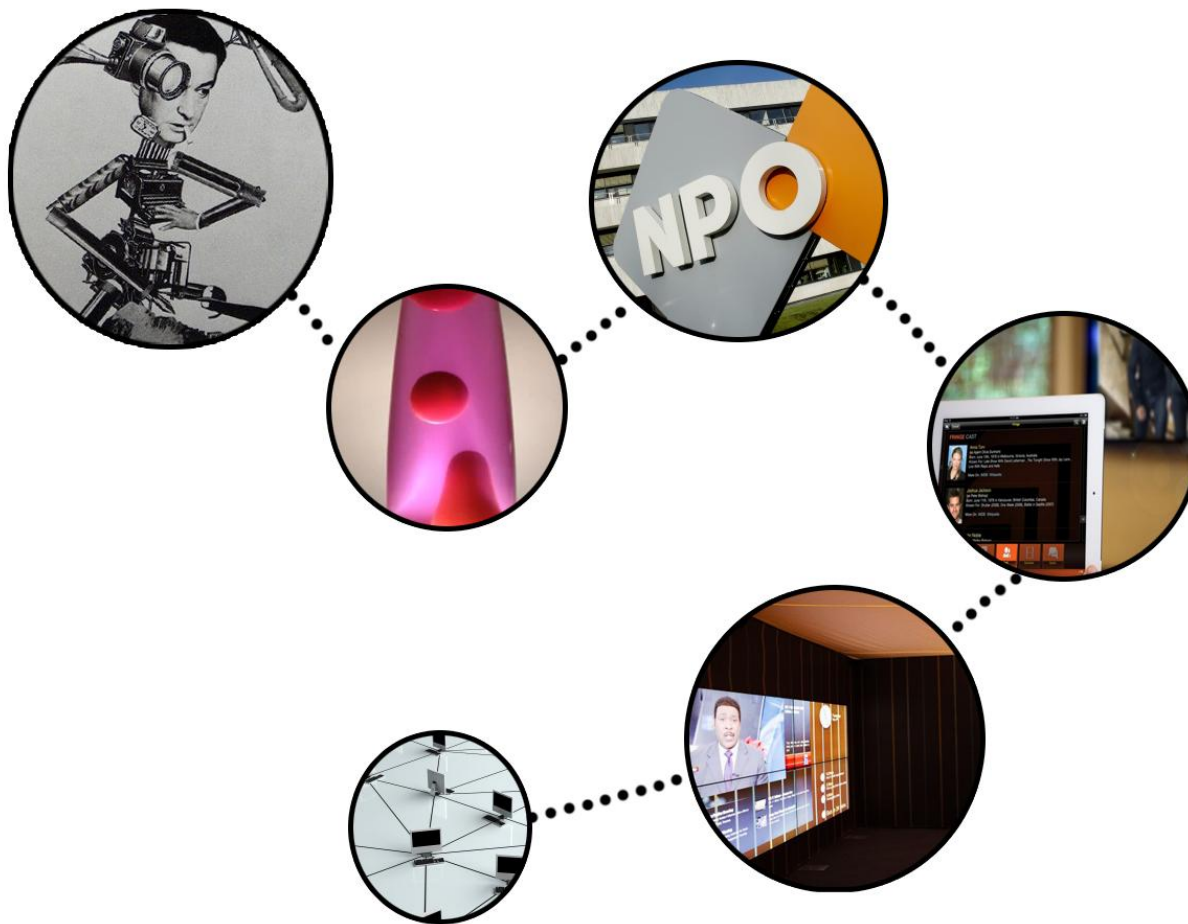


ACHTER DE SCHERMEN VAN TELEVISIE

De invloed van het technologisch imaginair op de verwezenlijking van een medium



Naam: Kelly Mostert
Studentnummer: 3690733
E-mail: kellymostert@gmail.com
Eerste lezer: Imar de Vries
Tweede lezer: Sanne Koevoets
Opleiding: MA Nieuwe Media en Digitale Cultuur
Instituut: Faculteit Geesteswetenschappen
Universiteit Utrecht
Datum: 12 juni 2013

INCIDIT IN SCYLLAM CUPIENS VITARE CHARYBDIM

He runs on Scylla, wishing to avoid Charybdis

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	3
1 INTRODUCTIE	4
1.1 De televisie in ons geheugen gegrift	4
1.2 Een kijkje achter de schermen van televisie	5
1.3 De televisie als lavalamp	8
1.4 De rol van het technologisch imaginair	11
1.5 De Nederlandse Publieke Omroep en het technologisch imaginair	15
2 DE DEFINITIE VAN TELEVISIE	19
2.1 Wat is televisie?	19
2.2 Liveness en simultaneïteit	20
2.3 Flow en controle	25
3 TELEVISIE BINNEN HET INTERNET DISPOSITIF	31
3.1 Hoe internet de televisie vermoordde	31
3.2 Het brein, wetenschap, en het netwerk	32
3.3 De macht van de you-ser	35
3.4 Interactieve televisie	38
4 CASUS: DE NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP	43
4.1 De Nederlandse Publieke Omroep	43
4.3 Platformen van de NPO	47
4.3.1 UitzendingGemist.nl	48
4.3.2 Holland Doc 24	50
4.4 Verschillende platforms met dezelfde content	54
5 CONCLUSIE	55
BIBLIOGRAFIE	59
BIJLAGEN	67
Bijlage 1: Interview met Esther Laan	67

VOORWOORD

"Hold the newsreader's nose squarely, waiter, or friendly milk will countermand my trousers." One sentence, common words, but never before placed in that order. And yet, oh and yet, all of us spend our days saying the same things to each other, time after weary time, living by cliché, learned responses: "I love you", "Don't go in there", "You have no right to say that", "shut up", "I'm hungry", "that hurt", "why should I?", "it's not my fault", "help", "Marjorie is dead". You see? That surely is a thought to take out for a cream tea on a rainy Sunday afternoon.

Stephen Fry, *A Bit of Fry and Laurie* (20 januari 1989)

Mijn liefde voor taal heeft mij in vele opzichten tot het schrijven van deze scriptie geleid. Uiteindelijk is dit een scriptie geworden waarin ik veel van mijn ideeën heb kunnen stoppen over taal, de kracht van de metafoor en de impliciete ideologieën die zich kunnen verschuilen in discours. Ik kijk met veel plezier terug op de masteropleiding Nieuwe Media en Digitale Cultuur, en voel me geïnspireerd door de inzichten in nieuwe media en filosofie die ik heb opgedaan. Ik weet echter niet waar ik zou zijn geweest zonder de mensen die mij van jongs af aan hebben geholpen om moeilijke concepten en methodes uit te leggen die mij bij aanvang wereldvreemd en onbekend leken. Ik zou daarom graag deze scriptie willen opdragen aan zij die ervoor gekozen hebben hun beroep te maken van de kunst van de didactiek: de juffen en meesters, leraren, docenten, instructeurs, begeleiders en professoren; zij die dag in dag uit de algehele malaise van slechte koffie, doorzichtige smoesjes en slecht geventileerde overheidsgebouwen trotseren om mij en vele anderen met mij, iets te leren. Om mijn hersenen nieuwe connecties te laten maken en mijn referentiekader uit te breiden. In willekeurige volgorde wil ik daarom de volgende mensen bedanken:

Van de Vrije Universiteit Amsterdam: I would like to thank Irene Mittelberg for the introduction to Semiotics and the recommendation of the book *Metaphors We Live By*. Alan Cienki for the extended view on metaphors in discourse analysis and how they reveal implicit ideologies. Ginette Verstraete voor mijn eerste ontmoeting met McLuhan en haar vurige betoog voor de Cultuurwetenschap bij de Faculteit Letteren.

Of Emory University in Atlanta: I would like to thank Susan Tamasi for the analogy of the lava lamp, Vaughn Schmutz for opening my eyes to the social embedding of technology, and Marjorie Pak for helping me develop my analytical skills in studying the syntax of human language in unexpected and exciting ways.

Van de Universiteit Utrecht zou ik graag de volgende mensen willen bedanken: Mirko Schäfer voor de kennismaking met het *actor-network theory* en de notie van *affordances*, een goede start om kritisch te zijn over technologie. Ann-Sophie Lehmann voor de aanmoediging in begeleiding tijdens het schrijven van mijn paper *Faces to Facebook*, en de inzichten in visuele taal versus de realiteit. I am also greatly indebted to Johannes Paßmann for mentioning the myth of Scylla and Charybdis and for his many and comprehensive insights into power in decentralization on the internet. Mijn dank ook aan Isabella van Elferen voor de inzichten in virtualiteit in muziek en de fabels van immersie. Imar de Vries wil ik bedanken voor zijn inzichtelijke boek *Tantalisingly Close* en voor de kundige hulp bij het vinden van richting in het schrijven van mijn scriptie.

Als laatste mijn dank aan een bijzondere onderwijzeres: mijn moeder, Louki Wolzak, voor alle steun en geduld tijdens mijn studie.

1 | INTRODUCTIE

1.1 De televisie in ons geheugen gegrift

Vandaag de dag is 'de televisie' zo'n 60 jaar een begrip in Nederland. Wanneer je een willekeurige Nederlander zou vragen naar de geschiedenis van de televisie, zal deze niet veel afwijken van de volgende vertelling: rond 1950 kwamen er televisies op de markt, deze waren zeer prijzig en dus werd televisie gekeken bij dat ene huishouden dat zich er eentje kon veroorloven. Toen de televisie wijder verspreid raakte, nam deze een centrale plek in de huiskamer in en keek het hele gezin mee. Er was nog maar één zender die een paar uur per dag uitzond, dus keek eigenlijk iedereen in Nederland dezelfde uitzending op hetzelfde tijdstip. Daarna kwamen meerdere zenders, en kleurenbeeld, en was de televisie nog prominenter aanwezig in ons alledaagse leven. De stichting 'EnToen.Nu', die er naar streeft een canon van de geschiedenis van Nederland op te stellen voor gebruik in het Nederlandse geschiedenisonderwijs, stelt: "De televisie zorgde voor grote veranderingen in de huiskamer [...] ook wat betreft tijdsbesteding." ("De televisie.", z.d.) De televisie bracht maatschappelijke discussies op gang en zorgde voor een proces van "individualisering". Weinig mensen zullen dit soort oorzaak-gevolg geschiedschrijving over televisie tegenspreken: er lijkt een wijdverbreide consensus te bestaan over wat de televisie in het verleden betekend heeft en hoe dit onze maatschappij heeft veranderd.

Ook over de televisie van morgen wordt breed gespeculeerd. Op alle nieuwe producten van televisieproducenten zoals Samsung en Philips wordt gereageerd en gekeken hoe dit product het leven van de kijker kan verbeteren. Nieuwe technologie op dit gebied wordt onthaald als "eerste hulp bij het zappen" (Hijink, 2013) waarbij de kijker de frustraties van het alsmaar groeiende programma-aanbod kan bestieren met slimme software die naadloos aanvoelt wat de kijker wilt zien. Termen als Smart TV, HDTV, en On-demand TV worden gebruikt als indicatoren om aan te geven in hoeverre het desbetreffende object kan doorgaan als televisie van de toekomst. Het toonaangevende internet-magazine Wired schrijft bijvoorbeeld over de nieuwe beeldtechnologie *Surfaces*, die ervoor kan zorgen dat televisie hét middel kan worden voor een "much more compelling, immersive living room experience" (Bonnington, 2012).

Met de televisie van vroeger en de televisie van morgen in ons collectieve bewustzijn, vragen we ons continu af hoe televisie zich verder zal ontwikkelen en welke maatschappelijke veranderingen dit tot gevolg heeft. Wat zal er overblijven van de traditionele televisie als middelpunt in de huiskamer? Zal *prime time* nog een begrip blijven? Zullen HD recorders en *on*

demand-praktijken de inkomsten van reclame teniet doen? Wat betekenen kijkcijfers nog? Is de kwaliteit van televisieprogramma's in het geding? Al deze vragen, die vooral worden gesteld in publieke discussie in het alledaagse leven, duiden op de tendens om sociale effecten toe te schrijven aan technologie. In onze collectieve verbeelding wordt een macht toegekend aan technologische artefacten die ervoor kan zorgen dat onze sociale realiteit zal veranderen (Marx & Smith, 1994, p. xiv). De veel geziene gewoonte van de Nederlandse media om een productpresentatie of technologiebeurs bij te wonen en vervolgens te speculeren over welke alledaagse frustraties verholpen kunnen worden met de nieuwe techniek, is hier een voorbeeld van. De nadruk ligt hierbij op het materiële object en de veranderingen die de technologie, naar verwachtingen van de recensent, teweeg kunnen brengen.

Marx & Smith merken op dat deze vorm van beschouwing de aandacht trekt naar de gevolgen van nieuwe uitvindingen, maar de aandacht afleidt van de totstandkoming van deze artefacten (ibid., p. x). Door de televisie te beschouwen als een autonoom object dat volledig 'voorgevormd' in ons leven terecht is gekomen, met alle mogelijke toepassingen en sociale effecten hierin besloten, geven we geen volledig beeld van de geschiedenis – en kunnen we hieruit voortvloeiend ook niet werkelijk weten hoe wij televisie vandaag in al haar hoedanigheid moeten vatten.

1.2 Een kijkje achter de schermen van televisie

Dit teleologisch denken, waarbij het 'eind' van een medium al bij het ontstaan ervan erin besloten ligt, vormt de kern van een technologisch deterministisch perspectief in populair discours, waarin alle ontwikkelingen van technologieën als evident worden waargenomen en als gevolg van de intrinsieke eigenschappen van de technologie zelf. Dit maakt het moeilijk vragen te beantwoorden als waarom we de technologieën hebben die we hebben, en waarom technologie zich op een bepaalde manier ontwikkelt. Is 'de televisie' zoals we die nu kennen werkelijk simpelweg het resultaat van de vraag van de kijker of consument? En zijn producten als SmartTV's en HDTV's niets meer dan de volgende logische stappen in een reeks van opeenvolgende producten? Het is op zijn minst interessant te noemen dat ondanks dat verschillende technologische ontwikkelingen op het gebied van televisie hebben plaatsgevonden in de laatste zestig jaar, men nog steeds het woord "televisie" gebruikt. Om hiervoor een verklaring te geven zal in deze paragraaf aandacht worden gegeven aan verschillende perspectieven die voortkomen uit het sociaal constructivistisch debat, waarbij een belangrijke invloed wordt toegekend aan sociale, economische en maatschappelijke factoren die technologie kunnen vormen. Deze verschillende perspectieven dienen om de gefragmenteerde

aard van het medium te kunnen bespreken om afstand te kunnen doen van een technologisch gedetermineerde visie. Vervolgens zal een breed perspectief worden uitgewerkt waarmee vervolgens de media rondom 'televisie' beschouwd kunnen worden.

Binnen het sociaal constructivistisch discours pleiten academici voor een nadruk op de sociale sfeer waarin technologieën functioneren en tot stand komen. Zo stelt mediawetenschapper Brian Winston technologieën gelijk aan taal in navolging van het werk van taalkundige Ferdinand de Saussure: net als dat de mens woorden gebruikt om datgene wat hij observeert te kunnen uiten, zijn technologieën uitingen van (natuur)wetenschappelijke kunde, waarbij de 'spreker' reageert op deze kennis en betekenis geeft aan datgene wat hij heeft gezien (Winston, 1998, p. 3). De technologie is een *performance* van de wetenschappelijke kunde, en wordt gebruikt door de mens om betekenis te geven aan wat hij observeert en leert van de wereld. Winston maakt ons erop attent dat deze "technologist" een sociaal wezen is en dat zijn werkzaamheden zich voltrekken binnen een sociale sfeer. Binnen deze sfeer zijn er "sociale noodzakelijkheden" die de technologische ontwikkeling sturen: sociale omstandigheden kunnen ervoor zorgen dat sommige technologieën, in de vorm van prototypen, worden afgewezen, terwijl andere prototypen worden geaccepteerd als succesvolle uitvindingen omdat zij een sociale behoefte vervullen (ibid., p. 7). De sociale sfeer ligt in Winston's ondervinding ten grondslag aan het ontstaan van nieuwe technologie.

In een studie van Claude S. Fischer getiteld "Gender and the Residential Telephone" (1988) komt naar voren op welke wijze de sociale sfeer de totstandkoming van een nieuw medium kan bepalen. Hierin wordt omschreven hoe de telefoon, die aan het begin van de 20^e eeuw op de commerciële markt werd gebracht als een zakelijk instrument, uiteindelijk juist door huisvrouwen werd toegeëigend om in hun persoonlijke en sociale behoeften te voorzien, waardoor de telefoon wijder verspreid raakte en een belangrijke rol kreeg in het alledaagse leven. Het perspectief van Winston komt duidelijk naar voren in het onderzoek van Fischer naar de verspreiding van telefonie dankzij de huisvrouw, wanneer wij technologie begrijpen als zich vormend naar een sociale behoefte, in dit geval die van de huisvrouw. Echter komt er bij het model van Winston een element van succes voor: de kans op slagen of falen van 'het project' wordt bepaald door sociale voorwaarden. Dit veronderstelt een zekere doelmatigheid en logica in de opeenvolging van verschillende technologieën. Zoals Imar de Vries in zijn boek *Tantalizingly Close* (2012) stelt, geeft deze reeks van opeenvolgende succesvolle 'uitvindingen' een vertekend beeld, wat vooral voor commerciële partijen interessant is omdat dit een beeld van onvervulde behoeften steeds opnieuw weer oproept waar zij dan het 'logische' technologische antwoord op hebben (p. 20). Hoewel we een stap dichterbij zijn gekomen om

technologie niet als autonome objecten te zien maar als gezeteld in een sociale sfeer, hebben we daarom nog geen volledig genuanceerd beeld van de ontwikkeling van een medium, en geen antwoord op de vraag waarom wij nu de technologieën hebben die we hebben.

Een ander belangrijk perspectief binnen het sociaal constructivistische debat in academisch discours wordt geboden door het concept van het *actor-network theory* (ANT) van Bruno Latour. Latour stelt hierin dat zowel menselijke als niet-menselijke entiteiten kunnen zijn die een handelingsvermogen hebben (Latour, 1994). In het artikel “The Life and Death of an Aircraft” (Law & Callon, 1994) wordt het voorbeeld gegeven van de TSR.2, dat in opdracht van het Britse ministerie van Defensie ontwikkeld werd: voor verschillende partijen had dit gedroomde gevechtsvliegtuig verschillende betekenissen wat van invloed was op het ontwikkelingstraject van het vliegtuig. Het ANT komt in dit onderzoek naar voren als de explicatie van het netwerk van actoren dat de ontwikkeling van de TSR.2 stuurde. Er zijn verschillende instituties, zowel publiek als privaat, die verschillende economische en politieke belangen hebben bij hun ‘uitwisselingen’ tijdens het project. De uitwisselingen tussen deze actoren heen en weer geven vorm aan het netwerk dat het technologische object omgeeft. Dit zorgt er vervolgens voor dat de betekenis van het object voor verschillende actoren verandert, wat andersom weer de vorm van het omringende netwerk beïnvloedt. Dit proces van ‘mutual shaping’ produceert op den duur een totstandkoming van een bruikbaar medium – of in het geval van de TSR.2, juist niet.

Naast politieke, economische en sociale belangen benadrukken Law & Callon ook andere factoren, zoals de fysieke eigenschappen van de gebruikte materialen voor het vliegtuig, evenals bijvoorbeeld de richting van de wind tijdens het testen van een van de prototypen. Bij het beschouwen van de ontwikkeling van technologie zijn deze factoren zeker belangrijk: de materialiteit van het artefact speelt een rol, evenals de gebruiksmogelijkheden die de fysieke opmaak van het object toelaat. Deze nadruk op de specificiteit van het artefact komt voort uit het werk van Donald Norman, hoogleraar in de cognitieve psychologie, en het gebruik van zijn term *affordances*, die hij omschrijft als: “de waargenomen en werkelijke eigenschappen van het ding, met name die eigenschappen die bepalen hoe het ding mogelijk gebruikt kan worden” (Norman, 2002, p. 9). Ontwikkelaars van televisietechnologie zijn gebonden aan de mogelijkheden die de materialiteit van het object toestaat, en kunnen door hun ontwerpkeuzes ook deze mogelijkheden sturen en andere mogelijkheden blokkeren. Het perspectief dat ANT biedt wordt in deze scriptie gebruikt om alle interagerende elementen, zowel niet-menselijk als menselijk, te overwegen in de beschouwing van de ontwikkeling van televisietechnologie.

Het ANT geeft een nuttig handvat om afstand toe doen van een technologisch deterministisch perspectief waarbij de technologie, zoals in dit onderzoek 'de televisie', als enige oorzaak wordt gezien van sociale verandering. We kunnen nu vaststellen dat handelingsvermogen zowel in menselijke als niet-menselijke actoren gelokaliseerd kan worden, wat ons al een breder perspectief oplevert dan die van het technologisch determinisme. Echter zal het traceren van verschillende individuele actoren en hun handelingsvermogen ons geen verklaring geven voor het feit dat we altijd nog refereren aan het woord 'televisie'; als de kern van het 'televisie-zijn' bereikt is, waarom accepteren wij dan nog nieuwe televisie-producten als SmartTV's en on-demand? In de termen van Latour en Law & Callon te spreken: met een netwerkanalyse van verschillende actoren binnen een technologisch 'traject' hebben wij nog niet verklaard waarom er verschillende van deze 'trajecten' plaatsvinden rondom hetzelfde thema. Om uiteindelijk tot dit kritieke punt binnen het sociaal constructivistische debat te komen zullen wij de focus verschuiven naar de kwestie van temporaliteit en hoe wij het verloop van tijd kunnen beschouwen bij technologische ontwikkelingen.

1.3 De televisie als lavalamp

Een alternatieve beschouwing van tijdsverloop in nieuwe media geschiedenis is belangrijk, omdat men bij een temporale beschouwing van een ontwikkeling altijd aanloopt tegen het onvermijdelijke probleem waarbij "past events are looked at in light of the present" (De Vries, 2012, p. 96). Een voorbeeld hiervan is de uitspraak dat 3D-technologie het doel is waar cinema naar streeft: omdat cinema al meer dan honderd jaar bestaat en een 'oud' medium is, en 3D-brillen pas een recent verschijnsel zijn, moet cinema wel een inferieure vorm van technologie zijn. Dit idee van doelmatigheid vindt zijn oorsprong in de filosofieën van Aristoteles, die al sprak over het 'telos', doel, dat te observeren was in de natuur wanneer een zaadje naar een plant uitgroeide. Deze doelmatigheid werd door Aristoteles en andere filosofen vertaald naar andere objecten en fenomenen in de menselijke beleving. Dit teleologisch denken vormt vaak de basis van veel vertellingen van historici, en vaak wordt de ontwikkeling van media dan ook geplaatst in het verloop van een soort 'progress bar': het medium verschijnt ten tonele en begint zijn ontvouwing van begin tot eind. In deze beschouwing loopt de techniek zijn koers van 0% naar 100%, waarbij na het bereiken van de 100% de technologie zijn volledige looptijd heeft gehad, en wordt vervangen door een andere, superieure technologie. Het doel hierbij is de 'progress', vooruitgang. Het gevaar dat schuilt achter deze lineaire benadering is dat er bepaalde niet-evidente verbanden worden geconstrueerd die door historici kunnen worden gebruikt om een onderliggende ideologie te bekrachtigen (ibid.). Hoe kunnen we ons als onderzoekers van

nieuwe media losmaken van deze chronologische beschouwing van nieuwe media, en de ideologisch gemotiveerde connotaties die hieraan verbonden worden? Is dit mogelijk? Om temporaliteit en chronologie te heroverwegen, zullen allereerst twee noties tegenover elkaar gezet worden; te weten die van *remediation* van Jay Bolter en Richard Grusin en van het *dispositif* van Frank Kessler, waarna een alternatieve beschouwing van temporaliteit voorgesteld zal worden.

In het populaire discours en veel historische vertellingen, die voor feitelijk worden aangezien, begint er een beeld te ontstaan van een reeks van technologieën die op verschillende momenten in de geschiedenis verschijnen en een bepaalde overlap hebben, waarbij het verschil tussen deze overlappen wordt geïnterpreteerd als het resultaat van vooruitgang. Het ene medium wordt vervangen door het andere omdat deze simpelweg als 'beter' wordt geaccepteerd. Dit idee komt naar voren in het concept van *remediation*, afkomstig uit het gedachtegoed van Marshall McLuhan en verder uitgewerkt door Bolter & Grusin in het boek *Remediation: Understanding New Media* (1999). Een medium is volgens hen "that which remediates. It is that which appropriates the techniques, forms, and social significance of other media and attempts to rival or refashion them in the name of the real" (ibid., p. 66). De mobiele telefoon kan in deze benadering bijvoorbeeld gezien worden als een remediatie van de allereerste telefoon die in 1876 is gerealiseerd door (onder anderen) Alexander Graham Bell. De 'uitvinders' van de mobiele telefonie zijn dan in staat om het nieuwe medium uit te leggen in termen van het oude, waarbij zij kunnen benadrukken hoe het nieuwe medium als beter, authentieker en realistischer kan worden gezien. Het proces van remediatie wordt dus gebruikt om deze idealen van authenticiteit, realiteit, en dergelijke te definiëren.

Bolter & Grusin observeren dus een zekere herhaling in de geschiedenis van de media, en deze observatie is tevens een belangrijk uitgangspunt voor deze studie. Een belangrijke vraag die daarbij gesteld moet worden is of de verschillen tussen de gerediëerde objecten werkelijk het resultaat zijn van vooruitgang, zoals vaak beweerd wordt in populaire vertellingen van mediageschiedenis. Frank Kessler stelt hier tegenover het idee van het *dispositif*, om ideologisch gemotiveerde interpretaties te vermijden en te voorkomen dat we met het vergelijken van verschillende media belangrijke individuele kenmerken en configuraties van media over het hoofd zien (Kessler, 2002). Het woord *dispositif* refereert aan een specifieke configuratie van heterogene elementen. Hierbij wordt niet alleen aan de mechanische samenstelling van het medium gerefereerd, maar ook aan alle sociale, historische en maatschappelijke elementen die het medium vormen (Kessler, 2007, p. 2). Zo volstaat het niet om te stellen dat mobiele telefonie

een remediatie is van de traditionele vorm van telefonie, omdat mobiele telefonie onder heel andere voorwaarden functioneert dan die uit de vroeg 20^e eeuw:

Een analyse in termen van media dispositieven van de historische veranderingen die de media, maar ook de vormveranderingen van mediateksten doorlopen is dus een manier om deze veranderingen op een andere wijze op te vatten dan als zijnde het resultaat van een proces van vooruitgang. Elke technologische verandering opent nieuwe mogelijkheden, maar tegelijkertijd worden andere geblokkeerd. Geen remediatie neemt het oude dispositief in al zijn dimensies over.

(Kessler, 2002, p. 22)

Wanneer wij nieuwe media steeds in het licht van oude media zien, lopen we kans om belangrijke aspecten van de werkelijke mediageschiedschrijving over het hoofd te zien. Het gebruik van de term dispositief helpt ons om alle dimensies van technologische veranderingen goed in kaart te brengen.

Eerder in dit hoofdstuk is technologie gelijk gesteld aan taal: nieuwe media zijn 'uitingen' van de mens om betekenis te geven aan wat de wetenschap hem leert. Ook binnen de taalkunde voeren academici een strijd om het waardeoordeel dat men toekent aan verandering los te zien van de ontwikkeling. Veranderingen in spelling of het afkorten van woorden wordt vaak bijvoorbeeld als verval of taalvervuiling aangezien. Om ons te helpen afstand te doen van de ideologische connotaties bij het aanschouwen van verandering, stelt taalkundige John McWhorter de analogie van de lavalamp voor:

The most useful analogy to keep in mind is that a language is like a lava lamp. The "lava" slowly swirls and clumps and rises and falls in its fluid in an eternal, mesmerizing flow. Although constantly changing, in no sense is the clump of lava decaying – if one piece is beginning to drip or split into strands, we can be sure that a few inches away, other pieces are joining together. At any given point, we do not see the present configuration of the lava clump as somehow "better" than the one thirty seconds ago – the joy is in the infinite variations that the clump can take while at all times remaining consistent in its expressive motility.

(McWhorter, 2001, p. 18-9)

Bij het beschouwen van taal als een lavalamp kunnen uitingen van taal gezien worden als 'lava vormen' die van vorm veranderen en stukken afscheiden, waarbij met deze afgescheiden delen lava weer nieuwe vormen verschijnen, en hierbij continu in beweging zijn. De nieuwe uitingen zijn hiermee niet beter of slechter dan de samenstelling waar ze vandaan komen, simpelweg anders. Wanneer wij Kessler's notie van het dispositif overnemen, en erkennen dat veranderingen in technologie simpelweg veranderingen zijn zonder kwalificaties als vooruitgang of achteruitgang hieraan te verbinden, dan kan ook de ontwikkeling van technologie geplaatst worden binnen de analogie van de lavalamp: de technologie verandert, en de verschillende vormen die de technologieën aannemen kunnen aan elkaars samenstelling refereren, maar dienen opgevat te worden als verschillende verschijningen van technologische samenstellingen en als zodoende bestudeerd te worden. Hiermee doen we afstand van Bolter & Grusin's notie van remediation, omdat door de nieuwe samenstellingen te zien en te benoemen als eerdere media, wij belangrijke elementen van de nieuwe samenstelling over het hoofd kunnen zien. De vraag rijst echter wat ons motiveert tot een technologisch deterministisch denken: waarom noemen wij bijvoorbeeld de televisie nog steeds 'televisie' als de technologie steeds weer van vorm verandert?

1.4 De rol van het technologisch imaginair

Wanneer we technologische ontwikkeling duiden binnen een kader van een tijdloze ontwikkeling waarbij zowel mens en machine zonder doel bewegen, krijgen we een vrij chaotisch beeld. In termen van de lavalamp, zouden de moleculen die de bubbels vormen opeens in kleine deeltjes uiteen kunnen spatten en vrij door de lamp bewegen, en onverwacht van richting en snelheid kunnen veranderen. Echter lijkt er iets te zijn wat grote delen materie bijeenhoudt, en ervoor zorgt dat op een specifiek moment een substantieel deel in eenzelfde richting beweegt. Er lijkt een bepaalde eenduidige thematiek te zijn in de manier waarop wij 'praten', in de manier waarop wij technologieën ontwerpen en betekenis geven aan de wereld. Er is geen herhaling in de zin van remediatie, maar er is eerder "a matter of a repetition of deeply ingrained ways in which we think, talk, and write about new image and communication technologies. In short, their discursive construction" (Lister, Dovey, Giddings, Grant & Kelly, 2003, p. 69). Wanneer er een "deeply ingrained way" blijkt te zijn waarop wij praten en betekenis geven aan nieuwe media, dan lijkt dit een bijzonder belangrijk aspect om te onderzoeken wanneer wij willen weten hoe een medium zich verwezenlijkt in ons (collectief) bewustzijn.

Vincent Mosco kijkt naar deze ingewortelde manier van denken in zijn boek *The Digital Sublime: Myth, Power and Cyberspace* (2004) en beschrijft bijvoorbeeld hoe de eerste

verschijning van kabeltelevisie vanaf 1970 leidde tot hoopvolle uitspraken over de potentie om beter in contact te komen met anderen als nooit tevoren; wensen van een verregaande democratisering; een afname van armoede, en een afname van afstand waardoor men minder afhankelijk was van de auto werden uitgedrukt in het populaire discours (p. 1). Deze uitspraken doemen op bij het beschouwen van iedere technologie, en hebben volgens Mosco voornamelijk van doen met verwachtingen over tijd (de technologie betekent het einde van een tijdperk), ruimte (einde van geografische realiteit) en macht (einde van politieke realiteit) (ibid, p. 2-3). Erkki Huhtamo stelt voor om dergelijke gemeenschappelijke ideeën die ten grondslag liggen aan deze uitspraken ‘topoi’ te noemen: “topics [that] can be considered as formulas, [...] that make up the ‘building blocks’ of cultural traditions; they are activated and de-activated in turn; new topoi are created along the way and old ones (at least seemingly) vanish” (Huhtamo, 1994). Deze topoi blijven zich herhalen in de populaire, en vaak ook academische discours rond technologie, en vormen de basis voor zogenoemde “necessary fictions” die een narratief mogelijk maken waarin de ene technologie superieur of inferieur kan worden bevonden aan de andere technologie (De Vries, 2012, p. 27).

Het duiden van een bepaald medium binnen dit discours, het geven van een definitie aan technologieën die in principe gefragmenteerd zijn en meerdere betekenissen kunnen hebben afhankelijk van context, weerspiegelt ons verlangen naar compleetheid en heelheid. Dit idee vindt zijn oorsprong in de ideeën van psychoanalyticus Jacques Lacan en zijn concept van de imaginaire en symbolische orde, waarin hij beargumenteert dat de eerste confrontatie met ons spiegelbeeld conflicterend kan zijn met de ervaring van onze realiteit, omdat wij ons tot dat moment toe als gefragmenteerd en incompleet hebben ervaren. Ook in de symbolische orde (de taal) worden wij als eenduidig en ‘heel’ gerepresenteerd. Dit conflict zorgt voor een gevoel van vervreemding waardoor wij een ideaalbeeld van compleetheid en heelheid gaan projecteren op ‘de ander’: op ons zelfbeeld, maar dus ook op de objecten om ons heen (zie Van Grinsven, 2010, p. 29-31). Lister et al. zien in deze trant het *technologisch imaginair* als “refer[ring] to a realm of images, representations, ideas and intuitions of fulfilment, of wholeness and completeness that human beings, in their fragmented and incomplete selves, desire to become” (Lister et al., 2003, p. 67) en gebruiken dit concept om de aandacht te vestigen op de manier waarop deze idealen op technologie worden geprojecteerd. Het technologisch imaginair verwijst naar een toestand in de menselijke psyche waarbij wij verlangen naar compleetheid en heelheid, en geeft vorm aan de discursieve constructie van nieuwe media: het technologisch imaginair is zodoende een belangrijk onderzoeksobject wanneer wij iets te weten willen komen over de opkomst van een medium als televisie.

De rol van het technologisch imaginair bij de vorming van nieuwe technologie wordt bijvoorbeeld onderstreept in het onderzoek van Patrice Flichy (2007) naar het internet, waarin hij in het bijzonder aandacht schenkt aan de sociale vormen en betekenissen van de academische omgeving waarin het internet protocol werd ontworpen. “By focusing on the management of technical projects, we see to what extent the construction of the technical object is connected to the values of the environment in which it was born” (p. 5). Flichy stelt dat verschillende actoren waaronder zowel ontwerpers als gebruikers – gedreven door dezelfde verlangens naar compleetheid en heilheid - verbonden zijn door een collectieve visie (p. 4) die door de menselijke geschiedenis heen haar weerslag heeft op onze technologische realiteit. In het werk van Carolyn Marvin (1988) komt bovendien naar voren hoe het technologisch imaginair zijn invloed op de vorming van nieuwe communicatietechnologie al uitoefent nog voordat de ‘gedroomde’ toepassingen een technologische realiteit zijn geworden. Zij stelt dat al voor aanvang van de twintigste eeuw, toen radio en televisie nog geen geïnstitutionaliseerde vormen van media waren, “new electric media were sources of endless fascination and fear and provided constant fodder for social experimentation” (p. 4). Dit soort onderzoek roept om een diepere blik op deze angsten en fantasieën die deel uitmaken van de discursieve constructie van media en indicatief zijn voor de invloed van het technologisch imaginair.

Zo traceert Imar de Vries (2012) de ‘idealen van communicatie’ die terugkomen in hedendaags discours wanneer wij spreken over nieuwe media en communicatietechnologie. Deze idealen, die zich op veel verschillende vormen en soms op paradoxale wijzen uiten, komen bijvoorbeeld naar voren in het idee dat goede communicatie ervoor zorgt dat verschillende kanalen verenigd worden en dat ideeën ruisloos, één op één op elkaar overgebracht kunnen worden; het ideaal van de dialoog waarbij de spreker ondervraagd kan worden en terugkoppeling naar elkaar mogelijk is; het idee dat iedereen een universele taal zal spreken; en het idee dat men alles bij elkaar zal laten aansluiten en aan elkaar zal verbinden in een “quasi-naturally evolved, all-encompassing network” (p. 75). Deze communicatie-idealen kunnen grofweg teruggebracht worden naar het bereiken van de perfecte consensus, een eenduidig begrip van de wereld en van elkaar. Deze utopische en verwachtingsvolle uitspraken over nieuwe media roepen dan het beeld op van ‘the communication sublime’, een “awe-inspiring and immensely tantalizing vision of a final and universally accessible communication space where the accumulation and dissemination of information stands for the most important condition of human progress, and where there can be no misunderstanding” (p. 17-8). Dit ideaal, dat op verschillende manieren en binnen verschillende discoursen tot uiting komt, wordt dan als een evident, logisch, en natuurlijk onderdeel gepresenteerd van communicatietechnologie: dit is

waar we heen gaan. De reden, volgens De Vries, dat wij herhaaldelijk worden herinnerd aan ons pad naar het technologisch sublieme, is dat

on the one side, those working in the business of producing and selling new communication technologies make very good use of our susceptibility to myths about ideal communication, and on the other, we let them do so, as, in the end, we think the same.

(p.165)

Zowel ontwerpers en verkopers van technologie zijn gebaat bij het vooruitzicht naar het technologisch sublieme, evenals de gebruiker van de technologie die hetzelfde wil bereiken. De collectieve visie die het 'communication sublime' voor ogen stelt verbindt dus zowel ontwerpers als gebruikers in de verwezenlijking van een medium (Flichy, 2007, p. 4). Dit verklaart onze neiging tot teleologisch denken: door te stellen dat oude media hun verloop hebben gehad wordt het sublieme medium weer binnen handbereik gesteld. Om niet voorbij te gaan aan de wijze waarop dit proces ideologisch gemotiveerd kan zijn, is het belangrijk dat er onderzoek plaatsvindt naar de wijze waarop dit discours doordrenkt van utopische verwachtingen en hoop zich manifesteert en zijn invloed uitoefent op de ontwikkeling van technologie. Eerder in paragraaf 1.2 is het actor-network theory (ANT) naar voren gebracht als model om de ontwikkeling van een medium mee te onderzoeken, een model dat handvatten biedt om handelingsvermogen toe te kennen aan zowel 'de mens' als 'de techniek' en zodoende de rol van sociale factoren te onderzoeken. Echter laat het ANT geen ruimte voor de aanwezigheid en invloed van een collectieve visie, aan de toestand in het menselijk bewustzijn waarbij verlangens van heelheid en compleetheid worden geprojecteerd op de technologie, die vorm geeft aan de media zoals wij die kennen. Zoals Flichy beredeneert, "the technical collective is constituted not only through a series of local adjustments but also through the production of a common purpose" (ibid.). Onderzoeken zoals die van Flichy, Marvin en De Vries tonen aan dat het technologisch imaginair een niet te negeren element is dat in overweging dient te worden genomen wanneer wij televisie als medium willen bestuderen. Dit onderzoek levert hier een bijdrage aan door vast te stellen op welke manier het technologisch imaginair naar voren komt in de ontwikkeling van televisie binnen een genetwerkt en gedigitaliseerd dispositief en zijn invloed uitoefent op de vorming en duiding hiervan. Door te kijken naar de utopische verwachtingen en dystopische angsten van ontwerpers van televisietechnologie, evenals de verwezenlijking en vorm van de technologie zelf, kan vastgesteld worden op welke wijze het technologisch imaginair en de

zoektocht naar het technologisch sublieme invloed uitoefent op de vorming van een medium. Daarnaast geeft het ons inzicht in onze neiging tot teleologisch denken: waarom noemen we het nog steeds televisie? Een technologisch deterministisch narratief houdt de mythe in stand van 'the screen sublime' die ons dichterbij ons ideaal van de perfecte communicatie. De opzet van dit onderzoek is niet om deze idealistische motivaties te bekritisieren of te ontkrachten, maar om te onderzoeken welke rol zij spelen in de ontwikkeling van en zingeving aan nieuwe technologie, in dit geval de televisie.

1.5 De Nederlandse Publieke Omroep en het technologisch imaginair

Om de rol van het technologisch imaginair bij de ontwikkeling van televisie te kunnen onderzoeken, zal er in dit onderzoek gebruik gemaakt worden van een casus die de invloed van het technologisch imaginair op de vorming van technologie demonstreert. Deze casusstudie betreft de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en zijn technologische activiteiten binnen het internet dispositief. De NPO verzorgt vanaf 1951 publieke televisie uitzendingen, en is vanaf 2003 actief met het aanbieden van audiovisuele content op het internet via het UITZENDING GEMIST platform. Vanaf 2003 heeft de NPO meerdere online platforms ontwikkeld die dezelfde content aanbieden maar op verschillende wijzen. Aangezien de 'traditionele' televisie setting van 1951 en de huidige digitale cultuur van het internet twee totaal verschillende dispositieven veronderstellen, is het interessant om te kijken op welke wijze de NPO de technologie van het internet protocol inzet om content aan te bieden en de Nederlandse kijker te bedienen; met andere woorden, hoe de NPO in het dispositief opereert waarbij audiovisuele content via het internet protocol digitaal verspreid kan worden.

In deze studie wordt in het bijzonder aandacht besteed aan de ontwerpkeuzes die de NPO heeft gemaakt bij de twee platforms UITZENDING GEMIST en HOLLAND DOC 24. Deze ontwerpkeuzes uiten zich in de *interface* van beide platforms: de interface is het gebruikersmenu oftewel de symbolische software die de gebruiker in staat stelt de onderliggende code te kunnen laten functioneren (Lister et al., 2003, p. 424). Mediawetenschapper Lev Manovich waarschuwt dat de code waaruit de interface is opgemaakt zeker niet moet worden gezien als een neutrale vertaling van functionele computercode:

The interface shapes how the computer user conceives the computer itself. It also determines how users think of any media object accessed via a computer. Stripping different media of their original distinctions, the interface imposes its own logic on them.

Finally, by organizing computer data in particular ways, the interface provides distinct models of the world.

(Manovich, 2001, p. 76)

De ontwerpkeuzes leiden tot de *affordances* die het platform biedt: welke gebruiksmogelijkheden worden benadrukt, en welke worden uitgesloten? Interfaces zoals die ontworpen zijn door de NPO staan niet los van technologisch discours, zij vormen deel uit van het discours. Door dit discours te analyseren kunnen we aanwijzingen vinden over de ideaalprojecties die ten grondslag liggen aan de technologie, oftewel het technologisch imaginair dat wordt uitgedrukt door de NPO.

Echter hebben wij in de voorgaande paragraaf vastgesteld dat een focus op enkel niet-menselijke en menselijke actoren ons niets kan vertellen over de collectieve visie die schuilt achter de handelingen van deze entiteiten. Het is daarom van groot belang dat de wensen en angsten van de NPO, die ten grondslag liggen aan de ontwerpkeuzes en bestuurkeuzes die zij maken, nader onderzocht wordt. Dit zal gebeuren door het discours van NPO's beleidsmakers en managers te bestuderen, om te identificeren waar ideaalprojecties op hun eigen technologische activiteiten naar voren komen.

In dit hoofdstuk is beargumenteerd dat om afstand te kunnen doen van een teleologisch denken wat technologisch deterministische uitspraken over televisie in stand houdt, het bestuderen van nieuwe media binnen een dispositief van verschillende economische, sociale en institutionele omstandigheden als volledig nieuwe samenstelling belangrijk is. Om dit echter goed te kunnen doen moet ook de technologische geschiedenis, waarin televisie-gerelateerde media zijn toegepast en ingezet door verschillende actoren, overwogen worden. Mediawetenschapper William Uricchio pleit er bijvoorbeeld voor om de historische context van een medium in acht te nemen en te onderzoeken hoe deze media geïdentificeerd werden in de periode waarin ze het meest besproken en 'gebruikt' werden: toen ze nieuw waren. Uricchio stelt dat de definitie van een medium een historisch voorwaardelijke interpretatie is, die gevormd wordt door een contemporaine configuratie van materiële, sociale en economische omstandigheden (2009, p. 69). Het 'oude' discours rond televisie en gerelateerde technologieën blijft nog steeds relevant omdat het ons aanwijzingen geeft over een onderliggend raamwerk van idealen en utopieën oftewel het technologisch imaginair van de mens, en een verklaring geeft voor het populaire technologisch deterministische denken.

In het volgende hoofdstuk zal daarom worden gekeken naar de definitie van 'de televisie': hoe is dit medium in het verleden in de Westerse cultuur begrepen? Welke utopische

verwachtingen liggen er ten grondslag aan deze duiding van het medium? En hoe wordt de televisie discursief geconstrueerd? Om een technologisch deterministische beschouwing te vermijden, wordt gebruik gemaakt van de term *screen practice* die de focus van televisie als object verschuift naar die van televisie als cultureel gebruik en begrip: hoe hebben wij schermen gebruikt om onze diepgewortelde verlangens in utopische fantasieën te uiten? Hierbij wordt gebruik gemaakt van academische literatuur die het discours rond deze media beschouwt en kritisch analyseert, wat ons duidelijkheid zal verschaffen over de wijze waarop wij richting geven aan media die in principe gefragmenteerd zijn en meerdere betekenissen kunnen hebben, en waarom we dit doen. In het derde hoofdstuk kijken wij naar kritische reflectie van academici over het internet, en de fantasieën en ideeën die op dit moment de ontwikkeling van genetwerkte communicatietechnologie vormgeven en beïnvloeden. De discursieve constructie van zowel 'de televisie' als 'het internet' zullen overeenkomsten en verschillen vertonen, die ons iets kunnen vertellen over het technologisch imaginair wat deze technologieën vorm geeft. Daarnaast kunnen wij deze kritische reflectie ook gebruiken om onze neiging tot technologisch deterministisch denken te verklaren.

Het vierde hoofdstuk, de casus, zal de ontwerpkeuzen van de NPO belichten en deze verbinden met de collectieve visie op communicatietechnologieën die naar voren zijn gekomen in de voorgaande hoofdstukken. Daarnaast zal ook het de formulering van het beleid van de publieke omroep onderzocht worden op ideaalprojecties van communicatietechnologie, om de aanwezigheid van een technologisch imaginair en regulerende invloed hiervan op onze technologische realiteit aan te tonen. Enerzijds kent dit onderzoek op macroniveau een beschouwing van academische literatuur rond het populair-technologisch discours om te illustreren hoe wij nu en in het verleden vorm en richting hebben gegeven aan 'oude' en 'nieuwe' media, waarbij de algemene ideaalprojecties van de mens bloot komen te liggen. Anderzijds wordt er ook gekeken op microniveau naar een geïnstitutionaliseerde organisatie in mediaproductie, de NPO, om vast te kunnen stellen dat het technologisch imaginair zijn weerslag heeft op het ontwerpen en functioneren van media die publiekelijk beschikbaar zijn, en op welke wijze dit gebeurt. Uiteindelijk zal beargumenteerd worden dat het technologisch imaginair van de mens een prominente rol speelt bij de ontwikkeling van een medium. Deze thesis levert hierbij een bijdrage aan het academisch debat binnen het sociaal constructivistisch discours door het belang te onderstrepen van onderzoek naar het technologisch imaginair. Ook geeft onderzoek naar het technologisch imaginair inzicht in de vraag waarom geschiedschrijving in het alledaagse discours vaak technologisch deterministisch is. Daarnaast is dit onderzoek ook belangrijk voor beleidsmakers en ontwerpers van communicatietechnologie, omdat het inzicht

verschafft in de motivatie van de mens om bepaalde media te adapteren of een bepaalde ideologisch gemotiveerde duiding te geven. Het brede perspectief wat deze thesis bied op de vorming en verandering van het medialandschap geeft bovendien binnen het algemeen maatschappelijke debat handvatten voor een kritische en genuanceerde kijk op deze ontwikkelingen die vaak als logisch en voor de hand liggend worden gepresenteerd.

2 | DE DEFINITIE VAN TELEVISIE

2.1 Wat is televisie?

In oktober 2004 is FLOWTV.ORG opgericht, een online academisch platform om “the changing media landscape” te kunnen bediscussiëren “at the speed that media moves” (“Flow: A Visual History”, z.d.). De onderwerpen ‘flow’ en ‘televisie’ zijn het uitgangspunt voor een academisch discours waarin vaak gezocht wordt naar definiërende eigenschappen van het medium televisie, en in hoeverre deze nog van toepassing zijn in het huidige medialandschap. FLOWTV.ORG columnist Greame Turner signaleert een specifiek genre binnen het academisch discours dat zich bezighoudt met de ‘wat is televisie’ vraag:

[T]he problem for the ‘what is television?’ chapter is to find a way of accounting for the fact that television content has been disaggregated from the platforms that once distributed it, and has been transformed into something else – that looks like television, but isn’t on the box.

(Turner, 2011)

Veel academici worstelen met de definitie van televisie en de vooronderstelde verschillen tussen wat Turner hier ‘the box’ noemt en wat vaak als ‘online media’ of ‘online video’ bestempeld wordt. Bepaalde karakteristieken die aan televisie toegekend worden, zoals *flow*, *liveness* en *sharedness*, kunnen op eenzelfde wijze worden geassocieerd met online media. Een manier om deze discussie te omzeilen is om de focus te verschuiven van ‘televisie als object’ naar ‘de bezigheid van het televisie kijken’ als onderdeel van een overkoepelende *screen practice* (De Vries, 2000, p. 8). Filmhistoricus en wetenschapper Charles Musser stelt dat het bestuderen van de geschiedenis van *screen practice*, oftewel de geschiedenis van “the projected image and its sound accompaniment” in het menselijk bestaan een gegronde basis biedt voor het begrijpen van veranderingen in producties en representaties in de mediageschiedenis (Musser, 2004, p. 105). Voor dit onderzoek is het productiever om te kijken naar de geschiedenis van onze ‘schermpraktijken’ dan onze ‘televisiepraktijken’.

Hoewel de televisie als middelpunt van de gemiddelde Westerse huiskamer iconisch is geworden als technologie die *screen practice* mogelijk maakt, is het niet de enige technologie die deze functie vervult. De idealen en utopische visies die wij najagen met behulp van de televisie, jagen we tevens na met andere media. De zoektocht naar verschillende definities van

deze media moet echter niet als volkomen zinloos beschouwd worden: de vraag *waarom* we bepaalde schermtechnologieën verschillende definities willen geven vertelt ons iets over onze wensen en angsten: over het technologisch imaginair wat media vormt. Het antwoord op de vraag ‘wat is televisie?’ is in dit onderzoek minder interessant dan het feit dat de vraag gesteld wordt. In dit hoofdstuk zullen verschillende bepalende karakteristieken die in het populaire en academische discours aan televisie toegekend worden dan ook niet gezien worden als het bewijs van een inherente identiteit van het medium, maar als indicatoren voor de aanwezigheid en invloed van een technologisch imaginair.

2.2 Liveness en simultaneïteit

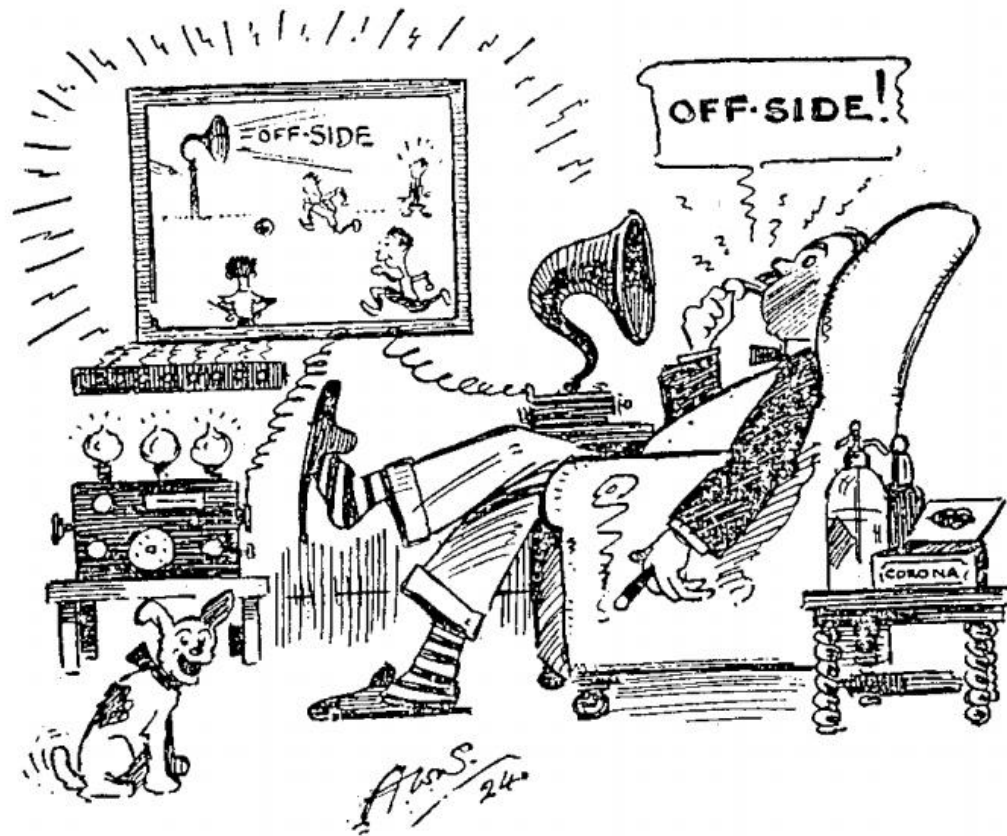
In de geschiedenis van de televisie noemt men vaak de uitvinding van de Nipkowschijf en de toepassing hiervan door John Logie Baird, in een apparaat dat bewegend beeld produceerde, als de technische oorsprong van televisie (Burns, 2001). Baird construeerde een serie van apparaten die beeld opnamen en dit beeld vervolgens over een langere afstand verzond wat een vierkante projectie van dit beeld elders mogelijk maakte. Deze techniek werd door Baird gepatenteerd in 1923. De technologie leek al snel te leiden tot het concept van het ‘ver kijken’, zoals gerepresenteerd in de cartoon “Football by Wireless” die verscheen in de *Hastings and St Leonards Observer* in de woonplaats van Baird op 26 januari 1924 (zie afbeelding 2.1), waarin naast een geprojecteerd beeld en geluid ook een element van controle zit verwerkt: de kijker kan direct communiceren en interrumperen in de getoonde gebeurtenis. Echter was dit concept van het verre zien al eerder naar voren gekomen in verscheidene technologische fantasieën, bijvoorbeeld 41 jaar eerder toen Albert Robida schreef over de *telephonoscope*, een apparaat

that could bring distant entertainment into the living room, that could serve as a means of surveillance, and that could serve the mission of ‘la suppression de l’absence’ by facilitating real time face-to-face communication

(Uricchio, 2004a)

William Uricchio bemerkt dan ook dat het ‘televisuele’ als concept in de menselijke verbeelding evengoed gevonden kan worden in de perceptie van afstand (of het gebrek daaraan) die is ontstaan door het gebruik van de telefoon als communicatietechnologie: “[T]he telephone offered something [...] radical – the live transmission of voice, the opportunity to direct point-to-point encounters with the simultaneous” (ibid.). Het begrip van technologie op deze manier wijst

FOOTBALL BY WIRELESS.



A Hastings resident is experimenting with a wireless invention to enable us to see sporting events at our own firesides. What a boon this might be to football referees!

Afbeelding 2.1: Football by wireless. "A Hastings resident is experimenting with a wireless invention to enable us to see sporting events at our own firesides. What a boon this might be to football referees!" (Bron: Hastings and St Leonards Observer, 26 januari 1924)

op een verlangen naar het communicatieideaal van de dialoog, waarbij de communicerende partijen nader tot elkaar gebracht worden en de toevoeging van beeld in samenwerking met het geluid zal helpen bij een beter begrip van elkaar en een overbrugging van geografische afstand. Daarnaast leeft in deze verbeelding ook de notie van het simultane wat, blijkend uit het populair discours en de ontwikkeling van technologieën, erg leefde binnen de 19^e-eeuwse Westerse cultuur en waar vaak over gefantaseerd werd. Uricchio noemt in dit kader ook de circulatie van foto's in kranten, waarbij foto's van een bepaald evenement bij wijze van spreken de volgende dag al bij iedereen op de deurmat lagen; maar bijvoorbeeld ook een tijdsignaal dat in 1913 werd verzonden vanaf de Eiffeltoren, waarbij een grote groep mensen in de wijde omgeving tegelijkertijd eenzelfde signaal konden 'ervaren' (ibid.). Dit verlangen kan herleid worden naar het christelijke ideaal van disseminatie en het idee dat niemand uitgezonderd mag zijn van het ontvangen van informatie (De Vries, 2012, p. 65). William Boddy merkt op dat ook vroege radio-uitzendingen de menselijke fantasie sterk aanwakkerde, en samen met al bestaande

technologieën als de stoomtrein, de telegraaf, de telefoon, elektrisch licht, fotografie, en cinema zorgden voor een anticipatie van televisietechnologie (1994, p. 108). De samenstelling van technologieën door John Logie Baird in de vroeg 20^e eeuw lag dus niet zozeer in een uniek moment van geniaal pionierschap, maar vloeide voort uit de technologische verbeelding en socio-technologische omstandigheden uit die tijd. Burns noemt in de geschiedschrijving van Baird's ondernemingen dan ook een artikel gepubliceerd in *Wireless World and Radio Review*, waarin N. Langer schrijft:

Personally I look forward with confidence to the time when we shall not only speak with, but also see those with whom we carry on a telephone or wireless telephone conversation, and the distribution of a cinematograph film will be superseded by the direct transmission from a central cinema.

(N. Langer, 1922)

Dit artikel heeft zeer aannemelijk Baird's interesse voor het 'zien middels elektriciteit' aangewakkerd (ibid., p.34). De technologische activiteit van Baird kan dus direct in verband worden gebracht met een collectieve visie van verbinding, eenheid en samenkomst.

Zoals aan het populaire en technische discours rond die tijd te zien is, werd de 'ver zien' technologie van Baird begrepen in termen van de in het discours reeds gemanifesteerde media in die tijd, zoals telefonie, radio en cinema. Dat rond deze periode het unieke begrip van televisie als uniform object nog niet bestond, blijkt uit het gebruik van termen als 'distant movie theater', 'sound picture receiver', en 'tele-visio-speaking' die gebezigd werden in artikelen over toekomstige technologie (Elsner, Müller, & Spangenberg, 1990, p. 203-4). De beeld-op-afstand-technologie bevatte mogelijkheden om cinema op een afstand mogelijk te maken, om 'live' radiouitzendingen te voorzien van beeld, en om face-to-face communicatie op afstand mogelijk te maken. Maar welke van deze gebruiksmogelijkheden zouden de nadruk krijgen in de verdere ontwikkeling van televisie? De wijde verspreiding van telefoon- en radioapparaten wekte eenzelfde huishoudelijk gesitueerde verwachting voor de televisie: zou de 'geluid beeld ontvanger' of welke verwezenlijking dan ook als gemeengoed massaal voor de mens beschikbaar worden? In tegenstelling tot de radio was een televisieapparaat een technologisch complexe constructie en niet geschikt om zelf in elkaar te knutselen (ibid., p. 198). Een belangrijk moment in de ontwikkeling van televisie is dan ook de toe-eigening van de technologie door grote, kapitaalkrachtige instituties: in verschillende landen werden toepassingen van televisietechnologie onder staatsregulering gebracht. Het technologisch

imaginair van de mens dichtte het medium een grote invloed toe: het maakte een wijde, simultane verspreiding van beelden en ideeën mogelijk, en dus hadden staatsinstituties er belang bij om de uitzendmogelijkheden beperkt en hanteerbaar te houden (Williams, 1974, p. 28). In landen als Frankrijk, Italië, Duitsland, Groot-Brittannië en de Verenigde Staten werden televisie-uitzendingen op staatsniveau georganiseerd en gereguleerd. De Duitse nationaal-socialistische regering greep de nieuwe technologie van *der Fernseher* aan om een 'technologisch evenement' te kunnen organiseren waarbij de superioriteit van de Duitse wetenschap en kunde werd benadrukt, en daarnaast kon de technologie ook nog eens dienen om "het beeld van de Führer diep en onwisbaar in de harten van alle Duitsers te implementeren" (Elsner et al., p. 209).

In haar toepassingen en discursieve duiding werd de televisietechnologie aanvankelijk dus vooral begrepen in een simultaan karakter: de televisie stond symbool voor *liveness*, de mogelijkheid om dezelfde boodschap uit te zenden naar een groot publiek op het moment dat de beeldopname plaatsvond. Discoursanalyse toont echter aan dat *liveness* niet inherent gekoppeld is aan de technische werking van het medium, maar eerder verband houdt met de waarneming van de beschouwer van de beelden (Bourdon, 2000, p. 538). Hoewel het medium televisie de mogelijkheid heeft om ieder moment op 'live' te gaan wanneer er een actuele gebeurtenis plaatsvindt, gebeurt dit in werkelijkheid relatief weinig: het overgrote deel van alle televisiecontent dat uitgezonden wordt is vooraf opgenomen, bewerkt en gemonteerd. Sommige academici beargumenteren dat *liveness* vooral een fenomeen is dat in het subject, de kijker, plaatsvindt. Jérôme Bourdon geeft bijvoorbeeld in zijn studie "Live Television is Still Alive" het voorbeeld van het optreden van een zanger in een talkshow: de talkshow is vooraf opgenomen, het optreden van de zanger is op een ander moment in de week in dezelfde studio opgenomen maar met dezelfde belichting. Het talkshow publiek applaudisseert wanneer het optreden op een scherm wordt ingestart, maar dit is niet te zien voor de kijker thuis. De zanger playbackt tenslotte een vooraf opgenomen audiotrack. Het gezin dat thuis zit te kijken naar de talkshow ervaart *liveness* op verschillende manieren: de grootvader neemt de hele uitzending waar als live, alsof het op dat moment allemaal in de studio plaatsvindt; de kleinzoon die ervaring heeft met videoproducties herkent een aantal opnametechnieken en realiseert dat niet alles op dat moment ook daadwerkelijk elders plaatsvindt (Bourdon, 2000, p. 353). De ervaren *liveness* vindt plaats in de belevingswereld van de kijker.

Bovendien wordt het *liveness* plakaat niet exclusief op het medium televisie geplakt: ook andere media, zoals theater, cinema en draadloze telefonie worden op verschillende manieren gekarakteriseerd als *live*. William Uricchio noemt bijvoorbeeld live associaties bij het medium

cinema in het populair discours, zoals bij de vertoning van de film *Flies* uit 1913, waarbij de scène die zich ontvouwde voor de ogen van de kijkers werden begrepen als 'aanwezig' en 'levend', ondanks dat de beelden maanden ervoor waren opgenomen (Uricchio, 2009, p. 4). Dit is vergelijkbaar met het begrip van liveness dat voren komt in het onderzoek van Elsner et al. (1990) waarin werd gesproken over de magie van televisie, die je kon laten voelen alsof je zelf aanwezig was bij de kroning van Queen Elizabeth in 1953: "Despite the inevitable technical difficulties, everyone who followed the course of the English coronation had the strange feeling of knowing personally the person who now personifies the Queen" (Eckert, 1953, p. 70 in Elsner et al., 1990, p. 215-6). Technische mankementen die de kijker doen beseffen dat zij niet daadwerkelijk aanwezig zijn bij het evenement worden verworpen ten gunste van een magisch gevoel van verbondenheid en dichtbijheid: het contact maken met de echte persoon achter de koningin.

Een vergelijkbare inzet van *liveness* als discursief object komt naar voren bij de karakterisatie van theater in een studie van Philip Auslander. Auslander citeert in zijn boek *Liveness: Performance in a Mediatized Culture* (2008) acteur en performance kunstenaar Eric Bogosian die live theater omschrijft als

medicine for a toxic environment of electronic media mind-pollution [...]. Theater clears my head because it takes the subtextual brainwashing of the media madness and SHOUTS that subtext out loud [...]. Theater is ritual. It is something we make together every time it happens. Theater is holy. Instead of being bombarded by a cathode ray tube we are speaking to ourselves. Human language, not electronic noise.

(Bogosian, 1994, p. xii in Auslander, 2008, p. 4)

De eerdere ideaalprojecties van simultaneïteit en verbinding op televisie worden door Bogosian omgekeerd: televisie zorgt voor gedachtenvergiftiging en elektronische ruis, en het is theater dat deze ruis weg kan halen, de mens weer kan verbinden en heldere communicatie weer mogelijk maakt. Hoewel Bogosian hier duidelijk tegen de 'cathode ray tube' van televisie ageert, wordt op dezelfde wijze het concept van *liveness* door tv-producenten tegenwoordig vaak ingezet om het cultureel belang van televisie te onderstrepen. Het wordt bijvoorbeeld gebruikt wanneer producers van vooraf opgenomen televisiedrama's als *E.R.* en *Will & Grace* de superioriteit van een *live*-performance van hun gescripte televisieprogramma's beargumenteren, waarbij de serie bij wijze van uitzondering direct vanuit de studio wordt uitgezonden; het concept wordt geconstrueerd als een bewonderenswaardig en onderscheidende eigenschap die televisie's

unieke mogelijkheid tot onvoorspelbaarheid demonstreert (Levine, 2008, p. 397). Met dezelfde furore als Eric Bogosian wordt maken zij de kijker erop attent dat wij met zijn allen in verbinding staan en deel uitmaken van iets bijzonders: de heilige graal van televisie. Waar theatermaker Bogosian de ideaalprojecties rond *liveness* gebruikt om theater tot een transcendentaal medium te verheffen, dichterbij het sublieme dan welk medium dan ook, wordt *liveness* door de producenten in de broadcastindustrie in het onderzoek van Levine gebruikt om televisie uit te zonderen als het heilige medium dat massale verbinding en bijeenkomst mogelijk maakt. Bourdon voegt hier aan toe dat het construct van *liveness* ingezet kan worden vanaf 'top down', waarbij commerciële partijen of grote instituties contact willen maken met een zo groot mogelijk publiek, maar ook 'bottom up'; gezien vanuit de natuurlijke behoefte van de mens om contact te maken en bij een gemeenschap te horen (2000, p. 552). Wij zien hier het technologisch imaginair aan het werk die de activiteiten van ontwerpers van televisietechnologie reguleert, en richting geeft aan het begrip van het medium voor de alledaagse mens.

Hoewel *liveness* in het algemeen gezien wordt gezien als het ontologisch begin van het medium televisie, is door bovenstaande voorbeelden duidelijk dat *liveness* een subjectief construct is dat door verschillende actoren gebruikt wordt om verschillende media zoals televisie te duiden en een bijzondere, transendentale positie in het communicatietechnologisch spectrum te geven. Dat dit zowel vanaf 'top down' als 'bottom up' in sociale machtstructuren plaatsvindt ondersteunt de bevinding dat er een collectieve visie is op wat het ideale medium constitueert. De basis hiervan lijkt te liggen bij verschillende communicatie-idealen gericht op verbinding, consensus, en een afkeer van ruis en ambiguïteit in informatie. Deze transendentale verheffing van televisie in het kader van *liveness*, de collectieve visie, illustreert de invloed van het technologisch imaginair op de ontwikkeling van televisie.

2.3 Flow en controle

In het academisch discours rond televisie komt ook de term *flow* vaak naar voren als een kwalificerende eigenschap van het medium. Deze associatie vindt haar oorsprong in het werk van Raymond Williams, die de specificiteit en bijzonderheid van het medium televisie benadrukt met behulp van deze term. Hij stelt dat hoewel televisietechnologie van oorsprong afzonderlijke gebeurtenissen uitzond dit later transformeerde in een op elkaar afgestemde volgorde van specifieke televisie-items, wat hij met *flow* aanduidde. Williams' werk wordt in dit opzicht gezien als cruciaal in het cultuurwetenschappelijk discours, omdat hij niet zozeer de inhoud van televisieprogramma's individueel analyseerde als wel "the shaping effect of television's technological structures upon its characteristic forms" (Turner in Williams, 1974). Williams stelt

dat deze vastgestelde flow televisie bijzonder maakt, door te stellen dat bij alle andere communicatietechnologieën vóór *broadcasting* het om afzonderlijke, losse items ging (Williams, 1974, p. 86). Williams beargumenteert de urgentie van zijn conclusies door te stellen dat de tekstuele vorm van communicatie onze ervaring van de realiteit normaliseert, en onze “general modes of comprehension and judgment” beïnvloedt (ibid., 87). Het feit dat er een verandering heeft plaatsgevonden in mediaconsumptie van het consumeren van losse items naar het consumeren van een continue stroom van beeld en geluid heeft onze perceptie en bewustzijn significant veranderd, volgens Williams. Het concept van flow zoals geponeerd in het werk van Williams refereert aan de mediatie tussen televisietechnologie, institutionele vormen van *broadcasting*, en de tekstualiteit van televisie zoals deze ervaren wordt door de kijker. Wijst Williams’ flow daadwerkelijk op een specifieke, gefixeerde identiteit van het medium?

Sinds Williams’ publicatie hebben verschillende cultuurwetenschappers de notie van flow toegepast, bekritiseerd en genuanceerd, om de aard van de culturele ervaring van televisie te kunnen duiden. Hierbij wordt het televisie kijken als algehele ervaring belangrijker gevonden dan de individueel omkaderde televisieprogramma’s. John Ellis nuanceert Williams’ concept van flow, door te stellen dat televisie eerder een vorm van segmentatie vooronderstelt waardoor het medium zich onderscheidt van cinema:

Instead of the single, coherent text that is characteristic of entertainment cinema, broadcast TV offers relatively discrete segments [...] These segments are organised into groups, which are either simply cumulative [...] or have some kind of repetitive or sequential connection.

(Ellis, 1982,p. 112)

Hoewel het in Ellis’ beredenering wel degelijk om ‘losse items’ gaat, geeft de sequentiële weergave van deze items in een overeenkomstige visuele taal (die van televisie) toch een uniek kenmerk mee aan televisie. Deze segmentatie maakt een seriële opvolging mogelijk, waarin bepaalde problematiek of thematiek wordt herhaald, zonder hierbij tot een oplossing of conclusie te komen (ibid.). Jane Feuer gebruikt deze notie om Williams’ flow te herdefiniëren: “Williams should more accurately say that television possesses segmentation without closure, for this is what he really means by flow” (Feuer, 1983, p. 15-6). Volgens Feuer is deze flow het resultaat van de commerciële institutionele organisatie van televisie: het is iets dat vormgegeven wordt door televisiezenders, die zoveel mogelijk kijkers en marktaandeel willen creëren. “Flow as such is neither natural nor technologically determined. It is an historically specific result of network

practice: 'flow charts' are constructed by network executives prior to being reconstituted by structuralists" (ibid., p. 16). Flow is dus niet inherent aan het medium televisie in Feuer's optiek, maar is afkomstig van haar institutionele structuur. In overeenstemming met Feuer's conclusie, kan gesteld worden dat wanneer flow verbonden wordt aan het medium van televisie dit niet het bewijs geeft voor een kern of waarachtigheid van het technologische object van de televisie zelf, maar een karakterisering is van een institutionele en culturele organisatie van het dispositief waarin deze schermtechnologie zich bevindt. Bovendien staat deze karakterisering vaak in dienst van bepaalde dystopische projecties op het medium televisie, wat in de volgende paragrafen verder uiteengezet zal worden.

Wanneer flow vanuit de intentie van actoren in mediaproductie benaderd wordt, als een geplande volgorde van fragmenten waarbij het doel is om de aandacht van de kijker vast te houden en hem te binden aan het kanaal en diens commerciële uitingen, dan wordt televisie als een passief medium begrepen. Jostein Gripsrud onderkent dit ook in zijn kritiek op Williams' flow concept:

[T]he metaphor 'flow' also signals that this is something one may be carried away by, passively or powerlessly [...] Understood this way, the 'flow' metaphor echoes good old mass society thinking, anxieties about media's ability to form and steer the spineless, easily influenced masses.

(Gripsrud, 2002, p. 212)

In het concept van flow schuilt dus de notie dat de kijker machteloos is, en geen weerstand kan bieden tegen de commerciële (of anderszins ideologische) uitingen van televisiezenders. Dit idee van *planned flow of commodity flow* komt bijvoorbeeld goed naar voren in het onderzoek van McAllister & Giglio (2005) naar kindertelevisie, waarin gesteld wordt dat "commodity flow" een "defining characteristic of children's television" is, met als gevolg dat de grenzen tussen commerciële en inhoudelijke uitingen vervagen, en er een "high level of commercialism" geprojecteerd kan worden op de kijker (2005, p. 26). Door deze zogenaamd inherente flow van televisie te veronderstellen, kunnen dystopische projecties op massamedia gelegitimeerd worden. Vervolgens kunnen nieuwe technologieën die deze verlammeende en passieverende flow bestrijden geïntroduceerd worden die de verloren vrijheid weer aan de kijker teruggeven. Hallvard Moe signaleert dit bijvoorbeeld bij de verschijning van de afstandsbediening in zijn artikel "Television, Digitalisation and Flow: Questioning the Promises of Viewer Control". In eerste instantie ontworpen voor de radio, werd de afstandsbediening in de markt gezet als 'the

blab-off', een gebruiksvoorwerp "to manipulate the broadcasted flow, and as the name [remote control] indicates – give the user control" (Moe, 2005, p. 775). Een soortgelijke strategie werd gebruikt bij de Sony Betamax, de eerste videocassette recorder die in 1980 op de markt gebracht werd, die in tijdschriften gepromoot werd met de slogan: "A slave of TV? Sony Betamax returns your long lost freedom" (ibid., p. 776). Het karakteriseren van televisie als een inherent passief en rigide medium maakt het mogelijk voor commerciële partijen om beloftes van vrijheid en controle aan de televisiekijker te doen en nieuwe producten te ontwikkelen die voldoen aan deze verwachting.

Het traceren van de term 'flow' binnen het academisch discours stelt ons in staat om zowel de passieve als ook de actieve karakterisering van het medium televisie in kaart te brengen. Hallvard Moe stelt bijvoorbeeld, met behulp van het werk van Klaus Bruhn Jensen, een onderscheid in verschillende typen flow bij televisie voor: er is niet alleen een zender-flow, die gecreëerd wordt door de broadcastinstituten, maar ook een kijker-flow, die de televisiekijker zelf creëert met behulp van de afstandsbediening en digitale technologieën (Bruhn Jensen, 1995; Moe, 2005, p. 779). Op deze manier staat de term flow symbool voor zowel de passieve als actieve karakterisering van het medium televisie.

Deze verschuiving van een actief begrip van nieuwe media versus een passief begrip van oude media komt ook naar voren in een onderzoek van William Boddy getiteld "Archeologies of Electronic Vision and the Gendered Spectator" (1994). Hierin onderzoekt hij de discursieve verschuiving van actief naar passief bij het duiden van het medium radio: waar radio eerst een hobbyapparaat was wat in mekaar gesleuteld moest worden en vervolgens gebruikt kon worden om de luchtgolven af te 'vissen' naar uitzendingen, wat meestal door 'de mannen' werd gedaan, werd radio later verbannen naar het huishoudelijke leven, het domein van de huisvrouw, die de radio aanzette voor "louter" vermaak en achtergrondgeluid bij haar huishoudelijke taken. Deze vrouw werd destijds door de zakentop in de radio-industrie als "niet erg werelds of verfijnd" geacht, en ook zonder gevoel voor fantasie (Boddy, 1994, p. 112). Het karakteriseren in actieve of passieve termen van een medium dient dus ook de sociale ordening van de maatschappij, door de verschillende domeinen van geslachtsidentiteiten af te kaderen.

De discursieve tweedeling tussen activerende en passiverende vormen van media is bovendien erg prominent aanwezig in het huidige populaire discours dat spreekt over 'het digitale tijdperk' om het nieuwe dispositief van genetwerkte en gedigitaliseerde informatie mee te duiden. Om onze schermpraktijken opnieuw duiding en richting te geven richt men zich weer op de vraag wat er nu met dat – toch ietwat gedateerd klinkende – televisieapparaat zal gaan gebeuren. Amanda Lotz bespreekt in haar boek *The Television Will Be Revolutionized* de

digitale video recorder en video on-demand die de televisie wederom zullen leiden naar een actief en beter bestaan:

Convenience technologies encourage active selection, rather than passively viewing the linear flow of whatever “comes on next” or “is on,” and consequently lead viewers to focus much more on programs than on networks—all of which contribute to eroding conventional production practices in significant ways

(Lotz, 2007, p. 59)

In plaats van de passiverende flow zullen nieuwe technologieën, in de optiek van Lotz, de kijker weer nieuwe mogelijkheden bieden waardoor er minder nadruk komt te liggen op ‘de zender’ en meer op ‘het programma’ – het laatste een duidelijk puurdere en rijkere vorm van informatie. Wederom wordt flow als construct ingezet om televisie in het nieuwe media dispositif te verheffen in een vorm die beter kan tippen aan het technologisch sublieme. De televisie van de toekomst wordt met behulp van het flow overgeheveld naar het domein van digitalisatie en netwerking en zodoende als geavanceerder, complexer en ingenieuzer geacht:

Television is no longer an entirely passive experience of a preplanned flow of programming with occasional zapping, but a complex combination of planned flow and interactive sequences, that is, ordinary broadcast enhanced with interactive applications, which results in a completely new media experience.

(Lekakos, Choranolopoulos, & Doukds, 2008, p. ix)

Ook hier tonen Lekakos et al. aan in hoeverre de duiding en vorming van schermtechnologieën gepaard gaan met een technologisch imaginair waarbij men continu verlangt naar een rijke en actieve vorm van communicatie. Het traceren van het discursieve construct van flow binnen het academisch discours geeft in het geval van televisie een treffend beeld van de verschuivingen van de manier waarop televisie door de mens begrepen en geduid wordt (Uricchio, 2004b). Het is opvallend hoe veel de rooskleurige voorspellingen van het vertrouwde televisie-medium rondom flow in het nieuwe media spectrum in gemeen hebben met de utopische verwachting van de gedroomde *sound picture receiver* van bijna een eeuw eerder. In de *Berliner Illustrirte Zeitung* van 8 januari 1928 verscheen een illustratie van het ‘fernsehen’, waarbij het onderschrift las:

Marvels which we might still experience: viewing the world from bed through television. The apparatus above the bed serves to operate, by remote control, an airplane which carries the filming apparatus and provides, via radio transmission, views of the area above which the airplane soars. With the map in front of the viewer, he or she can control where the airplane is located.

(Elsner et al., 1990, p. 199)

Hierbij worden bestaande media als radio en film feilloos geïntegreerd in een utopische toekomstvisie die, door de verwijzing naar de al verwezenlijkte technologieën, het sublieme weer binnen handbereik stelt, overeenkomstig met de manier waarop dit momenteel gebeurt met televisie in het 'digitale tijdperk'. Het traceren van de term *flow* in het academisch discours legt duidingen van media bloot in termen van actief, passief, interactief en controle, wat in connectie gebracht kan worden met de communicatie-idealen van de mens die keer op keer in verschillende narratieven rond technologie naar voren komen: de overtuiging dat het mogelijk is om ruis in communicatie tot nul te reduceren, om betekenissen van informatie onvervormd op anderen over te brengen – idealen gelegitimeerd door de angst dat massamedia, willens een onbekende kracht of identiteit die van bovenaf probeert zijn wil aan de mens op te leggen, een verbindende en pure vorm van informatieoverdracht zullen hinderen (de Vries, 2012, p.68). Van twee discursieve constructen rondom onze schermpraktijken, die van *liveness* en *flow*, is in dit hoofdstuk bevonden dat zij niet gebruikt kunnen worden om iets te kunnen zeggen over de inherente eigenschappen van een medium, maar wel gebruikt kunnen worden om te tonen hoe een collectieve visie op *the screen sublime* haar invloed uitoefent op betekenisgeving van het medium televisie.

3 | TELEVISIE BINNEN HET INTERNET DISPOSITIF

3.1 Hoe internet de televisie vermoordde

In hedendaagse populaire en academische discours komt regelmatig naar voren dat we nu in “het digitale tijdperk” leven, waar processen van digitalisering en netwerking onze sociale omstandigheden ingrijpend veranderen. De digitale omschakeling – zoals die in het geval van televisie vrij letterlijk van een analoog naar een digitaal signaal is gegaan – versterkt ons gevoel van een breuk met het verleden, en geeft een algemene indruk dat we getuige zijn van een vruchtbaar historisch moment (Uricchio, 2009b, p. 25). In vele Westerse huishoudens wordt het televisieapparaat in de huiskamer nu voorzien van een settopbox (STB) die, omdat de meeste televisieapparaten zelf geen ingebouwde tuner voor digitale signalen hebben, digitale ontvangst mogelijk maken. Deze digitalisering maakt een toename in bandbreedte mogelijk, waardoor er meer kanalen ontvangen kunnen worden, en waardoor er ook aanvullende informatie naast de gebruikelijke audiovisuele informatie verzonden kan worden, zoals informatie uit de *electronic programming guide* (EPG) en *video on-demand* (VOD). Om televisie te kunnen kijken, maakt de kijker dus gebruik van een (aanvankelijk) analoog apparaat, waarna hij het digitale apparaat inschakelt. De aanwezigheid van twee technisch verschillende mogelijkheden om televisie te kunnen kijken is op deze manier dus zeer zichtbaar en tastbaar voor de Westerse televisiekijker. Nu ook de *personal computer* (PC), in de vorm van desktops, laptops, smartphones en game consoles zich mengt in het alledaagse leven van de gemiddelde Westerse tv-kijker, roept dit de vraag op of de traditionele televisiesetting vervangbaar is door de andere manieren waarop wij digitale informatie ontvangen.

Deze verwachting uit zich bijvoorbeeld in nieuws headlines als “Consument kiest steeds minder voor televisie” (Van der Torre, 2012) en “Nederlanders kijken minder televisie” (Novum, 2008). Het is een ietwat angstige verwachting die vooral in populair-technologisch discours wordt aangewend om te waarschuwen voor onvoorziene, chaotische sociale gevolgen. Joe Chidley schrijft in 1999 in de *Canadian Business Journal* dat de dagen van televisie genummerd zijn met de komst van het internet, dat een grote bedreiging vormt “in the battle of the eyeballs of consumers”. Het artikel, getiteld “How Internet Killed Television”, schetst een scenario waarbij de uren die in toenemende mate door jongeren gespendeerd worden op het internet “ten koste gaan van televisie” en waarbij traditionele tv-reclame “niet meer zal werken” omdat niemand meer gedwongen wordt om naar reclamefilmpjes te kijken. Een catastrofaal gevolg hiervan is dat, wanneer televisiezenders via reclame geen inkomsten meer kunnen genereren, er ook geen

(goede) televisiecontent meer gemaakt zal kunnen worden. Het feit dat het televisiesignaal gedigitaliseerd wordt via STB is niet een directe aanleiding voor de angst gevoeliseerd door Chidley, maar wel het feit dat 'de oogballen' van de kijkers nu ook bediend kunnen worden buiten de geïnstitutionaliseerde broadcastindustrie om: televisiecontent kan aangeboden worden via een gedecentraliseerde distributievorm die mogelijk gemaakt wordt door *internet protocol* (IP).

Een van de meest voorname eigenschappen van het internet is het protocol dat er voor zorgt dat datapakketjes verzonden en ontvangen worden door respectievelijk hosts en clients: dit protocol faciliteert een gedecentraliseerde vorm van informatie-uitwisseling. Er is niet zozeer een centrale bron die de informatie verstuurt, maar iedere node die zich in het netwerk bevindt is zowel een verzender als ontvanger van informatie. Deze decentralisatie in de structuur van het web zorgt voor veel hoop en verwachtingen rondom participatie, democratisering en vrijheid van informatie. In de volgende paragraaf wordt gekeken hoe onze ideaalprojecties op technologie de discursieve constructie van internettechnologie hebben beïnvloedt en vormgegeven.

3.2 Het brein, wetenschap, en het netwerk

In het boek *Soul Made Flesh: The Discovery of the Brain and How It Changed the World* (2004) beschrijft Carl Zimmer hoe het menselijk brein werd begrepen vanaf de 17^e eeuw. In eerste instantie werd het orgaan niet bijzonder belangrijk geacht en gaf men meer betekenis aan de gaten en kuilen in het brein dan aan de structuur van het breinweefsel zelf. Zimmer beschrijft hoe een Engelse dokter genaamd Thomas Willis experimenten uitvoerde op het brein van dieren, die hem nieuwe inzichten gaven bijvoorbeeld in de functie van het brein en de relatie tot het bloedvatensysteem: door een deel van deze bloedvaten naar het brein weg te snijden, en daarna het dier te observeren, ontdekte Willis dat het dier nog normaal functioneerde en dat het bloedvatensysteem meerdere wegen kende om het brein te ondersteunen (Gross, 2004). Ons begrip van het brein als een structuur van "neurons forming networks, exchanging signals" en de rol van het zenuwstelsel kwam door dit soort experimenten en observaties tot stand en is niet vanzelfsprekend geweest (Zimmer, 2004), en door deze discursieve verschuiving zijn wij het brein gaan begrijpen als het centrum van onze kennis. Het is niet vreemd om te denken dat deze huidige conceptualisatie van het menselijk brein enige invloed heeft gehad op de visualisatie van de *Memex* van Vannevar Bush, een apparaat waarin informatie opgeslagen kon worden en opgevraagd kon worden door middel van associatie:

The human mind operates by association. With one item in its grasp, it snaps instantly to the next that is suggested by the association of thoughts, in association with some intricate web of trails carried by the cells of the brain.

(Bush in Mayer, 1999, p. 33)

De informatie zou volgens Bush opgeslagen worden op microfilm, een materiaal dat kon 'zien', en zou via associatieve paden die bijgehouden en gereproduceerd worden door het apparaat weer naar boven gehaald kunnen worden (Bush, 1945). We zien hier hoe ons begrip van het menselijk brein en het zenuwstelsel zijn weerslag heeft op de visualisatie van nieuwe technologie, zoals dit bijvoorbeeld ook naar voren komt over de ideeën over "the world-wide web as super-brain" (Heylighen & Bollen, 1996) en een "collective intelligence" (Lévy, 1997). Zoals Willis' experimenten hebben geleid tot een nieuw begrip van het brein en zenuwstelsel als een fijnmazig netwerk, zo worden door deze discursieve verschuiving ook onze ogen geopend voor een nieuwe vorm van informatieverwerking en verspreiding door technologie.

De Amerikaanse computerwetenschapper Joseph Licklider, die zich liet inspireren door Bush zijn visie, hield zich bezig met de ontwikkeling van technologie die computers zou verbinden tot een "galactic resource network" die een samenkomst van "many interacting minds" mogelijk moest maken (Licklider 1965; 1968 in De Vries, 2012, p. 121). Licklider was lid van het Advanced Research Projects Agency (ARPA), een initiatief van het Amerikaanse Ministerie voor Defensie die, in het kielzog van de Koude Oorlog met de Sovjetunie, interesse uitgedrukt had in de totstandkoming van een communicatietechnologie die een nucleaire aanval zou doorstaan (Flichy, 2007, p. 43). Gedurende een tijdsspanne van 20 jaar werkte Licklider samen met andere wetenschappers aan het ontwikkelen van een communicatiesysteem dat als ARPANET geduid werd. Samenwerking en competitie in dit proces verliep volgens de principes van de academische wereld, "in which value was attached to intellectual curiosity and the status of each individual was defined mainly in terms of merit, evaluated by peers" (Flichy, 1999, p. 35).

Socioloog Manuel Castells ziet samen met Patrice Flichy de beginselen van het internet zoals wij die nu kennen terug in het ARPANET – dat later middels de totstandkoming van gestandaardiseerde protocollen ging communiceren met andere vergelijkbare universitaire netwerken – maar ook in het gebruik van bijvoorbeeld *Bulletin Board Systems* (BBSs) dat opkwam rond 1970 in Californië vanuit een behoefte om een gemeenschap te vormen, "a virtual community, a new public space, similar to the cafe or square" (Castells, 2001, p. 12; Flichy, 1999, p. 36). Deze BBSs maakten het digitale verzenden en het opslaan van berichten mogelijk, en de technologie hiervoor werd door de ontwikkelaars publiekelijk vrijgegeven voor gebruik. Dit

is een ander belangrijk aspect dat wordt gezien als de grondvesting van het internet: er waren geen commerciële partijen betrokken bij het ontwikkelen van de technologieën, deze werden ontwikkeld in academische kringen met als doel de samenwerking tussen verschillende informatiesystemen van universiteiten en het vergroten van de bron van kennis waaruit men kon putten. Het was een 'voor ons, door ons' academisch informatiesysteem waarbij standaardisatie, openheid van informatie, en het verwijzen en verbinden van verschillende stukken informatie middels citaties of hyperlinks de norm waren.

Impliciet aanwezig in de technologische activiteit van de West-Amerikaanse informatici is het toewerken naar een allesomvattend 'neural network'. Het idee van standaardisatie en het samenbrengen van verschillende stukken kennis is niet nieuw: zo beargumenteert socioloog Armand Mattelart dat deze activiteiten deel uitmaken van een eeuwenoud verlangen naar universele communicatie zoals in het concept van de 'Library of Babel' in het werk van Jorge Louis Borges naar voren komt (Mattelart, 2003, p. 3): "the dream of re-establishing the pre-Babel 'great human family' is present throughout the history of the imaginary of communication networks" (Mattelart, 2000, p. 20 in De Vries, 2012, p. 120). De Vries noemt in dit verband ook de visie van Paul Otlet, die in 1934 in zijn *Traité de Documentation* een documentatiesysteem voor ogen stelde dat alle werken van alle auteurs ter wereld zou bevatten en razendsnel overal middels nieuwe media als televisie, grammofoon en radio gecommuniceerd zou worden (Rayward, 1990, p. 25-6; De Vries, 2012, p. 120); een systeem dat alles zou omvatten, wat ieder mens zou omringen met kennis en kunde met het ultieme streven naar gelijkheid, democratie en gelijke rechten voor iedereen. Wederom worden we herinnerd aan de communicatie-idealen van een ruisloze transfer van informatie, van disseminatie en gelijkheid, en van een universeel bewustzijn waarin ieder begrip eenduidig en heel is. We zien hier de invloed van het technologisch imaginair duidelijk terug in de technologische activiteit van de ontwikkelaars van technologieën en protocollen die vandaag de dag nog werkzaam zijn in het dispositief van het internet.

Deze idealistische noties klinken door in het concept van het Web 2.0, een van de meest gebezigde termen in het hedendaags populair en academisch discours waarmee het internet op dit moment vaak geduid wordt. Mediakenner Tim O'Reilly introduceerde deze term om een naam te geven aan "the widespread sense that there's something qualitatively different about today's web" (O'Reilly, 2005). Hij pleit hierbij voor co-creativiteit, participatie en openheid, door middel van het gebruik van open-source, 'perpetual beta', wiki-achtige software die het creëren, verbinden en organiseren van informatie op een democratische manier mogelijk maken. Diensten als Facebook, Twitter, Flickr, Wikipedia en YouTube worden in populair discours vaak

gezien als exemplarisch voor Web 2.0 software, waarbij de gebruiker alle toegang heeft tot en de volledige controle heeft over de informatie die via het internet verspreid wordt, in het tegenlicht van de passieverende positie die de gebruiker had in het 'broadcast tijdperk' waar monopolistische massamedia de teugels in handen hadden.

Er zijn echter ook geluiden vanuit het academisch discours die de decentralisatie die het internet zou kenmerken tegenspreken, en die wel degelijk een hiërarchische machtsstructuur identificeren in het internet dispositief. Alexander Galloway wijst er bijvoorbeeld op dat de protocollen die het internetverkeer reguleren hiërarchische machtstructuren in stand houden: het *domain name server* (DNS) protocol maakt bijvoorbeeld mogelijk dat de toegang tot bepaalde websites vanaf één centrale plek kan worden geblokkeerd (2004, p. 10). Het DNS systeem is ook een indicator van het private domein waarbinnen het internet zich bevindt: om een domeinnaam te kunnen gebruiken moet een geldbedrag betaald worden, en om toegang te kunnen krijgen moet men doorgaans een betaalde dienst afnemen bij een *internet service provider*. Internet bevindt zich hiermee binnen een kapitalistisch systeem van privatisering en winstoogmerken. Daarnaast, zo stelt Clay Shirkey, zorgt een toename van keuzes in 'nodes' juist voor een "power law distribution": vanwege de grote keuze in bijvoorbeeld het aantal weblogs, zullen steeds meer mensen kiezen voor een vertrouwde, veelgemaakte keuze waardoor het op den duur steeds moeilijker zal worden om als beginnende weblogger internetverkeer te genereren (Shirkey, 2006). De bevindingen van Galloway en Shirkey die het internet als hiërarchisch kenmerken ondersteunen de notie dat ook het begrip van decentralisatie onderdeel uitmaakt van het ideologisch gemotiveerd discursief construct rond het internet: decentralisatie wijst niet op een inherente, onomstotelijke kern van de technologie maar dient als indicator voor dat wat we erin *willen* zien: een gelijke verspreiding van informatie waarbij sociale verschillen worden overbrugd en wat zal resulteren in vrijheid en democratie voor iedereen.

3.3 De macht van de you-ser

Desalniettemin blijft in het populaire discours de optimistische blik op de macht van de individuele internetgebruiker de boventoon voeren. Dit optimisme is ook terug te vinden in het academisch discours rond participatiecultuur, zoals dit te vinden is in het werk van mediawetenschapper Henry Jenkins over *Convergence Culture* (2006). Jenkins beschrijft hierin hoe het internet en andere vormen van nieuwe media een subversieve participatiecultuur stimuleren, waarin gebruikers de kans wordt gegeven om kritische content te produceren en te verspreiden, om toegang te krijgen tot nieuwe sociale structuren (wat door Jenkins geduid wordt

met 'non-hiërarchische collectieve intelligentie') en, uiteindelijk, onderdeel vormen van een nieuw systeem van culturele productie (p. 246). Deze culturele productie richt zich voornamelijk op commerciële entertainment en populaire media, die zich vanwege hun laagdrempeligheid en alomtegenwoordigheid goed lenen voor een bloeiende participatiecultuur volgens Jenkins (ibid.). Jenkins maakt expliciet dat hij zich hiermee verzet tegen 'culturele pessimisten' die teveel macht toeschrijven aan mediamagnaten, en hiermee de individuele consument van zijn macht beroven. Uiteindelijk zal, in de *convergence culture* die Jenkins voor ogen heeft, mediacontent zich flexibel bewegen tussen verschillende mediaplatforms, waarbij verschillende media-industrieën en verdienmodellen aan bod komen, en hebben gebruikers een ruime keuze in waar zij hun favoriete media-uitingen vandaan halen (p. 243). Opvallend is dat Jenkins stelt dat het succes van deze convergence culture enkel afhangt van het publiek, die de vrije keuze heeft om de geïnstitutionaliseerde mediastructuren te accepteren of om een baan vrij te maken voor meer participatie en democratie. Hij lijkt een verschil in informatie te veronderstellen die aan de ene kant 'vervuild' kan worden door inmenging van commerciële corporaties, of aan de andere kant 'bevrijd' kan worden uit de klauwen van de industrie en weer eigendom van de gewone mens kan worden: een meer oprechte en puurdere vorm van communicatie. Het is niet zozeer evident dat deze tweedeling in typen informatie-uitwisseling bestaat, maar wel dat Jenkins hiermee het discursieve construct van convergentiecultuur construeert waarmee technologie in transcendentale staat verheven kan worden.

Een belangrijke rol in het discours rond participatiecultuur is weggelegd voor de internetwebsite YouTube, waar sinds 2005 gebruikers filmpjes kunnen publiceren in Adobe Flash Video formaat waarna deze vindbaar en distribueerbaar zijn over het web. Op YouTube zijn talloze filmpjes te raadplegen die als 'traditionele' media gezien kunnen worden, afkomstig van de film-, muziek- en televisie-industrie, maar er is ook veel 'amateur' content in de vorm van *video logs*, sketches, en educatieve, instructionele filmpjes. YouTube wordt vaak bejubeld als een democratiserend medium en als de belichaming van het web 2.0 en de participatie-omslag (Uricchio, 2009b, p. 26). José van Dijck stelt bijvoorbeeld in haar artikel "Television 2.0: YouTube and the Emergence of Homecasting" (2007) voor om te spreken in termen van *homecasting* en *you-sers*, om de nieuwe distributievorm van videomateriaal mee te duiden en om het individuele karakter van de gebruiker te benadrukken, die naast het browsen van video's ook de neiging toont om zelf video's te produceren en te verspreiden. De you-ser is niet alleen een consument maar ook een "sharer" en "community builder" volgens Van Dijck (p. 10). Veel academici zoals Van Dijck zien in YouTube het participatiemedium bij uitstek, in scherp contrast met het logge en complexe televisie-instituut dat we dan kennen uit een veronderstelt ouder

dispositif waar participatie van 'de gewone mens' geen onderdeel van uitmaakte. Wederom wordt ook in academisch discours een binaire tweedeling gemaakt waarin nieuwe media worden verheven in een actieve, pionerende, innovatieve rol wat tegelijkertijd het bestaan van oude media als passief, rigide en statisch zijnde wettigt.

Wanneer we uit welk dispositif dan onze schermpraktijken beschouwen, en de ideaalprojecties van perfecte communicatie en eenheid keer op keer weer terug zien in verschillende vormen, is er dan niets nieuws aan onze schermpraktijken binnen het internet dispositif? Om hier het kind niet met het badwater weg te gooien is het belangrijk te benadrukken dat in het digitale netwerk dispositif wel degelijk schermpraktijken voorkomen die kwalitatief anders van aard zijn, ook al refereren zij aan andere schermpraktijken binnen eerdere dispositieven. Op YouTube is bijvoorbeeld een interessant spanningsveld tussen geïnstitutionaliseerde vormen van videocontent en thuisgemaakte, amateurproducties zichtbaar: veel fragmenten gebruiken de beeldconventies bekend van film en televisie en refereren aan populaire entertainment, soms door direct fragmenten van 'beschermd' videoproducties te gebruiken. YouTube's gebruikersvoorwaarden en automatische filtersystemen hinderen deze vorm van gebruik door copyright-beschermingswetten na te streven, waarbij zij regelmatig het uploaden van volkomen legale en originele filmpjes frustreren. YouTube is dan ook niet het medium bij uitstek om standaard televisieformats te distribueren en te bekijken, maar leent zich voor een heel ander gebruik: Uricchio stelt terecht dat YouTube een interessant onderzoeksonderwerp is als men wilt weten wat voor televisie het internet dispositif dan wél voortbrengt (2009b). Waar de online videoplatforms van de bekende televisiezenders zich niet verder ontwikkelen dan een 'datadump' en alternatief kanaal, maakt YouTube gebruik van de netwerkmogelijkheden die het medium biedt. Als voorbeeld waarin deze praktijk het beste naar voren komt noemt Uricchio het initiatief *ImprovEverywhere*, een improvisatiecollectief uit New York dat met filmpjes als "No Pants Subway Ride" en "Frozen Grand Central" als stimulator dient voor spontane bijeenkomsten en gemeenschapszin op lokaal niveau (p. 34).

Uricchio ziet in het genetwerkte televisiedispositif dus twee domeinen: nieuwe vormen van schermpraktijken die vanuit de individuele, niet-professionele gebruiker plaatsvinden, en schermpraktijken die vanuit het geïnstitutionaliseerde broadcast-complex plaatsvinden – waarbij het nieuwe dispositif voornamelijk een opbergplaats en tweede kanaal voor standaard televisiecontent gevonden wordt. In de volgende paragraaf zullen deze schermpraktijken en hun discursieve constructie vanuit het institutionele domein van televisie verder onder de loep genomen worden.

3.4 Interactieve televisie

Een van de meest gehoorde buzzwoorden in de televisie-industrie is het woord 'interactief' (Einav, 2004, p. 1): STB zijn niet langer simpele apparaten die het analoge tv-sigitaal omzetten naar digitaal, maar zijn nu "intricate and complex" apparaten die ertoe dienen om interactieve diensten namens televisiedistributeurs aan te bieden aan de kijker (Van Vliet, 2001). Van Vliet karakteriseert de nieuwe televisiepraktijken die tot stand komen dankzij deze interactieve technologie met drie termen:

- *enhanced TV*, waarbij het traditionele uitzendkanaal wordt uitgerust met additionele informatie en extra opties die aansluiten bij datgene wat wordt uitgezonden;
- *interactive TV*, waarbij er een feedback (ook wel 'return') kanaal wordt gecreëerd tussen de kijker en de aanbieder; en
- *personal TV*, waarbij de kijker middels een nieuwe interface wordt geassisteerd bij het navigeren door een grote hoeveelheid televisiecontent (ibid., p. 9).

Waar academici als Van Vliet en Einav deze interactiviteit zien als een dienst die gericht is op de behoeften van de kijker, zijn andere academici wat sceptischer en zien deze 'nieuwe' interactiviteit vanuit de behoeften van adverteerders, netmanagers en andere partijen die een belang hebben bij de commerciële exploitatie van televisie (zie Boddy, 2004; Caldwell, 2004; Parks, 2004). In hun optiek hebben netmanagers, tv-producenten en adverteerders als voornaamste doel het binden van de kijker aan televisieproducties, het creëren van kijkerloyaliteit en het opeisen van de tijd van de kijker, omdat de tijd en aandacht van de kijker voornamelijk als schaars wordt gezien en er de angst heerst dat er niet voldoende publiek is voor alle televisiecontent (Caldwell, 2004, p. 57). Ook Lister et al. zien dat *interactivity* vaak vanuit een ideologisch standpunt wordt ingezet om de consument als een machtige en actieve 'gebruiker' te positioneren (in contrast met de passieve 'kijker' of 'lezer'): "Such ideas about the value of 'interactivity' have clearly upon the popular discourse of neo-liberalism which treats the user as, above all, a consumer" (2003, p. 21). Mark Andrejevic waarschuwt ons voor het feit dat het meegaan in het zogenoemde revolutionaire karakter van interactiviteit ons blind maakt voor de werkelijke maatschappelijke veranderingen:

[I]nteractive media are rapidly being assimilated into an economic framework in which participation has nothing to do with power sharing [...]. The networks are gearing up for 'interactive' television and media convergence, or so we are told [...]. If these changes

are not revolutionary, we have to admit at the very least that they signal dramatic transformations in the way we think about and use the media.

(Andrejevic, 2004, p. 196)

De magische term 'interactiviteit' verhult dus datgene wat werkelijk plaatsvindt, en ook welke dromen en fantasieën er ten grondslag liggen aan die media die zogenoemd interactief zijn.

De inzet van interactiviteit als indicator van een onderliggend technologisch imaginair wordt goed inzichtelijk dankzij discoursanalytisch onderzoek van Sally McMillan die het gebruik van het woord interactief onderverdeelt in drie discursieve domeinen: *user-to-user*, *user-to-document*, en *user-to-system* interactiviteit (McMillan, 2002). Tot het eerste *user-to-user* domein zou bijvoorbeeld de karakterisatie van Van Vliet's *Interactive TV* gerekend kunnen worden, waarbij een 'return' of feedbackkanaal er voor kan zorgen dat de kijker berichten terug kan sturen, waardoor een interpersoonlijke relatie kan ontstaan tussen producent en consument. Hierbij verwijst interactiviteit naar een mogelijkheid om betekenisvol te communiceren met de ander, in dit geval met de aanbieder van de televisiecontent. Computerwetenschapper Sheizaf Rafaeli definiëert interactiviteit als "an expression of the extent that in a given series of communication exchanges, any third (or later) transmission (or message) is related to the degree to which previous exchanges referred to even earlier transmissions" (1988, p. 11). Interactiviteit wordt in deze zin dus gebruikt om uit te drukken in hoeverre een boodschap refereert aan een eerdere boodschap: twee uitgewisselde boodschappen die niet refereren aan elkaar worden dus niet gezien als interactief. Het idee hierachter is dat dit soort niet aan elkaar refererende signalen echte communicatie in de weg staan: het label 'interactief' verwijst hier naar het ideaal van de perfecte dialoog waarbij wederkerende terugkoppeling en zinvolle interventie met 'de spreker' mogelijk is.

Het tweede discursieve domein, *user-to-document*, is bijvoorbeeld terug te zien wanneer mediawetenschapper Joost Raessens in zijn studie "Film en het Proces Digitalisering" (2002) verwijst naar hypertext als een vorm van interactiviteit, die hij begrijpt als "het vermogen om op een betekenisvolle wijze te interveniëren in de representatie zelf". Wanneer interactie wordt opgevat als tussen de gebruiker en het document, oftewel de tekst, wordt hier gerefereerd aan de mate waarin de gebruiker de mogelijkheid heeft de tekst te veranderen. Henry Jenkins (2006) refereert aan deze opvatting van interactiviteit wanneer hij in kaart brengt hoe fans de teksten die geproduceerd worden door geïnstitutionaliseerde vormen van culturele productie veranderen en zich eigen maken, bijvoorbeeld door het schrijven van fanfictie: de "interactive potentials of emerging digital technologies" (p. 243) maken mogelijk dat fans "reject the idea of a definitive

version produced, authorized and regulated by some media conglomerate” (p. 256). Deze opvatting van gebruikersparticipatie heeft veel te danken aan het werk van televisiewetenschapper John Fiske die in 1988 beschreef hoe individuele kijkers hun eigen betekenissen van televisieteksten construeerden die niet per sé strookten met de impliciete ideologieën die geuit werden door de makers (Fiske, 1988). Britse filmtheoreticus Andy Cameron stelt dat zich een paradox voordoet in deze opvatting van *user-to-document* interactiviteit, omdat een narratief, zoals gerepresenteerd door de (televisie)tekst, fundamenteel niet-interactief is. Cameron verwijst hier naar het probleem dat als een narratief door iemand anders gewijzigd kan worden, de auteur de controle verliest over de tekst, en deze als gevolg zijn betekenis niet kan overbrengen op de ander. Het *user-to-document* domein van interactiviteit verwijst dus naar de macht van de gebruiker: in hoeverre heeft de auteur de controle over zijn uitingen? Vergelijkbaar met het eerder behandelde *flow* construct legt het gebruik van interactiviteit binnen dit domein fantasieën bloot over controle bij de individuele gebruiker en de onverstoorde overdracht van een eenduidige betekenis.

Op vergelijkbare wijze wordt ook binnen het *user-to-system* domein gekeken naar het handelingsvermogen van de gebruiker tegenover die van het systeem (McMillan, p. 219). Erkki Huhtamo (1999) stelt vast dat de relatie tussen gebruiker en systeem op dezelfde wijze naar voren kwam in het discours rond ‘automation’ en ‘cybernation’ rond 1960, termen die werden ingezet om automatische processen te rekenen tot het handelingsvermogen van de mens. Dit nam de angst weg dat machines los van ons stonden en zorgde voor een gevoel van controle bij de bediener van het apparaat. Het discours in de populaire media getuigde ook van een notie van ‘menselijke aanwezigheid’, waarbij computers een menselijk gezicht kregen wanneer zij in tijdschriften afgebeeld werden, en waarbij de mens via menselijke dialoogvormen kon interageren met het systeem:

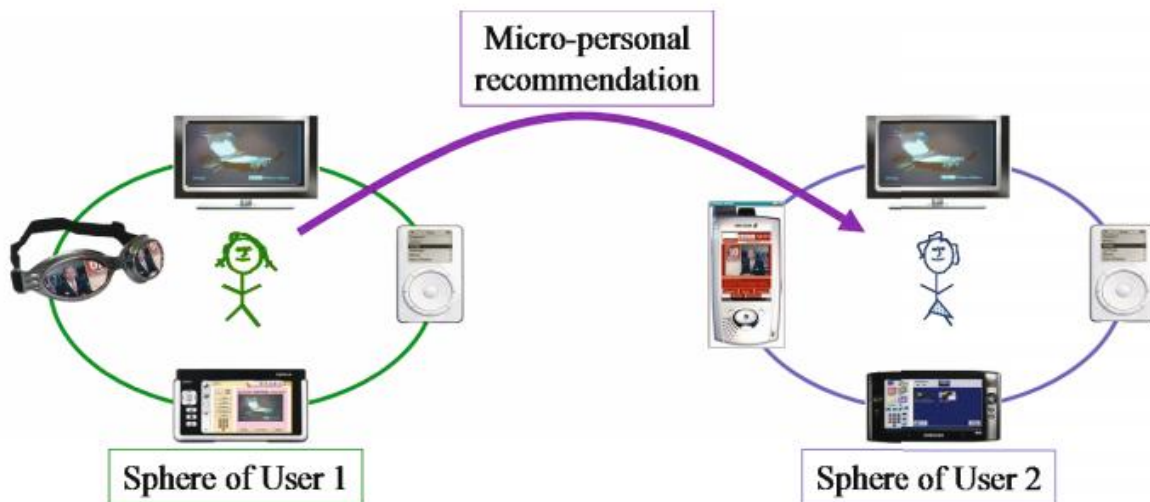
[T]he motivation behind these “appearances” was to cash in on the novelty value of the computer (and automation) but also to humanize it to a certain degree. The “human face” was needed because most of the actual operations the early computers performed were so unexciting, or even hostile and destructive.

(Huhtamo, 1999, p. 102-4)

Nogmaals komt de angst voor betekenisloze communicatie door een technisch ‘wezen’ dat onze taal niet spreekt naar voren. De vooronderstelde controle door interactiviteit helpt ons om ‘abstracte’ en ‘enge’ nieuwe technologieën toe te passen en een bevoorrechte plek te geven in

het alledaagse leven. De studie van McMillan en de drie domeinen van *user-to-user*, *user-to-document*, en *user-to-system* interactiviteit biedt een interessante discoursanalyse, die noties met zich meedragen over wat wij zien als een optimale sociale configuratie van technologie: de informatiestroom gaat in twee richtingen en de hoeveelheid controle die het individu kan uitoefenen is hoog. De uiteindelijke kwalificatie van interactiviteit is verbonden aan percepties van macht en controle die bestaat tussen de aanbieder en de kijker, en verwijst hiermee op verschillende manieren aan ideaalprojecties op communicatietechnologie.

De wijze waarop dit technologisch imaginair, dat zich uit rond het interactiviteit construct, toekomstige media kan beïnvloeden blijkt bijvoorbeeld uit de paper “Usages of the Secondary Screen in an Interactive Television Environment” van informatici Cesar, Bulterman, & Jansen (2008), waarin het idee van “the secondary screen” voor ogen wordt gesteld, die de kijker zal helpen bij de “control, enrich, share and transfer” praktijken die zich volgens de auteurs op dit moment voordoen bij de interactie tussen de gebruiker en televisiecontent. De schermpraktijken van de kijker worden weergegeven als in afbeelding 3.1, en verschillende interfaces van “handheld devices” die gepaard gaan bij het televisiekijken worden geanalyseerd.



Afbeelding 3.1: “Schematic diagram of the home environment” (Bron: Cesar et al., 2008, p. 172).

De paper bevat ook een “initial market assessment by professionals” die de bevindingen in de paper hebben geëvalueerd in termen van mediaproductie en distributie. Ook in het publieke discours is het gebruik van een *second screen* alomtegenwoordig, waarbij een tweede scherm zoals die van de smartphone of tablet PC wordt betrokken bij de praktijk van het televisie kijken. De technologie wordt dan toegedicht kwalificerende eigenschappen als “community-vorming”,

“een verlengd contact moment” en een “rijkere beleving” te bieden (Albers, 2012). Sociale media zoals Facebook en Twitter worden ingezet en geëvalueerd aan de hand van hun betekenis binnen deze schermpraktijken, zoals in het artikel “Facebook vs. Twitter: The Real-Time Battle”, waarbij Facebook als ‘irrelevant medium’ wordt bestempeld omdat het medium faalde een belangrijke sociale rol te vervullen tijdens live televisie-evenementen zoals de Super Bowl (E. Langer, 2013). De inzet en toe-eigening van verschillende technologieën als onderdeel van onze schermpraktijken verwijzen door de uiting van het verlangen naar verbintenis en sociale cohesie naar het technologisch imaginair. Dit tweede scherm ontwerp kan door spelers binnen het institutionele complex van het televisieinstituut aangegrepen worden om zichzelf te verplaatsen binnen het internet dispositif: waar een medium als YouTube eenvoudig verschillende typische web 2.0 gebruiken als reacties, rankings, associaties en hyperlinks kan integreren bij het scherm dat de audiovisuele informatie bevat, is dit voor ‘traditionele’ televisieproducenten lastiger om aan te wenden. Het tweede scherm vormt voor hen de overbrugging naar de nieuwe wereld, waarbij de vraag resteert of de schermpraktijk hier wezenlijk bij verandert zoals dit in Uricchio’s termen wel bij YouTube gebeurt.

In dit hoofdstuk is gekeken naar onze schermpraktijken binnen het netwerk dispositif: wat zijn de ‘topoi’ die opnieuw worden geactiveerd met de komst van digitale en genetwerkte technologie? Een inherente en objectieve karakterisering is verworpen ten gunste van de notie dat termen als decentralisatie, web 2.0 en interactiviteit zich als discursieve constructen ontmaskeren die als platform dienen om over de maatschappelijke en sociale betekenis van media te onderhandelen. Impliciet verwijzen zij naar verlangens van een universele taal, ruisloze communicatie, en een wederkerige en betekenisvolle dialoog met de ander. Ondanks dat wij hier ‘oude’ communicatieparadigma’s in herkennen, blijft het van belang te noteren dat het huidige dispositif wel degelijk kwalitatieve veranderingen in onze schermpraktijken voort kan brengen, wat onder andere blijkt uit de spanning tussen geïnstitutionaliseerde vormen van audiovisuele content en zogenoemde amateurproducties op de website YouTube. De ‘oude’ televisiezenders hebben het wereldwijde web wellicht tot nu toe gebruikt als een statische datadump, maar lijken toenadering te zoeken tot het nieuwe dispositif door toepassingen als het tweede scherm. In het volgende hoofdstuk zal dieper ingegaan worden op specifieke actoren binnen dit geïnstitutionaliseerde complex van televisie, hun beleid en de regulatieve invloed van het technisch imaginair.

4 | CASUS: DE NEDERLANDSE PUBLIEKE OMROEP

4.1 De Nederlandse Publieke Omroep

De Nederlandse Publieke Omroep (NPO) beheert op dit moment de drie eerste televisiekanalen van Nederland: Nederland 1, 2 en 3. De NPO wordt gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OCW). De Stichting Ether Reclame (STER) levert inkomsten op door reclametijd te verkopen op de televisiekanalen, maar deze opbrengsten gaan direct terug naar het ministerie van OCW en komen niet terecht bij de NPO. In 2013 zal de NPO een budget van €814,9 miljoen euro ontvangen (Bronzwaer, 2012), daarmee kost de NPO de gemiddelde Nederlandse burger €49.

De NPO is organisatorisch ingedeeld in verschillende omroepverenigingen. Deze verdeling in omroepen is ontstaan in de tijd na de Tweede Wereldoorlog, toen de Nederlandse maatschappij ‘verzuild’ was in vier verschillende groepen, die ieder hun eigen politieke partijen en media hadden. Op dit moment zijn er 11 omroepen actief binnen de NPO: de VARA, NCRV, AVRO, KRO, VPRO, BNN, TROS, MAX, WNL, EO en PowNed. Deze omroepen onderscheiden zich door verschillende politieke associaties, religieuze overtuigingen of leefstijlkenmerken. Iedereen in Nederland is toegestaan een omroep op te richten op de voorwaarde dat het een significant ledenaantal heeft en een specifieke maatschappelijke groepering vertegenwoordigt. Iedere omroep krijgt zendtijd toegewezen en een online website. Dit gevarieerde omroepbestel dient het motto “De Publieke Omroep is van iedereen. De publieke omroep bindt de Nederlandse samenleving door programma’s die informeren, inspireren en amuseren” (Publieke Omroep, z.d.). In de organisatiestructuur en doelstellingen komt het idee naar voren dat televisie dient als een democratisch medium dat een samenleving kan ‘vertegenwoordigen’ en verbinden.

Naast de verschillende omroepverenigingen bestaat de NPO ook uit meerdere bestuursorganen. Het ministerie van Economische Zaken en het Ministerie van OCW hebben inspraak op het beleid van de NPO, evenals verschillende adviesorganisaties (zoals het Commissariaat voor de Media en de Raad voor Cultuur) die gerund worden door experts op het gebied van media, cultuur en wetenschap. Recentelijk hebben deze bestuursorganen de verdeling in verschillende omroepverenigingen als gedateerd en gefragmenteerd beoordeeld, en verschillende bewegingen binnen de NPO zorgen ervoor dat de omroepen zoveel mogelijk gefuseerd worden om tot een “eenvoudiger en efficiënter” omroepbestel te komen (Rijksoverheid, z.d.). Daarnaast is de NPO ook geadviseerd om geld te besteden aan *high*

definition uitzendingen, en het aantal digitale kanalen en websites terug te brengen met een focus op on-demand distributiemodellen (Bahlmann & Van Cuilenburg, 2009).

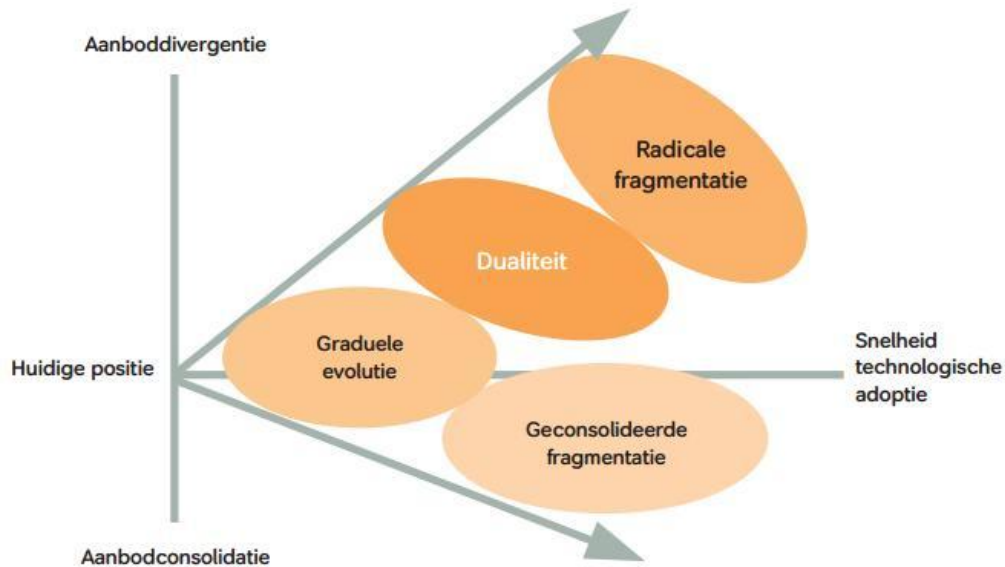
4.2 De visie van de NPO: Eén tegel voor iedereen

Hoewel de publieke omroep al vanaf 1920 uitzendt, is hij pas sinds 2007 verbonden aan een logo, aan de afkorting NPO, en aan de organisatorische activiteiten van projectmanagement. Voor de publieke omroep was dit het jaar van de 'Herinrichting', en zijn er directies benoemd voor onder andere TV Programmering, Radio programmering, Internetcoördinatie, Innovatie en Nieuwe Media, en Technologie en Uitzending, die allemaal een coördinerende taak toegewezen hebben gekregen (NOS & NPO, 2008). Wanneer men de openbare beleidstukken en uitspraken van NPO beleidsmakers bestudeert, komt naar voren dat de bovengenoemde bezuinigen niet de enige drijfveer zijn voor een eenvoudiger, eenzelviger NPO: ook komt impliciet de angst naar voren dat in het huidige chaotische medialandschap de vindbaarheid van de publieke omroep in het geding komt (Hagoort, 2012). In plaats van de verschillende omroepen te belichten, wil de NPO toewerken naar 'één tegel' waar alle content voor de kijker te vinden is (Laan, 2013). Deze tegel staat symbool voor het nieuwe media landschap, waarin mediaplatforms te vinden zijn middels een vierkant logo als 'app' op tablets en smartphones. Door de publieke omroep als één handelsmerk te presenteren, en dit merk ook te voeren op alle kanalen van de omroep, kan dit alle content en dus ook alle kijkers weer bij elkaar brengen.

Beleidsmakers van de NPO maken op verschillende plaatsen ook de vertaalslag van de versplintering en variatie in schermtechnologieën naar fragmentatie en verdeeldheid in de samenleving, bijvoorbeeld in hun Concessiebeleidsplan 2010 – 2016:

Toegenomen welvaart en technologische vernieuwingen hebben de keuzevrijheid en keuzemogelijkheden enorm vergroot. Behalve tot nieuwe kansen kan dat ook leiden tot een verlies van maatschappelijke samenhang. In een fragmenterende samenleving neemt daarom de maatschappelijke betekenis van breed bekeken of beluisterde publieke kanalen toe.

(NPO, 2010, p. 13)



Afbeelding 4.1: Adoptie van nieuwe media door het publiek en divergentie van aanbod (uit NPO, 2010, p. 18)

De NPO rechtvaardigt hiermee niet alleen zijn bestaan in het verleden, maar stipt hiermee ook de noodzaak aan van het bestaan van een verbindende tegel in de toekomst. Het plan bevat een hoofdstuk getiteld “Toekomstscenario’s” met daarin vier mogelijke scenario’s die aangeven in welke mate media voor een versplintering of “fragmentatie” kunnen zorgen (zie afbeelding 4.1). Bij het tweede, en volgens de NPO het meest waarschijnlijke scenario getiteld “dualiteit”, zal er een tweedeling ontstaan waarbij de mediaconsumptie van jonge bevolkingsgroepen naar online zal migreren, terwijl bij de oudere bevolkingsgroepen zullen blijven vasthouden aan lineaire media (p. 18). De NPO uit hierbij de zorg dat indien het aanbod vanuit de NPO niet mee ontwikkelt met deze tweesplitsing van mediaconsumptie, dit de jongere publieksgroepen nog verder weg drijft van de publieke omroep (ibid.). Het derde scenario “geconsolideerde transformatie” voorspelt een vervanging van lineaire media door non-lineaire media, en is voor de NPO aanleiding om een “eenduidig merkenbeleid” te voeren. Eenduidigheid en verbintenis worden de kernfuncties van de publieke omroep, want “demografische trends [dragen] bij aan verdergaande segmentatie van doelgroepen, [en] is er al jaren sprake van groeiende maatschappelijke tegenstellingen” (p.19). Deze fragmentatie wordt in één adem genoemd met technologische ontwikkelingen waarbij audiovisuele content digitaal en genetwerkt worden aangeboden, wat leidt tot “fundamenteel ander mediagedrag” (ibid.). In het uiterste geval van “radicale transformatie”, het vierde scenario, verliest lineaire media fors terrein en wordt er minder geïnvesteerd in kwalitatief hoogwaardige content (ibid.). De NPO zal zich in dat geval genoodzaakt zien om niet meer via lineaire kanalen aan te bieden en zich te reduceren tot

slechts “aanbieder van publiek audiovisueel aanbod” (ibid.). Aangezien dit aanbod via allerlei kanalen en mediaplatformen bij de burger terecht kan komen, rechtvaardigt dit de verdere nadruk op het eenduidige merkenbeleid, focus, en herkenbaarheid van de NPO.

Concreet gesteld houdt de NPO zich sinds 2007 voornamelijk bezig de audio en videocontent van de verschillende omroepen aan te bieden op het platform UitzendingGemist, en benoemt dit vaak als “het archief” van de publieke radio en televisie (Laan, 2013). Dit platform is met het NPO logo op verschillende *devices* te vinden, zoals op smartphones, tablets en STB. Dit om bij te kunnen dragen aan een mediaomgeving waarin het individu op elk gewenst moment, waar of wanneer hij of zij maar wil, de programma’s van de publieke omroep kan bekijken en beluisteren (NPO, 2010, p. 10). Het feit dat de Nederlandse burger in dit fragmenterende en versplinterende digitale tijdperk de content van de NPO kan blijven vinden is belangrijk, niet alleen zodat iedereen geconfronteerd wordt met hetzelfde verbindende ‘merk’ Nederlandse televisie, maar ook omdat de NPO informatie biedt die de burger kan bevrijden. Dit wordt duidelijk in het hoofdstuk “Waarom publieke omroep?”, waarin zij stellen dat de programma’s van de NPO toegang bieden tot “horizonverbreding door kennis en informatie, openbare debatten waarin een scala aan opinies voorbij trekt [...] zuurstof voor een democratische, open en heterogene samenleving” (p.13). Hoewel deze samenleving duidelijk als heterogeen wordt bemerkt, zorgen de programma’s van de publieke omroep dan voor “een gemeenschappelijke ervaring” en kunnen zo bijdragen aan “het goed en democratisch functioneren van de samenleving” (ibid.). De programma’s van de NPO zijn bovendien van het type informatie dat zich vrijwaart van “economische krachten en politieke druk” die een maximale zelfontplooiing van de mens als burger garanderen (ibid.).

Nieuwe media zijn in de ogen van de NPO niet alleen geschikt om deze informatie verder te verspreiden, maar de technologie zal ook leiden tot een rijkere en puurdere vorm van informatieoverdracht. Dit wordt duidelijk wanneer NPO-directeur Henk Hagoort de technologische activiteit van het radiostation 3FM via social media duidt: “Radio wordt ook meer een ervaring en het wordt ook meer relatie. Wij maken de hoogtijdagen van de publieke radio mee, radio is zich aan het vernieuwen en verrijken door meer social te worden, meer met sociale media te doen” (Hagoort, 2012). Deze beleidsstukken en uitingen van beleidsmakers op andere plaatsen zijn significant omdat zij de wijze tonen waarop communicatiemythes en ideaalprojecties op technologie een regulerende werking hebben op de vorming van technologie. Om dit proces beter in kaart te brengen, zal er in de volgende paragraaf ingezoomd worden op specifieke technologische uitingen van de NPO in de vorm van de websites UITZENDING GEMIST en HOLLAND DOC 24.

4.3 Platformen van de NPO

Het meest prominente digitale platform van de NPO is de website UITZENDING GEMIST (UG). Naast dat de website via de URL www.uitzendinggemist.nl bereikt kan worden, is UG ook beschikbaar via software applicaties voor smartphones en STB. De UG portal biedt toegang tot een selectie van de meest recent uitgezonden programma's van de NPO, door middel van het tonen van de titel, soms een afbeelding, en een korte synopsis van het programma. De meeste programma's worden tot een week na de uitzenddatum aangeboden op UG: afleveringen van een week of ouder zijn in mindere mate te bereiken via het platform.

Andere digitale producten die door de NPO beheert worden liggen in het verlengde van terugkerende televisieprogramma's, zoals de portal voor TROS RADAR (www.trosradar.nl) die zich richt op consumentenrechten en –advies. Via deze portal is de meest recente aflevering beschikbaar, die in verschillende segmenten is onderverdeeld en die ook door elkaar heen geselecteerd kunnen worden, en ook bied het portal een discussieforum waarop bezoekers consumentenproblemen kunnen bespreken. Een ander voorbeeld is de portal voor het programma DE WERELD DRAAIT DOOR (dwdd.vara.nl), een dagelijkse talkshow die nieuws en culturele ontwikkelingen behandelt. De laatste uitzending kan in zijn geheel bekeken worden, of de verschillende rubrieken van de show apart. Daarnaast wordt er informatie getoond over reguliere gasten en wordt er gelinkt naar relevante online berichtgeving over de onderwerpen die ook in de uitzending aan bod komen. Er is informatie over de aankomende uitzending, en ook kan men alle afleveringen van het hele jaar terugzien via de portal.

Er zijn dus verschillende portals ontwikkeld voor verschillende typen televisiecontent: de invulling van de websites hangen in zekere mate af van het genre en de inhoud van het televisieprogramma. Hoewel er verschillende formats van digitale producten lijken te zijn, worden alle bezoekerijfers door de NPO gemeten als verkeer richting het UITZENDING GEMIST platform: er wordt door de NPO niet nauwkeurig gekeken welke bezoekers via welke portals naar de uitzendingen kijken (zie Mostert, 2012), belangrijker is via welk *device* de bezoekers binnenkomen en welke externe mediaproducten naar de NPO linken. Alle portals die door de verschillende omroepen en programmaredacties worden onderhouden worden dus in zekere zin gezien als een afgeleide en ondergeschikt aan het UG platform: wanneer andere portals gebruik willen maken van de video software dan doen ze dit door de video te embedden vanuit de UG architectuur.

In de volgende paragraaf zal deze architectuur van UG verder worden geanalyseerd door een studie van de interface en de videocontent die door de interface beschikbaar wordt

gesteld. Daaropvolgend zal de interface en inhoud van HOLLAND DOC 24, een documentaireportal, worden geanalyseerd.

4.3.1 UitzendingGemist.nl

De voornaamste doelstelling van het UG platform is het aanbieden van reeds uitgezonden programma's van de drie publieke televisiekanalen in een digitaal streaming formaat. Op deze manier hebben mensen die de reguliere uitzending gemist hebben, alsnog een kans om de content te bekijken. De website is aan verschillende ontwerpveranderingen onderhevig geweest sinds haar oprichting in 2003, waarbij de meest recente veranderingen aan de interface en structuur van de website hebben plaatsgevonden in 2012.



Afbeelding 4.2a: De basis interface van www.uitzendinggemist.nl

Interface: UITZENDINGGEMIST heeft een klinische, witte interface met een groot zwart lettertype dat informatie toont over de inhoud van de portal. De aandacht ligt gevestigd op een groot zwart vlak bovenaan het beeld, wat een groot visueel menu toont waarin vijf programma's uitgelicht worden die digitaal bekeken kunnen worden (zie afbeelding 4.2a). Het bovenmenu geeft de bezoeker de mogelijkheid om naar de homepagina te navigeren, naar informatie over de kanalen Nederland 1, 2 en 3, naar de kinderprogrammering, om te sorteren op genre, op omroep, of regionale omroep, of om een index van de programmanamen te bekijken. Naast een grote afbeelding worden vijf televisieprogramma's opeenvolgend uitgelicht, of de kijker deze nu selecteert of niet. De programma's die uitgelicht worden zijn geselecteerd uit alle content die is

uitgezonden door de NPO (behalve op de regionale omroepen) en waarvan zij over de rechten beschikken om deze digitaal aan te bieden.

Wanneer de gebruiker op een van de uitzendingen klikt, zal de content beginnen te laden in het zwarte vlak bovenaan de website. Nadat de gebruiker een programma begint te kijken komen er onderaan opties beschikbaar om de kwaliteit van de video te veranderen, het volume aan te passen, de beeldgrootte aan te passen, en om de uitzending te delen via sociale media als Facebook en Twitter. Er is ook een link beschikbaar naar de desbetreffende omroep die het programma heeft uitgezonden. Direct hieronder verschijnt ook een lijst met gerelateerde content van boven naar beneden, waarbij de uitzendingen met een overeenkomende titel weergegeven worden op chronologische volgorde. Daarnaast kan de kijker ook doorklikken naar gerelateerde fragmenten, die onderdeel zijn van andere volledige uitzendingen. Ook kan er doorgeklikt worden naar vergelijkbare uitzendingen van dezelfde omroep, en zijn er suggesties voor andere programma's die de kijker misschien zal interesseren. Op welke criteria deze suggesties zijn gebaseerd is niet duidelijk.

Bovenin beeld kan de gebruiker een zoekterm intypen, waardoor er een *auto-complete* functie wordt geactiveerd die de term relateert aan titels van programma's die beschikbaar zijn via UG. Wanneer men dan op een van die titels klikt verschijnt er een lijst van alle beschikbare uitzendingen gesorteerd op uitzenddatum en -tijd. Sommige programma's die al meerdere jaren worden uitgezonden en waarbij de digitale uitzendrechten volledig bij de NPO liggen kunnen teruggekeken worden tot jaren terug, bijvoorbeeld het programma *De Lama's* die tot 2008 teruggekeken kunnen worden. Die zoekbalk is de enige mogelijkheid om toegang te krijgen tot deze eerdere uitzendjaren: de focus bij UG ligt primair bij de meest recente uitzendingen van de laatste 7 dagen.

Content: UG biedt televisiecontent aan die wordt uitgezonden via de drie publieke kanalen Nederland 1,2, en 3 en de radiostations Radio 1 t/m 6. De portal biedt ook toegang tot programmering van de regionale omroepen zoals RTV Utrecht en Omroep Brabant. Alleen de door de publieke omroep geproduceerde, dus niet uit het buitenland aangekochte, producties zijn beschikbaar, en een enkele keer worden voor buitenlandse producties ook on-demand uitzendrechten aangekocht (zoals voor de thrillerserie *Dexter*) die dan voor een beperkte periode beschikbaar blijven. De door de publieke omroep geproduceerde producties kunnen in veel gevallen langer beschikbaar blijven, die dan bereikt kunnen worden door het gebruik van de zoekfunctie (zie afbeelding 4.2b).



Verfijn op uitzenddatum

- Afgelopen 3 maanden (1)
- Afgelopen 6 maanden (1)
- Afgelopen jaar (6)



Verfijn op net

- Nederland 1 (127)

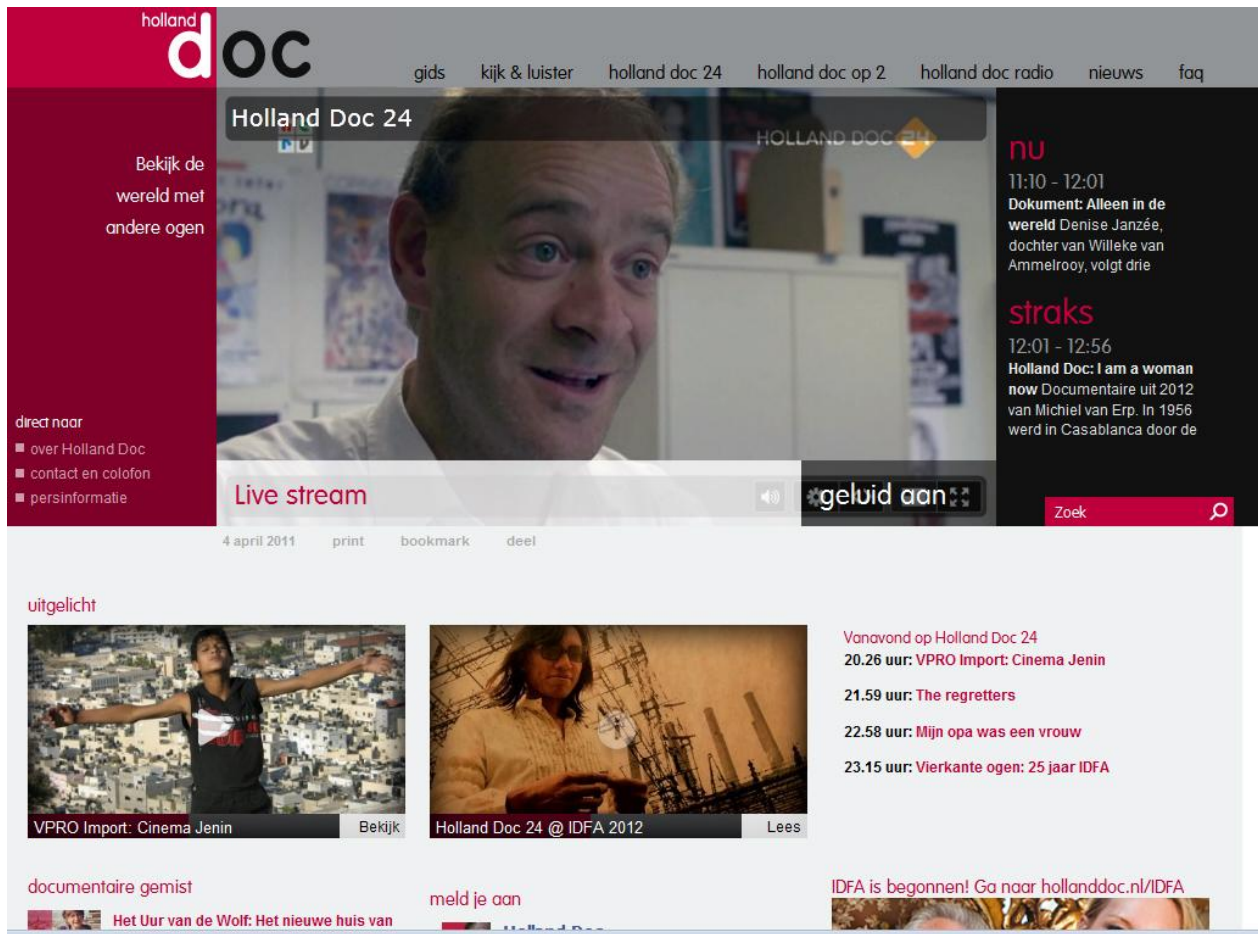
Afbeelding 4.2b: De zoekfunctie van UG maakt televisiecontent van ouder dan een jaar mogelijk

Algemeen gesproken heeft de Nederlandse kijker de meeste kans zijn gewenste content te vinden als hij gebruik maakt van de portal binnen één week na de uitzenddatum.

Wanneer een kijker de portal bezoekt vanaf een Nederlands IP adres dan zal hij geen problemen tegenkomen bij het bekijken van uitzendingen. Wanneer de content echter (deels) een externe productie is, dan wordt de gehele uitzending geografisch geblokkeerd en is dan niet te bekijken buiten Nederland.

4.3.2 Holland Doc 24

HOLLAND DOC 24 (www.hollanddoc.nl) is een documentaire platform dat is opgericht door de NPO in 2003. Het platform richt zich op documentaireliefhebbers met een interesse in achtergrondinformatie vanuit een historische, maatschappelijke of wetenschappelijke benadering. Het documentaireplatform bestaat uit een website en een digitaal uitzendkanaal, die ontvangen kan worden door Nederlanders met een STB en digitaal abonnement bij een televisieaanbieder. In deze analyse zal de interface en functionaliteit van de portal die bereikbaar is via het web (www.hollanddoc.nl) bediscussieerd worden (zie afbeelding 4.2c).



Afbeelding 4.2c: De interface van de Holland Doc 24 website (www.hollanddoc.nl)

Interface: Aan de bovenkant van de HOLLAND DOC website wordt de livestream van het digitale kanaal getoond zonder geluid, met daarnaast de titel van de huidige documentaire en de titel en beschrijving van de documentaire die daarop volgend wordt uitgezonden. De hoofdpagina van HD dient ervoor om verschillende documentaires die digitaal beschikbaar zijn uit te lichten. De meest recent uitgezonden programma's zijn prominent te zien, evenals documentaires die gaan over onderwerpen uit de actualiteit. Het menu aan de bovenkant van de site kan gebruikt worden om te navigeren naar 'kijk & luister', een categorische index van alle documentaires, evenals een tv gids van het kanaal, documentaire gerelateerd nieuws, informatie over radiodocumentaires, en achtergrond informatie over het kanaal en online platform.

De 'kijk en luister' sectie geeft een categorische index weer van alle documentaires. De categorieën zijn gebaseerd op genres en onderwerpen, en wordt onderverdeeld met steekwoorden als natuur, economie, games & internet, die allemaal een lijst van documentaires bevatten. Het is dus een index van verschillende speellijsten van documentaires, waarbij er plaatjes worden weergegeven van de verschillende programma's met een titel. De speellijst

wordt niet automatisch gestart maar de bezoeker kan klikken naar individuele video items. De speellijsten zijn gecentreerd rond bepaalde onderwerpen zoals eerder genoemd, maar soms ook rondom verschillende documentaireformats of landen.

Voor iedere documentaire bestaat ook een specifieke documentairepagina. Deze pagina bevat een prominente afbeelding uit de documentaire, en ook algemene persinformatie die meestal een synopsis biedt van de informatie die in de documentaire aan bod komt. In de rechter zijbalk vindt men de uitzenddatum van de documentaire, en links naar gerelateerde content zoals vergelijkbare documentaires en recensies of interviews die gerelateerd zijn aan de uitzending. Als de documentaire online bekeken kan worden dan begint hij te laden boven in beeld en begint ook meteen met afspelen zodra de pagina in de browser geladen wordt. Onderaan de pagina is een 'Disqus' plugin te vinden, die gebruikers toestaan om reacties achter te laten of om de pagina een 'thumbs up' te geven, waarna er één *like* wordt opgeteld bij het totaal.

Andere belangrijke elementen van de website zijn de geschiedenis, wetenschaps- en themaweek pagina's. De geschiedenis- en wetenschapspagina's tonen een selectie van historische en wetenschappelijke documentaires en uitzendschema's voor de huidige week. De themaweek websites tonen een lijst van recent aangekochte documentaires die op het digitale uitzendkanaal worden getoond, en die gecentreerd zijn rond een door de redactie uitgekozen thema. Dit zijn bijvoorbeeld thema's als voedsel films, de Tweede Wereldoorlog, Amsterdam, fraude, en filosofie.

Een zoekfunctie kan gebruikt worden om te zoeken binnen de documentaire en themapagina's van de website. De zoekfunctie zal de zoekterm opzoeken in alle tekst van de pagina, waarbij er een lijst van pagina's wordt gepresenteerd waarom deze term het meest voorkomt. Aangezien de documentairepagina's veel meta-informatie over de documentaires bevatten, maakt dit het opzoeken van specifieke documentaires de bezoeker gemakkelijk (zie figuur 4.2d).



Afbeelding 4.2d: De zoekfunctie gebruiken om te zoeken op 'games' binnen de HD portal

Content: De televisiecontent die aangeboden wordt wordt voornamelijk uit de UG structuur gehaald, en toont dezelfde videoplayer interface met een toegevoegd STER-advertentieblok. Een uitzondering geldt voor de promotiefilms van de verschillende themaweken, die via YouTube geëmbed worden en dus ook via het YouTube platform te bekijken zijn. Daarnaast worden op de homepage ook video's getoond die door de redactie van het platform zelf geproduceerd zijn, zoals interviews met makers en andere prominente Nederlanders die iets over documentaires vertellen. Het platform is verder gebonden aan dezelfde licentiebependingen als UG, waardoor veel videocontent maar tot een week zichtbaar kan blijven op de website, en externe producties geografisch geblokkeerd blijven. De 'kijk & luister' sectie (zie afbeelding 2.4e) is echter gebaseerd op 'eigen' producties van de NPO die permanent, of minstens voor een langere periode, beschikbaar blijven. Het platform heeft er duidelijk werk van gemaakt om een omvangrijke database van documentaires te creëren, waarbij de uitzenddatum geen rol speelt, zodat de documentaireliefhebber zo veel mogelijk opties heeft om documentaires te kunnen bekijken.



Afbeelding 4.2e De 'kijk & luister' pagina van Holland Doc

4.4 Verschillende platforms met dezelfde content

Aan het begin van dit hoofdstuk is gekeken naar het technologisch discours van beleidsmakers van de NPO, waarin naar voren komt dat het streven naar een eenduidig en eenzellig NPO prioriteit verdient in een maatschappij die, onder andere door een divergentie in schermtechnologie, als fragmenterend wordt gekenmerkt. De nadruk die de publieke omroep legt op de vindbaarheid van de ‘tegel’, en de verbindende en samensmeltende kracht die daar vanuit gaat, kan in verband gebracht worden met een collectieve visie die streeft naar eenheid en consensus. Het archief van de ‘objectieve’ informatie, gevrijwaard van economische en politieke invloeden, moet voor de kijker bereikbaar zijn waar en wanneer die maar wil: gekoppeld met het idee dat dit zal leiden tot “horizonverbreding”, doet dit denken aan de visie van Paul Otley en zijn allesomvattende informatiebibliotheek met als ultieme streven vrijheid en gelijkheid voor iedereen. Ook beleidsmakers en sitemanagers zoeken hun heil in de nieuwe media, die de informatie op een “rijkere” manier zal overbrengen op de mens: Op verschillende manieren wordt duidelijk dat het technologisch imaginair de technologische activiteit van de NPO stuurt.

Ook in de technologische uitingen zelf, in de vorm van de platforms UITZENDING GEMIST en HOLLAND DOC 24, zijn verwijzingen te zien naar specifieke ideaalprojecties op communicatietechnologie. HOLLAND DOC 24 maakt gebruik van ‘typische’ web 2.0 toepassingen als de Disqus reactiemogelijkheid en YouTube, om de discussie rondom programma’s te bevorderen en deze uit te breiden met een ‘interactieve’ toepassing. UITZENDING GEMIST brengt alle content bijeen onder hetzelfde merk en is het aanknopingspunt voor ‘de tegel’ die te vinden is op verschillende *handheld* devices. Hoewel dit platform geen mogelijkheid heeft voor de bezoeker om een reactie achter te laten, zal in de toekomst wel meer doorverwezen worden naar ‘de discussie’ van het programma door te verwijzen naar andere websites (Laan, 2013), en doet dit al door verwijzingen naar social media platformen als Facebook en Twitter. De prominente ‘archief’ toepassingen zoals de zoekfunctie en uitgebreide categorisering van programma’s vormen het medium tot een ‘database’ aan publieke audiovisuele content, die “de zuurstof” bieden voor een democratische en open samenleving. Hier wordt door de NPO impliciet aan tropen gerefereerd als het ideaal van de dialoog, waarbij in dit geval de kijker direct kan communiceren met de omroep, en het ideaal van verspreiding van informatie waarbij niemand wordt uitgesloten van communicatie, met als ultieme streven vrijheid en gelijkheid van iedereen.

5 | CONCLUSIE

Deze studie heeft als doel gehad een kijkje te nemen achter de schermen van televisie: de vraag werd geponeerd hoe televisie zich heeft kunnen ontwikkelen tot het medium dat in de geschiedenisboeken en in het publieke discours bekend staat als 'de televisie'. Om een breder perspectief hierop te krijgen, en om de televisie niet te karakteriseren als een autonoom object dat volledig gevormd ten tonele is verschenen met alle maatschappelijke gevolgen hierin besloten, is gebruik gemaakt van een benadering die is gestoeld op het *actor-network theory* van Bruno Latour. De notie die de ANT benadering met zich meebrengt – dat zowel menselijke als niet-menselijke actoren invloed kunnen hebben op technologische ontwikkelingen - zorgt ervoor dat er rekening kan worden gehouden met de complexe en gefragmenteerde aard van technologische ontwikkeling. De analogie van de lavalamp is gebruikt om afstand te doen van ideologische interpretaties van temporaliteit, om niet meer te spreken in termen van achteruitgang of voortgang: technologische samenstellingen van maatschappelijke, historische en wetenschappelijke aard zijn constant aan het veranderen van vorm, en hoewel zij wel aan elkaar kunnen refereren dienen zij wel degelijk als aparte en unieke verschijningen van technologie bestudeerd te worden.

In de tweede helft van het eerste hoofdstuk is gesteld dat er een bepaalde eenduidige thematiek lijkt te zijn in de manier waarop wij 'praten', in de manier waarop wij technologieën ontwerpen en betekenis geven aan de wereld. In termen van de lavalamp zou gesteld kunnen worden dat bepaalde vormen op enig moment dezelfde richting in gaan en zich rond een thema concentreren. De notie van het technologisch imaginair is hierbij gebruikt om te verklaren hoe deze richting aan onze technologische en discursieve realiteit gegeven wordt. Het duiden van een bepaald medium, het geven van een definitie aan technologieën die in principe gefragmenteerd zijn en meerdere betekenissen kunnen hebben afhankelijk van context, weerspiegelt ons verlangen naar compleetheid en heelheid. Deze verlangens uitend zich in zogenoemde 'topoi' van wederkerende communicatie-idealen van consensus, disseminatie, gelijkheid, een reductie van ruis en ambiguïteit. Deze collectieve visie op wat de sublieme technologie constitueert stuurt de technologieën die wij realiseren. Het ligt ten grondslag aan een narratief waarin de ene technologie inferieur kan worden bevonden aan de andere technologie die als beter, sneller, en revolutionair geduid kan worden: de nieuwe media. De zin of onzin van het nastreven van deze idealen is voor dit onderzoek niet relevant, eerder de vraag op welke wijze dit technologisch imaginair de ontwikkeling en opkomst van bepaalde

technologieën beïnvloedt. Om dit te doen wordt in dit onderzoek op macroniveau gekeken naar het technologisch imaginair rond 'de televisie' zoals wij die terugzien in kritische sociaalwetenschappelijke reflectie van verschillende academici. Op microniveau wordt gekeken naar de specifieke technologische activiteiten en uitingen van de Nederlandse Publieke Omroep.

Een kijkje *achter* de schermen leidt tot een blik *op* de schermen: door te kijken naar wat de mens door de jaren heen met het scherm heeft gedaan en in het scherm heeft gezien, kunnen we de televisie loslaten als autonoom object, en de ontwikkeling van de televisie plaatsen in een bredere sociaalhistorische context. Verlangens naar de wederkerige dialoog, de democratiserende werking van disseminatie en een ruisloze transfer van informatie komen naar voren wanneer wij de discursieve constructen van liveness en flow bestuderen: het technologisch imaginair blijkt altijd in het publieke discours over communicatietechnologie aanwezig te zijn. Ook binnen het internet dispositief komen deze topoi terug wanneer wij kijken naar het discursieve construct van decentralisatie, het web 2.0 en interactiviteit. Uit de casusstudie in dit onderzoek is gebleken op welke wijze dit technologisch imaginair een regulerende werking heeft op de productie van nieuwe technologie. Beleidsmakers van de Nederlandse Publieke Omroep blijken gedreven door een streven naar sociale cohesie en verbintenis, en naar een alomtegenwoordige bron van 'vrije informatie' die voor gelijkheid en democratie zal zorgen. De platforms UITZENDING GEMIST en HOLLAND DOC 24 haken op verschillende wijze in op de ideaalprojecties rond interactiviteit en participatie door links te bieden naar sociale media, content 'deelbaar' te maken, en reactiemogelijkheden te bieden. Tevens wordt het UITZENDING GEMIST platform door de NPO uitgedragen als redmiddel om in de toenemende divergentie in het medialandschap alsnog vindbaar en aanwezig te blijven, zodat ook de maatschappij zelf niet te veel versplintert: de invloed van het technologisch imaginair, het streven naar eenheid en verbintenis komt hier duidelijk naar voren.

Ondanks dat de thema's die ten grondslag liggen aan het technologisch discours wederkerend zijn, wil dit niet zeggen dat de verschillende technologieën die hierdoor worden voortgebracht dan ook inwisselbaar zijn. Het karakteriseren van het discours van het web 2.0 en participatiecultuur als ideologisch gemotiveerd moet niet leiden tot een volledige ontkenning van de mogelijkheden en affordances die het huidige dispositief biedt. Met deze thesis worden handvatten geboden om een kritische en genuanceerde kijk op de ontwikkeling van televisie te formuleren: er vindt geen *kwantitatieve* verandering plaats in de zin dat televisie 'minder' of 'meer' informatie biedt, 'weinig' of 'veel' participatiemogelijkheden heeft, of voor een 'rijkere' of 'beperktere' ervaring zorgt, maar er vindt een *kwalitatieve* verandering plaats binnen het nieuwe dispositief waarbij televisie een kwalitatief *andere* schermpraktijk kan opleveren. Voor de

mediawetenschap blijven de eindeloze variaties van deze samenstellingen een vruchtbare bron van studie. Voor zij die gemoeid zijn met het produceren van media kan dit onderzoek inzage bieden op de wijze waarop onze verlangens, die voortkomen uit een toestand in onze psyche waarbij op zoek zijn naar eenheid en compleetheid, betekenis geven aan de media en ons mediagedrag kan sturen. Daarnaast biedt deze thesis een toevoeging op het sociaalconstructivistisch academisch debat en het concept van het ANT als model. Hoewel het ANT belangrijke aanknopingspunten biedt om kritisch te zijn over 'oorsprong' van sociale verandering, is het ANT methodologisch problematisch omdat het de focus richt op 'actoren' als entiteiten, en daarnaast wellicht ook op *individuele* entiteiten die technologische ontwikkeling kunnen sturen. Het onderzoek kan dan niets zeggen over een *collectieve* visie die niet zodanig als entiteit naar voren zal komen in het onderzoek. Hoewel het ANT het technologisch imaginair niet expliciet ontkent, biedt het de onderzoeker ook geen ruimte om de aanwezigheid van een collectieve visie te identificeren en de invloed hiervan te bestuderen.

Tot slot nog een woord over de lavalamp en de eindeloze variaties die de discours kan aannemen – zowel in woorden, als in technologische artefacten: wij kunnen niet ontkomen aan het feit dat om onze realiteit betekenis te geven, wij hierover moeten communiceren in symbolen. Wanneer wij een nieuw concept of nieuw verschijnsel uitleggen gebruiken wij hier altijd bestaande al woorden voor, en wanneer wij media ontwerpen refereren wij hierbij altijd aan andere al bestaande media. Omdat wij binnen onze symbolische orde nu eenmaal altijd iets moeten uitleggen in de termen van iets anders, lopen wij het gevaar sommige eigenschappen van het verschijnsel te benadrukken en andere te verbergen. Wanneer in deze thesis het woord 'gebruiker' wordt gebruikt dan worden actieve connotaties opgeroepen, wanneer hiervoor 'kijker' wordt gebruikt dan zijn dit passieve connotaties. Deze associaties zullen onvermijdelijk ook hun werk doen bij het gebruik van 'pagina' voor 'webpagina', 'netwerk' voor 'internet', enzovoorts. Het is het dilemma dat zich voor doet bij de Griekse mythe van Scylla en Charybdis: wanneer wij het één bespreken in termen van de ander dan nemen wij bepaalde conceptuele aspecten over die ongetwijfeld hun weerslag hebben op het gebruik en de beleving van het verschijnsel dat besproken wordt. Deze thesis sluit zich daarom aan bij de bevindingen in het werk *Metaphors We Live By* van George Lakoff en Mark Johnson (1980), waarin wordt gesteld dat het conceptuele systeem van de mens metaforisch van aard is. Metaforen zijn niet alleen een kwestie van taal: menselijke gedachteprocessen zijn over het algemeen metaforisch. Een metaforisch concept benadrukt altijd bepaalde aspecten terwijl zij andere maskeert. Discursieve constructen als 'televisie', 'live', 'on-demand', en 'interactief' zijn allemaal metaforen die gebruikt worden om onze schermpraktijken mee te duiden, maar wat tegelijkertijd ook ons gebruik en

ervaring van media stuurt en vormgeeft. De metafoor maakt het mogelijk voor de mens om te communiceren en om te overleven, maar we moeten ons bewust blijven van de wijze waarop het onze ervaring van de realiteit beïnvloedt.

BIBLIOGRAFIE

- Albers, T. (2012, oktober 30). De “second screen experience”. *Marketingfacts.nl*. Geraadpleegd 11 juni 2013, van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/de-second-screen-experience>
- Andrejevic, M. (2004). The webcam subculture and the digital enclosure. In *Mediaspace: Place and culture in a media age* (pp. 193–208). New York: Routledge.
- Auslander, P. (2008). *Liveness: Performance in a mediatized culture* (Second edition.). New York, NY: Routledge.
- Bahlmann, T., & Van Cuilenburg, J. (2009). *Adviesrapport meerjarenbegroting Nederlandse Publieke Omroep 2010 - 2014*. Commissariaat voor de Media.
- Boddy, W. (1994). Archeologies of electronic vision and the gendered spectator. *Screen*, 35(2), 105–122.
- Boddy, W. (2004). Interactive television and advertising form in contemporary U.S. television. In L. Spigel & J. Olsson (Red.), *Television after TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 113–131). Durham: Duke University Press.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bonnington, C. (2012, augustus 5). Beyond Smart TV: “Surfaces” prototype reveals the television of tomorrow. *Wired*. Geraadpleegd van <http://www.wired.com/gadgetlab/2012/05/nds-tv-of-the-future/>
- Bourdon, J. (2000). Live television is still alive: On television as an unfulfilled promise. *Media Culture Society*, 22, 531–556.
- Bronzwaer, S. (2012, september 28). next checkt: “Die enorme budgetten van de publieke omroep gaan vooral naar amusement”. *NRCNext.nl*. Geraadpleegd 12 februari 2013, van

<http://www.nrcnext.nl/blog/2012/09/28/next-checkt-%E2%80%98die-enorme-budgetten-van-de-publieke-omroep-gaan-vooral-naar-amusement%E2%80%99/>

- Bruhn Jensen, K. (1995). *The social semiotics of mass communication*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Burns, R. W. (2001). *John Logie Baird: Television pioneer*. Londen, UK: The Institution of Engineering and Technology.
- Bush, V. (1945). As we may think. *The Atlantic Monthly*, 176(1), 101–108.
- Caldwell, J. (2004). Convergence television: Aggregating form and repurposing content in the culture of conglomeration. In L. Spigel & J. Olsson (Red.), *Television after TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham: Duke.
- Cesar, P., Bulterman, D. C. A., & Jansen, A. J. (2008). Usages of the secondary screen in an interactive television environment: control enrich, share and transfer television content. In M. Tscheligi, M. Obrist, & A. Lugmayr (Red.), *Lecture notes in computer science* (Vol. 5066, pp. 168–177). Gepresenteerd bij Changing television environments, Salzburg, Oostenrijk: Springer.
- Chidley, J. (1999). How the internet killed television. *Canadian Business Journal*, 72(19), 111–130.
- Clip: Soul made flesh: The discovery of the brain. (2004, februari 23). Stanford University School of Medicine: C-SPAN. Geraadpleegd van <http://www.c-spanarchives.org/clip/548278>
- De televisie. (2010). *Entoen.nu: canon van Nederland in onderwijs en samenleving als verhaal van het land dat wij gezamenlijk bewonen*. Stichting entoen.nu. Geraadpleegd van <http://www.entoen.nu/televisie/vo-docent>
- De Vries, I. O. (2012). *Tantalisingly close: An archeology of communication desires in discourses of mobile wireless media*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Einav, G. (2004). Facing an illusive frontier; Defining and producing interactive television. Gepresenteerd bij EuroITV conference, Brighton.

- Ellis, J. (1982). *Visible fictions*. New York: Routledge and Kegan Paul.
- Elsner, M., Muller, T., & Spangenberg, P. M. (1990). The early history of German television: The slow development of a fast medium. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 10(2), 193–219.
- Feuer, J. (1983). The concept of live television: Ontology as ideology. In A. E. Kaplan (Red.), *Regarding television* (pp. 12–22). Los Angeles: American Film Institute.
- Fischer, C. S. (1988). Gender and the residential telephone, 1890-1940: Technologies of Sociability. *Sociological Forum*, 3(2), 211–233.
- Fiske, J. (1988). *Television culture*. New York: Routledge.
- Flichy, P. (1999). The construction of new digital media. *New Media & Society*, 1(1), 33–39.
- Flow: A visual history. (z.d.). Geraadpleegd 6 februari 2013, van <http://flowtv.org/about/history/>
- Galloway, A. R. (2004). *Protocol: How control exists after decentralization*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Gripsrud, J. (2002). *Understanding media culture*. New York, NY: Oxford University Press.
- Gross, T. (2004, februari 9). Carl Zimmer and “Soul Made Flesh”. *Fresh Air, WHYY-FM*. Philadelphia: NPR.
Geraadpleegd van <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4755815>
- Hagoort, H. (2012). Mediapark Jaarcongres 2012: Interview met Henk Hagoort. Geraadpleegd van <http://vimeo.com/44644433>
- Heylighen, F., & Bollen, J. (1996). The world-wide web as a super-brain: From metaphor to model. In R. Trappl (Red.), *Cybernetics and Systems* (pp. 917–922). Austrian Society for Cybernetics.
- Hijink, M. (2013, januari 8). CES 2013: Tv biedt eerste hulp bij het zappen. *NRC*. Geraadpleegd van <http://www.nrc.nl/tech/2013/01/08/ces-2013-tv-biedt-eerste-hulp-bij-het-zappen/>
- Huhtamo, E. (1994). From kaleidoscomaniac to cybernerd: Towards an archeology of the media. *De Balie*.
Geraadpleegd van <http://www.debalie.nl/artikel.jsp?articleid=10104>

- Huhtamo, E. (1999). From cybernation to interaction: A contribution to an archaeology of interactivity. In P. Lunenfeld (Red.), *The digital dialectic: New essays on new media* (pp. 96–111). Cambridge, MA: MIT Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kessler, F. (2002). *Het idee van vooruitgang in de mediageschiedschrijving*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Kessler, F. (2007). Notes on dispositif (pp. 1–19). Gepresenteerd bij Utrecht Media Research Seminar, Utrecht. Geraadpleegd van <http://www.frankkessler.nl/wp-content/uploads/2010/05/Dispositif-Notes.pdf>
- Laan, E. (2013). Interview door Kelly Mostert. Hilversum, 24 mei 2013.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Langer, E. (2013). Facebook vs. twitter: The real-time battle. *CNBC.com*. Geraadpleegd 11 februari 2013, van <http://www.cnbc.com/id/100435550>
- Langer, N. (1922). A development in the problem of television. *Wireless World and Radio Review*, 197–210.
- Latour, B. (1994). Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artefacts. In W. E. Bijker & J. Law (Red.), *Shaping Technology / Building Society: Studies in Sociotechnical Change* (pp. 225–258). Cambridge, MA: MIT Press.
- Law, J., & Callon, M. (1994). The life and death of an aircraft: A network analysis of technical change. In *Shaping Technology / Building Society: Studies in Sociotechnical Change* (pp. 21–52). Cambridge, Mass.: The MIT Press. Geraadpleegd van <http://www.conceptlab.com/notes/law-callon-1992-life-death-aircraft.html>
- Lekakos, G., Choranopoulos, K., & Doukds, G. (2008). *Interactive digital television: Technologies and applications*. New York, NY: IGI Publishing.

- Levine, E. (2008). Distinguishing television: the changing meanings of television liveness. *Media Culture Society*, 30(3), 394–409.
- Lévy, P. (1997). *Collective intelligence: Mankind's emerging world in cyberspace*. Cambridge: Perseus.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New media: A critical introduction* (2e editie.). New York: Routledge.
- Lotz, A. D. (2007). *The television will be revolutionized*. New York, NY: New York University Press.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business and society*. New York: Oxford University Press.
- Marx, L., & Smith, M. R. (1994). Introduction. In L. Marx & M. R. Smith (Red.), *Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism* (pp. ix–xv). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Mattelart, A. (2003). *The information society: An introduction*. London, UK: Sage Publications.
- Mayer, P. (1999). *Computer media and communication: A reader*. Oxford: Oxford University Press.
- McAllister, M. P., & Giglio, M. (2005). The commodity flow of U.S. children's television. *Critical Studies in Media Communication*, 22(1), 26–44.
- McMillan, S. J. (2002). Exploring models of interactivity from multiple research traditions: Users, documents and systems. In L. Lievrouw & S. Livingstone (Red.), *Handbook of New Media* (pp. 163–182). London: Sage Publications.
- McWhorter, J. (2001). *Word on the street: Debunking the myth of a "pure" standard English*. New York, NY: The Perseus Books Group.
- Moe, H. (2005). Television, digitalisation and flow: Questioning the promises of viewer control. In P. Masip & J. Rom (Red.), *Digital Utopia in the Media: From Discourses to Facts* (pp. 773–784). Gepresenteerd bij Proceedings of the III International Conference on Communication and Reality, Barcelona: Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.

- Mosco, V. (2004). *The digital sublime: Myth, power and cyberspace*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mostert, K. (2012). *Holland Doc: Stageverslag* (Stageproduct voor de faculteit Geesteswetenschappen). Universiteit Utrecht, Utrecht.
- Musser, C. (2004). Historiographic method and the study of early cinema. *Cinema Journal*, 4(1), 101–107.
- Norman, D. (2002). *The design of everyday things*. New York: The Perseus Books Group.
- NOS & NPO. (2008). Sociaal jaarverslag 2007. Nederlandse Publieke Omroep. Geraadpleegd van http://www.publiekeomroep.nl/system/files/9/original/Sociaal_jaarverslag_2007.pdf
- Novum. (2008, januari 1). Nederlanders kijken minder televisie. *Trouw*. Geraadpleegd van <http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/article/detail/1293043/2008/01/01/Nederlanders-kijken-minder-televisie.dhtml>
- NPO. (2010, maart). Verbinden, verrijken, verrassen. Concessiebeleidsplan 2010-2016. Nederlandse Publieke Omroep. Geraadpleegd van <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2010/03/01/concessiebeleidsplan-npo-2010-2016.html>
- O'Reilly, T. (2005). What is web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software. *O'Reilly Media*. Geraadpleegd van <http://www.oreilynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Parks, L. (2004). Flexible microcasting: Gender, generation, and television-internet convergence. In L. Spigel & J. Olsson (Red.), *Television after TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 133–156). Durham: Duke University Press.
- Publieke Omroep. (z.d.). NPO Organisatie. *PubliekeOmroep.nl*. Geraadpleegd 12 februari 2013, van <http://www.publiekeomroep.nl/organisatie>
- Raessens, J. F. F. (2002). Cinema and beyond. Film en het proces van digitalisering. In J. De Mul (Red.), *Filosofie in cyberspace*. Kampen: Klement.

- Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. In *Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science* (Vol. 16, pp. 110–134). Beverly Hills, CA: Sage.
- Rayward, W. B. (1990). *International organisation and dissemination of knowledge: Selected essays of Paul Otlet*. Amsterdam: Elsevier.
- Rijksoverheid. (z.d.). Wat is de overheid van plan met de publieke omroep? *Rijksoverheid.nl*. Geraadpleegd 12 februari 2013, van <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/publieke-omroep/vraag-en-antwoord/wat-is-de-overheid-van-plan-met-de-publieke-omroep.html>
- Shirkey, C. (2006). Power laws, weblogs, and inequality. In J. Anderson, J. Dean, & G. Lovink (Red.), *Reformatting politics: Information technology and global civil society* (pp. 35–42). New York, NY: Routledge.
- Turner, G. (2011). “Liveness” and “sharedness” outside the box. *FlowTV*, 13(11). Geraadpleegd van <http://flowtv.org/2011/04/liveness-and-sharedness-outside-the-box/>
- Uricchio, W. C. (2004a). Technologies of time. In *Allegories of Communication: Intermedial Concerns from Cinema to the Digital*. Berkeley: University of California Press. Geraadpleegd van <http://imlportfolio.usc.edu/ctcs505/UricchioTechnologiesOfTime.pdf>
- Uricchio, W. C. (2004b). Television’s next generation: technology / interface culture / flow. In L. Spigel & J. Olsson (Red.), *Television after TV: Essays on a Medium in Transition* (pp. 231–261). Durham: Duke.
- Uricchio, W. C. (2009). The future of a medium once known as television. In P. Snickars & P. Vonderau (Red.), *The YouTube Reader*. Letland: Logotipas.
- Van der Torre, P. (2012). Consument kiest steeds minder vaak voor televisie. *MediaWijzer.net*. Geraadpleegd van <http://www.mediawijzer.net/professionals/nieuws/consument-kiest-steeds-minder-vaak-voor-televisie>

- Van Dijck, J. (2007). *Television 2.0: YouTube and the emergence of homecasting*. Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.
- Van Grinsven, R. (2010). Technologie als modern verlangen: Een herdefiniëring van technologisch imaginaire. *BLIK: Tijdschrift voor Audiovisuele Cultuur*, 3(2), 28–39.
- Vliet, van, H. (2001). Where television and internet meet...New experiences for rich media. *E-view*, 2(1).
Geraadpleegd van <http://comcom.uvt.nl/e-view/02-1/vliet.htm>
- Vries, de, I. (2000). When old media were new: The history of a screen practice. Geraadpleegd van <http://www.let.uu.nl/users/Imar.deVries/personal/Artikelen/2000/womwn.pdf>
- Williams, R. (1974). Programming: Distribution and flow. In *Television: Technology and Cultural Form* (pp. 77–120). London: Routledge.
- Winston, B. (1998). *Media, technology and society: A history - From the printing press to the superhighway*. New York: Routledge.
- Zimmer, C. (2004). *Soul made flesh: The discovery of the brain and how it changed the world*. New York, NY: Free Press.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Interview met Esther Laan

Sitemanager NPO – publiekeomroep.nl, uitzendinggemist.nl, nederland1,2,3.nl

Vrijdag 24 mei 2013

Duur: 23 minuten

Ik zal mezelf even voorstellen, ik ben Kelly Mostert, ik heb stage gelopen als webredacteur bij Holland Doc 24 en ik studeer Nieuwe Media en Digitale Cultuur. Ik schrijf mijn scriptie over de ontwikkeling van on-demand televisie en televisie-applicaties van de NPO. Als jij jezelf ook wil voorstellen ... ?

Is goed. Ik ben Esther Laan, sitemanager bij de publieke omroep. Ik ben niet voor het hele internetbeleid van de NPO. We hebben beleidsmanagers die de grote lijnen uitzetten, en daar weet ik natuurlijk wel iets van af. Ik ben zelf sitemanager van de Publieke Omroep en van Uitzending Gemist, Nederland 1, 2 en 3 en ook de apps die horen bij Uitzending Gemist en de apps die er in de toekomst komen, en de websites die in de toekomst komen.

En ook wat er via kabel boxen bijvoorbeeld via UPC wordt aangeboden?

Ja, UPC is een apart beleid. Daar ben ik niet verantwoordelijk voor. Dat zijn aparte contracten die buiten, ja, het is wel van de NPO maar het is een aparte tak zeg maar. Daar ga ik niet over.

Er wordt ook on-demand aangeboden via andere websites, bijvoorbeeld Holland Doc, of sites van redacties zelf bijvoorbeeld DWDD. Is daar een vorm van coördinatie in?

Ja, daar is coördinatie in. Een paar jaar terug toen zei de overheid ook jullie hebben veel te veel websites. Dat moet minder. 'Less is more', minder websites met meer resultaat. Sites moeten uit als het niet meer relevant is. We deden voorheen altijd wel iets met intekeningen, dan gingen omroepen bedenken bij welke programma's goede websites gebouwd konden worden en aan de hand daarvan werd er geld toegekend, en een plaats of positie toegekend. Vroeger waren de posities eindeloos, en waren er iets van 500 websites of zo, en nu zijn er nog maar iets van 100 posities, maar het zijn er in ieder geval veel minder. Grote websites als De Wereld Draait Door, dat noemen we dan een plussite, die krijgen dan ook meer budget om het te kunnen onderhouden. Maar er zijn ook websites als De Beste Singer-Songwriter, dat start nu, en dat is dan 3 maanden relevant, maar de rest van het jaar is dat niet meer relevant dus dan mag dat niet meer onderhouden worden. Dit is om te voorkomen dat we heel veel wildgroei krijgen aan websites en dat het seizoen is afgesloten of besloten dat het programma niet meer wordt doorgezet dan moet de website ook niet meer bestaan. En dan bestaat soms nog wel het archief, zeg maar het on-demand archief op Uitzending Gemist, maar de URL van singer-songwriter bestaat dan niet meer. Als daar de rechten voor zijn dan is dat nog wel terug te vinden op Uitzending Gemist.

En Holland Doc en Geschiedenis 24, en Cultura, dat zijn thema kanalen, thema portals en dat wordt wel geïnitieerd vanuit de NPO, dus, we krijgen dat vanuit de overheid door, en dezelfde speerpunten waar wij het belangrijk van vinden dat daar online content van is, ja, eigenlijk is de NPO opdrachtgever voor Holland Doc. Maar hij wordt volledig onderhouden en beheerd door de omroep, dus de VPRO c.q. de AVRO. Maar het is een portal omdat daar de content van veel verschillende omroepen samenkomen.

Zal dat in de toekomst ook zo blijven?

Ja, ik verwacht van wel. Misschien dat er over 5 jaar een andere beslissing gemaakt wordt. Sommige portals die draaien niet heel goed, dus daar moet heel goed naar gekeken worden.

Is dat belangrijk?

Dat is soms belangrijk. Bijvoorbeeld Cultura, dat is echt een aparte doelgroep. Het is niet belangrijk dat er heel veel bezoek komt, maar we moeten weten van OK, hoeveel mensen vinden dat interessant en wordt die doelgroep ook bereikt. Er zijn zes van die leefstijlgroepen bij de NPO. Dus we kijken: hoeveel mensen kijken naar het programma? Dan wordt er een crossmediale verhouding uitgerekend: het aantal kijkers dat er zijn, gecombineerd met het aantal bezoekers op de website, als die crossmediale verhouding onder een bepaald percentage is, dan moet je wel een hele goede reden hebben om die website nog bestaansrecht te geven in de toekomst. En dat is ook omdat we maar een beperkt aantal posities hebben, dus dan moet je goed kijken van, is deze niche echt een website waard en moeten we dat doen vanuit onze positie van de NPO of niet?

Zien jullie groei in het aantal on-demand kijkers?

Ja, zeker. De laatste cijfers van vorig jaar en dit jaar, we hebben weer een verhoging van eh, nou, ik weet niet meer welk percentage het was. Er zijn in ieder geval veel meer mensen die de video's online bekeken dan het jaar ervoor. Eerlijk gezegd verbaasde mij dat nog al, want ik dacht er gaan veel meer mensen kijken op hun kabelbox naar Uitzending Gemist, maar dat is blijkbaar nog niet helemaal goed geïntegreerd, of die werkwijze is nog niet helemaal goed, het werkt ook vaak niet hè bij de kabelaars. We krijgen ook klachten binnen van mensen dat het niet werkt, maar wij kunnen daar helaas niet zo heel veel aan doen. Het is toentertijd ook nog bij TROS Radar geweest, dat het allemaal niet werkte, het ligt aan de kabelaars en het ligt soms ook aan de NPO. Het is gewoon een wisselwerking aan techniek. Anyways, het wordt heel veel terugbekeken en zeker op de apps. En je ziet ook dat als mensen terugkijken via de apps, dan kijken ze andere programma's dan op de website. Dat is ook wel interessant.

En zien jullie dan ook een onderscheid in kijkgedrag tussen bijvoorbeeld smartphones en iPads?

Ja. Er wordt heel veel op tablets gekeken. Maar we hebben ook, onderweg is het toch echt op de telefoon zeg maar, en heel veel mensen gaan ook met hun telefoon in bed liggen om dan nog een uitzending te kijken. We zien echt een piek om elf uur, half elf, wat betreft het aantal kijkers naar een korte show, iets van een half uur. Onderweg terug van werk op de smartphone zien we wel wat toename, maar dat is minder duidelijk dan de half elf piek.

Uitzending Gemist heeft begin 2012 een nieuw ontwerp gekregen. Zijn er ook nog dingen in de toekomst die jullie gaan veranderen? Wat zijn de aandachtspunten nu voor Uitzending Gemist?

Personalisatie. Wat we in de app al wel hebben is een functie om een programma aan de favorieten toe te voegen. Dat heeft er mee te maken dat je dan op de hoogte wordt gesteld als er een nieuwe aflevering, een nieuw programma online is. Of dat er een notificatie komt van deze uitzending is echt over een paar dagen al niet meer beschikbaar dus je moet nu gaan kijken. Dat kom je ook steeds vaker tegen, dat series maar 10 dagen beschikbaar zijn. Dus personalisatie is belangrijk, en er komt een andere player. We draaien nu voornamelijk op Flash, maar er komt ook een HTML5 versie aan. Dan kan je het ook makkelijker op andere devices bekijken. Dat komt er eind dit jaar aan.

Jullie vinden personalisatie dus belangrijk – betekent dat ook meer *tracing* en *profiling* doen van bezoekers?

Ja, ja. Maar op beperkte wijze. We worden natuurlijk heel erg op de vingers gekeken door het CPB. We kijken vooral naar wat mensen zelf aangeven, en we kunnen natuurlijk in grote lijnen zien welke mensen die dit programma hebben bekeken, die bekijken het andere ook, dat staat nu ook al op de website. Maar dat werkt nog niet zo goed. Niemand ziet dat, maar dat weten wij, dat werkt nog niet optimaal, dus daar gaat een verbeterslag overheen. Maar dat gaat echt om duizendtallen, van zoveel duizend keken hier naar dit programma en die kijken ook naar dat programma.

Zien jullie dat ook terug in kijkgedrag, dat mensen een bepaald programma kijken en dan doorklikken naar een ander programma met hetzelfde onderwerp?

Nee, eigenlijk niet. Mensen zijn eigenlijk best wel *straightforward*: ze willen gewoon dat programma terugkijken. Of ze laten zich verleiden door het 'meest bekeken' lijstje op Uitzending Gemist. Zij gaan dan dat ook bekijken. Van dat is het meest bekeken, dus dat ga ik ook kijken.

De NPO streeft naar betere vindbaarheid en naamsbekendheid, bijvoorbeeld met het voornemen om de zendernamen te veranderen in NPO1, 2 en 3. Is het ook een streven om content online beter vindbaar te maken, met behulp van metadata?

Het is wel een aandachtspunt. Maar eigenlijk is dat een aandachtspunt van de omroepen. Want wij zijn niet verantwoordelijk voor de metadata die bij de content staat. Dat doen de omroepen, zij moeten ervoor zorgen dat zij de metadata invoeren. En wij zijn geen politieagent, wij gaan niet zeggen jullie moeten je informatie beter invoeren. Wij zeggen dat op gezette tijden, er wordt af en toe met de omroepen gesproken, dan zeggen we dat. Maar de bezoeker is in principe de dupe van de nalatigheid van de omroepen.

Een van de uitgangspunten van de NPO is dat de NPO niet van de staat is, niet van de commercie, maar van de burger. In die zin valt het me op dat je op de website geen reacties kan plaatsen bijvoorbeeld, dat je niet zelf kan uploaden of downloaden als bezoeker. Hoe kijken jullie daar tegen aan? Is dat een bewust besluit, bijvoorbeeld, dat er geen comments zijn op Uitzending Gemist?

Je bedoelt reacties op Uitzending Gemist? Dat is echt bewust. Wij vinden dat conversatie rondom het programma moet plaatsvinden op de website van het programma, en niet op Uitzending Gemist. Uitzending Gemist is meer een dienst waarbij we alles samenvoegen, maar wij gaan geen kleuring geven aan het programma. En kleuring doe je eigenlijk al door middel van reacties geven en dat soort dingen, dat ligt echt bij de omroepen zeg maar. En omroepen zouden het ook niet willen. Die willen liever, die willen dat conversatie rondom het programma moet echt op de omroepwebsites plaatsvinden, en eh ja, kijken kun je bij ons doen. Maar dat kun je daar ook doen, dus, ja. Maar als je echt dieper wil gaan, dan moet je gewoon echt naar de website. Zo hebben we verschillende profielen, er zijn zeg maar de fans, daar gaan we van uit dat die direct naar de website gaan van De Wereld Draait Door, en je hebt de bezoeker, die komt gewoon binnen op Uitzending Gemist, die wil gewoon even een uitzending terugkijken. Die heeft niet per se een mening of zo, die wil gewoon zien. En als 'ie echt wat meer wil weten bijvoorbeeld, dan faciliteren wij gewoon de links naar de website toe. Dat is trouwens ook nog iets wat er aan komt bij uitzending Gemist, dat er iets meer ruimte komt voor gerelateerde content. De kijker laten weten, dit kun je ook nog doen, je kunt ook naar de facebookpagina van dit programma, je kan meedoen aan die quiz of aan die test dat ook hoort bij het programma. Nu staat er alleen een link 'naar de website' en dat willen we iets uitbreiden.

Zien jullie dat daar veel gebruik van wordt gemaakt?

Nee, eigenlijk niet. Mensen willen gewoon die uitzending terugkijken.

Er staat een widget op jullie website getiteld 'Verras Mij' waarbij je kunt selecteren hoeveel tijd je hebt en dat je iets wilt zien. Hoe komt zoiets tot stand? Kijken jullie naar andere on-demand diensten bijvoorbeeld in het buitenland?

Ja, dat is eigenlijk iets wat volgens mij van de TedX website kwam. Toen zag ik het later ook nog ergens anders, en het was eigenlijk meer van ja hoe kun je ... het idee was, we hebben een enorm archief, en eigenlijk kijkt niemand dat archief. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat er iets vaker uit dat archief iets wordt bekeken. Toen hebben we dit dingetje bedacht. Het werkt wel aardig goed hoor, daar niet van. Er wordt nog verrassend vaak op geklikt. Maar dit is een manier om dat archief iets onder de aandacht te brengen. Zo kun je natuurlijk nog wel meer dingen

bedenken. Maar dat ligt soms ook aan eh, bijvoorbeeld Holland Doc of zo iets, zij kunnen als er een themaweek is echt iets uit het archief ontsluiten. En wij doen dat ook hoor, als er iets door andere omroepen niet wordt opgepikt, dan maken we van die specials. Bijvoorbeeld met Beatrix en haar aftreden, er zijn in de loop van de tijd natuurlijk heel veel programma's over het Koningshuis geweest, en dan voegen we dat even allemaal samen. Dat is natuurlijk een andere manier om het archief weer te ontsluiten.

Houden jullie ook rekening met wat er verder op het gebied van on-demand TV gebeurt, bijvoorbeeld in het buitenland heb je Netflix, in Nederland nu ook Ximon. Kijken jullie daar naar, gaan jullie bijvoorbeeld ook naar beurzen die georganiseerd worden op dit gebied?

Ja. Ja, dat houden we wel in de gaten. Ik ga daar dan zelf niet naartoe, maar wij hebben wel beleidsmedewerkers die daar dan naartoe gaan. Daar is al beleid op geschreven, maar daar kan ik niet zo veel over vertellen. Daar komt ook dat verhaal van Henk Hagoort weer terug, dat wij echt één tegel willen zijn, één vindplaats, NPO vindplaats, waar je gewoon alles –

In plaats van de omroepen?

In plaats van een tegel voor DWDD, een tegel voor de VARA, een tegel voor KRO's Kindertijd, een tegel voor weet je wel voor alles. Dat je gewoon een tegel hebt en daar kun je gewoon alles terugkijken. Dat is eigenlijk toch – de meeste mensen willen toch dingen terugkijken zeg maar. Wat meer een centrale plek voor alles. En dat hebben we natuurlijk al heel lang. En de naam NPO is ook niet nieuw, die hebben we al sinds 2007 eigenlijk.

Hoe bepalen jullie waarvoor er NPO software voor wordt ontwikkeld? Er is bijvoorbeeld geen Blackberry app.

Nee. We kijken hiervoor gewoon naar de cijfers. En naar de verwachting van de markt. Soms is het zo dat bedrijven bij ons aankloppen en zeggen van ja wij willen gewoon heel graag een Uitzending Gemist app, of we verwachten dat dit device heel veel gaat opleveren. Ja, dat kan eigenlijk niet, want dan krijg je te maken met het Commissariaat van de Media, wij mogen geen inmenging hebben van commerciële partijen, dus, ja. Het is eigenlijk zo dat wij denken van o ja, dat is wel interessant, omdat die partijen dan ook zeggen van nou we gaan het allemaal voor jou betalen, maar dat kunnen we gewoon niet doen. Dat mogen wij niet. Henk Hagoort heeft ook ooit in een speech gezegd, "Wij zijn volgend innovatief," wij wachten eigenlijk gewoon op de markt en als iets populair wordt dan gaan we daarmee aan de slag.

Terwijl elders in het NPO beleid te vinden is dat jullie ook een leidersrol zien voor de NPO om te experimenteren met nieuwe distributievormen.

Ja, nou, dat is oud beleid. De afdeling internet is nu ook wegbezuinigd. Dus wij vallen nu gewoon onder video & televisie. Dus het hele innovatieve is eigenlijk weg. Toentertijd hadden we ook mensen zitten die, destijds waren we bijvoorbeeld heel snel met de iOS app, we hadden toen ook mensen in dienst die dat konden bouwen. Nu hebben we dat allemaal niet meer. Dus

we zijn nu aan het doorontwikkelen en we zijn volgende, zeg maar. En we laten het aan de omroepen over. Er is wel een innovatie pot. Dus als de omroep zegt van ik zie daar echt een kans, met dit programma of met dat, dan kunnen ze aanspraak maken op die innovatiepot. Wij zelf als NPO, als Uitzending Gemist, gaan niet meer als eerste zeg maar meteen op een nieuw device, we laten het eerst testen op kleine schaal en daarna weten we, dit is wel of niet interessant. Maar de afdeling Innovatie & Nieuwe Media bestaat dus niet meer.

Zou je dus zeggen dat de bezuinigingen ook invloed hebben op het toepassen van nieuwe media door de publieke omroep?

Ja, ja. Het is een zwaktebod eigenlijk. Er gaan steeds meer mensen online bekijken. En de markt die de publieke omroep nu niet heeft, op TV, die zitten allemaal online. De jongeren, tussen de 13 en de 35 of zo, die bereiken we niet op TV volgens de kijkcijfers, maar die zitten allemaal op Uitzending Gemist. En als er niet genoeg geld is om Uitzending Gemist te blijven door ontwikkelen, zodat het overal werkt, op alle devices, dan verlies je wel een beetje je positie in de markt. En dan gaan mensen toch weer naar YouTube en toch weer naar ja, torrents, ze gaan gewoon downloaden natuurlijk. Terwijl je wil dat ze het natuurlijk in een veilige omgeving bekijken en natuurlijk ook met STER reclame. En dat de tellers erbij zitten. Dat we echt kunnen meten van sommige mensen vinden dit interessant en willen dit ook gewoon zien.

Wat zou jij dan bijvoorbeeld graag zien als er wel geld was?

Ik zou wel graag willen dat het gewoon werkt. Er zijn heel veel devices waar het niet op werkt. Android is een heel lastig platform, hoor. Want elke Samsung en HTC die programmeren hun telefoons op een andere manier en kunnen ook verschillende browsers gebruiken en kunnen allemaal hun instellingen anders zetten. En dat heeft allemaal weer invloed op hoe de player afspeelt. Nu speelt 'ie in 30% van de gevallen niet af. Terwijl Android wel gewoon een grote markt is. We hebben niet het geld om die 30% te faciliteren omdat, het is gewoon te ingewikkeld. Enerzijds is het ingewikkeld omdat er zo veel verschillende variabelen zijn om te onderzoeken hoe die player wel kan werken. Als we het kosten-baten plaatje bekijken, dan kan dat gewoon nu niet. Maar gelukkig hebben we dan gewoon de website waar wel alles op werkt dus daar moet je dan maar gewoon heen.

We hadden het eerder over de verschillende portals. Meten jullie ook via welke portal de bezoekers de content bekijken of telt het allemaal naar Uitzending Gemist?

Nee, we zien wel of een uitzending op de website van een omroep wordt bekeken, of op de website van Uitzending Gemist zelf. We kunnen ook wel zien of er ook kijkers via externe kanalen, bijvoorbeeld TV blik, dat kunnen we eigenlijk wel zien maar daar weet ik zelf niet zoveel van. Er zijn namelijk heel veel van die illegale websites, die geen afspraken met ons hebben gemaakt, het is eigenlijk niet te doen om al die websites langs te lopen van oh, welke website code gebruiken zij. Het vervuult eigenlijk onze statistieken. Het is moeilijk om te meten of het via externe websites wordt gemeten of via Uitzending Gemist zelf.