



01-06-2014

Mediakritiek in de media

***Het kritisch potentieel van zelfreflexiviteit in het programma HEERLIJK EERLIJK
HEERTJE (2009, VPRO)***

Universiteit van Utrecht

MA Film- en Televisiewetenschap

Master Thesis

Eerste Lezer: dr. Martina Roepke

Tweede Lezer: dr. Vincent Crone

Melvin Bechan

Stud. Nr.: 4124901

m.s.h.bechan@students.uu.nl

Inhoudsopgave

Inleiding	3
<i>Theoretisch Kader</i>	5
1. Methode	8
<i>Methodologische reflectie</i>	8
<i>Casus</i>	9
<i>Aanpak</i>	9
2. Zelfreflexiviteit in de media	11
<i>Zelfreflexiviteit: het tonen van de constructie</i>	11
<i>Zelfreflexiviteit: kritiek of machtsmiddel?</i>	12
<i>Zelfreflexiviteit: tussen strategie en expressie</i>	13
3. Resultaten: de constructie van discours over media in HEH	16
<i>Opbouw en thema's</i>	16
<i>Presentator/Gastheer</i>	19
<i>Crew</i>	22
<i>Gasten</i>	24
<i>Studiopubliek en kijkerspubliek</i>	30
4. Bevindingen: de rol van zelfreflexiviteit in HEH	33
Conclusie	35
Bronnenlijst	36
Bijlagen	39

Abstract

Sinds het einde van de 20^{ste} eeuw lijken steeds meer televisieprogramma's de media-industrie zelf te thematiseren in hun programma's. Die vorm van zelfreflexiviteit wordt door sommige wetenschappers gekoppeld aan een transitionele fase van het medium. Daarnaast kan er een specifiekere vorm van zelfreflexiviteit worden opgemerkt, waarin er ook kritiek wordt geleverd op de media-industrie. Een programma waarin dat gebeurt is HEERLIJK EERLIJK HEERTJE. Het programma onderscheidt zich door ook zelfreflexief te zijn over zijn eigen tekstuele constructie en institutionele context. Aan de hand van een discoursanalyse wordt aangetoond dat het programma een mediakritisch discours voert, maar daarbij ook wordt beïnvloed door een dominant televisiediscours. Zelfreflexiviteit speelt een grote rol in het blootleggen van dat discours. Het concept heeft dus het potentieel om kritisch te zijn, maar is dat niet altijd.

Inleiding

"A sign of the still young medium's coming of age is that, currently, like literature and film before it, television is more frequently focusing on itself."¹

In dit citaat wordt door Michael DeSousa al begin jaren '80 een tendens binnen het Amerikaanse televisielandschap opgemerkt, waarin televisie steeds meer naar zichzelf is gaan verwijzen. Televisie over televisie, ofwel 'meta-televisie', kan volgens hem veel verschillende vormen aannemen.² De minst voorkomende, maar groeiende vorm van zelfreflexiviteit komt volgens DeSousa tot uiting wanneer programma's de televisie-industrie, als een communicatief systeem en instituut, representeren. Volgens hem zijn zulke zelfreflexieve uitingen te wijten aan de volwassenwording van het televisie-medium, omdat introspectie een teken is van persoonlijke volwassenwording.³ Meer recentelijk koppelen wetenschappers het gebruik van zelfreflexiviteit aan de komst van digitale media die de grenzen tussen consument en producent zouden hebben vervaagd. Dit heeft op zijn beurt gezorgd voor meer transparantie in beide richtingen, wat zich onder andere uit in zelfreflexiviteit.⁴ In beide gevallen wordt zelfreflexiviteit gekoppeld aan een transitionele fase.

De media hebben tegenwoordig een buitengewone rol in processen van betekenisgeving; steeds meer wordt de werkelijkheid gevormd door representaties in de media. Zelfreflexieve televisieprogramma's waarin de media-industrie wordt gerepresenteerd dragen zo een discours over media uit, terwijl zij zelf onderdeel zijn van een mediadiscours. Dat betekent dat het programma reflexief is over zijn sociale context, terwijl het tegelijkertijd wordt gevormd door diezelfde context. Daarnaast is er in sommige televisieprogramma's een specifiekere, onderbelichte vorm van zelfreflectie te herkennen, waarin vormen van mediakritiek worden gecombineerd met zelfreflexiviteit. Toch mag niet vergeten worden dat het een programma benaderd moet worden als een discursief construct; het is in feite een kritisch discours over een mediadiscours. Dit betekent dat de gemedieerde representaties van de media-industrie, zelfs wanneer deze kritisch van aard zijn, altijd zorgvuldig moeten worden geanalyseerd. Een kritisch televisieprogramma over de media onthult in dat opzicht niet alleen een mediadiscours, maar vormt zelf een discours over media dat andere mediadiscoursen kan articuleren,

1 Michael DeSousa, "Perspectives: The Emerging Self-Portrait: The Television of Television," *Journal of Popular Film and Television*, 9.3 (1981): 144.

² Zo kan volgens DeSousa de televisiewereld als context dienen voor humor en drama, televisie worden neergezet als een 'paradijs' waar iedereen aan wilt deelnemen en kan zelfreflexiviteit beroep doen op de kijker om intertekstuele referenties te herkennen. DeSousa, "Perspectives: The Emerging Self-Portrait", 144-146.

³ DeSousa, "Perspectives: The Emerging Self-Portrait", 146.

⁴ Brooke Duffy, Tara Liss-Mariño en Katherine Sender, "Reflexivity in Television Depictions of Media Industries: Peeking Behind the Gilt Curtain," *Communication, Culture & Critique*, 4.3 (2011): 297.

completeren of juist kan ondermijnen.

Die vorm van zelfreflexiviteit, waarin er een beroep wordt gedaan op het kritisch potentieel van het concept, is in de wetenschappelijke literatuur voornamelijk onderzocht in fictionele televisieprogramma's, in het bijzonder sitcoms⁵ en fictionele films⁶. Onderzoeken naar non-fictionele zelfreflexieve televisieprogramma's hebben zich hoofdzakelijk gericht op documentaires⁷ en nieuwsprogramma's⁸, al zijn die onderzoeken meer verkennend van aard. Naar zelfreflexiviteit in andere televisiegenres is echter minder wetenschappelijk onderzoek gedaan. Daarnaast zijn de meeste onderzoeken gericht op Amerikaanse en Britse films en televisieprogramma's en bijna nooit op Nederlandse mediaproducten.

Hoewel kritische zelfreflexiviteit geen nieuw fenomeen is, kan worden opgemerkt dat de media steeds vaker kritisch worden benaderd in Nederlandse talkshows en praatprogramma's; vooral bij de Publieke Omroep is daar ruimte voor.⁹ Een van die kritische zelfreflexieve programma's, waarin de media het centrale thema waren, was HET BLAUWE LICHT (VPRO, 1997-2000) waarin fragmenten uit de media besproken en geanalyseerd werden. Hetzelfde gebeurt in het programma VIERKANTE OGEN (VPRO, 2010-2014) waarin er wordt gepraat over de rol van televisie. In het kritische programma MEDIALOGICA (HUMAN en VPRO, 2012-2014) worden de verschillen tussen echte gebeurtenissen en de representaties daarvan in de media aan het licht gebracht. Het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (VPRO, 2009) lijkt op dezelfde kritische wijze de media-industrie te thematiseren, maar onderscheidt zich van bovenstaande programma's door ook zelfreflexief te zijn over zijn eigen tekstuele constructie en institutionele context. De vraag rijst welke rol zelfreflexiviteit in het programma speelt in het blootleggen van een discours over media. De indruk wordt namelijk gewekt dat er kritiek wordt geleverd op een dominant mediadiscours, terwijl het programma daar zelf een onderdeel van is. Dit onderzoek is erop gericht de volgende hoofdvraag te beantwoorden:

Welke rol speelt zelfreflexiviteit in het blootleggen van een discours over media in het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE?

5 Carl Bybee en Ashley Overbeck, "Homer Simpson Explains our Postmodern Identity crisis, Whether we Like it or not: Media Literacy after 'The Simpsons'," *SIMILE: Studies In Media & Information Literacy Education*, 1.1 (2001): 1-12.

6 Ronald Bishop, "Good afternoon, good evening, and good night: The Truman Show as media criticism," *Journal of Communication Inquiry*, 24.1 (2000): 6-18.

7 Jay Ruby, "The image mirrored: reflexivity and the documentary film," *Journal of the University Film Association*, 29.4 (1977): 3-11.

8 Tanni Haas, "Mainstream news media self-criticism: A proposal for future research," *Critical Studies in Media Communication*, 23.4 (2006): 350-355.

⁹ Zo zijn er enkele voorbeelden te noemen van commerciële programma's die de constructies in de media soms laten zien (bijvoorbeeld wanneer de kijker achter de schermen mee mag kijken van THE VOICE OF HOLLAND (RTL4, 2010-2014)), maar zijn de media zelf, en hun werking, nooit het centrale thema van het programma.

Theoretisch kader

Zelfreflexiviteit in media lijkt geen nieuw fenomeen, maar kan al worden opgemerkt in de vroege literatuur¹⁰, de vroege films en de eerste televisieprogramma's.¹¹ Zelfreflexieve constructies in media creëren de mogelijkheid om de taal waarmee er wordt gecommuniceerd, dus ook audiovisuele communicatie, te deconstrueren. Sommige wetenschappers duiden die constructies ook wel aan met het voorzetsel 'meta'.¹² Binnen de mediastudies worden er doorgaans zes verschillende vormen van zelfreflexieve televisie, of meta-televisie, gedefinieerd. Zo kan een programma reflexief zijn over zijn eigen tekstuele constructie¹³, zijn intertekstuele referenties aan andere programma's of genres¹⁴, zijn intermediale referenties¹⁵, zijn referenties aan het medium zelf¹⁶, zijn referenties aan de auteur¹⁷ en zijn referenties de media-industrie.¹⁸ Die vormen van zelfreflectie kunnen in de tekst verborgen zitten of expliciet worden gemaakt. Daarnaast wordt in sommige gevallen zelfreflexiviteit nadrukkelijk gethematiseerd binnen een programma, terwijl andere programma slechts een paar zelfreflexieve elementen bevatten. In het tweede hoofdstuk zal er verder worden ingegaan op de verschillende functies die, binnen drie wetenschappelijke tradities, worden toegeschreven aan het gebruik van zelfreflexiviteit. Vanuit de betreffende wetenschappelijke tradities zal er worden onderzocht op welk 'probleem' zelfreflexiviteit een antwoord lijkt te zijn. Er zal worden aangetoond dat het concept in verschillende contexten anders kan functioneren.

Dit onderzoek is erop gericht meer zicht te krijgen op de rol van zelfreflexiviteit in het blootleggen van een discours. Daarom zal er eerst worden uitgelegd wat er wordt bedoeld met het begrip discours. Vernieuwend aan de discoursstheorie is de manier waarop taal en taalgebruik benaderd worden. Het belangrijkste uitgangspunt is dat taaluitingen, in de breedste zin van het woord, geen reflecties maar representaties zijn van de werkelijkheid en moeten worden opgevat als sociaal gedrag.¹⁹ De discoursstheorie gaat er niet alleen vanuit dat de realiteit via taal wordt begrepen, maar ook dat er een realiteit gecreëerd wordt aan de hand van taal; discursieve praktijken zijn dus sociale

10 Roberta Ricci, "Morphologies and functions of self-criticism in modern times: Has the author come back?," *MLN* 118.1 (2003): 117.

11 Michael DeSousa, "Perspectives: The Emerging Self-Portrait: The Television of Television," *Journal of Popular Film and Television*, 9.3 (1981): 144.

12 Scott R. Olson, "Meta-Television: Popular Postmodernism," *Critical Studies in Media Communication* 4.3 (1987): 284.

13 Olson, "Meta-Television", 285-286.

14 Olson, "Meta-Television", 285-286.

15 Petr Szczepanik, "Intermediality and (Inter)media Reflexivity in Contemporary Cinema," *Convergence* 8.4 (2002): 29-36.

16 Olson, "Meta-Television", 285-286.

17 Olson, "Meta-Television", 285-286.

18 John Thornton Caldwell, *Production culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television* (Durham: Duke University Press, 2008)

19 Harry van den Berg, "Discoursanalyse," *KWALON* 9.2 (2004): 30.

praktijken.²⁰ Taalgedrag is, net als andere sociale handelingen, contextgevoelig omdat het wordt gereguleerd door sociale regels. Volgens Harry Van Den Berg zijn er "sociale regels voor wie, wat, wanneer en waar mag zeggen; zijn er regels voor hoe iets gezegd behoort te worden en is ook het *hoe* tijd-, plaats- en positiegebonden."²¹ De discoursstheorie wordt daarom vaak geassocieerd met het sociaal constructivisme, omdat het er van uitgaat dat discourses historisch en cultureel worden bepaald.²² Dit betekent dat de discourses die we gebruiken om de wereld te begrijpen aan verandering onderhevig zijn. Dit onderzoek gaat uit van eenzelfde benadering door te stellen dat het programma een discursieve constructie is die in een bepaalde context begrepen moet worden.

Er zijn ook benadering waarbij een discours veel meer omvat dan alleen taalgebruik. Michel Foucault definieert een discours bijvoorbeeld als een "geheel van sociale regels en praktijken die via een specifiek systeem van betekenissen geproduceerd wordt." En ook Ernesto Laclau en Chantal Moeffe stellen dat een discours alle sociale praktijken bevat.²³ Die aanname heeft ook gevolgen voor de manier waarop macht wordt gedefinieerd. Foucault legt de nadruk op de productieve kant van macht, zonder de repressieve kant te ontkennen. Hij stelt dat macht niet zomaar in het bezit is van mensen en kan worden uitgeoefend, maar dat macht de sociale werkelijkheid creëert. Waarheidsproducerende discourses vormen kennis die bepaalde mensen meer macht toekennen dan anderen.²⁴

Dit onderzoek valt binnen de *kritische media industrie studies*, omdat er wordt gekeken naar de belangrijke rol die media-industrieën spelen in het organiseren van beelden en discourses. Daarnaast wordt, net als bij Foucault, de nadruk gelegd op de productieve kant van macht. "Macht is een vorm van leiderschap die wordt geconstrueerd door een discours, waarbinnen is bepaald hoe er wordt gedacht over de media en hun rol in het leven van mensen."²⁵ Dit onderzoek gaat ervan uit dat er dat meerdere discourses met elkaar strijden om dominantie. Er wordt hierbij onderscheid gemaakt tussen dominante en tegendiscourses. Ondanks de grote variëteit in televisieprogramma's, is er toch sprake van een dominante televisiecultuur met eigen conventies die wordt beïnvloed door institutionele en economische factoren.²⁶ Het is dan ook niet verwonderlijk dat het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE vaak als experimenteel

²⁰ Marianne W. Jørgenson en Louise J. Philips, *Discourse Analysis as Theory and Method* (Londen: SAGE Publications Ltd, 2002), 18.

²¹ Harry van den Berg, "Discoursanalyse," *KWALON* 9.2 (2004): 31.

²² Jørgenson en Philips, *Discourse Analysis*, 4.

²³ Van den Berg, "Discoursanalyse", 32.

²⁴ Jørgenson en Philips, *Discourse Analysis*, 70.

²⁵ Timothy Havens, Amanda D. Lotz en Serra Tinic. "Critical Media Industry Studies: A Research Approach." *Communication, Culture & Critique* 2.2 (2009): 237.

²⁶ Binnen de *production studies* wordt een soortgelijke benadering gehanteerd. In het volgende hoofdstuk wordt hier opnieuw aandacht aan besteed.

wordt bestempeld, omdat het op verschillende punten afwijkt van gestandaardiseerde televisieconventies die passen binnen een dominant televisiediscours.

1. Methode

Methodologische reflectie

In de analyse zal er worden geprobeerd het discours over media dat het programma voert bloot te leggen. Voor het onderzoek zal er daarom gebruik worden gemaakt van een kwalitatieve discoursanalyse. De methode wordt door veel wetenschappers op verschillende manieren gehanteerd, waardoor er geen eenduidige benadering schuilt achter de term discoursanalyse.²⁷

Volgens Jacob Torfing worden discoursanalyses doorgaans op drie manieren geoperationaliseerd wanneer deze betrekking hebben op media. Zo kunnen discourses over de media in de maatschappij worden onderzocht, kunnen discourses in de media nader bekeken worden (tekstanalyse), of kan een wetenschapper uitgaan van media als een discours (institutionele context).²⁸ Die laatste benadering wordt bijvoorbeeld gehanteerd door Norman Fairclough, en wordt ook wel een 'kritische discoursanalyse' genoemd. In Faircloughs kritische discoursanalyse gaat het niet alleen om de tekst (micro-niveau), maar wordt tevens aandacht besteed aan de institutionele context (meso-niveau). Anders dan Foucault gaat de 'kritische discoursanalyse' ervan uit dat macht wel bepaalt welke discourses domineren en welke niet. Fairclough stelt dat:

"language is centrally involved in power, and struggles for power, and that it is so involved through its ideological properties."²⁹

Als steeds meer televisieprogramma's dominante discourses ondermijnen is dat volgens Fairclough een blijk van een sociaal-culturele verandering.

Fairclough heeft een bruikbaar, maar nog geen vaststaand, raamwerk bedacht om een discours als een sociale praktijk te kunnen onderzoeken.³⁰ Volgens Fairclough zijn discourses manieren om aspecten van de wereld te representeren. Hij doelt daarmee op de processen, relaties en structuren van de materiële, mentale en sociale wereld.³¹ Een tekst moet daarom niet alleen gezien worden als een document dat een discours uitdraagt, maar zelf ook benaderd worden als een discours. Fairclough stelt voor om de discourses in een tekst (het programma) te koppelen aan zijn discursieve praktijk (de televisie-industrie) en deze vervolgens in te bedden in een sociale en culturele context.³² Interessant aan HEERLIJK EERLIJK HEERTJE is dat die discursieve praktijk expliciet wordt

27 Harry van den Berg, "Discoursanalyse," *KWALON* 9.2 (2004): 29.

28 Jacob Torfing, *New theories of discourse. Laclau, Mouffe and Žižek* (Oxford: Blackwell, 1999), 210.

²⁹ Norman Fairclough, *Language and power* (London: Longman, 1992), 17.

30 Jørgenson en Philips, *Discourse Analysis*, 64.

31 Norman Fairclough, *Analysing discourse: Textual analysis for social research* (London: Routledge, 2003), 124.

32 Jørgenson en Philips, *Discourse Analysis*, 70.

gemaakt en is geïntegreerd in het programma. Middels een discoursanalyse zal worden op welke manier het programma naar zichzelf en zijn context verwijst en welk discours over media hiermee wordt blootgelegd.

Casus

Het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE is voortgekomen uit een idee van Raoul Heertje, Joris Luyendijk en Eric van Sauers en is geproduceerd door IDTV. Het werd in 2009, tussen 9 januari en 27 februari, op vrijdagavond uitgezonden door de VPRO op Nederland 3 en bestond uit één seizoen van acht afleveringen van elk een half uur. In het programma nodigt Raoul Heertje, bekend als stand-up komediant en teamcaptain in het programma DIT WAS HET NIEUWS (1996-2000, TROS), elke week een paar gasten uit om te praten over de media. Daarnaast worden er ook beelden van achter de schermen opgenomen. Regisseur Joost van Ginkel maakte uiteindelijk een compilatie van al die beelden; elke aflevering bestaat uit een aaneenschakeling van fragmenten van de studiogesprekken en beelden achter de schermen, die elkaar op niet-chronologische wijze afwisselen. HEERLIJK EERLIJK HEERTJE is op deze manier niet alleen zelfreflexief over de media-industrie, maar ook over zijn eigen tekstuele constructie en institutionele context.

Hoewel het programma redelijk goed werd ontvangen, 508.000 kijkers tijdens de eerste aflevering, kende het programma een enorme afname in populariteit. Zo werd de laatste aflevering slechts door 178.000 kijkers bekeken.³³ Volgens sommige critici zou het programma open deuren inslaan, omdat de kijker allang zou weten hoe de media werken.³⁴ Voorstanders van het programma prijzen juist Heertjes poging om de 'toneelstukken' in de media bloot te leggen en het experimentele karakter van het programma.³⁵

Aanpak

Na de uiteenzetting van de functies van zelfreflexiviteit vanuit drie wetenschappelijke tradities in hoofdstuk 2 zal er in hoofdstuk 3 worden onderzocht welk discours over media gevoerd wordt in het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE. Er zal worden gekeken naar: de opbouw en thema's, de presentator/gastheer, de crew, de gasten en tenslotte het studio- en kijkerspubliek.

In de eerste paragraaf zal ik in kaart brengen hoe het programma is opgebouwd en welke thema's er worden behandeld. In de tweede paragraaf zal de rol van Raoul Heertje worden onderzocht. 'Heertje' vervult in het programma een centrale rol. Dit roept

³³ Voor een volledig overzicht van de kijkcijfers per aflevering, zie bijlage 1.

³⁴ In het programma DE WERELD DRAAIT DOOR (30 januari 2009) uit Henk Ragoort, voorzitter Raad van Bestuur van de NPO, zijn ongenoegen over Heertjes programma en wijst Heertje op de dalende kijkcijfers.

³⁵ Bijvoorbeeld in een column van journalist en mediarecensent Jean-pierre Geelen in De Volkskrant: <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2844/Archief/archief/article/detail/350988/2009/07/10/Heb-ik-iets-gemist.dhtml>, laatst geraadpleegd op 18-04-2014.

vragen op over de geïmpliceerde machtsrelaties in het programma. Daarnaast mag niet worden vergeten dat ook 'Heertje' een mediale constructie is. De vraag die centraal staat is op welke manier 'Heertje', als presentator van het programma, bijdraagt aan het blootleggen van een discours over media. Aan de hand van de crew, de gasten, en het kijkerspubliek zal er worden onderzocht in hoeverre zij dat discours over media articuleren, bevestigingen of juist ondermijnen. In alle paragrafen zal ik tevens aandacht besteden aan de cinematografie en montage. Ter illustratie en verduidelijking zal ik in mijn analyse gebruik van afbeeldingen en verwijzen naar sceneanalyses die als bijlagen zijn ingesloten.

In hoofdstuk 4 zal ik mijn bevindingen uiteenzetten. Er zal worden onderzocht hoe het discours dat het programma voert zich verhoudt tot andere mediadiscoursen. Ik zal hierbij gebruik maken van de theorie uit hoofdstuk 2.

2. De rol van zelfreflexiviteit in de media

1.1 Zelfreflexiviteit: het tonen van de constructie

Het postmodernisme wordt vaak gezien als reactie op het modernisme. Jean-François Lyotard beschrijft in zijn boek "The postmodern Condition" dat de teleurstelling in de 'grote verhalen van het modernisme' heeft geleid tot een gevoel van pessimisme en cynisme. De overkoepelende en totaliserende theorieën, die hij 'meta-narratieven' noemt, hebben nu plaatsgemaakt voor pluralisme en diversiteit.³⁶

Volgens Jean Baudrillard hebben we steeds meer te maken met een overdaad aan informatie (een bombardement van tekens en beelden). Daarbij zijn die beelden steeds meer naar elkaar gaan verwijzen en alleen nog maar representaties van representaties (simulacra), die op geen enkele manier meer in verband staan met de werkelijkheid.³⁷ Die nihilistische visie van Baudrillard vertaalt zich naar een pessimistische houding tegenover het postmodernisme. Hij spreekt van een passief publiek die de wereld alleen nog maar kan structureren aan de hand van representaties, de zogenaamde 'hyperrealiteit'.³⁸ Kenmerkend voor het postmodernisme is de realisatie dat media geen objectieve representatie van de werkelijkheid kunnen weergeven, maar eerder gemedieerde interpretaties van die werkelijkheid laten zien.³⁹

Toch zijn er ook positievere geluiden van andere postmoderne wetenschappers zoals Jim Collins. Hij stelt in zijn artikel "Television and Postmodernism" dat de er wel degelijk sprake is van een actieve kijker met een 'hyperbewustzijn' die zich bewust is van het feit dat alles al een keer gezegd en gedaan is.⁴⁰ Dat heeft volgens Umberto Eco ertoe geleid dat taal zelfreflexief is geworden over zijn referenties.⁴¹ De nadruk wordt daarbij vooral gelegd op de positie van tekst binnen een netwerk van meerdere teksten (intertekstualiteit):

One can no longer say 'I love you madly,' but 'as Barbara Cartland would put it, "I love you madly."⁴²

Zelfreflexiviteit wordt dikwijls door verschillende wetenschappers gezien als intrinsieke eigenschap van het postmodernisme (DeSousa, 1981; Olson, 1987; Aden, 1991), omdat het net zoals in het postmodernisme representaties deconstrueert. Daarbij wordt in 'postmoderne' media vaak een beroep gedaan op de kennis die een kijker moet

³⁶ John Storey ed., *Cultural theory and popular culture: a reader*. (Harlow: Pearson Education, 2006), 132.

³⁷ Jean Baudrillard, *Simulacra and simulation*, trans. Sheila Faria Glaser (Michigan: University of Michigan Press, 1994), 6.

³⁸ Baudrillard, *Simulacra and simulation*, 81.

³⁹ Scott R. Olson, "Meta-Television: Popular Postmodernism," *Critical Studies in Media Communication* 4.3 (1987): 284.

⁴⁰ Patricia Pisters, *Lessen van Hitchcock: een inleiding in mediatheorie* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011), 268.

⁴¹ Umberto Eco, *Misreadings* (Orlando Hartcourt, 1993), 65.

⁴² Eco, *Misreadings*, 65.

beschikken over media, teksten en andere genres⁴³. Zelfreflexiviteit legt de nadruk op de constructie van een tekst en nodigt de kijker uit om representaties kritisch te benaderen:

When television undermines its own conventions, it attacks its own illusion of naturalness. The existence of such self-reflexive television programs has led some scholar to accept television as a part of the postmodernist web.⁴⁴

Postmoderne zelfreflexiviteit is dus vooral een esthetische en formele reactie op de hoge mate van intertekstualiteit in televisieprogramma's en een antwoord op de 'crisis in representaties'.

1.2 Zelfreflexiviteit: kritiek of machtsmiddel?

Binnen het marxistische denken is er niet een specifieke marxistische theorie over de media, maar wordt er op verschillende manieren over media geschreven.⁴⁵ Het marxisme wordt beschreven als een politieke, sociale, economische en filosofische kritiek op het kapitalisme, waarbinnen media, als producten van het kapitalisme, als gevaar gezien worden. Omdat media in staat zijn om sociale constructies van de werkelijkheid te representeren, worden massamedia vaak gezien als 'krachtige wapens' die, in de handen van de heersende kapitalistische klasse, worden gebruikt om de massa te controleren.⁴⁶ Onder andere via media wordt er een 'vals bewustzijn' gecreëerd, waardoor de ongelijkheden in de samenleving worden gemaskeerd.⁴⁷ Hoewel Marx de term 'vals bewustzijn' zelf nooit in de mond heeft genomen, wordt het concept vaak in verband gebracht met zijn kritiek op ideologie. Door ideologie wordt volgens Marx de werkelijkheid vervalst in beeld gebracht en wordt de heersende macht bevestigd.

Antonio Gramsci was van mening dat het idee van een 'vals bewustzijn' niet kon verklaren, waarom de klassenstrijd zo langzaam voortschreed en kwam met het concept 'culturele hegemonie'. Volgens Gramsci komt macht tot stand doordat de normen en waarden van de dominante groep door middel van cultuur worden genormaliseerd.⁴⁸ Daarbij biedt cultuur de mogelijkheid voor onderhandeling tussen de dominante en gedomineerde groep:

Instead, therefore, of considering the mass media as a means for the capitalist class to 'enforce' their dominant ideology on other social classes, the media were now

43 Scott R. Olson, "Meta-Television: Popular Postmodernism," *Critical Studies in Media Communication* 4.3 (1987): 285.

44 Olson, "Meta-Television", 284.

45 Hans Magnus Enzensberger, *Constituents of a Theory of the Media* (Harmondsworth: Penguin, 1972), 100.

46 John Storey ed., *Cultural theory and popular culture: a reader*. (Harlow: Pearson Education, 2006), 63.

47 Ralph Miliband, *The State in Capitalist Society: The analysis of the western system of power* (London: Quartet Books Limited, 1973), 2.

48 Storey, *Cultural theory*, 63.

conceptualised as 'sites of struggle' where all groups in society could compete to promote their particular views and interests.⁴⁹

Het concept van een 'vals bewustzijn' werd verder ontwikkeld door leden van de Frankfurter Schule; een groep Duitse wetenschappers die veel kritiek hadden op de opkomende populaire massacultuur. Herbert Marcuse stelt in zijn boek *The One Dimensional Man* dat de cultuurindustrie de ideologie van het kapitalisme promoot en daarmee valse behoeftes opwekt. De kapitalistische producten van de cultuurindustrie zouden indoctrineren, manipuleren en zo een 'vals bewustzijn' creëren.⁵⁰

Toch zagen verschillende wetenschappers, zoals Bertolt Brecht, Herbert Marcuse en later ook Hans Enzensberger, ook mogelijkheden om een positief bewustzijn te creëren. Brecht probeerde dat in het midden van de 20^{ste} eeuw door in zijn epische theaterstukken vervreemdingseffecten toe te passen, waardoor de kijker werd geactiveerd.⁵¹ In de jaren '70 stelt Enzensberger dat media ook een positief bewustzijn kunnen creëren om zo de massa te mobiliseren en emanciperen, maar dat die emancipatorische vormen van media nog niet waren gerealiseerd.⁵²

Ronald Bishop, die zich duidelijk heeft laten beïnvloeden door Gramsci, stelt dat een film als *THE TRUMAN SHOW*, pretendeert kritiek te leveren op de media-industrie, maar dat de macht van de media eerder bevestigd dan ondervraagd wordt.⁵³ Zelfkritische reflectie in de media kanaliseert als het ware de ontevredenheid over media binnen de grenzen van de dominante ideologie. Hiermee wordt de illusie gecreëerd dat een kijker precies weet hoe manipulatief media kunnen zijn, terwijl die gemedieerde kritiek, volgens Bishop, altijd in een vorm is gegoten die in het voordeel van de dominante cultuur is. Media voorzien op deze manier in een behoefte aan een discours over de invloed van media, maar geven vervolgens zelf vorm aan dat discours. Daarnaast stelt Bishop dat zelfreflexiviteit ook simpelweg verkoopt en daarom steeds vaker opduikt.⁵⁴ Hoe het gebruik van zelfreflexiviteit als industriële strategie wordt ingezet zal in de volgende paragraaf worden behandeld.

1.3 Industriële zelfreflexiviteit: tussen strategie en expressie

Volgens John Thornton Caldwell is zelfreflectie geen formele eigenschap van het postmodernisme als antwoord op de overdaad aan beelden en hoge mate van

⁴⁹ Ralph Miliband, *The State in Capitalist Society: The analysis of the western system of power* (London: Quartet Books Limited, 1973), 4.

⁵⁰ Herbert Marcuse, *One Dimensional Man* (Boston: Beacon Press, 1964), 14.

⁵¹ John Theobald, "The intellectual tradition of radical mass media criticism: a framework," *Radical mass media criticism: a cultural genealogy*, eds. D. Berry and J. Theobald, 1-20. (Montreal: Black Rose Books, 2006), 12.

⁵² Enzensberger, *Constituents of a Theory*, 115.

⁵³ Ronald Bishop, "Good afternoon, good evening, and good night: The Truman Show as media criticism," *Journal of Communication Inquiry*, 24.1 (2000): 6.

⁵⁴ Bishop, "Good afternoon", 10.

intertekstualiteit, maar eerder een institutionele praktijk.⁵⁵ Anders dan in het Marxisme waarin de media vaak als een monolithisch blok worden gezien die de dominante ideologieën van het kapitalisme propageren, gaan wetenschappers er binnen de *production studies* vanuit dat er binnen de media ook sprake is van een productiecultuur.⁵⁶ *Production studies* is een variant op de *political economy-benadering* gemengd met het gedachtegoed van de *cultural studies*. Hoewel film en televisie zich zeker ook laten beïnvloeden door macroscopische, economische processen functioneren zij ook op een microsociaal niveau. Media produceren niet simpelweg populaire cultuur, maar vormen ook zelf een cultuur, waarin mensen samen betekenis geven aan zichzelf en de media waar zij onderdeel van zijn.⁵⁷ Er dus zowel sprake van een 'top-down' (*political economy*) als een 'bottom-up' (*cultural studies*) benadering.

Caldwell stelt dat er tegenwoordig een nieuwe vorm van zelfreflexiviteit te herkennen is, waarin televisieprogramma's en films reflecteren op de communicatieve context van een tekst en de media-industrie waaruit die tekst voortkomt, ookwel 'industriële zelfreflexiviteit'.

Once considered secondary or backstory phenomena, industry self-analysis and self-representation now serve as primary onscreen entertainment forms across a vast multimedia landscape.⁵⁸

Hoewel sommige management experts die vorm van zelfreflexiviteit louter zouden bestempelen als een promotionele marketingstrategie, stelt Caldwell dat het ook vormen zijn van culturele onderhandelingen en expressies van een productiecultuur.⁵⁹ Hij stelt dat het concept zelfreflexiviteit altijd van twee kanten moet worden bekeken. Vanuit een managementpositie kan industriële zelfreflexiviteit dienen als strategie om een positief beeld van het product, het bedrijf of de hele media-industrie te schetsen. Aan de andere kant worden zelfreflexieve constructies gebruikt door productiepersoneel om de industriële en culturele beperkingen, die hun creatieve activiteiten beperken, te articuleren.⁶⁰

Toch besteedt Caldwell minder aandacht aan films en televisieprogramma's waarin het kritisch reflecteren op de media-industrie centraal staat. In het artikel "Reflexivity in Television Depictions of Media Industries: Peeking Behind the Gilt Curtain" wordt

55 John Thornton Caldwell, "Critical Industrial Practice Branding, Repurposing, and the Migratory Patterns of Industrial Texts," *Television & New Media* 7.2 (2006): 104.

56 John Thornton Caldwell, *Production culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television* (Durham: Duke University Press, 2008), 11.

57 Caldwell, *Production Culture*, 2.

⁵⁸ Caldwell, *Production Culture*, 1.

59 Caldwell, *Production Culture*, 2.

60 Vicki Mayer, Miranda J. Banks en John T. Caldwell. *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries* (New York: Routledge, 2009), 104.

Caldwells benadering toegepast op meerdere hedendaagse komedieseries zoals 30 ROCK (NBC 2006-2012) en ENTOURAGE (HBO 2004-2001). Het onderzoek toont aan dat humoristische zelfreflexieve strategieën de mogelijkheid creëren om zowel kritiek te leveren op, als te participeren in de cultuurindustrie.⁶¹ De vraag blijft echter welke rol zelfreflexiviteit inneemt binnen een non-fictionele talkshow zoals HEERLIJK EERLIJK HEERTJE. In de analyse zal ik verder onderzoeken welke rol zelfreflexiviteit heeft in blootleggen van een discours over media.

61 Duffy, Brooke E., Tara Liss-Mariño en Katherine Sender. "Reflexivity in Television Depictions of Media Industries: Peeking Behind the Gilt Curtain." *Communication, Culture & Critique* 4.3 (2011): 299.

3. Resultaten: De constructie van een discours over media in HEERLIJK EERLIJK HEERTJE

Zoals de titel doet vermoeden probeert 'Raoul Heertje'⁶² in zijn programma een zo eerlijk mogelijk beeld neer te zetten van de werking van de media, maar vooral ook van de werking van zijn eigen programma. In HEERLIJK EERLIJK HEERTJE wordt veelvuldig gebruik gemaakt van zelfreflexieve elementen om een zo volledig beeld te schetsen van de totstandkoming van het programma. Hoewel veel productionele keuzes op deze manier worden verantwoord, is er ook veel wat de kijker niet te zien krijgt en is er nog steeds sprake is van een selectie van beelden. Een kritische analyse zal daarom uitwijzen hoe het programma een mediakritisch discours probeert te construeren door naar zijn eigen constructie en zijn institutionele context te verwijzen.

Opbouw en thema's

Het praatprogramma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE lijkt zich voornamelijk op twee hoofdzaken te richten. Aan de ene kant wil Heertje de constructies, of "alle toneelstukken", in de media blootleggen en aan de andere kant probeert de regisseur, maar ook Heertje zelf, een zo volledig mogelijk beeld neer te zetten van de totstandkoming van het programma. Dat resulteert uiteindelijk in twee narratieve lagen die constant door elkaar heen lopen. De kijker krijgt niet alleen fragmenten van de studiogesprekken te zien, maar ziet ook (voor een deel) hoe het er achter de schermen aan toe gaat. Dat onderscheid wordt al aan het begin van de eerste aflevering duidelijk gemaakt, wanneer Heertje bij de make-up zit:

Cameraman: "Heb je nog energie om te vertellen waar het programma over gaat?"

Raoul Heertje: "Wie dit programma? Of het programma wat je vrijdag ziet? Maar het programma wat we nu gaan opnemen is gewoon interviews. Maar waar het programma uiteindelijk over gaat.. is alle toneelstukken die we de hele tijd opvoeren met elkaar."⁶³

Het verschil tussen het interviewprogramma dat op woensdag wordt opgenomen en het gemonteerde programma dat de kijker op vrijdag te zien krijgt, wordt vaker in het seizoen benadrukt. Het programma dat de kijker vrijdag te zien krijgt, tevens de casus van dit onderzoek, is een aaneenschakeling van verschillende fragmenten. In het programma wordt voortdurend op niet-chronologisch wijze geschakeld tussen beelden uit de studio, de redactievergaderingen, de regiekamer, de montageruimte, beelden op

⁶² Deze analyse richt zich op 'Raoul Heertje' als mediale constructie, wat betekent dat er uitspraken worden gedaan op basis van hoe hij gerepresenteerd wordt in het programma en als onderdeel van dat programma. Wanneer er wordt gesproken over Heertje dan wordt daarmee die mediale constructie bedoeld.

⁶³ "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

locatie en de werkkamer van Heertje. Aflevering 7 begint bijvoorbeeld met de afkondiging van het programma door Heertje, gevolgd door een fragment in zijn werkkamer, dan weer een fragment in de studio enzovoort. Of in aflevering 3 zien we een gesprek met een gast na de studio-opname, terwijl later in die aflevering diezelfde gast weer aan tafel zit. Ook komen sommige fragmenten uit eerdere afleveringen weer terug in andere afleveringen (aflevering 6 en 7). Die constante tijdsprongen worden vanaf de tweede aflevering verduidelijkt door het gebruik van ondertitels. De kijker krijgt te zien, waar en wanneer het fragment zich afspeelt (zie afbeelding 1).



Afb. 1 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, Aflevering 5 (00:06:11)

Ondertitel met locatie en tijdsaanduiding

Het spelen met de tijdsconventies is eveneens terug te zien in een gesprek met Prem Radhakishun in aflevering 1:

Raoul Heertje: "Ik zag jou gisteravond bij Pauw en Witteman.."

Prem Radhakishun: "Nee dan moet je zeggen ik zag jou dinsdagavond bij Pauw en Witteman, want dit wordt op vrijdag uitgezonden. Poppenkast Raoul."

Raoul Heertje: "Ja, maar het is woensdagavond en gister was het dinsdagavond. Dus ik zag jou gister bij Pauw en Witteman."

Prem Radhakishun: "Maar dit wordt eruit geknipt, want dit wordt vrijdagavond uitgezonden en dan is de kijker in verwarring."⁶⁴

Dit fragment is illustratief voor de manier waarop het programma experimenteert met de gebruikelijke tijdsconventies. Daarnaast wordt er in het programma veel geschakeld tussen verschillende locaties. Zoals in afbeelding 1 te zien is worden ook die verschillende locaties aangeduid met ondertitels. In de cinematografie kan dat verschil

64 "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

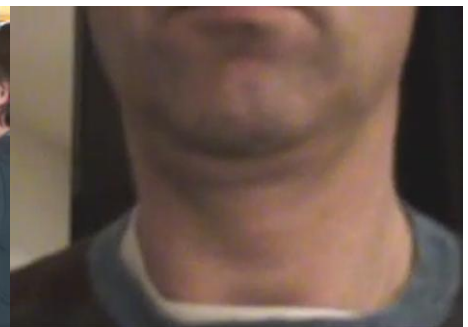
ook goed worden opgemerkt. De beelden in de studio zijn goed uitgelicht met studiolampen en hebben een hoge resolutie (afb. 2a). In de fragmenten van achter de schermen, bijvoorbeeld tijdens redactievergaderingen, is de beeldkwaliteit beduidend minder en wordt er gebruik gemaakt van natuurlijke belichting. De beelden worden meer vanuit de hand gefilmd en er wordt op abrupte momenten ingezoomd, uitgezoomd en scherpgesteld (afb. 2b). Wanneer Heertje alleen lijkt te zijn, bijvoorbeeld in zijn werkkamer, lijken de beelden te zijn opgenomen met een handcamera. De beelden zijn vaak slecht belicht, soms onscherp, korrelig en vanuit ongebruikelijke hoeken gefilmd (afb. 2c).



Afb. 2a Screenshot: HEH, afl. 1 (00:06:11)
Studiolook



Afb. 2b Screenshot: HEH, afl. 5 (00:06:11)
Redactievergadering



Afb. 2c Screenshot: HEH, afl. 3 (00:06:11)
Heertje in zijn werkkamer

Dat de makers van het programma van tevoren geen einddoel hadden vastgesteld en zelf ook niet wisten waartoe het programma zou leiden, blijkt uit het hoge experimentele gehalte van het programma. In het begin van het seizoen was er nog vooral sprake van een traditionele talkshowsetting die werd afgewisseld met beelden van achter de schermen. Later in het seizoen wordt echter steeds meer geëxperimenteerd met andere settings en worden zelfreflexieve elementen op verschillende manieren ingezet, wat uiteindelijk heeft geresulteerd in een soms inconsistent geheel van beelden.

Die onsamenhangendheid is ook zichtbaar in de thematische keuzes. Hoewel de gekozen thema's wel duidelijk in verband staan met het in kaart brengen van de constructies in de media, is het soms toch onduidelijk wat het overkoepelende thema is binnen een aflevering.⁶⁵ Zo wordt er in verschillende aflevering aandacht besteed aan de schijnimago's van bekende Nederlanders die door de media gecreëerd en in stand gehouden worden en wordt er in aflevering 8 gesproken over de diepgenestelde verwachtingspatronen waar een televisieprogramma niet aan kan ontkomen. Een ander onderwerp wat steeds lijkt terug te komen is de oneerlijke manier waarop de journalistiek bedreven wordt in Nederland. In de volgende paragrafen zullen deze thema's opnieuw aan bod komen. Voor nu kan worden opgemerkt dat deze thema's

⁶⁵ Voor een beknopt overzicht van de verschillende thema's (en gasten) zie bijlage 2.

minder centraal lijken te staan en dat de nadruk in het hele seizoen vooral ligt op het zo eerlijk mogelijk in kaart brengen van de totstandkoming van het programma.

Presentator/gastheer

De presentator neemt in het programma een centrale rol in. Dat is duidelijk terug te zien in de vele zelfreflexieve constructies die de gedachtegang van 'Raoul Heertje' in kaart brengen. Het programma lijkt zich vooral te richten op Heertjes persoonlijke queeste naar een zo'n eerlijk mogelijk programma. Om een beter beeld te krijgen van Heertje zelf en zijn bedoelingen met dit programma zal er eerst kort aandacht worden besteed aan zijn biografie.

Raoul Heertje is bij de meeste bekend als stand-up komediant. Hij was een van de eerste die in 1990 stand-up komedie naar Nederland haalde, door zijn eigen comedycafe 'Toomler' op te zetten. Naar aanleiding van zijn optredens werd hij vervolgens ook uitgenodigd in Amerika en Engeland om op te treden in comedyclubs en televisieprogramma's. In 1996 begon Heertje als teamcaptain in het satirische nieuwsprogramma DIT WAS HET NIEUWS (1996-2000, TROS). Daarnaast schreef Heertje columns voor onder andere Sportweek, NRC Handelsblad en Het Parool.

In 2009 bedacht Heertje, samen met journalist Joris Luyendijk, het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, omdat hij meer bewustzijn wil creëren over de 'toneelstukken' die in de media worden opgevoerd. In 2011 zou Heertje hier opnieuw aandacht aan besteden in zijn boek "Mark Rutte is Lesbisch". De samenwerking met Joris Luyendijk voor zijn televisieprogramma lijkt meer dan logisch, omdat Luyendijk eenzelfde mediakritische visie deelt, al besteedt hij meer aandacht aan de journalistiek. Luyendijk werd in 2006 bekend met succesvolle boek "Het Zijn Net Mensen", waarin hij de mechanismen van de berichtgeving over het Midden-Oosten blootlegt en daarmee het hele journalistieke discours kritisch tegen het licht houdt. Na een maand rond te hebben gelopen op het Binnenhof, plaatst Luyendijk in 2011 in zijn boek "Je Hebt Het Niet Van Mij, Maar..." opnieuw kritische kanttekeningen bij de Nederlandse politieke journalistiek.

Die kritische houding tegenover de media, en met name de journalistiek, komt meerdere malen terug in het programma. In een korte fragmentenreeks van ongeveer 2 minuten in aflevering 1 besteed Heertje aandacht aan de manier waarop zijn woorden totaal zijn verdraaid in een artikel in De Volkskrant. In het eerste fragment maakt Heertje aan de kijker duidelijk dat de citaten in het artikel niet de zijne zijn. De beelden in de werkkamer zijn vanuit één vast standpunt opgenomen, wat ervoor zorgt dat Heertje soms uit het beeld valt (afbeelding 3a en 3c). In het tweede fragment vertelt Heertje hetzelfde verhaal aan eindredacteur Jan van Friesland. In dat fragment worden Heertje en Van Friesland van achteren gevolgd door de camera, wat een voyeuristisch gevoel opwekt. Die manier van filmen wordt vaker in het programma gehanteerd,

wanneer de kijker krijgt te zien hoe het er achter de schermen aan toe gaat. In het laatste fragment geeft Heertje nogmaals commentaar op de manier waarop hij wordt neergezet in De Volkskrant. Naast de slechte beeldkwaliteit en ongewone kadrering wordt in dit fragment ook met taal een gevoel van authenticiteit bewerkstelligd. Een zin als: "Dit moet allemaal geknipt worden, want ik ben nog aan het zoeken..." is er in dit fragment (maar ook in andere afleveringen) opzettelijk in gelaten.



Afb. 3a Screenshot: HEH, afl. 1 (00:11:33)
Heertje in zijn werkkamer

Afb. 3b Screenshot: HEH, afl. 1 (00:12:00)
Heertje met eindredacteur

Afb. 3c Screenshot: HEH, afl. 1 (00:12:32)
Heertje in zijn werkkamer

In aflevering 3 wordt er tevens expliciet kritiek geleverd op de journalistiek, wanneer een studiosgesprek met Ronald Sørensen in het programma NOVA (NPS, VARA en NOS, 2010) gedetailleerd wordt gedeconstrueerd. Heertje wil hiermee aan tonen dat Sørensen door dat programma in een mal wordt geduwd door de presentator en het programma.⁶⁶

In aflevering 1 probeert Heertje opnieuw de constructies in het programma PAUW EN WITTEMAN (VARA, 2006-2014) bloot te leggen door te benadrukken dat hij al een voorgesprek heeft gehad met een redactrice en de kijker erop te wijzen dat Pauw en Witteman beiden oortjes in hebben.

Het imago van Heertje, als komediant met een moralistische boodschap, wordt al in de eerste aflevering geconstrueerd. In een fragment waarin hij de hulp van een kinderpsycholoog inschakelt krijgen we ook meer te weten over Heertje zelf:

Kinderpsycholoog: "Dus je bent eigenlijk een beetje een moralist tegenover hem."

Raoul Heertje: "Ja dat is tot nu toe wel steeds gebleken dat ik een moralist ben."⁶⁷

Die moralistische karaktertrek wordt meerdere malen in het seizoen bevestigd. Bijvoorbeeld in aflevering 3, waarin Heertje reageert op de inauguratie van president Obama, die in de media breed is uitgemeten. Heertje besluit zelf ook een soort inauguratie rede te geven die alleen bestaat uit het woord Obama. Een ander voorbeeld is te vinden in aflevering 4 waarin Heertje zich boos maakt over de infantiele toon in een overheids campagne. Vooral wanneer Heertje boos is doet hij in die aflevering vurige uitspraken:

⁶⁶ Zie in bijlage 3 hoe die fragmentenreeks precies is opgebouwd.

⁶⁷ "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

Raoul Heertje: "Dit is een volwassen man! Die kan toch gewoon reageren. Ja nou ja, dan ben je toch gewoon een loser! We hebben gewoon een loser-overheid!"⁶⁸

Daarnaast wordt Heertje neergezet als een presentator die constant bezig met het programma. Dat beeld wordt vooral gecreëerd door de vele fragmenten die plaatsvinden op verschillende tijden en andere settings. Zo zien we Heertje bijvoorbeeld ook bij de visagie en de kapper zitten en wordt de illusie gewekt dat we constant met Heertje mee kunnen kijken.



Afb. 4a Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, afl. 1 (00:00:17)
Heertje bij de visagie



Afb. 4b Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, afl. 7 (00:16:19)
Heertje bij de kapper

Verder krijgt de kijker ook andere kanten van de presentator te zien. Bijvoorbeeld wanneer hij in een fragment in zijn werkkamer vertelt over zijn eerdere ontmoetingen met Carice van Houten:

Raoul Heertje: "Ik vind het heel leuk dat Carice komt. Ik heb haar een paar keer ontmoet en even mee gepraat, maar dat zeggen natuurlijk tienduizenden mannen op aarde: 'ja ik heb Carice eh..ik ken haar goed.' Dus ik zal niet tot die mannen behoren; ik ken haar niet goed, maar ik heb haar dus wel eens ontmoet."⁶⁹

In dit fragment wordt er duidelijk een identiteit aan Heertje gegeven en lijkt het fragment verder geen andere functie te hebben. Dat gebeurt ook in aflevering 4 wanneer hij zijn vader uitnodigt als gast. Hoewel zijn vader, tevens professor economie, eigenlijk komt spreken over de kredietcrisis, wordt er veel aandacht besteed aan het feit dat Arnold Heertje zijn vader is. Zo vertelt Heertje in een fragment wanneer hij bij de make-up zit een verhaal over zijn vader. Ook later in het studiogesprek komt de relatie tussen Heertje en zijn vader goed aan het licht; vooral door de uitspraken van Heertje zelf. Zo interrumpeert Heertje zijn vader bijvoorbeeld in het gesprek en zegt: "Normaal komt mama nu en zegt: 'nu gaan we soep eten.'"⁷⁰, gevolgd door een shot van Heertjes moeder. Of concludeert hij, nadat zijn vader heeft uitgelegd dat het wel meevalt met de

⁶⁸ "Aflevering 4." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 30 januari, 2009.

⁶⁹ "Aflevering 5." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 6 februari, 2009.

⁷⁰ "Aflevering 4." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 30 januari, 2009.

kredietcrisis: "Dus dat betekent kort gezegd, dat ik met terugwerkende kracht toch nog zakgeldverhoging krijg."⁷¹ Daarnaast lijkt Heertje in het programma ook als programmamaker een grote rol te vervullen. In de volgende paragraaf zal hier meer aandacht aan worden besteed.

Crew

De crew van het programma wordt door de beelden achter de schermen ook vaak in beeld gebracht. Zo is de kijker getuige van redactievergaderingen, en kunnen we meekijken in de montageruimte, de regiekamer, in en rondom de studio en op het hoofdkantoor. Opmerkelijk is dat in bijna alle fragmenten Heertje zelf ook aan het woord is en meestal in gesprek is met de eindredacteur Jan van Friesland, redacteur Daan Nieber of met de regisseur Joost van Ginkel⁷². Dat het in die vergaderingen vooral gaat om wat Heertje zegt is voornamelijk terug te zien in de montage. In die gesprekken zien we vaak dat er in de fragmenten geknipt is (harde cuts), waardoor het lijkt alsof Heertje vooral aan het woord is.



Afb. 5a Screenshot: HEH, afl. 1 (00:00:07)

Afb. 5b Screenshot: HEH, afl. 1 (00:00:08)

Afb. 5c Screenshot: HEH, afl. 1 (00:00:20)

Redactievergadering (illustratie harde cuts)

In afbeelding 5a en 5b zie je goed hoe het beeld verspringt (zie positie redactielid in het midden) tien seconden later verspringt het beeld weer (afbeelding 5c). Gedurende deze fragmenten blijft Heertje aan het woord. In alle afleveringen zijn de redactievergaderingen doorgaans op deze manier gemonteerd. Daarnaast is het ook opvallend dat de beelden handheld zijn gefilmd. De beelden zijn vaak schokkerig en er wordt op merkwaardige momenten ingezoomd, uitgezoomd en scherpgesteld. Opnieuw lijkt het alsof de illusie gewekt wordt dat deze beelden 'echt' en 'authentiek' zijn.

In het programma lijkt het alsof de persoonlijke opinie van Heertje in de meeste gevallen doorslaggevend is, althans dat beeld wordt geschept. Een heel duidelijk voorbeeld vindt plaats in aflevering 7, waarin Heertje een verkeerde opmerking maakt naar zijn gast Harry Mens. In die aflevering wordt dat fragment niet uitgezonden, omdat

⁷¹ "Aflevering 4." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 30 januari, 2009.

⁷² De fragmenten waarin Heertje niet te zien is, maar wel andere crewleden, zijn vaak van korte duur en vinden plaats in de regiekamer. Dit gebeurt bijvoorbeeld in aflevering 2 waarin het gesprek met antropoloog Thomas de Zengotita wordt afgewisseld met shots van de regiekamer of in aflevering 5 wanneer we zien hoe er in de regiekamer wordt geschakeld tussen verschillende shots van het publiek.

Heertje van mening was dat het een privé-opmerking was. In een zelfreflexief fragment dat er op het laatste moment in is ingezet (in een ondertitel ziet de kijker dat het fragment is opgenomen op de dag van uitzending) vertelt Heertje dat de eindredacteur is opgestapt, omdat hij het niet met die beslissing eens was. Daarnaast zien we in meerdere afleveringen dat Heertje in redactievergaderingen nieuwe ideeën oppert.⁷³ Met deze voorbeelden wordt uiteraard niet aangetoond dat Heertje het meeste zeggenschap heeft; het hele verhaal krijgt de kijker nooit te weten. Eerder wordt de centrale rol die Heertje inneemt in het programma bevestigd en wordt hiermee aangetoond dat de hoge mate van zelfreflexiviteit voor een groot deel bijdraagt aan het construeren van Heertjes machtspositie.

In de beelden achter de schermen krijgt de kijker ook te zien het programma wordt beïnvloed door een dominant televisiediscours. Dat komt bijvoorbeeld goed tot uiting in de uitspraken van eindredacteur Jan van Friesland, die duidelijk al redelijk wat ervaring heeft met het maken van televisie.⁷⁴ Bijvoorbeeld in aflevering 1, waarin Heertje en hij in de montageruimte terug kijken op het gesprek met de allereerste gast, klimatoloog Hans Labohm. In het gesprek tussen Heertje en Van Friesland komt naar voren dat het raar is om het talkshowprogramma te laten beginnen met een klimatoloog:

Jan van Friesland: "Het is eigenlijk een heel vervelend onderwerp om in een talkshow als eerste onderwerp in een hele serie te nemen. Het is eigenlijk gewoon teleac."⁷⁵

Het feit dat Van Friesland de keuze van de eerste gast koppelt aan een oude educatieve omroep articuleert de conventies binnen het talkshowgenre, maar ook binnen het televisielandschap. Hetzelfde gebeurt in een fragment uit aflevering 5, waarin de kijker getuige is van een redactievergadering met regisseur Paul van Koelen in december 2008 nog ver voor de eerste opname:

Jan van Friesland: "Het is een programma voor de VPRO. Er zit een VPRO-label aan, het wordt op Nederland 3 uitgezonden, dus daar moeten we in de look and feel.."

Paul van Koelen: "Cameravoering.."

Raoul Heertje: "Wat dan?"

Jan van Friesland: "Nou ja, het is een programma voor de VPRO."

⁷³ Heertje komt bijvoorbeeld met nieuwe thema's (in aflevering 3 over lichaamstaal) of met nieuwe gasten (Karin Vogels, Christiaan Weijts) of wijst juist ideeën af (in aflevering 6 met de 'pannenkoekenroeper').

⁷⁴ Jan van Friesland begon zijn carrière in 1981 als redacteur bij de VARA en heeft sindsdien bij diverse omroepen gewerkt als eindredacteur.

⁷⁵ "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

Raoul Heertje: "Begrijp jij nu iets van..?"

Paul van Koelen: "Nou ja ik begrijp wel dat hij..eh het moet voor Nederland 3 zijn, maar het misschien qua cameravoering wat ruwer zijn.."

Raoul Heertje: "Nou gadver, hou toch op..Jij moet toch gewoon je ding doen. Dat vind ik echt belachelijk hoor."⁷⁶

Ook in dit fragment komt naar voren op welke manier er bewust wordt omgegaan met de institutionele context van het programma. Een programma moet aansluiten bij de identiteit van een zender en een omroep en het lijkt erop dat het niet vreemd is dat die aansluiting zelfs doorklinkt in de cinematografische keuzes. Opvallend is daarbij de reactie van Heertje die zich dat, ondanks zijn eigen ervaring in televisieland, pas op dat moment lijkt te beseffen.

Een ander goed voorbeeld komt uit aflevering 4 waarin Heertje zich bekommert over de infantiele toon van een overheids campagne. In de redactieruimte zien we de eindredacteur Jan van Friesland in gesprek met een persvoorlichter van Binnenlandse Zaken die aangeeft dat zij uiteindelijk toch geen representant zullen sturen. De fragmenten tussen dat gesprek en de werkkamer van Heertje wisselen elkaar snel af. Aan de ene kant zien we hoe de gebeurtenis (het telefoongesprek met de persvoorlichter) zich voltrekt en aan de andere kant zien we hoe Heertje die beelden toelicht. Als vervolgens blijkt dat het ministerie wel eerst wat fragmenten wil zien, voordat zij een gast sturen, stelt Heertje dat het "blijkbaar" binnen het televisielandschap gebruikelijk is om gasten op de hoogte te brengen van wat er in het gesprek gezegd gaat worden en welke fragmenten er gebruikt gaan worden.

Zoals bovenstaande voorbeelden illustreren worden de zelfreflexieve beelden van de redactie vaak ingezet om keuzes in het programma te verantwoorden, maar wordt er in die fragmenten ook vaak, bewust of onbewust, een dominant televisiediscours gearticuleerd.

Gasten

HEERLIJK EERLIJK HEERTJE volgt voor een deel de conventies van een talkshowgenre; het programma nodigt in elke aflevering diverse gasten uit om te praten over media en de werking ervan. In het programma zijn er drie verschillende soorten gasten te onderscheiden: de bekende Nederlander, de onbekende Nederlander en de expert. Opvallend is dat een groot deel van de gasten in het programma kan worden ingedeeld in de laatste categorie.

⁷⁶ "Aflevering 5." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 6 februari, 2009.

Bekende Nederlanders

Met de bekende Nederlanders legt Heertje onder andere de nadruk op hoe artificieel hun imago is. Met een kijkje achter schermen krijgt de kijker ook te zien hoe dat imago invloed uitoefent op de keuze voor een bepaalde gast. Dat gebeurt op een vrij expliciete manier in aflevering 1 als media-icoon Prem Radhakishun wordt uitgenodigd. De kijker krijgt te zien waarom de redactie Prem als gast uitnodigt, hoe Prem vervolgens telefonisch wordt uitgenodigd en op welke manier Heertje zich voorbereidt op dat gesprek.⁷⁷ De kijker krijgt eerst in een fragment te zien dat Jan van Friesland in een redactievergadering oppert dat de eerste aflevering "inhoud en gekkigheid" moet bevatten en dat daarom Prem Radhakishun een goede kandidaat zou zijn (fragment 1 in bijlage 4). Daarop volgend zien we dat Prem, die ook wel bekend staat om zijn tegendraads karakter, wordt uitgenodigd door Heertje zelf (fragment 2 in bijlage 4). Ook Prem zelf lijkt zich van dat imago zeer bewust te zijn. Zo zegt Prem zelf in een fragment waarin hij met Heertje aan de telefoon is:

Prem Radhakishun: "Jij wilt een televisieprogramma maken om te laten zien hoe de media permanent onzin uitspuugt. Ik ben een perfect voorbeeld daarvan, dus je wilt me niet als gast hebben."⁷⁸

Om zich op het recalcitrante gedrag van Prem voor te bereiden roept Heertje vervolgens de hulp in van een kinderpsycholoog. Zoals in bijlage 4 te zien is krijgt de kijker te zien hoe de beelden van psycholoog worden ingevoegd in het studio gesprek. We zien nauwgezet hoe Heertje de tips van de psycholoog toepast in het gesprek. Doordat verschillende fragmenten met elkaar worden afgewisseld ontstaat er een nieuwe constructie waarin de intenties van de redactie en Heertje zelf, expliciet worden gemaakt en onderdeel van het verhaal worden.

Hetzelfde gebeurt in aflevering 6 waarin het programma probeert een oprechter beeld van schrijver Arnold Grunberg te schetsen. Die oprechtheid vertaalt zich ook door naar de setting waarin het gesprek plaatsvindt; een knusse hotelkamer in het Amstel hotel zonder publiek en cameracrew. Dat gesprek wordt op niet-chronologische wijze afgewisseld met fragmenten waarin Heertje zich voorbereidt op dat gesprek, maar ook reflecteert op dat gesprek.

⁷⁷ In bijlage 4 is te zien hoe het gesprek met Prem wordt afgewisseld met fragmenten van achter de schermen en op welke manier zijn imago wordt gedeconstrueerd.

⁷⁸ "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.



Afb. 6a Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, afl. 6 (00:06:11)
Heertje bereidt zich voor in de hotelkamer



Afb.6b Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, afl. 6 (00:06:11)
Heertje in gesprek met Grunberg



Afb. 6c Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, afl. 6 (00:06:11)
Heertje reflecteert op gesprek met Grunberg

In aflevering 7 zien we het tegenovergestelde, wanneer Heertje van zijn baas een mail krijgt dat het programma een frivool element mist. In dat fragment zien we dat Heertje in zijn werkkamer aan het kijkerspubliek vertelt dat hij om die reden Ome Willem wilde uitnodigen. Vervolgens legt Heertje uit dat Ome Willem heeft geweigerd, omdat hij vindt dat het programma dan zijn doel voorbij schiet. Ome Willem (gespeeld door Edwin Rutten) is namelijk een perfect voorbeeld van een imago dat gecreëerd is in de media. Toch is het opmerkelijk dat het programma vervolgens toch een fragment toont waarin Heertje met zijn gasten het lied van Ome Willem uitvoert:



Afb. 7 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, afl. 7 (00:06:11)
Heertje voert lied van Ome Willem uit met zijn gasten

Het programma lijkt zich toch te bekommeren om zijn entertainende functie en het imago van Ome Willem (en zijn lied) wordt toch ingezet in plaatst van gedeconstrueerd. Het fragment illustreert goed hoe het programma worstelt met een dominant

televisiediscours. In de volgende paragraaf zal er worden aangetoond dat die worsteling ook aan het licht komt bij het uitnodigen van onbekende Nederlanders.

Onbekende Nederlanders

In de eerste aflevering wordt Karin Vogels uitgenodigd, omdat zij Heertje een mail heeft gestuurd waarin ze betoogt dat onbekende Nederlanders vaak worden uitgesloten om op televisie mee te praten over bepaalde onderwerpen. Het uiteindelijke gesprek in de studio wordt uitgebreid ingeleid met zelfreflexieve fragmenten van redactievergaderingen.⁷⁹ Dat het uitnodigen van een onbekende Nederlander niet gebruikelijk binnen de televisiewereld komt goed naar voren in de vergaderingen, waarin het nut van een onbekende Nederlander als gast wordt besproken:

Daan Nieber (redactie): "Nee maar de vraag is nodig je haar uit, omdat ze Karin ik-weet-niet-hoe-ze-heet is."

Redactielid: "Vogels"

Daan Nieber (redactie): "Vogels, of nodig je haar als onbekende Nederlander, want dan nodig je haar alleen maar om iets te laten zien en is zij alleen maar instrument."

Raoul Heertje: "Nee ik nodig haar uit, omdat ik vond dat er een derde gast moest komen en toen kreeg ik die mail en toen dacht ik ja ze heeft een punt. Het linke hiervan is dus als het een succes wordt dan gaan wij maar ook anderen ineens zeggen: hé wacht even we hebben nog 15 miljoen Nederlanders die we kunnen gaan doen, de onbekende Nederlander."⁸⁰

Dit fragment illustreert goed dat het programma duidelijk wordt beïnvloed door het dominante televisiediscours. Ook Heertje lijkt zich op dat discours te richten wanneer hij spreekt over 'wij' en 'anderen'. Ook wanneer Heertje in het volgend fragment spreekt over 'een systeem' lijkt hij zich op dat discours te richten:

Raoul Heertje: "Ze heeft gewoon een punt. Mensen als Karin Vogels komen om deze discussie nooit in tv-programma's. Nooit. En dat heeft dus niets te maken met de inhoud, dat heeft te maken met dat er gewoon een systeem is dat mensen tegenhoudt.

Daan Nieber (redactie): "Nou ik wil hier niet al te lang op doorgaan maar dit punt kan ook iemand anders maken. Die Karin is inwisselbaar, terwijl wat Labohm en ook Prem doet is unieker en daarom nodig je ze uit."⁸¹

79 In bijlage 5 wordt getoond op welke manier Karin Vogels wordt geïntroduceerd. Net zoals bij de bekende Nederlanders wordt hier de nadruk gelegd op het imago van een onbekende Nederlander binnen het mediadiscours.

80 "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

81 "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

Dat Karin Vogels voor het eerst op televisie is lijkt ook invloed uit te oefenen op het interviewgesprek in de studio. Heertje leidt haar, samen met Prem, bijna op een kinderlijke manier door het gesprek heen. Dat zij niet als ervaringsdeskundige (zij is uitgenodigd om te spreken over menselijke gedragingen) wordt neergezet blijkt eveneens uit het gegeven dat alleen haar naam in beeld komt; een verdere omschrijving ontbreekt. In een volgend fragment zien we dat Heertje in de montageruimte de beslissing maakt om een groot deel van het verdere gesprek eruit te knippen. Heertje lijkt in dat fragment teleurgesteld te zijn in het gesprek en stelt dat een groot deel eruit geknipt mag worden, omdat het "allemaal gelul" is. Het deel wat wel wordt uitgezonden benadrukt vooral dat Karin Vogels haar tijd op televisie gebruikt om haar eigen zaak te bepleiten. Het in beeld brengen van een onbekende Nederlander lijkt op deze manier risico's met zich mee te brengen, omdat er sprake is van een hoge mate van onvoorspelbaarheid.⁸² Zeker wanneer Heertje aan het eind van zijn gesprek met Karin Vogels concludeert:

Raoul Heertje: "Ik weet zeker de redactie gaat straks zeggen: zie je wel, je moet mensen wel screenen en met ze praten en dit soort dingen moeten wij niet doen."⁸³

Het programma lijkt hier een mediakritisch discours te willen voeren, maar uiteindelijk eerder een dominant televisiediscours te articuleren.

Experts

Zoals eerder gezegd bestaan de meeste gasten in het programma uit experts. Een van de 'belangrijkste' gasten was de Amerikaanse antropoloog Thomas de Zengotita (aflevering 2). Dat Zengotita wordt neergezet als een belangrijke gast wordt duidelijk in de lange shots, waarin Zengotita praat over de media. Die lange shots worden bijna nooit onderbroken met zelfreflexieve fragmenten. De kijker wordt tot twee keer toe gewezen op de tekstuele constructie van het programma, doordat het gesprek met Zengotita wordt onderbroken met een shot van de regiekamer tijdens het interview. In een ander fragment zien we hoe Heertje, een dag voor de opname, wordt geïnterviewd door Jos Bloemkolk, journalist van Het Parool. In het fragment wordt benadrukt dat De Zengotita een grote bron van inspiratie was voor Heertje en zijn programma; Heertje spreekt zelfs van een 'goeroe'. Tevens introduceert Heertje in het fragment een belangrijk concept, namelijk de 'blob'. Na dat fragment wordt de wetenschapper in de studio gevraagd om zijn theorie kort uit te leggen. In zijn boek *Mediated* (2005) stelt Zengotita dat de

82 In fragment 4 (zie bijlage 5) wordt extra benadrukt dat Heertje nog geen voorgesprek heeft gehad met Karin Vogels.

83 "Afleraving 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

overvloed aan beelden in de media⁸⁴ ervoor heeft gezorgd dat de mens zijn werkelijkheid structureert aan de hand van deze mediarepresentaties. Daarnaast stelt de wetenschapper dat we leven in een maatschappij waarin de keuzemogelijkheden enorm gevarieerd zijn, wat op zijn beurt voor een afstompend effect zorgt; mensen denken al snel 'het zal wel'. Toch lijkt Zengotita zich als een van weinigen in het programma expliciet uit te spreken over de effecten van media in het algemeen.

De andere experts in het programma maken niet vaak een koppeling maken naar de media en hun werking in het algemeen, maar gaan eerder in op onderwerpen die binnen media van belang zijn.⁸⁵ Wanneer die koppeling wel wordt gemaakt dan wordt dit vaak via een omweg gedaan. In die gevallen wordt eerst de constructie van het programma bloot gelegd om zo iets algemeen te kunnen zeggen over de media en hun werking. Dit gebeurt bijvoorbeeld in aflevering 3 wanneer de directeur van de Stichting Kijkonderzoek samen met Heertje reflecteert op de tweede aflevering en daarnaast tevens uitspraken doet over algemene gebruiken en regels binnen het televisiediscours. Zo stelt De Vos dat het een "algemeen gegeven" is dat experts en deskundigen doorgaans niet bevorderlijk zijn voor de kijkcijfers en zegt hij later in die aflevering het volgende:

Bas de Vos: "Nou je kunt ook algemene regels ontdekken op basis van het analyseren van dit soort informatie (kijkcijfers) en daar kun je natuurlijk gewoon gebruik van maken als programmamaker."⁸⁶

Die koppeling naar een groter televisiediscours, door te reflecteren op de eigen constructies in het programma, wordt tevens gemaakt in aflevering 8 waarin filosoof Rob Wijnberg samen met Heertje terugkijkt op uitspraken uit eerdere afleveringen. Dat wordt steeds op dezelfde wijze in beeld gebracht, eerst zien we het gesprek tussen Wijnberg en Heertje in de studio (afb. 8a), dan wordt een fragment uit een eerdere aflevering herhaald (afb. 8b) en tenslotte praat Heertje verder met Wijnberg in de studio (afb. 8c).

84 Hij gebruikt hier de 'blob' als metafoor, waarmee hij bedoelt dat alles wat echt is wordt gerepresenteerd in de media. De 'blob' representeert volgens hem de onontkoombaarheid van die mediarepresentaties.

85 In aflevering 5 analyseert Machteld Blok (non-verbale stemtaalcoach) bijvoorbeeld het gesprek tussen Heertje en Carice van Houten zonder een koppeling te maken naar lichaamstaal in de media in het algemeen.

⁸⁶ "Aflevering 3." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 23 januari, 2009.



Afb. 5a Screenshot: HEH, afl. 8 (00:13:02)

Afb. 5b Screenshot: HEH, afl. 8 (00:13:10)

Afb. 5c Screenshot: HEH, afl. 8 (00:13:16)

Filosoof Wijnberg praat met Heertje over mediafenomenen

Wijnberg illustreert bijvoorbeeld aan de hand van een fragment uit aflevering 2 hoe een mediawerkelijkheid al snel kan veranderen in een echte werkelijkheid. Ook haalt Wijnberg een fragment uit aflevering 5 aan om een bekend mediafenomeen uit te leggen, namelijk het gebruik van televisie-experts.

Het studiapubliek en kijkerspubliek

In het programma wordt veel geëxperimenteerd met het studiapubliek. Diezelfde vurigheid is eveneens te zien in aflevering 2, wanneer Heertje, via een mail van een van zijn kijkers, erachter komt dat zijn publiek voor een deel bestaat uit figuranten van een castingbureau. Vervolgens vraagt Heertje in het begin van de aflevering of die figuranten willen vertrekken.

Ook met het studiapubliek wordt in het programma geëxperimenteerd. Zo is er doorgaans wel een publiek aanwezig, maar vindt bijvoorbeeld het gesprek met Arnon Grunberg in aflevering 6 plaats in een hotelkamer zonder publiek. Ook bij alle studiogesprekken in aflevering 8 is er gekozen voor geen studiapubliek. In aflevering 6 lijkt het programma zich enigszins te verantwoorden voor die keuzes. Zo stelt Grunberg:

Arnon Grunberg: "Ja want zodra er publiek gaat zitten, krijg je toch, iedereen, de behoefte om op dat publiek te gaan richten en iets van hun te willen. Dus om grappig te willen zijn."⁸⁷

En zien we daarna meteen een fragment uit een eerdere aflevering waarin Heertje in een gesprek met Carice van Houten een grap maakt. Later in het gesprek lijkt ook Heertje zelf zich te beseffen wat het effect is van de aanwezigheid van een publiek:

Raoul Heertje: "Ja als je een echt gesprek wilt, dan doe je het publiek weg."⁸⁸

Het experimenteren met de afwezigheid van een publiek (aan het eind van het seizoen), zorgt ervoor dat het programma steeds minder aan doet als een standaard talkshow. De een op een gesprekken bewerkstelligen een gevoel van intimiteit, wat ook effect lijkt te

⁸⁷ "Aflevering 6." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 13 februari, 2009.

⁸⁸ "Aflevering 6." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 13 februari, 2009.

hebben op Heertje. Heertje maakt in die gesprekken veel minder grappen en is veel rustiger.

Zoals eerder al aan het licht kwam wordt in het programma ook duidelijk gemaakt op welke manier de identiteit van de VPRO doorklinkt in de cinematografie. Die institutionele context komt ook naar voren in aflevering 5, wanneer Heertje er in een mail (opnieuw een fragment in zijn werkkamer) er door een kijker op gewezen wordt dat het programma vooral de doelgroep van de VPRO in beeld brengt. Al eerder in die aflevering krijgen we te zien dat Heertje een oude man uit het publiek iets vraagt, gevolgd door een fragment in de regiekamer waarin de regisseur roept: "mooie, spannende publiekshotjes..maak ze lekker cosy."⁸⁹ Vervolgens legt Heertje in het gesprek met Carice van Houten uit wat de klacht in het mailtje was en wordt Rutger, een man in het publiek die volgens Heertje "duidelijk niet de doelgroep is", meerdere malen in beeld gebracht.

De kijkers thuis worden door Heertje vaak direct geadresseerd. Naast de aan- en afkondiging in de studio gebeurt dit ook vaak in de werkkamer, waarin Heertje direct de camera inkijkt en zichzelf vaak verantwoordt of nader verklaart. De slechte beeldkwaliteit en slechte kadrering creëren een gevoel van authenticiteit. In eerste instantie lijkt Heertje zich weinig te willen aantrekken van zijn kijkerspubliek. In de eerste aflevering zegt Heertje expliciet:

Raoul Heertje: "Ik weet niet wie je bent, of u, en ik kan er ook niet over nadenken dus ik hoop gewoon dat u het ook leuk vindt en als u nu al denkt: nou dat gaat niks worden, dan zou ik wegzappen."⁹⁰

En later in die aflevering zegt hij in een gesprek met Prem: "Als de kijker al over 7 dagen in verwarring is dan is dat niet het type kijker waar ik op mik"⁹¹, doelend op het concreet maken van de tijdsconventies.

Naarmate het seizoen vordert verandert Heertjes houding ten opzichte van zijn kijkers. In aflevering 3 probeert Heertje zelfs specifieke kijkers van andere programma's te adresseren, die volgens Heertje later inschakelen en zich niet genoodzaakt voelen om verder te kijken. Zo worden de kijkers van het programma 'T VRIJE SCHAEP (2009, KRO) in een monoloog van Heertje direct aangesproken. Daarbij zien we een ondertitel met: "Een kort welkomstwoord voor de kijkers van 't Vrije Schaep".

⁸⁹ "Aflevering 5." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 6 februari, 2009.

⁹⁰ "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.

⁹¹ "Aflevering 1." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 9 januari, 2009.



Afb. 5a Screenshot: HEH, afl. 3 (00:01:12)

Afb. 5b Screenshot: HEH, afl. 3 (00:01:49)

Afb. 5c Screenshot: HEH, afl. 3 (00:07:17)

Heertje probeert de kijkers van andere programma's direct te adresseren

Heertje geeft in zijn monoloog duidelijk een invulling aan de gedachtegang van die specifieke kijkers: "En wat er gebeurt is afgelopen week..die kwamen toen hier en die dachten toen: nou dat is niks."⁹² Vervolgens probeert Heertje zich te verbinden met die kijkers door erop te wijzen dat hij die aflevering ook zelf heeft gezien (wordt zelfs in beeld gebracht, zie afb. 9a) en zingt hij een stukje uit het liedjesprogramma. Op het eind probeert hij zijn programma te koppelen aan 'T VRIJE SCHAEP door de kijkers op het volgende te wijzen: "Mensen die net 't Vrije Schaep hebben gezien, dit is misschien iets heel anders, maar wij hebben met dezelfde liefde dit programma gemaakt en wij hopen dat jullie ook hetzelfde gevoel krijgen op een andere manier."⁹³ In diezelfde uitzending doet Heertje hetzelfde maar dan met de kijkers van Ivo Niehe (afb. 9c):

Raoul Heertje: "Er zijn nu mensen die normaal gesproken naar Ivo Niehe zouden zappen, maar vanavond is Ivo Niehe niet. Die is niet, echt niet, die is volgende week. Dus ik zou het leuk vinden als je nu gewoon even, hebben we de beelden van Ivo Niehe, dat we nu mensen die Ivo Niehe leuker vinden, niet wegzappen, want hij is hier, nergens anders."⁹⁴

Daarop volgend zien een fragment uit een aflevering van het programma van Ivo Niehe. Dat het kijkgedrag van de kijker ook voor dit programma bepalend blijft wordt in deze fragmenten goed in kaart gebracht.

⁹² "Aflevering 3." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 23 januari, 2009.

⁹³ "Aflevering 3." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 23 januari, 2009.

⁹⁴ "Aflevering 3." *Heerlijk Eerlijk Heertje*. VPRO. 23 januari, 2009.

3. Bevindingen: het kritisch potentieel van zelfreflexiviteit in HEERLIJK EERLIJK HEERTJE

Het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE lijkt in eerste instantie een mediakritisch discours te willen voeren dat onder andere tot uiting komt in het experimentele karakter van het programma. Zo wordt er gespeeld met de tijdsconventies, wordt er geprobeerd het imago van de gasten te deconstrueren en geëxperimenteerd met verschillende settings en met het studiopubliek. De presentator neemt in het programma een centrale positie in en lijkt dat mediakritische discours te belichamen. De vele zelfreflexieve fragmenten waarin 'Heertje' zijn gedachtespinsels deelt met het kijkerspubliek verduidelijken dat beeld. Juist wanneer het programma opzettelijke kritiek lijkt te leveren, zoals in het gesprek met Sørensen (bijlage 3), wordt het programma zelfreflexiever. Heertje licht op die manier de beelden toe en geeft tevens commentaar. Heertje probeert meerdere keren in het programma aan te tonen hoe misleidend de journalistiek kan zijn (waarin tevens de mediakritiek van Luyendijk te herkennen is).

De grote aandacht voor wetenschapper Thomas de Zengotita, een 'goeroe' voor Heertje, lijkt het mediakritisch discours dat het programma voert te bevestigen. De theorie van Zengotita heeft erg veel weg van de postmoderne theorie van Baudrillard. Volgens Zengotita leven we in een wereld waarin alles wat 'echt' is, wordt gerepresenteerd door de media. Zengotita lijkt hier dezelfde aanname te doen als Baudrillard die stelt dat we leven in een 'hyperrealiteit', waarin simulaties van de werkelijkheid niet meer te onderscheiden zijn van de echte werkelijkheid. Als reactie hierop lijkt het programma toch te willen proberen die werkelijkheid te benaderen door zo eerlijk mogelijk te zijn over de totstandkoming van het programma. Dit wordt bewerkstelligd door de kijker bewust te maken van de constructies in het programma en zijn institutionele context. Ook de grote verschillen in de cinematografie en de montage tussen de beelden in de studio en de beelden achter de schermen lijken aan een gevoel van 'authenticiteit' te willen creëren.

Toch valt op dat het programma zich moeilijk kan ontkoppelen van een dominante televisiediscours, waardoor eerder dat discours wordt gearticuleerd dan dat er kritiek op wordt geleverd. Dat komt bijvoorbeeld aan het licht in de discussies in de redactievergaderingen of is terug te vinden in de uitspraken van de eindredacteur, maar ook in de manier waarop de onbekende Nederlander in beeld wordt gebracht. Het tonen van de constructie wordt daarmee een 'leeg' gebaar, en draagt wellicht meer bij aan de identiteitsvorming van VPRO als taboedoorbrekende omroep⁹⁵, dan dat er echt

⁹⁵ Toen in Nederland rond 1967 de 'vertrossing' optrad, was het vooral de VPRO die zich hiertegen afzette door hoogwaardige, kritische en vernieuwde programma's uit te zenden en afstand deed van haar religieuze doelstelling. De nadruk kwam te liggen op de vrijzinnigheid van de omroep met als doel de mensen te "bevrijden van dogma's en mythen en hem voortdurend conventies en codes te laten toetsen op hun zinvolheid". Die vrijheid sloeg ook op de vrijheid van de programmamakers die de kans zouden moeten krijgen om zelf de vorm en inhoud van hun programma's te bepalen. Sonja de Leeuw, *Televisiedrama: podium voor identiteit* (Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever, 1995) J.H.J. van de Heuvel et al. *Een vrijzinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. (Baarn: Ambo, 1986).

mediakritiek wordt geleverd (hoe oprecht die poging dan ook moge zijn). Dat is bijvoorbeeld goed terug te zien in de houding van Heertje ten opzichte van het kijkerspubliek. Vooral in het begin lijkt Heertje zich niet bekommeren om de kijkcijfers en roept hij kijkers vooral op om weg te zappen als ze niet dezelfde interesses delen. Zo is het programma uiteindelijk toch bezig met de kijkcijfers ook al wordt er geprobeerd om dit te vermijden. In aflevering 3 doet Heertje een verwoede poging om kijkers van andere programma's te trekken. Daarnaast wordt er in het seizoen meerdere malen een fragment van volkszanger Arie Ribbens (die het volgens de kijkcijfers goed doet) herhaald.⁹⁶

⁹⁶ Het seizoen wordt zelfs afgesloten met een herhaling van het optreden van Arie Ribbens.

Conclusie

Het gebruik van zelfreflexiviteit in de media wordt door verschillende wetenschappers gekoppeld aan een transitionele fase. Hoewel kritische zelfreflexiviteit geen nieuw fenomeen is, kan worden opgemerkt dat de media steeds vaker kritisch worden benaderd in Nederlandse talkshows en praatprogramma's. Een van die programma's is HEERLIJK EERLIJK HEERTJE, waarin niet alleen de media-industrie kritisch tegen het licht wordt gehouden, maar de kijker ook getuige is van de beelden achter de schermen. De vraag was welke rol zelfreflexiviteit speelt in het blootleggen van een discours over media.

Vanuit drie wetenschappelijke tradities is aangetoond dat zelfreflexiviteit in verschillende contexten anders kan functioneren. Zo kan zelfreflexiviteit vanuit een neomarxistische benadering worden gezien als een middel om de orde te handhaven door de werking van de media, via een gemedieerde representatie, bloot te leggen. Binnen het postmodernistische gedachtegoed wordt zelfreflectie gezien antwoord op de hoge mate van intertekstualiteit en 'crisis in representaties'. En binnen de *production studies* wordt zelfreflexiviteit gezien als institutionele en industriële activiteit. Toch wordt er binnen die tradities minder gekeken naar de rol van zelfreflexiviteit binnen een specifieke tekst. In de analyse van het programma HEERLIJK EERLIJK HEERTJE lijkt die rol namelijk niet zo eenduidig en zowel bij te dragen aan de constructie van een kritisch discours over media als de articulatie van een dominant televisiediscours. Die dominantie lijkt minder te gaan over de media als machttuitvoerende instituten (*marxisme*), maar eerder over een dominant industrieel systeem dat is voortgekomen uit institutionele en economische invloedsfactoren (*production studies*).

Verder onderzoek zou moeten uitwijzen of programma's waarin een mediakritisch discours wordt gevoerd sociaal-culturele veranderingen in de hand kunnen werken, maar ook op welke manier zulke programma's gevormd worden door hun sociaal-culturele context. Het blijft namelijk de vraag of kritische zelfreflexiviteit inderdaad een poging is om openlijk kritiek te leveren of dat het eerder een strategie is vanuit de industrie, het medium of een zender.

Daarnaast zou een receptieonderzoek moeten aantonen welk effect deze zelfkritische programma's hebben op de kijker en in hoeverre zelfreflectie van bijvoorbeeld een presentator invloed uitoefent op de kijker. Aan de ene kant zou het namelijk zo kunnen zijn dat de kijker inderdaad kritischer wordt ten opzichte van de media. Aan de andere kant kan een kijker juist gemakzuchtig worden, omdat hij de gemedieerde kritiek in hapklare brokken krijgt toegeworpen en deze daarom klakkeloos overneemt.

Bronnenlijst

Literatuur

- Aden, Roger. "Teaching critical consumption of television through analysis of self-reflexive programming." *Communication Education* 40.4 (1991): 401-406.
- Baudrillard, Jean. *Simulacra and simulation*. Vertaald door Sheila Faria Glaser. Michigan: University of Michigan Press, 1994.
- Bishop, Ronald. "Good afternoon, good evening, and good night: The Truman Show as media criticism." *Journal of Communication Inquiry* 24.1 (2000): 6-18.
- Bybee, Carl en Ashley Overbeck. "Homer Simpson Explains our Postmodern Identity crisis, Whether we Like it or not: Media Literacy after 'The Simpsons'." *SIMILE: Studies In Media & Information Literacy Education* 1.1 (2001): 1-12.
- Caldwell, John T. "Critical Industrial Practice Branding, Repurposing, and the Migratory Patterns of Industrial Texts." *Television & New Media* 7.2 (2006): 99-134.
- Caldwell, John T. *Production culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. Durham: Duke University Press, 2008.
- Collins, Jim. "Watching Ourselves, Watch Television. Or Who's Your Agent?" *Cultural Studies* 3.3 (1989): 261-281.
- DeSousa, Michael A. "Perspectives: The Emerging Self-Portrait: The Television of Television." *Journal of Popular Film and Television* 9.3 (1981): 144-148.
- Duffy, Brooke E., Tara Liss-Mariño en Katherine Sender. "Reflexivity in Television Depictions of Media Industries: Peeking Behind the Gilt Curtain." *Communication, Culture & Critique* 4.3 (2011): 296-313.
- Eco, Umberto. *Misreadings*. Orlando Hartcourt, 1993.
- Enzensberger, Hans Magnus. *Constituents of a Theory of the Media*. Harmondsworth: Penguin, 1972.
- Fairclough, Norman. *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.

- Fairclough, Norman. *Language and power*. London: Longman, 1992.
- Haas, Tanni. "Mainstream news media self-criticism: A proposal for future research." *Critical Studies in Media Communication* 23.4 (2006): 350-355.
- Havens, Timothy, Amanda D. Lotz en Serra Tinic. "Critical Media Industry Studies: A Research Approach." *Communication, Culture & Critique* 2.2 (2009): 234-253.
- Jørgenson, Marianne W. en Louise J. Philips. *Discourse Analysis as Theory and Method*. Londen: SAGE Publications, 2002.
- Mayer, Vicki, Miranda J. Banks en John T. Caldwell. *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*. New York: Routledge, 2009.
- Marcuse, Herbert. *One Dimensional Man*. Boston: Beacon Press, 1964.
- Miliband, Ralph. *The State in Capitalist Society: The analysis of the western system of power*. London: Quartet Books Limited, 1973.
- Olson, Scott R. "Meta-Television: Popular Postmodernism." *Critical Studies in Media Communication* 4.3 (1987): 284-300.
- Pisters, Patricia. *Lessen van Hitchcock: een inleiding in mediatheorie*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2011.
- Ricci, Roberta. "Morphologies and functions of self-criticism in modern times: Has the author come back?." *MLN* 118.1 (2003): 116-146.
- Ruby, Jay. "The image mirrored: reflexivity and the documentary film." *Journal of the University Film Association* 29.4 (1977): 3-11.
- Szczepanik, Petr. "Intermediality and (Inter)media Reflexivity in Contemporary Cinema." *Convergence* 8.4 (2002): 29-36.
- Storey, John, ed. *Cultural theory and popular culture: a reader*. Harlow: Pearson Education, 2006.

Theobald, John. "The intellectual tradition of radical mass media criticism: a framework." *Radical mass media criticism: a cultural genealogy*, eds. D. Berry and J. Theobald, 1-20. Montreal: Black Rose Books, 2006.

Torfig, Jacob. *New theories of discourse: Laclau, Mouffe and Žižek*. Oxford: Blackwell, 1999.

Van de Heuvel, Johannes et al. *Een vrijzinnige verhouding. De VPRO en Nederland 1926-1986*. Baarn: Ambo, 1986.

Van den Berg, Harry. "Discoursanalyse." *KWALON* 9.2 (2004): 29-39.

Televisie

Heerlijk Eerlijk Heertje. Nederland 3. Hilversum: VPRO, 2009.

Bijlage 1. Kijkcijfers HEERLIJK EERLIJK HEERTJE

Heerlijk Eerlijk Heertje (VPRO, 2009)								
Aflevering	Zender	Datum	Begintijd	Eindtijd	Duur_min	Kdh% A6+ GST	Kdh000 A6+ GST	Kta% A6+ GST
1	NL 3	09-01-09	21:55:00	22:23:59	29	3,4	508	6,9
2	NL 3	16-01-09	21:54:00	22:23:59	30	2,5	373	5,1
3	NL 3	23-01-09	21:56:00	22:25:59	30	1,6	247	3,5
4	NL 3	30-01-09	21:51:00	22:22:59	32	1,6	244	3,4
5	NL 3	06-02-09	21:57:00	22:26:59	30	1,9	292	4,1
6	NL 3	13-02-09	21:55:00	22:25:59	31	1,2	173	2,4
7	NL 3	20-02-09	21:55:00	22:24:59	30	1,7	262	3,7
8	NL 3	27-02-09	21:54:00	22:22:59	29	1,2	178	2,5

Deze gegevens zijn verkregen via de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de Nederlandse Publieke Omroep.

Bijlage 2. Afleveringenoverzicht HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (VPRO, 2009)

Aflevering	Studiogasten	Andere prominenten	Onderwerpen
1	Hans Labohm (expert reviewer VN Klimaatpanel) Prem Radhakishun (programmamaker) Karin Vogels (onbekende Nederlander)	Harriet Hofstede (Kinderpsycholoog)	Constructie van media-identiteiten
2	Abdou Bouzerda (Voorzitter Arabisch Europese Liga Nederland) Thomas de Zengotita (Auteur "Mediated") Arie Ribbens (Feestzanger)	Jos Bloemkolk (journalist Het Parool) Merlijn Doomernik (fotograaf) "Obama-meisje" (Jan Modaal)	Aanleiding tot het programma, Representaties in de media, mediageletterdheid
3	Bas de Vos (Directeur Stichting Kijkonderzoek) Ronald <i>Sørensen</i> (Fractievoorzitter Leefbaar Rotterdam)		Kijkcijfers en reflectie op aflevering 2, misleidende journalistiek (NOVA)
4	Dick Schoof (Directeur Generaal Veiligheid) Professor Dr. Arnold Heertje (Econoom)	Rita Verdonk (Trots op Nederland) Ronald van Raak (Kamerlid SP) Mei Li Vos (Kamerlid PvdA) Boris van der Ham (Kamerlid D66) Ton Elias (Kamerlid VVD) Frank Wassenaar (Persvoorlichter Binnenlandse Zaken)	Politieke journalistiek
5	Carice van Houten (Actrice) Machteld Blok (nonverbale stemtaal coach)	Jan de Stoppelaar (Therapeut) Gary Christmas (Entertainer) Edgar Davids (Voetballer)	Lichaamstaal, constructie van media-identiteiten
6	Christiaan Weijts (schrijver/presentator) Susan Smit (schrijfster/recensente) Joost Nijsen (Uitgever)	Arnon Grunberg (Schrijver)	Wie is Arnon Grunberg?, constructie van media-identiteiten, Schrijvers op televisie
7	Harry Mens (presentator/makelaar)	David Gibbs (Kapper Raoul Heertje)	Reflectie op afgelopen afleveringen, deconstructie van het imago van Harry Mens (constructie media-identiteit)

8	Bas Heijne (Schrijver) Rob Wijnberg (Filosoof)	Paul de Leeuw (Amuseur)	Reflectie op afgelopen afleveringen, filosofische benadering van de constructies in de media, verwachtingspatronen en de persoonlijke waarden van Paul de Leeuw (constructie media-indentiteit)
----------	---	----------------------------	---

Bijlage 3. Sceneanalyse aflevering 3: Gesprek NOVA met Ronald Sørensen

Fragment	Tijd Fragment	Beeldimpressie	Omschrijving
1	00:16:53 – 00:17:16	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:16:59)</p>	Studio: Heertje legt uit aan Ronald Sørensen (Fractievoorzitter Leefbaar Rotterdam) iets te herkennen in zijn kritiek op de linkse media.
2	00:17:16 – 00:17:34	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:17:17)</p>	Redactievergadering: Heertje geeft aan altijd het gevoel te hebben dat hij in een mal wordt geduwd wanneer hij met journalisten praat. Datzelfde meent hij te herkennen bij Sørensen en daarom wilt hij met hem in gesprek.
3	00:17:34 – 00:17:47	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:17:44)</p>	Studio: Heertje haalt een fragment aan uit het programma NOVA, waarin presentator Twan Huys het Sørensen erg lastig maakt.
4	00:17:47 – 00:17:47	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:17:47)</p>	Fragment uit NOVA: Presentator Twan Huys leidt het gesprek in.
5	00:17:47 – 00:17:52	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:17:49)</p>	Studio (voor opname): Heertje en eindredacteur bekijken het fragment in de studio.






6	00:17:52 – 00:18:05	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:17:53)</p>	<p>Fragment NOVA: Twan Huys vraagt of Sørensen zijn concurrent Ahmed Aboutaleb (PvdA) zal feliciteren wanneer hij hem weer zal zien.</p>
7	00:18:05 – 00:18:36	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:18:19)</p>	<p>Studio: Heertje herhaalt de vraag van Twan Huys en levert commentaar. Volgens Heertje lijkt het alsof de vraag vooral is bedacht om meneer Sørensen als een ‘vervelende hork’ neer te zetten. Vervolgens vertelt Heertje welk ‘volslagen, integer antwoord’ Sørensen in het fragment zal geven.</p>
8	00:18:36 – 00:18:44	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:18:41)</p>	<p>Fragment NOVA: We zien dat Sørensen antwoord geeft op de vraag van Twan Huys. Sørensen stelt dat felicitaties misschien niet gepast zijn, omdat het een ‘verschrikkelijk, zwaar karwei wordt wat men hem in zijn schoenen schuift.’</p>
9	00:18:44 – 00:19:07	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:18:46)</p>	<p>Studio: Heertje herhaalt nogmaals het antwoord van Sørensen. Hij stelt dat Sørensen een ‘helder, prima standpunt’ geeft. Vervolgens leidt Heertje de rest van het NOVA-gesprek in, waarin Aboutaleb opeens aan de telefoon hangt.</p>
10	00:19:07 – 00:19:12	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:19:09)</p>	<p>Fragment NOVA: Twan Huys wijst Sørensen erop dat hij Aboutaleb persoonlijk kan feliciteren, als hij dat wilt, want hij is aan de telefoon.</p>






11	00:19:12 – 00:19:29	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:19:16)</p>	Studio: Heertje benadrukt dat hoe dit fragment uit NOVA illustreert hoe een gesprek kan worden gemanipuleerd. 'Als je een theaterstuk wil maken van hoe naai ik iemand, dan is dit..' stelt Heertje. Heertje vertelt hoe het gesprek verder gaat.
12	00:19:29 – 00:19:32	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:19:29)</p>	Fragment NOVA: We zien hoe gesprek verder gaat (zoals beschreven door Heertje in het vorige fragment). Twan Huys vraagt aan : 'Wilt u nog wat zeggen meneer Sørensen? Felicitaties..het kan?'
13	00:19:32 – 00:19:39	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:19:36)</p>	Studio: Heertje leest het antwoord voor dat Sørensen gaat geven.
14	00:19:39 – 00:19:46	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:19:46)</p>	Fragment NOVA: Sørensen beantwoordt de vraag door Aboutaleb een veilige treinreis vanuit Marseille naar Rotterdam te wensen.
15	00:19:46 – 00:20:25	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:19:47)</p>	Studio (voor opname): Heertje kijkt eerder op de avond het fragment uit NOVA terug. Sørensen komt binnenlopen, hoort het fragment uit NOVA en zegt tegen Heertje dat hij wel had verwacht dat Heertje dat fragment zou kiezen.

16	00:20:25 – 00:21:21	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:20:26)</p>	Kleedkamer studio (50 minuten voor opname): Heertje vindt het zonde dat Sørensen al weet om welk fragment het gaat. Toch heeft Heertje het idee dat Sørensen denkt dat hij het fragment tegen Sørensen zal gebruiken.
17	00:21:21 – 00:21:29	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:21:22)</p>	Fragment NOVA: We zien nogmaals een herhaling van het NOVA-fragment.
18	00:21:29 – 00:18:44	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:21:30)</p>	Studio: Heertje benadrukt dat hij niet door hebt dat het gebeurt, omdat het allemaal zo snel gaat. Hij vraagt aan Sørensen of hij het heeft ervaren alsof hij in een val gelokt werd.
19	00:21:50 – 00:22:00	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:21:52)</p>	Studio (na opname): Heertje vraagt na het studiosgesprek of Sørensen dacht hij het fragment tegen hem zou gebruiken.
20	00:22:00 – 00:22:23	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:22:03)</p>	Kleedkamer studio (50 minuten voor opname): Heertje benadrukt nogmaals dat hij het gevoel heeft dat Sørensen hem niet vertrouwd, terwijl hij het op dit punt juist met hem eens is.

<p>21</p>	<p>00:22:23 – 00:25:07</p>	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:22:23)</p>	<p>Studio: Het studiogesprek gaat verder. Heertje vraagt aan Sørensen of hij al wist dat Aboutaleb aan de telefoon hing? En of hij destijds bij binnenkomt voelde dat ze hem 'een kunstje gingen flikken'?</p>
------------------	--------------------------------	---	--

Bijlage 4. Sceneanalyse aflevering 1: Introductie Prem Radhakishun

Fragment	Tijd fragment	Beeldimpressie	Omschrijving
1	00:04:48 – 00:05:02	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:04:58)	Redactievergadering: Eindredacteur Jan van Friesland vindt dat de aflevering 'inhoud en gekkigheid' moet bevatten en dat daarom Prem Radhakishun een goede gast zou zijn.
2	00:05:02 – 00:06:00	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:05:10)	Werkkamer: Heertje nodigt Prem uit om te komen praten in zijn talkshow. Prem waarschuwt Heertje ervoor dat hij Heertje gaat 'opfokken'.
3	00:06:00 – 00:06:08	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:06:01)	Studio: Prem komt aan tafel zitten en neemt applaus in ontvangst.
4	00:06:08 – 00:06:29	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:06:13)	Redactievergadering: Volgens Heertje is Prem van plan om hem te dwarsbomen en daarom wil hij de hulp inschakelen van een kinderpsycholoog.
5	00:06:29 – 00:07:00	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:06:34)	Bij Harriet Hofstede (kinderpsycholoog): Heertje legt aan de psycholoog uit hoe Prem zich altijd manifesteert als 'verstoorder' in gesprekken.

6	00:07:00 – 00:07:26	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:07:08)</p>	Studio: Heertje legt uit aan Prem dat hij een strategie achter handen heeft als Prem 'raar gaat doen'.
7	00:07:26 - 00:07:37	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:07:26)</p>	Redactievergadering: Eindredacteur vraagt aan Heertje wat de psycholoog over Prem zegt.
8	00:07:37 - 00:08:02	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:07:34)</p>	Bij de kinderpsycholoog: Harriet Hofstede benadrukt dat ze wel reclame wil maken voor haar bureau omdat ze geen vergoeding krijgt.
9	00:08:02 - 00:08:09	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:08:02)</p>	Redactievergadering: Heertje vertelt dat het een goed consult was en dat de psycholoog ook een vergoeding verwacht.
10	00:08:09 - 00:08:51	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:08:28)</p>	Studio: Prem legt uit dat hij zich heeft voorgenomen om zich te gedragen.
11	00:08:51 - 00:09:22	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:08:55)</p>	Bij de kinderpsycholoog: Hofstede stelt dat Heertje en Prem eigenlijk moralisten zijn.

12	00:09:22 - 00:10:13	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:09:30)</p>	<p>Studio: Heertje vraagt Prem of hij het niet zonde vindt dat kijkers hem alleen zien als een schreeuwlelijk en niet de 'echte' Prem kennen. Prem begint toch te dwarsbomen en Heertje kondigt aan dat hij zijn strategie gaat toepassen.</p>
13	00:10:13 - 00:10:55	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:10:22)</p>	<p>Bij de kinderpsycholoog: Hofstede geeft tips aan Heertje om zich te weren tegen het uitbundige gedrag van Prem.</p>
14	00:10:55 - 00:11:22	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:11:01)</p>	<p>Studio: Heertje past de tips van de psycholoog toe in zijn gesprek met Prem.</p>

Bijlage 5. Sceneanalyse aflevering 1: Introductie Karin Vogels

Fragment	Tijd Fragment	Beeldimpressie	Omschrijving
1	00:19:29 - 00:19:57	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:19:56)	Redactievergadering: Heertje vindt dat er een derde gast moet komen en vertelt dat hij een mail heeft gekregen van een onbekende vrouw.
2	00:19:57 - 00:21:15	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:20:01)	Studio: Karin Vogels leest de mail voor. In een ondertitel krijgt de kijker alleen haar naam te zien; een verdere omschrijving ontbreekt.
3	00:21:15 - 00:21:52	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:21:22)	Redactievergadering: redactielid Daan Nieber vraagt waarom Heertje haar uitnodigt. Heertje legt uit dat hij haar heeft uitgenodigd, omdat ze een punt heeft.
4	00:21:52 - 00:22:19	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:22:01)	Studio (achter de schermen): Heertje stelt zich voor aan Vogels en benadrukt dat hij nog niet met haar wilt praten omdat hij blanco het gesprek in wilt gaan.
5	00:22:19 - 00:23:07	 Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:22:32)	Redactievergadering: Heertje legt uit dat onbekende Nederlanders nooit de kans krijgen om zomaar op televisie te komen.

6	00:23:07 - 00:26:43	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:23:15)</p>	Studio: Vogels vertelt kort over menselijke gedragingen en begint vervolgens een persoonlijk verhaal over haar zoontje.
7	00:26:43 - 00:27:11	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:26:46)</p>	Montageruimte: Heertje legt uit dat een groot deel weggeknipt mag worden, omdat hij vindt dat het 'allemaal gelul' is.
8	00:27:11 - 00:27:32	 <p>Screenshot: HEERLIJK EERLIJK HEERTJE (00:27:15)</p>	Studio: Heertje legt uit dat Vogels het bewijs is dat er wel voorgesprekken moeten plaatsvinden met onbekende Nederlanders.