

# **AVRO, de grootste familie van Nederland?**

*Hoe representeerde de Radiobode de radio en  
samenleving in de periode 1927-1934?*

Y.P. Bogaard, 3114805

Masterthesis  
Film- en Televisiewetenschap  
Faculteit Geesteswetenschappen  
Universiteit Utrecht

Begeleid door Dr. Alec Badenoch

Juni 2014

## Dankwoord

Eagle has landed. Daar is hij eindelijk: mijn scriptie. De tweede eigenlijk, al is mijn eerste poging nooit helemaal tot een goed einde gekomen. De tweede poging heeft in ieder geval een succesvoller einde; hier ligt mijn scriptie voor u. Hiervoor wil ik een aantal mensen bedanken.

Ik wil allereerst Alec Badenoch bedanken, die mij als 'lost cause' toch nog wilde begeleiden en ik weet dat ik het hem niet makkelijk heb gemaakt. Daarnaast wil ik mijn ouders, huisgenoten en vrienden bedanken voor al hun pogingen om mij aan het werk te krijgen, te houden of ervoor te zorgen dat ik het nog trok. Zelfs omkoping behoorde tot jullie middelen en ook al leek het niet te werken, ik waardeer het gebaar zeer. Ik wil Bram bedanken die orde in mijn chaotische hersenflarden heeft geschapt en zelfs halve nachten op is gebleven.

Verder wil ik Gerard Kiekens bedanken voor zijn technische hulp in tijden van nood. Ook ben ik Rick Dolphijn dank verschuldigd. Helaas zijn we er niet in geslaagd om mijn eerste scriptie tot een goed einde te brengen maar dat heeft zeker niet aan zijn inzet gelegen.

Iedereen die ik verder vergeten ben, maar die wel een bijdrage of steun aan deze scriptie heeft verleend: bedankt!

Yvette Bogaard  
Utrecht, juni 2014

## Samenvatting

De introductie van een nieuw medium in een maatschappij is een bijzondere gebeurtenis. In deze scriptie kijk ik naar de introductie van de radio in verzuild Nederland. Dit gebeurt aan de hand van een onderzoek naar de omroepgids van de neutrale of liberale omroep, de AVRO. De verzuiling zorgde voor een gespleten maatschappij, waarin alle zuilen hun eigen doelen en middelen hadden. De AVRO is interessant door de vele tegenstellingen die de omroep omringen: zo wil de zuil geen zuil zijn, maar zetten ze zich wel af tegen andere zuilen; een hobbymatig medium groeit uit tot een massamedium; radio wordt als 'gevaarlijk' beschouwd maar biedt tevens kansen om de denkbeelden van de zuil verder uit te dragen. Ik onderzoek in dit speelveld de rol van de Radiobode, de omroepgids van de omroep aan de hand van de volgende onderzoeksvraag: *Hoe representeerde de Radiobode de denkbeelden van de AVRO over radio en de samenleving?*

Om deze vraag te kunnen beantwoorden maak ik gebruik van de volgende deelvragen:

- Welke relatie wordt er door de Radiobode geportretteerd tussen de luisteraars en het 'nieuwe' medium radio?
- Welke verbanden creëerde de Radiobode tussen het liberale gedachtegoed en haar luisteraars?

Door middel van een discourse analyse van artikelen die over de radio of de AVRO gaan, alsmede een analyse van de reclames die in het blad te vinden zijn, onderzoek ik dit. Omdat de Radiobode een weekblad was en niet alle edities van het blad verkrijgbaar zijn, komt het onderzoekscorpus tot stand door middel van een steekproef. Theoretische ondersteuning van het onderzoek komt uit de domesticatie-theorie, over hoe een medium een plaats veroverd in het huishouden. Ook is de rol van de omroepgids zelf en de maatschappij waarin de domesticatie plaatsvindt, van groot belang.

Uit analyse van de artikelen blijkt dat advertenties in de Radiobode steeds vaker het technische medium aan het huishouden koppelden, naar verhouding werden er steeds meer huishoudelijke reclames geplaatst. Ook gaat de vrouw hierin een steeds grotere rol vervullen. De AVRO zet zichzelf in de artikelen neer als beschermer van de luisteraars. Tegen de verwachtingen in blijkt er in de Radiobode weinig sprake te zijn van een ideologische lijn. Wél is er sprake van een andere interessante ontwikkeling: er wordt een familie- en groepsgevoel gecreëerd onder alle AVRO-luisteraars, die continu wordt aangesproken. Door de AVRO als familie neer te zetten lijkt de AVRO een plaats in de woonkamer te veroveren, de plaats waar het gezinsleven zich afspeelt.

## Inhoudsopgave

|                                             |       |
|---------------------------------------------|-------|
| 1. Inleiding                                | p. 5  |
| 2. Historisch Kader                         | p. 7  |
| 2.1    Verzuiling                           | p. 7  |
| 2.2    Radio in Nederland                   | p. 8  |
| 2.3    AVRO                                 | p. 10 |
| 3. Theoretisch Kader                        | p. 12 |
| 3.1    Domestication                        | p. 12 |
| 3.2    Luisteraar en context van het medium | p. 13 |
| 3.3    Rol omroepgids                       | p. 13 |
| 3.4    Discourse analyse                    | p. 14 |
| 4. Methode                                  | p. 15 |
| 5. Analyse deel 1                           | p. 19 |
| 5.1    Analyse advertenties                 | p. 19 |
| 5.2    Analyse artikelen                    | p. 22 |
| 5.3    Deelconclusie                        | p. 23 |
| 6. Analyse deel 2                           | p. 25 |
| 6.1    Analyse artikelen                    | p. 25 |
| 6.2    Deelconclusie                        | p. 27 |
| 7. Conclusie                                | p. 28 |
| 8. Literatuurlijst                          | p. 29 |
| 9. Grotere weergave afbeeldingen            | p. 32 |
| Bijlage:                                    |       |
| - Compleet schema advertenties              |       |

## 1. Inleiding

De introductie van een nieuw medium in een maatschappij is een bijzondere gebeurtenis. In deze scriptie kijk ik naar de introductie van de radio in verzuimd Nederland. Volgens mediahistoricus Bas de Jong had de komst van de radio een grote invloed op het dagelijks leven, met name in de huiselijke sfeer: 'Met de ontwikkeling van radio tot massamedium in de jaren 20 van de vorige eeuw werd de huiskamer omgetoverd van een besloten familieruimte tot een multifunctioneel podium voor informatie en amusement. Binnen enkele jaren veroverde radio een plaats in het bestaande mediaspectrum.'<sup>1</sup> De radio was dus het uitgelezen middel om de verzuiling ook tot in de huiskamers door te voeren. Toch kozen alle zuilen ervoor om deel te gaan nemen aan dit nieuwe fenomeen. Naast dat het gevaren met zich meebracht, waren er vooral ook veel voordelen en was het mogelijk om de visie die uitgezonden werd te beheersen en te controleren. Hieruit ontstond wederom een tweeslachtige houding: de leiders van de zuilen wilden graag dat mensen naar de radio luisterden om hun denkbeelden over te brengen, maar wilden tegelijkertijd niet dat er naar andere zuilen geluisterd werd. "The radio offered access to a public world, compressing the distance in space between the listener and the event, and at the same time making the perception of that event accessible to a numberless audience of listeners, and celebrating the distance overcome in transmitting those events into the home"<sup>2</sup> Radio was dus in staat om mensen te verenigen, maar tevens maakte het de scheidingen in de maatschappij extra duidelijk.

Hier ontstond een interessante ontwikkeling; een van tegenstellingen. Een publiek medium in de privésfeer (radio); een medium dat eerst alleen door amateurs gebruikt werd, groeide uit tot een massamedium; een nieuw massamedium wat vooral als achtergrondgeluid dient.<sup>3</sup> Dit verdient verder onderzoek. In dit onderzoek richt ik mij op de omroep met wederom een Januskop: de AVRO. Deze omroep wilde de nationale omroep zijn, maar tegelijkertijd mochten luisteraars voor een andere omroep kiezen. Kort gezegd wilde de AVRO de radio gebruiken als instrument van het vrije denken, wederom een tweeslachtige houding. De AVRO en de bijbehorende zuil op zich zijn ook al interessant: de zuil die geen zuil wilde zijn, deed net zo hard zijn best als andere zuilen om zich te positioneren/definiëren. Hetzelfde geldt voor de AVRO, de omroep die een nationale omroep wil zijn, maar zich ook probeert te onderscheiden van de andere omroepen en zichzelf als bijzonder ziet.

Al deze tegenstellingen maken dit onderzoek interessant. Ik zal mij in het onderzoek richten op het omroepblad van de AVRO, de Radiobode. Het blad maakte deel uit van de verzuilde pers, maar is tegelijk een mediator tussen de radio en de lezer. Het weekblad bevatte de programmering voor die week, advertenties en diverse achtergrond artikelen bij de programmering. Onderzoek naar een omroepblad is zeer interessant omdat er nog weinig onderzoek naar gedaan is, en specifiek over de AVRO is ook weinig wetenschappelijk relevant materiaal geschreven. Het onderzoek zal zich richten op de volgende vragen:

*Hoe representeerde de Radiobode de denkbeelden van de AVRO over radio en de samenleving?*

Om deze vraag te kunnen beantwoorden maak ik gebruik van de volgende deelvragen:

- Welke relatie wordt er door de Radiobode geportretteerd tussen de luisteraars en het 'nieuwe' medium radio?
- Welke verbanden creëerde de Radiobode tussen het liberale gedachtegoed en haar luisteraars?

Een onderzoek dat hiermee deels vergelijkbaar is is 'A social history of British Broadcasting van Scannell en Cardiff. Hierin portretteren ze de geschiedenis van de BBC, maar passen deze in in

---

<sup>1</sup> Bas de Jong "Grensoverschrijvend en gelijktijdig – Radio en de arbeidersbeweging in het interbellum" in *Identiteitspolitiek – media en de constructie van gemeenschapsgevoel*. Red. Marcel Broersma en Joop W. Koopmans, (Hilversum: Uitgeverij Verloren, 2010), 31

<sup>2</sup> Kate Lacey "Towards a periodization of listening – radio and modern life" *International journal of Cultural Studies* 3 (2), 2000, 285

<sup>3</sup> "But the really new medium of the early 1920's was the radio. Soon after its introduction into the private sphere the radio became defined as a secondary medium with fragmentary, ephemeral content listened to while doing other things." Zie ibidem, 282

sociale context.<sup>4</sup> Aan de hand van een discourse analyse zal ik beide vragen beantwoorden. Het corpus bestaat uit de radiogids, maar het onderzoek draait om de verhouding tussen het medium radio en de verzuilde maatschappij, de betekenisvorming van een medium. Hoe de verhoudingen tussen met medium en de mens liggen. Aan de hand van theorie over domesticatie<sup>5</sup> analyseer ik hoe het medium vanuit verschillende subjectposities bekeken wordt. Met dit onderzoek hoop ik inzicht te geven in de factoren die een rol spelen bij de introductie van een medium: de maatschappij, het medium en de omroepen die dit aan elkaar proberen te koppelen maar vooral inzicht in alle schijnbare tegenstellingen die de kwestie omhullen. De omroepen waren in staat het technische instrument radio en de maatschappelijke en politieke groeperingen te koppelen. 'Via directe publieksbinding – een activiteit waarin hun programmabladen en verenigingsavonden in het land een belangrijke rol speelden – zorgden ze er als het ware voor dat techniek cultuur werd.'<sup>6</sup>

Na de introductie van de radio zijn er nog diverse massamedia geïntroduceerd, waaronder de televisie. Deze zijn allemaal op hun eigen manier onderzocht en hebben een plaats in onze maatschappij gekregen. Onderstaande spotprent uit de Radiobode laat zien dat zo'n introductie en het proces hierbij eigenlijk van alle tijden is; tegenwoordig vragen ouders immers regelmatig hulp aan hun kinderen over het internet, de tablet of de smartphone.



1 Spotprent Radiobode. Datum onbekend. Vermoedelijk 13-7-1934

<sup>4</sup> Paddy Scannell en David Cardiff *A Social History of British Broadcasting – volume 1 1922-1939: Serving the Nation* (Oxford: Basil Blackwell, 1991). Dit onderzoek is wel veel uitgebreider en veelomvattender.

<sup>5</sup> Hoe een fysiek object in het huishouden wordt geïntroduceerd en vervolgens een sociale, economische en culturele betekenis krijgt.

<sup>6</sup> Huub Wijffjes en Bert Hogenkamp "De Dageraad van de eeuw van beeld en geluid" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 51

## 2. Historisch Kader

### 2.1 Verzuiling

Nederland ontwikkelde zich aan het begin van de twintigste eeuw tot een verzuilde samenleving, waarbij de vier belangrijkste ideologische overtuigingen wisten door te dringen in vrijwel alle facetten van het maatschappelijk leven.<sup>7</sup> Volgens socioloog J.P. Kruijt was vooral organisatievorming een belangrijk element van de verzuiling, waarbij de zuilen hun stempel drukten op sociaal, politiek en economisch verkeer.<sup>8</sup> Van nationale politieke partij tot lokale fanfare, alle maatschappelijke organisaties konden worden gelieerd aan een van de vier kampen: de katholieken, protestanten, socialisten en liberalen. Toch draaide het niet alleen om de organisatievorming. Het ging vooral ook om een 'state of mind', waarbij subculturen, levenswijzen en mentaliteiten van groot belang waren.<sup>9</sup>

Aan het begin van de twintigste eeuw bevonden de liberalen zich in het middelpunt van de macht, juist doordat het liberalisme binnen de politiek niet scherp gedefinieerd was en ze goed samen konden werken met de protestanten en katholieken.<sup>10</sup> Toch was dit niet altijd het geval; er was sterke onenigheid over het stemrecht en het schoolstelsel, de schoolstrijd.<sup>11</sup> De schoolstrijd was een van de elementen die van grote invloed waren op het ontstaan van de verzuiling. De liberalen hadden hierbij een uitzonderlijke positie. Waar leiders uit de gelovige zuilen en de socialistische zuil het complex aan maatschappelijke organisaties beschouwden als een middel om hun denkbeelden voor het voetlicht te brengen, vonden de liberalen juist dat maatschappelijke organisaties neutraal moesten zijn in hun ideologische opstelling. De liberalen werden tegen wil en dank toch een zuil.<sup>12</sup> Doordat de socialisten, katholieken en protestanten actief verzuiling nastreefden, kwamen de neutrale, algemene organisaties als vanzelf in het liberale kamp, een zuil tussen wil en dank als het ware. Toch is deze gedachte niet geheel waar. De liberalen zetten 'hun' maatschappelijke organisaties en media namelijk ook in om het publiek op te voeden in het liberale gedachtegoed.<sup>13</sup> Liberalen streven vrijdenkende burgers na, die niet belemmerd worden door restricties van de staat.<sup>14</sup> Dit gaf de liberale zuil een Janus gezicht: in de presentatie algemeen en neutraal, maar tegelijk ook opvoedend en vrijdenkend (en opvoedend in het vrije denken).

Er is weinig onderzoek gedaan naar de liberale zuil, omdat zij zichzelf niet als zelfstandige en volwaardige zuil zag.<sup>15</sup> Ook kent verzuiling verschillende definities. Al vanaf de jaren zestig van de vorige eeuw is er een stevige discussie over deze definities en de al dan niet vergaande invloed van de verzuiling aan de gang. Friso Wielenga heeft dit uitgebreid toegelicht in Nederland in de Twintigste Eeuw: '...alles wat er ooit over de verzuiling is gesteld "wel een beetje waar" is, maar dat alle stellige opvattingen "vooral ook genuanceerd" moeten worden.'<sup>16</sup> Wielenga stelt voor om verzuiling vooral als een metafoor voor een vierdeling in de samenleving te zien. Deze is aan te passen naar de eisen die het betreffende onderzoek stelt. In dit onderzoek kies ik er ook voor om de liberale zuil als losse zuil te beschouwen, met zijn eigen afbakening. Deze zijn misschien minder sterk en streng dan bij de andere zuilen, maar daarom niet minder aanwezig. Rondom het begrip verzuiling spelen er verschillende discursieve praktijken een rol, en is het afhankelijk van de context (en de visie van de auteur) welke interpretatie er gebruikt wordt.

---

<sup>7</sup> Friso Wielenga *Nederland in de Twintigste Eeuw*, (Amsterdam: Boom, 2009), 86

<sup>8</sup> Ibidem, 80

<sup>9</sup> Henk Schmal et al, *Nederland in de Twintigste Eeuw* (Utrecht: Stichting Educatieve Omroep Nederland, 1995), 70

<sup>10</sup> Ibidem, 19

<sup>11</sup> Ibidem, 21

<sup>12</sup> Friso Wielenga *Nederland in de Twintigste Eeuw*, (Amsterdam: Boom, 2009), 83

<sup>13</sup> Kees-Jan Dijkstra, *Verborgene verhoudingen: Liberale politiek en journalistiek, met name het Algemeen handelsblad en de Nieuwe Rotterdamse Courant (1918-1968)*, (Groningen: Rijksuniversiteit Groningen, 1998) 259

<sup>14</sup> Friso Wielenga *Nederland in de Twintigste Eeuw* (Amsterdam: Boom, 2009), 31

<sup>15</sup> Kees-Jan Dijkstra, *Verborgene verhoudingen: Liberale politiek en journalistiek, met name het Algemeen handelsblad en de Nieuwe Rotterdamse Courant (1918-1968)*, (Groningen: Rijksuniversiteit Groningen, 1998) 258

<sup>16</sup> Friso Wielenga *Nederland in de Twintigste Eeuw*, (Amsterdam: Boom, 2009), 85

## 2.2 Radio in Nederland

Op 6 november 1919 vond de eerste radio uitzending in Nederland plaats, gemaakt door Hanso à Steringa Idzerda.<sup>17</sup> Hij produceerde daarnaast ook radio-onderdelen maar zijn gebrek aan commercieel inzicht zorgde ervoor dat dat geen lang leven beschoren was; de mensen die aan radio's sleutelden wilden dat zelf blijven doen en ze niet kant-en-klaar bij Idzerda kopen.<sup>18</sup> Wel kwam hij tot het belangrijke inzicht dat je 'de luisteraar afhankelijk kunt maken van jouw producten of opvattingen, als je erin slaagt de potentiële luisteraar van tevoren te lokken met zaken die hem interesseren.'<sup>19</sup> Hierom maakte hij ook zijn uitzendingen, die voornamelijk uit muziek bestonden. A.L. Bauling, een radioamateur, groeide in zijn omgeving uit tot radiodistributeur door de interesse van bureaus die ook graag naar radio wilden luisteren. Omdat hij de aanloop op zijn huis zat werd, zette hij een draadverbinding aan tussen zijn huis en dat van belangstellenden.<sup>20</sup> Uiteindelijk werd de radiodistributie voor niet-radioamateurs toch vooral draadloos voortgezet, via een amateur of een distributiedienst. Deze gebruikers "lagen dus niet in de eerste linie en werden misschien daarom pas in een laat stadium 'ontdekt' als radiopubliek"<sup>21</sup>

Radio maken was in eerste instantie een technische aangelegenheid voor een klein clubje mensen. Een en ander komt ook terug in onderzoek van Huub Wijffjes. Hij geeft aan dat in de radiotijdschriften voor amateurs alleen exclusief werd geadverteerd door fabrikanten van elektrotechnische apparatuur.<sup>22</sup> Deze constatering zal ook een belangrijke invloed hebben op het beantwoorden van de tweede onderzoeksvraag, waarbij onder andere gekeken zal worden naar de advertenties in de Radiobode.

Vanaf 1926 was het mogelijk om zendtijd te huren bij de Nederlandsche Seintoestellen Fabriek (NSF). Uit dit bedrijf was de Hilversumsche Draadloze Omroep (HDO) voortgekomen, de HDO verzorgde radio-uitzendingen voor de NSF. Ondanks dat de NSF verlies draaide hield onderdelenfabrikant Philips hen in leven, juist vanwege de HDO die verschillende dingen uitzond (en daardoor mensen stimuleerde om radio's te kopen).<sup>23</sup> Omdat de uitzendende organisaties geen eigen studio's hadden, werden de uitzendingen gemaakt vanaf de meest uiteenlopende plaatsen: gymzalen of zolderkamers.<sup>24</sup>

Er was geen Nationale Omroep, hoewel er wel verschillende partijen waren die hier aanspraak op maakten. Het inzicht van Idzerda over de potentie van de radio sloeg ook aan bij de leiders van de verzuiling. Waar eerst sprake was van radioamateurs die zelf radio's bouwden en vooral hobbymatig op zolder te werk gingen, was er nu sprake van omroeporganisaties die volledig volgens de ideologie van de zuil te werk gingen.<sup>25</sup> De verschillende zuilen gingen ver in hun wens om de maatschappij op te delen, waarbij verenigingsvorming van groot belang was. Uit deze wens werden de radio-omroepen gevormd. Enkele belangrijke maatschappelijke organisaties zagen namelijk in dat 'de radio als massamedium een belangrijk bindend element in hun beweging zouden kunnen vormen.'<sup>26</sup>

Ook de liberalen, die vrijdenkendheid als belangrijke pijler in hun gedachtegoed hadden, kwamen tot dit inzicht. 'Hoewel het liberale gedachtegoed een onafhankelijke pers impliceert, leken liberale politici in de praktijk niet altijd overtuigd van dit beginsel. De wens om meer invloed uit te oefenen via

---

<sup>17</sup> Huub Wijffjes en Bert Hogenkamp "De Dageraad van de eeuw van beeld en geluid" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 34

<sup>18</sup> Ibidem, 36

<sup>19</sup> Ibidem, 37

<sup>20</sup> Jos van der Lans en Herman Vuijsje *Lage landen, hoge sprongen: Nederland in de twintigste eeuw* (Amsterdam: Inmerc, 2003), 102

<sup>21</sup> Wim Knulst "Omroep en publiek" In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijffjes (Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994), 302

<sup>22</sup> Huub Wijffjes en Bert Hogenkamp "De Dageraad van de eeuw van beeld en geluid" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 44

<sup>23</sup> Ibidem, 45

<sup>24</sup> Ibidem, 21

<sup>25</sup> Huub Wijffjes "Het Radiotijdperk 1919-1960" In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijffjes (Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994), 47

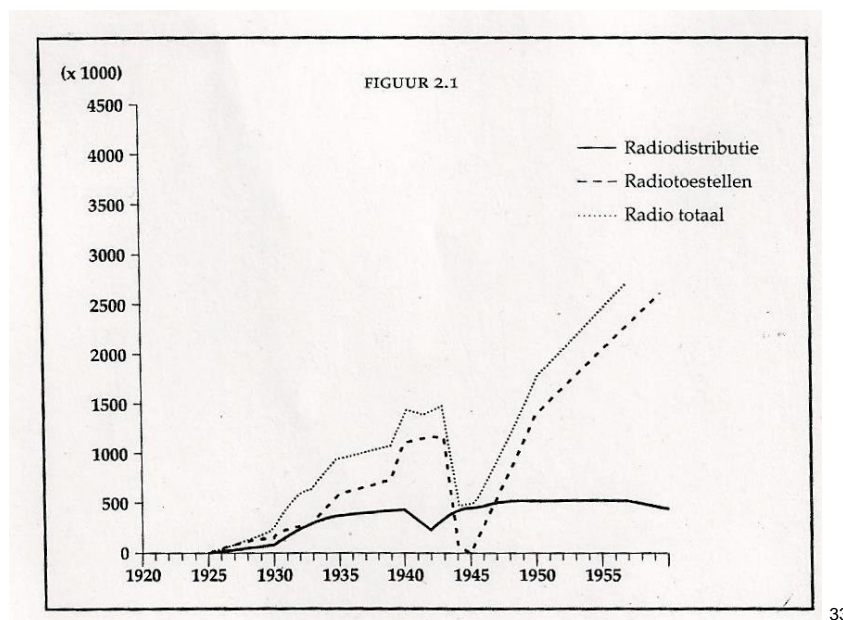
<sup>26</sup> René Sterk "Het wervende woord – de bewogen geschiedenis van de vaderlandse omroep" In: *Media in Nederland*, red. Jo Bardoel en Jan Bierhoff (Groningen: Wolters Noordhoff, 1987), 26



geestverwante kranten en zo de kiezers te bereiken leefde sterk.<sup>27</sup>, schrijft Kees-Jan Dijkstra in zijn onderzoek. Ondanks dat Dijkstra zich hier vooral uitspreekt over de kranten, is deze visie zeker ook van toepassing op de komst van de radio en de bijbehorende omroepkrant.

Huub Wijffjes meldt hoe er vanuit verschillende visies naar het medium radio werd gekeken. Zo wilde de liberale oud-minister Willem Treub niet dat de politiek invloed zou hebben op het radio-landschap,<sup>28</sup> precies volgens de visie van de AVRO. Zelfs bij de conservatieve gereformeerden was er een vroege bemoeienis met radio: 'de mens had tot taak alle mogelijkheden die God via de natuur bood ten dienste te stellen van Gods eer'.<sup>29</sup> Zo betoogt Jaap Versluis dat ondanks de verwachting dat de gereformeerden niet open zouden staan voor 'nieuwe dingen' gezien hun conservatieve karakter, zij juist het nieuwe medium accepteerden (om het evangelie te verspreiden).<sup>30</sup> De protestanten richtten de NCRV op, katholieken de KRO en de socialisten de VARA. Ook de VPRO werd opgericht, maar deze wilde een 'algemeen aanvullend' programma maken.<sup>31</sup> Bij het programmeren van de zenders werd er uitgegaan van allerlei culturele veronderstellingen, waardoor het publiek niet zo zeer een eigen stem had, maar er vooral een opgelegd kreeg via de omroep.<sup>32</sup>

Ondertussen begon de radio als medium steeds beter aan te slaan. Uit onderstaande grafiek blijkt dat de groei van het aantal radiotoestellen in de beginjaren van de radio explosief stijgt.



In 1925 was er nog geen enkel radiotoestel dat eenvoudig, zonder technische kennis te gebruiken was. Het aantal radiotoestellen en aansluitingen verdrievoudigde tussen 1927 en 1930.<sup>34</sup> Uiteindelijk was in 1935 de helft van Nederland in staat om radio te ontvangen. Niet iedereen was in staat om een eigen radio te hebben, maar er kon een radiodistributietoestel gehoord worden voor 26 gulden per

<sup>27</sup> Kees-Jan Dijkstra, *Verborgene verhoudingen: Liberale politiek en journalistiek, met name het Algemeen handelsblad en de Nieuwe Rotterdamse Courant (1918-1968)*, (Groningen: Rijksuniversiteit Groningen, 1998) 259

<sup>28</sup> Huub Wijffjes, *Radio onder restricties. Overheidsbemoeienis met radioprogramma's 1919-1941* (Amsterdam, 1988) 21

<sup>29</sup> Huub Wijffjes en Bert Hogenkamp "De Dageraad van de eeuw van beeld en geluid" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 49

<sup>30</sup> Jaap Versluis "Die wonderlijke media – Het Gereformeerde Volksdeel en de introductie van film, radio en televisie", Doctoraalscriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam, 1991, 30

<sup>31</sup> Huub Wijffjes en Bert Hogenkamp "De Dageraad van de eeuw van beeld en geluid" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 49-51

<sup>32</sup> Huub Wijffjes "Radio als Stemningsregelaar" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 202

<sup>33</sup> Huub Wijffjes "Het Radiotijdperk, 1919-1960" In: *Omroep in Nederland*, red. Huub Wijffjes (Zwolle: Waanders Uitgevers, 1994), 58

<sup>34</sup> Wim Knulst "Omroep en publiek" In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijffjes (Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994), 302-303

jaar. Dat was voor die tijd nog wel een groot bedrag.<sup>35</sup> “Net als dat later bij de introductie van de televisie het geval zou zijn, konden radiobezitters in de beginjaren rekenen op een warme belangstelling van familie en buurtbewoners.”<sup>36</sup> Nadat het medium meer ingeburgerd raakte, het nieuwe er als het ware vanaf was, werd het radioluisteren meer een privé aangelegenheid.

## 2.3 AVRO

Uit de Hollandsche Draadloze Omroep (HDO) ontstond in 1927 de ANRO, onder leiding van Willem Vogt. Later zou er een fusie plaatshebben met de NOV en ontstond de AVRO. Willem Vogt was niet alleen de directeur van de AVRO, maar was ook de (hoofd-)redacteur van de Radiobode én veelvuldig te horen als omroeper. Hij was een fanatieke voorvechter voor de AVRO als ‘nationale omroep’ en ontwikkelde veel verschillende populaire programma-ideeën.<sup>37</sup> Hoe de AVRO over radio maken dacht blijkt uit hun ‘mission statement, die in de eerste editie van de Radiobode is geplaatst:

*“Ons doel is: een wél gefundeerden hoogstaanden algemeenden Radio-Omroep te creëren zonder actieve medewerking van den Staat, d.w.z. zonder Radio-belasting. Een omroep, die geheel gebaseerd is op de sympathie, het vertrouwen den vrijen wil van de luisteraars. Onze Omroep-programma’s zullen zoodanig zijn, dat ieder, welke ook zijn godsdienstige of politieke overtuiging moge zijn, die programma’s zonder verzet kan aanhooren. Ons standpunt is, dat ieder die naar onze programma’s luistert, met een andere bedoeling dan om zich een flink te ergeren aan de kosten van samenstelling en uitvoering dier programma’s behoort mee te betalen. Dat wil niet zeggen, dat wij iemand zouden willen afhouden van het steunen van een Omroep-organisatie wier beginselen hem of haar zeer na staan.... Verre van dat...”<sup>38</sup>*

Kortom: de AVRO wil een omroep voor iedereen zijn, waar iedereen uit vrije wil naar luistert. Radio luisteren moest zodoende worden gestimuleerd, of dat nu AVRO (en zijn voorlopers, de ANRO en NOV), de liberale omroep, was of niet. Maar tegelijkertijd wilden ze ook leden werven, mensen ‘opleiden’ in het hebben van een vrije keuze en überhaupt zorgen dat men naar dit nieuwe medium, de radio gaat luisteren. Anderzijds was radio, net als voor de gelovigen en de socialisten een middel om het publiek op te voeden in de liberale beginselen. Niet iedereen ziet deze houding als neutraal of positief. Huub Wijffjes spreekt zelfs van een regenteske roeping om beschaving en ontwikkeling onder het volk te brengen.<sup>39</sup> Toch lijkt de omroep zich niet altijd ideologisch te laten inspireren. Bij het uitnodigen van sprekers werden vooral mensen uitgenodigd die goed bij het culturele en opvoedende karakter van de omroep pasten. Vragenrubrieken werden bijvoorbeeld afgewisseld met schrijvers. Dit blijkt ook uit de AVRO-kinderrubriek die vroeg al uitgezonden werd.<sup>40</sup>

Ondanks dat de AVRO de grootste omroep in het aantal leden en de oplage van de gids was, werd er in mei 1930 besloten dat de zendtijd verdeeld werd tussen de grote vier omroepen en de kleinere VPRO.<sup>41</sup> Gesteld mag worden dat de AVRO het grootste ‘slachtoffer’ was van het Radioreglement in 1930.<sup>42</sup> Hiervoor was er sprake van een ‘propagandaslag’, dit zal waarschijnlijk dus ook in de Radiobodes uit 1929 en 1930 voorkomen.<sup>43</sup> Toch bleek de wil van de politiek en maatschappij sterker te zijn. Voor het besluit over de zendtijden had de AVRO een uitzonderingspositie maar werd, tot spijt van de oprichters, nooit verkozen tot ‘nationale omroep’. De AVRO moest zijn zendtijd delen met de

<sup>35</sup> Jos van der Lans en Herman Vuijsje *Lage landen, hoge sprongen: Nederland in de twintigste eeuw* (Amsterdam: Inmerc, 2003), 102

<sup>36</sup> Jos van der Lans en Herman Vuijsje *Lage landen, hoge sprongen: Nederland in de twintigste eeuw* (Amsterdam: Inmerc, 2003), 102

<sup>37</sup> Huub Wijffjes en Bert Hogenkamp “De Dageraad van de eeuw van beeld en geluid” In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 46

<sup>38</sup> Aetherbode, 1 juni 1927, 8

<sup>39</sup> Huub Wijffjes “Het Radiotijdperk 1919-1960” In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijffjes (Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994), 5

<sup>40</sup> Huub Wijffjes “Veelkleurige Radiogemeenschappen In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 81-82

<sup>41</sup> *Ibidem*, 62

<sup>42</sup> Huub Wijffjes “Het Radiotijdperk 1919-1960” In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijffjes (Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994), 50

<sup>43</sup> Willem Melching, “Radio 1910-1930: van zendmast tot zuil” in: *Bericht uit 1929 – het veelzijdige gezicht van de Nederlandse samenleving ten tijde van de oprichting van het PTT Museum*, red. A. Jaspers, (’s Gravenhage: Stichting het Nederlandse PTT Museum, 1989) 67

VARA, de KRO en NCRV gingen samen op de andere zender uitzenden. AVRO was het hier niet mee eens. Willem Vogt meende zelfs dat ze bij de VARA 'nauwelijks benul had van het maken van goede radio'.<sup>44</sup> Tussen de verschillende omroepen waren alle faciliteiten opgesplitst. Daarom was het noodzakelijk voor de omroepen om zelf geld te verdienen om orkesten en technische diensten te betalen. Door 'propagandatournees' door het land werd ook de band met de luisteraar versterkt.<sup>45</sup> Dit is ook te zien in de Radiobode, waar veelvuldig wordt opgeroepen tot een extra of grotere donatie.

---

<sup>44</sup> Huub Wijfjes "Veelkleurige Radiogemeenschappen In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijfjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw (Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 64

<sup>45</sup> Ibidem, 64

### 3. Theoretisch kader

Om mijn onderzoeksvragen te beantwoorden zijn er vele theorieën en interpretaties mogelijk. Veel theorie is oorspronkelijk afkomstig uit de televisietheorie. Deze is in de basis ook bruikbaar voor radio, zoals Kate Lacey ook betoogt in haar onderzoek naar luisteraars en kijkers<sup>46</sup>.

#### 3.1 Domestication

De domestication theorie is een belangrijke theoretische basis voor het onderzoek. De theorie beschrijft in vier fases hoe gebruikers een nieuw medium accepteren en adopteren en vervolgens ook weer zorgen voor een aanpassing in het medium (of de programmering van het medium zelf); 'The home contextualizes the 'behaviour' of technical devices as objects that inhabit houses, occupy a space within domestic space, are part of the dynamic of daily life and family relations.'<sup>47</sup> Niet alleen wordt er een fysiek object, de radio, in het huishouden geïntroduceerd, ook krijgt dit object een sociale, economische en culturele betekenis. Er vindt als het ware een onderhandeling plaats tussen (de makers van) het object en de huishoudens (die hun wensen hebben en hiermee het object aan kunnen passen). Dit is zeker relevant in de begindagen van de radio, waarin het medium gedefinieerd wordt.

Bij de domesticatie van een medium is het ook van belang om het gezin waarin het plaatsvindt te onderzoeken, zoals Sonia Livingstone betoogt in 'The meaning of domestic technologies'.<sup>48</sup> Ondanks dat er weinig inhoudelijke gegevens zijn over de exacte gezinssamenstelling en hun doen en laten in het huishouden in de onderzoeksperiode die volgens Livingstone nodig zijn, kunnen er wel passende conclusies gegeven worden over de manier van acceptatie van het medium. Livingstone behandelt hierbij de interviews als haar onderzoeksobject, maar de inhoud van de omroepgids kan hier ook voor gebruikt worden. De Radiobode richt zich namelijk op alle delen van het gezin, met bijvoorbeeld een kinderrubriek.

Ik zal tijdens het onderzoek letten op de manier waarop het hele gezin wordt aangesproken. Dit is namelijk belangrijk voor de acceptatie van het medium in het huishouden. Ondanks dat Livingstone zich vooral focust op de industrie die achter het medium zit, en ik dit maar gedeeltelijk doe, zegt ze ook dat het gezin een moeilijk meetbare en veranderlijke factor is.<sup>49</sup> Domesticatie van een medium zorgt ervoor dat het medium de barrière tussen privé en publiek slecht. In dit geval gaat het erom hoe de liberale zuil in huis komt.

De domestication theorie kent ook beperkingen. Ze gaat uit van 'actieve gebruikers' of luisteraars in dit geval, en dat hoeft niet het geval te zijn. Van Zoonen en Wieten concluderen bijvoorbeeld in hun onderzoek naar de komst van televisie in de jaren 50 in Nederland dat merendeel van de geïnterviewden helemaal geen tijd hadden om zich er actief mee bezig te houden.<sup>50</sup> De komst van televisie was geen critical event, ondanks dat van Zoonen en Wieten dit wel verwacht hadden.

Een andere theorie die uitspraken doet over de rol tussen mens en techniek-medium is SCOT, oftewel Social Construction of Technology. De theorie beschrijft de relatie tussen mens en techniek, waarbij de mens de techniek niet alleen uitvindt maar ook aanpast. Wiebe Bijker heeft veelvuldig hierover geschreven en voegt aan het eerste principe ook toe dat we technologie nooit helemaal zullen begrijpen als we deze los bekijken. SCOT maakt deel uit van het sociaal constructivisme, waarbij men uitgaat van het principe dat de meeste veranderingen juist het gevolg zijn van een sociaal interactieel proces.<sup>51</sup> Ik kies ervoor deze theorie verder niet te gebruiken, omdat de domestication

---

<sup>46</sup> Kate Lacey "Towards a periodization of listening – radio and modern life" *International journal of Cultural Studies* 3 (2), 2000, 280

<sup>47</sup> Marilyn Strathern "The Mirror of Technology" In *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, ed. Roger Silverstone en Eric Hirsch, (Londen/New York: Routledge, 1994,) Foreword viii

<sup>48</sup> Sonia Livingstone "The meaning of domestic technologies" In *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, ed. Roger Silverstone en Eric Hirsch, (Londen/New York: Routledge, 1994.), 113

<sup>49</sup> Ibidem, 143

<sup>50</sup> Liesbeth van Zoonen en Jan Wieten 'It wasn't exactly a miracle – the arrival of television in Dutch family life' *Media Culture & Society*, vol. 16, no 4, 1994, 645

<sup>51</sup> Darin Weinberg *Contemporary Social Constructionism*, (Philadelphia: Temple University Press, 2014), 4

theorie ook sterk de invloed van sociale context van een medium benadrukt. SCOT voegt zodoende niet veel toe aan de theorie die al gebruikt wordt.

### 3.2 Luisteraar en context van het medium

Ook is het van belang om te weten wat er precies in de privésfeer plaatsvond. Dat is onder andere van belang voor de eerste analyse, waarbij advertenties een belangrijke rol innemen. Het is van belang om te weten wat de wereld was waarin het medium zich bevond. In de onderzoeksperiode was een belangrijke groep luisteraars de huisvrouwen. Deze waren immers overdag thuis, wanneer er ook uitgezonden werd. Technologische ontwikkelingen als die van de radio zorgden niet alleen voor technologische vooruitgang, maar ook voor vernieuwde verhoudingen binnen het huishouden en zelfs ideologische verschuivingen.<sup>52</sup> De ontwikkeling van huishoudelijke apparaten zoals de stofzuiger zorgde wel voor lastenverlichting, maar niet zo zeer voor tijdswinst.<sup>53</sup> Daarnaast werden vrouwen geacht een steeds grotere pedagogische taak op zich te nemen.<sup>54</sup> Ook politiek gezien werden vrouwen gestimuleerd om thuis te blijven; (de sociaal liberalen) zagen het streven naar voltijds huisvrouwenschap als een middel om de lagere klassen burgerlijke idealen bij te brengen en hen te vormen tot betrouwbare arbeiders en dienstmeiden.<sup>55</sup> Naast de ontwikkeling van de huisvrouw ontstond er nog een belangrijk genre in de ontwikkeling van huishoudelijke technologie: de gezelligheid<sup>56</sup>. Dit ging niet alleen om de objecten, maar bijvoorbeeld kaarsen waren hierbij van groot belang. Zoals uit een eerste observatie van de advertenties in de Radiobode blijkt, wordt er ook in iedere editie (behalve op 23-5-1930, het 'zwarte nummer') reclame gemaakt voor bijvoorbeeld theelichten. Dit sluit aan bij het werk van Myriam Daru, die onder andere meent dat waxinelichten verbonden zijn aan het gezamenlijke eten en gezelligheid.<sup>57</sup>

Vrouwen werden vaak neergezet als 'the angel of the home'. De baas van het huishouden die haar man een fijn thuiskomen geeft na een dag hard werken.<sup>58</sup> De radio wordt in 'Schoon Genoeg' niet specifiek benoemd, maar was vaak achtergrondgeluid en kon bijvoorbeeld bij het schoonmaken tot vermaak dienen, zoals Kate Lacey in *Feminine Frequencies* laat zien.<sup>59</sup> Het belang van vrouwen in de ontwikkeling en domesticatie van radio mag zeker niet onderschat worden: "Analyzing the discourses surrounding the relationships between women and radio highlights in some interesting ways the negotiation of women's political and symbolic entry into public life."<sup>60</sup> Bij de analyse van de artikelen, maar met name die van de advertenties, zal dit een belangrijke rol innemen; vrouwen gaan een steeds belangrijkere rol innemen in het radiolandschap. Tevens is dit relevant in het discours rondom radio; een publiek en 'mannelijk' medium doet zijn intrede in de private 'vrouwelijke' sfeer. Dit zorgde niet alleen voor een verandering in de relatie met het medium maar ook in de huishoudens zelf.<sup>61</sup>

### 3.3 Rol omroepgids

Met bovenstaande theorieën kan de invloed van het nieuwe medium in de huiselijke sfeer bepaald worden. In dit onderzoek gebruik ik echter vooral de Radiobode als bron, een medium waarin over de radio geschreven wordt. Om de rol van een dergelijk medium te duiden grijp ik terug op het onderzoek van Charlotte Hortensius, waarin zij onderzoek doet naar de relatie tussen de VPRO-gids en de lezer. Ze bekijkt de verschillende sociale rollen die de gids kan vervullen, beïnvloedt door verschillende factoren/werelden die de inhoud willen vormen naar hun wensen. Ze bekijkt het als boundary object in drie belangrijke momenten in de geschiedenis van de omroep. Hortensius geeft uiteindelijk aan dat

---

<sup>52</sup> Carolien Bouw en Ruth Oldenziel *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998* (Nijmegen: Sun, 1998), 7

<sup>53</sup> Ruth Oldenziel en Carolien Bouw "Huisvrouwen, hun strategieën en apparaten 1898-1998" In: *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998*, red. Carolien Bouw en Ruth Oldenziel (Nijmegen: Sun, 1998), 12

<sup>54</sup> Ibidem, 13

<sup>55</sup> Ibidem, 18

<sup>56</sup> Ibidem, 23

<sup>57</sup> Myriam Daru "Technologie aan tafel" In: *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998*, red. Carolien Bouw en Ruth Oldenziel (Nijmegen: Sun, 1998), 179

<sup>58</sup> Margrith Wilke "Kennis en kunde" In: *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998*, red. Carolien Bouw en Ruth Oldenziel (Nijmegen: Sun, 1998), 65

<sup>59</sup> Kate Lacey *Feminine Frequencies: Gender, German Radio, and the Public Sphere, 1923-1945* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996), 39

<sup>60</sup> Ibidem, 3

<sup>61</sup> Ibidem, 10

het veld van de zuil heel belangrijk is in de relatie tussen de lezer en het blad.<sup>62</sup> De radio wordt, evenals de gids, als spreekbuis van de omroep gebruikt. Belangrijk detail hierbij is wel dat de gids van de VPRO weinig aandacht besteed aan de programmering, en juist wel aan de omroep<sup>63</sup>. Uit de voorstudie van mijn onderzoek is het tegenovergestelde gebleken. Wél kan ik aannemen dat de rol van de gids niet anders is. Hij maakt onderdeel uit van de verzuilde pers, maar is tegelijk een mediator tussen de radio en de lezer. De gids zorgt er dus voor dat het medium radio een bepaalde betekenis krijgt.

### 3.4 Discourse analyse

De onderzoeksmethode die gebruikt wordt is de discourse analyse. De precieze uitvoering van het onderzoek leg ik uit in het hoofdstuk 'methode'. Zoals Vincent Crone aangeeft in 'De kwetsbare kijker' wordt de term discourse al sinds de jaren zeventig van de twintigste eeuw gebruikt in zowel de sociale wetenschappen als in de geesteswetenschappen.<sup>64</sup> Hierdoor is er vaak onduidelijkheid over de discourse analyse als goed analysemiddel.

Lister et al. verwijzen in *New Media: A critical introduction* naar Victor Burgin die een discourse uitlegt aan de hand van het voorbeeld water: dezelfde stof wordt door een werktuigbouwkundige en een scheikundige heel anders bekeken. Het gaat om het frame waarin het fenomeen bekeken wordt. 'Discourses, like the words and concepts they employ, can then be said to construct their objects.'<sup>65</sup> Vincent Crone verwijst naar een van de vaak genoemde wetenschappers op het gebied van discourse: Michel Foucault. 'Foucault beschrijft een discourse als een geheel van uitspraken'<sup>66</sup> Toch kiest Crone ervoor om met een iets andere definitie te werken, die van Laclou en Mouffe; het medium zelf is van belang, maar de manier waarop er over mediumspecifieke eigenschappen wordt gesproken, is nog veel belangrijker.<sup>67</sup> Ik kies ervoor om een discourse analyse te gebruiken omdat de 'discourse analyse ervan uit gaat dat betekenissen contextafhankelijk zijn.'<sup>68</sup> Mijn onderzoek richt zich op de introductie van een nieuw medium, maar met name op hoe dat medium betekenis krijgt. Ik bekijk dit voor twee specifieke onderdelen van de radio, voor een specifieke omroep (AVRO), met een specifiek corpus (de Radiobode). In het hoofdstuk 'methode' zal ik dit verder toelichten.

---

<sup>62</sup> Charlotte Hortensius, "Relatie tussen omroepgids en lezer. De VPRO gids als boundary object tussen verschillende velden in een veranderend medialandschap." Masterscriptie, Universiteit Utrecht, 2012, 22

<sup>63</sup> Ibidem, 21

<sup>64</sup> Vincent Crone, *De Kwetsbare Kijker – een culturele geschiedenis van televisie in Nederland* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007), 19

<sup>65</sup> Martin Lister et al, *New Media: a critical introduction* (Londen en New York: Routledge, 2003), 62

<sup>66</sup> Vincent Crone, *De Kwetsbare Kijker – een culturele geschiedenis van televisie in Nederland* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007), 20

<sup>67</sup> Ibidem, 23

<sup>68</sup> Ibidem, 23

## 4. Methode

Door de deelvragen te beantwoorden zoals deze geformuleerd zijn in de inleiding kom ik tot de uiteindelijke beantwoording van de hoofdvraag. Hoewel de theoretische basis hiervan vooral afkomstig is uit theorie over de relatie tussen medium (in dit geval radio), mens en maatschappij, ligt de basis van het onderzoek bij de Radiobode.<sup>69</sup> Contemporaine bronnen zijn zeer goede bronnen om een visie te onderzoeken, ondanks dat die zich in het verleden heeft afgespeeld.<sup>70</sup> Kate Lacey beaamt dit en voegt hieraan toe dat het ook een indicatie voor de regels van het discours uit die tijd is.<sup>71</sup>

In verscheidene vormen en titels verschijnt het omroepblad van de AVRO al vanaf 1927. Ik ga echter niet alle jaargangen tot heden onderzoeken, omdat het onderzoek zich richt op de beginjaren van de radio in Nederland. Daarnaast zal ik ook geen complete jaargangen onderzoeken, omdat het onderzoek dan te veelomvattend zal worden. Ik kies voor de periode 1927-1934. In 1927 verscheen de eerste editie van de Radiobode. Dit is het begin van de tijd van de omroepen, de overgangperiode van de radio als hobby naar de radio als volwaardig medium. Dit is de periode waarin het medium gedefinieerd wordt, het medium maatschappelijke betekenis krijgt. Die maatschappelijke context is in mijn ogen ook het meest relevant. De onderzoeksperiode eindigt in 1934, zo'n 4 jaar na het opstellen van het Zendtijdenbesluit. In 1930 heeft de AVRO immers veel status en zendtijd verloren. Hoe gaat de Radiobode hiermee om? Komt hier een inhoudelijke verandering uit voort? Om dit goed te kunnen onderzoeken eindig ik het onderzoek in 1934. Dit is ook een belangrijk jaar voor de verkoopcijfers van de radio, die vanaf dat jaar lijken te stabiliseren.<sup>72</sup>

Om de veelomvattendheid van het onderzoek te beperken, ga ik steekproefsgewijs te werk. Hier is echter wel een voorstudie voor gedaan, om er zeker van te zijn dat het een representatieve steekproef bevat. In totaal zijn er ongeveer 200 exemplaren van 1927 tot 1934 ingezien. Deze exemplaren zijn beschikbaar in het archief van het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum. Alle jaren, met uitzondering van 1927 en 1934 zijn echter beperkt in het aantal beschikbare exemplaren. De tand des tijds heeft ervoor gezorgd dat zeker van de vroege jaren niet alle exemplaren meer beschikbaar zijn. Voor de overige jaargangen wordt er gewerkt met wat er beschikbaar is.

De Radiobode was een weekblad, bestaande uit 60 tot 65 pagina's. Per jaar zal ik twee exemplaren onderzoeken, bij voorkeur zoveel mogelijk gespreid door het jaar. Hierdoor kan ik rekening houden met grote gebeurtenissen in de geschiedenis. In 1931 wordt ook de kerstspecial bestudeerd, die ieder jaar als speciale editie werd uitgebracht, in de hoop dat daar speciale kerstwensen/boodschappen in staan. In totaal bestaat de steekproef uit 16 exemplaren.

De volgende exemplaren worden onderzocht:

| Jaartal | Jaargang | Datum      | Editie |
|---------|----------|------------|--------|
| 1927    | 1        | 1-6-1927   | 1      |
| 1927    | 1        | 5-6-1927   | 2      |
| 1928    | 1        | 6-1-1928   | 1      |
| 1928    | 1        | 28-9-1928  | 39     |
| 1929    | 2        | 26-4-1929  | 17     |
| 1929    | 2        | 27-9-1929  | 39     |
| 1930    | 3        | 23-5-1930  | 21     |
| 1930    | 3        | 14-11-1930 | 46     |
| 1931    | 4        | 7-8-1931   | 32     |
| 1931    | 4        | 18-12-1931 | 51     |

<sup>69</sup> In 1927 werd de naam Aetherbode nog gebruikt. Dit was echter maar 6 maanden het geval geweest en is daardoor minder relevant dan 'Radiobode'.

<sup>70</sup> Vincent Crone, *De Kwetsbare Kijker – een culturele geschiedenis van televisie in Nederland* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007) 30, 31

<sup>71</sup> Kate Lacey *Feminine Frequencies: Gender, German Radio, and the Public Sphere, 1923-1945* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996), 11

<sup>72</sup> Wim Knulst "Omroep en publiek" In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijffjes (Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994), 303

|      |   |           |    |
|------|---|-----------|----|
| 1932 | 5 | 5-2-1932  | 6  |
| 1932 | 5 | 7-10-1932 | 41 |
| 1933 | 6 | 6-1-1933  | 1  |
| 1933 | 6 | 21-7-1933 | 29 |
| 1934 | 7 | 16-3-1934 | 11 |
| 1934 | 7 | 13-7-1934 | 28 |

Op basis van de voorstudie van het bronmateriaal is gebleken dat er inhoudelijk vooral aandacht wordt besteed aan de programmering en de optredende artiesten. Dit is echter al een studie op zich. Op basis van de onderzoeksvraag kies ik ervoor om de redactionele artikelen te bestuderen die niet over de programmering gaan. Per editie verschilt het aantal en de omvang van de artikelen, maar zal in ieder geval het introductieartikel van de (hoofd-)redactie zijn. In totaal zijn er 80 artikelen, die zich inhoudelijk niet op de programmering richten onderzocht, gemiddeld vijf per editie. Voor het onderdeel van het onderzoek wat zich richt op de advertenties in het blad zijn de volledige exemplaren doorgenomen en zijn er in de steekproef 475 advertenties in verschillende groottes onderzocht. Meer informatie hierover staat in onderstaand schema.<sup>73</sup>

| Jaartal | Datum      | Editie | Advertenties AVRO | Advertenties radio | Advertenties overig | Beschikbare ruimte | Totaal | Aantal artikelen bekeken voor onderzoek |
|---------|------------|--------|-------------------|--------------------|---------------------|--------------------|--------|-----------------------------------------|
| 1927    | 1-6-1927   | 1      | 7                 | 8                  | 10                  | 0                  | 25     | 10                                      |
| 1927    | 5-6-1927   | 2      | 8                 | 7                  | 3                   | 0                  | 18     | 7                                       |
| 1928    | 6-1-1928   | 1      | 0                 | 18                 | 15                  | 7                  | 40     | 2                                       |
| 1928    | 28-9-1928  | 39     | 4                 | 23                 | 24                  | 1                  | 52     | 3                                       |
| 1929    | 26-4-1929  | 17     | 6                 | 17                 | 27                  | 0                  | 50     | 7                                       |
| 1929    | 27-9-1929  | 39     | 7                 | 24                 | 25                  | 0                  | 56     | 6                                       |
| 1930    | 23-5-1930  | 21     | 3                 | 7                  | 12                  | 0                  | 22     | 16                                      |
| 1930    | 14-11-1930 | 46     | 2                 | 10                 | 20                  | 0                  | 32     | 3                                       |
| 1931    | 7-8-1931   | 32     | 5                 | 4                  | 13                  | 0                  | 22     | 3                                       |
| 1931    | 18-12-1931 | 51     | 0                 | 17                 | 22                  | 0                  | 39     | 4                                       |
| 1932    | 5-2-1932   | 6      | 4                 | 8                  | 14                  | 0                  | 26     | 4                                       |
| 1932    | 7-10-1932  | 41     | 2                 | 9                  | 11                  | 0                  | 22     | 3                                       |
| 1933    | 6-1-1933   | 1      | 3                 | 9                  | 7                   | 0                  | 19     | 5                                       |
| 1933    | 21-7-1933  | 29     | 3                 | 2                  | 7                   | 0                  | 12     | 2                                       |
| 1934    | 16-3-1934  | 11     | 2                 | 1                  | 28                  | 0                  | 31     | 2                                       |
| 1934    | 13-7-1934  | 28     | 1                 | 0                  | 8                   | 0                  | 9      | 3                                       |

In de beginjaren van de Radiobode zijn er weinig vaste, terugkomende items, behalve het hoofdredactionele artikel. Wél is er de rubriek Dokter Radio waarin specifiek wordt ingegaan op technische vragen met betrekking tot de werking van de radio. Ook dit is een ander onderzoeksgebied, waarbij veel technische kennis vereist is over de vroege modellen van de radio.

Zoals al eerder uitgelegd in het theoretisch kader volg ik de lijn van Vincent Crone zoals hij deze in zijn proefschrift gebruikt. Hij kijkt naar de komst van een nieuw medium en hoe dit medium betekenis krijgt bij het publiek.<sup>74</sup> Crone behandelt in zijn proefschrift een compleet maatschappelijk debat, waar ik mij slechts ten dele op zal richten. Omdat er sprake is van eenzijdige berichtgeving (namelijk alleen de Radiobode), vindt de contextualisering plaats aan de hand van het historische kader. Een discourse

<sup>73</sup> Een volledig overzicht met vermelding van opvallende/uitzonderlijke advertenties kunt u in bijlage 1 vinden.

<sup>74</sup> Vincent Crone, *De Kwetsbare Kijker – een culturele geschiedenis van televisie in Nederland* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007)



analyse gaat immers over wat er gebeurd is en hoe daarover gesproken is. Dit blijkt ook uit de scriptie van Charlotte Hortensius; het is niet alleen belangrijk wat er in een omroepblad gezegd wordt, maar vooral ook in welke context dit gebeurt.<sup>75</sup> Hierbij is de historische context van groot belang. Bij het trekken van conclusies is het van belang om je ervan bewust te zijn dat de lezer/luisteraar niet altijd meegaat in de wensen van het blad. Ik neem aan dat de nieuwsgierig-kritische manier waarop de geïnterviewden in onderzoek van Shaun Moores naar het nieuwe medium radio keken, ook in Nederland gold.<sup>76</sup> Ook geven ze aan dat het luisteren van de radio meer vergde dan het slechts aanzetten van een knop. Dit wordt beaamd door Onno de Wit, die aangeeft dat de eerste uitzendingen daarom ook vooral gericht waren op een technisch georiënteerd luisterpubliek.<sup>77</sup>

Ondanks dat het onderzoek van Crone zich volledig richt op televisie meen ik dat televisietheorie vaak ook toe te passen is op radio. Kate Lacey bewijst dit in haar onderzoek naar de toepassing van televisietheorie op het begrip 'luisteraar'. Lacey meent dat het lang niet altijd opgaat, maar dat we zeker kunnen leren van televisietheorie, en nog belangrijker: van het verleden.<sup>78</sup> Ook claimt ze dat het merendeel van het onderzoek naar het begrip 'luisteraar' een meer technische of muzikale benadering kiest, waar dit niet nodig is. Ik sluit mij hierbij aan en meen daarom dat de methode zoals Crone deze uitvoert in zijn proefschrift ook relevant is voor mijn onderzoek.

Evenals Crone ga ik ook uit van bepaalde subjectposities, om de juiste betekenis van de verschillende relevante onderdelen te kunnen onderzoeken. Hij volgt hierin de lijn van Tichi, al richt zij zich vooral op kinderen en televisie.<sup>79</sup> Crone ziet een mogelijke betekenis van de televisie als verlichter maar ook als corruptor. De verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij de beschermers, die zich laten adviseren door de deskundigen. Dit alles speelt zich af in het huis, wat breder gezien moet worden dan de muren waarbinnen het medium zich bevindt, het is de nationale context. De laatste groep heeft geen eigen stem en wordt door de andere subjectposities besproken: de kwetsbare kijker.<sup>80</sup>

Door de teksten op zinniveau te bekijken en te bepalen of zij over radio gaan, en of dat ze over de technische benadering (waar ik mij dus niet op richt), over de toepassing van radio en de publieke/privé sfeer (waar ik mij wel op richt) gaan, heb ik de relevante passages bepaald. Dit geldt voor de eerste deelvraag. Aan de hand van deze passages bepaal ik de relevante subjectposities: wie zegt er wat over de radio en welk beeld wordt hiermee gecreëerd? Voor de tweede deelvraag geldt dezelfde methode, al richt ik mij hierbij meer op de (relatie tot) de lezer en de AVRO. Hierbij is de vraag meer gericht op de boodschap van het medium (radio) dan op het medium zelf. Wat zegt de Radiobode over zijn luisteraars, zichzelf en zijn denkbeelden? Er wordt dus niet zo zeer op woordniveau een coderingssysteem gebruikt. Het gaat puur om de inhoudelijke relevantie voor het onderzoek.

De eerste onderzoeksvraag richt zich vooral op de introductie van de radio bij een minder technisch publiek en een verzuilde maatschappij. Hoe creëerden de artikelen in de Radiobode een 'veilig' beeld van het nieuwe medium, waardoor mensen het medium een plaats in het huishouden wilden geven? Hiervoor bekijk ik twee elementen. De deelvraag wordt beantwoord aan de hand van een analyse van de advertenties die in het blad staan. Hierbij is ook de verhouding tussen technische en niet-technische reclames van belang. Verder kijk ik naar de inhoud van deze niet-technische reclames.

Naast de advertenties kijk ik ook naar de redactionele artikelen. Waar gaan deze over? In dit geval gaat het om het discours van de radio als nieuw object in het huis. Ik ga uit van het veilige beeld van het nieuwe medium wat mogelijk neergezet wordt in de Radiobode, met als doel het een plaats te kunnen geven in de huishoudens in Nederland. Hiervoor zoek ik in de teksten naar aanwijzingen voor de radio als veilig en huiselijk. De radio overbrugt namelijk de grens tussen de privé- en publieke

---

<sup>75</sup> Charlotte Hortensius, "Relatie tussen omroepgids en lezer. De VPRO gids als boundary object tussen verschillende velden in een veranderend medialandschap." Masterscriptie, Universiteit Utrecht, 2012, 37-38

<sup>76</sup> Shaun Moores, *Media and Everyday Life in Modern Society*, (Edinburgh University Press LTD, 2000) 42

<sup>77</sup> Onno de Wit, "Radio tussen verzuiling en individualisering" in *Techniek in Nederland in de Twintigste Eeuw: Deel V Transport en Communicatie*, ed Johan Schot en Onno de Wit, Eindhoven: Stichting Historie der Techniek, 2002, 208-211

<sup>78</sup> Kate Lacey "Towards a periodization of listening – radio and modern life" *International Journal of Cultural Studies* 3 (2), 2000, 280

<sup>79</sup> Vincent Crone, *De Kwetsbare Kijker – een culturele geschiedenis van televisie in Nederland* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007) 26, 27

<sup>80</sup> Ibidem, 28, 29

sfeer. Aangezien de Radiobode als stem van de omroep gezien kan worden, zullen er geen negatieve dingen over de radio in de privé sfeer geplaatst worden. Wie worden er in dit discours aangehaald als deskundigen? Ik neem de aanname van Crone over, die stelt dat de discussie plaatsvindt in 'the home'.<sup>81</sup> De luisteraar zie ik hierin niet als de 'kwetsbare kijker', die in Crone's theorie nauwelijks een stem heeft. De luisteraar van de AVRO/lezer van de Radiobode had deze namelijk wel degelijk, getuige de vele ingezonden brieven en contact met deze 'Luistervinken'. Door de luisteraars als een groep te benoemen wordt er al een eenheid onder de luisteraars gecreëerd. Verder worden ze ook regelmatig met die titel aangesproken. De 'Luistervinken' zijn zowel de doelgroep van de boodschappen van het medium, maar tegelijkertijd zijn zij ook de grootste supportgroep van de omroep. Een dubbelfunctie dus. Eigenlijk is er zelfs sprake van een driedelige houding, want zij waren ook het middel om de populariteit van het medium radio te vergroten. Welke positie namen de Luistervinken in, spons (van de boodschap), supporter (van de omroep) of ambassadeur (van het medium)?

De tweede deelvraag wordt onderzocht op dezelfde manier als de eerste deelvraag, maar richt zich meer op de boodschap van het medium dan op het medium zelf. Hoe laat de redactie van de Radiobode het liberale gedachtegoed, met name het vrije denken, doorschemeren in de inhoud van de artikelen? Ik bekijk het discours met een andere invalshoek, een meer ideologische bril. Welke subjectposities zijn er nu te ontwaren? Omdat het niet langer om een technisch of media-perspectief gaat, neem ik aan dat er gesproken wordt over een meer politiek georiënteerde deskundigheid. Wat is in discours de rol van de Luistervinken? Worden zij beschouwd als een spons voor het liberale gedachtegoed, als supporter of als ambassadeur?

Mijn onderzoek zal in dit debat op twee elementen bijdragen aan het al bestaande onderzoek. Het brengt de manier waarop de Radiobode bijdraagt in de domesticatie van het medium radio in kaart en daarnaast geeft het een toevoeging aan het geringe onderzoek wat er naar de AVRO en zijn denkbeelden is gedaan, met op de achtergrond de verzuiling en de wens van de AVRO om een nationale omroep te zijn.

---

<sup>81</sup> Vincent Crone, *De Kwetsbare Kijker – een culturele geschiedenis van televisie in Nederland* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007), 29

## 5. Analyse deelvraag 1

De beantwoording van de eerste onderzoeksvraag ‘welke relatie wordt er door de Radiobode geportretteerd tussen de luisteraars en het ‘nieuwe’ medium radio?’ richt zich op twee onderdelen: de advertenties in de Radiobode en het discours rondom radio als nieuw medium. Dit zet de Radiobode uiteen in zijn redactionele artikelen. De methodische behandeling en de motivatie hiervoor heb ik in de voorgaande hoofdstukken uitgelegd. Opvallend is dat het aantal artikelen dat niet over de programmering gaat, en meer maatschappelijk georiënteerd is, steeds minder wordt. In 1934 zijn er meestal nog 2 of 3 artikelen te vinden in de Radiobode waarin de visie van/over de AVRO verwoord is, of waarin algemene materie besproken wordt. Een uitzondering hierop is ‘Het zwarte nummer’ van 23 mei 1930. Dit nummer, het eerste na het Zendtijdenbesluit, bevat maar liefst 16 inhoudelijke artikelen.

### 5.1 Analyse advertenties

Ondanks dat de redactie van de Radiobode zelf niet verantwoordelijk was voor de advertenties die in de Radiobode kwamen te staan, ben ik van mening dat ze wél invloed hadden op wat er geplaatst werd. Juist ook omdat Willem Vogt zeer actief was in het werven van sponsors, geven de advertenties wél een beeld over de producten die in de onderzoeksperiode gekoppeld werden aan het ‘product’ radio.

Op basis van een voorstudie heb ik drie soorten advertenties bepaald: de AVRO-gerelateerde advertenties, radio-gerelateerde advertenties en overig. Juist deze ‘overig’ categorie is interessant, omdat hier de advertenties in zitten die de koppeling tussen de radio en de huiselijke sfeer maken. Dit is in lijn met de domesticatietheorie en de theorie over de introductie van huishoudelijke artikelen. Voor het complete overzicht met de meest opvallende reclames verwijst ik u naar bijlage 1.

Een van de algemene opvallende elementen is dat de verhoudingen in de verschillende advertenties veranderen. In het begin zijn het vooral advertenties voor radio-onderdelen en daaraan gerelateerde reclames. Rond 1929 verandert deze verhouding naar vijftig procent ‘radio’ en vijftig procent ‘overig’ en stijgt dus het aantal reclames met ‘huiselijke’ producten. Dit komt overeen met de ontwikkeling die het medium heeft doorlopen. Van vader die luistert naar de radio op zolder naar de radio die een centrale plaats in de woonkamer heeft en het hele gezin dat erbij betrokken is geraakt. Deze ‘huiselijke’ producten lopen sterk uiteen, maar zij richten zich, zoals verwacht aan de hand van de theorie van Livingstone, die stelt dat het hele gezin erbij betrokken is. Dit blijkt ook uit het veelvuldig aanspreken van de kinderen. De advertenties richten zich op twee ‘groepen’: de meer technische elementen, zoals lampen en onderdelen die bij de radio horen, en de huishoudelijke artikelen. Opvallende elementen hierbij zijn levensverzekeringen, naai- en weefartikelen, stofzuigers en rookartikelen.

In onderstaande pagina's is het verschil hierin goed te zien.

This collage features several advertisements:
 

- Tafellaken Cadeau!**: A promotion for tablecloths with a list of prices for different sizes.
- Nina**: An advertisement featuring a woman's portrait and the name 'Nina'.
- Ringers**: An advertisement for 'Ringers' with the slogan 'Leid op den noot!'.
- Meccano**: A large advertisement for Meccano models, showing a technical drawing and the text 'Jongens, bouw dit schitterende vliegtuig! En honderden andere modellen met Meccano!'.
- Witte Kat**: An advertisement for 'Witte Kat' featuring a cat's face.
- Weven**: An advertisement for weaving, with the text 'WEEVEN' and 'MET STREEKEN FROTTI'.

This collage features several advertisements:
 

- Crystalsiphone en Farrand Cone**: An advertisement for a crystal radio and a speaker.
- COMFORTABLE**: An advertisement for a radio set, showing a photograph of the device and the text 'COMFORTABLE' and 'PLAATSTROOM- en ACCUGELUKKRICHTER'.
- Opleiding Radio technicus.**: An advertisement for a radio technician course, with the text 'Opleiding Radio technicus.' and 'TECHNISCH-BUREAU L. BALKHOFFEN'.
- PLAATSTROOM-ANDERS BLOKS- EN BATTERIEN**: An advertisement for Varta batteries, showing a battery and a table of specifications:
 

| Plaatstroom-Model | Type    | 10 Volt | 3.80 Gls. | 4.40 |
|-------------------|---------|---------|-----------|------|
| 501B              | 10 Volt | 3.85    | 4.15      |      |
| 3041B             | 10 Volt | 3.90    | 3.78      |      |
| 401B              | 90 Volt | 3.90    | 4.00      |      |

2 Huishoudelijk georiënteerde reclame d.d. 14-11-1930

3 Radio georiënteerde reclame d.d. 28-9-1928

Tevens valt op dat vanaf 1929 steeds meer radioreclames ook vrouwen laten zien, zoals bijvoorbeeld onderstaande afbeelding. Hiervoor was er alleen maar sprake van afbeeldingen van producten. Tevens worden de advertenties groter, waardoor er minder ruimte voor verschillende adverteerders is.

27 SEPTEMBER 1929. 11

*Een stap verder!*

De techniek staat niet stil en na lang zoeken zijn bekwaame ingenieurs er in geslaagd een geruischlozen electromotor te ontwerpen in combinatie met een draaiende schijf, waardoor Uw radio-toestel ook als gramfoon is te gebruiken. De weergave vindt plaats door den luidspreker.

**RADIO N. S. F. BRENGT THANS  
de ELGRAFOON**

Dit eenvoudig apparaat draait met regelbare snelheid de grammofoonplaten en schakelt zich automatisch uit. Het is op het wisselstroomnet direct aansluitbaar. Het gebruik van den Philips' Electrischen Gramfoon-opnemer is aan te bevelen.

Prijs der Elgrafoon, type 1000, inclusief Philips' Electrischen Gramfoonopnemer **f 94.50**  
Levering uitsluitend via den handel.

**N.V. Nederlandsche Seintoestellen Fabrik  
HILVERSUM**

Hooft de **N. S. F. 4** bij onze Agenten  
en in de N.S.F. Showroom, KALVERSTRAAT 121, AMSTERDAM  
BREESTRAAT 26, LEIDEN

4 Radio georiënteerde reclame d.d. 27-9-1929

Op 26 april 1929 is er sprake van een bijzondere situatie: hier wordt een vrouw direct aan de techniek van de radio gekoppeld, en wordt gevraagd of zij ook een dansje in de woonkamer wil kunnen maken. Om dit te kunnen doen is dan wel een radio nodig. In de steekproef is dit de enige keer dat dit gebeurt. Om te kunnen stellen of hier echt sprake is van een trend of ontwikkeling dient er verder, specifiek onderzoek gepleegd te worden.



S.v.p. duidelijke invulpen op het...



*Wat is het gezellig...*

zoo af en toe een dansje te kunnen maken in de huiskamer! Maar zorgt U dan in de allereerste plaats voor goede ontvangst. De frontplaat, dat is een belangrijk onderdeel, laat die in orde zijn. Neemt het allerbeste: een „RULITE“-FRONTPLAAT. Laat Uw winkelier de goede eigenschappen eens opsommen, maar let op het merk: „RULITE“.

**RULITE-FRONTPLATEN**

**RADIO-FRONTPLATENFABRIEK W.A. RUDER AMSTERDAM C**

OP AANVRAGE GRATIS PRIJSCOURANT TELEFOON 44238

LANDSGRACHT 12 IN NED. INDIE DIRECT LEVERBAAR DOOR „RADIO-HOLLAND“ ZUIDERWEG-TANDJONG PRIOK - JAVA

5 Dansadvertentie d.d. 26-4-1929

Toch wordt er wel met grote regelmaat verwezen naar de huiselijkheid van de radio, zoals op 27 september 1929, wanneer verwezen wordt naar de 'intimiteit van de huiskamer' met de 'Radio Schemerlamp'.

27 SEPTEMBER 1929

ANDRÉ MAANDEDE

**RADIO SCHEMERLAMP**



Verhoogt door haar gezellig schijnsel de intimiteit van uw huiskamer, als U in het behagelijk schemerwurtje van radio muziek gerijet. Deze lamp kan op elk toestel worden geplaatst en vormt daarmee een smaakvol geheel.

PRYS COMPLEET MET SNOER EN STEKKER 79.75

VERKRYGBAAR IN ALLE GOEDE ELECTROTECHNISCHE BUREAUX EN RADIO-EN LUKE-ZAKEN

Voor En gros uitsluitend FRAAU & KORPER, Singel 142A A'dam, Tel. 35805

6 Radio Schemerlamp d.d. 27-9-1929

Dit is de enige advertentie in de steekproef waarin hier specifiek naar verwezen wordt, maar verder verwijzen theelichtjes, Sinterklaascadeaus en meubelfabrikanten ook naar de huiskamer en de daarbij behorende gezelligheid, zoals Myriam Daru ook aangeeft.<sup>82</sup>

Ook is er een trend te zien in de manier waarop mensen worden aangesproken in de advertenties. Waar er eerst sprake is van een afbeelding met een slogan waarom het product gekocht moet worden, is er vanaf 1931 sprake van een meer persoonlijke benadering. In de editie van 5 februari 1932 wordt er een gesprek tussen twee vrouwen gesimuleerd: 'Zoo' en heb je een woning? Wie meubileert je?' Wederom richt de advertentie zich op vrouwen en huiselijkheid.

<sup>82</sup> Ruth Oldenziel en Carolien Bouw "Huisvrouwen, hun strategieën en apparaten 1898-1998" In: *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998*, red. Carolien Bouw en Ruth Oldenziel (Nijmegen: Sun, 1998), 23



7 'woning'advertentie d.d. 5-2-1932

## 5.2 Analyse artikelen

Om de manier waarop de Radiobode de radio bij de luisteraar introduceert te kunnen bepalen, kijk ik naar de (hoofd)redactionele artikelen die in de Radiobode geschreven zijn. In dit deel van de analyse kijk ik alleen naar de teksten die specifiek over radio gaan. Opvallend is dat dit steeds minder voorkomt richting het einde van de onderzoeksperiode. Zoals in het historische kader is verwoord, wordt het medium steeds meer ingeburgerd.

In de eerste editie van 1 juni 1927 wordt er vooral over de AVRO gesproken. Toch wordt er ook over het medium zelf gesproken. In 'De poëzie van het "zoeken"' wordt de nieuwe luisteraar aangesproken en geholpen in zijn keuze voor de juiste radio en distributiemethode. Deze nieuwe luisteraars worden zelfs als 'hulpeloos' gezien. Verder wordt er uitleg gegeven over prijzen en de juiste afstelling van de radio. De AVRO werpt zich hier op als beschermer van de nieuwe luisteraar. Ook wordt er gesproken over de ruimte waarin de radio moet staan, dit moet bij het raam zijn. Hier wordt echter niet gesproken over de huiskamer of gezelligheid

Op 28 september 1928 schrijft H.G. Cannegieter dat 'het nieuwtje nu reeds van deze belangrijke uitvinding af is', maar dat er nog velen zijn die met tegenzin tegenover de radio staan. Hij wil deze standpunten bekijken en weerleggen. Hij meent dat de kritiek vooral uit intellectuele, culturele hoek komt. De voornaamste kritiek is dat radiomet meer lichtvoetige media als de bioscoop en sensatiepers wordt vergeleken. Ook spreekt Cannegieter over dat radio goed is voor de ontwikkeling en dat de kritiek vooral afkomstig is van mensen die klassiek denken. Cannegieter spreekt hier waarschijnlijk over meer traditioneel denkende mensen, die het nieuwe medium als een gevaar zien. Ondanks dat Cannegieter niet per se over een veiligheidselement met betrekking tot radio spreekt, geeft hij wel aan dat het een modern middel is, dat bij de tijd hoort. Hij zet hierin de radio neer als een vernieuwer.

Op 26 april 1929 spreekt Willem Vogt over 'wilde Centrale-houders' die aan radiodistributie doen. Dit ziet hij, ondanks dat zij ook het recht om te distribueren hebben, als een gevaar. De AVRO houdt zicht namelijk aan de regels die door de Overheid zijn opgesteld. De AVRO en de Overheid worden hier neergezet als verdedigers, die bijdragen aan de veiligheid van het medium (en daardoor ook de luisteraar). Verderop wordt er door Max Tak gesproken over een zaak van een bandleider bij de BBC die openlijk ruzie maakt op de radio. Hier heeft hij geen goed woord voor over en hij benadrukt dat dit soort zaken niet op de radio thuishoren. Hierin wordt de omroep weer als verdediger van de luisteraar neergezet.

Op 7 augustus 1931 wordt er gesproken over het uitzenden van voetbalwedstrijden en de strijd die daarover bestaat met de KNVB. Weer wordt er benadrukt dat de rechten het beste bij de AVRO kunnen worden ondergebracht, omdat dat het beste zou zijn. In 'Vlucht naar den Draad?' in de editie van 5 februari 1932 verwijst Willem Vogt vooral naar een politieke strijd waar ik in de volgende analyse op terug zal komen. Hij spreekt ook over de 'toovermacht van die techniek' (radio), maar verwijst

vooral naar de kwart miljoen mensen die ook naar de radio luisteren. Hiermee impliceert hij dat als heel veel mensen het doen, het veilig is. Verderop in de tekst spreekt hij over de grondstof van de radio-centrale. Dat is thuis, de privésfeer, deze centrales zijn 'gedoemd om te bloeien, ze kunnen niet anders.' Dit is een opvallend element: er ontstaat een spanning tussen de massa en thuis (waar de familie is).

In 1932 start de Radiobode met een nieuwe rubriek; 'Nieuwtjes uit AVRO's gezinskring. Hier staan allerlei berichten in over belangrijke gebeurtenissen van de AVRO en de AVRO leden. In de editie van 7 oktober 1932 staat ook een verhandeling met Sinterklaas, die cadeautjes mee zal nemen voor de AVRO kindjes. De Goedheiligman is een beschermer van de kinderen, en door deze link te leggen, legt de AVRO deze beschermingsrol ook bij zichzelf neer. In dezelfde editie wordt de mening van de luisteraars over een moreel vraagstuk gevraagd. Hier valt weliswaar een prijs mee te winnen, maar er wordt actief om terugkoppeling en interactie met de lezers/luisteraars gevraagd. Ondanks dat ze hiermee niet actief het medium beïnvloeden, is er wel sprake van domesticatie, ook door de huiselijke afbeeldingen die erbij staan.

Op 6 januari 1933 wordt er over het hoorspel gesproken en welke inhoudelijke lijn hierbij het beste is, een onafhankelijke of een literaire. Aan het einde van het artikel wordt er gesproken over dat de boodschap die de radio uitzendt van zo'n kracht kan zijn, dat de radio 'een uiterst machtig propagandamiddel voor elk doel' kan zijn. Voor het eerst wordt een potentieel gevaar in de context van de radio genoemd.

In datzelfde jaar, op 21 juli, wordt er extra aandacht besteed aan het tienjarig bestaan van de omroep. Willem Vogt beschrijft hierin de complete ontstaansgeschiedenis van de AVRO. Opvallend hierbij is dat hij het medium radio zelf nauwelijks beschrijft en vooral de nadruk legt op de mensen die de omroep hebben opgericht. In dit artikel zet de AVRO zichzelf neer als deskundig en tegelijkertijd ook als vernieuwend, met bijvoorbeeld een vrijwillig betalingssysteem voor leden.

De Radiobode spreekt zich niet vaak negatief uit over de overheid, alleen in het geval van het Zendtijdenbesluit van 1930. Vaak worden de regels die de overheid opstelt over de inhoud van de programma's gebruikt als 'veiligheid'. Op 16 maart 1934 wordt hier een uitzondering op gemaakt. Het betreft hier een 'nieuwtje uit AVRO's gezinskring'. Een lezer stelt vragen over de afwezigheid van een programma over besloten vennootschappen, waar dit wel ingepland was. Dit is verboden door de minister van Binnenlandse zaken. Voor het eerst wordt de overheid niet neergezet als verdediger, maar als aanvalser van de programmering van de AVRO.

Een ander opvallend element in de artikelen betreft het gender van de luisteraar. Waar de advertenties in de Radiobode zich voornamelijk op het huishouden (het vrouwelijke domein) richten, wordt er in de artikelen weinig specifiek over vrouwen gesproken, zeker als het over het verband met de radio gaat. De luisteraar, ook aangesproken als 'Luistervink', wordt vooral als lezer van het blad en luisteraar van de omroep gezien, waarbij gender geen relevante factor is. Uit de programmering van de zender blijkt echter iets anders, met de speciale rubrieken voor kinderen en vrouwen.

### *5.3 Deelconclusie*

In dit eerste deel van het onderzoek naar de Radiobode heb ik vooral gekeken naar de positionering van de radio en de daarbij behorende subjectposities. Uit de analyse van de advertenties in de Radiobode blijkt dat er sprake is van domesticatie van het medium radio. Het medium wordt als een technisch object in huis gehaald (als hobby of als 'nieuwigheid') en krijgt vervolgens een rol in de privé sfeer. Dit blijkt uit het feit dat het huishouden wordt gekoppeld aan het medium radio. Dit wordt op meerdere manieren benaderd: een meer technische benadering (voor mannen) en een meer vrouwelijke benadering, waarbij er vooral naar de rol van de radio in huis gekeken wordt. Verder sluit de domesticatie ook aan op de theorie over het huishouden

Verder valt op dat de lezer op een meer persoonlijke manier wordt aangesproken. Waar er in 1927 voornamelijk slogans geplaatst worden waarom het product gekocht dient te worden, is dat in 1932 anders. Dan wordt de lezer direct aangesproken.

De discourse analyse die op de redactionele artikelen is uitgevoerd laat zien dat de AVRO zichzelf altijd neerzet als beschermer/ verdediger van het medium radio, maar vooral van de luisteraar. Hierin wordt zij vaak gesteund door de overheid. Als we de subjectposities van Crone overnemen, wordt de overheid als de deskundige neergezet. Op het moment dat er duidelijk sprake is van censuur vanuit

de overheid vervalt dit, en krijgt de overheid de rol van aanvaller. De AVRO spreekt veelvuldig over het 'nieuwe' element van radio, de moderniteit hiervan. De AVRO positioneert zichzelf als 'beschermende vernieuwer', in die zin dat er veelvuldig wordt verwezen naar het vernieuwende element van de radio en het adviseren (en daarmee indirect beschermen) van de luisteraar. Gezien het medium wat onderzocht wordt, is dit niet opmerkelijk: de Radiobode richt zich tenslotte op mensen die al een radio bezitten en niet meer overtuigd hoeven te worden. Ook wordt de grote invloed van het medium vaak benadrukt. Andere zuilen worden, ondanks dat dat wel verwacht was, niet/nauwelijks genoemd in dit discours. Zij zijn geen factor in de veiligheid en het vernieuwende element van het medium, meer in de boodschap en ideologie van de AVRO. Dit is het onderwerp van het tweede discours wat onderzocht is in het volgende hoofdstuk.



## 6. Analyse deelvraag 2

### 6.1 Analyse artikelen

Bij de analyse van de tweede onderzoeksvraag 'Welke verbanden creëerde de Radiobode tussen het liberale gedachtegoed en haar luisteraars?' richt ik mij op 'het vrije denken' en het liberale gedachtegoed. Wat opvalt is dat nergens in de steekproef de term 'verzuiling' of 'zuil' voorkomt. Over andere zuilen wordt er niet gesproken. Wel wordt er, vooral in 1929 en 1930 over de VARA gesproken. Op 27-9-1929 wordt er voor het eerst gesproken over een andere omroep, de VARA. Willem Vogt heeft een hoorspel geschreven, speciaal voor de VARA. Hierbij wordt er met metaforen over de ondergang van het omroepbestel gesproken, wat verwijst naar de herverdeling van de zendtijd die binnen een jaar zal plaatsvinden.

De sterk ideologische lijn die verwacht werd op basis van de historie blijkt niet heel sterk aanwezig te zijn. Wellicht is 1930 is hierin een uitzondering met het 'Zwarte Nummer':<sup>83</sup> het eerste nummer dat verschenen is na het Zendtijdenbesluit. Hierin wordt op diverse manieren het ongenoegen over de zendtijdvermindering geuit: 'de AVRO is geveld'<sup>84</sup>, 'Er is iets ziek in de Nederlandse maatschappij'<sup>85</sup>, en 'afschuwelijk sloperswerk'<sup>86</sup> zijn hier enkele voorbeelden van. Ondanks dat er met veel afschuw over de maatregelen wordt gesproken, waar de minister van Waterstaat Reymer de schuld van krijgt, wordt er inhoudelijk niet gesproken over wat de AVRO bij zijn luisteraars wil bereiken.

Een belangrijk element in de steekproef is de term 'liberaal'. Dit komt slechts 2 maal voor in de steekproef, beiden in dit nummer. In een van de gevallen wordt er gesproken over een dorpschool en de betekenis van het woord 'algemeen'. 'Het woord algemeen betekent nu niet algemeen meer. Het beteekent liberaal of iets anders dat weet ik niet, maar algemeen is nu geen algemeen meer...'<sup>87</sup> Dit is een sterke aanwijzing dat de AVRO zichzelf als niet liberaal beschouwd, maar als algemeen. Dit komt wél overeen met het mission statement zoals de AVRO dit zelf in het eerste nummer heeft geplaatst, radio moet voor iedereen beschikbaar zijn, ongeacht zijn/haar religie of andere voorkeur. Toch is dit zeer opvallend gezien de historie. Ondanks dat de liberale zuil geen zuil wilde zijn, werden zij toch als zodanig beschouwd. Dit spreekt ook de constatering van Hortensius tegen, die stelt dat de zuil op dat moment de belangrijkste factor was. In het gehele 'Zwarte Nummer' wordt er negatief gesproken over de Minister van Waterstaat. Waar in het vorige hoofdstuk de overheid nog als adviseur/deskundige werd gezien, worden zij hier als aanvaller van niet alleen de zendtijd van de AVRO, maar als aanvaller van alle Luistervinken neergezet. De AVRO plaatst zichzelf meer in een verdedigende rol. Waar er in het vorige hoofdstuk weinig aanleiding was om de radio te verdedigen, er was immers geen aanval, doet de AVRO dat wel ten opzichte van zichzelf en haar luisteraars. Ook de VARA wordt als een van de schuldigen aangewezen. Waar de KRO en NCRV ook van grote invloed zijn geweest op het besluit van de minister wordt de schuld voornamelijk bij de VARA neergelegd. Er is eenmaal een uitzondering: 'de VARA liet niet na voor de begeerde tegenstelling de AVRO voor te stellen als liberaal of kapitalistisch, een voor het doel even gebruikelijk wapen als de Rooms-Katholieken ook tegen de AVRO hanteerden in hun vreesaanjaging voor de niet met een partijkleur geschilderde fuik, waarin onnoozelen zouden kunnen worden gevangen.'<sup>88</sup> Ook de Rooms-katholieken van de KRO worden ervan beschuldigd de AVRO te hebben 'belasterd'. Er zijn in de communicatie rondom het Zendtijdenbesluit en de visie van de AVRO eigenlijk maar twee belangrijke subjectposities te ontwaren: de aanvallers (van de AVRO), bestaande uit de andere omroepen maar met name de VARA en de overheid, in de persoon van de minister van Waterstaat. De AVRO plaatst zichzelf hier als slachtoffer en plaatst zijn lezers in een bijzondere rol. In het 'Zwarte Nummer' worden ook veel ingezonden brieven geplaatst, met steunboodschappen voor de AVRO. De AVRO gebruikt deze luisteraars als het ware als adviseurs en deskundigen om hun positie als slachtoffer te bevestigen. Waar in 1931 niet meer specifiek over het Zendtijdenbesluit wordt gesproken, gebeurt dat in 1932 opeens weer wel. Op 5 februari 1932 hoopt men op inkeer van de regering. Hier wordt opeens het doel van de AVRO weer benoemd: een eigen zender, uitzendend gedurende de hele week.<sup>89</sup>

---

<sup>83</sup> Radiobode d.d. 23-5-1930

<sup>84</sup> Ibidem, 3

<sup>85</sup> Ibidem, 3

<sup>86</sup> Ibidem, 4

<sup>87</sup> Ibidem, 8

<sup>88</sup> Ibidem, 16

<sup>89</sup> Radiobode 5 februari 1932, 3

Wederom wordt er inhoudelijk weinig vermeld. De AVRO lijkt te verzanden in het ageren tegen de gevolgen van het Zendtijdenbesluit en meldt niets meer over een eigen inhoudelijke, ideologische visie. Zoals te zien is in de grafiek van het hoofdstuk 'methode' neemt ook het totale aantal inhoudelijke artikelen af. Het lijkt wel alsof men berust in het verlies van de Zendtijd. Hier laat de AVRO zijn rol als beschermer van de luisteraar een beetje los. Ook zijn de 'vijanden' minder sterk in beeld. Zoals verwacht lijkt de rust inderdaad wedergekeerd in 1934.

Er vindt in plaats van een sterk ideologische lijn wel een andere tactiek plaats in de communicatie van de AVRO naar zijn luisteraars. Er wordt in vrijwel ieder artikel verwezen naar de groep: de lezers, de luisteraars, de familie. Op 1 juni 1927, de introductie-editie van het blad spreekt Baron Tindal de 'luistervinken' toe. Deze term gebruikt hij als aanspreekvorm. Hiermee creëert hij een groep. Dit gebeurt ook later in de tekst waar hij spreekt over 'ons blad'. Wederom wekt hij hierbij de indruk deel uit te maken van een groep, waar anderen (lees: andere zuilen) niet bij horen. Deze gemeenschapszin blijkt ook uit het gedicht uit zelfde editie genaamd 'broederzin'. Wederom wordt er een groep gecreëerd. Vanaf 1929 is hierin een ontwikkeling te zien; de oproepen worden steeds grootser en beeldender geplaatst.



#### 8 Oproep d.d. 26-4-1929

Een belangrijk punt waaraan te zien is hoe de AVRO zijn band met zijn luisteraars graag ziet, komt uit het jubileumnummer van 6 januari 1933. In de nieuwjaarswens wordt Willem Vogt als vader genoemd. Antoinet van Dijk, die verantwoordelijk was voor de kinderrubriek, wordt neergezet als tante. Alle mensen die werkzaam zijn bij de AVRO worden neergezet als familie en de 'Luistervinken' maken daar een belangrijk deel van uit. De AVRO creëert hiermee een eenheid onder de luisteraars en plaatst zichzelf hiermee metaforisch in het huis. Immers, thuis bij de radio was ook een familie. Door dit zeer bekende plaatje vaak bij de luisteraars voor te schotelen en in de programmering rekening te houden met alle leden van het gezin werd dit versterkt.

## 6.2 Deelconclusie

Hoewel er aan de hand van de historie verwacht zou mogen worden dat de AVRO zichzelf zeer sterk neerzet, lijkt dit niet het geval te zijn. De verzuiling dringt zeker wel door bij de omroep, maar dat wordt niet als dusdanig benoemd. De AVRO ziet zichzelf niet als liberaal, acht het in sommige situaties zelfs een scheldwoord, en ziet zichzelf als algemeen. Toch wordt er niet zo zeer over de inhoudelijke kant van de omroep gesproken, zoals bijvoorbeeld een ideologie. De voornaamste positionering van de AVRO vindt plaats in het 'mission statement' uit de eerste editie, waarin ze aangeven voor iedereen open te staan. Toch lijkt dat niet helemaal het geval te zijn, althans niet rond en na het Zendtijdenbesluit. Met name de VARA moet het ontgelden, evenals de overheid. Als het op haar luisteraars aankomt, positioneert de AVRO zichzelf als beschermer van de luisteraar. Wanneer de zendtijd, het middel om het werk naar de luisteraar te kunnen doen, in gevaar komt, verplaatst de AVRO zich dan ook in een slachtofferpositie en gebruikt zij de leden om deze positie te bevestigen.

Waar verwacht werd dat de ideologie het bindende middel binnen de AVRO zou zijn, blijkt dat de AVRO voor een andere tactiek kiest. Ze creëert een groepsgevoel buiten de zuil om, binnen de groep van luisteraars. Deze luisteraars kunnen volgens de basisprincipes van de AVRO uit alle zuilen afkomstig zijn, maar dit wordt verder niet heel specifiek benoemd. Wie wél specifiek benoemd worden zijn de leden van het gezin. De AVRO brengt zichzelf 'aan de man' als onderdeel van de familie. Anders gesteld: alle luisteraars maken deel uit van de familie van de AVRO. Dit lijkt de tactiek te zijn om luisteraars en lezers aan zich te binden. Uiteraard dient deze stelling verder uitgediept te worden in andere onderzoeken.

## 7. Conclusie

Aan het begin van dit onderzoek werden we geconfronteerd met verschillende schijnbare tegenstellingen op het gebied van radio en de introductie hiervan in Nederland. Het was een massamedium, maar drong door in de privé sfeer: het geluid van de radio werd voornamelijk als achtergrondgeluid gebruikt; een omroep die nationaal wilde zijn maar tegelijkertijd zijn luisteraars toestond om naar andere zenders te luisteren; een zuil die geen zuil wilde zijn, maar zich wel als zodanig gedroeg en een Radioblad dat over een ander medium schreef. Al deze tegenstellingen waren de aanloop naar de onderzoeksvraag over hoe de Radiobode de denkbeelden van de AVRO over radio en de samenleving representeerde. Die onderzoeksvraag is opgedeeld in twee deelvragen. Welke relatie wordt er door de Radiobode geportretteerd tussen het nieuwe medium radio en de luisteraars en welke verbanden creëerde de Radiobode tussen de luisteraars en het liberale gedachtegoed.

Hiervoor heb ik eerst gekeken naar de historische factoren die hierop van invloed waren; de verzuiling, de opkomst van de radio en de oprichting van de AVRO. Aan de hand van theorie over domesticatie van een medium, waarbij het medium betekenis krijgt door de manier en acceptatie in het huishouden, en hoe huishoudelijke artikelen niet alleen een technische maar vooral ook een sociale verandering tot gevolg hadden, is er een theoretisch kader geschapen. Hierbij was het nog wel noodzakelijk om de rol van de gids te bepalen. Dit is immers het onderzoeksobject. De gids fungeert als 'verkoper' van het medium radio en de programmering. Hij kondigt aan en maakt de mensen lekker om naar de radio te luisteren. Aan de hand van een discourse analyse is er een steekproef van edities van de Radiobode onderzocht, met beide deelvragen als leidende visie. Aan de hand hiervan konden er subjectposities bepaald worden.

Op het gebied van radio koppelden de advertenties het technische medium aan het huishouden; er werden naar verhouding steeds meer huishoudelijke reclames geplaatst. Ook krijgt de vrouw een steeds belangrijkere rol in de advertenties, en wordt ze zelfs visueel gebruikt in radio georiënteerde reclames. De artikelen zetten de AVRO neer als een beschermer van de luisteraars, maar vermelden hier weinig huiselijkheid bij. De AVRO zet zichzelf hier neer als 'beschermende vernieuwer'.

De tweede deelvraag bleek een stuk moeilijker te beantwoorden. Waar er aan de hand van de literatuur een redelijk ideologische (liberale) lijn verwacht zou worden, blijkt dit niet het geval. Er is, behalve in de eerste editie van de Radiobode, weinig sprake van een ideologie. Toch is dit eigenlijk niet wonderlijk: de zuil wilde immers zelf ook geen zuil zijn. Op het moment dat de zendtijd van de AVRO sterk wordt ingeperkt, plaatst de AVRO zichzelf in een slachtoffer positie en gebruikt de luisteraars als bewijs hiervoor. Wél wordt er op een andere manier saamhorigheid gecreëerd: er wordt een groep gecreëerd, de Luistervinken, die continu aangesproken wordt. Door zichzelf neer te zetten als familie, zoals in de nieuwjaarswens gebeurt, scheidt de AVRO een bekend kader. De familie zit immers thuis ook naar de radio te luisteren. Willem Vogt werd hierbij als vader neergezet.

Er is geen eenduidig, allesomvattend antwoord mogelijk op de onderzoeksvraag, niet op basis van dit corpus. Wél heeft de Radiobode diverse aanwijzingen gegeven over de beantwoording hiervan. Door de domesticatie van het medium die uit de advertenties en de kijk van de AVRO op radio blijkt, komt het medium binnen in de huiskamer. De advertenties koppelen dit aan elkaar. Door zichzelf als beschermer van de luisteraar neer te zetten, neemt de AVRO een wat vaderlijke rol op zich. De AVRO spiegelt zich als het ware aan de luisterende families thuis en doet hiermee iets waar een andere omroep later alleen maar van kan dromen: het creëren van de grootste familie van Nederland.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> De ironie wil dat deze twee omroepen recentelijk zijn gefuseerd tot AVROTROS.

## 8. Literatuurlijst

- Bouw, Carolien en Ruth Oldenziel *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998* Nijmegen: Sun, 1998
- Crone, Vincent, *De Kwetsbare Kijker – een culturele geschiedenis van televisie in Nederland*, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007
- Daru, Myriam “Technologie aan tafel” In: *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998*, red. Carolien Bouw en Ruth Oldenziel, Nijmegen: Sun, 1998, 175-196
- Dijkstra, Kees-Jan, *Verborgen verhoudingen: Liberale politiek en journalistiek, met name het Algemeen handelsblad en de Nieuwe Rotterdamsche Courant (1918-1968)*, Groningen: Rijksuniversiteit Groningen, 1998
- Hortensius, Charlotte, “Relatie tussen omroepgids en lezer. De VPRO gids als boundary object tussen verschillende velden in een veranderend medialandschap.” Masterscriptie, Universiteit Utrecht, 2012
- Jong, Bas, de “Grensoverschrijvend en gelijktijdig – Radio en de arbeidersbeweging in het interbellum” in *Identiteitspolitiek – media en de constructie van gemeenschapsgevoel*. Red. Marcel Broersma en Joop W. Koopmans, Hilversum: Uitgeverij Verloren, 2010
- Knulst, Wim “Omroep en Publiek” In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijfjes, Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994, 301-337
- Lacey Kate, *Feminine Frequencies: Gender, German Radio, and the Public Sphere, 1923-1945*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996
- Lacey, Kate “Towards a periodization of listening – radio and modern life” *International journal of Cultural Studies* 3 (2), 2000, 279-288
- Lans, Jos van der en Herman Vuijsje *Lage landen, hoge sprongen: Nederland in de twintigste eeuw*, Amsterdam: Inmerc, 2003
- Lister, Martin et al, *New Media: a critical introduction*, Londen en New York: Routledge, 2003
- Livingstone, Sonia “The meaning of domestic technologies” In *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, ed. Roger Silverstone en Eric Hirsch, Londen/New York: Routledge, 1994, 113-130
- Melching, Willem, “Radio 1910-1930: van zendmast tot zuil” in: *Bericht uit 1929 – het veelzijdige gezicht van de Nederlandse samenleving ten tijde van de oprichting van het PTT Museum*, red. A. Jespers, 's Gravenhage: Stichting het Nederlandse PTT Museum, 1989
- Moore, Shaun *Media and Everyday Life in Modern Society*, Edinburgh University Press LTD, 2000
- Oldenziel, Ruth en Carolien Bouw “Huisvrouwen, hun strategieën en apparaten 1898-1998” In: *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998*, red. Carolien Bouw en Ruth Oldenziel, Nijmegen: Sun, 1998, 9-31
- Scannell, Paddy en David Cardiff *A Social History of British Broadcasting – volume 1 1922-1939: Serving the Nation*, Oxford: Basil Blackwell, 1991
- Schmal, Henk et al, *Nederland in de Twintigste Eeuw*, Utrecht: Stichting Educatieve Omroep Nederland, 1995
- Sterk, René, “Het wervende woord – de bewogen geschiedenis van de vaderlandse omroep” In: *Media in Nederland*, red. Jo Bardoel en Jan Bierhoff, Groningen: Wolters Noordhoff, 1987
- Strathern, Marilyn “The Mirror of Technology” In *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, ed. Roger Silverstone en Eric Hirsch, Londen/New York: Routledge, 1994

Versluis, Jaap, "Die wonderlijke media – Het Gereformeerde Volksdeel en de introductie van film, radio en televisie", Doctoraalscriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam, 1991

Weinberg, Darin *Contemporary Social Constructionism*, Philadelphia: Temple University Press, 2014

Wielenga, Friso *Nederland in de Twintigste Eeuw*, Amsterdam: Boom, 2009

Wijffjes, Huub *Radio onder restricties. Overheidsbemoediening met radioprogramma's 1919-1941* Amsterdam, 1988

Wijffjes, Huub "Het Radiotijdperk 1919-1960" In: *Omroep in Nederland*, Red. Huub Wijffjes, Zwolle: Waanders Uitgeverij, 1994

Wijffjes, Huub "Radio als Stemningsregelaar" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw, Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012, 192-229

Wijffjes, Huub "Veelkleurige Radiogemeenschappen In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw, Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012, 58-103

Wijffjes, Huub en Bert Hogenkamp "De Dageraad van de eeuw van beeld en geluid" In: *Een eeuw van Beeld en Geluid*, red. Huub Wijffjes, Bert Hogenkamp en Sonja de Leeuw, Hilversum: Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012, 18-58

Wilke, Margrith "Kennis en kunde" In: *Schoon genoeg – Huisvrouwen en Huishoudtechnologie in Nederland 1898-1998*, red. Carolien Bouw en Ruth Oldenziel, Nijmegen: Sun, 1998, 59-90

Wit, Onno de, "Radio tussen verzuiling en individualisering" in *Techniek in Nederland in de Twintigste Eeuw: Deel V Transport en Communicatie*, ed Johan Schot en Onno de Wit, Eindhoven: Stichting Historie der Techniek, 2002, 208-211

Zoonen, Liesbeth van en Jan Wieten 'It wasn't exactly a miracle – the arrival of television in Dutch family life' *Media Culture & Society*, vol. 16, no 4, 1994

## Overige bronnen

Radiobode, beschikbaar bij het Instituut voor Beeld en Geluid te Hilversum.

| Jaartal | Jaargang | Datum      | Editie |
|---------|----------|------------|--------|
| 1927    | 1        | 1-6-1927   | 1      |
| 1927    | 1        | 5-6-1927   | 2      |
| 1928    | 1        | 6-1-1928   | 1      |
| 1928    | 1        | 28-9-1928  | 39     |
| 1929    | 2        | 26-4-1929  | 17     |
| 1929    | 2        | 27-9-1929  | 39     |
| 1930    | 3        | 23-5-1930  | 21     |
| 1930    | 3        | 14-11-1930 | 46     |
| 1931    | 4        | 7-8-1931   | 32     |
| 1931    | 4        | 18-12-1931 | 51     |
| 1932    | 5        | 5-2-1932   | 6      |
| 1932    | 5        | 7-10-1932  | 41     |
| 1933    | 6        | 6-1-1933   | 1      |
| 1933    | 6        | 21-7-1933  | 29     |
| 1934    | 7        | 16-3-1934  | 11     |
| 1934    | 7        | 13-7-1934  | 28     |



9. Vergrote weergave afbeeldingen

22
11 NOVEMBER 1933



## Nina

Is een nieuwe bebouwen met lijn vulling. De sierlijke vorm maakt haar tot 'n opvallende verschijning in de collectie bebouwen van

# RINGERS

*Let op den naam!*

### Tafellaken Cadeau!

Na de export naar Indië stil ligt, verkopen wij direct aan particulieren tegen fabrieksprijzen!

|                    |            |         |           |          |
|--------------------|------------|---------|-----------|----------|
| Flanel . . .       | 70 cm. br. | 4.48 f. | 3.36 een. | per 20 m |
| Gradlaken 55 " " " | 2.50       | 4.20    | " "       | 21 "     |
| " " " "            | 1.60       | 11.70   | 18.20     | " "      |
| Shirting . . .     | 80 " " "   | 4.75    | 6.45      | " "      |

termalinen tot 245 cm. breed. Verder Tafelgoed, doeken, wollen flanel, pyramidaal en Wollen Dekens, Bij een order van f. 25 - geven wij een prima Tafellaken cadeau.

Vraagt gratis monsters met Prijzenkaart.

**H. J. KUIPERS & Co., HENGLO (O)**  
Twentsche Witgoederen Industrie

### VERKADE'S WAXINE THEELICHT



**Houdt Uw thee heerlijk warm,  
Maakt Uw thee tafel zoo gezellig**



**DRAAISMA VAN  
VALLENSBURG'S  
L'IMPETRAAN-  
LEEUWARDERDE**

Snelheid  
Verkrijkt voor de 4 vroegen  
41,61 cm. dia. 20 m. m. met  
gel voor zoms met f. 2,75.  
Onder toezicht door geheel  
Nederl. med.

**E. Z. Houtland**  
Tellenstr. 73 A' den W Tel. 5127



**ISCHT DIT MERK**  
WITTE KAT

Zeg altijd eerst  
**WITTE KAT**  
als U een batterij koopt



### Jongens, bouwt dit schitterende vliegtuig! En honderden andere modellen met Meccano

Wie leeft er nooit ijdel op als een Meccano jongen. Hij heeft echt begopen en zijn speelschap is een echte weerga.

Wanneer hij een model van een vliegtuig, een kruiser, een brug of een locomotief wil bouwen, dan heeft hij er een vliegtuig. Altes wat hij speelt heeft, ook hij zelf met zijn vliegtuig, locomotief, kruiser en motor, kan hij er een heel andere weerga bouwen met zijn Meccano. Het bouwende vliegtuig is slechts een van de duizenden modellen die met Meccano gemaakt kunnen worden. Er bestaat een heel veel plezier en vermaak voor de jongen die een Meccano doet doen.

**LET OP HET FRANSIJSK MERK "MECCANO" OP DE COERTSEN.**

**GRATIS VOOR JONGENS!**  
Het mooie Meccano boek! Het staat vol met prachtige afbeeldingen van vliegtuigen, locomotieven, kruisvaarders van Meccano, locomotieven van de beroemde Hornby Triplex, vliegtuigen door Meccano Ltd. Om deze voor gratis te krijgen moet men een gratis aanvraagformulier invullen en het naar de Meccano Ltd. verzenden van drie van zijn vrienden. Zeg dan dat hij met zijn vriend schrijft en het boek zo vóór de 15 dagen zal.

Voor export  
**HAUSEMANN & HÖTTE (AG. AG.)** Kronenboomstr. 59  
AMSTERDAM

# MECCANO

MECCANO LTD. - LIVERPOOL - ENGLAND



**ASTRAKAN FROTTE**

**WEVEN  
IN EIGEN HUIS  
MET  
ASTRAKAN  
FROTTE**

EERST EN VOORST  
DIE WERELD WEEFT  
MAAKT HET ARTSILK  
WETAPPARAAT



**N.V. ARTSILK - BREDA**





Een stap verder!

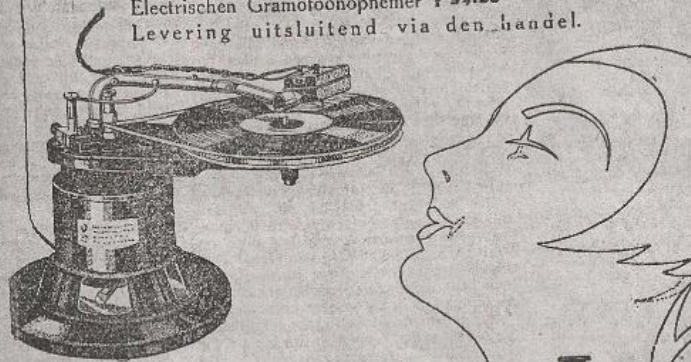


De techniek staat niet stil en na lang zoeken zijn bekwame ingenieurs er in geslaagd een geruischloozen electromotor te ontwerpen in combinatie met een draaiende schijf, waardoor Uw radio-toestel ook als gramfoon is te gebruiken. De weergave vindt plaats door den luidspreker.

RADIO N. S. F. BRENGT THANS  
de ELGRAFOON

Dit eenvoudig apparaat draait met regelbare snelheid de gramfoonplaten en schakelt zich automatisch uit. Het is op het wisselstroomnet direct aansluitbaar. Het gebruik van den Philips Electricischen Gramfoon-opnemer is aan te bevelen.

Prijs der Elgrafoon, type 1000, inclusief Philips  
Electricischen Gramfoon-opnemer f 94.50  
Levering uitsluitend via den handel.



N.V. Nederlandsche Seintoestellen Fabrik  
HILVERSUM

Hoort de **N. S. F. 4** bij onze Agenten  
en in de N.S.F. Showroom, KALVERSTRAAT 121, AMSTERDAM  
BREESTRAAT 26, LEIDEN





### Wat is het gezellig...

zoo af en toe een dansje te kunnen maken in de huiskamer! Maar zorgt U dan in de allereerste plaats voor goede ontvangst. De frontplaat, dat is een belangrijk onderdeel, laat die in orde zijn. Neemt het allerbeste: een „RULITE“-FRONTPLAAT. Laat Uw winkelier de goede eigenschappen eens opsommen, maar let op het merk: „RULITE“.

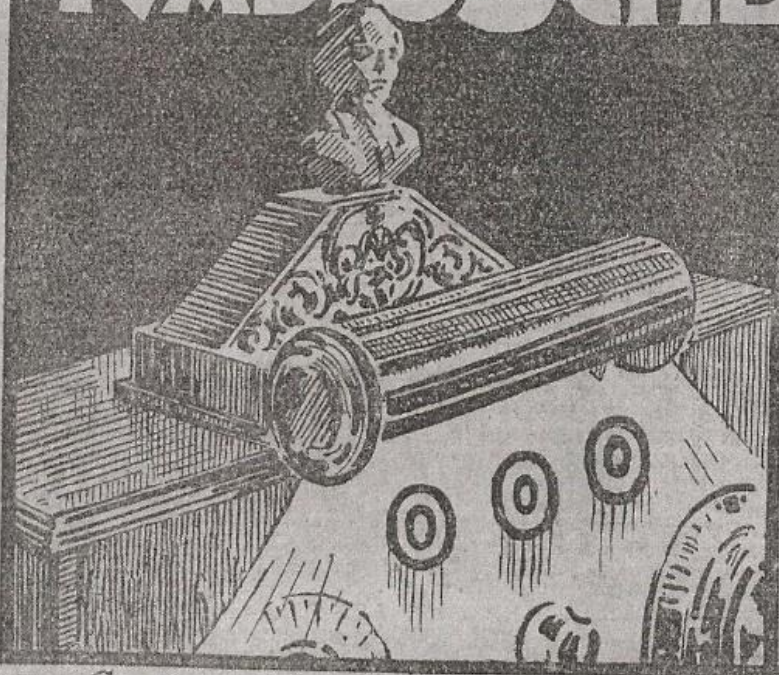
## RULITE-FRONTPLATEN

**RADIO-FRONTPLATENFABRIEK W.A. RUDER AMSTERDAM C**  
OP AANVRAGE GRATIS PRIJSCOURANT TELEFOON 44238  
LANDSGRACHT 12 IN NED. INDIE DIRECT LEVERBAAR DOOR „RADIO-HOLLAND“ ZUIDERWEG-TANDJONG PRIOK - JAVA



ANDRE VAN NEDDEN

# AVRO RADIO SCHEMERLAMP



verhoogt door haar gezellig schijnsel de intimiteit van uw huiskamer, als U in het behagelijk schemeruwrtje van radio-muziek geniet. Deze lamp kan op elk toestel worden geplaatst en vormt daarmee een smaakvol geheel.

**PRYS** COMPLEET MET SNOER EN STEKKER **ƒ 9.75**  
VERKRYGBAAR IN ALLE GOEDE ELECTROTECHNISCHE BUREAUX EN RADIO- EN LUXE-ZAKEN

voor En gros uitsluitend **FRAAU & KORPER**, Singel 424 A'dam, Tel. 35805





Zoo, en heb je een woning?  
Wie meubeleert je?

Oh, dat doe ik zelf, ik koop daar waar ik de fraaiste vormen zie, de mooiste stoffen en de „laagste prijzen“.

Niet zoo moeilijk!

Toch wel, het wemelt van „meubelzaken“, - maar wie zijn er tevens „fabrikanten“ bij? En toch moet een meubelzaak een fabriek hebben wil je een waarborg hebben voor fraaie afwerking en soliditeit.

En „t' Woonhuys“ dan! Die heeft er nog een oerde eigenschap bij: „lage prijzen“.

Zifkamer compleet F. 735.-  
Eetkamer compleet F. 575.-  
Slaapkamer compleet F. 590.-

Voor betere meubelen:

**N.V. 't WOONHUYS**

LEIDSCHESTRAAT 73  
PRINSENGRACHT 709-713

**AMSTERDAM**



NEDERLANDERS, SLUIT U BIJ ONS AAN!

TEEMENT HET AVRO-PETITIONNEMENT



*Duizenden der ons getrouwen  
 Voegen zich nog elken dag  
 Bij de onafzienbare schare  
 Achter onze AVRO-vlag.*



ANDRÉ VLAANDEREN?

## Bijlage 1

### Totaaloverzicht advertenties

| Jaargang | Datum      | Totaal | Inhoud o.a.                                                                                       |
|----------|------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | 1-6-1927   | 25     | Overnachtingen Scheveningen, boekjes met operateksten, jazzband, rookartikelen, naaiartikelen     |
| 1        | 5-6-1927   | 18     | Schrijfmachines, AVRO oproepen en inschrijvingen, radiolampen                                     |
| 1        | 6-1-1928   | 40     | theelichten, pilot radio onderdelen, koek, rookwaar                                               |
| 1        | 28-9-1928  | 52     | vulpennen, opbergkasten, taalcursussen, koeken                                                    |
| 2        | 26-4-1929  | 50     | motorolie, TBC loterij, kattenvoer, auto (Citroën), stofzuigers                                   |
| 2        | 27-9-1929  | 56     | Europees Cabaret, Nederlandsche Seintoestellen Fabriek, lamp, naaicursus, AVRO talencursus        |
| 3        | 23-5-1930  | 22     | Fijnregelknop, stofzuiger, korsetten, golf-onduleerkam, aspirine tabletten                        |
| 3        | 14-11-1930 | 32     | AVRO sigaren, boorden, kinderschoenen, speelgoedvliegtuigen, Sint Nicolaascadeaus                 |
| 4        | 7-8-1931   | 22     | weckpotten, levensverzekering, Heineken, aanmeldingen AVRO, Peek & Cloppenburg                    |
| 4        | 18-12-1931 | 39     | Skipakken, uitzet (trouwkoets), stofzuiger, ouderenverzekering, viooltjes, Philips, fijnregelknop |
| 5        | 5-2-1932   | 26     | Amsterdam crisiscomité, Engelse producten, naaien/weven, linnenkast, Encyclopaedia Britannica     |
| 5        | 7-10-1932  | 22     | Monogram op uitzet, bonbons, sigaretten, omslaghoes Radiobode, naaimachines                       |
| 6        | 6-1-1933   | 19     | peroxide witte tanden, boekenseries, make-up                                                      |
| 6        | 21-7-1933  | 12     | sigaren, antislipbanden, emaille pannen, chocola                                                  |
| 7        | 16-3-1934  | 31     | King Pepermunt, vloerbedekking, rijwielen, AVRO kleedcursus, bloemen                              |
| 7        | 13-7-1934  | 9      | Koffie, bootmotor, brood, slaolie                                                                 |