

Tradities draaien door?



Masterthesis
Film-, en televisiewetenschappen
Erik Klomp
3131017

Inhoudsopgave

Inleiding	pagina 3
Flow	pagina 8
Liveness	pagina 12
Broadcasting en participatie	pagina 18
Conclusie	pagina 20
Literatuurlijst	pagina 22
Bijlage 1: 13 december 2005	pagina 24
Bijlage 2: 19 april 2012	pagina 27
Bijlage 3: Segmenten	pagina 32

Inleiding

Het publieke omroepprogramma 'DE WERELD DRAAIT DOOR' (hierna DWDD) wordt sinds september 2005 elke werkdag uitgezonden op Nederland 3. De talkshow kent uiteenlopende onderwerpen en trekt een breed publiek: Gemiddeld ruim 1 miljoen kijkers per dag. Dit gemiddelde ligt boven het zendergemiddelde van Nederland 3.¹ Het programma wordt uitgezonden door de publieke omroep VARA en voldoet aan alle kenmerken van traditionele televisie. Het richt zich op de kijker in de huiskamer en heeft een informerend en amuserend karakter. Het heeft een leidende rol in de vorming van de publieke opinie en kan daarom gezien worden als baken in de samenleving. Daarnaast lijkt DWDD ook vernieuwend te zijn door haar snelheid die het heeft door het tempo van afwisseling van onderwerpen en haar aanwezigheid op sociale media zoals Facebook en Twitter.

In de 21^e eeuw kan de invloed van traditionele televisieprogramma's onder druk komen te staan door de nieuwe concurrentie van internet en sociale media, waarin iedereen met een computer in het openbaar kan meepraten over actuele onderwerpen en waarbij veel mensen zelf mediaproducten kunnen maken en verspreiden. Deze democratisering van de media is beschreven door Henry Jenkins in zijn werk *Convergence Culture*.² Maar verandert traditionele televisie door deze convergentie of weten de media hun macht te behouden zoals mediawetenschapper Nick Couldry beweert. Media kunnen kiezen wat het centrum is van de sociale wereld en presenteren deze als het belangrijkste. Als deze keuze is gemaakt, hebben de kijkers het gevoel dat ze samen in de maatschappij leven. Blijft *the myth of the mediated centre* van kracht door de middelen die traditionele media kunnen inzetten of wordt de symbolische macht bedreigt door convergentie?³ Twee belangrijke elementen die media kunnen gebruiken in deze tijd van convergentie zijn nieuwe technieken en de drie sleutelmetaforen die bij televisie belangrijk zijn.

Televisie is volgens de Noorse mediawetenschapper Gripsrud te vatten in drie sleutelmetaforen, *liveness*, *flow* en *broadcasting*.⁴ Door de inhoud van het programma DWDD te perfectioneren en de mogelijkheden die deze tijd te bieden heeft te benutten, is het programma in staat de kijkers vast te houden.⁵ Dit doen de makers door de middelen nog zoals *liveness* en *flow* nog beter en op een andere manier in te zetten. De makers van DE WERELD DRAAIT DOOR hebben het programma op zo een manier aangepast dat ze steeds meer de voordelen van het internet gebruiken om het programma belangrijk te houden. Door het programma sneller, diverser en spannender te maken. Waardoor het programma urgent blijft voor de kijker. Met deze tactiek kan het programma haar leidende rol als traditionele televisie vasthouden.

Het medialandschap is aan het veranderen. De komst van internet heeft veel veranderd. Door het internet kan het publiek een grotere participatie mogelijkheid hebben, kan informatie sneller gedeeld worden en is er altijd een mogelijkheid om nieuwe beelden te zien en daarmee kan het broadcastmodel worden ondermijnd. In zijn artikel 'Formatted spaces of participation' zet Eggo Muller de utopische denkwijze af tegen de distopsche manier van denken over dit onderwerp,

¹ SKO, www.sko.nl Stichting kijkonderzoek

² Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where de old media and new media collide*. New York: New York University Press. 2004.

³ Couldry, Nick. "Teaching Us to Fake It" in *Reality TV: Remaking Television Culture*, red. S. Murray en L. Ouellette. (New York: New York U.P., 2004): 57-75.

⁴ Gripsrud, J. 1998. *Television, Broadcasting, Flow: Key Methaphors in TV Theory*. In C. Geraghty and D. Lusted (eds.), *The Television Studies Book*. London: Arnold, 1998.18.

⁵ SKO. Stichting kijkonderzoek .11 januari. www.sko.nl.

waarbij voornamelijk wordt ingegaan op de negatieve effecten van het nieuwe medialandschap.⁶ Zo beweert mediawetenschapper Mark Andrejevic dat de grote mediabedrijven doormiddel van de participatiecultuur meer opbrengsten genereren. De bedrijven zetten het publiek aan extra te betalen voor exclusieve content of voor inbreng in een televisieprogramma. Door de participatiemogelijkheden op deze manier in te zetten wordt het publiek misbruikt voor eigen gewin.⁷ Media wetenschapper Henry Jenkins is positief over de participatiecultuur die is ontstaan.⁸ Hij vindt dat media democratischer kunnen worden omdat de huidige top-down structuur vervaagd.⁹ Muller stelt zich op in een middenpositie. Hij vindt dat Jenkins te positief is omdat de media nog steeds van bovenaf zijn gereguleerd, hetzij in een andere vorm, die van *'formatted spaces'*.¹⁰ De geconvergeerde media creëert institutionele en culturele gestructureerde ruimtes waar het publiek kan participeren.¹¹ Op deze manier kan DWDD onderzocht worden. Op internet zijn verschillende ruimtes gecreëerd waar het publiek kan participeren. Door deze ruimtes te analyseren kan zichtbaar worden gemaakt op welke manier DWDD zijn traditionele rol vasthoudt. Want participatie kan bijvoorbeeld *flow* onderbreken. *Broadcasting* en *flow* worden gebruikt door traditionele televisie om media centraal te laten blijven terwijl participatie dit centrum laat vervagen.

Naast de vernieuwde participatiemogelijkheden, is ook de *flow* van de televisie aan verandering onderhevig. *Flow* is een begrip waar vele wetenschappers hun licht over hebben laten schijnen. Williams introduceerde de term in 1974 nadat hij op een hotelkamer in de Verenigde Staten televisie had gekeken. Hij beschrijft *flow* als volgt. "the defining characteristic of broadcasting, simultaneously as a technology and as a cultural form."¹² Het is het geheel van programma's en programmaonderdelen die bedacht zijn door televisiemakers voor de kijkers. *Flow* geeft een sequentie ook een kracht en energie, waarin kijkers meegesleurd kunnen worden.¹³ Daarnaast kunnen de sequenties elkaar versterken. Williams veronderstelt dat *flow* te maken heeft met zowel de organisatie van televisie als een tekstueel systeem als de receptie van televisie. Deze twee veronderstellingen zijn gekoppeld aan institutionele aanspraken maar worden daar niet totaal door bepaald. Uit deze elementen bestaat volgens Williams *flow*, op meerdere vlakken werkt *flow* bij televisie. John Ellis heeft hier een verfijning op hij beschrijft *flow* voornamelijk als *segmentation*. Dit is het unieke van televisie volgens hem. "¹⁴ Deze segmenten kunnen elkaar versterken en zorgen voor herkenbaarheid.

⁶ Muller Eggo. Formatted Spaces of Participation: Interactive Television and the Reshaping of the Relationship Between Production and Consumption. In Marianne van den Boomen et al., eds., *Digital Material*. Amsterdam: Amsterdam UP 2009. 49.

⁷ Muller Eggo. Formatted Spaces of Participation: Interactive Television and the Reshaping of the Relationship Between Production and Consumption. In Marianne van den Boomen et al., eds., *Digital Material*. Amsterdam: Amsterdam UP 2009. 50.

⁸ Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where de old media and new media collide*. New York: New York University Press 20.

⁹ Muller Eggo. Formatted Spaces of Participation: Interactive Television and the Reshaping of the Relationship Between Production and Consumption. In Marianne van den Boomen et al., eds., *Digital Material*. Amsterdam: Amsterdam UP 2009. 51.

¹⁰ Idem. 59.

¹¹ Idem.

¹² Raymond Williams. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana, 1974. 86, 93.

¹³ Gripsrud, J. 1998. Television, Broadcasting, Flow: Key Methaphors in TV Theory. In C. Geraghty and D. Lusted (eds.), *The Television Studies Book*. London: Arnold, 1998.15.

¹⁴ Ellis, John. *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. Routledge, 1982. 112.

Horace Newcomb en Paul M. Hirsch denken dat televisie gezien kan worden als *viewing-strip*.¹⁵ Televisie kan gezien worden als cultureel forum waar beelden tussen programma's uitgewisseld en becommentarieerd worden. DWDD probeert regelmatig zelf nieuws te maken zodat DWDD ook in andere programma's en media vertegenwoordigd is. Zo wordt de reactie van Tofik Dibi op de uitslag van de Groenlinks-lijsttrekkersverkiezing geciteerd en met beelden ondersteund in EENVANDAAG (TROS/AVRO). Volgens mediawetenschapper Jennifer Gillian is er op dit moment circulerende *flow*. Kijkers worden aangemoedigd van het ene platform naar het andere platform te gaan. Om daar verder te gaan kijken zodat kijkers weer terugkeren naar de televisietekst.¹⁶ Door de circulerende *flow* in te zetten kan DWDD zijn centrale rol beter vasthouden.

Media worden niet meer alleen lineair verspreid maar worden op alle mogelijke platformen ingezet. Bij DWDD wordt er voortdurend gebruik gemaakt van het internet. Daarmee proberen de makers van DWDD kijkers enthousiast te maken voor de televisie-uitzendingen. DWDD is duidelijk opgebouwd uit herhaalde segmenten. Segmenten zijn afgebakende onderwerpen in een televisieprogramma. Dagelijks zijn er bijvoorbeeld drie tafelgesprekken, een 'Jakhalzen'-reportage' en de Tv draait door in de uitzending. Daarom wordt er in dit onderzoek gebruik gemaakt van theorie van John Ellis, waarbij segmenten zorgen voor het versterken van elkaar. Op die wijze kan duidelijk worden op welke manier DWDD haar traditionele rol vasthoudt.

Een ander sleutelmetafoor is *liveness*.¹⁷ Veel wetenschappers zijn over dit onderwerp met elkaar in debat gegaan. Couldry beschrijft media en televisie in het bijzonder televisie als een set rituelen en ruimtes die media creëren. De media creëren deze ruimte om de macht te behouden. Het live zijn van televisie is altijd van belang geweest. Couldry stelt dat *liveness* een sociaal geconstrueerde term is. En nog breder getrokken, dat televisie zich presenteert als *social 'reality'*. Couldry gaat in op de reality show zoals BIG BROTHER en talkshows als JERRY SPRINGER uit de jaren '90. Daar lijkt heel veel 'live' te gebeuren maar uiteindelijk heeft het voornamelijk een groot *liveness* karakter. Door *liveness* te creëren kunnen mediamakers de macht bij de traditionele media houden en daarmee het centrum van de maatschappij blijven.

Ellis zegt dat *liveness* het feit van de live transmissie zelf is. En niet zozeer om wat er wordt uitgezonden.¹⁸ Daarbij kan de uitzendinstitutie de transmissie onderbreken voor een nieuwsupdate bijvoorbeeld. Daarom kan bijvoorbeeld een film ook een gevoel van *liveness* creëren omdat de ervaring onderbroken kan worden door de zender, door informatie te brengen die op dat moment bekend is geworden. En je weet dat je deze ervaring deelt met meerdere mensen die ook naar hetzelfde op televisie kijken. Dit zorgt voor sociale cohesie waardoor traditionele televisie zou blijven bestaan. Volgens Jerome Bourdon is bijna alles op televisie gerelateerd aan *liveness*. Veel programma hebben de term *live* in de titel zitten. Televisiemakers zijn trots op dit kenmerk. Je zou kunnen zeggen dat de titel van DWDD hier ook op inspeelt. De titel kan ook een live gevoel oproepen.

¹⁵ Newcomb, Horace M. & Paul M. Hirsch Television as a cultural forum: Implications for research. New York: Oxford University press, 1994 25.

¹⁶ Jennifer Gillan, Television and New Media: Must-Click TV, 76.

¹⁷ Gripsrud, J. 1998. Television, Broadcasting, Flow: Key Methaphors in TV Theory. In C. Geraghty and D. Lusted (eds.), The Television Studies Book. London: Arnold ,1998.15.

¹⁸ Ellis, John. Visible Fictions: Cinema, Television, Video. Routledge, 1982. 120.

Bourdon stelt dat *liveness* vraagt om analyse van sequenties.¹⁹ Sequenties kunnen namelijk elk een ander gevoel van *liveness* geven.

DWDD geeft de kijker ook een gevoel van *liveness* omdat er gesprekken gevoerd worden in en sociale realiteit. Tussen de presentator en de gast wordt vaak een spanning gecreëerd.²⁰ Deze spanning voelt de kijker. Televisie en ook DWDD geeft veel live informatie.²¹ *Liveness* is door Couldry beschreven in drie punten, we willen door *liveness* updates krijgen over belangrijke gebeurtenissen. Dat we een speciale groep zijn die deze live informatie krijgen. En dat alleen media de middelen hebben om toegang te verschaffen tot de nieuwe informatie. DWDD is een onderdeel van '*myth of the mediated centre*'. DWDD heeft een leidende rol die het door gebruik van *liveness* behoudt.

DWDD is veranderd de afgelopen jaren. Welke veranderingen zijn er precies gaande in en rond het programma en hoe veranderd dat traditionele televisie zoals wij dat kennen? Daar wordt dit onderzoek op toegespitst. De hoofdvraag die hier bij op komt is de volgende: Hoe zetten de makers van DWDD de sleutelmetaforen en de nieuwe technieken in om hun traditionele rol vast te houden?

Onder druk van nieuwe technologische communicatiemiddelen en convergentie op programma-, receptie- en mediumniveau, is DWDD de afgelopen jaren veranderd. Zij buigen mee met het nieuwe internettijdperk en proberen op die wijze hun traditionele leidersrol vast te houden in de publieke ruimte. In dit onderzoek staat daarom de volgende vraag centraal: Hoe gebruiken de makers van DWDD de sleutelmetaforen en hoe zetten ze de nieuwe technieken in om hun traditionele rol vast te houden?

Voor dit onderzoek worden er twee afleveringen van DWDD onderzocht. De eerste werd uitgezonden op 13 december 2005 en de tweede werd uitgezonden op 19 april 2012. Voor deze twee uitzendingen zijn gekozen omdat alle gebruikelijke segmenten in de uitzendingen zitten zoals drie tafelgesprekken, een 'Jakhalzen'-reportage en de Tv draait door en is daarom representatief voor de andere uitzendingen. De twee uitzendingen worden vergeleken op kenmerken die betrekking hebben op traditionele televisie en op het nieuwe medialandschap. Deze vergelijking is nodig omdat DWDD de laatste jaren veel veranderd is. Daar zijn de technische ontwikkelingen en het veranderde gebruik van de sleutelmetaforen een belangrijk onderdeel van. Naast deze twee uitzendingen wordt een aantal internetwebsites en video's van de makers van DWDD onderzocht. Daarbij zijn de onderdelen, de website dwdd.nl, online terugkijken en sociale media van belang. De vraag is hoe deze uitingen traditionele gebruiksmogelijkheden aanspreken en wat daaraan is veranderd.

De volgende vragen zijn daarbij van belang:

1. Welke veranderingen op het gebied van de *flow*/opbouw van het programma zijn er te zien?
2. Welke veranderingen zijn er merkbaar op de manier hoe mensen 'live' betrokken worden bij de uitzending?
3. Welke veranderingen zijn er merkbaar op het gebied van *broadcasting* en participatie?

¹⁹ Bourdon, Jerome. Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise. *Media, Culture and Society* 22(5), 200. 535.

²⁰ Kroon Lundell. The Design and scripting of 'unscripted' talk: liveness versus control in a TV broadcast interview. *Media Culture Society* (31) 2009.273.

²¹ Bourdon, Jerome. Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise. *Media, Culture and Society* 22(5), 200. 535.

De eerste vraag wordt onderzocht doormiddel van het segmenteren van de uitzendingen. Om vervolgens te kijken hoe de verschillende onderdelen in elkaar overgaan. Er wordt in dit onderzoek gelet op de vormgeving, bumpers, leaders en promo's. Bumpers en leaders zijn korte, vaak visuele vormgeving wat zorgt voor de afbakening van een sequentie. Daarnaast wordt bekeken hoe het programma in verhouding staat tot andere programma's op dezelfde zender en op andere zenders. Daarnaast is de volgorde van items zelf ook van belang omdat dit kan zorgen voor herkenbaarheid en te maken kan hebben met de algehele *flow* van een televisie-avond.

De tweede vraag heeft betrekking op de kenmerken die de kijkers het gevoel geven dat de uitzending live is. Hoe wordt het gevoel van *liveness* gecreëerd? Hoe worden mensen 'live' betrokken bij de uitzending? Dit wordt dit onderzoek gedaan door inhoud van het programma te onderzoeken op tijdsaanduidingen, de manier waarop de presentator de kijkers aanspreekt en in hoeverre het publiek in de studio een rol speelt.

Bij de derde vraag wordt in dit onderzoek ingegaan op de *broadcasting* en participatiemogelijkheden van DWDD. Op welke manier is de *broadcasting* veranderd in de tijd van convergentie? Welke mogelijkheden zijn er voor kijkers ontstaan op het gebied van participatie? En op welke manier gaan de makers van DWDD daar mee om? Dit wordt onderzocht door de participatiemogelijkheden in het programma te onderzoeken. En door de internetwebsites en video's die beheert worden door de makers van DWDD te bekijken.

Flow

Sinds *flow* beschreven is door Williams is er al jarenlang discussie over hoe *flow* op televisie precies werkt. *Flow* is een van de kenmerken die televisie zijn eigen karakter geeft. *Flow* kan door televisiemakers worden ingezet om kijkers te blijven boeien, zodat ze niet overschakelen naar een andere zender. Over de opeenvolging van beelden en segmenten is uitvoerig nagedacht. Bij DWDD is er een duidelijke *flow* waarneembaar, de segmenten die het programma opdelen en de stroom van beelden zijn kenmerkend voor het programma. Deze *flow* is de loop van de jaren ook veranderd. Welke veranderingen in *flow* zijn waarneembaar en hoe worden die veranderingen ingezet door de maker van DWDD om zo de kijker op zo'n optimale manier de boodschap over te brengen?

Volgens John Ellis bestaat *flow* uit opgebouwde segmenten. Dit is het unieke van televisie volgens hem. "Broadcast TV has developed a distinctive aesthetic form. Instead of the single, coherent text that is characteristic of entertainment cinema, broadcast TV offers relatively discrete segments: small sequential unities of images and sounds whose maximum duration seems to be about five minutes. These segments are organized into groups which are either simply cumulative, like news broadcast items and advertisements, or have some kind of repetitive or sequential connection, like the groups of segments that make up the serial or series. Broadcast TV narration takes place across these segments..."²² Op deze manier proberen de makers een verhaal te creëren om daarmee de kijkers te binden aan het programma. DWDD staat vol van deze segmenten (Bijlage 2). Het programma start altijd met het voorstellen van de gasten door de presentator. Vervolgens is er een leader van het programma te zien met beelden van het nieuws die eerder in het programma zijn geweest. Matthijs van Nieuwkerk leest viermaal een nieuwsbericht voor, ieder gevolgd door een instart van een video van het internet, dvd of een ander televisieprogramma. Hierna is de sequentie 'de krukken' waar de tafelheer of dame wordt geïntroduceerd en een speciaal moment van die dag wordt besproken. Na dit gesprek volgt een bumper en het eerste tafelgesprek. Dan volgt de Jakhalzen-reportage en het tweede tafelgesprek. Vervolgens is er een teaser voor het derde tafelgesprek en het item de televisie draait door. Dan speelt er een muzikant of een band in de studio en begint het derde en laatste tafelgesprek. Vervolgens wordt de uitzending door de presentator afgekondigd. Na het programma volgt nog het item 'Lucky tv' een satirische bijdrage op het nieuws. Deze segmenten zijn in een gevarieerde opbouw samengesteld. De variëteit is groter dan bij een uitzending uit 2005 (bijlage 1) zo is er bijvoorbeeld een muzieksegment toegevoegd. De leader en bumpers heeft meer relaties in zich dan voorheen. En er zijn veel meer beelden van buitenaf gebruikt, het aantal instarts is verhoogd. (bijlage 3). Door deze veranderingen wordt *flow* geoptimaliseerd waardoor het zijn macht zoals Couldry stelt kan behouden. DWDD blijft een programma waar de kijker een samenvatting van de dag krijgt met een doorsnede van wat er op cultureel en actueel gebied te zien is.

Ellis stelt dat sequenties duidelijk afgebakend zijn. Voor de kijker is het duidelijk wanneer een sequentie begint en weer stopt. Dit wordt doormiddel van tekst gedaan, uitgesproken door de presentator. Maar voornamelijk door de vormgeving. Bumpers en leaders maakt de opdeling van het programma in sequenties duidelijk. Vaak wordt de kijker van de ene sequentie in de andere overgeleid door de presentatieteksten. De presentator geeft een inleiding op wat je daarna gaat zien. Dit doet hij tijdens de gesprekken voor de instarts maar ook voor een andere sequentie. Zo leidt hij de Jakhalzen-reportage in. Daarnaast wordt ook met bumpers met tekst in beeld duidelijk gemaakt

²² Ellis, John. Visible Fictions: Cinema, Television, Video. Routledge, 1982. 112

dat je wordt overgeleid naar een andere sequentie. Om het derde tafelgesprek te introduceren wordt ongeveer een kwartier eerder al een teaser uitgezonden over het onderwerp wat besproken gaat worden. Het item 'Lucky TV' wordt niet aangekondigd omdat het pas wordt uitgezonden nadat het programma afgelopen lijkt. Hiermee wordt duidelijk dat dit item onafhankelijk van DWDD gemaakt wordt.

Door deze segmenten behoudt het programma zijn snelheid en herkenbaarheid. John Ellis merkt op dat sequenties maximaal vijf minuten duren voordat de volgende sequentie wordt ingezet. De totale sequentie bij DWDD lijken vaak langer te duren maar door het gebruik van externe beelden, die je ook kan zien als afbakening van een sequentie, zijn de sequenties in de recente uitzending inderdaad korter dan vijf minuten. (Bijlage 3) De nieuws en de tv draait door sequenties zijn net zoals Ellis waarneemt dagelijks hetzelfde opgebouwd en op hetzelfde moment geprogrammeerd zodat de kijker weet wanneer deze sequentie in het programma zit.²³ (bijlage 3) Het programma gaat met zijn tijd mee, het tempo tijdens het programma is gestegen. Het aandeel van de instarts is twee keer zo groot geworden vergeleken met de uitzending uit 2005, van 11 naar bijna 25 procent. (bijlage 3) Terwijl veel kijkers de snelheid al hoog vonden bij de start van het programma.

De *flow* is niet alleen waarneembaar binnen het programma al er gekeken wordt naar de sequenties maar is ook waarneembaar als je kijkt naar de intertekstualiteit van andere programma's en media-uitingen binnen het programma. Dit is een van de grote veranderingen binnen het programma. Het aantal en de duur van de externe beelden die zijn gebruikt is veel groter geworden (bijlage 3) Andere media zijn onderdeel van de *flow* van het programma DWDD. De kijker krijgt constant beelden te zien van buiten de studio. Het publiek weet dat de beelden niet door DWDD gemaakt zijn vaak is er een bronvermelding in beeld. Door gebruik te maken van deze mogelijkheden, ook door het gebruik van internetbeelden, die in het begin van het programma nog nauwelijks beschikbaar waren, is er een *flow* ontstaan van meerdere lagen met relaties naar andere programma's en media.

Binnen DWDD is er steeds meer aandacht voor digitalisatie. Omdat er zo veel meer beelden van buitenaf werden gebruikt en de beeldkwaliteit van de studio-opnames vooruit ging, moesten de beelden van buitenaf op een hogere kwaliteit uitgezonden kunnen worden. Er zijn een aantal aanpassingen gemaakt op de achtergrond, waardoor dit kwaliteitsverschil werd opgevangen. Er werd bijvoorbeeld gebruik gemaakt van het *Logdepot*, aangeboden door een facilitair bedrijf. Hiermee konden beelden die de laatste week op televisie uitgezonden waren, zonder kwaliteitsverlies uitgezonden worden. Deze digitalisatie is in breder perspectief te begrijpen, geopperd door Dalgren. "Digitalization has become the major technological media trend. This means that a common electronic language, base on the 'bits' of the computer, is emerging for all mediated communication"²⁴

Vormgeving in een televisieprogramma is belangrijk omdat het in een stortvloed van beelden herkenbaarheid geeft. Aan de tune en vormgeving in beeld kan de kijker zien dat ze bijvoorbeeld naar de Wereld draait door kijken. De vormgeving zorgt er ook voor dat delen van een programma aan elkaar worden geplakt zodat het meer een geheel lijkt. Het zorgt voor een *flow* die aangeeft wat er voor segment te zien is. De vormgeving bestaat bij De Wereld Draait Door uit een leader en

²³ Idem

²⁴ Dalgren, Peter. *Public Spheres, Societal Shifts and Media Modulations*. In Gripsrud. *Media, Markets & Public Spheres: European Media at the Crossroads*. Chicago: Intellect Ltd. 2010. 28.

verschillende bumpers. Wanneer de twee uitzendingen vergeleken worden, wordt duidelijk dat steeds op dezelfde momenten vormgeving te zien is. Dit vergroot de herkenbaarheid. Deze sequenties worden door de website van DWDD aangehouden. Daar worden de verschillende sequenties los aangeboden. Er zijn punten waar de vormgeving duidelijk verschillen oplevert. In zowel de leader als een aantal bumpers zijn er beelden van buitenaf ingezet. Dat wil zeggen dat bij de leader beelden uit de actualiteit (de beelden worden elke maand ververst) van belangrijke gebeurtenissen en belangrijke figuren bestaat. Omdat het bijna altijd bekende figuren en gebeurtenissen zijn, zorgt dit ook voor herkenbaarheid bij de kijker. En omdat de beelden actueel en internationaal zijn, geeft het een idee dat het programma DWDD een blik op en van de wereld is. We missen niets in onze informatie voorziening naar de kijker, dat lijken ze er mee te willen zeggen. Bij de bumpers rond de tv draait door zijn er voornamelijk oude fragmenten uit de tv draait door te zien. Deze fragmenten zijn bekend en zijn al vaker in het programma te zien geweest. Ook hier zorgt het voor herkenbaarheid. De herkenbaarheid wordt ingezet om de kijkers een vertrouwd gevoel te geven, zodat het voor hun duidelijk is naar wat voor sequentie ze kijken. Dit maakt het kijkgevoel beter.²⁵ Het gebruik van behang en dls'en (Digital Library System) is in de recente uitzending ook meer aanwezig. Bewegende beelden op de schermen van de studio-achtergrond worden behang genoemd binnen de wereld van de televisiemakers. Dls'en zijn de foto's op de schermen op de achtergrond in de studio. Hiermee verduidelijken ze vaak waar het onderwerp overgaat. En daarnaast worden de gesprekken en het beeld minder statisch en eentonig. Hiermee wordt aan de ene kant de *flow* van een gesprek onderbroken maar de *flow* wordt ook versterkt omdat het bijdraagt aan de stroom van beelden in het programma.

Door het gebruik van internet en in het bijzonder website als Youtube en Vimeo kunnen er snel passende beelden gevonden bij allerlei onderwerpen. Ook als deze onderwerpen pas kort voor de uitzending duidelijk zijn. Een goed voorbeeld is de uitzending rond de val van Mubarak in Egypte.²⁶ Dit nieuws werd rond vijf uur bekend gemaakt, de uitzending werd aangepast, en alle beelden moesten van het internet af komen. De *flow* werd hier ingevuld door beelden en gasten die niet van tevoren waren geproduceerd. De beelden die werden gebruikt waren niet via de gebruikelijke kanalen in de uitzending gekomen. DWDD was onderdeel van de *flow* die over dit bepaalde onderwerp ging als je kijkt naar alle media samen.

De *flow* beperkt zich ook niet binnen het programma maar ook daaromheen. Op dezelfde zender waar DWDD uitgezonden wordt, zijn de programma's zorgvuldig opgebouwd.²⁷ Na DWDD is er vaak ruimte voor verdieping met meer achtergronden en informatie. Er worden verschillende relaties gelegd naar deze programma's binnen DWDD, er zijn in beeld verwijzingen naar komende programma's. Maar misschien wel belangrijker, in DWDD wordt er veel aandacht besteed aan het programma wat volgt. Soms is het een item in de nieuws sequentie maar vaak ook is er een gast die geïnterviewd wordt over het betreffende programma. Een voorbeeld van deze *flow* is de uitzending van 10 mei 2011 waar Nick en Simon te gast waren. Zij maakte promotie voor het programma NICK & SIMON: THE AMERICAN DREAM die direct na de uitzending van DWDD werd uitgezonden. Er werden

²⁵ Ytreberg, Espen. Continuity in Environments: The Evolution of Basic Practices and Dilemmas in Nordic Television Scheduling European Journal of Communication September 2002 17: 283-304.

²⁶ DWDD Uitzending over val Mubarak Egypte. Nederland 3. 11-02-2011.

²⁷ Newcomb, Horace M. & Paul M. Hirsch Television as a cultural forum: Implications for research. New York: Oxford University press, 1994 25.

beelden uitzonden van dat programma in DWDD. Hier wordt *flow* ingezet om meer kijkers te genereren om op deze manier de zender belangrijker te maken.

De verwijzingen naar andere programma zijn niet de enige relaties die er worden gelegd. Volgens Eriksson bestaan veel verbanden die gelegd worden door media onderling.²⁸ DWDD heeft gasten nodig en vaak hebben gasten DWDD nodig voor promotie. Deze relaties zie je veel op televisie. Wanneer je tafelheer bent bij DWDD, kun je andere projecten promoten bij DWDD, zoals Beau van Erven Dorens (25-05-2011) die zijn programma De wereld van Beau kwam promoten middels een tafelgesprek en een promofilmpje. Ook Britt Dekker (bijlage 2, 19-04-2012) maakte promotie voor haar televisieprogramma. Deze relaties zorgen voor een *flow*, je ziet vaak dezelfde mensen terug in meerdere programma's

Een soortgelijke circulatie vind je ook terug op het internet. Televisie is niet alleen lineair maar de content wordt ook via andere mediakanalen verspreid.²⁹ Op de website van DWDD, kan het programma opnieuw bekeken worden, zowel geheel als in delen. De uitzendingen blijven tot aantal jaar terug te bekijken. Bij een bepaald onderwerp kan het weer makkelijk aangehaald worden. Daarnaast staat de uitzendingen direct na de televisie-uitzending online, er wordt dagelijks een samenvatting gemaakt die een uur later online te bekijken is. De makers van DWDD gebruiken deze mogelijkheden om controle uit te kunnen oefenen op het gebruik van de uitzendingen, omdat ze zelf vertegenwoordigd zijn op internet is de fanbase sites minder noodzakelijk. Door reclames uit te zenden voor de sequenties kunnen ze er inkomsten mee genereren. En door de circulerende *flow* komen de kijkers ook sneller terug naar de programma op televisie.³⁰ Wat de rol van traditionele televisie weer versterkt.

Conclusie

De makers proberen de *flow* van het programma op zo'n manier in te richten dat de kijkers blijven kijken en geboeid blijven. Door het inzetten van *flow* op een manier die meer relaties legt met andere media en media-uitingen zorgen de makers ervoor dat het programma zijn traditionele rol kan behouden. DWDD heeft andere media en technieken in zich opgenomen en daardoor blijven zij hun macht behouden. De *myth of the mediated centre* blijft hierdoor van kracht omdat het programma hierdoor centraal blijft.

²⁸ Eriksson, Goran. The management of applause and laughter in live political interviews. *Media, culture, society* 31, 2009. 901.

²⁹ Gillan, J. Television and New Media: Must-Click TV. New York: Routledge. 76.

³⁰ Idem.

Liveness

Couldry beschrijft media en televisie in het bijzonder als een set rituelen en ruimtes die media creëren. De set rituelen zorgt er voor dat media in staat is om de rol die ze hebben te behouden. Live is bij televisie altijd van belang geweest. Couldry stelt dat *liveness* een sociaal geconstrueerde term is.³¹ Daarbij is het van belang hoe het gevoel van *liveness* gecreëerd wordt. En nog breder getrokken, dat televisie zich presenteert als social 'reality'. Couldry gaat in op de reality show zoals BIG BROTHER en talkshows als JERRY SPRINGER uit de jaren '90. Daar lijkt heel veel 'live' te gebeuren maar uiteindelijk heeft het voornamelijk een groot *liveness* karakter. De set rituelen en ruimtes die media creëren zorgen ervoor dat media de macht die ze hebben behouden ondanks de nieuwe mogelijkheden van participatie door de convergentie van de laatste jaren.³² Couldry veronderstelt dat de media zorgt voor een verbondenheid met de sociale realiteit. Couldry noemt deze bevinding; *the myth of the mediated centre*.³³ Er is een centrum in de sociale wereld die wordt vertegenwoordigt door de media. De media kunnen daarmee symbolische macht uitoefenen op het publiek. Media kunnen kiezen wat het centrum is van de sociale wereld en presenteren deze als het belangrijkste. Als deze keuze is gemaakt, hebben de kijkers het gevoel dat ze samen in de maatschappij leven. Media hebben als doel om macht uit te oefenen. Dit doen ze grofweg om twee redenen. Er zijn vaak commerciële redenen maar er kan tevens sprake zijn van een ideologisch motief

Ondanks dat DWDD bij een publieke omroep organisatie wordt gemaakt is er sprake van een commercieel belang. Gedeeltelijk wordt het programma betaald door reclame-inkomsten, die voor en na het programma worden uitgezonden. Adverteerders willen zo veel mogelijk kijkers hebben voor het programma, zodat ze een zo groot mogelijk bereik hebben. Daarbij zijn niet alleen aantallen van belang maar ook welke doelgroep er naar het programma kijkt. Dit zou bewust dan wel onbewust invloed kunnen hebben op het programma. En daarmee raakt het ook het ideologische motief.³⁴ Hier gaat het om de kijk die media hebben op de wereld, en die bepaalde kijk leggen ze op aan de kijker. Om dit te realiseren wordt *liveness* ingezet. In dit hoofdstuk wordt onderzocht op welke manier DWDD dit doet, welke veranderingen waarneembaar zijn en welk effect dit heeft op de kijkervaring. Deze bevindingen worden gekoppeld aan de theorie van Nick Couldry zodat duidelijk wordt hoe DWDD zijn traditionele rol vast probeert te houden.

DWDD wordt live uitgezonden op elke werkdag. Live is in dit geval wel met een aantal minuten vertraging in verband met het ondertitelen van de uitzending voor doven en slechthorenden. Het programma is niet alleen live omdat het direct wordt uitgezonden maar vooral ook door het *liveness* karakter. Er wordt voortdurend benadrukt dat de uitzending in het hier en nu afspeelt. Door op deze manier televisie te maken willen de makers DWDD relevant zijn om naar te kijken. De kijker moet een reden hebben om elke dag te kijken. De makers willen een samenvatting geven van wat er die dag gebeurd is en een blik werpen op de nabije toekomst stelde John Ellis: "Television news is not simply about current events. It performs an important social function in trying to come to terms with

³¹ Couldry, Nick. *Media Rituals: A critical approach*. New York: Routledge, 2003. 96

³² Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where the old media and new media collide*. New York: New York University Press 20.

³³ Couldry, Nick. "Teaching Us to Fake It" in *Reality TV: Remaking Television Culture*, red. S. Murray en L. Ouellette. (New York: New York U.P., 2004): 57-75.

³⁴ Couldry, Nick. *Media Rituals: A critical approach*. New York: Routledge, 2003. 96.

the uncertain of the future.”³⁵ In de talkshow worden gasten vaak gepresenteerd als verlosser. Wanneer er een probleem in de maatschappij wordt iemand uitgenodigd die er verstand van heeft door zijn of haar ervaring en kennis. De gast moet dan het probleem uitleggen en oplossen en soms zelfs de kijker geruststellen. Een voorbeeld waar het gerust stellen van de kijker duidelijk naar voren komt is de uitzending met Mathijs Bouman en Willem Middelkoop van 2 april 2009, waar Mathijs Bouman een positief verhaal brengt over het oplossen van de economische crisis. Ze proberen eerst het probleem in kaart te brengen, door beelden van het Journaal te tonen en vervolgens het probleem verder uit te leggen en daar en te zoeken naar een oplossing. De vraag van de presentator “Kunnen we rustig slapen” is illustratief voor de sociale functie die het programma heeft. Niet alleen bij onderwerpen over economie maar ook bij onderwerpen over wetenschap worden oplossingen aangedragen. In de uitzending van 1 september 2011 zijn Marit Farenhorst en Robbert Dijkgraaf te gast. Het onderwerp waar ze over praten is een nieuw onderzoek voor de bestrijding van de Malaria-mug. Marit is een jonge onderzoekster die een studie naar de bestrijding heeft gedaan. Haar onderzoek wordt door Matthijs van Nieuwkerk betiteld als ‘baanbrekend’. Ook hier worden de gasten gepresenteerd als verlosser. Marit en Robbert leggen uit aan Matthijs, de presentator en dus ook aan het publiek hoe dit probleem bestreden kan worden. Ze zijn veel genuanceerder dan de presentator maar de presentator sluit af met: “Er is een doorbraak.” Het probleem wordt door middel van introductieteksten opgepookt tot grote maatschappelijke problemen waardoor het lijkt of het programma middels de gasten het probleem uitlegt en oplost. Samen met de gasten lijkt DWDD alwetend, er zijn nog een paar onzekerheden maar de bedoeling is dat de kijker gerust gesteld wordt, hieruit spreekt de macht uit die Couldry bedoeld met zijn visie over *media rituals*. Dit doen media door gebruik te maken van *liveness*. *Liveness* manifesteert zich op verschillende punten in het programma. Eén ervan is dat het publiek aanwezig is in de studio.

Publiek

Tijdens de opnames van DWDD zit er publiek in de studio. Ze reageren op wat er aan tafel en in de studio gebeurt. Ze applaudisseren, lachen en kijken naar de actie. Scannell beschrijft dat de aanwezigheid van publiek een uitkomst is van *management of liveness*.³⁶ De makers van DWDD kunnen gebruik maken van het publiek om een effect te creëren. Door de spontane reacties die het publiek kunnen hebben, zorgt ervoor dat er een levendig en ongepland gevoel ontstaat tijdens het interview.³⁷ Logischerwijs reageert het publiek direct op de gebeurtenissen in de studio daarbij worden ze ook aangemoedigd door de makers van DWDD. Een voorbeeld is het praatje voor de uitzending van DWDD door de presentator Matthijs van Nieuwkerk. Deze inleiding zorgt er bij het publiek voor dat ze wat ontspannener gaan zitten en er wordt verteld hoe ze moeten reageren.

Door de reacties van de mensen in het publiek worden de kijkers thuis geholpen om de mediatekst te begrijpen en de emoties aan te wakkeren die ze al hadden. De kijkers weten in ieder geval wat het publiek in de studio van een bepaalde actie vindt. Ze kunnen zich identificeren met mensen uit het publiek wanneer er geklapt of gelachen wordt. Daardoor spelen de interviewer en de geïnterviewde hierop in. Het publiek heeft in DWDD nooit negatieve reacties in het publiek, zoals het bekende

³⁵ Ellis, John. *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. Londen: I,B, Tauris Publishers. 79.

³⁶ Scannell, Paddy 2003, *The brain trust* ; Tolson, 2006, *Media talk*

³⁷ Eriksson, Goran. *The management of applause and laughter in live political interviews. Media, culture, society* 31, 2009. 901.

voorbeeld in JERRY SPRINGER wel was met hete vele boegeroep vanuit het publiek. Dit versterkt het gevoel dat wat er in DWDD wordt verteld klopt en juist is.

Het verschil tussen de oude en de recente aflevering is dat er bij de recente uitzending meer publiek aanwezig is (foto 1 & 2). Daarnaast zit het publiek dicht op de presentator en de gasten (foto 3, 4, 5 & 6). De gasten die aan tafel komen, zitten de rest van de uitzending ook in het publiek zodat ze meteen kunnen reageren als er iets aan tafel gezegd wordt.

Tijdens de uitzendingen zijn er in de recente uitzending meer shots gedraaid van publiek reacties dan in de uitzending uit 2005. (Bijlage 1 & 2) Door deze manier van het publiek in beeld brengen wordt het *liveness* karakter en de band met de uitzending vergroot. Dit omdat de kijker thuis direct feedback krijgt van een kijker in de uitzending zelf. En het publiek in de studio kan direct reageren op de actie aan tafel, daar wordt ook het *liveness* gevoel versterkt. Daarnaast wordt het participatiegevoel versterkt omdat het publiek thuis zich beter kan identificeren met het publiek in de studio.

Foto 1 (13-12-2005)



Foto 2 (19-04-2012)





Foto 3 (13-12-2005)



Foto 4 (13-12-2005)

Foto 5 (19-04-2012)

Foto 6 (19-04-2012)



Spanning

Liveness moet worden gecreëerd met spontaan ogende acties op televisie.³⁸ Dit spontane element moet het publiek doen geloven dat het programma live is. De makers proberen aan de ene kant *liveness* te creëren door spanning toe te laten maar aan de andere kant willen ze ook de controle houden.³⁹ Een voorbeeld hiervan is het segment de 'krukken'. De tafelheer of dame zit aan het begin van de uitzending samen met Matthijs van Nieuwkerk op twee krukken. De vraag van Matthijs aan de tafelheer of dame is altijd vergelijkbaar met de volgende: wat is jouw moment van de dag. (bijlage 2) Het antwoord lijkt spontaan, maar is door de redactie al voorbereid met de gast. Dit is merkbaar doordat de instarts en de dls'en al klaar staan. En wordt ingestart wanneer de presentator of de gast daarom vraagt. Hierdoor lijkt er spanning en *liveness* te zijn maar is de controle van de makers groot. Door deze controle te houden proberen de makers van DWDD een zo eenduidige blik op een onderwerp te geven maar 'Any live situation is inherently fragile'⁴⁰ stelt Paddy Scannell. De controle proberen de makers te behouden door alleen mensen toe te laten die lid zijn van de VARA. Mensen zijn per naam en toenaam bekend bij de VARA. Op deze manier is het publiek in de hand te houden. Dit gaat niet altijd goed, zo heeft het verzorgingsmerk Axe guerilla marketing toegepast in de uitzending van 4 april 2012. In het publiek gingen jonge mensen met elkaar zoenen tijdens de opnames. Volgens het merk wordt de consument aantrekkelijker wanneer het product wordt gebruikt. De eindredacteur van DWDD reageerde hier kwaad op. Waarom is het voor de kijker interessant om naar live televisie te kijken? Dit komt omdat er iets onverwachts kan gebeuren, en

³⁸ Bourdon, Jerome. Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise. *Media, Culture and Society* 22(5), 200. 533.

³⁹ Kroon Lundell. The Design and scripting of 'unscripted' talk: liveness versus control in a TV broadcast interview. *Media Culture Society* (31) 2009.277.

⁴⁰ Scannell, P. The Brain trust. 2003.105.

kan iets nieuws gepresenteerd worden waar *jij* als eerst bij bent. De makers van DWDD zijn hier voortdurend mee bezig. Gasten die hard nieuws hebben kunnen het hele schema vlak voor de uitzending nog omgooien. Een voorbeeld hiervan is de uitzending van 22 met 2012, Tofik Didi. Hij is die dag in het nieuws omdat hij graag kandidaat wilde zijn maar eerst door de partijleiding geweigerd werd. In de programma legde hij uit wat er precies gebeurd was. Door op zoek te gaan naar de nieuwste onthullingen maakt live televisie zoals DWDD populair.

De presentator spreekt de kijker direct aan. Hij kijkt bij het voorstellen van de gasten en bij het uitspreken van de inleidende teksten recht in de camera. Hierdoor krijgt de kijker het gevoel dat er tegen hem gesproken wordt.⁴¹ Door de vele tijdsaanduidingen in de teksten van de presentator wordt het *liveness* karakter vergoot. Voorbeelden uit de uitzending van 2005 uitgesproken door Matthijs van Nieuwkerk zijn: “Goedenavond dames en heren; Dit is de De wereld draait door van 13 december” “Dier van de dag”, “de oogst van vandaag”, “nog één keer vanavond” en “vandaag werd die vermoord”. Voor de kijker wordt duidelijk gemaakt dat de inhoud van nu is, actueel en relevant. Daarbij geeft het programma een indeling aan de dag.⁴² Het programma geeft een samenvatting en een selectie van een stortvloed van informatie. Daarbij hebben de makers van DWDD de macht om deze selectie te maken. De zogenaamde ‘myth of the mediated centre.’⁴³Zij bepalen wat de kijker te zien krijgt. Om ervoor te zorgen dat de kijker dit ‘niet als storend ervaart, moet deze bij het proces betrokken worden. Makers van DWDD trachten de betrokkenheid van de kijker te vergroten door participatie. Dit doen ze door het direct aanspreken van de kijker en door het stimuleren om mee te werken aan het programma. Zo kunnen kijkers tips geven van leuke fragmenten voor het segment ‘De tv draait door’. Tevens wordt de kijker direct bij het proces betrokken door de manier waarop de presentator recht in de lens van de camera kijkt, waardoor het lijkt alsof hij zich direct richt tot de persoon die naar de televisie kijkt

Live

Via internet kunnen kijkers discussiëren over het programma op social media sites zoals Twitter en Facebook. Deze plekken lijken bij uitstek geschikt voor participatie. Dit gebeurt omdat DWDD aanwezig is op deze platformen en veel volgers heeft, telkens wordt hetzelfde inhoud van DWDD gepresenteerd.⁴⁴ Zo worden aankondigingen gedaan, fragmenten online gezet en DWDD producten aangeboden. Daardoor blijft de macht bij DWDD. Tijdens de uitzending kan er worden gereageerd en gediscussieerd op de website van DWDD. Een van de makers van DWDD zit mee te kijken, en kan reacties verwijderen. Ook hier geldt dat er nieuwe regels worden gemaakt waardoor de macht van de media in stand blijven. Het concept van *formatted spaces* van Eggo Muller is hier van toepassing.⁴⁵ DWDD zorgt er voor dat ze de controle behouden op de participatie. Hierbij gaat het voornamelijk

⁴¹ Bourdon, Jerome. Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise. *Media, Culture and Society* 22(5), 200. 533.

⁴² Scannell, P. *Radio Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell, 1996.

⁴³ Nick Couldry, "Teaching Us to Fake It" in *Reality TV: Remaking Television Culture*, red. S. Murray en L. Ouellette. (New York: New York U.P., 2004): 57-75.

⁴⁴ William Uricchio. Television's Next Generation: Technology /Interface Culture / Flow In, *Television After TV: Essays on a Medium in Transition* eds.: Lynn Spigel and Jan Olsson, Duke University Press, 2005 p.163

⁴⁵ Muller Eggo. Formatted Spaces of Participation: Interactive Television and the Reshaping of the Relationship Between Production and Consumption. In Marianne van den Boomen et al., eds., *Digital Material*. Amsterdam: Amsterdam UP 2009. 59.

om spam en grof taalgebruik. Door de livechat op hun eigen website te faciliteren behouden ze de controle in een geformatteerde ruimte.

Actualiteit

Door het gebruik op de actualiteit geïnspireerde segmenten wordt het *liveness* karakter verhoogd. Door voortdurend actuele onderwerpen te behandelen is het programma aantrekkelijk om als actueel nieuws gezien te worden. Online terugkijken een dag later zou de inhoud al verouderd kunnen zijn. Het gaat om informatie en amusement van die dag. Voor de segmenten; het nieuws, de jakhalzen (zij maken actuele reportages met een brutale draai), het twitteronderdeel en de actuele tafel geldt dit vooral. Want naast deze actuele segmenten zijn er ook verdiepende segmenten. Door nieuwe technieken kunnen informatie en beelden nog sneller in het programma gedeeld worden.

Conclusie

Er zijn een aantal veranderingen op het gebied van *liveness*. De wereld draait door heeft vanaf het begin van het programma een *liveness* karakter en probeerde dat na te streven. Dit hebben de makers in de loop van de jaren verder ontwikkeld en doorgevoerd. Er is meer publiek in de studio en het publiek zit dichterbij de presentator. Daarnaast wordt het publiek vaker geschakeld dan in eerdere uitzendingen. De presentator maakt veel tijdsaanduidingen en verwijzingen. En de inhoud is actueler geworden wat zorgt voor meer *liveness*. De nieuwe technieken worden ingezet om kijkers goed te kunnen bedienen, dit doen ze wel volgens hun regels en *formatted spaces*.⁴⁶ Door het gebruik van *liveness* blijft de *myth of the mediated centre* bestaan omdat dit het programma centraal stelt en in het nu wordt beleefd door het publiek. Hierdoor blijft macht bestaan.

⁴⁶ Idem

Broadcasting en participatie

Het broadcast-model waar we de afgelopen decennia van uit zijn gegaan bij het medium televisie is de afgelopen jaren onder druk komen te staan. Zijn het nog steeds de enkele zenders die hun boodschap verkondigen aan een grote groep of zijn er de afgelopen tijd meer participatie mogelijkheden bijgekomen? En hoe zijn die mogelijkheden dan vormgeven? Door convergentie is het misschien mogelijk om het broadcast model te doorbreken en de participatie mogelijkheden vergroten zodat er meer democratie bestaat op het gebied van media, of is er zoals Andrejevic beschrijft, alles bij het oude gebleven en gebruiken traditionele media convergentie alleen voor eigen gewin⁴⁷ Wat niet altijd hoeft te betekenen dat participatie daar geen onderdeel van is. Het eigen gewin bestaat bij DWDD uit meer reclame-inkomsten en mogelijkheden om het gedachtegoed van de DWDD aan het voetlicht te brengen en de VARA zelf onder de aandacht te brengen.

De traditionele vormen van *broadcasting* zijn in een veld met weinig aanbieders veel ontvangers. Het broadcastmodel heeft een aantal eigenschappen die in DWDD terugkomen. Het programma wordt door een selectieve groep makers gemaakt. Ongeveer 40 redactieleden en producers werken dagelijks aan het programma. Zij halen de onderwerpen en gasten uit de berichten in de kranten of uit hun eigen netwerk. Dit netwerk wordt telkens aangesproken, vandaar dat je vaak dezelfde gasten ziet in de uitzendingen. De presentator Matthijs van Nieuwkerk fungeert als echte anchor van het programma. De redactieleden voeden hem maar hij komt op het publiek over of hij alles weet en beslist. De traditionele broadcastvorm komt hier duidelijk naar voren.⁴⁸

DWDD lijkt een participatief programma te zijn, er is veel publiek in de studio en de kijkers worden door de presentator direct aangesproken maar in het programma DWDD zelf zijn er weinig participatie mogelijkheden voor kijkers. Er is maar een segment waar kijkers aan kunnen meewerken. Zij kunnen tips geven voor het segment 'de tv draait door.' Dit segment bestaat uit opvallende en leuke fragmenten die recent op televisie of op internet te zien zijn geweest. Per dag komen er rond de honderd tips binnen van kijkers. De kijkers worden opgeroepen in het programma om de tips in te sturen. Kijkers die bruikbare adviezen leveren, maken kans op het winnen van prijzen In het programma wordt niet duidelijk wie de tip heeft ingezonden, vaak wordt de dezelfde tip over een bepaald programma ook vaker ingestuurd. Dan wordt er geloot. Op de website staat het beste fragment van de dag wel online inclusief de naam van de tipgever.

Dit is de enige participatie mogelijkheid in het programma. In tegenstelling tot veel andere programma's worden kijkers niet actief opgeroepen om mee te discussiëren op Twitter. Dit gebeurt bij EENVANDAAG(Tros/Avro) en DEBAT OP 2(NCRV) wel. Ook andere participatiemogelijkheden die grote studioshows wel hebben, heeft DWDD niet. De kijker kan de loop van het programma niet beïnvloeden tijdens de uitzending. DWDD lijkt daarom conservatief als het gaat om participatie van de kijker. Daarbij wordt het ideaal beeld van democratisering van de media van Henry Jenkins niet gehaald.⁴⁹

Veel programma-websites hebben fora en kan er worden gereageerd op nieuwsberichten en video's zoals bij Radar.nl en Eenvandaag.nl. Maar bij DWDD heb je dit niet. Er kan nergens een reactie

⁴⁷ Miladin Andrejevic, *Reality TV: The Work of Being Watched*, 2003.197.

⁴⁸ Scannell, P. *Radio Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell, 1996.

⁴⁹ Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where de old media and new media collide*. New York: New York University Press. 20.

worden geplaatst of een mening gegeven. De ruimtes zijn op zo'n manier ingericht dat de macht bij de makers blijft liggen. Daarnaast zijn door de makers de uitzendingen op verschillende manieren al online gezet, de hele uitzending staat online, alle segmenten, de beste tvdd fragmenten en een *vodcast* met een eigen gemaakte samenvatting. Ruimte om als kijker zelf iets te creëren rond dit programma is er bijna niet. Participeren is mogelijk op internet wanneer er live wordt meegekeken kunnen er reacties worden geplaatst. Maar daar worden de reactie gecontroleerd door een moderator, die overigens alleen bij grof taalgebruik en spam ingrijpt.

Iedereen kan op Twitter, Facebook en andere *social media* van alles plaatsen over DWDD. Daarbij is DWDD ruim vertegenwoordigd. Het Twitter account van DWDD heeft op dit moment meer dan 300.000 volgers.⁵⁰ En op Facebook vinden meer dan 100.000 mensen het programma 'leuk'.⁵¹ Op deze pagina's kunnen kijkers wel een reactie plaatsen. Omdat het op de facebook-pagina van DWDD zelf is kunnen makers deze reactie verwijderen. Een ander voordeel is dat je niet anoniem kan posten via Facebook, daardoor zijn er minder spam-reacties.

Conclusie

De makers van DWDD zijn conservatief als het gaat om participatie in het programma en op hun website. Met *social media* is er wel een mogelijkheid gevonden om te kunnen reageren op het programma. DWDD heeft deze nieuwe mogelijkheid meteen ingezet om daar hun promotie activiteiten te ontwikkelen, en de reacties in goede banen te leiden. Ze kunnen de ontwikkelingen die er op internet gaande zijn meer samen laten gaan in het programma zelf. Hierdoor krijgt het meer mogelijkheden die de convergentie biedt en kan het zijn traditionele rol nog behouden.

⁵⁰ Twitter.com gezien op 30-6-2012

⁵¹ Facebook.com gezien op 30-6-2012

Conclusie

Hoe gebruiken de makers van DWDD de sleutelmetaforen en hoe zetten ze de nieuwe technieken in om hun traditionele rol vast te houden? In de voorgaande hoofdstukken is er telkens een sleutelmetafoor aan bod gekomen. *Liveness*, *broadcasting* en *flow* zijn de belangrijkste begrippen die betrekking hebben op televisie. Aan de hand van deze begrippen kan televisie worden onderzocht. Bij traditionele televisie zoals we dat al decennia kennen worden *liveness*, *flow* en *broadcasting* gebruikt. Op welke manier ontwikkeld traditionele televisie zich door convergentie? Convergentie is door de komst van het internet duidelijk zichtbaar in de televisiewereld. Er is steeds meer overlap, aan de ene kant is er meer 'internet' op televisie, aan de andere kant is er steeds meer 'televisie' op internet. Hoe gaan makers van televisie om met deze nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden? Blijft de rol die traditionele televisie had nog wel bestaan? De wereld draait door is bij uitstek traditionele televisie. Het heeft alle kenmerken in zich, zoals het *liveness*, de duidelijke *flow* die in het programma zit en dat het uitgezonden wordt in het broadcast-model.

John Ellis beschreef in 'Seeing things' dat *broadcasting television* een vitale sociale rol heeft ontwikkeld die niet zomaar verdwijnt.⁵² Ondanks de vele andere mediavormen zal televisie dominant blijven.⁵³ Dit omdat het de sociale cohesie wordt versterkt, door het gelijktijdig kijken. Daarnaast heeft Couldry in zijn werk over *media rituals*, waar media instituties hun macht behouden door gebruik te maken van media rituelen. Daarbij wordt de macht versterkt door gebruik te maken van de nieuwe media.

De makers van DWDD hebben de sleutelmetaforen en die nieuwe technieken op zo'n manier ingezet dat de rol van de traditionele televisie op zijn minst behouden blijft en ook nog op sommige punten wordt versterkt. Dit hebben de makers bewerkstelligd door het *liveness* karakter naar voren te laten komen. Het programma is gericht op nieuws, op nieuws maken en duiding van en satire op de actuele gebeurtenissen. Daarnaast wordt de uitzending live uitgezonden en één van de voornaamste punten is het gebruik van publiek in de studio daarmee wordt het gevoel van *liveness* verhoogd. Zo zit het publiek tegenwoordig dicht bij de actie en worden ze vaker geschakeld met reactie-shots. De kijker wordt daarnaast direct aangesproken in de camera door de presentator, dit geeft de kijker het gevoel dat hij direct betrokken wordt bij de uitzending. Tijdens het programma hebben de makers een spanning gecreëerd. Spanning tussen de interviewer en de geïnterviewde maar ook tussen het publiek en de tafelgasten. Daarmee wordt het gevoel van *liveness* vergroot.

DWDD is nadrukkelijk aanwezig op internet, op de eigen website en via de sociale media daarmee laten de makers weinig ruimte over voor ongecontroleerde participatie. De systemen die de makers gebruiken zorgen ervoor dat voornamelijk de waarden van DWDD aan het voetlicht worden gebracht. Tijdens de uitzending is er nauwelijks sprake van participatie en is daarmee redelijk conservatief. Hier zou DWDD een stap kunnen maken om haar rol als traditionele televisie te behouden.

Doormiddel van *flow* zitten de verschillende onderdelen in DWDD aan elkaar. Het zorgt voor herkenbaarheid waardoor de kijker weet wat hij of zij kan verwachten. Dat wordt versterkt door de vormgeving. Door nieuwe technieken kunnen er meer en actueler beelden is het programma

⁵² Ellis, John. *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. Londen: I,B, Tauris Publishers. 176.

⁵³ Idem 178.

uitgezonden worden. Daarmee wordt de uitzending relevanter en krijgt het een rijkere *flow*. De beelden circuleren daarnaast op internet en vervolgens weer op tv waardoor er een circulerende *flow* ontstaat, door deze aanwezigheid op meerdere platformen wordt de macht vergroot omdat kijkers sneller terugkomen bij het bepaalde programma.

Door het gebruik van de nieuwe technieken en de sleutelmetaforen en die te perfectioneren kan een programma zoals De wereld draait door als traditionele televisie zijn rol behouden. Die rol houdt in dat het een moment is op de dag, dat iedereen (meer dan een miljoen kijkers) een samenvatting, duiding en satire krijgen wat er in de wereld maar voornamelijk wat er in Nederland heeft afgespeeld en gaat afspelen.

Henry Jenkins spreekt van een democratisering van de televisie.⁵⁴ Meikle en Young spreken van convergentie die kijkers helpt te participeren.⁵⁵ Volgens dit onderzoek blijft door de vernieuwing de rol van traditionele televisie voorlopig nog bij het oude. De rol blijft sterk.

⁵⁴ Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where de old media and new media collide*. New York: New York University Press. 250.

⁵⁵ Meikle, Graham en Sherman Young. *Media, Convergence, Networked Digital Media in Everyday Life*. Palgrave. 200

Literatuurlijst

Andrejevic, M. Reality TV: The Work of Being Watched, 2003.

Bourdon, Jerome. Live television is still alive: on television as an unfulfilled promise. *Media, Culture and Society* 22(5), 200.

Couldry, Nick. Media Rituals: A critical approach. New York: Routledge, 2003.

Couldry, Nick. "Teaching Us to Fake It" in *Reality TV: Remaking Television Culture*, red. S. Murray en L. Ouellette. (New York: New York U.P, 2004): 57-75.

Dalgren, Peter. Public Spheres, Societal Shifts and Media Modulations. In Gripsrud. *Media, Markets & Public Spheres: European Media at the Crossroads*. Chigago: Intellect Ltd. 2010.

Ellis, John. *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. Londen: I,B, Tauris Publishers. 2000.

Ellis, John. *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. Routledge, 1982.

Eriksson, Goran. The management of applause and laughter in live political interviews. *Media, culture, society* 31, 2009.

Gillan, J. *Television and New Media: Must-Click TV*. New York: Routledge. 76.

Gripsrud, J. *Television, Broadcasting, Flow: Key Methaphors in TV Theory*. In C. Geraghty and D. Lusted (eds.), *The Television Studies Book*. London: Arnold ,1998.

Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where de old media and new media collide*. New York: New York University Press.

Kroon Lundell. The Design and scripting of 'unscripted' talk: *liveness* versus control in a TV broadcast interview. *Media Culture Society* (31) 2009.

Meikle, Graham en Sherman Young. *Media, Convergence, Networked Digital Media in Everyday Life*. Palgrave.

Muller Eggo. Formatted Spaces of Participation: Interactive Television and the Reshaping of the Relationship Between Production and Consumption. In Marianne van den Boomen et al., eds., *Digital Material*. Amsterdam: Amsterdam UP 2009.

Newcomb, Horace M. & Paul M. Hirsch *Television as a cultural forum: Implications for research*. New York: Oxford University press, 1994.

Scannell, P. *Radio Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell, 1996.

Scannell, P. *The Brain trust*. 2003.

Tolson, *Media talk*, 2006.

Uricchio, W.. *Television's Next Generation: Technology /Interface Culture / Flow In, Television After TV: Essays on a Medium in Transition* eds.: Lynn Spigel and Jan Olsson, Duke University Press, 2005.

White, Mimi. *Flows and Other Close Encounters with Television*. Northwestern University, 2001.

Williams, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana, 1974.

Ytreberg, Espen. *Continuity in Environments: The Evolution of Basic Practices and Dilemmas in Nordic Television Scheduling* *European Journal of Communication* September 2002 17: 283-304.

Media:

SKO. Stichting kijkonderzoek .11 januari. www.sko.nl.

Twitter.com gezien op 30-6-2012

Facebook.com geien op 30-6-2012

DWDD Uitzending over val Mubarak Egypte. Nederland 3. 11-02-2011.

Bijlage 1: Dinsdag 13 december 2005

nummer	tijdcodes	duur	Beschrijving inhoud	Instarts	live
1	00:00-00:15	0:15	Voorstellen gasten (namen en introductie)door presentator	geen	ja
2	00:14-00:30	0:15	Leader DWDD	geen	nee
3	00:30-01:05	0:35	Het nieuws; wapeninbeslagname verteld door Loretta Schrijvers (voor de gelegenheid invaller bij het nieuws van Matthijs)	Geen	ja
4	01:05-01:14	0:09	Beelden van wapens die in beslag zijn genomen	Ja, NOS Journaal	nee
5	01:14-01:36	0:22	Het nieuws; rassenrellen in Australië verteld door Loretta Schrijvers (Matthijs)	Nee	live
6	01:36-01:52	0:16	Beelden van geplunderde winkels	Ja, NOS journaal	nee
7	01:52-02:17	0:25	Het nieuws; Executie in de VS, verteld door Loretta Schrijvers (Matthijs)	Nee	Ja
8	02:17-02:30	0:13	Beelden van Sean Penn aan het protesteren tegen de doodstraf	Ja, lijkt direct van persbureau, geen bronvermelding	nee
9	02:30-5:32	2:02	De krukken, interview met de tafel heer of dame; gesprek over de verkiezing van beste nieuwslezer en dier van de dag.	Nee	Ja
10	05:32-05:39	0:07	Bumper DWDD	nee	nee
11	05:39-07:33	2:54	Tafelgesprek 1, deel 1, gesprek over documentaire over NOS-journaal	nee	ja
12	07:33-08:01	0:28	NOS redactie vergadert over moord op Theo van Gogh	Ja, Documentaire Fleury "Het schitterende scherm"	nee
13	08:01-12:00	03:59	Tafelgesprek 1, deel 2 Discussie over verschillen RTL Nieuws en NOS journaal	Nee	ja
14	12:00-12:05	00:05	DLS Charles	DLS Bron ANP	nee

			Groenhuisjen		
15	12:05-12:29	00:24	Tafelgesprek 1,deel 3 Over afzeggen journaal door Charles Groenhuijsen	nee	ja
14	12:29-13:00	00:31	Beelden van live gaan net voor uitzending Journaal dood Prins Bernard	Ja, Documentaire Fleury "Het schitterende scherm"	nee
15	13:00-13:17	00:17	Afkondiging Tafelgesprek 1, met informatie over het uitzenden van de documentaire	Nee	Ja
16	13:17-13:25	00:08	Introductie Jakhalzen item bij Gouden beelden award	Nee	ja
17	13:25-13:28	00:03	Bumper Jakhalzen	nee	nee
18	13:28-16:52	03:24	Jakhalzen item met Frank Evenblij tijdens de uitreiking van de Gouden beelden awards	Ja, door CCCP gemaakt	Nee, was eerder opengenoem avond ervoor
19	16:52-16:55	00:03	Bumper Jakhalzen	nee	nee
20	16:55-21:08	4:13	Publiekje, interview met iemand die bij het publiek zit. Gesprek met ambtenaar van burgerlijke stand Jelle Kuiper	nee	ja
21	21:08-21:10	00:02	Bumper De tv draait door	nee	nee
22	21:10-21:37	00:27	Inleiding fragment 1	nee	ja
23	21:37-21:55	00:18	Grappig fragment in een programma van Patty Brard	Lieve Patty, RTL 5 gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
24	21:55-22:09	00:14	Inleiding fragment 2	nee	ja
25	22:09-22:19	00:10	Grappig fragment uit het spelprogramma Lingo	Lingo, TROS gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
26	22:19-22:30	00:11	Inleiding fragment 3	nee	ja
27	22:30-22:51	00:21	Grappig fragment uit het ontbijtprogramma Goedemorgen Nederland	Goedemorgen Nederland, KRO gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
28	22:51-23:10	00:19	Inleiding fragment 4	nee	ja
29	23:10-23:28	00:18	Grappig fragment met het weerbericht in het Journaal	NOS Journaal gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
30	23:28-23:38	00:10	Inleiding fragment 5	nee	ja
31	23:38-23:50	00:12	Grappig fragment uit	Sputten en Slikken, BNN	nee

			het programma Spuiten en slikken	gevolgd door reactieshots van het publiek	
32	23:50-24:11	00:21	Inleiding: Daar moest met vroeger om lachen: Palings	nee	ja
33	24:11-24:16	00:05	Bumper: Jaar 1986	nee	nee
34	24:16-25:00	00:44	Grappig fragment uit het programma Achterwerk in de kast, met een jongen en een paling	Achterwerk in de kast, VPRO	nee
35	25:00-25:10	00:10	Uitlui TVDD	Nee	Ja
36	25:10-25:15	00:05	Bumper DWDD	nee	nee
37	25:15-32:26	07:11	Tafelgesprek 2, over gangs in Nederland naar aanleiding executie in de VS	Behang, beelden protesten en Schwarzenegger	ja
38	32:26-35:23	02:57	Cafe de Wereld, satirische animatie	ja	nee
39	35:23-38:40	03:17	Tafelgesprek 3, deel 1 met Gert Jan Droge die spreekstalmeester wordt in het circus	Behang beelden circus, DLS Gert Jan Droge in Carre	ja
40	38:40-39:13	00:33	Beelden circus met Gert Jan Droge uit 1993	Gala of the stars, TROS 1993	nee
41	39:13-42:32	03:19	Tafelgesprek 3, deel 2 met Gert Jan Droge die spreekstalmeester wordt in het circus	nee	ja
42	42:32-43:12	00:40	Filmfragment circus	"The greatest show on earth" Paramount pirtures, 1952	nee
43	43:12-44:58	01:46	Tafelgesprek 3, deel 3 met Gert Jan Droge die spreekstalmeester wordt in het circus	Aftiteling en aankondiging programma na DWDD	Ja
44	44:58-45:01	00:03	Reacties op de uitzending? Mail naar DWDD	ja	nee
45	45:01-45:07	00:06	Ident VARA	ja	nee

Bijlage 2: Donderdag 19 april 2012

nummer	tijdcodes	duur	Beschrijving inhoud	Instarts	live
1	00:00-00:07	0:07	Voorstellen gasten (namen)door presentator	nee	ja
2	00:07-00:24	0:18	Leader DWDD	Met beelden van Poetin, PvdA verkiezing Samson, Obama, Mabel en Beatrix, Edwin Koeman, winnares Nationaal Songfestival	nee
3	00:24-00:35	0:11	Het nieuws; Details vierde procesdag tegen de Noor Breivik	Beelden proces Breivik	ja
4	00:35-00:48	00:13	Beelden proces Breivik	NOS Journaal	nee
5	00:48-00:57	00:11	Het nieuws; Starbuckshoofd vindt dat koffie thuis lekkerder is dan bij Starbucks	Beelden Koffie zetten	ja
4	00:57:01:22	00:25	Filmfragment dat gaat over goede koffiesmaak	Fragment Pulp Fiction, MiraMax gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
5	01:22-01:33	00:11	Het nieuw; Bloomberg burgemeester New York wil het roken binnenshuis verbieden	Beelden brandende sigaret	ja
6	01:33-01:54	00:21	Fragment waar mensen die buiten roken op een balkon naar beneden vallen	Internetfragment gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
7	1:54-2:03	00:09	Het nieuws; Door experimenten op muizen is ontdekt dat je haren kan maken	Beelden Man met weinig haar als kapsel	ja
8	02:03-02:50	00:47	Comedian maakt grap over grijs worden	Billy Connolly – Live in New York	nee
9	02:50-03:18	00:28	De krukken, tafelheer Koos Postema heeft het over het programma “Holland Got Talent”	nee	ja
10	03:18-03:41	00:23	Meisje zingt ‘At last’ bij een talentenjacht	Holland Got Talent, RTL	nee
11	03:41-04:05	00:24	De krukken, tafelheer Koos Postema heeft het over “At last” lied dat tijdens de talentjacht werd	Nee	ja

			gezongen		
12	04:05-04:24	00:19	Het nummer 'At last' maar dan de uitvoering uit de jaren '40	Youtube	nee
13	04:24-04:30	00:06	De krukken, tafelheer Koos Postema heeft het over Gordon	Nee	ja
14	04:30-04:35	00:05	Bumper DWDD	ja	nee
15	04:35-07:18	02:43	Eerste tafelgesprek, deel 1, verantwoordelijke (Roel Louwhoff)voor het dataverkeer voor OS 2012	Logo OS 2012	ja
16	07:18-08:04	00:46	Promo OS 2012 welkom in Londen	London2012.com	nee
17	08:04-14:30	06:26	Eerste tafelgesprek, deel 2, verantwoordelijke (Roel Louwhoff)voor het dataverkeer voor OS 2012	Beelden Londen,DLS Usain Bolt, Super Bowl, Stadion	ja
18	14:30-14:34	00:04	De Jakhalzen bumper	ja	ja
19	14:34-17:19	02:45	Item over wel of niet onderwater zetten Hedwigespolder	Beelden Zeeland, Bleker bij Pauw en Witteman, beelden uit 2 ^{de} kamer, archiefbeelden Bleeker	nee
20	17:19-17:20	00:01	De Jakhalzen bumper	ja	nee
21	17:20-18:04	00:44	Tafelgesprek 2, Deel 1; Britt en Ymke zijn voor een tv programma op reis geweest	Logo programma Britt en Ymke	ja
22	18:04-18:22	00:18	Beelden van Britt en Imke op de Filipijnen	Britt en Ympe en het mysterie van.., Eyeworks	nee
23	18:22-19:02	00:40	Tafelgesprek 2, Deel 2; Britt en Ymke zijn voor een tv programma op reis geweest	Britt en Ympe en het mysterie van.., Eyeworks	ja
24	19:02-19:38	00:36	Compilatie beelden wereldreis	Britt en Ympe en het mysterie van.., Eyeworks	nee
25	19:38-22:52	03:30	Tafelgesprek 2, Deel 3; Britt en Ymke zijn voor een tv programma op reis geweest	Beelden wereldreis	ja
26	22:52-23:19	00:27	Beelden uit Mexico de dames aan het dansen	Britt en Ympe en het mysterie van.., Eyeworks	nee
27	23:19-25:16	1:57	Tafelgesprek 2, Deel 4; Britt en Ymke zijn voor een tv programma op reis geweest	Logo programma Britt en Ymke	ja

28	25:16-25:53	00:37	Beelden uit Ecuador, daar was een overstroming waar Britt en Ymke bij waren	Britt en Ympe en het mysterie van.., Eyeworks	nee
29	25:53-37:34	01:41	Tafelgesprek 2, Deel 5; Britt en Ymke zijn voor een tv programma op reis geweest	Logo programma Britt en Ymke	ja
30	37:34-28:18	00:44	Beelden Britt en Ymke en de verkeerssituatie in Mexico	Britt en Ympe en het mysterie van.., Eyeworks	nee
31	28:18-28:42	00:24	Tafelgesprek 2, Deel 6; Britt en Ymke zijn voor een tv programma op reis geweest	Logo programma Britt en Ymke	ja
32	28:42-28:57	00:33	Teaser Tafelgesprek 3 Maartje van Wegen	NOS Journaal, uit de jaren '80	nee
33	28:57-29:00	00:03	Bumper De TV draait door	ja	nee
34	29:00-29:08	00:08	Inleiding fragment 1	nee	ja
35	29:08-29:27	00:19	Grappig fragment in Pauw en Witteman	Pauw en Witteman, VARA gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
36	29:27-29:37	00:10	Inleiding fragment 2	Nee	ja
37	39:37-30:07	00:30	Grappige compilatie Nieuwsuur	Nieuwsuur, NOS, NTR gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
38	30:07-30:18	00:11	Inleiding fragment 3	Nee	ja
39	30:18-30:49	00:31	Grappig fragment U vandaag actualiteiten programma RTV Utrecht	U!Vandaag, RTV Utrecht gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
40	30:49-31:00	00:11	Inleiding fragment 4	Nee	ja
41	31:00-31:27	00:27	Grappig fragment in En dan nog even dit	En dan nog even dit, RTV Oost gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
42	31:27-31:32	00:05	Inleiding fragment 5	Nee	ja
43	31:32-31:56	00:24	Grappig fragment uit de Italiaanse Voetbal competitie	Voetbal International, RTL gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
44	31:56-32:06	00:10	Inleiding fragment 6	Nee	ja
45	32:06-32:21	00:15	Grappig fragment met een hond op een loopband	Youtube gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
46	32:21-32:27	00:06	Inleiding fragment 7	Nee	ja
47	32:27-32:43	00:16	Grappig fragment met een kat en water	Youtube, Mamersv. Prod. gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
48	32:43-32:53	00:10	Inleiding fragment 8	Nee	ja

49	32:53-33:20	00:27	Grappig fragment uit het programma Exotische liefde	Exotische liefde, SBS6 gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
50	33:20-33:30	00:10	Inleiding fragment 9	Nee	ja
51	33:30-34:03	00:33	Grappig fragment uit Lingo	Lingo, TROS gevolgd door reactieshots van het publiek	nee
52	34:03-34:18	00:15	Inleiding fragment TVDD klassiek	Nee	Ja
53	34:18-34:20	00:02	Bumper TVDD klassiek	Met daarin 9 verschillende klassieke tvdd fragmenten	nee
54	34:20-34:43	00:23	Grappig fragment uit een belspelletje op televisie	Fragment van een aantal jaar geleden	nee
55	34:43-34:51	00:08	Bumper TVDD, met oproepje voor publiek	Met daarin 5 verschillende klassieke tvdd fragmenten	nee
56	34:51-34:56	00:05	Bumper DWDD	ja	nee
57	34:56-37:20	02:24	Publiekje; het bandje The Suggettes treedt op	Beelden videoclip van the sugarettes	ja
58	37:20-37:22	00:02	Bumper trending topic	ja	Ja
59	37:22-38:04	00:42	Trending topic, satirische montage op een actueel thema	Beelden Kennedy, Jiskefet, Fawltly Towers	nee
60	38:04-38:06	00:02	Bumper trending topic afsluiter	ja	nee
61	38:06-40:02	01:56	Tafelgesprek 3, deel 1; Gesprek met Maartje van Weegen, die met pensioen gaat	Beelden Maartje van Weegen in haar radiostudio	ja
62	40:02-40:51	00:49	Compilatie tv-werk Maartje van Weegen	Studio Vrij, KRO, 1975, Half 6 journaal, NOS, 1984-1989, 20 uur journaal, 1989, Het Capitool, NOS, 1991, NOVA, NPS/VARA, 1996, Oorlog in de golf, NOS, 1991, Aanslagen op Amerika, NOS, 2001, Het huwelijk, NOS, 2002	nee
63	40:51-45:36	04:45	Tafelgesprek 3, deel 2, Maartje van Weegen	DLS Maatje van Weegen, Juliana en Bernard	ja
64	45:36-46:05	00:41	Fragment interview met Juliana en Bernard door Maartje van Weegen	Koninginnedag 1987, NOS	nee
65	46:05-46:43	00:38	Tafelgesprek 3, deel 3, Maartje van Weegen	nee	ja
66	46:43-47:10	00:27	Fragment Maartje van	Dokwerk - Op handen	nee

			Weegen na begrafenis Prins Claus	gedragen, NOS/VARA, 2003 gemaakt door Michiel van Erp	
67	47:10-52:16	05:06	Tafelgesprek 3, deel 4, Maartje van Weegen en afsluiting gesprek en programma	DLS Prins Claus, beelden radiostudio	ja
68	52:16-52:54	00:38	Lucky TV, satirische montage gericht op de actualiteit	NOS Journaal (hulpactie Assad, president van Syrie)	nee
69	52:54-53:00	00:06	Bumper VARA.nl	ja	nee

Bijlage 3 Segmenten

Segmenten	Oud		Nieuw
Inleiding	00:30		00:24
Nieuws	02:00		02:26
Krukken	02:02		01:40
Tafelgesprek 1	07:52		10:00
Jakhalzen	03:30		02:50
Publiekje	04:13	Tafelgesprek 2	11:37
TVDD	08:15		06:00
Tafelgesprek 2	07:16	Publiekje	02:24
Cafe de Wereld	02:57	Trending Topic	00:46
Tafelgesprek 3	09:35		14:10
Uitlui	00:09	Lucky TV	00:38
Totaal	45:07	Totaal	53:00
Aandeel instarts	04:53 10 %		12:31 23,2 %