist verschillende cultuurvormen wil onderzoeken.

5.3 Deelconclusie

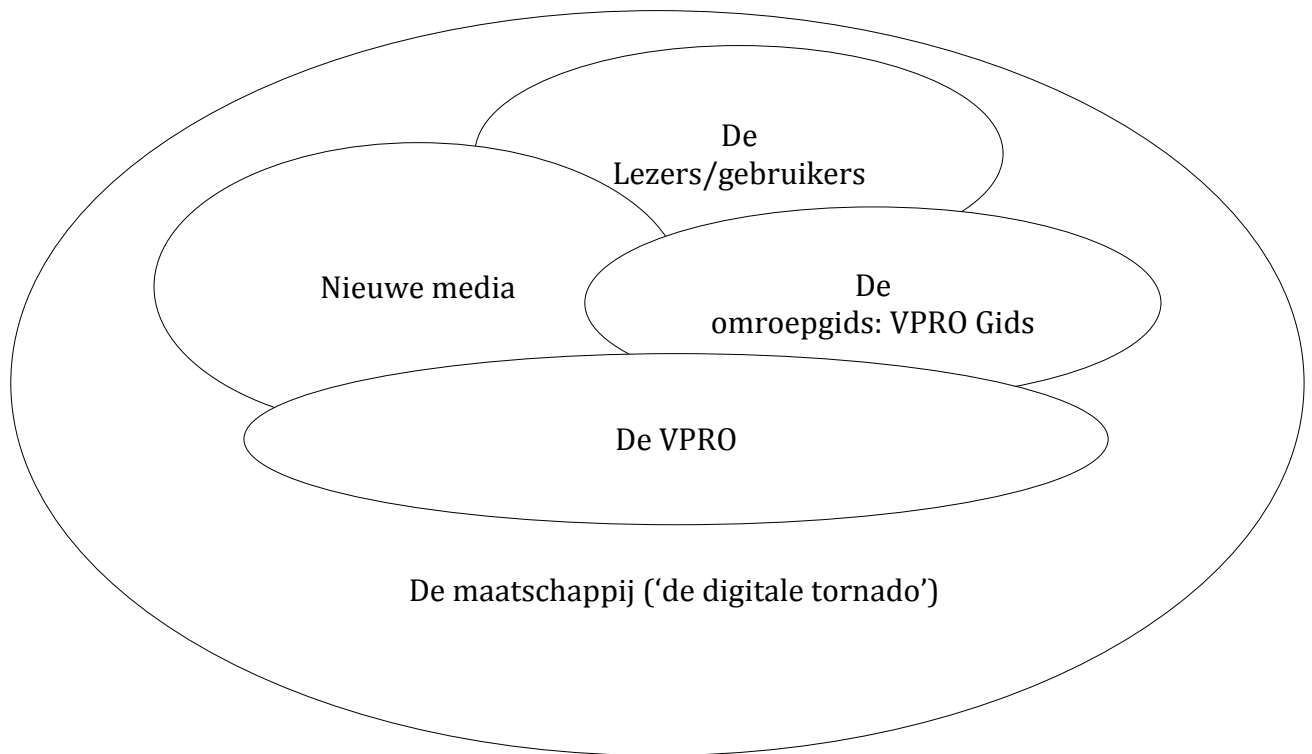
Zoals in de deelconclusie van het eerste draaipunt is gesteld, heeft een wijziging in de externe factoren invloed op de habitus van een veld en dus op de interactie met de andere velden. De analyse van dit draaipunt heeft dat mooi geïllustreerd. Het veld van de zuil dat ten tijde van het eerste draaipunt erg dominant en sturend was in de interactie tussen velden,

staat nu juist in het teken van het proces van ontzuiling en herdefinitie van de identiteit. Een andere belangrijke gebeurtenis die ook heeft bijgedragen aan dit proces was de komst van de televisie. Beide factoren zorgden ervoor dat de interactie tussen de velden veranderde. Het veld van de radio is veranderd in dat van de televisie. Het veld van de omroep wordt nu niet langer gedomineerd door het veld van de zuil. Deze veranderingen in de maatschappij en in het medialandschap hebben ervoor gezorgd dat de omroep zich moest bezinnen op zijn identiteit. Voor de habitus betekende dit dat er een herstructurering plaatsvond. Niet langer was het vrijzinnig protestantisme belangrijk. De nadruk lag nu op het onderzoeken van verschillende cultuurvormen en moraal en het afwijzen van dogmatische en ideologische begrenzingsen.

Tegelijkertijd had het veld van de lezers door deze veranderingen ook te maken met een wijziging van de habitus. Niet langer koos de lezer voor een omroep op basis van een zuil. De opkomst van de televisie zorgde ook voor spanning in de relatie tussen de omroep en publiek door bijvoorbeeld programma's die controverses opriepen. De common ground tussen de gids en de lezers was door de veranderingen in de maatschappij en in het medialandschap gewijzigd. Niet langer waren het vrijzinnig protestantisme en het medium radio belangrijke waarden die gedeeld werden.

Dit had tot gevolg dat het boundary object te maken kreeg met nieuwe belangen. De VPRO wilde haar nieuwe identiteit 'verkopen' en de gids bleek een geschikt platform. Hoewel de omroep aangaf dat de gids een mooie plek voor de bezinning op de problemen binnen hun milieu zou zijn, betekende dit niet dat het overleg met de lezers geopend werd. Het boundary object werd door de omroep ingezet om hun 'club' aan te spreken en uit te breiden. Zij wilden actief denkende mensen met een eigen mening benaderen om zich aan te sluiten bij de VPRO. Het boundary object werd gebruikt voor een herdefinitie van de standpunten en het herbevestigen van de common ground. Het werd een gids met vooral aandacht voor het medium televisie en de programma's die daarop te zien waren. De onderwerpen en inhoud van de artikelen moesten een actief denkend publiek met een eigen mening aanspreken.

6. Analyse deel 3: de digitale tornado



De identiteit van de omroep werd lange tijd mede bepaald door het veld van de zuil. Ten tijde van het tweede draaipunt werd de formulering van de identiteit juist beïnvloed door het wegvallen van de zuil. Ten tijde van dit draaipunt is de zuil of het wegvallen van de zuil niet langer datgene waar de omroep mee te maken heeft waardoor deze twee velden samen zijn gevallen.

In de maatschappij zien we dat de belangrijkste verandering wordt aangeduid als de 'digitale tornado'. Deze omschrijving komt uit een toespraak van algemeen directeur van de VPRO Lennart van der Meulen op het VPRO boekenfestival dat op 2 juni 2012 werd gehouden. Deze digitale tornado beïnvloedt ook het medialandschap en dus ook de omroepgids. Bovendien hebben de lezers door de komst van de digitale media nu veel meer mogelijkheden om programmeergegevens in te zien, bijvoorbeeld door middel van een applicatie op een *smartphone*.

In deze analyse komt aan bod welke veranderingen deze 'digitale tornado' met zich heeft meegebracht. Het veld van voorheen de radio en televisie is nu dat van de 'nieuwe media'. Dit verwijst naar de ontwikkelingen van de digitale media. Het veld van de lezers/kijkers is daardoor nu dat van de lezers/gebruikers. De gidsen 48, 49, 50 en 51 uit 2010 en 1, 2, 3, 4, 5 uit 2011 werden bestudeerd.

6.1. Context: De digitale tornado in de maatschappij

Een woord dat zeker in 2010 veel voorbij kwam in de maatschappij en de politiek was 'crisis'. Net als in 2009 trok de crisis ook in 2010 een zware wissel op de Nederlandse overheidsfinanciën. Dit betekende de noodzaak om te bezuinigen. Zo ook bij de Publieke Omroep. Dit wordt verder besproken onder het kopje 'De digitale tornado bij de VPRO'.

Los van de crisis was er een belangrijke ontwikkeling op het gebied van de media. Waar bij de eerdere draaipunten de nadruk lag op de radio en de televisie, ligt dat nu bij nieuwe media.

*"We leven in een tijd van snel verdwijnende grenzen en barrières. Nog even en de gehele wereld is met elkaar verbonden, alle informatie is vrij toegankelijk en technisch is alles mogelijk."*⁸⁶

De media spelen hierin een grote rol, door onder andere de digitalisering van beeld en geluid en de ontwikkeling van internet. In een persbericht van het boek 'Me the Media' wordt gezegd dat de massamedia plaatsmaken voor een mediamassa en dat het individu leidend wordt. Van den Brande geeft aan dat als de uitvinding van de drukpers de eerste mediarevolutie betekende, de komst van de radio en televisie dan de tweede was. De recente ontwikkelingen waardoor het individu steeds meer leidend wordt in plaats van de massa, betekent dat er een derde wereldwijde mediarevolutie plaatsvindt.⁸⁷

De macht van het individu is enorm toegenomen. Mensen maken steeds vaker individueel en actief gebruik van de media. Zij zijn geen lezers of kijkers meer, maar gebruikers, door zelf te kiezen, reageren en te maken. In 2010 werd dit nog meer versterkt door de opkomst van het gebruik van *social media*. De mogelijkheden van deze sociale netwerken verschillen per markt en organisatie. Het heeft in ieder geval tot gevolg dat mensen actiever zijn in hun mediagebruik en veel makkelijker met elkaar in contact komen en ervaringen uitwisselen of delen.

6.1.1. De digitale tornado bij de VPRO

In 2010 zijn er gesprekken geweest tussen de omroepen en Raad van Bestuur van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO). Deze gesprekken mondde uit in een verkenning over een toekomstbestendige publieke omroep. De titel van de notitie: 'Van bolwerk naar netwerk' verwijst naar de ambitie die Hilversum heeft. De omroepen willen bouwen aan een succesvol, dynamisch, open bestel dat meerwaarde heeft en diep verankerd is in de samenleving.⁸⁸ In 2011 werden de omroepen het eens met het zogeheten 3-3-2 model. Een omroepbestel met de NOS en de NTR, drie fusieomroepen en drie zelfstandige omroepen. KRO samen

met de NCRV, de TROS met de AVRO en de VARA met BNN. De EO, MAX en VPRO bleven op zichzelf. De omroepen kregen te maken met fikse bezuinigingen. In een speech van algemeen directeur van de VPRO Lennart van der Meulen op een Algemene Ledenvergadering wordt benadrukt dat de publieke omroep in alle landen onder druk staat. Oud-directeur van de NOS, Ruurd Bierman, wordt door Van der Meulen aangehaald om aan te geven dat de grenzen tussen *broadcasting* en *narrowcasting* vervagen. Hij zegt: *“Iedereen zendt en reageert. Met vrienden, zakelijk, met volgers op Twitter en likers op Facebook, abonnees, bezoekers, kijkers en luisteraars en lezers van de gids.”*⁸⁹

Van der Meulen spreekt over een ‘digitale tornado’ die door de informatiesamenleving raast, maar waarin de publieke omroep zich tot nu toe nog standhoudt. Wel moet hij zich steeds opnieuw uitvinden om overeind te blijven in dit veranderende medialandschap. Dit gaat volgens hem via twee lijnen. De publieke omroepen moeten allereerst meer excelleren dan ze nu doen. En ten tweede moeten de omroepen van de mensen zijn. Door de mensen in het hart te sluiten. De omroepen moeten voortdurend in contact staan met het publiek.⁹⁰

Een middel dat ingezet kan worden voor dit contact met het publiek is de gids. Na al die jaren is de nog steeds papier met geschreven woord. Van der Meulen benadrukt dat in deze tijd van beeldcultuur en communicatie via social media een speech op een ledenvergadering nogal prehistorisch tijdverdrif is. *“Predigitaal. Maar tegelijkertijd is het woord dat van de kansel ranselt en het geschreven woord dat gedrukt en verspreid wordt de bakermat van een wereld die googlet en zapt en facebookt.”*⁹¹

*“We moeten investeren in interactie en nieuwe media, in contacten en relaties, in partnership en evenementen. En we mogen ons niet uit het digitale domein laten verdringen want daar zit het publiek. [...] Een sterke publieke omroepsite en uitzendinggemist zijn belangrijk, maar naast die digitale snelweg is een netwerk van wegen nodig waarmee je in veel meer uithoeken van de digitale wereld komt. De VPRO wil en moet zich ook in die nerven van de informatiesamenleving nestelen.”*⁹²

Het is duidelijk dat de omroep zich bewust is van de ontwikkelingen in de maatschappelijke – en media technische ontwikkelingen. Directeur Campagne van De Persgroep (de Volkskrant, AD, Trouw, Het Parool) ziet de invloed van de nieuwe media nog verder gaan en zegt dat zij het gebruik van programmagidsen enorm zien afnemen de laatste jaren door digitale mogelijkheden als toegesneden applicaties en de elektronische programmagids.⁹³ Zoals Bierman volgens Van der Meulen aangaf moet de publieke omroep de mensen in het hart sluiten. De VPRO geeft in hun jaarverslag van 2010 aan dat zij de band met de leden aan het versterken zijn. Ze wil beter voorzien in de behoeften van de achterban en de legitimatie van de VPRO moet worden versterkt. Het veld van de omroep gaat hier voor een versterking van de legitimatie binnen een netwerk van velden waar ook andere omroepen inzitten. De VPRO

wil eruit springen. De VPRO geeft ook dat zij loyaal is aan de publieke omroep, maar nadrukkelijk kiest voor een bestel dat op onderscheid, innovatie en vernieuwing wordt afgerekend. Zoals eerder in het citaat naar voren kwam moet de VPRO investeren in interactie en nieuwe media. Crossmediaal produceren is de norm.⁹⁴

Het versterken van die legitimatie uit zich onder meer ook in het actief zijn binnen culturele netwerken. Zo is de VPRO bijvoorbeeld één van de hoofdsponsors van het Nederlands Filmfestival en organiseren zij jaarlijks zelf een festival. In 2012 stond dit festival in het teken van boeken.

6.2 De gids en zijn lezers

Waar eind jaren zestig de nadruk lag op een sobere, opinieblad-achtige vorm van de gids die beslist geen koerswijziging mocht ondergaan naar een familieblad, lijkt dit zo rond 2010-2012 sterk veranderd. Nog steeds is er sprake van opinieblad-achtige artikelen, maar de omroepgids is nu zeker ook gericht op de hele familie. *“De gemiddelde leeftijd van een werknemer bij de VPRO is 43. De gemiddelde leeftijd van een lid/abonnee is 49. [...] er moest wel wat gebeuren.”*⁹⁵

Met meer aandacht voor de hele familie is ook de verhouding tussen programmagegevens en artikelen weer gewijzigd ten opzichte van het eerdere draaipunt. De gids kent nu een brievenrubriek, een nieuwspagina (twee bladzijdes met nieuwtjes op het gebied van film, televisie en nieuwe media), redactionele artikelen met aandacht voor wetenschap, literatuur, boeken en muziek, een pagina voor jongeren (Dorst) en een pagina voor kinderen (Villakrant). Deze artikelen beslaan ruim een derde van de gids. Ook in het gedeelte waar de programmagegevens beginnen, wordt per dag aan drie programma's verdieping gegeven door middel van een artikel.

De kinderpagina van de gids bestond al langer, maar in juli 2010 kwam de jongerenpagina erbij. Dit jongerenmerk van de VPRO werd gelanceerd onder de naam 'Dorst'.⁹⁶ Het is een lab voor jonge programmamakers van de VPRO. Nieuwe ideeën en veelbelovende makers kunnen bij Dorst terecht.⁹⁷ Ook aan de volwassenen werden in het jaarverslag van 2010 nieuwe beloftes gemaakt. Naast de onderdelen film en literatuur (die al langer werden behandeld in de gids) zou nu ook muziek (alternatief, klassiek, jazz) worden toegevoegd en zou er ruimte gemaakt worden voor langere reportages en interviews. In de gidsen anno nu zien we dat dit is gebeurd.

Ten tijde van het tweede draaipunt werd duidelijk dat de gids actief denkende mensen met een eigen mening wilde aanspreken. De introductie van Dorst en de vele redactionele artikelen illustreren dat de VPRO nog steeds actief denkende mensen wil aanspreken. De wens voor een bepaald publiek wordt ten tijde van dit draaipunt nog duidelijker. Door in de redactionele stukken de focus te leggen op onderwerpen als wetenschap, literatuur en muziek wordt de 'elite' van de cultuur die een eigen mening heeft aangesproken. De artikelen

worden op een vlotte manier geschreven, maar spreken toch vooral de cultureel onderlegde en algemeen ontwikkelde mensen aan door niet-alledaagse onderwerpen te behandelen en uit te gaan van een zekere mate van voorkennis. In de redactionele stukken onder het kopje 'wetenschap' gaat het bijvoorbeeld over 'Wetenschap en het grote publiek'⁹⁸, 'Navigatie en het brein'⁹⁹ en 'Kevin Kelly en het technium'¹⁰⁰.

Bovendien is er ten opzichte van het eerste draaipunt wel weer ruimte voor de lezers door de aanwezigheid van een brievenrubriek (forum). Niet alleen lofuitingen, maar ook kritiek wordt gepubliceerd. De lezers zijn niet bang om van zich te laten horen en de omroep is niet bang om te laten zien dat hij zich bewust is van de kritiek. Het 'clubgevoel', zoals dat ten tijde van het eerste draaipunt ook heerste en bij het tweede draaipunt opnieuw gezocht moest worden, is nu weer sterk aanwezig.

Door de 'afspraken' die bij de 'club' horen laten lezers van zich horen wanneer de afspraken niet nagekomen worden. Tijdens mijn stage heb ik gezien dat er door lezers niet altijd positief gereageerd werd op het jongerenmerk Dorst. Van maart tot en met mei 2012 werden er in Dorst columns gepubliceerd over onderwerpen als uitgaan en seks. Veel lezers stuurden boze e-mails waarin zij aangeven dat zij al jaren lid zijn van de VPRO en zij veel gewend zijn, maar dat dit te ver gaat.

Bovendien illustreerde het voorbeeld over Jort Kelder op de voorkant van de gids dat in de inleiding al even kort besproken werd ook het clubgevoel. Jort Kelder werd in april 2012 op de voorkant van de gids afgebeeld en meteen kwamen er reacties van lezers binnen. Een rechtse rakker bij de VPRO? Dat kon niet! Tientallen lezers wilden hun abonnement opzeggen. De 'afspraken' die binnen de 'club' gemaakt zijn worden door de omroep in dit geval niet nagekomen. Toch past het wel bij de identiteit van de VPRO om juist te kijken hoe ver ze kan gaan in haar relatie met de lezers om zo altijd vernieuwend en ruimdenkend te zijn.

Een wellicht handige eigenschap, omdat de identiteit van de omroep en hoe dat naar buiten wordt gebracht door gebeurtenissen in het medialandschap aan verandering onderhevig is. Eerder werd al besproken dat de omroepen (en ook de gids) zich bewust zijn van het digitale domein en ook willen investeren in interactie en nieuwe media. Het toevoegen van *augmented reality* aan de VPRO gids in 2012 illustreert dit bewustzijn. Bovendien past het bij de identiteit van de VPRO om altijd mee te willen doen aan het nieuwe. Het toevoegen van augmented reality verwijst letterlijk naar het toevoegen van werkelijkheid. In het geval van de VPRO gids betekent dit dat er achtergrondinformatie bij artikelen gegeven kan worden. Na het lezen van een artikel over Pinkpop kun je bijvoorbeeld direct een stuk van het concert beluisteren. Een slimme zet, want de papieren versie blijft behouden en in plaats van het digitale uit te sluiten wordt het omarmd en ingezet om de papieren versie te verrijken. Niet toevallig dat het motto van het jaar 2010-2011 was 'Meer VPRO'.

Eerder werd al gezegd dat de omroep zich ervan bewust is dat het publiek in het digitale domein zit. Het toevoegen van augmented reality laat zien dat de gids zich niet laat verdringen uit het digitale domein. Het geeft wel aan dat het publiek ten opzichte van het eerdere draaipunt meer 'macht' heeft gekregen. De keuzes voor de lezers zijn toegenomen door de mogelijkheid de programmeergegevens op het internet of door middel van een smartphone applicatie te raadplegen. De gids moet dus naast het publiceren van programmeergegevens meer bieden om interessant te blijven.

In het jaarverslag van 2011 geeft hoofdredacteur Hugo Blom aan dat programmabladen het al jaren niet makkelijk hebben en dat de concurrentie van dagbladen, de elektronische programmagids en applicaties overal voelbaar is. Dat is wel de reden waarom de VPRO gids steeds naar nieuwe manieren zoekt om de abonnees aan zich te binden.¹⁰¹ Zeker nu de meest recente verandering (het verliezen van de monopoliepositie op de programmeergegevens) heeft plaatsgevonden is het interessant om te zien welke ontwikkelingen de gids verder zal doormaken en welke middelen er nog meer ingezet gaan worden om interessant te blijven en abonnees aan zich te binden.

6.3 Deelconclusie

Ten tijde van dit derde en laatste draaipunt van dit onderzoek blijkt ook weer hoeveel invloed de veranderingen in de maatschappij en in het medialandschap hebben op de omroep en de lezers en indirect op de gids. De digitale tornado die in de maatschappij raast zorgt ervoor dat de omroep aanpassingen moet doen om niet uit het digitale domein te worden verdrongen. De omroep doet dit ook door augmented reality aan de gids toe te voegen.

De idealen van de omroep zijn nog iets verder gedefinieerd ten opzichte van het tweede draaipunt en dat uitte zich in het willen bereiken van het hele gezin door toevoeging van kinder- en jeugdpagina's en het plaatsen van veel redactionele artikelen. Met de keuze voor de artikelen en de daarin besproken onderwerpen, werd nog duidelijker dat de VPRO niet alleen actief denkende mensen met een eigen mening wil aanspreken maar als het ware de 'elite' van de cultuur. Mensen met een brede algemene ontwikkeling die cultureel onderlegd zijn.

Tegelijkertijd kregen ook de lezers meer mogelijkheden door de veranderingen in het medialandschap en de maatschappij. Zij werden naast lezers van een omroepgids nu ook actieve mediagebruikers. De gids speelde hierop in, door de toevoeging van augmented reality, waardoor de lezers nu ook gebruikers van digitale media werden tijdens het lezen van de gids. Het veld van de lezers is als het ware dominantier geworden, omdat zij door de digitale media nu steeds meer mogelijkheden hebben voor het raadplegen van programmeergegevens of het lezen van interessante artikelen over film, televisie, muziek of literatuur.

Door de veranderingen in de maatschappij en de wijziging van de habitus van de omroep en de lezers kreeg het boundary object opnieuw te maken met een verandering van de common ground. De gids moest nog aantrekkelijker worden voor de lezers en deed dit door nu het hele gezin aan te spreken en augmented reality toe te voegen. Hoewel er een 'club' bestaat waar de lezers lid van zijn geworden moet de VPRO toch steeds blijven zoeken naar middelen om abonnees aan zich te binden. Voor de lezers betekende de toevoeging van digitale media een verrijking van het geschreven woord en wellicht een reden om ten tijde van de digitale tornado toch trouw te blijven aan een papieren gids. Opnieuw bleek het boundary object een geschikt middel voor de communicatie tussen gids en lezer, voor het op elkaar afstemmen van de nieuwe belangen en wensen. De 'nieuwe' common ground, waarin digitale media nu een grote rol speelt, werd door het boundary object bevestigd.

7. Conclusie

Dit onderzoek startte vanuit de vraag hoe de relatie tussen de omroepgids en zijn lezers wordt vormgegeven. De theorieën die als handvatten werden aangedragen voor het beantwoorden van deze vraag betroffen het boundary object en de begrippen *velden* en *habitus* van Bourdieu. De theorie over het boundary object heeft bijgedragen aan het inzicht dat er bij veranderingen en het maken van keuzes verschillende belangen meespelen. Het boundary object speelt een rol in meerdere *social worlds*. Deze social worlds moesten ook geanalyseerd worden, omdat de keuzes van zowel de gids als van de lezers niet op zichzelf staan, maar mede beïnvloed worden door factoren van buitenaf. De theorie over het boundary object gaf dit inzicht, maar bood verder geen handvat om deze factoren van buitenaf weer te geven. De theorie van Bourdieu maakte het mogelijk om de verschillende partijen en belangen (de verschillende social worlds) in kaart te brengen en te analyseren.

Bourdieu heeft heel duidelijk aangegeven dat wanneer men interactie tussen twee groepen wil analyseren het niet voldoende is om slechts te kijken naar wat er gezegd wordt. Het is nodig dat de context waarin deze interactie plaatsvindt bestudeerd wordt. Zijn theorie over *velden* heeft geholpen bij het in kaart brengen van de verschillende velden die een rol speelde ten tijde van het draaipunt. De context heeft veel invloed gehad op de relatie tussen de gids en de lezers en de analyse laat precies zien door welke gebeurtenissen de habitus van het boundary object veranderde en wat dit voor gevolg had voor de relatie tussen de gids en zijn lezers.

Kortom, beide theorieën bleken goed bruikbaar. Waar de theorie over het boundary object een mooie benadering bood voor het onderwerp van dit onderzoek, de gids, was de theorie van Bourdieu een mooie aanvulling door de context rondom het boundary object in kaart te brengen.

De relatie tussen de omroepgids en de lezers werd in dit onderzoek onderzocht door naar het boundary object te kijken. De omroepgids was het object dat een boundary vormde tussen groepen door flexibiliteit en gedeelde structuur. Onderzoek naar dit boundary object heeft tot het inzicht geleid dat de relatie tussen de omroepgids en de lezers, maar vooral ook de relatie tussen de omroep en de lezers, tijdens alle draaipunten onder druk stond door externe factoren. Deze factoren zorgden ervoor dat de gedeelde structuur, oftewel de common ground, tijdens een draaipunt veranderde. Ten tijde van het eerste draaipunt was het veld van de zuil een factor die de relatie tussen de gids en de lezers vooral liet berusten op dezelfde keuze voor een levensbeschouwing. Bij het tweede draaipunt zorgde het proces van ontzuiling en de komst van de televisie ervoor dat de relatie tussen de omroep en de lezers via de gids opnieuw vormgegeven moest worden. Niet langer was de zuil een overeenkomst tussen de verschillende velden. Nu stond juist het proces van ontzuiling bij alle velden centraal. Het derde draaipunt liet zien dat het de digitale tornado was die voor

spanning tussen de gids en de lezers zorgde. De omroep voelde concurrentie van de elektronische programmagids en applicaties. Tegelijkertijd kreeg het veld van de lezers door de digitale tornado de mogelijkheid een actieve mediagebruiker te worden.

Programmagegevens konden nu ook geraadpleegd worden op het internet of door middel van een smartphone applicatie. De gids had naast concurrentie nu dus ook te maken met een veld van lezers dat gewend raakte aan actief gebruik maken van media.

De externe factoren zorgden tijdens een draaipunt in eerste instantie voor een wijziging van de habitus van de velden van de omroep en de lezers, waardoor ook de common ground veranderde. De onbewuste schema's waaruit de habitus van een veld voor een groot deel bestaat, werd door het boundary object bewust gemaakt. Niet langer kwamen de habitus van de omroep en die van de lezers met elkaar overeen, omdat beide partijen de veranderingen op een eigen manier invulling gaven. Er moesten nieuwe afspraken worden gemaakt, oftewel de common ground moest opnieuw worden bevestigd.

Dit onderzoek heeft laten zien dat de omroepgids bij alle drie de draaipunten op eenzelfde manier functioneerde als een boundary object door keer op keer de common ground te bevestigen. Na een herstructurering van de habitus van de velden van de omroep en de lezers, die nodig was door externe factoren, bleek intern de omroepgids een geschikt middel om oude standpunten te herdefiniëren, nieuwe doelen te definiëren en de 'nieuwe' common ground te bevestigen.

De wijziging in de structuur van de habitus van het veld van de omroep of de lezers ging niet geheel zonder strijd. Het spel, waar Bourdieu in zijn theorie een vergelijking mee maakte, werd niet altijd door even sterke spelers gespeeld. Bovendien geeft Bourdieu aan dat de structuur van een veld een bepaalde stand is van de krachtsverhouding tussen actoren of instellingen die in strijd zijn verwickeld. In dit onderzoek werd duidelijk dat de velden van de maatschappij en het medium een grote invloed hadden op de velden van de omroep en de lezers. De veranderingen waar beide partijen mee te maken kregen, werden op een eigen manier ingevuld, maar moesten toch uiteindelijk weer een gedeelde structuur opleveren. In dit onderzoek is vooral gekeken naar de strijd bij de omroep en de lezers. De strijd die bij de omroep en dus in de gids naar voren kwam was het wel of niet meegaan in 'het nieuwe'. Duidelijk is geworden dat in de gids al snel de grenzen van de afspraken van de VPRO 'club' werden opgezocht door bijvoorbeeld Jort Kelder op de voorkant te zetten of mee te gaan met de digitale tornado. Het karakteriseert het avantgardistische karakter van de VPRO om voorop te willen lopen en daarmee de relatie met de lezers scherp te houden. De habitus van het veld van de lezers bleef veel constanter. De lezers die bij het eerste draaipunt vooral de connectie met het vrijzinnig protestantisme gemeen hadden groeide uit tot een grote groep waarbij ook jongeren en kinderen betrokken werden. De externe factoren zorgde er wel voor dat de relatie tussen de lezers en de gids opnieuw moest worden afgestemd, omdat ze bijvoorbeeld nieuwe mogelijkheden kregen aangereikt, maar het bleef

een groep die trouw bleef aan een club met vrijzinnigen, actief denkende, avantgardistische mensen.

Pas ten tijde van het derde draaipunt waren het de lezers die in de relatie met de omroepgids dominant werden. Zij kregen door de digitale tornado te maken met producten als een elektronische programmagids en smartphones met een televisiegids applicatie. Bovendien kon het internet ook als platform dienen om samen te komen met avantgardistische mensen met eenzelfde mate van interesse in cultuur. Het boundary object moest nu meer dan ten tijde van de eerste twee draaipunten moeite doen om ook in het belang van de lezers te blijven voorzien.

De relatie tussen de gids en zijn lezers kan ook breder bekeken worden in termen van de relatie tussen de omroep en de maatschappij. Het bestuderen van programma's of de identiteit van de omroep had wellicht ook enig inzicht geboden in deze relatie, maar door de gids als uitgangspunt te nemen werd de interactie tussen beide partijen duidelijk zichtbaar. Er werd een helder beeld geschetst van de manier waarop externe factoren de belangen en dus de habitus van de velden van de omroep en de lezers beïnvloedden en wat dat betekent voor de interactie tussen de velden en het functioneren van het boundary object.

Dit onderzoek is slechts een kleine eerste stap in het schetsen van de geschiedenis van de relatie tussen de omroepgids en zijn lezers en iets breder tussen de omroep en de lezers en de rol daarin van de omroepgids als boundary object. Voor verder onderzoek zijn er nog genoeg interessante draaipunten waaronder de komst van de commerciële televisie, maar vooral ook de toekomstige situatie. Nu de concurrentie voor de omroepgids is toegenomen door de digitale tornado en de programmeergegevens die nu ook voor andere partijen beschikbaar zijn, is het interessant om te kijken welke middelen de gids gaat aanspreken om toch overeind te blijven in het sterk veranderende medialandschap.

8. Literatuur

Blom, J.C.H. Het geloof van de radio op Vrijdagavond. Aspecten van de geschiedenis van de Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep 1926-1968. In: J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. Baarn: Ambo, 1986.

Bourdieu, P. *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. 1975-1988. Vertaald door Dick Pels. Amsterdam: Van Gennep bv, 1989.

Drayer Elma. "De omroepgids: al lang niet meer onmisbaar" [2012] *Vrij Nederland* – 05-10-2012

<http://www.vn.nl/Archief/Media/Artikel-Media/De-omroepgids-al-lang-niet-meer-onmisbaar.htm>

Flinterman, Jaap Jan. "De sociologie van Pierre Bourdieu voor studenten in 600 woorden samengevat – 30-08-2012

<http://flinterm.home.xs4all.nl/Pierre-Bourdieu-samengevat.html>

Grenfell, Michael, red. *Pierre Bourdieu Key Concepts*. Stocksfield: Acumen, 2008.

Hafkamp Maarten. "Monopolie omroepen op programmeergegevens voorbij" [2012] *Adformatie* – 05-10-2012

<http://www2.adformatie.nl/nieuws/bericht/monopolie-omroepen-op-programmeergegevens-voorbij>

Heerikhuizen, Bart. "Genieten van kunst als religie van intellectuelen." (interview met Pierre Bourdieu) *Volkscrant* (1989).

Jansen, Gyurka. "Van toen, voor nu: Bourdieu" [2011] *Bijgespijkerd* – 29-08-2012

<http://www.bijgespijkerd.nl/bijgespijkerd/van-toen-voor-nu-bourdieu>

Kimble, C. et. al. "Innovation and knowledge sharing across professional boundaries: Political interplay between boundary objects and brokers." *International Journal of Information Management* 30 (2010).

Klein Wassink B en Th. M. van Leeuwen, ed., *Tussen geest en tijdgeest. Denken en doen van vrijzinnig protestanten in de afgelopen honderd jaar* (Utrecht: De Ploeg, 1989, 539 blz., f54,50, ISBN 90 6584 036 2)*

Leeuw, Sonja de. *Televisiedrama: podium voor identiteit. Een onderzoek naar de relatie tussen omroepidentiteit en Nederlands televisiedrama 1969- 1988*. Amsterdam: Otto Cramwinkel Uitgever, 1995.

Leeuw, Sonja de. (2012). Televisie verbindt en verdeelt. In S. De Leeuw, H. Wijffjes en B. Hogenkamp (red.), *Een eeuw van Beeld en Geluid* (pp. 148-187). Hilversum, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid.

Missinne, Lut. *Kunst en leven, een wankel evenwicht. Ethiek en esthetiek: prozaopvattingen in Vlaamse tijdschriften en weekbladen tijdens het interbellum (1927-1940)*. (Acco: Leuven/Amersfoort 1994),

Soest, Thijs van. "Niet meer, maar op termijn juist minder omroepgidsen" [2012] – *Volkscrant.nl* – 05-10-2012
<http://www.volkscrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3239784/2012/04/12/Niet-meer-maar-op-termijn-juist-minder-omroepgidsen.dhtml>

Soest, Thijs van. "Vrijgekomen gegevens 'te laat en te duur'; concurrentie voor omroepgidsen blijft uit" [2012] – *Volkscrant.nl* – 08-10-2012
<http://www.volkscrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3239080/2012/04/11/Vrijgekomen-gegevens-te-laet-en-te-duur-concurrentie-voor-omroepgidsen-blijft-uit.dhtml>

Star, Susan L., en J.R. Griesemer. "Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39." *Social Studies of Science* (1989).

Star, Susan L. "This is not a Boundary Object: Reflections on the Origin of a Concept." *Science Technology Human Values* (2010).

Tacq, J., red. *Het oeuvre van Pierre Bourdieu*. Antwerpen/Apeldoorn: Garant, 2003.

Heuvel, J.H.J van den e.a. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. Baarn: Ambo, 1986.

Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep. *Een nationale omroep*. Druk: "Het Gooi", Hilversum, 1960.

Wijffjes, H. (red.), *Omroep in Nederland. Vijfenzeventig jaar medium en maatschappij, 1919-1994*, (Zwolle, 1994).

Overige bronnen:

Intern memo. Speech van algemeen directeur van de VPRO, Lennart van der Meulen op 2 juni 2012 in De Brakke Grond in Amsterdam op de Algemene Ledenvergadering.

Vrije geluiden, orgaan van den vrijzinnig protestantschen radio omroepbegroting. 1^e jaargang 23 sept. 1926 t/m 30 december 1927.

Nummers: 1, 2, 8, 10, 13, 14, 15, 21, 27, 45 en 46.

Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1967.

Nummers: 26, 27, 38, 39, 40, 51.

Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1968.

Nummers: 1, 2, 5, 8, 17, 22, 26.

VPRO Gids 2010.

Nummers: 48, 49, 50, 51.

VPRO Gids 2011.

Nummers: 1, 2, 3, 4, 5.

VPRO, jaarverslagen: 1968, 1969, 1970, 2010, 2012.

-
- ¹ Elma Drayer. "De omroepgids: al lang niet meer onmisbaar" [2012] *Vrij Nederland* – 05-10-2012
<http://www.vn.nl/Archief/Media/Artikel-Media/De-omroepgids-al-lang-niet-meer-onmisbaar.htm>
- ² "Wijziging Mediawet 2008 inzake aanpassing rijksmediabijdrage en beeindiging wettelijke taken van de Wereldomroep." *Eerste Kamer der Staten-Generaal* – 27-10-2012
http://www.eerstekamer.nl/wetsvoorstel/33019_wijziging_mediawet_2008
- ³ Maarten Hafkamp. "Monopolie omroepen op programmeergegevens voorbij" [2012] *Adformatie* – 05-10-2012
<http://www2.adformatie.nl/nieuws/bericht/monopolie-omroepen-op-programmeergegevens-voorbij>
- ⁴ Thijs van Soest. "Niet meer, maar op termijn juist minder omroepgidsen" [2012] – *Volkscrant.nl* – 05-10-2012
<http://www.volkscrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3239784/2012/04/12/Niet-meer-maar-op-termijn-juist-minder-omroepgidsen.dhtml>
- ⁵ Maarten Hafkamp. "Monopolie omroepen op programmeergegevens voorbij" [2012] *Adformatie* – 05-10-2012
<http://www2.adformatie.nl/nieuws/bericht/monopolie-omroepen-op-programmeergegevens-voorbij>
- ⁶ Lut Missinne, *Kunst en leven, een wankel evenwicht. Ethiek en esthetiek: prozaopvattingen in Vlaamse tijdschriften en weekbladen tijdens het interbellum (1927-1940)*. (Acco: Leuven/Amersfoort 1994), 23.
- ⁷ Susan Star en James Griesemer. "Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39" *Social Studies of Science* (1989), 387.
- ⁸ Ibidem, 387.
- ⁹ Ibidem, 393
- ¹⁰ Ibidem, 393
- ¹¹ Ibidem, 393
- ¹² Ibidem, 292
- ¹³ Susan Leigh Star. "This is not a Boundary Object: Reflections on the Origin of a Concept" *Science Technology Human Values* (2010): 602-603.
- ¹⁴ Ibidem, 602-603.
- ¹⁵ Chris Kimble et. al. "Innovation and knowledge sharing across professional boundaries: Political interplay between boundary objects and brokers." *International Journal of Information Management* 30 (2010), 438.
- ¹⁶ Ibidem, 438
- ¹⁷ Susan Leigh Star. "This is not a Boundary Object: Reflections on the Origin of a Concept" *Science Technology Human Values* (2010), 603
- ¹⁸ Ibidem, 612-613.
- ¹⁹ Ibidem 613.
- ²⁰ Bart Heerikhuizen. "Genieten van kunst als religie van intellectuelen." (interview met Pierre Bourdieu) *Volkscrant* (1989).
- ²¹ Michael Grenfell, red. *Pierre Bourdieu Key Concepts* (Stocksfield Acumen, 2008), 67.
- ²² Ibidem, 67.
- ²³ Pierre Bourdieu, *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip 1975-1988*. Vertaald door Dick Pels. (Amsterdam: Van Gennep bv, 1989), 12.
- ²⁴ Michael Grenfell, red. *Pierre Bourdieu Key Concepts* (Stocksfield Acumen, 2008): 13, 68-69.
- ²⁵ Jacques Tacq, red. *Het oeuvre van Pierre Bourdieu*. (Antwerpen/Apeldoorn: Garant, 2003), 17.
- ²⁶ Pierre Bourdieu, *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip 1975-1988*. Vertaald door Dick Pels. (Amsterdam: Van Gennep bv, 1989): 172-173.
- ²⁷ Ibidem, 172.
- ²⁸ Ibidem, 173.

-
- ²⁹ Gyurka Jansen. "Van toen, voor nu: Bourdieu" [2011] *Bijgespijkerd* – 29-08-2012
<http://www.bijgespijkerd.nl/bijgespijkerd/van-toen-voor-nu-bourdieu>
- ³⁰ Ibidem.
- ³¹ Lut Missinne. *Kunst en leven, een wankel evenwicht. Ethiek en esthetiek: prozaopvattingen in Vlaamse tijdschriften en weekbladen tijdens het interbellum (1927-1940)*. (Acco: Leuven/Amersfoort 1994): 24-25.
- ³² Flinterman, Jaap Jan. "De sociologie van Pierre Bourdieu voor studenten in 600 woorden samengevat – 30-08-2012
- ³³ Gyurka Jansen. "Van toen, voor nu: Bourdieu" [2011] *Bijgespijkerd* – 29-08-2012
<http://www.bijgespijkerd.nl/bijgespijkerd/van-toen-voor-nu-bourdieu>
- ³⁴ Pierre Bourdieu, *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip* 1975-1988. Vertaald door Dick Pels. (Amsterdam: Van Gennepe bv, 1989): 13-14.
- ³⁵ Lut Missinne. *Kunst en leven, een wankel evenwicht. Ethiek en esthetiek: prozaopvattingen in Vlaamse tijdschriften en weekbladen tijdens het interbellum (1927-1940)*. (Acco: Leuven/Amersfoort 1994), 25.
- ³⁶ H.Wijffjes (red.), *Omroep in Nederland. Vijfenzeventig jaar medium en maatschappij, 1919-1994*, (Zwolle, 1994), 23.
- ³⁷ H.Wijffjes (red.), *Omroep in Nederland. Vijfenzeventig jaar medium en maatschappij, 1919-1994*, (Zwolle, 1994), 23.
- ³⁸ J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986), 11
- ³⁹ Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep. *Een nationale omroep*. Druk: "Het Gooi", Hilversum, 1960.
- ⁴⁰ J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986), 12.
- ⁴¹ Sonja de Leeuw. *Televisiedrama: podium voor identiteit. Een onderzoek naar de relatie tussen omroepidentiteit en Nederlands televisiedrama 1969- 1988* (Amsterdam: Otto Cramwinkel Uitgever, 1995), 16.
- ⁴² Robin Bruggeman. "Geschiedenis van de Publieke Omroep in Nederland" [2012] *IS Gesechiedenis* – 05-11-2012
<http://www.isgeschiedenis.nl/nieuws/geschiedenis-van-de-publieke-omroep-in-nederland/>
- ⁴³ Sonja de Leeuw. *Televisiedrama: podium voor identiteit. Een onderzoek naar de relatie tussen omroepidentiteit en Nederlands televisiedrama 1969- 1988* (Amsterdam: Otto Cramwinkel Uitgever, 1995), 16.
- ⁴⁴ J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986), 76.
- ⁴⁵ B. Klein Wassink, Th. M. van Leeuwen, ed., *Tussen geest en tijdgeest. Denken en doen van vrijzinnig protestanten in de afgelopen honderd jaar*. (Utrecht: De Ploeg, 1989), 509.
- ⁴⁶ J.C.H. Blom. Het geloof van de radio op Vrijdagavond. Aspecten van de geschiedenis van de Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep 1926-1968. In: J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986): 82 – 83.
- ⁴⁷ B. Klein Wassink, Th. M. van Leeuwen, ed., *Tussen geest en tijdgeest. Denken en doen van vrijzinnig protestanten in de afgelopen honderd jaar*. (Utrecht: De Ploeg, 1989), 509.
- ⁴⁸ J.C.H. Blom. Het geloof van de radio op Vrijdagavond. Aspecten van de geschiedenis van de Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep 1926-1968. In: J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986): 78-82.
- ⁴⁹ Ibidem, 83-85.
- ⁵⁰ J.C.H. Blom. Het geloof van de radio op Vrijdagavond. Aspecten van de geschiedenis van de Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep 1926-1968. In: J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986), 85.
- ⁵¹ Vrije geluiden, orgaan van den vrijzinnig protestantschen radio omroepbegroting. 1^e jaargang 23 sept. 1926 t/m 30 december 1927. Gidsnummer 1.
- ⁵² Ibidem, gids 1.
- ⁵³ Vrije geluiden, orgaan van den vrijzinnig protestantschen radio omroepbegroting. 1^e jaargang 23 sept. 1926 t/m 30 december 1927. Nummer 11.
- ⁵⁴ Vrije geluiden, orgaan van den vrijzinnig protestantschen radio omroepbegroting. 1^e jaargang 23 sept. 1926 t/m 30 december 1927. Nummer 1.
- ⁵⁵ Ibidem, nummer 1.

-
- ⁵⁵ Ibidem, nummer 1.
- ⁵⁶ Vrije geluiden, orgaan van den vrijzinnig protestantschen radio omroepbegroting. 1^e jaargang 23 sept. 1926 t/m 30 december 1927. Nummer 4.
- ⁵⁷ Vrije geluiden, orgaan van den vrijzinnig protestantschen radio omroepbegroting. 1^e jaargang 23 sept. 1926 t/m 30 december 1927. Nummer 1.
- ⁵⁸ Ibidem, nummer 1.
- ⁵⁹ Vrije geluiden, orgaan van den vrijzinnig protestantschen radio omroepbegroting. 1^e jaargang 23 sept. 1926 t/m 30 december 1927. Nummer 46.
- ⁶⁰ J.H.J. van den Heuvel. Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986. (Baarn: Ambo, 1986), 42.
- ⁶¹ "Kabinet-De Jong" Parlement & Politiek – 08-10-2012
<http://www.parlement.com/9291000/modulesf/g09er8v0>
- ⁶² J.H.J. van den Heuvel. Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986. (Baarn: Ambo, 1986), 52.
- ⁶³ Ibidem, 49.
- ⁶⁴ De Leeuw, Sonja. (2012). Televisie verbindt en verdeelt. In S. De Leeuw, H. Wijffjes en B. Hogenkamp (red.), Een eeuw van Beeld en Geluid (pp. 148-187). (Hilversum, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid), 160.
- ⁶⁵ Wijffjes, H. (red.), *Omroep in Nederland. Vijfenzeventig jaar medium en maatschappij, 1919-1994*, (Zwolle, 1994): 95.
- ⁶⁶ Ibidem, 314.
- ⁶⁷ De Leeuw, Sonja. (2012). Televisie verbindt en verdeelt. In S. De Leeuw, H. Wijffjes en B. Hogenkamp (red.), Een eeuw van Beeld en Geluid (pp. 148-187). (Hilversum, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid), 150
- ⁶⁸ J.H.J. van den Heuvel. *Een vrij zinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986): 49- 50.
- ⁶⁹ De Leeuw, Sonja. (2012). Televisie verbindt en verdeelt. In S. De Leeuw, H. Wijffjes en B. Hogenkamp (red.), Een eeuw van Beeld en Geluid (pp. 148-187). (Hilversum, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid), 150
- ⁷⁰ VPRO, jaarverslag 1967. P3.
- ⁷¹ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1967. Nummer 38.
- ⁷² VPRO, jaarverslag 1968.
- ⁷³ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1967. Nummer 39.
- ⁷⁴ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1968. Nummer 26.
- ⁷⁵ De Leeuw, Sonja. (2012). Televisie verbindt en verdeelt. In S. De Leeuw, H. Wijffjes en B. Hogenkamp (red.), Een eeuw van Beeld en Geluid (pp. 148-187). (Hilversum, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid), 150
- ⁷⁶ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1967. Nummer 39.
- ⁷⁷ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1967. Nummer 27.
- ⁷⁸ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 27 april t/m 4 mei 1968. Gidsnummer 17.
- ⁷⁹ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1968. Nummer 1.
- ⁸⁰ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1968. Nummer 2.
- ⁸¹ Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1968. Nummer 5.
- ⁸² Vrije geluiden. Vpro programmablad voor radio en tv. 1968. Nummer 22.
- ⁸³ VPRO, Jaarverslag 1969. P.18.
- ⁸⁴ VPRO, Jaarverslag 1970. P.10
- ⁸⁵ Ibidem, p. 10
- ⁸⁶ Robbert Dijkgraaf. Jaarverslag VPRO 2010. P.25.
- ⁸⁷ (Persbericht) Michel van den Brande. "Van massamedia naar mediamassa: onderzoeksrapport 'Me the Media' beschrijft derde wereldwijde mediarevolutie." (2008)
- ⁸⁸ VPRO, Jaarverslag 2010. P.11
- ⁸⁹ Intern memo. Speech van algemeen directeur van de VPRO, Lennart van der Meulen op 2 juni 2012 in De Brakke Grond in Amsterdam op de Algemene Ledenvergadering.
- ⁹⁰ Ibidem.
- ⁹¹ Ibidem.
- ⁹² Ibidem.

⁹³ Thijs van Soest. "Vrijgekomen gegevens 'te laat en te duur'; concurrentie voor omroepgidsen blijft uit" [2012] – *Volkskrant.nl* – 08-10-2012

⁹⁴ VPRO, Jaarverslag 2010. P.12

⁹⁵ VPRO, Jaarverslag 2010.

⁹⁶ Ibidem.

⁹⁷ "Wat is Dorst" – *VPRO Dorst* – 09-10-2012

<http://programma.vpro.nl/dorst/over.html>

⁹⁸ VPRO Gids. 2012. Nummer 14.

⁹⁹ VPRO Gids. 2012. Nummer 22.

¹⁰⁰ VPRO Gids. 2012. Nummer 11.

¹⁰¹ VPRO, jaarverslag 2011.