



## **Masterscriptie**

**Een vergelijkende analyse van discoursen: De televisietransfers van Twan**

**Huys en Eva Jinek in het Nederlandse krantendiscours**

**2019-2020**

**Naam:** Niki van Schenkhof

**Studentnummer:** 5738326

**Begeleider:** Dr. Marijke de Valck

**Tweede lezer:** Dr. Hanna Surma

**Master:** Film- en Televisiewetenschappen

**Datum:** 20-04-2020

**Aantal woorden:** 15.529

## **Abstract**

In dit scriptieonderzoek wordt aan de hand van een vergelijkende analyse van discoursen onderzocht op welke manier de overstappen van televisiepresentatoren Twan Huys en Eva Jinek van de publieke naar de commerciële omroep gethematiseerd worden in het Nederlandse krantendiscours. Uit de vijf grootste betaalde kranten van Nederland zijn 25 krantenartikelen geselecteerd waarin de overstappen van Huys en Jinek besproken worden. Door te zoeken naar tegenstrijdigheden in het krantendiscours, worden de mogelijke interpretatieperspectieven geschetst waarmee lezers in aanraking kwamen. Meerdere thema's zijn hierbij dominant en vinden aansluiting bij verschillende academische debatten en theorieën. Ten eerste is de verhouding tussen de publieke en commerciële omroep een thema dat terugkomt in het krantendiscours en het wetenschappelijke debat. Enerzijds is er een contrasterend beeld van de publieke en commerciële omroep te herkennen in het krantendiscours en anderzijds juist een vereenzelviging van de omroepen. Ten tweede spelen de persoonlijkheden van Huys en Jinek een rol om hun overstappen te duiden. Hierbij is er aandacht voor hoe de persoonlijkheden van Huys en Jinek in relatie staan tot het al dan niet slagen van hun talkshows bij RTL4. Hierin vindt het discours aansluiting bij het wetenschappelijke debat omtrent *personal branding* van televisiepresentatoren, waarbij de persoonlijkheid van de host een belangrijk onderdeel is van de talkshow als merk. Tot slot worden de meest opvallende verschillen tussen de discoursen omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek uiteengezet. Hieruit blijkt dat er sprake is van een bepaalde stereotypering van Eva Jinek als vrouwelijke presentator, waarbij haar persoonlijkheid en privékwesies in vergelijking met het discours omtrent Twan Huys in meerdere mate aan bod komen. Ondanks dat er met betrekking tot de eerste twee thema's relatief veel overeenkomsten te herkennen zijn in beide discoursen, komt in het laatste hoofdstuk een belangrijk verschil aan bod. Bij Twan Huys is zijn carrière een afgebakend gebied, terwijl bij Eva Jinek haar persoonlijkheid en privéleven erbij betrokken worden. In het hedendaagse Nederlandse krantendiscours is het klassieke verschil in benadering van carrières van mannen en vrouwen dus nog steeds aanwezig.

## **Keywords**

Vergelijkende analyse van discoursen • Televisietransfers • Talkshows • Twan Huys • Eva Jinek  
Publieke en commerciële omroep • Personal branding • Genderstereotypering

# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b> .....	<b>4</b>
<b>Methode: Analyse van discourses</b> .....	<b>7</b>
<b>Contextualisering: Televisietransfers van de publieke naar de commerciële omroep ....</b>	<b>10</b>
<b>Analysehoofdstuk 1: De verhouding tussen de publieke en commerciële omroep in het discours</b> .....	<b>13</b>
<i>Introductie</i> .....	13
<i>Publieke en commerciële omroep in het discours omtrent de overstap van Twan Huys</i> .....	13
<i>Publieke en commerciële omroep in het discours omtrent de overstap van Eva Jinek</i> .....	17
<i>Publieke en commerciële omroep in het wetenschappelijke debat</i> .....	20
<b>Analysehoofdstuk 2: Persoonlijkheid in het discours</b> .....	<b>24</b>
<i>Introductie</i> .....	24
<i>De rol van Twan Huys</i> .....	24
<i>De rol van Eva Jinek</i> .....	27
<i>De rol van de talkshowhost in het wetenschappelijke debat</i> .....	29
<b>Analysehoofdstuk 3: Vergelijking discours Twan Huys en Eva Jinek</b> .....	<b>32</b>
<i>Introductie</i> .....	32
<i>Onafhankelijkheid</i> .....	32
<i>Persoonlijkheid versus carrière</i> .....	36
<i>Framing van vrouwen in het nieuws in het wetenschappelijke debat</i> .....	38
<b>Conclusie</b> .....	<b>40</b>
<b>Bronnenlijst</b> .....	<b>43</b>
<b>Bijlage 1: Tabel overzicht krantenartikelen</b> .....	<b>49</b>
<b>Bijlage 2: Analyseschema's</b> .....	<b>50</b>

## Inleiding

Het Nederlandse televisielandschap is herstellende van een zogenaamde talkshowoorlog. Althans, dat is wat het Nederlandse krantendiscours de lezer heeft doen laten geloven.<sup>1</sup> Momenteel is de storm geleidelijk aan gaan liggen, maar er is de afgelopen twee jaar veel media-aandacht geweest voor televisiepresentatoren die van de publieke naar de commerciële omroep overstapten en de gevolgen die deze televisietransfers hadden voor het Nederlandse televisie- en talkshowlandschap.<sup>2</sup> Twan Huys en Eva Jinek waren twee hoofdrolspelers in het narratief omtrent deze transfers. Zij maakten in respectievelijk 2018 en 2019 de overstap van een publieke omroep naar de commerciële omroep RTL. Twan Huys maakte in februari 2018 bekend de NTR te verruilen voor RTL4. Dit besluit kon rekenen op veel media-aandacht, omdat het opmerkelijk gevonden werd dat een journalist als Twan Huys een talkshow bij een commerciële zender ging presenteren.<sup>3</sup> Ook de overstap van Eva Jinek van de KRO-NCRV naar RTL4 in september 2019 kreeg de nodige aandacht in de media.<sup>4</sup> Als gevolg van deze overstap moest de Nederlandse Publieke Omroep namelijk gehaast op zoek naar vervanging voor Jinek, wat resulteerde in de talkshow *Op1*, die gepresenteerd wordt door vijf verschillende duo's.<sup>5</sup> *Op1* moest de concurrentie aangaan met de nieuwe talkshow *Jinek* op RTL4. De term 'talkshowoorlog' heeft betrekking op deze concurrentiestrijd. De term wordt in het krantendiscours dat ik in deze scriptie onderzoek, veelvuldig gebruikt om aan te duiden dat *Jinek* en *Op1* tegelijkertijd uitgezonden werden en welke strategieën de omroepen inzetten in de strijd om de kijker.<sup>6</sup> Zo besloot de commerciële omroep RTL4 om geen reclame uit te zenden tijdens *Jinek* en liet de publieke omroep *Op1* nét iets eerder beginnen om *Jinek* voor te zijn.<sup>7</sup> Kortom: een reeks aan overstappen van

<sup>1</sup> Angela de Jong, "Is de talkshowoorlog nou winst voor de kijker of niet," *AD*, 24-01-2020, geraadpleegd op 07-04-2020, <https://www.ad.nl/show/is-de-talkshowoorlog-nou-winst-voor-de-kijker-of-niet~aaa29cb5/>; Hessel von Piekartz, "Wie wint er op het talkshowslagveld?" *de Volkskrant*, 31-01-2020, geraadpleegd op 07-04-2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/wie-wint-er-op-het-talkshowslagveld~b927583c/>; "Talkshowoorlog: Eva Jinek is Op1 opnieuw de baas," *De Telegraaf*, 30-01-2020, geraadpleegd op 07-04-2020, <https://www.telegraaf.nl/entertainment/365213648/talkshowoorlog-eva-jinek-is-op1-opnieuw-de-baas>.

<sup>2</sup> "NOS-gezicht Rik van de Westelaken stapt over naar Net 5," *de Volkskrant*, 07-07-2016, geraadpleegd op 07-04-2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/nos-gezicht-rik-van-de-westelaken-stapt-over-naar-net-5~b5c53e82/>; Suzanne Borgdorff, "Art Rooijackers maakt overstap naar RTL," *AD*, 23-03-2018, geraadpleegd op 07-04-2020, <https://www.ad.nl/show/art-rooijackers-maakt-overstap-naar-rtl~a3cfb2a4/>.

<sup>3</sup> "Nieuwsuur-presentator Twan Huys vertrekt naar RTL, Humberto Tan Stopt," *NOS*, 28-02-2018, geraadpleegd op 08-01-2020, <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2219973-nieuwsuur-presentator-twan-huys-vertrekt-naar-rtl-humberto-tan-stopt.html>.

<sup>4</sup> Arjen Fortuin, "Op zoek naar de nieuwe Eva Jinek," *NRC*, 25-09-2019, geraadpleegd op 08-01-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/09/25/op-zoek-naar-de-nieuwe-eva-jinek-a3974500>.

<sup>5</sup> Wilfred Takken, "Pauw stopt en wordt vervangen door vijf duo's," *NRC*, 09-12-2019, geraadpleegd op 07-04-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/12/09/pauw-stopt-en-wordt-vervangen-door-vijf-duos-a3983219>.

<sup>6</sup> Het eerste seizoen van *Jinek* op RTL4 startte op 3 januari 2020. RTL4 had voor die tijd al bekendgemaakt dat deze talkshow zonder reclameblokken uitgezonden zou worden. Dit is opvallend voor een commerciële zender als RTL4. De talkshow *Op1* startte op 6 januari 2020. De NPO maakte de bewuste keuze om deze talkshow vijf minuten eerder te laten beginnen in de hoop op deze manier meer kijkers te trekken en te behouden dan *Jinek*.

<sup>7</sup> Isabel Baneke, "'Op1' volgt toch op reclame, de munitie in de talkshowoorlog," *Trouw*, 19-01-2020, geraadpleegd op 12-03-2020, <https://www.trouw.nl/cultuur-media/op1-volgt-toch-op-reclame-de-munitie-in-de-talkshowoorlog~b059d5b1/>.

televisiepresentatoren en de hieruit voortkomende ontwikkelingen, zorgden voor een levendig krantendiscours en maatschappelijk debat omtrent dit onderwerp.

Uit het krantendiscours komen verschillende thema's naar voren, waarbij de koppeling met het wetenschappelijke debat van belang is om verdieping aan te brengen in dit onderzoek. Deze bottom-up manier van onderzoeken is passend bij de methode van dit scriptieonderzoek, waar later verder op ingegaan wordt. Dit scriptieonderzoek laat zien dat meerdere wetenschappelijke thema's van toepassing zijn op het discours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek. Ten eerste is de verhouding tussen de publieke en de commerciële omroep een thema dat zowel in het krantendiscours als in de wetenschappelijke literatuur terugkomt. De commercialisering van de publieke omroep is een actueel en relevant wetenschappelijk deelonderwerp met betrekking tot dit scriptieonderzoek. Ook de identiteit van de publieke en commerciële omroep, waarbij er aandacht is voor de verschillende taakopvattingen van deze omroepen, is een deelonderwerp dat gekoppeld kan worden aan het krantendiscours. Ten tweede neemt het wetenschappelijke debat omtrent de rol van de talkshowhost een belangrijke plaats in, in dit scriptieonderzoek. De persoonlijkheid van de talkshowhost en de mogelijkheid tot *personal branding* spelen een rol in zowel het krantendiscours als in de wetenschappelijke literatuur. Omdat dit scriptieonderzoek een vergelijking tussen een mannelijke en vrouwelijke presentator betreft, wordt er tot slot gekeken naar het wetenschappelijke debat omtrent de *framing* van vrouwen en mannen in het nieuws.

Samenvattend wordt er in dit scriptieonderzoek aan de hand van verschillende krantenartikelen een vergelijkende analyse van discoursen uitgevoerd, waarin de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek centraal staan. Het voornaamste doel hierbij is om erachter te komen hoe deze overstappen worden gethematiseerd en welke verschillen dan wel overeenkomsten hierin te herkennen zijn. De analyse van discoursen zal uitgevoerd worden in navolging van Lynn Spigel, wat betekent dat er aan de hand van ambiguïteiten in het discours en de reflectie daarop een intertekstuele context in kaart zal worden gebracht. Binnen deze context geven lezers betekenis aan de overstappen van Eva Jinek en Twan Huys. De vergelijking tussen het discours omtrent de overstap van Twan Huys en die van Eva Jinek is relevant om meerdere redenen. Ten eerste omdat deze overstappen de twee meest recente overstappen van een publieke naar een commerciële omroep zijn. Het is vanwege deze actualiteit dat dit onderzoek op dit moment urgent en van belang is. Ten tweede is het een vergelijking tussen een mannelijke en vrouwelijke presentator. Dit levert dus een interessant en relevant onderzoeksperspectief op. De vraag of en hoe de discoursen omtrent Twan Huys en Jinek op verschillende manieren gethematiseerd zijn en welke rol gender hierbij speelt, wordt in dit onderzoek namelijk beantwoord. Tot slot sluit dit scriptieonderzoek, afgaande op de hoeveelheid media-aandacht voor deze overstappen, aan bij de behoefte aan informatievoorziening omtrent dit onderwerp. Door kwalitatief onderzoek te doen in de vorm van een analyse van discoursen, draagt dit scriptieonderzoek bij aan een genuanceerd beeld over de thematisering in het krantendiscours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt dan ook: Hoe worden de overstappen van Eva Jinek en Twan Huys van de publieke naar de commerciële omroep gethematiseerd in het Nederlandse krantendiscours? De onderstaande drie deelvragen zijn leidend bij het beantwoorden van de hoofdvraag. Deze deelvragen zijn opgesteld nadat de analyse is uitgevoerd, wat passend is bij de bottom-up methode van Lynn Spiegel.

- Hoe wordt de verhouding tussen de publieke en commerciële omroep geconstrueerd in het discours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek?
- Hoe worden de persoonlijkheden van Twan Huys en Eva Jinek gebruikt in het discours om de overstappen te duiden?
- Hoe zijn de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek op verschillende manieren gethematiseerd?

De scriptie is op de volgende manier opgebouwd. Eerst licht ik de gekozen methode toe en beargumenteer ik waarom ik voor een analyse van discoursen in plaats van een klassieke discoursanalyse gekozen heb. Vervolgens schets ik kort wat er voorafging aan de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek, zodat de context waarin de overstappen plaatsvonden helder is. Daarna beslaat de analyse het grootste gedeelte van dit scriptieonderzoek. In dit onderdeel staat de beantwoording van de hoofdvraag en deelvragen centraal. Tot slot betoog ik in de conclusie dat in het hedendaagse Nederlandse krantendiscours het klassieke verschil in benadering van carrières van mannen en vrouwen nog steeds aanwezig is.

## Methode: Analyse van discoursen

In dit scriptieonderzoek voer ik in navolging van mediahistorica Lynn Spigel een ‘analyse van discoursen’ uit. Deze methode verschilt van de klassieke discoursanalyse, waarbij alle vormen van gesproken of geschreven tekst onderzocht worden. Toch gaat de klassieke discoursanalyse verder dan de traditionele linguïstiek en hanteert het een interdisciplinaire benadering en is het toepasbaar op verschillende sociale domeinen en onderzoeksgebieden.<sup>8</sup> Belangrijk hierbij is dat er bij de discoursanalyse gekeken wordt naar de context en de interactie tussen taal en maatschappij. Taal is bij de klassieke discoursanalyse dus ook een sociaal, cultureel en maatschappelijk verschijnsel.<sup>9</sup>

Spigel maakt echter de bewuste keuze om haar methode geen discoursanalyse te noemen, maar een analyse van discoursen, omdat dit methodologisch gezien een bepaalde vrijheid geeft. Op deze manier hoeft er in aanvulling op de analyse van discoursen geen sociaal en/of historisch onderzoek gedaan te worden om de bevindingen te valideren, maar is het toch mogelijk om een waardevolle analyse uit te voeren en mogelijke interpretatieperspectieven in een discours weer te geven.<sup>10</sup> De interdisciplinaire benadering uit de klassieke discoursanalyse valt hierdoor dus weg. Dit brengt met zich mee dat uit een analyse van discoursen geen feitelijke informatie voortkomt, maar iets wat Spigel als *conjectural knowledge* omschrijft, ook wel giswerk te noemen.<sup>11</sup> Een voorbeeld van een analyse van discoursen is te vinden in het artikel “TV and the Spaces of Everyday Life”. Spigel poogt in dit artikel ambiguïteiten te herkennen en structureren in het discours over televisie in relatie tot ruimtes in het dagelijks leven in de jaren vijftig.<sup>12</sup> Volgens Spigel is het door het reflecteren op die ambiguïteiten mogelijk om een intertekstuele context in kaart te brengen, ook wel een verzameling met elkaar verbonden teksten te noemen, waarbinnen men betekenis geeft aan het alledaagse bestaan en de omgang met media.<sup>13</sup> Met andere woorden: aan de hand van de geselecteerde bronnen poog ik een intertekstuele context te schetsen, waarbinnen lezers betekenis geven aan de thema’s die voortkomen uit het discours omtrent de overstappen van Eva Jinek en Twan Huys.<sup>14</sup> Het is aannemelijk dat er verschillende interpretatiemogelijkheden te vinden zijn in dit discours, want, zo stelt Spigel, “mass media should be seen less as an ideological block and more as a competing set of discourses that generate what are often highly contradictory statements.”<sup>15</sup>

In totaal worden er in dit scriptieonderzoek 25 krantenartikelen geanalyseerd. Ik heb ervoor gekozen om bepaalde referentiepunten per overstap aan te houden als selectiecriteria. Voor wat

<sup>8</sup> Marianne W. Jørgensen en Louise J. Philips, *Discourse Analysis as Theory and Method* (Londen: Sage Publications, 2002), 1.

<sup>9</sup> *Ibid.*, 2.

<sup>10</sup> Lynn Spigel, “The Rise of Television and its Audience: Reception History as Cultural History,” *Angelo State University Symposium* (1998), 8.

<sup>11</sup> *Ibidem.*

<sup>12</sup> Lynn Spigel, “TV and the Spaces of Everyday Life,” in *Mediated Geographies and Geographies of Media*, geredigeerd door Susan Mains, Julie Cupples en Chris Lukinheal (Dordrecht: Springer, 2015), 39.

<sup>13</sup> Spigel, “The Rise of Television and its Audience,” 8.

<sup>14</sup> *Ibidem.*

<sup>15</sup> *Ibidem.*

betreft Twan Huys gelden er drie referentiepunten, namelijk de bekendmaking van zijn overstap, de week van zijn eerste uitzending op RTL en de bekendmaking van zijn ontslag. Voor wat betreft Eva Jinek gelden er twee referentiepunten, namelijk de bekendmaking van haar overstap en de week van haar eerste uitzending op RTL. De talkshow van Eva Jinek wordt op dit moment nog uitgezonden op RTL4, dus het moment van een eventueel ontslag ontbreekt logischerwijs. Deze referentiepunten zijn gekozen, omdat er op deze momenten de meeste krantenartikelen over de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek verschenen.

Twan Huys maakte zijn overstap op 28 februari 2018 bekend en Eva Jinek op 20 september 2019. Daarnaast was de eerste uitzending van Huys op 3 september 2018 en die van Eva Jinek op 3 januari 2020. Tot slot werd het ontslag van Twan Huys op 4 maart 2019 bekendgemaakt. Tot en met een week na deze bekendmakingen zijn artikelen opgenomen in dit onderzoek, om zo min mogelijk artikelen uit te sluiten. Met behulp van Nexis Uni, de online databank bestaande uit volledige artikelen uit dag- en nieuwsbladen, heb ik de te analyseren artikelen geselecteerd. De zoektermen die gebruikt zijn op Nexis Uni zijn 'Twan Huys' en 'Eva Jinek' al dan niet in combinatie met 'overstap' of 'Twan Huys', 'Eva Jinek' al dan niet in combinatie met 'eerste uitzending' en 'Twan Huys' al dan niet in combinatie met 'ontslag' of 'stopt'. Van elk referentiepunt zijn vijf artikelen opgenomen in dit onderzoek en één per geselecteerde krant. In de meeste gevallen was er per referentiepunt maar één artikel per krant beschikbaar. Wanneer er wel meerdere artikelen per referentiepunt beschikbaar waren, heb ik het artikel geselecteerd wat inhoudelijk gezien het meest relevant was. Dit houdt in dat het artikel wat de overstappen uitgebreid en analyserend bespreekt in dat geval geselecteerd is, omdat daar de meeste informatie uit vergaard kan worden. Dit levert een corpus op dat bestaat uit 25 artikelen, die opgenomen zijn in Bijlage 1.

In dit scriptieonderzoek analyseer ik het discours, in dit geval dus weergegeven in krantenartikelen, als een ruimte waarin lezers betekenis kunnen geven aan verschillende thema's. Belangrijk hierbij is om het analysemateriaal leidend te laten zijn en te werken met een open concept, zoals meerstemmigheid. Dit laat ruimte voor een breed scala aan discursieve constructies, die zowel intern, dus binnen een artikel, als tussen meerdere artikelen niet consistent kunnen zijn. In navolging van Lynn Spigel is mijn methode bottom-up. Eerst analyseer ik de geselecteerde krantenartikelen, om dit vervolgens met verschillende theorieën te verdiepen. Hier is voor gekozen, omdat Spigel stelt dat er blanco naar het analysemateriaal gekeken moet worden, omdat er anders het risico bestaat dat het discours op voorhand al in bepaalde hokjes gestopt wordt. Daarnaast is het van belang om ervan bewust te zijn dat publieke meningsuiting en argumentvorming te allen tijde met macht gepaard gaat.<sup>16</sup> Journalisten verkeren in een sociale positie, waarbij ze toegang hebben tot kennis en een bepaalde autoriteit hebben om krantenartikelen te kunnen verspreiden. Op deze manier zijn de auteurs van de

<sup>16</sup> Lia Litosseliti en Jane Sunderland, *Gender Identity and Discourse Analysis* (Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2002), 136.



artikelen in meerdere mate verantwoordelijk voor de implicaties die zij schetsen en voor het uiten van discursieve constructies. Dit kan van invloed zijn op hetgeen wat zij schrijven. Daarnaast stelt Spiegel dat juist doordat de journalisten onderling ook verschillen in sociale posities, er een variëteit aan perspectieven ontstaat die vaak tegengesteld zijn aan elkaar.<sup>17</sup>

In navolging van bovenstaande uitspraak van Spiegel, heb ik het van belang geacht om bij het selecteren van de krantenartikelen een zo divers en breed mogelijk scala aan artikelen te analyseren. Om deze reden zijn er artikelen uit zowel kwaliteitskranten als populaire kranten geselecteerd, die verschillende politieke en sociale achtergronden hebben, zoals *De Telegraaf*, het *Algemeen Dagblad* (hierna *AD*), het *NRC*, *de Volkskrant* en de *Trouw*, tevens de vijf grootste, betaalde kranten van Nederland.<sup>18</sup> Deze vijf kranten hebben dus zowel online als offline een groot bereik. Ik ben me ervan bewust dat lezers doorgaans slechts één krantenabonnement hebben. Echter, door te kiezen voor artikelen uit de vijf grootste kranten van Nederland, verwacht ik dat dit een substantieel beeld geeft van het discours, waarbij het discours als referentiekader aanwezig is en blijft voor de lezer. Ik heb er bewust voor gekozen om enkel het krantendiscours te analyseren en bijvoorbeeld uitspraken in talkshows en andere televisieprogramma's uit te sluiten, om een helder afgebakende selectie te kunnen maken.

<sup>17</sup> Spiegel, "The Rise of Television and its Audience," 8.

<sup>18</sup> "NOM Mediamerken 2019 III," *Nationaal Onderzoek Multimedia*, 09-01-2020, geraadpleegd op 27-01-2020, <https://dudasbi.reports.nl/NOM/Dashboard/Dashboard?guidinput=8bd54303-4bbc-4be4-964e-c829468d5b4e>.

## Contextualisering: Televisietransfers van de publieke naar de commerciële omroep

“Art Rooijackers lukte het niet. Rik van de Westelaken lukte het niet. Twan Huys lukte het niet. Voor journalisten bij de publieke omroep blijkt het knap lastig hun succes mee te nemen naar de commerciëlen. Toch gaat Eva Jinek het proberen.”<sup>19</sup>

Voordat Twan Huys en Eva Jinek besloten om de overstap van de publieke naar de commerciële omroep te maken, gingen er al een aantal noemenswaardige televisietransfers aan vooraf, die in verband staan met elkaar, te beginnen met Rik van de Westelaken. Hij was de eerste van de vier genoemde presentatoren die de overstap durfde te maken. De NOS-verslaggever en -nieuwslezer vertrok naar de commerciële omroepen Net 5 en SBS6, omdat er naar eigen zeggen meer te doen is dan elke dag het nieuws presenteren.<sup>20</sup> Zijn bijdrage aan deze commerciële zenders was echter niet succesvol, waardoor hij in maart 2018 na anderhalf jaar weer terugkeerde bij de publieke omroep AVROTROS.<sup>21</sup> Eind februari 2018 werd bekend dat Twan Huys de publieke omroep NTR voor de commerciële omroep RTL verruilde. Huys volgde in september van datzelfde jaar Humberto Tan op bij *RTL Late Night*, die gedwongen vertrok als presentator, omdat *RTL Late Night* met teruglopende kijkcijfers kampte.<sup>22</sup> Tot slot maakte in maart 2018 ook Art Rooijackers bekend dat hij van de AVROTROS naar RTL4 overstapt.<sup>23</sup> Toen bleek dat ook Twan Huys *RTL Late Night* niet kon redden en hij na een jaar gedwongen moest stoppen, kwam er weer een plek vrij voor een latenighttalkshow op RTL4. Beau van Erven Dorens vulde in eerste instantie dit gat op, maar na de overstap van Eva Jinek werd bekend dat Beau van Erven Dorens en Eva Jinek afwisselend de latenighttalkshow van RTL4 op zich nemen. In die tijd keerde ook Twan Huys weer terug naar de publieke omroep.<sup>24</sup>

Een dergelijke stoelendans is ook kenmerkend voor de overstap van Eva Jinek. Jinek maakte in september 2019 bekend dat ze vanaf januari 2020 een nieuwe talkshow op RTL4 zou gaan presenteren. Vlak daarna maakte ook Jeroen Pauw, los van alle andere overstappen, bekend te stoppen met zijn talkshow *Pauw* op NPO1. Dit leverde voor de Nederlandse Publieke Omroep een probleem

<sup>19</sup> Isabel Baneke, “Twan Huys faalde. Wat zijn de troeven van Eva Jinek om wel te slagen bij RTL?” *Trouw*, 27-09-2019, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.trouw.nl/cultuur-media/twan-huys-faalde-wat-zijn-de-troeven-van-eva-jinek-om-wel-te-slagen-bij-rtl~ba7ae6e0/>.

<sup>20</sup> Chantal Blommers, “Collega’s begrijpen overstap van Rik van de Westelaken,” *AD*, 08-07-2016, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.ad.nl/show/collega-s-begrijpen-overstap-van-rik-van-de-westelaken~a842c148/>.

<sup>21</sup> “Rik van de Westelaken keert terug bij publieke omroep,” *NRC*, 30-03-2018, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/03/30/omroeptransfer-rik-van-de-westelaken-keert-terug-bij-publieke-omroep-a1597667>.

<sup>22</sup> Isabel Baneke, “Waarom Tan moet wijken voor Twan,” *Trouw*, 01-03-2018, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.trouw.nl/nieuws/waarom-tan-moet-wijken-voor-twan-b7179046/>.

<sup>23</sup> Borgdorff, “Art Rooijackers maakt overstap naar RTL.”

<sup>24</sup> “Twan Huys terug bij de publieke omroep,” *AD*, 15-12-2019, geraadpleegd op 15-04-2020, <https://www.ad.nl/show/twan-huys-terug-bij-de-publieke-omroep~adffd2e7/>.

op, omdat ze gehaast op zoek moesten naar een nieuwe presentator voor de latenighttalkshow op NPO1, die de concurrentie aan zou kunnen met *Jinek*. Omdat de meeste NPO-presentatoren niet een hele week verantwoordelijk wilden zijn voor het presenteren van een talkshow, ontstond het idee om het te laten presenteren door vijf verschillende duo's.<sup>25</sup> Net als *Jinek* begon deze talkshow, die de naam *Op1* kreeg, in januari van dit jaar met uitzenden. Vanwege de strijd om de kijker werd de term 'talkshowoorlog' in veel media-uitingen gebruikt. Gesteld kan worden dat de overstappen van de hierboven genoemde presentatoren deels in verband staan met elkaar en dat één overstap voor een reeks aan gebeurtenissen kan zorgen in het Nederlandse televisie- en talkshowlandschap. Het is vanwege die kettingreactie van belang om de context te schetsen waarin de overstappen van Eva Jinek en Twan Huys plaatsvonden. Op deze manier kan elke schakel meegenomen worden in de analyse.

Daarnaast valt het door het bekijken van eerdere overstappen op dat Twan Huys en Eva Jinek ten eerste geen uitzondering zijn. Het komt met enige regelmaat voor dat televisiepresentatoren besluiten om over te stappen van de publieke naar de commerciële omroep. Alleen al in het jaar 2018, waarin Twan Huys zijn overstap bekendmaakte, stapten onder andere ook de presentatoren Jan Versteegh, Paul de Leeuw, Katja Schuurman en Caroline Tensen over van een publieke naar een commerciële omroep.<sup>26</sup> Toch is het niet iets wat enkel in de laatste twee jaar voorkomt. In 2005 was het bijvoorbeeld Jack Spijkerman die voor opschudding zorgde door over te stappen van de publieke omroep VARA naar de commerciële omroep Talpa.<sup>27</sup> En ook Linda de Mol is ooit bij de publieke omroep begonnen en verruilde de publieke omroep TROS voor de commerciële omroep Talpa in 2006.<sup>28</sup> Bij de radio zijn dit soort overstappen ook geen onbekende praktijk. Onder andere Gerard Ekdorf, Coen & Sander en Giel Beelen maakten in 2016 en 2017 bekend over te stappen van een publieke naar een commerciële radiozender.<sup>29</sup>

Tot slot worden er andersom ook overstappen van de commerciële omroep naar de publieke omroep gemaakt, waarvan Jan Kooijman en Irene Moors een voorbeeld zijn.<sup>30</sup> Het is opvallend dat er bij die overstappen beduidend minder ophef over ontstaat. Enerzijds heeft dat wellicht te maken met de personen die de overstap maken en anderzijds zal de richting van de overstap uitmaken. Wellicht

<sup>25</sup> Takken, "Pauw stopt en wordt vervangen door vijf duo's."

<sup>26</sup> Gudo Tienhooven, "Transfertornado raasde dit jaar door Nederlandse tv-wereld," *AD*, 28-12-2018, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.ad.nl/show/transfertornado-raasde-dit-jaar-door-nederlandse-tv-wereld~a669754b/>.

<sup>27</sup> "RTL niet in zee met Jack Spijkerman," *Volkscrant*, 15-07-2008, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.volkscrant.nl/cultuur-media/rtl-niet-in-zee-met-jack-spijkerman~b475ee1c/>.

<sup>28</sup> "Ook Linda de Mol stapt over naar Talpa," *NOS*, 16-01-2019, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://nos.nl/artikel/2267701-ook-linda-de-mol-stapt-over-naar-talpa.html>.

<sup>29</sup> Etienne Verschuren, "Giel Beelen krijgt ochtendshow op Radio Veronica," *NRC*, 31-08-2017, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/08/31/overstap-giel-beelen-krijgt-ochtendshow-op-radio-veronica-12748119-a1571659>.

<sup>30</sup> Frank Waals, "Irene Moors: 'Dankbaar dat ik André van Duin mag helpen'," *De Telegraaf*, 03-02-2020, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.telegraaf.nl/entertainment/182026032/irene-moors-dankbaar-dat-ik-andre-van-duin-mag-helpen>; "RTL-gezicht Jan Kooijman stapt over naar KRO-NCRV," *Het Parool*, 29-12-2015, geraadpleegd op 08-04-2020, <https://www.parool.nl/kunst-media/rtl-gezicht-jan-kooijman-stapt-over-naar-kro-ncrv~b125364d/>.

speelt het ook mee dat Twan Huys en Eva Jinek als journalisten worden beschouwd, waarbij onafhankelijke journalistiek als een taak van de publieke omroep wordt gezien, waardoor hun overstap naar de op entertainment gerichte commerciële omroep voor opschudding zorgde. Ook daarom is het relevant om de overstap van Twan Huys en Eva Jinek te onderzoeken, omdat deze in meerdere mate media-aandacht hebben gekregen.

# Analysehoofdstuk 1: De verhouding tussen de publieke en commerciële omroep in het discours

## Introductie

In het krantendiscours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek wordt de verhouding tussen de publieke en de commerciële omroep direct dan wel indirect geconstrueerd. In dit hoofdstuk staat deze verhouding dan ook centraal. Er wordt uiteengezet op welke manieren de verhouding tussen de publieke en commerciële omroep naar voren komt in het discours. Binnen dit thema zijn er verschillende deelthema's die bijdragen aan een meerstemmige interpretatie over de verhouding tussen de publieke en de commerciële omroep. In het krantendiscours wordt ten eerste veelal de vergelijking gemaakt tussen de talkshows op een publieke en een commerciële omroep in het kader van een concurrentiestrijd tussen deze talkshows. In het verlengde hiervan wordt ten tweede ook de algehele identiteit en veronderstelde taakopvatting van de publieke en commerciële omroep direct dan wel indirect uiteengezet in het krantendiscours, voortkomende uit het idee dat in de basis een talkshow op een publieke omroep meer inhoud en minder entertainment biedt in tegenstelling tot een talkshow op een commerciële omroep. Ook wordt er ten derde een duidelijk onderscheid gemaakt in 'de kijker', waarbij er gesproken wordt over 'de NPO-kijker' en 'de RTL-kijker'. Tot slot zijn ook de benamingen die gebruikt worden voor de functies van Twan Huys en Eva Jinek, welke variëren van journalist tot presentator, ontvankelijk voor meerdere interpretaties over de verhouding tussen de publieke en de commerciële omroep. Deze vier deelthema's zullen in dit hoofdstuk besproken worden. Eerst wordt het discours omtrent de overstap van Twan Huys geanalyseerd, om vervolgens het discours omtrent de overstap van Eva Jinek te onderzoeken. Tot slot zal de wetenschappelijke literatuur ingezet worden om verdieping aan te brengen in de analyse.

## Publieke en commerciële omroep in het discours omtrent de overstap van Twan Huys

In het discours omtrent de overstap van Twan Huys wordt meerdere malen gesproken over de concurrentiestrijd tussen de talkshows op een publieke omroep en op een commerciële omroep. Dit impliceert een vervagende grens tussen de omroepen. Wanneer er bijvoorbeeld geschreven wordt over de verwachtingen van het nieuwe *RTL Late Night met Twan Huys* op de commerciële omroep RTL, wordt dit vaak besproken in relatie tot de talkshows *Pauw* en *Jinek*, die op dat moment nog op de publieke omroep uitgezonden werden. Gudo Tienhoven en Dennis Jansen stellen in het *AD* dat *RTL Late Night met Twan Huys* weer vol gas de concurrentie moet aangaan met de latenightshows van Jeroen Pauw en Eva Jinek.<sup>31</sup> Het feit dat er gesproken wordt over een bepaalde mate van concurrentie tussen de talkshows op de publieke en de commerciële omroep, geeft indirect een verwachting aan dat

<sup>31</sup> Gudo Tienhoven en Dennis Jansen, "RTL Late Night moet weer urgent worden," *Algemeen Dagblad*, 02-03-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.ad.nl/show/rtl-late-night-moet-weer-urgent-worden~aff34345/>.

de inhoudelijke verschillen tussen de talkshows verwaarloosbaar zullen zijn, anders zouden ze in mindere mate met elkaar kunnen concurreren. In *de Volkskrant* en de *Trouw* wordt deze veronderstelling bevestigd. Zo wordt er in *de Volkskrant* geschreven dat “kenners verwachten dat Late Night minder luchtig zal worden” en in de *Trouw* wordt over concurrenten *Pauw* en *Jinek* gezegd dat zij in toenemende mate interesse tonen in lichtere thema’s en gasten, waardoor het Late Night zijn onderscheidend vermogen langzaam maar zeker verliest.<sup>32</sup> Daarnaast impliceert volgens de *Trouw* het gegeven dat RTL niet iemand als Van Erven Dorens heeft gevraagd ook een bepaald verlangen om het gat op te vullen dat *Jinek* en *Pauw* langzaam laten vallen.<sup>33</sup> Er wordt in het discours dus gesteld dat de talkshows naar elkaar toe groeien. De uitspraak in het *NRC* dat de omroepen in dezelfde vijver vissen wat betreft inhoud en gasten bevestigt dat. Concluderend wordt verwacht dat de talkshows op de publieke en commerciële omroep inhoudelijk meer vergelijkbaar zijn dan ooit, waardoor ze de concurrentiestrijd met elkaar kunnen aangaan. Dit biedt ruimte voor een interpretatie, waarbij een scherp contrast tussen de publieke en commerciële omroep ontbreekt. Er is juist sprake van een bepaalde vereenzelviging van de publieke en commerciële omroep, in ieder geval op het gebied van talkshows.

Echter, de verwachting dat talkshows op de publieke en commerciële omroep inhoudelijk vergelijkbaar zijn, lijkt in eerste instantie al niet in overeenstemming met hoe de identiteit en veronderstelde taakopvatting van deze omroepen gezien en uitgesproken wordt in het discours. Kort gezegd wordt er in de basis namelijk van uitgegaan dat de publieke omroep voor inhoud staat en de commerciële omroep voor luchtigheid en entertainment. In het verlengde hiervan wordt er dan ook verwarring en verbazing uitgesproken over “de malle situatie dat de entertainmenttalkshow op de publieke zender zit en de inhoudelijke bij de commerciëlen.” Dat zou de omgekeerde wereld zijn volgens het *AD*.<sup>34</sup> Deze uitspraak is niet in overeenstemming met de verwachting dat de talkshows op de publieke en commerciële omroep inhoudelijk vergelijkbaar zullen zijn, waardoor die concurrentie mogelijk is. Wanneer er nadrukkelijk gesproken wordt over een omgekeerde wereld met betrekking tot entertainment op de publieke omroep en inhoud op de commerciële omroep, biedt dat juist ruimte voor een interpretatie waarbij er een scherp contrast bestaat tussen de publieke en de commerciële omroep. De lezer wordt als het ware dus heen en weer geslingerd tussen deze verschillende interpretatiemogelijkheden. Er moet hierbij rekening gehouden worden met het feit dat lezers wellicht niet een abonnement hebben op meerdere kranten, maar wel meerdere artikelen uit verschillende kranten online gelezen kunnen hebben.

<sup>32</sup> Menno van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?” *de Volkskrant*, 01-03-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/is-de-kritische-twan-huys-geschikt-als-gastheer-van-een-talkshow-vol-artiesten-acteurs-en-andere-bn-ers~b2ece684/>; Baneke, “Waarom Tan moet wijken voor Twan.”

<sup>33</sup> Baneke, “Waarom Tan moet wijken voor Twan.”

<sup>34</sup> Tienhooven en Jansen, “RTL Late Night moet weer urgent worden.”

Wat ook bijdraagt aan een verondersteld contrast tussen de publieke en de commerciële omroep is het maken van onderscheid in kijker. Met regelmaat wordt er in het krantendiscours gesproken over de NPO-kijker ofwel de RTL-kijker als zijnde twee tegenpolen. Zo wordt in *de Volkskrant* de vraag gesteld of ‘de RTL-kijker’ wel zit te wachten op een serieuze talkshow, omdat deze doelgroep jonger en lager opgeleid zou zijn dan de gemiddelde Nieuwsuur-kijker bij de publieke omroep.<sup>35</sup> Ook toen de eerste aflevering van *RTL Late Night met Twan Huys* uitgezonden werd, stelde Angela de Jong in het *AD* dat de vaste RTL-kijker ineens met serieuze journalistiek en grote-mensenproblematiek werd geconfronteerd. Daarbij had *RTL Late Night met Twan Huys* niets waarvan zij dacht: “goh, daar laat de vaste Pauw- en Jinekkijker NPO1 voor in de steek”.<sup>36</sup> Hier wordt de aanname gedaan dat de NPO-kijker niet naar het nieuwe *RTL Late Night* zal kijken en de RTL-kijker niet naar de NPO-talkshows. Dit onderscheid in kijker impliceert enerzijds dat er een contrast bestaat tussen de publieke en commerciële omroep en dat de afzonderlijke omroepen programma’s maken voor een beoogd kernpubliek. Anderzijds spreekt het ook een bepaalde verwachting uit dat Twan Huys de NPO-kijker dus niet zal weten mee te lokken naar RTL, maar een programma gaat maken voor het vaste RTL-publiek. Dit is opvallend te noemen, omdat in het discours ook wordt gesteld dat *RTL Late Night met Twan Huys* moet gaan concurreren met *Pauw* en *Jinek*. Als de RTL- en NPO-kijker twee afgebakende groepen zouden zijn, is van een concurrentiestrijd in mindere mate sprake. De strijd om te kijken zou dan enkel gevoerd worden, omdat de latenighttalkshows van de NPO en RTL in hetzelfde tijdslot uitgezonden worden, niet omdat de inhoud vergelijkbaar is.

In *de Volkskrant* wordt deze tegenstrijdigheid helder samengevat in de kop van het artikel en de daaropvolgende inleidende alinea. De kop luidt: “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?” In de inleidende alinea wordt vervolgens geschreven dat met de komst van Twan Huys *RTL Late Night* een meer journalistiek en serieuzer karakter zal krijgen. De vraag hierbij is of de RTL-kijker daarop zit te wachten. Alle elementen van het bovenstaande argument zitten hierin verwerkt. Ten eerste wordt Twan Huys kritisch genoemd en wordt dit tegenover de talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers geplaatst. Dit kan geïnterpreteerd worden als het in de basis geldende onderscheid tussen de kritische en op journalistiek gerichte publieke omroep, daar komt Twan Huys immers vandaan, en de op entertainment gerichte commerciële omroep. Vervolgens wordt er juist geschreven dat *RTL Late Night* journalistieker en serieuzer zal worden met de komst van Huys. Hierdoor hoeft de vraag dus niet gesteld te worden of Twan Huys geschikt zou zijn voor een op entertainment gerichte talkshow, want het wordt een journalistieke en serieuze talkshow, die gaat concurreren met *Pauw* en *Jinek* op de publieke omroep, zo is later in hetzelfde artikel te lezen. Hieruit zou opgemaakt kunnen worden dat het onderscheid

<sup>35</sup> Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”

<sup>36</sup> Angela de Jong, “Twan Huys heeft de sfeer (nog) niet aan zijn kont hangen,” *AD*, 04-09-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.ad.nl/show/twan-huys-heeft-de-sfeer-nog-niet-aan-zijn-kont-hangen~a5652e9d/>.

tussen de publieke en commerciële omroep in mindere mate geldt dan dat de kop van het artikel doet laten lijken. Tot slot komt ook ‘dé RTL-kijker’ aan bod, wat impliceert dat er een verschil is tussen een kijker van een commerciële omroep en een publieke omroep. Hieruit kan worden opgemaakt dat er klaarblijkelijk tóch een contrast bestaat tussen de publieke en de commerciële omroep. In dit artikel zijn opeenvolgend veel tegenstrijdigheden verwerkt, die de algehele tegenstrijdigheid in het discours symboliseren.

Wat ook bijdraagt aan een contrasterend beeld van de publieke en commerciële omroep, is de nadruk op de commercialiteit van RTL in tegenstelling tot de NPO. “RTL is een commerciële omroep, die anders dan de NPO bestaat om geld te verdienen,” zo wordt er in de *Trouw* geschreven.<sup>37</sup> Die commercialiteit zou ten grondslag liggen aan het gegeven dat *RTL Late Night* vaak hun ‘eigen sterren’ uitnodigt. In alle krantenartikelen omtrent de overstap van Twan Huys wordt verwacht en veracht dat ook Huys bij RTL onder druk zou staan om sterren van de eigen zender te interviewen, ter promotie van hun tv-programma.<sup>38</sup> In *De Telegraaf* wordt *RTL Late Night* ook wel de RTL-etalage genoemd.<sup>39</sup> Desalniettemin is er ook een aantal journalisten en tv-makers dat denkt dat Twan Huys dat niet zomaar zal laten gebeuren. Zo wordt in *de Volkskrant* de huidige hoofdredacteur van *Nieuwsuur*, Twans vorige werkgever geïnterviewd, die verwacht dat Twan geen concessies zal doen aan de journalistiek. “Hij zal niet tegen zijn zin Gordon interviewen. Als dat toch moet, wordt hij daar ongelukkig van.”<sup>40</sup> Er is dus geen eensluidende berichtgeving omtrent het al dan niet interviewen van ‘RTL-sterren’. Zowel intern, dus binnen een artikel, als tussen meerdere artikelen worden verschillende signalen afgegeven. Ondanks deze verschillende signalen, neigt de interpretatie meer naar een contrast tussen de publieke en de commerciële omroep, omdat er in de meeste artikelen wel eensgezindheid bestaat wat betreft *RTL Late Night* als ‘promotiemachine’ voor RTL.

Tot slot zal ik ingaan op de verschillende termen die worden gebruikt om Twan Huys en zijn functie bij de publieke en commerciële omroep te omschrijven. Zijn functie als presentator van *Nieuwsuur* wordt met regelmaat omschreven als ‘Nieuwsuur-anchor’. Daarnaast wordt er geschreven over Huys als een ‘serieuze journalist,’ ‘op-en-top journalist,’ ‘bewezen journalist’ en ‘de kritische journalist’.<sup>41</sup> Ook schrijft *De Telegraaf* dat Huys de afgelopen jaren bij de publieke omroep vooral in zijn element was bij zware onderwerpen met serieuze gasten. Deze termen worden in de

<sup>37</sup> Baneke, “Waarom Tan moet wijken voor Twan.”

<sup>38</sup> Arjan Meesterburrie, “Twan Huys moet RTL Late Night ‘nieuw succes’ brengen, Tan gedwongen weg,” *NRC*, 01-03-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/03/01/overstap-twan-huys-moet-rtl-late-night-nieuw-succes-brengen-tan-gedwongen-weg-a1594074>.

<sup>39</sup> Rob Goossens, “Twan Huys was tweede keus RTL Late Night,” *De Telegraaf*, 02-03-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.telegraaf.nl/nieuws/1739041/twan-huys-was-tweede-keus-rtl-late-night>.

<sup>40</sup> Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”

<sup>41</sup> Arjen Fortuin, “Twan Huys en de Grote Talkshow D-Day,” *NRC*, 04-09-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/09/04/twan-huys-en-de-grote-talkshow-d-day-a1615192>; Haro Kraak, “Hoe verging het Twan Huys in zijn eerste week RTL Late Night?” *de Volkskrant*, 07-09-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/hoe-verging-het-twan-huys-in-zijn-eerste-week-rtl-late-night~b081bb58/>.



krantenartikelen gekoppeld aan de publieke omroep. In tegenstelling tot de koppeling tussen de publieke omroep en journalistiek, worden de luchtigheid en het persoonlijke aspect van bijvoorbeeld Humberto Tan aan de commerciële omroep gekoppeld. Zo wordt de eerste indruk van *RTL Late Night met Twan Huys* in de *Trouw* omschreven als stukken minder onderscheidend van het NPO-gevoel dan het origineel met Humberto Tan.<sup>42</sup> Daarnaast wordt het *RTL Late Night* van Humberto Tan als een openbaring omschreven, omdat een persoonlijke nieuwstalkshow met licht en lucht op de commerciële omroep opeens wel bleek te kunnen.<sup>43</sup> In geen enkel krantenartikel krijgt Humberto Tan de functie journalist toegekend. In het geval van Humberto Tan wordt er gesproken over een presentator. Dit duidt ten eerste op een onderscheid tussen de publieke en commerciële omroep, waarbij de serieuze journalistiek toegekend wordt aan de publieke omroep en het luchtige entertainment aan de commerciële omroep. Dit onderscheid wordt nog duidelijker afgebakend door over een journalist bij de publieke omroep te spreken en over een presentator bij de commerciële omroep. Op deze manier lijkt het alsof er bij de publieke omroep enkel journalisten werkzaam zijn, wat vanzelfsprekend ook doorwerkt in de programma's en identiteit van de omroep.

### **Publieke en commerciële omroep in het discours omtrent de overstap van Eva Jinek**

Een concurrentiestrijd tussen talkshows op de commerciële en publieke omroep is een deelthema dat ook naar voren komt in het discours omtrent de overstap van Eva Jinek. Met name in de krantenartikelen die de eerste uitzending dan wel eerste week van *Jinek* op RTL4 bespreken, komt de concurrentiestrijd met *Op1* aan bod. “*Jinek* of *Op1*, bent u er al uit? Afgelopen week barstte de strijd om de kijker los tussen de praatprogramma's van RTL en de NPO,” schrijft Isabel Baneke in de *Trouw*, “wie gaat de zogeheten ‘talkshowoorlog’ winnen?”<sup>44</sup> Volgens Frank Heinen zorgt het wedstrijdelement voor meer kijkers, want “zodra iets een wedstrijd is, gaan we kijken”.<sup>45</sup> In *De Telegraaf* en de *Trouw* wordt zelfs de tussenstand bijgehouden welke talkshow het vaakst de meeste kijkcijfers trekt.<sup>46</sup> De inhoudelijke verwaarloosbaarheid van de twee talkshows, zoals Baneke het omschrijft in de *Trouw*, zorgt ervoor dat deze concurrentiestrijd mogelijk is.<sup>47</sup> Concluderend wordt er in het krantendiscours benadrukt dat de talkshows *Op1* van de publieke omroep en *Jinek* van de commerciële omroep een concurrentiestrijd met elkaar voeren. Dit biedt ruimte voor een interpretatie

<sup>42</sup> Maaïke Bos, “Het nieuwe RTL Late Night is een directe aanval op Pauw,” *Trouw*, 04-09-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.trouw.nl/cultuur-media/het-nieuwe-rtl-late-night-is-een-directe-aanval-op-pauw~b5d757e8/>

<sup>43</sup> Ibidem.

<sup>44</sup> Isabel Baneke, “De gezelligheid wint in de strijd om de gunst van de talkshowkijker,” *Trouw*, 10-01-2020, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.trouw.nl/cultuur-media/de-gezelligheid-wint-in-de-strijd-om-de-gunst-van-de-talkshowkijker~bd323adf/>.

<sup>45</sup> Frank Heinen, “De talkshow is een soort dagelijks terugkerend kerstdiner,” *de Volkskrant*, 05-01-2020, geraadpleegd op 09-04-2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/de-talkshow-is-een-soort-dagelijks-terugkerend-kerstdiner~b085aab7/>.

<sup>46</sup> Baneke, “De gezelligheid wint in de strijd om de gunst van de talkshowkijker.”

<sup>47</sup> Ibidem.

waarbij, net als in het discours omtrent de overstap van Twan Huys, een contrast tussen de publieke en commerciële omroep ontbreekt. Er is juist opnieuw sprake van een bepaalde vereenzelviging van de omroepen, in ieder geval op het gebied van talkshows.

Deze vereenzelviging van talkshows op de publieke en commerciële omroep is niet in overeenstemming met het onderscheid in taakopvatting van deze omroepen. Drie aspecten in het discours omtrent de overstap van Eva Jinek dragen hieraan bij, die vergelijkbaar zijn met aspecten uit het discours omtrent de overstap van Twan Huys. Ten eerste is het maken van een onderscheid in kijker van de publieke en commerciële omroep een aspect waaruit blijkt dat de publieke en commerciële omroep een andere taakopvatting hebben. In de *Trouw* wordt gesproken over ‘de trouwe NPO-kijker’ en in het *AD* stelt Angela de Jong na de eerste uitzending van *Jinek* dat geen enkele RTL-kijker piept over te veel politiek of Trump.<sup>48</sup> Deze afbakening van het kernpubliek van een publieke en commerciële zender impliceert dat beide omroepen een talkshow maken dat past bij de identiteit van de omroep. Het kernpubliek, ofwel de RTL- en NPO-kijker, kan dan weer aan die omroepidentiteit gekoppeld worden. Omdat De Jong bijvoorbeeld nadrukkelijk opmerkt dat geen RTL-kijker klaagt over te zware journalistieke onderwerpen, biedt dat ruimte voor een interpretatie waarbij het RTL-publiek in eerste instantie niet direct geïnteresseerd is in politiek en Trump. Dit zou geschikter zijn voor de meer op journalistiek gerichte publieke omroep. *Jinek* bewijst volgens De Jong dus echter het tegendeel, maar door het expliciet te benoemen, biedt het wel ruimte voor een zodanige interpretatie.

Ten tweede is de nadruk op de commercialiteit van RTL in tegenstelling tot de publieke omroep eenzelfde aspect wat bijdraagt aan het veronderstelde onderscheid in identiteit van de omroepen. Een talkshow bij de commerciële omroep wordt er met regelmaat van beschuldigd programma’s en presentatoren van de eigen zender te promoten en uit te nodigen. Dit kwam in het discours omtrent de overstap van Twan Huys ook duidelijk naar voren. In het discours omtrent de overstap van Eva Jinek is dat niet anders. Er wordt daarbij echter sterk de nadruk gelegd op de hoop dat *Jinek* als talkshow zo min mogelijk moet veranderen in vergelijking met *Jinek* op NPO1. In dit discours heeft het dus voornamelijk te maken met een bepaalde angst voor de commercialiteit van RTL, omdat dat een van de redenen was waardoor *RTL Late Night met Twan Huys* niet succesvol werd. In het *AD* spreekt Angela de Jong uit dat Eva Jinek een talkshow moet gaan maken dat dicht bij haar huidige show ligt, zonder dat Jinek ineens een sidekick als Patty Brard in de maag gesplitst krijgt.<sup>49</sup> In de *Trouw* wordt ook de hoop uitgesproken dat Eva Jinek zich niet van bovenaf laat opleggen om “RTL-sterretjes” te interviewen of “RTL-boulevard-achtige” items te maken. Dat wordt als een cruciale factor voor succes gezien, net als een gewoon decor zonder tierelantijnen en een

<sup>48</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”; Angela de Jong, “Durf ik het aan om over Jinek te beginnen?” *AD*, 06-01-2020, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.ad.nl/show/durf-ik-het-aan-om-over-jinek-te-beginnen~acfad839/?fbclid=IwAR0ytpUyYwgjVI4mM9DGUCYNuEgIUeWV7AKU2BVuYkF4PO6WwkdDXfu-IM>.

<sup>49</sup> Gudo Tienhooven en Dennis Jansen, “Eva Jinek maakt overstap naar RTL,” *AD*, 20-09-2019, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.ad.nl/show/eva-jinek-maakt-overstap-naar-rtl~a54352b7/>.

ijzersterke redactie.<sup>50</sup> Na de eerste aflevering stelt Patricia Cortie in *De Telegraaf* al dat het goed is dat *Jinek* geen “RTL-publiciteitsmachine” is.<sup>51</sup> Dit is een voorbeeld waarbij het discours omtrent de overstap van Eva Jinek hoogstwaarschijnlijk is gevormd door het discours omtrent de overstap van Twan Huys. Waar de programma’s van Twan Huys bij de publieke en commerciële omroep verschilden van elkaar, wat er mede voor zorgde dat *RTL Late Night met Twan Huys* niet succesvol was, moet de nieuwe talkshow van Eva Jinek op RTL4 juist onveranderd blijven om succesvol te zijn. Enerzijds biedt deze nadruk op en vrees voor commercialiteit ruimte voor een interpretatie waarbij er een contrast bestaat tussen de publieke en commerciële omroep. Anderzijds is er in het discours omtrent de overstap van Eva Jinek ook ruimte voor een interpretatie waarbij dat contrast in meerdere mate ontbreekt, omdat de nadruk tegelijkertijd ligt op het onveranderde aspect van haar talkshow. Dit impliceert dat talkshows op de publieke en commerciële omroep inhoudelijk niet per definitie hoeven te verschillen van elkaar.

Ten derde lijken journalisten, net als in het discours omtrent Twan Huys, moeite te hebben met de benamingen van Eva Jinek. Afwisselend wordt Eva Jinek presentatrice en journalist genoemd. In het *AD* benadrukt Angela de Jong bijvoorbeeld dat een transfer van een NPO-journalist naar de commerciële zelden succesvol is.<sup>52</sup> De benaming ‘journalist’ wordt in deze uitdrukking letterlijk aan de publieke omroep gekoppeld. In de *Trouw* is eveneens een dergelijk onderscheid te herkennen: “Voor journalisten bij de publieke omroep blijkt het knap lastig hun succes mee te nemen naar de commerciële.”<sup>53</sup> Ook in deze uitdrukking wordt journalistiek aan de publieke omroep gekoppeld. Verderop in het artikel krijgt Jinek echter de benaming presentator toegekend. Deze benaming wordt in de context van de commerciële omroep RTL4 geplaatst, door te benoemen dat de ‘presentator’ naar ‘RTL4’ verkast.<sup>54</sup> Ook wordt in het *AD* na de eerste aflevering van *Jinek* op RTL4 voorzichtig geconcludeerd dat het “blijkbaar gewoon kan, naar een commerciële zender verhuizen zonder direct al je journalistieke principes overboord te kieperen.”<sup>55</sup> Door dit expliciet op deze manier te stellen, biedt het ruimte voor een interpretatie dat het omgekeerde, dus het wel overboord gooien van journalistieke principes, gebruikelijker is of is geweest bij eerdere televisietransfers. Het koppelen van journalisten en presentatoren aan de publieke dan wel commerciële omroep draagt bij aan een ogenschijnlijk contrasterend beeld tussen deze omroepen, omdat journalistiek en commercie in het discours tegenover elkaar worden geplaatst.

Tot slot ligt in verschillende krantenartikelen rondom de overstap van Eva Jinek in meerdere mate dan in het discours omtrent Twan Huys, sterk de nadruk op de risico’s die aan deze overstap

<sup>50</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

<sup>51</sup> Patricia Cortie, “Maakt overstap Eva Jinek miljonair?” *De Telegraaf*, 23-09-2019, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.telegraaf.nl/entertainment/89674686/maakt-overstap-eva-jinek-miljonair>.

<sup>52</sup> Tienhooven en Jansen, “Eva Jinek maakt overstap naar RTL.”

<sup>53</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

<sup>54</sup> Ibidem.

<sup>55</sup> Tienhooven en Jansen, “Eva Jinek maakt overstap naar RTL.”

verbonden zijn. Termen als ‘gedurfd’, ‘eng’ en ‘experimenteel’ worden gebruikt om haar overstap te duiden. Daarnaast worden eerdere overstappen, zoals die van Twan Huys en Rik van de Westelaken, aangehaald om aan te tonen dat een overstap van een journalist van de publieke naar de commerciële omroep “zelden succesvol” is.<sup>56</sup> In het artikel van het *AD* wordt Jinek geroemd om haar lef, omdat ze ondanks deze onsuccesvolle transfers van collega’s toch het risico durft te nemen.<sup>57</sup> In een artikel van Isabel Baneke in de *Trouw* wordt gesteld dat Jinek een ambitieuze vrouw is, die ervan houdt zich te bewijzen.<sup>58</sup> In het discours komt dit als verklaring naar voren waarom Jinek dit risico zou durven nemen. Deze nadruk op de risico’s van een overstap van de publieke naar de commerciële omroep, zou geïnterpreteerd kunnen worden door de lezer alsof er een contrast zou bestaan tussen de publieke en de commerciële omroep. Als er geen verschillen zouden zijn tussen bijvoorbeeld een programma maken bij de publieke of commerciële omroep of de doelgroep die deze omroepen willen bereiken, zou de overstap van Jinek in mindere mate als risicovol beschreven kunnen worden. Daarnaast wordt in hetzelfde artikel gesteld dat de overstap van Jinek succesvol zou kunnen zijn, zolang Jinek maar een programma gaat maken dat dichtbij haar huidige show ligt en ze blijft doen wat ze altijd al deed bij de NPO.<sup>59</sup> Deze stellingname biedt ruimte voor meerdere interpretaties. Enerzijds is er sprake van een bepaalde marginalisatie met betrekking tot de eerdere uitspraken over deze risicovolle en gewaagde overstap. Wat is er immers gewaagd aan een overstap, waarbij een programma niet of nauwelijks verandert? Anderzijds gaat de gewaagdheid wellicht niet over de inhoud van het programma, maar over het kernpubliek dat de nieuwe talkshow van Jinek zou moeten bereiken. Het zou risicovol kunnen zijn om een al bestaand programma aan een verondersteld ander kernpubliek te vertonen, namelijk het ‘RTL-publiek’. Een andere interpretatie zou kunnen zijn dat de verwachting is dat Jinek met deze nieuwe talkshow haar ‘NPO-publiek’ weet te bereiken of mee weet te lokken, wat voor RTL een uitbreiding en diversificatie van haar kernpubliek zal betekenen. Zowel voor de publieke als de commerciële omroep RTL zou deze overstap dus grote, zowel positieve als negatieve, gevolgen kunnen hebben. Termen als ‘gewaagdheid’ en ‘risicovol’ zijn in de context van een beoogd kernpubliek beter te plaatsen.

### **Publieke en commerciële omroep in het wetenschappelijke debat**

Ook in de wetenschappelijke literatuur omtrent publieke en commerciële televisieomroepen zijn er meerdere perspectieven met betrekking tot de verhouding hiertussen. Enerzijds is er namelijk sprake van een sterke nadruk op de commercialisering van de publieke omroep, wat zou duiden op een gelijksoortige taakopvatting en vereenzelviging van de omroepen. Anderzijds wordt er in de

<sup>56</sup> Ibidem.

<sup>57</sup> Ibidem.

<sup>58</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

<sup>59</sup> Ibidem.

wetenschappelijke literatuur ook gesproken over het verschil in identiteit van een publieke en een commerciële omroep, waarmee juist een andersoortige taakopvatting wordt aangesneden.

Het huidige Nederlandse omroepbestel vindt zijn oorsprong in het jaar 1989. In dit jaar veranderde het bestel van een non-commercieel omroepbestel, waarin commerciële organisaties van het bestel uitgesloten waren, naar een duaal omroepbestel, waarin commerciële omroepen ook bestaansrecht hadden.<sup>60</sup> In dit duale omroepbestel was er sprake van een strikte scheiding tussen de publieke en de commerciële omroep. De nationale overheid mag veeleisend zijn aan de publieke omroep vanwege de essentiële democratische en culturele functie, maar aan een commerciële omroep zou de nationale overheid juist zo min mogelijk eisen moeten stellen.<sup>61</sup> Er is in beginsel dus sprake van een vrije commerciële omroep en een sterk gereguleerde publieke omroep.<sup>62</sup> Ondanks dat een duaal omroepbestel doet lijken alsof deze twee partijen tegenover elkaar staan, duaal betekent immers twee tegenover elkaar staande beginselen, zijn er ook overeenkomsten tussen de Nederlandse publieke en commerciële omroep. Zo is er ook bij de publieke omroep sprake van sponsoring van programma's en inkomsten uit reclame.<sup>63</sup> De commerciële omroep, en in mindere mate dus ook de publieke omroep, vergaart inkomsten door reclamezendtijd te verkopen. Hoe meer kijkers er op een reclametijdstip zijn, hoe aantrekkelijker het voor adverteerders is die reclamezendtijd af te kopen en hoe meer geld ervoor gevraagd kan worden door de omroepen. Mede door het belang van kijkcijfers is het duidelijke onderscheid tussen de publieke en commerciële omroep vervaagd en is concurrentie tussen deze twee partijen mogelijk, zoals in het discours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek duidelijk naar voren komt. Enkele wetenschappers, waaronder Huub Wijffjes, pleiten er dan ook voor om terug te keren naar een strikte, ook inhoudelijke, scheiding tussen de publieke en commerciële omroep. Hierbij zou de publieke omroep programma's moeten maken die door de commerciële omroepen niet gemaakt kunnen worden, omdat ze te kostbaar zijn, maar wel cultureel waardevol worden geacht, zoals ballet, klassieke muziek, dramaserie, documentaires en verslaggeving van grote evenementen.<sup>64</sup> Vooralsnog is deze strikte scheiding er in de praktijk niet, waardoor inhoudelijke verschillen tussen een talkshow op de publieke en commerciële omroep verwaarloosbaar kunnen zijn.

In het wetenschappelijk debat omtrent de commercialisering van de publieke omroep is er ook aandacht voor het vervagen van de scheiding tussen de publieke en commerciële omroep. Daar zijn verschillende oorzaken voor te noemen volgens Håkon Larsen. Ten eerste noemt Larsen ook de opkomst van commerciële omroepen in 1989 en ten tweede de digitalisering van de media vanaf het einde van de jaren '90. Met name deze digitalisering zorgt ervoor dat de positie van de publieke

<sup>60</sup> F.J.P.M. Hoefnagel, *Geschiedenis van het Nederlands inhoudelijk mediabeleid* (Amsterdam: Pallas Publications, 2005), 19.

<sup>61</sup> Ibidem.

<sup>62</sup> Jo Bardoel, "Mediabeleid tussen traditie en toekomst," *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 34, nr. 2 (Nijmegen: Radboud Universiteit, 2006), 212.

<sup>63</sup> Hoefnagel, *Geschiedenis van het Nederlands inhoudelijk mediabeleid*, 24-25.

<sup>64</sup> Huub Wijffjes, *Uit de Ban van Goede en Slechte Smaak: perspectieven in televisiegeschiedenis* (Amsterdam: Vossiuspers UvA, 2010), 6.

omroepen in de nationale markt verandert. Door het gebruik van digitale platformen door de publieke omroep, voelen de commerciële omroepen zich namelijk bedreigd, waardoor er in verhoogde mate sprake is van concurrentie.<sup>65</sup> Dit spreekt het idee van een tegenstelling tussen de publieke en commerciële omroep dus opnieuw tegen. Ook Johnson houdt zich bezig met de positie van de publieke omroep ten opzichte van commerciële activiteiten. Ze stelt daarbij dat het steeds lastiger wordt voor publieke omroepen om zich te onthouden van commerciële activiteiten. Johnson gaat in de basis dus uit van een tegenstelling tussen de publieke en commerciële omroep, maar stelt dat het steeds moeilijker wordt om deze tegenstelling in stand te houden. Johnson pleit er tot slot voor dat commerciële activiteiten en de publieke omroep niet meer als tegengesteld gezien moeten worden, maar dat er gekeken moet worden naar de manieren waarop dit gecommuniceerd wordt naar het publiek.<sup>66</sup>

In dit scriptieonderzoek wordt niet direct de commercialisering van de publieke omroep besproken. Echter is het opvallend te noemen dat in het wetenschappelijke debat een verhouding tussen de omroepen terugkomt, die maar deels in het maatschappelijke debat, ofwel krantendiscours, te herkennen is. Hiermee wordt dus aangetoond dat er sprake is van ambiguïteit tussen het maatschappelijke en wetenschappelijke debat. In het wetenschappelijke debat is sprake van een verhouding tussen de publieke en commerciële omroep, waarbij deze twee onderling in mindere mate van elkaar verschillen. Ze zouden door de commercialisering van de publieke omroep juist concurreren met elkaar. De concurrentie tussen de publieke en commerciële omroep is het aspect wat duidelijk terug te lezen is in het krantendiscours. Zoals in dit eerste analysehoofdstuk te lezen is, wordt er meermaals verwezen naar de concurrentiestrijd tussen *Pauw*, *Jinek*, *RTL Late Night* en *Op1*, die op de publieke en commerciële omroep te zien zijn. Tegelijkertijd, en dat is het gedeelte wat niet in overeenstemming is met het geschetste wetenschappelijke debat, worden de publieke en commerciële omroep in het krantendiscours tegenover elkaar geplaatst. Er is dus sprake van inconsistentie binnen het krantendiscours, maar ook in vergelijking met het wetenschappelijke debat is er geen overeenstemming. Tot slot is er met betrekking tot het krantendiscours omtrent Twan Huys en Eva Jinek sprake van een overstap van de publieke naar de commerciële omroep. De tendens in het discours is dat een talkshow bij de commerciële omroep hierdoor meer gaat lijken op een talkshow bij de publieke omroep. Het feit dat *Jinek* en *RTL Late Night met Twan Huys* op RTL4 serieuzer en meer journalistiek zouden worden, draagt hieraan bij. Dit is dus opnieuw een verhouding tussen de publieke en commerciële omroep, waarbij ze onderling in mindere mate van elkaar verschillen en juist naar elkaar toegroeien. Hieraan ligt echter ten grondslag dat de commerciële omroep zich vereenzelvigd met

<sup>65</sup> Håkon Larsen, "The crisis of public service broadcasting reconsidered: Commercialization and digitalization in Scandinavia," in *The Crisis of Journalism Reconsidered, Democratic Culture, Professional Codes, Digitale Future* (New York: Cambridge University Press, 2016), 43.

<sup>66</sup> Catherine Johnson, "From brand congruence to the 'virtuous circle': branding and the commercialization of public service broadcasting," *Media, Culture & Society* (UK: University of Nottingham, 2013), 326-328.

de taakopvatting van de publieke omroep in plaats van andersom. Dat maakt dit scriptieonderzoek mede ook wetenschappelijk relevant.

## Analysehoofdstuk 2: Persoonlijkheid in het discours

### Introductie

Dat een talkshow als *RTL Late Night met Twan Huys* of *Jinek* staat of valt met de persoonlijkheid van de host is te herkennen in zowel het wetenschappelijke debat als het krantendiscours. In analysehoofdstuk 1 werd duidelijk dat journalisten die voor de publieke omroep werken, gezien worden als onderdeel van de NPO, terwijl zij enkel deel uitmaken van de programma's die de NPO uitzendt. Blijkbaar wordt het als problematisch gezien wanneer deze journalisten hun publieke taak opgeven en overstappen naar een commerciële omroep. Hieruit blijkt dat er ook sterk gefocust wordt op de personen die overstappen, waardoor het discours een persoonlijk aspect krijgt. In dit hoofdstuk wordt dan ook uiteengezet hoe de persoonlijkheid en eventuele sterrenstatus een rol spelen in het discours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek. Ten eerste wordt besproken hoe Twan Huys en Eva Jinek in het krantendiscours gebruikt worden om een naam en gezicht te geven aan de talkshows. Ten tweede staat de verwachte inbreng met betrekking tot de nieuwe talkshows van Huys en Jinek en de gevolgen die dit heeft voor de inhoud centraal. Tot slot komt het wetenschappelijke debat omtrent de rol van een talkshowhost en *personal branding* aan bod.

### De rol van Twan Huys

In het krantendiscours omtrent de overstap van Twan Huys is zijn naam in hoge mate aanwezig in de krantenkoppen en -artikelen. Over zijn redactie wordt nauwelijks gesproken, waardoor het kan lijken alsof Twan Huys de enige of belangrijkste factor is met betrekking tot het slagen van de nieuwe talkshow. Het *NRC* kopt: "Twan Huys moet RTL Late Night 'nieuw succes' brengen" en de kop van de *Trouw* luidt: "Waarom Tan moet wijken voor Twan". Ook in het krantendiscours in de week van de eerste aflevering van *RTL Late Night met Twan Huys* is dit een terugkerend thema. "Twan Huys en de Grote Talkshow D-Day," kopt het *NRC*.<sup>67</sup> In het *AD* wordt in de krantenkop vermeld dat Twan Huys de sfeer nog niet aan zijn kont heeft hangen.<sup>68</sup> Tot slot wordt er in *De Telegraaf* geconcludeerd dat alle ogen op de 'met bombarie binnengehaalde' Twan Huys waren gericht, maar dat hij, ondanks zijn interessante gasten, nog niet heeft weten te scoren met *RTL Late Night*.<sup>69</sup> Het lijkt hierdoor alsof de prestatie van Twan Huys de enige factor is die het succes van de nieuwe talkshow bepaalt, terwijl een redactie vanzelfsprekend ook een aanzienlijke rol heeft in dat proces. Al deze koppen en citaten uit de krantenartikelen dragen bij aan het gewichtiger maken van de rol van Twan Huys en daarmee automatisch ook het ondergeschikt maken van de rest van het team van *RTL Late Night*. Het is niet

<sup>67</sup> Fortuin, "Twan Huys en de Grote Talkshow D-Day."

<sup>68</sup> Angela de Jong, "Twan Huys heeft de sfeer (nog) niet aan zijn kont hangen," *AD*, 04-09-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.ad.nl/show/twan-huys-heeft-de-sfeer-nog-niet-aan-zijn-kont-hangen~a5652e9d/>.

<sup>69</sup> Patricia Cortie, "Kijker wil vooral feelgood tv," *De Telegraaf*, 10-09-2018, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.telegraaf.nl/entertainment/2536673/kijker-wil-vooral-feelgood-tv>.



opvallend dat de naam van Twan Huys gebruikt wordt in de krantenartikelen, omdat hij het programma presenteert en daarmee een gezicht geeft aan *RTL Late Night*. Dit heeft dus echter wel als gevolg dat de rol van het redactie- en productieteam ontbreekt in de artikelen, wat mogelijk een irreal beeld geeft van hoe een talkshow gemaakt wordt en wie daar allemaal bij betrokken zijn. Een mogelijk negatief gevolg voor Twan Huys zou zijn dat wanneer een programma wat hij presenteert niet slaagt, zijn naam waarschijnlijk ook bovenaan de krantenartikelen prijkt. Lezers zouden dan ook zijn rol met betrekking tot het niet slagen van een programma als groot kunnen interpreteren.

Des te opvallender is het dat in het discours omtrent het ontslag van Twan Huys met name de redactie ineens wél benoemd wordt. In de krantenkoppen is vanzelfsprekend nog steeds de naam van Twan Huys te vinden: “Waarom het misging met Twan Huys bij RTL Late Night.”<sup>70</sup> Verderop in de artikelen is dat anders. Zo worden in *De Telegraaf* de steunbetuigingen aan Huys en zijn redactie genoemd, in de *Trouw* wordt er gesproken over ‘het team van Huys’ en waar Huys en de redactieleden na het stoppen aan de slag gaan en Arjen Fortuin spreekt in het *NRC* over de ‘RTL-redactie’.<sup>71</sup> De gewichtige rol van Twan Huys is nog steeds aanwezig in dit discours, maar door het noemen van en aandacht geven aan de redactie worden deze twee belangrijke componenten van een talkshow in meerdere mate gelijkwaardig aan elkaar. Tevens kan het gewicht geven aan de rol van Twan Huys ook te maken hebben met een bepaalde sterrenstatus die hij heeft. Dit kan eraan bij dragen dat journalisten verwachten dat mensen het interessant vinden om te lezen hoe het Twan Huys vergaat, waar er in het krantendiscours op deze manier gehoor aan gegeven wordt.

Er is ook sprake van personalisatie met betrekking tot de verwachte inbreng van Huys bij *RTL Late Night*. Zo wordt aangenomen dat relevante gasten eerder naar *RTL Late Night* zullen komen nu Huys de presentator is. “Als hij belt, komt de minister wel aan de telefoon, schrijft Menno van Dongen in *de Volkskrant*.”<sup>72</sup> Ook in het *AD* wordt gedacht dat *RTL Late Night* door Twan Huys vaker de gast van eerste keuze zal binnenhalen.<sup>73</sup> Dit sluit aan bij de voorgaande alinea, waarin uiteengezet werd op welke manier de rol van Huys gewichtiger wordt gemaakt. Tegelijkertijd is dit niet compleet in overeenstemming met de angst dat Twan Huys onder druk zal staan van het RTL-bestuur om sterren van de eigen zender te interviewen ter promotie van hun tv-programma. Enerzijds wordt Twan Huys dus omschreven als een gewichtige en machtige schakel met betrekking tot de inhoud en gasten van de

<sup>70</sup> Haro Kraak en Menno van Dongen, “Waarom het misging met Twan Huys bij RTL Late Night,” *de Volkskrant*, 04-03-2019, geraadpleegd op 01-04-2020, <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/waarom-het-misging-met-twan-huys-bij-rtl-late-night~b5745d1d/>.

<sup>71</sup> Isabel Baneke, “RTL Late Night met Twan Huys stopt: niet sexy, niet journalistiek genoeg,” *Trouw*, 04-03-2019, geraadpleegd op 24-03-2020, <https://www.trouw.nl/cultuur-media/rtl-late-night-met-twan-huys-stopt-niet-sexy-niet-journalistiek-genoeg~bee2691c/>; Arjen Fortuin, “Twan Huys en RTL Late Night: een op alle fronten mislukt project,” *NRC*, 04-03-2019, geraadpleegd op 02-04-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/03/04/twan-huys-en-rtl-late-night-alle-fronten-mislukt-a3907905>; Rob Goossens, “Twan Huys in half jaar afgebroken,” *De Telegraaf*, 05-03-2020, geraadpleegd op 24-03-2020, <https://www.telegraaf.nl/nieuws/3241115/reconstructie-huys-in-half-jaar-afgebroken>.

<sup>72</sup> Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”

<sup>73</sup> Tienhooven en Jansen, “RTL Late Night moet weer urgent worden.”

talkshow. Anderzijds wordt die gewichtigheid en macht op een bepaalde manier gemarginaliseerd, door de stelling in de *Trouw* dat Twan Huys vatbaar zou zijn voor druk van bovenaf om tegen zijn zin in RTL-sterren te interviewen. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat niet in elk artikel deze angst gedeeld wordt. In het *AD* stellen Tienhooven en Jansen bijvoorbeeld dat Huys in zijn onderhandelingen met RTL heeft afgedwongen dat hij van bovenaf geen bemoeienis meer wil. “Dus ook niemand die hem opdringt om RTL-gezichten er hun ‘promopraatjes’ te laten doen.”<sup>74</sup> Tevens wordt er in hetzelfde artikel van de *Trouw* waarin eerst de angst voor druk van bovenaf vermeld werd, later gesteld dat Twan Huys geen concessies zal doen aan de journalistiek. De inhoud van de artikelen met betrekking tot dit onderwerp varieert dus van de angst voor druk van bovenaf om RTL-sterren te interviewen tot de overtuiging dat Twan Huys geen concessies zal doen aan de journalistiek en weg zal blijven van het entertainment. Er is dus sprake van artikelen die intern ambigue zijn, als ambiguïteit tussen meerdere artikelen.

Er is ook sprake van meerstemmigheid met betrekking tot de te verwachten inhoudelijke verandering van de show en de bijdrage van Twan Huys daaraan. In meerdere artikelen wordt benadrukt, van zowel zijn overstap als ten tijde van de eerste uitzending, dat Huys ‘op-en-top journalist’ is. Als gevolg hiervan zou Huys *RTL Late Night* een belangrijke journalistieke impuls geven en de talkshow journalistiek gewichtiger worden, zo is te lezen in het *AD* en *De Telegraaf*.<sup>75</sup> Hiermee hangt samen, en dit wordt ook expliciet benoemd in *de Volkskrant*, dat *RTL Late Night* een ‘stuk minder luchtig’ zal gaan worden dan met voorganger Humberto Tan, omdat dit beter zou passen bij Twan Huys als persoon, presentator en journalist. Een interpretatie waarbij de inhoud van *RTL Late Night* compleet verschillend is dan voorheen met Humberto Tan, ligt dus voor de hand. Echter, tegelijkertijd kopt bijvoorbeeld *de Volkskrant* met de vraag: “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”<sup>76</sup> Hier erkent schrijver Menno van Dongen dus dat Twan Huys een kritische presentator is, wat aansluit bij het te verwachten veranderende karakter van *RTL Late Night*. Toch duidt het tweede gedeelte van de kop, waarin Van Dongen de vraag stelt of Huys geschikt is voor een talkshow vol BN’ers, op een verwachting waarbij *RTL Late Night* juist niet van het luchtige karakter zal veranderen. Vervolgens stelt Van Dongen in de inleiding toch dat *RTL Late Night* met de komst van Huys meer journalistiek en serieuzer zal worden.<sup>77</sup> In de eerste vier zinnen van het artikel is dus al geen sprake van eenduidigheid over dit onderwerp. Ook hier is er sprake van zowel interne inconsistentie, als tussen meerdere artikelen.

Desalniettemin is de heersende tendens in het discours dat Twan Huys *RTL Late Night* journalistiek gewichtiger zal gaan maken. Tegelijkertijd is het dat journalistieke karakter van Twan

<sup>74</sup> Ibidem.

<sup>75</sup> Goossens, “Twan Huys was tweede keus *RTL Late Night*”; Tienhooven en Jansen, “*RTL Late Night* moet weer urgent worden.”

<sup>76</sup> Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”

<sup>77</sup> Ibidem.

Huys wat journalisten doet afvragen of hij wel sfeer kan brengen, zoals opgemaakt kan worden uit de kop van het artikel uit *de Volkskrant*.<sup>78</sup> In het artikel van *De Telegraaf* maken ze zich daar niet druk om. Huys zou ook een zachte kant hebben en kijkers hoeven zich geen zorgen te maken dat de presentator zich geen raad weet als Britt Dekker en Gordon naast hem plaatsnemen.<sup>79</sup> Hoewel er in de kop van *de Volkskrant* een vraag wordt gesteld over de geschiktheid van Huys als gastheer van een talkshow op de commerciële omroep, is er later in het artikel te lezen dat Huys multifunctioneel is. Dit houdt in dat hij zowel kritische vragen kan stellen als in staat is om een prettige sfeer te creëren.<sup>80</sup> Ook in de *Trouw* wordt er vertrouwd op diezelfde multifunctionaliteit door te stellen dat Huys zich bewezen heeft als journalist die kan grappen met Robbie Williams, maar ook zijn gasten stevig aan de tand voelt.<sup>81</sup> Echter, in het krantendiscours in de week van de eerste uitzending van Huys op RTL4 is het vertrouwen in Huys met betrekking tot zijn multifunctionaliteit minder. In het *AD* vraagt De Jong zich af hoe het nu gezellig moest worden bij *RTL Late Night met Twan Huys*, omdat de eerste uitzending tamelijk koel en zakelijk was.<sup>82</sup> In de *Trouw* is Baneke het daarmee eens: de kijker ging niet met de bedoelde glimlach naar bed, omdat de interviews snedig en journalistiek waren.<sup>83</sup> Wanneer er gekeken wordt naar het discours omtrent het ontslag van Twan Huys noemen alle vijf de artikelen niet geheel verrassend het gebrek aan sfeer en de mismatch tussen Huys en RTL als reden waarom *RTL Late Night met Twan Huys* niet geslaagd is. Het krantendiscours is dus aan ontwikkelingen in de realiteit onderhevig en verandert met de gebeurtenissen van Huys op RTL4 mee. Hetgeen wat echter continu aanwezig blijft in het krantendiscours is de grootte van de rol van Twan Huys. Hij wordt continu in relatie geplaatst tot de ontwikkelingen, of deze positief of negatief zijn.

### **De rol van Eva Jinek**

In het discours omtrent de overstap van Eva Jinek geldt, net als bij Twan Huys, dat haar naam vaak bovenaan en in de krantenartikelen staat. Ook hier is dus sprake van het gewichtig maken van de rol van Eva Jinek met betrekking tot het slagen van haar talkshow. “Wat zijn de troeven van Eva Jinek om wél te slagen bij RTL?” kopt de *Trouw* bijvoorbeeld.<sup>84</sup> Als er gekeken wordt naar het discours omtrent haar eerste uitzending bij RTL is eenzelfde trend te zien. In de vergelijking met de concurrent *Op1*, die geen vaste presentator heeft, komt dat duidelijk naar voren. “Afgaande op de kijkcijfers staat het 4-0 voor de publieke omroep. De wisselende presentatieduo’s van *Op1* trokken van maandag tot donderdag een groter publiek dan Eva Jinek bij RTL4,” is te lezen in de *Trouw*.<sup>85</sup> In deze vergelijking

<sup>78</sup> Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”

<sup>79</sup> Goossens, “Twan Huys was tweede keus RTL Late Night.”

<sup>80</sup> Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”

<sup>81</sup> Baneke, “Waarom Tan moet wijken voor Twan.”

<sup>82</sup> De Jong, “Twan Huys heeft de sfeer (nog) niet aan zijn kont hangen.”

<sup>83</sup> Baneke, “De gezelligheid wint in de strijd om de gunst van de talkshowkijker.”

<sup>84</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

<sup>85</sup> Baneke, “De gezelligheid wint.”

wordt Eva Jinek bij voor- en achternaam genoemd in tegenstelling tot de algemene termen ‘publieke omroep’ of ‘wisselende presentatieduo’s die voor *Op1* worden gebruikt. “Eva Jinek heeft duidelijk bedongen dat ze haar talkshow op haar eigen manier kan maken,” stelt Wilfred Takken in het *NRC*.<sup>86</sup> Dergelijke conclusies worden in meerdere artikelen getrokken. Na een aflevering is de neiging er al om te stellen dat Jinek haar belofte heeft waargemaakt en in twee artikelen wordt zelfs al gesteld dat Eva Jinek onverslaanbaar is. Dit maakt opnieuw dat de rol van Eva Jinek gewichtiger wordt gemaakt, wat in het discours omtrent de overstap van Twan Huys ook te herkennen was. Hierdoor kan het lijken alsof de rol van Eva Jinek beduidend groter is dan de rol van bijvoorbeeld haar redactie- en productieteam. Tevens kan het gebruik van Eva Jinek haar naam als ‘lokmiddel’ gebruikt worden, vanwege haar naamsbekendheid bij de lezer. Ook omdat Eva Jinek een bepaalde sterrenstatus heeft en het gezicht van de talkshow is, kan het zijn dat op deze manier het hele proces van het opzetten van een nieuwe talkshow persoonlijker wordt gemaakt dan het in werkelijkheid is. Voor het redactie- en productieteam is het vanzelfsprekend ook van groot belang dat een programma slaagt. Er is dus net als bij Twan Huys een mogelijkheid om dit te interpreteren alsof de rol van Eva Jinek in verhouding tot de rest van het team groter en belangrijker is. Anderzijds is het een logische keuze om de naam van Eva Jinek bovenaan krantenartikelen te zetten, omdat zij het gezicht en presentatrice van de show is.

Juist omdat Eva Jinek het gezicht van de talkshow is en het programma haar naam draagt, worden er in verschillende krantenartikelen ook privé zaken benoemd, die niet per definitie te maken hebben met het maken van een talkshow. Het uitgebreid bespreken van haar mogelijke salaris, waar later op teruggekomen wordt, is daar een voorbeeld van. Ook haar relatie met advocaat Bram Moszkowicz wordt genoemd in de *Trouw*, hetzij vanwege het feit dat Jinek zich in 2010 verplicht terugtrok als presentatrice van *Nieuwsuur*, omdat door deze relatie haar journalistieke onafhankelijkheid ter discussie zou staan.<sup>87</sup> Daarnaast is er aandacht in de *Trouw* voor haar geboorteplaats Tulsa in Amerika en hoe Jinek daarvandaan met haar ouders, een Tsjechisch vluchtelingechtpaar, naar Nederland verhuisde, omdat ze geloofden dat er in Nederland een betere toekomst voor hen was weggelegd. Dit gegeven zou invloed hebben gehad op de ontwikkeling van haar winnaarsmentaliteit en ambitie, wat als verklaring wordt gezien voor haar uitdagende overstap naar RTL.<sup>88</sup> Tot slot speelt ook haar zwangerschap als privé kwestie een subtiele rol in het artikel van de *Trouw* naar aanleiding van haar eerste aflevering op RTL 4.<sup>89</sup> Concluderend kunnen veel van deze privé kwesties op de een of andere manier toch aan haar werk gerelateerd worden: het salaris, een verplichte terugtrekking bij *Nieuwsuur* vanwege een privé relatie en hoe haar jeugd van invloed is

<sup>86</sup> Wilfred Takken, “Eerste ‘Jinek’ is gewoon nog steeds de echokamer van Hilversum,” *NRC*, 04-01-2020, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/01/04/eerste-jinek-is-gewoon-nog-steeds-de-echokamer-van-hilversum-a3985721>.

<sup>87</sup> “Eva Jinek niet naar Nieuwsuur,” *Het Parool*, 19-05-2010, geraadpleegd op 11-03-2020, <https://www.parool.nl/kunst-media/eva-jinek-niet-naar-nieuwsuur~b622e0e7/>.

<sup>88</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

<sup>89</sup> Baneke, “De gezelligheid wint in de strijd om de gunst van de talkshowkijker.”

geweest op haar professionele ambities. Van de genoemde privékwesities was de zwangerschap de enige die niet direct in de context van haar werk genoemd werd. Desalniettemin was het niet direct essentieel om de aan haar carrière gekoppelde privékwesities te bespreken. De strekking van de artikelen zou namelijk niet veranderen wanneer ze achterwege gelaten zouden worden.

De vraag of Jinek wel sfeer kan maken komt in tegenstelling tot bij Twan Huys in geen enkel artikel naar voren. De verwachting is juist dat de stemming er bij Jinek goed in zal zitten. Het is zelfs een van de redenen waarom RTL haar heeft aangenomen. Werkgever Peter van der Vorst vertelt in *de Volkskrant*: “Eva is een prettig mens met humor en een gezonde dosis zelfspot. Dat geven we bij RTL graag alle ruimte.”<sup>90</sup> Naast haar karaktereigenschappen komen ook haar journalistieke kwaliteiten aan bod in het discours. De vraag welke troeven Eva Jinek in handen heeft om in tegenstelling tot Twan Huys wel te slagen bij RTL wordt in de *Trouw* beantwoord met: “Jinek heeft tandjes. Ze vraagt door, is niet bang en legt al haar gasten het vuur na aan de schenen.” Het is een opvallende uitspraak, omdat dit in het discours omtrent Twan Huys ook als een succesvolle eigenschap werd omschreven. Het is dus niet per definitie een troef die een garantie voor succes biedt. Het is immers bekend hoe het Twan Huys is vergaan bij RTL. Wat dus wel anders en kenmerkend is in het discours omtrent de overstap van Eva Jinek is de aandacht voor haar persoonlijkheid en karaktereigenschappen. Deze eigenschappen worden in het discours omschreven als een kracht van Jinek, wat haar talkshow een grotere kans van slagen zou geven. Zo wordt ze in de verschillende artikelen geroemd om haar authenticiteit, moed, lef, zelfspot, humor, energie en ambitie. Ook na de start van haar talkshow blijven deze termen van toepassing op Jinek. Ze zou soepel schakelen van lichte naar zware onderwerpen en was energiek en ad rem in haar eerste aflevering op RTL4. “Zoals het publiek haar al jaren kent. Wat tamelijk cruciaal is voor haar succes.”<sup>91</sup> In het discours omtrent Eva Jinek wordt, naast haar journalistieke kwaliteiten, dus ook haar persoonlijkheid als belangrijke factor gezien met betrekking tot het slagen van haar talkshow en succes.

### **De rol van de talkshowhost in het wetenschappelijke debat**

In het wetenschappelijke debat omtrent talkshows wordt een aantal ongeschreven regels genoemd, dat de talkshow onderscheidt van elke andere vorm van televisie.<sup>92</sup> Een voorbeeld van een talkshowregel is dat de talkshow een live-ervaring moet creëren, waarin het gesprek van de dag wordt gevoerd.<sup>93</sup> Ook het vormgeven van de talkshow rondom een talkshowhost is een belangrijke regel, waaraan nagenoeg elke talkshow voldoet.<sup>94</sup> Mediawetenschapper Hanne Bruun omschrijft het als volgt:

<sup>90</sup> Haro Kraak, “Talkshowhost Eva Jinek maakt overstap naar RTL,” *de Volkskrant*, 20-09-2019, geraadpleegd op 24-01-2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/talkshowhost-eva-jinek-maakt-overstap-naar-rtl~bb1ef471/>.

<sup>91</sup> De Jong, “Durf ik het aan om over Jinek te beginnen?”

<sup>92</sup> Bernard M. Timberg, *Television Talk: A History of the TV Talk Show* (Austin: University of Texas Press, 2002), 3.

<sup>93</sup> *Ibid.*, 5.

<sup>94</sup> *Ibidem.*

“The studio host is the central dramaturgic element who functions as an intermediary between the programme and the viewers. For this reason, unlike the staging of an anchor person in a news broadcast, the talk show attaches great importance to the television personality of the host, as this is an essential part of the *content* of the talk show.”<sup>95</sup>

De host wordt door Bruun dus als de rode draad door het programma omschreven, waarbij de talkshow als het ware van de host is en de talkshow draait om de wereld van de host.<sup>96</sup> De host bepaalt dus ook gedeeltelijk welke gespreksonderwerpen aan bod komen in de talkshow, waarbij de persoonlijke interesse van de host een grote rol speelt. Christine M. Quail noemt de rol van de talkshowhost cruciaal, omdat de host als een moderator van de gesprekken fungeert. Hiermee wordt bedoeld dat de host de macht heeft over de toon en richting van het gesprek en bepaalt wanneer gesprekken beëindigd worden. Hierdoor vervult de host een cruciale rol met betrekking tot de productie van een talkshow.<sup>97</sup>

Met betrekking tot de marketing noemt Timberg de host ook wel het label of het handelsmerk van de talkshow. De host is namelijk het onvervangbare aspect van een talkshow. Wanneer een host vervangen wordt, zoals Twan Huys Humberto Tan verving, verandert een talkshow onvermijdelijk.<sup>98</sup> Hierdoor is de talkshowhost, naast de talkshow zelf, een waardevol goed. In de meeste gevallen brengen de talkshowhosts ook een bepaalde sterrenstatus mee naar een talkshow.<sup>99</sup> Op deze manier zorgen ze mogelijk voor hoge kijkcijfers, waardoor de omroepen hoge reclame-inkomsten kunnen genereren. De talkshowhost als waardevol goed kan ook gezien worden als *personal branding* of *self marketing*.<sup>100</sup> Dit is volgens Shepherd sinds de jaren '90 een populaire manier om individuen in de markt te zetten.<sup>101</sup> Mediawetenschappers Bettina Lis en Martin Post betrekking deze *personal branding* specifiek op televisiesternen en televisieshows. Lis en Post doen dan ook onderzoek naar de relatie tussen de geloofwaardigheid en persoonlijkheid van de host en de populariteit van televisieshows.<sup>102</sup> Ze stellen dat de host een essentieel onderdeel is van een televisieshow als merk. De geloofwaardigheid en persoonlijkheid van de host hebben concluderend een direct effect op de motivatie om een televisieshow te bekijken.

<sup>95</sup> Hanne Bruun, “The Aesthetics of the Television Talk Show,” *Nordicom Review* 21, nr. 2 (2000), 244.

<sup>96</sup> *Ibid.*, 245.

<sup>97</sup> Christine M. Quail et. al, *Vulture Culture: The Politics and Pedagogy of Daytime Television Talk Shows* (New York: Peter Lang Publishing, 2005), 66.

<sup>98</sup> Timberg, *Television Talk*, 4.

<sup>99</sup> Quail et. al, *Vulture Culture*, 67.

<sup>100</sup> Ifan D.H. Shepherd, “From Cattle and Coke to Charlie: Meeting the Challenge of Self Marketing and Personal Branding,” *Journal of Marketing Management* 21, nr. 5-6 (2005), 589.

<sup>101</sup> *Ibid.*, 591.

<sup>102</sup> Bettina Lis en Martin Post, “What’s on TV? The Impact of Brand Image and Celebrity Credibility on Television Consumption from an Ingredient Branding Perspective,” *The International Journal on Media Management* 15, nr. 4 (2013), 230-231.

De twee bovenstaande alinea's onderschrijven het belang van de talkshowshost op twee manieren. Ten eerste is de talkshowhost een belangrijke productionele factor, waarbij de host als het ware bepaalt welke en op welke manier gesprekken worden gevoerd. Ten tweede is de talkshowhost ook een belangrijke factor met betrekking tot de marketing van een talkshow. Beide aspecten zijn te herkennen in het discours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek. Ten eerste komt in het krantendiscours duidelijk naar voren dat Huys en Jinek de rode draad vormen van de talkshows, te herkennen aan de personalisatie en het bovenmatig gebruik van hun namen. Daarbij zouden Huys en Jinek bijvoorbeeld beiden geïnteresseerd zijn in de Verenigde Staten, waardoor dit in hogere mate een centraal onderwerp is of is geweest in *Jinek* en *RTL Late Night met Twan Huys*. Hieruit blijkt dat persoonlijke interesses direct invloed hebben op de inhoud van de show. Ten tweede zou de *personal branding* een belangrijk aspect kunnen zijn waardoor Eva Jinek in het discours als een geschiktere host wordt gezien van een talkshow dan Twan Huys. Jinek toont namelijk haar persoonlijkheid op televisie, wat ook als onderwerp aan bod komt in het krantendiscours, waardoor kijkers wellicht gemotiveerd worden om naar haar talkshow kijken.

## Analysehoofdstuk 3: Vergelijking discours Twan Huys en Eva Jinek

### Introductie

Omdat dit onderzoek een vergelijking betreft, zullen in dit laatste analysehoofdstuk de verschillen in het discours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek centraal staan. Ten eerste zal de onafhankelijkheid van de presentatoren besproken worden, waarbij Twan Huys in meerdere mate als onafhankelijk wordt gezien in vergelijking met Eva Jinek. Ten tweede zal de inzet van persoonlijkheid in het discours en de omschrijving van hun carrière besproken worden. Tot slot is er aandacht voor het wetenschappelijke debat omtrent de *framing* van vrouwen in het nieuws. Mogelijk zijn er verschillen aanwezig in het discours die te herleiden zijn naar het verschil in gender van de presentatoren.

### Onafhankelijkheid

In de vergelijking van de discoursen zijn verschillen te herkennen in de onafhankelijkheid van Jinek en Huys met betrekking tot hun keuze om over te stappen. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat de keuze die Twan Huys maakte om over te stappen naar RTL als een weloverwogen en zelf genomen beslissing wordt omschreven. In het discours omtrent de overstap van Eva Jinek spelen er ook aspecten mee die buiten Eva Jinek zelf liggen, zoals salaris en de rol van de omroep. Over Twan Huys wordt in het *AD* bijvoorbeeld geschreven dat de presentator meermaals alle voors en tegens op een rijtje zou hebben gezet en daarna de knoop heeft doorgehakt.<sup>103</sup> Daarnaast is het salaris een veelbesproken onderwerp in het discours omtrent Eva Jinek, maar bij Twan Huys in mindere mate. Enkel in het *AD* en *de Volkskrant* wordt slechts in één zin het verwachte salaris van Huys besproken.<sup>104</sup> Kort samengevat komt Twan Huys in het discours naar voren als een man die zelf een weloverwogen beslissing heeft gemaakt, waarbij salaris een kleine rol speelde en in geen van de artikelen zijn beweegredenen in twijfel worden getrokken. Er is überhaupt minder aandacht voor de beweegredenen van Twan Huys. Het lijkt hierdoor alsof zijn keuze ‘simpelweg’ geaccepteerd wordt, waardoor de interpretatiemogelijkheid bestaat dat Twan Huys in hoge mate autonoom is en onafhankelijk beslissingen kan maken.

Wanneer er gekeken wordt naar het discours omtrent Eva Jinek, en met name het onderwerp salaris als beweegreden voor die overstap, verschilt dit wel degelijk van het discours omtrent Twan Huys. Fons van Westerloo is bijvoorbeeld tamelijk uitgesproken over het salaris als reden voor Jinek om over te stappen naar een commerciële omroep:

<sup>103</sup> Tienhooven en Jansen, “RTL Late Night moet weer urgent worden.”

<sup>104</sup> Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”; Tienhooven en Jansen, “RTL Late Night moet weer urgent worden.”



“Het draait natuurlijk om niks anders dan geld. Ze zit en scoort geweldig bij de NPO, het enige extraatje dat RTL kan bieden is een hoger salaris. Jinek verdiende bij KRO-NCRV niet meer dan de norm voor topinkomens van 191 duizend euro. Bij RTL kan ze daarvan een veelvoud daarvan op haar rekening bijschrijven.”<sup>105</sup>

Ook Frits Barend, die net als Van Westerloo een bijdrage leverde aan het artikel in de *Trouw*, denkt dat een hoger salaris een grote rol heeft gespeeld.<sup>106</sup> In het *AD* en de *Volkskrant* wordt het onderwerp salaris eveneens aangehaald en *De Telegraaf* kopt zelfs met de vraag: “Maakt overstap Eva Jinek miljonair?”<sup>107</sup> Enkel in het artikel van het *NRC* wordt met geen woord gerept over geldzaken. Dit verschil in vergelijking met het discours omtrent de overstap van Twan Huys is opvallend te noemen. Enerzijds zou dit gerelateerd kunnen worden aan de sterrenstatus van Eva Jinek. Zij krijgt meer media-aandacht dan Twan Huys. Mensen zijn geïnteresseerd in haar persoonlijke leven, zo ook op het gebied van bijvoorbeeld relaties, en het salaris zou daar ook onder geschaard kunnen worden.<sup>108</sup> Het uitgebreid bespreken van het salaris van Jinek kan ook een vorm van sensatiezucht zijn, die juist bijdraagt aan die sterrenstatus van Jinek. Het is een wisselwerking waar het discours omtrent de overstap van Jinek een rol in speelt. Een andere interpretatie van het verschil in bespreking van salaris zou te maken kunnen hebben met de loonkloof tussen mannen en vrouwen.<sup>109</sup> Er bestaat nog steeds een bepaalde loonongelijkheid tussen mannen en vrouwen, waardoor het enerzijds mogelijk als opvallend wordt gezien dat een vrouw überhaupt een dergelijk hoog inkomen heeft zoals wordt gesuggereerd in het discours omtrent Eva Jinek. Anderzijds wordt het wellicht als minder voor de hand liggend gezien dat een vrouw bepaalde carrièrekeuzes maakt vanwege een hoger salaris. Dit zou verklaren waarom het bij Twan Huys in mindere mate een urgent onderwerp is in de krantenartikelen.

Ook met betrekking tot de omschrijving van de beweegredenen van de presentatoren voor de overstap is een verschil op te merken. Zoals eerder genoemd is de trend bij Twan Huys dat hij in staat is om weloverwogen beslissingen te maken, zonder dat zijn beweegredenen daarbij in twijfel worden getrokken. Bij Eva Jinek worden haar eigen beweegredenen in bepaalde artikelen wel degelijk in twijfel getrokken en wordt er in meerdere mate gezocht naar verklaringen die al dan niet buiten haarzelf liggen. Een centrale vraag van Isabel Baneke in een artikel van de *Trouw* is bijvoorbeeld: “Waarom verlaat de huidige koningin van de talkshow haar vertrouwde troon?” Wat volgt is een complete alinea, waarin de beweegredenen van Jinek worden geanalyseerd. Zelf zei Jinek het volgende om haar keuze te verklaren:

<sup>105</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

<sup>106</sup> Ibidem.

<sup>107</sup> Cortie, “Maakt overstap Eva Jinek miljonair?”

<sup>108</sup> Anouk Eigenraam, “Eva Jinek en Bram Moszkowicz uit elkaar,” *NRC*, 30-10-2012, geraadpleegd op 15-03-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2012/10/29/eva-jinek-en-bram-moszkowicz-uit-elkaar-a1441347>; “Eva date met ‘slangenman’ Freek Vonk,” *AT5*, 08-02-2013, geraadpleegd op 15-03-2020, <https://www.at5.nl/artikelen/96083/eva-date-met-slangenman-freek-vonk>.

<sup>109</sup> “Loonkloof tussen mannen en vrouwen wordt groter,” *NOS*, 19-11-2019, geraadpleegd op 15-03-2020, <https://nos.nl/artikel/2311084-loonkloof-tussen-mannen-en-vrouwen-wordt-groter.html>.

“Het is tijd voor een nieuw avontuur: ik ga werken bij RTL, want daar krijg ik de fantastische kans om mijn passie voor de late night talkshow nog verder uit te bouwen. Daarnaast krijg ik de ruimte om mijn online platform – de plek waar ik al mijn journalistieke en persoonlijke interesses met jullie kan delen – echt serieus te ontwikkelen.”<sup>110</sup>

Over de laatstgenoemde beweegredenen, het ontwikkelen van een online platform, zegt Fons van Westerloo in de *Trouw*: “Quatsch, dat kan ze bij de NPO ook krijgen.”<sup>111</sup> De NPO is echter zeer streng in hun digitale beleid.<sup>112</sup> In *De Telegraaf* trekken ze deze beweegredenen in tegenstelling tot Fons van Westerloo in de *Trouw* niet in twijfel. “Dat platform waar Jinek nu de ruimte voor krijgt, is iets wat een commerciële zender haar kan bieden boven een publieke omroep, los van meer salaris.”<sup>113</sup> Hieruit blijkt dat er onduidelijkheid en tegenstrijdigheid bestaat over hoe en of de publieke omroep invulling geeft aan digitale ontwikkelingen in het medialandschap. Het is opvallend dat een kwaliteitskrant als de *Trouw* in dit geval discutabele informatie verkondigt, terwijl een populaire krant als *De Telegraaf* de feitelijke informatie deelt. Naast het in twijfel trekken van beweegredenen die Jinek zelf wél noemt, wordt er ook naar verklaringen gezocht die verdergaan dan hetgeen ze zelf benoemde in haar persbericht. Jinek geeft daarin aan dat ze in haar carrière altijd op zoek is gegaan naar avontuur en groeimogelijkheden. Dat in alle artikelen omtrent haar overstap ‘ambitie’ wordt genoemd als reden, is dan ook geen verrassing. Bewijsdrang en winnaarsmentaliteit zijn echter termen die ook gebruikt worden in het discours, maar die mijns inziens verdergaan dan ambitie en de drang om verklaringen te vinden onderschrijven. In de *Trouw* wordt die winnaarsmentaliteit geplaatst in de context van haar verhuizing van de Verenigde Staten naar Nederland:

“Jinek werd in 1978 geboren in het Amerikaanse Tulsa, Oklahoma. Op elfjarige leeftijd besloten haar ouders, een Tsjechisch vluchtelingenpaar, naar Nederland te verhuizen omdat ze geloofden dat hun kroost hier een betere toekomst had. Beide gegevens, zo stelde Jinek in interviews, hebben haar karakter bepaald. Ze voelt dat ze het aan haar ouders verplicht is haar leven niet te verlummelen en ze kreeg in de VS de winnaarsmentaliteit ingestampt.”<sup>114</sup>

In dit artikel wordt deze context dus zelfs gebruikt om de redenen van Eva Jinek als het ware te valideren. Haar verhuizing vanuit de Verenigde Staten, waar ze de winnaarsmentaliteit ingestampt kreeg, naar Nederland, heeft bijgedragen aan haar ambitieuze karakter. Dat ambitieuze karakter heeft dan weer bijgedragen aan de keuze om over te stappen van een publieke naar een commerciële

<sup>110</sup> Eva Jinek, “Het is tijd voor een nieuw avontuur,” *Instagram*, 20-09-2019, geraadpleegd op 16-03-2020, <https://www.instagram.com/p/B2ov4Xgo0nH/>.

<sup>111</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

<sup>112</sup> Reinier Kist, “Forse kritiek van omroepen op het online beleid van de NPO,” *NRC*, 13-09-2016, geraadpleegd op 19-04-2020, <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/09/13/hoe-digitaal-is-hilversum-4249357-a1521102>.

<sup>113</sup> Cortie, “Maakt overstap Eva Jinek miljonair?”

<sup>114</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

omroep, zo valt op te maken uit het artikel. De hoeveelheid media-aandacht voor Twan Huys en zijn ‘mislukte avontuur’ bij RTL4 zou tot slot een verklaring kunnen zijn waarom de journalisten in het discours op zoek neigen te gaan naar verklaringen voor Jinek haar overstap. Eerdere overstappen van presentatoren, waaronder die van Twan Huys, bleken niet succesvol genoeg te zijn met een ontslag als gevolg. Er kan dus gesteld worden dat Eva Jinek een bepaald risico neemt, omdat er meer niet-succeservaringen zijn dan omgekeerd. Blijkbaar vergroot dat de neiging in het discours om verklaringen te zoeken voor haar overstap. Dit is opnieuw een voorbeeld waarbij het discours en de overstap van Twan Huys van invloed kan zijn geweest op het discours omtrent de overstap van Eva Jinek.

Een laatste verschil met betrekking tot de onafhankelijkheid van de presentatoren heeft te maken met de rol van de omroepen bij de overstappen van Huys en Jinek. In het discours omtrent Twan Huys wordt er nauwelijks gesproken over deze rol, met uitzondering van *De Telegraaf*. Daar wordt namelijk gesteld dat de zendergroep RTL een blauwtje liep, omdat de opvolger van Humberto Tan eigenlijk Matthijs van Nieuwkerk zou moeten zijn en niet Twan Huys. Dit impliceert dat de overstappen van presentatoren met name geïnitieerd worden door de omroepen, waarbij het belang het grootste is voor de omroep in vergelijking met de desbetreffende presentator. In hetzelfde artikel van *De Telegraaf* wordt bijvoorbeeld ook geschreven dat RTL Humberto Tan maanden in de wachtkamer liet zitten, totdat Twan Huys wél toehapte en Humberto Tan direct kon vertrekken.<sup>115</sup> Termen als ‘toehappen’ en het ‘in de wachtkamer laten zitten’ dragen bij aan het beeld van de omroep als machtigste en meest belanghebbende schakel in het proces van overstappende presentatoren. Tevens past dit emotionele taalgebruik bij een populaire krant als *De Telegraaf*. In tegenstelling tot het artikel uit *De Telegraaf*, wordt er in de artikelen over de overstap van Huys uit de *Trouw*, de *Volkskrant* en het *AD* gesproken in termen van een onderhandeling tussen Huys en de omroep en het in gesprek zijn met elkaar. Deze termen impliceren in meerdere mate een gelijkwaardige rolverdeling, waarin het aandeel van Twan Huys ook van belang is en hij dus een bepaalde mate van autonomie heeft.<sup>116</sup>

In vergelijking met het discours omtrent de overstap van Eva Jinek is er een verschil in op te merken met betrekking tot de rol van de omroep. Opnieuw is het *De Telegraaf* die niet geheel verrassend de macht en de rol van de omroep benadrukt. Zo wordt er geschreven:

“Het is RTL 4 gelukt: talkshowkoningin Eva Jinek wegplukken bij de NPO. Ze start er vanaf januari op de late avond om 22:30 uur. De NPO heeft er alles aan gedaan om haar binnen te houden, maar kon niet genoeg bieden.”

<sup>115</sup> Goossens, “Twan Huys was tweede keus RTL Late Night.”

<sup>116</sup> Baneke, “Waarom Tan moet wijken voor Twan,”; Van Dongen, “Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN’ers?”; Tienhooven en Jansen, “RTL Late Night moet weer urgent worden.”

Het lijkt alsof de NPO en RTL4 met elkaar in onderhandeling zijn, waarbij Eva Jinek slechts als een weerloos poppetje fungeert, die weggeplukt en overgeplaatst kan worden naar een andere omroep. In andere artikelen wordt dat in mindere mate gedaan, maar is het in vergelijking met het discours omtrent Twan Huys wel verschillend te noemen. Ook Angela de Jong schrijft in het *AD*: “Het is voor de NPO onmogelijk om grote publiekslievelingen te behouden,” verwijzend naar de grote verschillen in salaris die commerciële en publieke omroepen kunnen bieden.<sup>117</sup> In aanvulling hierop vraagt Isabel Baneke zich in het artikel in de *Trouw* af of het niet ondankbaar is dat Jinek haar kweekvijver verlaat, want daar is ze ten slotte tot wasdom gekomen. “De NPO heeft haar grootgemaakt.”<sup>118</sup> Al deze uitspraken dragen bij aan het marginaliseren van de rol van Eva Jinek en het vergroten van de rol en macht van de omroep. Het zijn niet geheel verrassend de populaire kranten *AD* en *De Telegraaf* die met sensatiegerichte en emotionele uitspraken meegaan in de grootspraak over de rol van de omroep. Van een kwaliteitskrant als de *Trouw* is dat opvallender te noemen.

Geconcludeerd kan worden dat er sprake is van een verschil tussen het discours omtrent de overstap van Twan Huys en Eva Jinek met betrekking tot de rol van de omroep in vergelijking met de rol van de presentator zelf. Hierbij zou geïnterpreteerd kunnen worden dat de rol van Twan Huys in meerdere mate als gelijkwaardig aan de omroep wordt omschreven, terwijl in een deel van het discours omtrent de overstap van Eva Jinek geneigd wordt om de rol van de presentatrice lichtelijk te marginaliseren. Daarbij kan de rol van de omroep gezien worden als een externe factor die mee heeft gespeeld in de keuze om over te stappen. Bij Jinek is deze factor in het discours dus in meerdere mate aanwezig. Dat komt overeen met het zoeken naar verklaringen, zoals eerder omschreven is, waarvan de macht en rol van de omroep er dus ook een is. Eveneens het verschil in bespreking van salaris kan gezien worden als een randfactor en verklaring, die in meerdere mate in het discours omtrent de overstap van Eva Jinek aanwezig is dan bij die van Twan Huys.

### **Persoonlijkheid versus carrière**

Ten tweede zijn er zowel overeenkomsten als verschillen op te merken in het discours als het gaat om de omschrijvingen en inzet van de persoonlijkheden en carrières van Twan Huys en Eva Jinek. Uit analysehoofdstuk 2 kan ten eerste geconcludeerd worden dat Twan Huys in het discours voornamelijk wordt geroemd om zijn journalistieke scherpte en interviewkwaliteiten en Eva Jinek om haar persoonlijkheid. Enkele kwaliteiten die Huys volgens het krantendiscours bezit die de journalistiek ten goede komen zijn kritisch, journalistiek, onderhandelingsvaardigheden, stekelig en giftig. Verder wordt er met geen woord gerept over eventuele karaktereigenschappen. De journalistieke kwaliteiten worden bij Eva Jinek ook genoemd, maar in tegenstelling tot het discours omtrent Twan Huys worden in het discours omtrent Eva Jinek in meerdere mate ook haar persoonlijkheid en

<sup>117</sup> Tienhooven en Jansen, “Eva Jinek maakt overstap naar RTL.”

<sup>118</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

karaktoreigenschappen betrokken. Ze wordt bijvoorbeeld geroemd om haar moed, ambitie, lef, authenticiteit, humor en zelfspot. Daarnaast ligt hiermee samenhangend de focus bij Eva Jinek in meerdere mate op haar privéleven, terwijl de lezer in het discours omtrent Twan Huys enkel te weten komt dat zijn herkomst in Limburg ligt. De biografie van Jinek wordt echter uitgebreid besproken. Hieruit voortkomend wordt in het discours omtrent de overstap van Twan Huys verwacht dat *RTL Late Night* zal slagen vanwege zijn journalistieke kwaliteiten en bij Eva Jinek spelen haar persoonlijke karaktereigenschappen de grootste rol. In het discours omtrent Twan Huys worden vooral zijn professionele kwaliteiten belicht, zoals de kritische journalistiek, wat tegelijkertijd ook zijn valkuil is. Dat resulteert in de angst dat Twan Huys geen sfeer zou kunnen maken. Bij Eva Jinek is de verwachting dat haar talkshow zal slagen vanwege haar kwalitatieve karaktereigenschappen en haar vermogen om sfeer te creëren. Het is van belang om te benoemen dat er bij Eva Jinek ook over haar journalistieke vaardigheden wordt geschreven en dat bij Twan Huys zijn persoonlijkheid ook een kleine rol speelt. Echter, in vergelijking met elkaar verschilt het wel degelijk. Het neigt zelfs naar een benadering waarbij de carrière van een man als een afgebakend gebied beschouwd wordt, terwijl bij vrouwen hun persoonlijkheid en privéleven er ook bij betrokken worden.

Tot slot is er een verschil op te merken in de manier waarop de carrièrepaden van Twan Huys en Eva Jinek besproken worden, waarbij er bij Twan Huys enkel aandacht voor zijn succesvolle carrièrestappen is en bij Jinek ook de minder succesvolle stappen worden benoemd. In het discours omtrent de overstap van Twan Huys uit zich dat in een feitelijke bespreking van zijn tv-carrière bij de publieke omroep, waarbij Huys eerst correspondent in de Verenigde Staten was en later presentator en verslaggever van *Nieuwsuur*. Hierdoor wordt zijn jarenlange ervaring met live interviewen en het stevig aan de tand voelen van gasten benadrukt.<sup>119</sup> Bij Eva Jinek is er in tegenstelling tot bij Twan Huys in meerdere mate aandacht voor de minder succesvolle carrièrestappen. In het *AD* wordt bijvoorbeeld benoemd dat Jinek in haar beginjaren bedolven werd onder kritiek.<sup>120</sup> In *de Volkskrant* is er zelfs een alinea die de kop ‘moeizame start’ heeft gekregen, waarin het begin van haar talkshowcarrière besproken wordt.<sup>121</sup> Ook in de *Trouw* wordt aangehaald dat Eva Jinek aan het begin van haar talkshowcarrière journalistiek overschat werd genoemd.<sup>122</sup> Naast dat er een verschil is in het bespreken van succesvolle en onsuccesvolle carrièrestappen, is er ook een verschil in het soort informatie dat gedeeld wordt. Bij Huys is het voornamelijk feitelijke informatie, maar bij Jinek wordt er ook informatie gedeeld die op meningen berust. Het is een opvallend verschil, maar het is wel passend bij de overige besproken thema’s uit het discours. Twan Huys wordt als een onafhankelijke journalist omschreven, waarbij feitelijke informatie over hemzelf en zijn carrière wellicht passend is. Bij Jinek is er in meerdere mate aandacht voor haar persoonlijkheid en privéleven, wat passend is bij

<sup>119</sup> Bos, “Het nieuwe RTL Late Night is een directe aanval op Pauw.”

<sup>120</sup> Tienhooven en Jansen, “Eva Jinek maakt overstap naar RTL.”

<sup>121</sup> Kraak, “Talkshowhost Eva Jinek maakt overstap naar RTL.”

<sup>122</sup> Baneke, “Twan Huys faalde.”

iemand met een bepaalde sterrenstatus. Dit is een mogelijke verklaring voor het feit dat het discours omtrent Jinek met meningen en subjectiviteit gepaard gaat. Lezers zijn immers geïnteresseerd in alle facetten van het leven van een ster.

### ***Framing van vrouwen in het nieuws in het wetenschappelijke debat***

Verscheidende wetenschappers hebben onderzoek gedaan naar de *framing* van vrouwen in het nieuws. Ten eerste onderzocht Amber Gaszo aan de hand van een discoursanalyse in 2004 hoe ongelijkheid tussen mannen en vrouwen op de werkvloer wordt gerepresenteerd in de Canadese kranten *The Globe and Mail* en *The National Post*. Volgens Gaszo noemen de kranten de dubbelrol van de vrouw als moeder en professional als oorzaak van die ongelijkheid op de werkvloer. Gaszo stelt dat deze oorzaak gebaseerd is op het sociale construct dat er binnen het gezin een dominante mannelijke kostwinner is en een vrouwelijke verzorger.<sup>123</sup>

Ook in het volgende decennium was de *framing* van vrouwen in het nieuws een belangrijk onderzoeksonderwerp. In 2011 deden Karen Ross en Cynthia Carter bijvoorbeeld onderzoek naar de representatie van vrouwelijke journalisten en hun invloed op het nieuwsdiscours en de inhoud van krantenartikelen. Ross en Carter concludeerden dat onderwerpen in kranten vooral bepaald worden door mannen en hun ‘mannelijke blik’ op de wereld.<sup>124</sup> Dit zou een verklaring kunnen zijn voor het feit dat er in het krantendiscours sprake is van stereotypingen met betrekking tot mannen en vrouwen op de werkvloer. Ook Tracy Everbach presenteerde in 2013 een onderzoek naar de representatie van vrouwen in de media. Ze concludeerde dat wanneer vrouwen in de media verschijnen, zij met name worden gerepresenteerd in stereotyperende genderrollen. Als voorbeeld noemt ze Hilary Clinton ten tijde van een politieke campagne die zij voerde. In interviews met Clinton werd voornamelijk gevraagd naar uiterlijkheden, relaties en familiekwesaties, zoals zwangerschappen en het combineren van een carrière met de zorg voor het gezin.<sup>125</sup>

De meest recente onderzoeken over de representatie van vrouwen die behandeld worden in dit scriptieonderzoek zijn van Hanne Vandenberghe en Joke D’Heer. In 2019 presenteerde Vandenberghe een onderzoek naar de representatie van vrouwen in twee Belgische kranten *De Standaard* en *Het Laatste Nieuws*. Vandenberghe deed een kwantitatief onderzoek naar vrouwenrepresentatie tussen 2005 en 2015 in bovengenoemde kranten en kwam tot de conclusie dat er in het tijdsbestek geen sprake was van een toename, maar zelfs van een afname van de hoeveelheid gerepresenteerde van vrouwen in *Het Laatste Nieuws*. In *De Standaard* was het aantal gelijk gebleven. Daarnaast kwam Vandenberghe aan de hand van een kwalitatieve analyse tot de conclusie dat vrouwen in een

<sup>123</sup> Amber Gaszo, “Women’s Inequality in the Workplace as Framed in News Discours: Refracting from Gender Ideology,” *The Canadian Review of Sociology and Anthropology* 41, nr. 4 (2004), 499.

<sup>124</sup> Karen Ross en Cynthia Carter, “Women and News: A Long and Winding Road,” *Media, Culture & Society* 33, nr. 8 (2011), 1148.

<sup>125</sup> Tracy Everbach, “Women’s (mis) Representation in News Media,” in *Media Disparity: A Gender Battleground*, geredigeerd door Cory L. Armstrong (Maryland: Lexington Books, 2013), 19.

leidinggevende positie in beide kranten in een stereotyperende rol werden gerepresenteerd, omdat er veelal gevraagd werd naar familiekwesies, de zorg voor het gezin en hun uiterlijk.<sup>126</sup> Tot slot werd er in 2020 door onder andere D’Heer ook onderzoek gedaan naar de representatie van vrouwen in nieuws op online platforms. D’Heer focust zich in haar onderzoek op het online nieuwsplatform *Vice.com* en concludeert dat er meer vrouwelijke dan mannelijke journalisten werkzaam zijn bij *Vice*. Het is daarom des te opvallender dat met name het platform *Vice Broadly*, wat onderdeel is van *Vice*, vrouwen nog steeds op een traditionele en stereotyperende manier representeert. Vrouwen worden in de online nieuwsartikelen met name gerepresenteerd in zacht nieuws, zoals gezondheid en interieur. Daarnaast worden vrouwen in vergelijking met mannen in meerdere mate gevraagd naar hun privéleven. Hoewel er bij *Vice* dus meer vrouwen dan mannen werkzaam zijn in journalistieke functies, is er nog steeds sprake van vrouwelijke stereotypering.<sup>127</sup>

Gesteld kan worden dat de representatie van vrouwen in het nieuws een onderzoeksonderwerp is, wat in de afgelopen twee decennia een belangrijke rol heeft gespeeld in het wetenschappelijke debat. Hoewel er in het meest recente onderzoek enige verbetering is met betrekking tot de representatie van vrouwen in het nieuws, is er nog ruimte voor groei.<sup>128</sup> Ook in dit scriptieonderzoek naar het discours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek is namelijk een bepaalde stereotypering van Eva Jinek te bemerken. Meerdere malen wordt er in krantenartikelen haar persoonlijkheid en privéleven omschreven, terwijl bij Twan Huys met name gefocust wordt op zijn professionele loopbaan. Ook het benoemen van haar zwangerschap draagt bij aan de stereotypering van Jinek als vrouw die haar carrière met haar gezin moet combineren. Tot slot is ook het verschil in bespreking van salaris stereotyperend, omdat dit bij Twan Huys in mindere mate wordt besproken dan bij Eva Jinek. Hieruit kan geïnterpreteerd worden dat het salaris in het discours omtrent Eva Jinek als een opvallend en noemenswaardig onderwerp wordt gezien. Dit kan deels te maken hebben met het bestaan van de loonkloof tussen mannen en vrouwen, waardoor het opmerkelijk gevonden wordt dat een vrouw überhaupt een hoog salaris krijgt. Een mogelijke verklaring is ook dat het opvallend wordt gevonden dat vrouwen bepaalde carrièrekeuzes maken vanwege een hoger salaris, omdat het sociale construct rondom de mannelijke kostwinner en vrouwelijke verzorger van het gezin mogelijk nog steeds sporen nalaat.

<sup>126</sup> Hanne Vandenberghe, “Representation of Women in the News: Balancing between Career and Family Life,” *Media and Communication* 7, nr. 1 (2019), 4.

<sup>127</sup> Joke D’Heer et al., “The Bits and Bytes of Gender Bias in Online News: A Quantitative Content Analysis of the Representation of Women in *Vice.com*,” *Feminist Media Studies* 20, nr. 2 (2020), 256.

<sup>128</sup> *Ibidem*.

## Conclusie

In dit scriptieonderzoek heb ik getracht een beeld te geven van het Nederlandse krantendiscours omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek van een publieke naar een commerciële omroep. De focus lag hierbij op het vergelijkende aspect van het discours omtrent een mannelijke en vrouwelijke presentator en hoe dit in relatie stond tot de thematisering van de televisietransfers. Het doel hiervan was om middels een analyse van discoursen een genuanceerd beeld te presenteren van de mogelijke interpretatieperspectieven waarmee lezers van de Nederlandse kranten in aanraking kwamen. De analyseresultaten in beschouwing nemende, kan er geconcludeerd worden dat de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek op zowel overeenkomstige als verschillende manieren zijn gethematieerd in het Nederlandse krantendiscours. De hoofdvraag van dit scriptieonderzoek was echter: Hoe worden de overstappen van Eva Jinek en Twan Huys van de publieke naar de commerciële omroep gethematieerd in het Nederlandse krantendiscours? Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden en de belangrijkste thema's uit het discours te kunnen noemen, is de beantwoording van de deelvragen noodzakelijk.

In analysehoofdstuk 1 werd de eerste deelvraag behandeld, waarbij er gefocust werd op de constructie van de verhouding tussen de publieke en commerciële omroep. De lezer komt in het krantendiscours met meerdere interpretatieperspectieven in aanraking, waarbij er zowel een contrasterend beeld van de publieke en commerciële omroep te herkennen is als juist een vereenzelviging van de omroepen. Het van oudsher duale omroepbestel in Nederland, zoals deze ook in de wetenschappelijke literatuur omschreven wordt, ligt deels ten grondslag aan de in het krantendiscours heersende tendens van een contrasterende publieke en commerciële omroep. Tevens is er het wetenschappelijke debat omtrent de commercialisering van de publieke omroep, waarbij gesteld wordt dat de publieke en de commerciële omroep steeds meer op elkaar gaan lijken en met elkaar kunnen concurreren. Dit komt overeen met de in het krantendiscours benoemde vereenzelviging van en concurrentie tussen de publieke en commerciële omroepen. In het krantendiscours is er echter eerder sprake van het overnemen van kerntaken van de publieke omroep door de commerciële omroep. Mede hierdoor is er dus geen sprake van een directe tegenstelling, waarbij er enerzijds wel en anderzijds geen contrast tussen de publieke en commerciële omroep bestaat, maar van een breed geschakeerd palet aan interpretatiemogelijkheden.

In het tweede analysehoofdstuk stond deelvraag twee centraal, waarbij onderzocht werd hoe de persoonlijkheid en sterrenstatus van Twan Huys en Eva Jinek ingezet werden om hun overstappen te duiden. Overeenkomend met het wetenschappelijke debat omtrent de centrale rol van de talkshowhost, worden Twan Huys en Eva Jinek in het Nederlandse krantendiscours ook centraal gesteld. Dit is te herkennen in bijvoorbeeld het bovenmatige gebruik van de namen van Huys en Eva Jinek in de krantenkoppen en -artikelen, waardoor er extra gewicht wordt gegeven aan hun rol. Daarnaast worden de professionele kwaliteiten en persoonlijkheden van Huys en Jinek besproken en



hoe deze in relatie staan tot het al dan niet slagen van hun talkshows bij RTL4. Zo wordt bij Huys gevreesd dat zijn serieuze en journalistieke karakter niet ten goede komt aan de sfeer die een talkshow bij de commerciële omroep nodig heeft. Datzelfde serieuze karakter zou echter wel een belangrijke journalistieke impuls kunnen geven aan *RTL Late Night met Twan Huys*. Jinek wordt ook geroemd om haar journalistieke kwaliteiten, maar de nadruk in het discours omtrent haar overstap ligt in meerdere mate op haar persoonlijke kwaliteiten. Hierdoor wordt er bij Jinek juist niet gevreesd of ze wel sfeer kan maken, maar zouden persoonlijke kwaliteiten als lef, zelfspot en authenticiteit juist een succesfactor zijn met betrekking tot haar talkshow. Wellicht onbewust vindt het Nederlandse krantendiscours hierin aansluiting bij het wetenschappelijke debat over *personal branding* van televisiepresentatoren, waarbij de persoonlijkheid van de host een belangrijk onderdeel is van de talkshow als merk en de host zelf ook als label fungeert. Hierdoor wordt Eva Jinek mogelijk als een host gezien die in vergelijking met Twan Huys meer geschikt is als merk, omdat zij naast haar journalistieke kwaliteiten, ook haar veelzijdige persoonlijkheid toont op televisie.

Tot slot kwam in analysehoofdstuk 3 het vergelijkende aspect tot uiting, waarbij de meest opvallende verschillen in de discourses omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek geanalyseerd werden. In het krantendiscours waren meerdere verschillen op te merken wat betreft de onafhankelijkheid van de presentatoren met betrekking tot hun keuze om over te stappen. Twan Huys werd namelijk omschreven als een presentator die in meerdere mate onafhankelijk keuzes maakte, dus dat wil zeggen zonder beïnvloeding van externe factoren. Bij Jinek daarentegen werden er meerdere externe factoren besproken die van invloed geweest zouden zijn op haar keuze om over te stappen. Voorbeelden hiervan zijn haar salaris en de aanzienlijke rol die de omroepen gespeeld zouden hebben bij het maken van haar keuze. Deze externe factoren ontbreken in het discours omtrent de overstap van Twan Huys. Daarnaast is er, overeenkomend met het wetenschappelijke debat omtrent *framing* van vrouwen in het nieuws, sprake van een bepaalde stereotypering van Eva Jinek als vrouwelijke presentator. In vergelijking met Twan Huys werd er in het discours omtrent de overstap van Jinek in meerdere mate aandacht besteed aan haar persoonlijkheid, familieomstandigheden en privékwesaties, zoals relaties. Concluderend komt er in het laatste hoofdstuk, ondanks dat er met betrekking tot de eerste twee deelvragen relatief veel overeenkomsten te herkennen zijn in beide discourses, een belangrijk verschil aan bod. Bij Twan Huys is zijn carrière een helder afgebakend gebied, terwijl bij Eva Jinek haar persoonlijkheid en privéleven erbij betrokken worden. In het hedendaagse Nederlandse krantendiscours is het klassieke verschil in benadering van carrières van mannen en vrouwen dus nog steeds aanwezig.

Aan de hand van de analysemethode van Lynn Spigel heb ik een beeld kunnen schetsen van de verscheidenheid aan interpretatiemogelijkheden waarmee lezers van de Nederlandse kranten in aanraking kwamen. Hiermee pretendeer ik echter niet het complete beeld te hebben gepresenteerd, omdat bijvoorbeeld nieuwsartikelen op online platforms of op televisie ook een rol gespeeld kunnen hebben bij de beeldvorming van de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek. Een mogelijk

vervolgonderzoek zou zich in aanvulling op dit scriptieonderzoek dus kunnen richten op andere nieuwsvoorzieningen, zoals online platforms en televisiefragmenten waarin de overstappen van Huys en Jinek besproken worden. Daarnaast kan etnografisch onderzoek, zoals interviews met lezers, inzicht bieden in de daadwerkelijke interpretaties van de verschillende onderwerpen die centraal staan in dit scriptieonderzoek en de discourses omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek.

Desalniettemin heb ik geprobeerd met dit scriptieonderzoek te voorzien in de behoefte aan een genuanceerd beeld omtrent de overstappen van Twan Huys en Eva Jinek van een publieke naar een commerciële omroep. Het is een actueel onderwerp en daarom ook relevant, maar de veranderingen in het hedendaagse media- en talkshowlandschap volgen elkaar snel op. Zo zijn er bijvoorbeeld sinds de start van de talkshows *Op1* en *Jinek* al meerdere artikelen verschenen die de talkshows op inhoud analyseren en wordt *Jinek* vanaf mei 2020 opgevolgd door *Beau*, wat ongetwijfeld opnieuw interessante krantenartikelen op zal leveren.<sup>129</sup> Om deze reden is het relevant om onderzoek te blijven doen naar het discours omtrent talkshows en televisietransfers. Met name het vergelijkende aspect, waarbij overstappen en carrières van mannelijke en vrouwelijke presentatoren op verschillende manieren benaderd worden, blijkt in 2020 nog steeds een belangrijk onderzoeksperspectief. Mijn scriptie zou voor aanvullend onderzoek omtrent dit onderwerp een startpunt kunnen vormen.

<sup>129</sup> Menno van Dongen, "Experiment geslaagd? Op1 scoort beter dan verwacht," *de Volkskrant*, 09-02-2020, geraadpleegd op 19-04-2020, <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/experiment-geslaagd-op1-scoort-beter-dan-verwacht~b6606db22/>; "Beau vervangt Jinek vanaf 4 mei," *AD*, 24-03-2020, geraadpleegd op 19-04-2020, <https://www.ad.nl/show/beau-vervangt-jinek-vanaf-4-mei~a26cf0e6/>.

## Bronnenlijst

### Analysemateriaal

- Baneke, Isabel. "De gezelligheid wint in de strijd om de gunst van de talkshowkijker." 10-01-2020, *Trouw*. <https://www.trouw.nl/cultuur-media/de-gezelligheid-wint-in-de-strijd-om-de-gunst-van-de-talkshowkijker~bd323adf/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Baneke, Isabel. "RTL Late Night met Twan Huys stopt: niet sexy, niet journalistiek genoeg." 04-03-2019, *Trouw*. <https://www.trouw.nl/cultuur-media/rtl-late-night-met-twan-huys-stopt-niet-sexy-niet-journalistiek-genoege~bee2691c/> (geraadpleegd op 11-03-2020).
- Baneke, Isabel. "Twan Huys faalde. Wat zijn de troeven van Eva Jinek om wel te slagen bij RTL?" 27-09-2019, *Trouw*. <https://www.trouw.nl/cultuur-media/twan-huys-faalde-wat-zijn-de-troeven-van-eva-jinek-om-wel-te-slagen-bij-rtl~ba7ae6e0/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Baneke, Isabel. "Waarom Tan moet wijken voor Twan," 01-03-2018, *Trouw*. <https://www.trouw.nl/nieuws/waarom-tan-moet-wijken-voor-twan~b7179046/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Bos, Maaïke. "Het nieuwe RTL Late Night is een directe aanval op Pauw." 04-09-2018, *Trouw*. <https://www.trouw.nl/cultuur-media/het-nieuwe-rtl-late-night-is-een-directe-aanval-op-pauw~b5d757e8/>. (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Cortie, Patricia. "Eva Jinek maakt belofte waar." 03-01-2020, *De Telegraaf*. [https://www.telegraaf.nl/entertainment/1423264979/eva-jinek-maakt-belofte-waar?utm\\_source=t.co](https://www.telegraaf.nl/entertainment/1423264979/eva-jinek-maakt-belofte-waar?utm_source=t.co) (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Cortie, Patricia. "Kijker wil vooral feelgood tv." 10-09-2018, *De Telegraaf*. <https://www.telegraaf.nl/entertainment/2536673/kijker-wil-vooral-feelgood-tv.> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Cortie, Patricia. "Maakt overstap Eva Jinek miljonair?" 23-09-2019, *De Telegraaf*. <https://www.telegraaf.nl/entertainment/89674686/maakt-overstap-eva-jinek-miljonair> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Dongen, van Menno. "Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN'ers?" 01-03-2018, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/is-de-kritische-twan-huys-geschikt-als-gastheer-van-een-talkshow-vol-artiesten-acteurs-en-andere-bn-ers~b2ece684/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Fortuin, Arjen. "Twan Huys en de Grote Talkshow D-Day," 04-09-2018, *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/09/04/twan-huys-en-de-grote-talkshow-d-day-a1615192> (geraadpleegd op 24-01-2020).

- Fortuin, Arjen. "Twan Huys en RTL Late Night: een op alle fronten mislukt project." 04-03-2019, *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/03/04/twan-huys-en-rtl-late-night-alle-fronten-mislukt-a3907905> (geraadpleegd op 10-03-2020).
- Goossens, Rob. "Twan Huys in half jaar afgebroken." 05-03-2019, *De Telegraaf*. <https://www.telegraaf.nl/nieuws/3241115/reconstructie-huys-in-half-jaar-afgebroken> (geraadpleegd op 10-03-2020).
- Goossens, Rob. "Twan Huys was tweede keus RTL Late Night." 02-03-2018, *De Telegraaf*. <https://www.telegraaf.nl/nieuws/1739041/twan-huys-was-tweede-keus-rtl-late-night>. (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Heinen, Frank. "De talkshow is een soort dagelijks terugkerend kerstdiner." 05-01-2020, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/de-talkshow-is-een-soort-dagelijks-terugkerend-kerstdiner~b085aab7/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Jansen, Dennis, en Tom Tate. "RTL stopt per direct met RTL Late Night en Twan Huys." 04-03-2019, *AD*. <https://www.ad.nl/show/rtl-stopt-per-direct-met-rtl-late-night-en-twan-huys~aad54469/> (geraadpleegd op 10-03-2020).
- Jong de, Angela. "Durf ik het aan om over Jinek te beginnen?" 06-01-2020, *Algemeen Dagblad*. <https://www.ad.nl/show/durf-ik-het-aan-om-over-jinek-te-beginnen~acfad839/?fbclid=IwAR0ytpUfYwgjVI4mM9DGUCYNuEgIUeWV7AKU2BVuYkF4PO6WwkdDXfu-IM> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Jong de, Angela. "Twan Huys heeft de sfeer (nog) niet aan zijn kont hangen." 04-09-2018, *Algemeen Dagblad*. <https://www.ad.nl/show/twan-huys-heeft-de-sfeer-nog-niet-aan-zijn-kont-hangen~a5652e9d/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Kraak, Haro, en Menno van Dongen. "Waarom het misging met Twan Huys bij RTL Late Night." 04-03-2019, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/waarom-het-misging-met-twan-huys-bij-rtl-late-night~b5745d1d/> (geraadpleegd op 10-03-2020).
- Kraak, Haro. "Hoe verging het Twan Huys in zijn eerste week RTL Late Night?" 07-09-2018, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/hoe-verging-het-twan-huys-in-zijn-eerste-week-rtl-late-night~b081bb58/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Kraak, Haro. "Talkshowhost Eva Jinek maakt overstap naar RTL." 20-09-2019, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/talkshowhost-eva-jinek-maakt-overstap-naar-rtl~bb1ef471/> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Meesterburrie, Arjen. "Twan Huys moet RTL Late Night 'nieuw succes' brengen, Tan gedwongen weg." 01-03-2018, *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/03/01/overstap-twan-huys-moet-rtl-late-night-nieuw-succes-brengen-tan-gedwongen-weg-a1594074> (geraadpleegd op 24-01-2020).

- Sondermeijer, Vincent. “Eva Jinek maakt overstap naar RTL.” 20-09-2019, *NRC*.  
<https://www.nrc.nl/nieuws/2019/09/20/eva-jinek-maakt-overstap-naar-rtl-a3974126>  
 (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Takken, Wilfred. “Eerste ‘Jinek’ is gewoon nog steeds de echokamer van Hilversum.” 04-01-2020, *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/01/04/eerste-jinek-is-gewoon-nog-steeds-de-echokamer-van-hilversum-a3985721> (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Tienhooven, Gudo, en Dennis Jansen. “Eva Jinek maakt overstap naar RTL.” 20-09-2019, *Algemeen Dagblad*. <https://www.ad.nl/show/eva-jinek-maakt-overstap-naar-rtl~a54352b7/>. (geraadpleegd op 24-01-2020).
- Tienhooven, Gudo, en Dennis Jansen. “RTL Late Night moet weer urgent worden.” 02-03-2018, *Algemeen Dagblad*. <https://www.ad.nl/show/rtl-late-night-moet-weer-urgent-worden~aff34345/>. (geraadpleegd op 24-01-2020).

### Overige bronnen

- Baneke, Isabel. “Op1 volgt toch op reclame, de munitie in de talkshowoorlog.” 19-01-2020, *Trouw*. <https://www.trouw.nl/cultuur-media/op1-volgt-toch-op-reclame-de-munitie-in-de-talkshowoorlog~b059d5b1/> (geraadpleegd op 12-03-2020).
- “Beau vervangt Jinek vanaf 4 mei.” 24-03-2020, *AD*. <https://www.ad.nl/show/beau-vervangt-jinek-vanaf-4-mei~a26cf0e6/> (geraadpleegd op 19-04-2020).
- Blommers, Chantal. “Collega’s begrijpen overstap van Rik van de Westelaken.” 08-07-2016, *AD*. <https://www.ad.nl/show/collega-s-begrijpen-overstap-van-rik-van-de-westelaken~a842c148/> (geraadpleegd op 08-04-2020).
- Borgdorff, Suzanne. “Art Rooijackers maakt overstap naar RTL.” 23-03-2018, *AD*. <https://www.ad.nl/show/art-rooijackers-maakt-overstap-naar-rtl~a3cfb2a4/> (geraadpleegd op 07-04-2020).
- Dongen, van Menno. “Experiment geslaagd? Op1 scoort beter dan verwacht.” 09-02-2020, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/experiment-geslaagd-op1-scoort-beter-dan-verwacht~b6606db22/> (geraadpleegd op 19-04-2020).
- Fortuin, Arjen. “Op zoek naar de nieuwe Eva Jinek.” 25-09-2019, *NRC*.  
<https://www.nrc.nl/nieuws/2019/09/25/op-zoek-naar-de-nieuwe-eva-jinek-a3974500>  
 (geraadpleegd op 08-01-2020).
- Jinek, Eva. “Het is tijd voor een nieuw avontuur.” 20-09-2019, *Instagram*.  
<https://www.instagram.com/p/B2ov4Xgo0nH/> (geraadpleegd op 16-03-2020).
- Jong de, Angela. “Is de talkshowoorlog nou winst voor de kijker of niet?” 24-01-2020, *AD*.  
<https://www.ad.nl/show/is-de-talkshowoorlog-nou-winst-voor-de-kijker-of-niet~aaa29cb5/>  
 (geraadpleegd op 07-04-2020).

- “Nieuwsuur-presentator Twan Huys vertrekt naar RTL, Humberto Tan stopt.” 28-02-2018, *NOS*. <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2219973-nieuwsuur-presentator-twan-huys-vertrekt-naar-rtl-humberto-tan-stopt.html> ( geraadpleegd op 08-01-2020).
- “NOM Mediamerken 2019 III.” 09-01-2020, *Nationaal Onderzoek Multimedia*. <https://dundasbi.reports.nl/NOM/Dashboard/Dashboard?guidinput=8bd54303-4bbc-4be4-964e-c829468d5b4e> ( geraadpleegd op 27-01-2020).
- “NOS-gezicht Rik van de Westelaken stapt over naar Net 5.” 07-07-2016, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/nos-gezicht-rik-van-de-westelaken-stapt-over-naar-net-5~b5c53e82/> ( geraadpleegd op 07-04-2020).
- “Ook Linda de Mol stapt over naar Talpa.” 16-01-2019, *NOS*. <https://nos.nl/artikel/2267701-ook-linda-de-mol-stapt-over-naar-talpa.html> ( geraadpleegd op 08-04-2020).
- Piekartz von, Hessel. “Wie wint er op het talkshowslagveld?” 31-01-2020, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/wie-wint-er-op-het-talkshowslagveld~b927583c/> ( geraadpleegd op 07-04-2020).
- “Rik van de Westelaken keert terug bij publieke omroep.” 30-03-2018, *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/03/30/omroeptransfer-rik-van-de-westelaken-keert-terug-bij-publieke-omroep-a1597667> ( geraadpleegd op 08-04-2020).
- “RTL-gezicht Jan Kooijman stapt over naar KRO-NCRV.” 29-12-2015, *Het Parool*. <https://www.parool.nl/kunst-media/rtl-gezicht-jan-kooijman-stapt-over-naar-kro-ncrv~b125364d/> ( geraadpleegd op 08-04-2020).
- “RTL niet in zee met Jack Spijkerman.” 15-07-2008, *de Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/rtl-niet-in-zee-met-jack-spijkerman~b475ee1c/> ( geraadpleegd op 08-04-2020).
- Takken, Wilfred. “Pauw stopt en wordt vervangen door vijf duo’s.” 25-09-2019, *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/12/09/pauw-stopt-en-wordt-vervangen-door-vijf-duos-a3983219> ( geraadpleegd op 07-04-2020).
- “Talkshowoorlog: Eva Jinek is Op1 de baas.” 30-01-2020, *De Telegraaf*. <https://www.telegraaf.nl/entertainment/365213648/talkshowoorlog-eva-jinek-is-op1-opnieuw-de-baas> ( geraadpleegd 07-04-2020).
- Tienhooven, Gudo. “Transfertornado raasde dit jaar door Nederlandse tv-wereld.” 28-12-2018, *AD*. <https://www.ad.nl/show/transfertornado-raasde-dit-jaar-door-nederlandse-tv-wereld~a669754b/> ( geraadpleegd op 08-04-2020).
- “Twan Huys terug bij de publieke omroep.” 15-12-2019, *AD*. <https://www.ad.nl/show/twan-huys-terug-bij-de-publieke-omroep~adffd2e7/> ( geraadpleegd op 15-04-2020).
- Verschuren, Etienne. “Giel Beelen krijgt ochtendshow op Radio Veronica.” 31-08-2017, *NRC*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/08/31/overstap-giel-beelen-krijgt-ochtendshow-op-radio-veronica-12748119-a1571659> ( geraadpleegd op 08-04-2020).

Waals, Frank. "Irene Moors: 'Dankbaar dat ik André van Duin mag helpen'." 03-02-2020, *De Telegraaf*. <https://www.telegraaf.nl/entertainment/182026032/irene-moors-dankbaar-dat-ik-andre-van-duin-mag-helpen> (geraadpleegd op 08-04-2020).

### **Wetenschappelijke literatuur**

- Bardoel, Jo. "Mediabeleid tussen Traditie en Toekomst." *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 34, nr. 2 (2006): 210-218.
- Bruun, Hanne. "The Aesthetics of the Television Talk Show." *Nordicom Review* 21, nr. 2 (2000): 243-258.
- D'Heer, Joke, Justine Vergotte, Sara De Vuyst, en Sarah van Leuven. "The Bits and Bytes of Gender Bias in Online News: A Quantitative Content Analysis of the Representation of Women in Vice.com." *Feminist Media Studies* 20 nr. 2 (2020): 256-272.
- Everbach, Tracy. "Women's (mis) Representation in News Media." *Media Disparity: A Gender Battleground*. Geredigeerd door Cory L. Armstrong. Maryland: Lexington Books, 2013.
- Gazso, Amber. "Women's inequality in the workplace as framed in news discours: refracting form gender ideology." *The Canadian Review of Sociology and Anthropology* 41, nr. 4 (2004): 449-473.
- Hoefnagel, F.J.P.M. *Geschiedenis van het Nederlands Inhoudelijk Mediabeleid*. Amsterdam: Pallas Publications, 2005.
- Johnson, Catherine. "From brand congruence to the 'virtuous circle': branding and the commercialization of public service broadcasting." *Media, Culture & Society* 35, nr. 3 (2013): 314-331.
- Jørgensen, W. Marianne, en Louise J. Philips. *Discourse Analysis as Theory and Method*. Londen: Sage Publications, 2002.
- Lis, Bettina, en Martin Post. "What's on TV? The Impact of Brand Image and Celebrity Credibility on Television Consumption from an Ingredient Branding Perspective." *International Journal on Media Management* 15, nr. 4 (2013): 229-244.
- Litosseliti, Lia, en Jane Sunderland. *Gender identity and Discourse Analysis*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2002.
- Quail, Christine M., Kathalene A. Razzano, en Loubna H. Skalli. *Vulture Culture: The Politics and Pedagogy of Daytime Television Talk Shows* 152. New York: Peter Lang Publishing, 2005.
- Ross, Karen, en Cynthia Carter. "Women and News: A Long and Winding Road." *Media, Culture & Society* 33, nr. 8 (2011): 1148-1165.

- Shepherd, Ifan D. H. "From Cattle and Coke to Charlie: Meeting the Challenge of Self Marketing and Personal Branding." *Journal of Marketing Management* 21, nr. 5-6 (2005): 589-606.
- Spigel, Lynn. "The Rise of Television and its Audience: Reception History as Cultural History." *Angelo State University Symposium*, 1998.
- Spigel, Lynn. "TV and the Spaces of Everyday Life. *Mediated Geographies and Geographies of Media*. Dordrecht: Springer, 2015: 37-63.
- Timberg, Bernard M. *Television Talk: A History of the TV Talk Show*. Austin: University of Texas Press, 2002.
- Vandenberghe, Hanne. "Representation of women in the News: Balancing between Career and Family Life." *Media and Communication* 7, nr. 1 (2019): 4-12.
- Wijfjes, Huub. *Uit de Ban van Goede en Slechte Smaak: Perspectieven in Televisiegeschiedenis*. Amsterdam: Vossiuspers Uva, 2010



## Bijlage 1: Tabel overzicht krantenartikelen

	<b>Twan Huys</b>	<b>Eva Jinek</b>
<b>Bekendmaking overstap</b>	<b>28-02-2018 t/m 07-03-2018</b>	<b>20-09-2019 t/m 27-09-2019</b>
<i>t/m een week daarna</i>	AD: "RTL Late Night moet weer urgent worden"	AD: "Eva Jinek maakt overstap naar RTL"
	De Telegraaf: "Twan Huys was tweede keus RTL Late Night"	De Telegraaf: "Maakt overstap Eva Jinek miljonair?"
	NRC: Twan Huys moet RTL Late Night 'nieuw succes' brengen, Tan gedwongen weg"	NRC: Eva Jinek maakt overstap naar RTL"
	Trouw: "Waarom Tan moet wijken voor Twan"	Trouw: "Twan Huys faalde: Wat zijn de troeven van Eva Jinek om wel te slagen bij RTL?"
	Volkskrant: "Is de kritische Twan Huys geschikt als gastheer van een talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN'ers?"	Volkskrant: "Talkshowhost Eva Jinek maakt overstap naar RTL"
<b>Eerste uitzending RTL</b>	<b>03-09-2018 t/m 10-09-2018</b>	<b>03-01-2020 t/m 10-01-2020</b>
<i>t/m een week daarna</i>	AD: "Twan Huys heeft de sfeer (nog) niet aan zijn kont hangen"	AD: "Durf ik het aan om over Jinek te beginnen?"
	De Telegraaf: "Kijker wil vooral feelgood tv"	De Telegraaf: "Eva Jinek maakt belofte waar"
	NRC: "Twan Huys en de grote Talkshow-D-Day"	NRC: "Eerste Jinek is gewoon nog steeds de echokamer van Hilversum"
	Trouw: "Het nieuwe RTL Late Night is een directe aanval op Pauw"	Trouw: "De gezelligheid wint in de strijd om de gunst van de talkshowkijker"
	Volkskrant; "Hoe verging het Twan Huys in zijn eerste week RTL Late Night?"	Volkskrant; "De talkshow is een soort dagelijks terugkerend kerstdiner"
<b>Bekendmaking ontslag</b>	<b>04-03-2019 t/m 11-03-2019</b>	n.v.t.
<i>t/m een week daarna</i>	AD: "RTL stopt per direct met RTL Late Night en Twan Huys"	n.v.t.
	De Telegraaf: "Twan Huys in een half jaar afgebroken"	n.v.t.
	NRC: "Twan Huys en RTL Late Night: een op alle fronten mislukt project"	n.v.t.
	Trouw: "RTL Late Night met Twan Huys stopt: niet sexy, niet journalistiek genoeg"	n.v.t.
	Volkskrant: Waarom het misging met Twan Huys bij RTL Late Night"	n.v.t.

## Bijlage 2: Analyseschema's

Bekendmaking overstap – Twan Huys	AD	NRC	Telegraaf	Trouw	Volkskrant
<b>Terminologie</b>	Anchor, spraakmakende transfer, RTL-gezichten, promopraatjes, journalistiek gewichtiger programma, slag om de gast, gewaagd en moedig, best bewaarde geheim van tv-land	Anchor, journalisten van formaat	Veel spreektaal, populaire taal (toehappen, blauwtje gelopen), serieuze journalist, op-en-top journalist	Kwakkelend programma (RTL Late Night met Humberto), keuvelende gesprekken met BN'ers, verrassende opvolger, bewezen journalist over Huys, imponerend adressenboek, voelt gasten stevig aan de tand	De kritische Twan Huys, talkshow vol artiesten, acteurs en andere BN'ers, journalistieker, serieuzer, contrast met Humberto
<b>Citaten</b>	<p>“Jinek meer luchtige kant opgegaan”</p> <p>“Entertainmenttalkshow op publieke zender, inhoudelijke bij de commerciële. De omgekeerde wereld.”</p> <p>“Kan Huys sfeermaken?”</p>	<p>“Huys heeft zijn hele tv-carrière voor publieke omroep gewerkt. Eerst als correspondent in de VS en later als presentator en verslaggever bij NOVA, de voorloper van Nieuwsuur.”</p>	<p>“Volgens tv-deskundige Bert van der Veer heeft RTL echter juist bewust voor een serieuze journalist gekozen.”</p> <p>“Belangrijke journalistieke impuls voor RTL Late Night”</p>	<p>“RTL is een commerciële omroep, die anders dan de NPO bestaat om geld te verdienen.”</p> <p>“Maar we zien dat andere shows nu ook de weg naar die benadering van onderwerpen hebben gevonden. We vissen nu allemaal in dezelfde vijver.”</p> <p>“Verrassender is de keuze voor zijn opvolger Twan Huys. Dat de omroep niet iemand als Van Erven Dorens heeft gevraagd, impliceert een verlangen om het gat op te vullen dat Jinek en Pauw langzaam laten vallen.”</p>	<p>“Groot is het contrast met Humberto Tan, die bij de talkshow RTL Late Night moet plaatsmaken voor Huys. Tan stelt heus weleens een kritische vraag maar hij maakt het zijn gasten zelden moeilijk - het moet in de eerste plaats gezellig blijven.”</p> <p>“Kenners verwachten dat Late Night minder luchtig zal worden, zo speelt RTL in op de concurrentie van Jinek en Pauw op de NPO.”</p> <p>“Twan zal geen concessies doen aan de journalistiek.”</p>

				“We denken dat de kijker toe is aan een nieuw format in dit genre”, verklaart woordvoerder Tabak de koerswijziging.”	
<b>Korte samenvatting</b>			<p>Matthijs van Nieuwkerk sloeg aanbod af. Als het aan RTL had gelegen, was hij de nieuwe vervanger van Humberto Tan geworden en niet Twan Huys.</p> <p>NPO-sterren die overstappen naar de commerciële omroep. Spijkerman en Van der Veer aan het woord. Waarom slaagt Twan wel of niet op RTL4? Invulling programma: geen tweede nieuwsuur, wel minder entertainment, meer journalistiek.</p>	<p>Vertrek Humberto Tan en wat voorafging aan die beslissing van RTL. Dalende kijkcijfers, RTL-parade, opschuiven van concurrenten etc.</p> <p>Verrassende keuze voor Twan Huys. Uitgebreid aandacht voor de carrière van Huys met termen als bewezen journalist, stevig aan de tand voelen, imponerend (ook internationaal) adressenboek etc.</p>	<p>Twee alinea's die aantonen dat Twan Huys gasten stevig aan de tand kan en durft te voelen, niet luchtig is.</p> <p>Twee alinea's over eerdere carrière van Huys.</p> <p>Toekomst RTL Late Night, moet opnieuw uitgevonden worden.</p> <p>Zal de presentator aanslaan bij de doelgroep?</p>
<b>Interpretatie</b>	<p>Duidelijk onderscheid tussen identiteit van publieke en commerciële omroep. Publiek = journalistiek, commercieel = entertainment.</p> <p>Late Night wordt gekoppeld aan RTL Boulevard, waarmee de zender een eigen genre neerzette. Dat dna lijkt nu te verdwijnen. “Entertainment discussie”/celebrity. Twan</p>	<p>Uitgebreide aandacht voor de carrière van Huys. Wordt benadrukt dat hij een “echte” journalist van formaat is.</p>	<p>Opnieuw een duidelijk onderscheid tussen NPO en RTL. Journalistieke gewichtigheid is een belangrijk thema. Dat past van oudsher blijkbaar beter bij een publieke omroep.</p> <p>Ook verandering van televisie komt aan bod en de invloed van Netflix hierop. “Als kijkers entertainment willen, gaan ze wel naar Netflix”</p>	<p>Nadruk op commercialiteit: Humberto die danspassen oefent met Jochem Myjer, keutelend met George Clooney en de ode aan Thé Lau. Er zijn toch ook heus wel andere gesprekken geweest? Keutelend klinkt neerbuigend.</p> <p>Maar over Pauw en Jinek: tonen in toenemende mate interesse in lichtere thema's en gasten. Heel</p>	<p>Invulling van een programma heeft dus blijkbaar ook met de persoonlijkheid van de presentator te maken, niet alleen met de identiteit van de omroep.</p> <p>Verschil in doelgroep en beoogd kernpubliek.</p>

	<p>Huys is dus niet geschikt voor celebrity talkshow.</p> <p>Salaris.</p> <p>Verwachting is dat Huys niet de sfeer kan maken, die Jinek wel kan. Anderzijds in College Tour kan hij het ook.</p>			<p>ander taalgebruik dan bovenstaand.</p> <p>Verhalen over buitenechtelijke affaire met nieuwslezeres Dionne Stax.</p> <p>Is er bij Eva ook zoveel aandacht voor haar eerdere successen?</p>	
--	--	--	--	--	--

<b>Bekendmaking overstap – Eva Jinek</b>	<b>AD</b>	<b>NRC</b>	<b>Telegraaf</b>	<b>Trouw</b>	<b>Volkskrant</b>
<b>Terminologie</b>	Talkshowkoningin, gewaagde stap, Twan Huys/Rik als onsuccesvol, Jack Spijkerman-effect, lef, ambitie	Presentatrice, geen anchor of journalist zoals bij Twan.	Talkshowkoningin, strijd om opvolging,	NPO1-kijker, gedurfd vertrek, praatprogramma	Talkshowhost,
<b>Citaten</b>	“De ironie wil dat in de huidige situatie Beau van Erven Dorens met zijn programma <i>Beau</i> het avond na avond aflegt tegen zijn toekomstige collega. <i>Jinek</i> op NPO 1 scoort vaak het dubbele aan kijkcijfers. Ook frappant: Van Erven Dorens haalde in zijn programma de bank weer terug. Daarvoor werd Eva Jinek toen zij jaren terug begon met haar talkshow, bedolven onder kritiek.”	“Jinek, winnares van zowel de Zilveren Televizier-Ster als de Sonja Barend Award, treedt bij RTL in de voetsporen van Humberto Tan en Twan Huys. Zij presenteerden allebei praatprogramma’s op de late avond die uiteindelijk vanwege tegenvallende kijkcijfers van de buis werden gehaald.”	“De presentatrice maakte na een periode bij het <i>NOS Journaal</i> furore bij Omroep WNL. Na een volgende stap naar Kro-Ncrv begon ze in 2015 met het programma <i>Jinek</i> , in de zomer- en winterstop van <i>Pauw</i> . Later werd het aantal maanden gelijk verdeeld. Bij RTL kopiëren ze die methode nu: Jinek gaat afwisselen met Beau van Erven Dorens. Hij zal nog tot het eind van het jaar zijn talkshow maken, daarna neemt zijn nieuwe collega het roer over.”	“Waarom verlaat de huidige koningin van de talkshow haar vertrouwde troon?”  “Jinek nam in 2013 tien weken lang plaats aan het hoofd van de tafel van Jeroen Pauw, als invaller. De start was stroef. ‘Journalistiek overschat’, zo schreef Het Parool. Ook haar Chesterfieldbank werd verfoeid.”  “Ook het publiek is dol op 41-jarige journalist: vaak overtroeft zij de kijkcijfergemiddeldes van haar voormalige mentor Pauw.”	
<b>Korte samenvatting</b>	Berichtgeving vanuit Eva zelf.  Programmabaas Peter van der Vorst aan het woord.	Veelal bespreking van Eva Jinek haar eigen instagrampost over de overstap. + reactie van de KRO-NCRV.	Risico, korte beschrijving van haar loopbaan.  Online platform uitbreiden. Dat kan bij een	Alinea met onsuccesvolle transfers van collega’s. Toch gaat Eva Jinek het proberen.	Ruimte voor moeizame start, als successen.  Reactie NPO.

	<p>Reactie NPO.</p> <p>Angela de Jong over overstap: gewaagd, lef, spannend, als ze maar een programma gaat maken dat dichtbij haar huidige show ligt.</p>		<p>commerciële omroep uitgebreider.</p> <p>Problemen en oplossing tgv de overstap van Jinek. NPO zit met een probleem.</p> <p>Opvolger gezocht.</p>	<p>Aandacht voor “mislukte projecten” Eva, maar daarna ook aandacht voor succes.</p> <p>Uitbreiding online platform wordt als quatsch weggezet. Het zou enkel om geld draaien.</p> <p>Alinea over haar als persoon. In Amerika geboren, naar Nederland verhuisd. Heeft karakter van Jinek bepaald. En haar winnaarsmentaliteit.</p>	<p>Salaris.</p> <p>Geruchten.</p>
<b>Interpretatie</b>		<p>Welgeteld 1 zinnetje over Jinek haar carrière. Het is überhaupt niet zo’n uitgebreid artikel, dus misschien lastig om wat over te zeggen.</p>	<p>Er wordt kot wat gezegd over haar loopbaan.</p>	<p>Waarom worden Jinek haar eigen argumenten direct zo hevig in twijfel getrokken? Het zou enkel om geld draaien, dat is niet wat zij zelf zegt.</p>	

Eerste week – Twan Huys	AD	NRC	Telegraaf	Trouw	Volkskrant
<b>Terminologie</b>	Sfeer, hardcore Nieuwsuur, onvervalst College Tour, RTL-kijkers, wennen, talkshowhost, serieuze journalistiek, grote-mensenproblematiek, koel en zakelijk, vaste Pauw- en Jinekkijker.	Geslaagd, basis, niet lijken op wat we al hebben, Talkshow D-Day, op zijn gemak, sterk geresearcht, gif van Twan, Late Night Ruzie	Feelgood tv, met bombarie binnengehaalde Twan Huys, niet scoren, kijker is gecharmeerd van bewezen succesnummer, toekomst somber, locomotief effect	RTLLN is directe aanval op Pauw, snedig en journalistiek, NPO-gevoel.	Onder leiding van, sfeer, geen zenuwen, alsof hij niets naders gewend is, bombarie, bekende mix, teleurstellende kijkcijfers,
<b>Citaten</b>	<p>“Het werd pas echt ongemakkelijk toen Huys met een handmicrofoon boven de muziek uit, de kijkers moet opporren vooral te blijven kijken.”</p> <p>“Maar het belangrijkste punt van aandacht lijkt me dat de eerste aflevering niets had waarvan ik dacht: goh, daar laat de vaste Pauw- en Jinekkijker NPO1 voor in de steek.”</p> <p>“Maar een pluspunt was er zeker ook: de vaste <i>Late Night</i>-kijker ging misschien iets minder uitgelaten naar bed dan een jaar geleden, maar wél veel beter geïnformeerd.:</p>	<p>“Een andere keer zullen we nog wel een Late Night Ruzie met Twan Huys te zien krijgen.”</p> <p>“RTL Late Night is door de vernieuwing een stuk meer op de concurrenten Pauw en Jinek gaan lijken.”</p>	Bert van der Veer: “Hij heeft, als voormalig regisseur van talkshows als <i>Barend en Van Dorp</i> en <i>Pauw en Witteman</i> , afgelopen week ook gekeken naar de verrichtingen van Twan Huys bij <i>RTL late night</i> . Binnengehaald als opvolger van de frivole, met een imagoprobleem kampende Humberto Tan, die na vijf seizoenen het veld moest ruimen.”	<p>“Het <i>newsy</i> openingsgesprek met hun advocaat en oud-asielminister Gerd Leers ging exact volgens plan; het moest ‘snedig en journalistiek’ en daarin kan Huys natuurlijk schitteren. Maar misschien willen we op de late avond bij RTL eerst wel even een slokje wijn en een kaasstengel - letterlijk en figuurlijk - zodat we echt met de bedoelde glimlach naar bed kunnen. Huys had alleen water in de aanbieding.”</p> <p>“ Bij Huys moeten de gasten met hun watertje nog scherp blijven voor hun één op één-interviewtjes; bij de NPO-collega’s mogen ze meekletsen (iets wat Arnon Grunberg en Gerard Joling aan tafel bij Pauw overigens fenomenaal deden maandag in het gesprekje met een</p>	<p>“Hoewel hij veel enthousiasme uitstraalt, moet Huys het niet hebben van spontaniteit. De interactie tussen zijn gasten mag zeker ook levendiger.”</p> <p>“Zoals bekend heeft Huys, die correspondent was in Washington en New York, een grote voorliefde voor Amerika. Dat was duidelijk terug te zien in de onderwerpen.”</p> <p>“Dat was tevens het enige item over een RTL-productie; de film is binnenkort te zien bij RTL-streamingdienst Videoland”</p>

				chagrijnige priester Antoine Bodar).”	
<b>Korte samenvatting</b>	<p>Vergelijking met andere talkshows en voorgaande RTL Late Night.</p> <p>Het was voor iedereen wennen, want het was wel degelijk actueel en informatief, maar wel koel en zakelijk. Zit de RTL-kijker daarop te wachten? Dat wordt de grootste klus van Huys om luchtigheid te brengen.</p> <p>Genoeg puntjes voor een uitgebreide evaluatie. Want waarom zouden de kijkers van Pauw en Jinek overstappen naar Huys' Late Night?</p>	<p>Alinea over aanloop naar de eerste uitzending. Hoe gaan andere “talkshows” hiermee om, zoals RTL Boulevard, Nieuwsuur en Pauw?</p> <p>Vervolgens gaat het over de eerste aflevering van Huys. Geen zenuwen, presentator leek prima op zijn gemak. Gastenlijst had ook van voor Tan kunnen zijn. Doelend op de vele “sterren”. Het openingsgesprek verliep stekeliger dan dat het met Humberto Tan had gelopen. Redactie en Huys hadden zich zeer goed voorbereid, goede research.</p> <p>Alinea over “het gif van Huys”.</p> <p>Al met al goede eerste aflevering, geslaagd, met een aardige basis om later afleveringen te maken die niet lijken op wat we al hebben.</p>	<p>Andere programma's die goed scoren. Met name de bewezen succesnummers.</p> <p>Halverwege komt Twan Huys pas aan bod. Meerdere meningen worden gegeven.</p> <p>Van der Veer: Huys doet toch iets goed wat betreft de gasten uitnodigen.</p> <p>Van Westerloo: ziet het somber in, kijkcijfers teleurstellend, kijker blijkbaar niet nieuwsgierig genoeg, spectaculaire gasten werken niet: er moet iets gebeuren.</p> <p>RTL vindt het wel te kortdage om iets zinnigs erover te zeggen. Vertrouwen in Twan, zo'n programma staat niet in een keer.</p>	<p>Sfeermakers en luchtigheid worden besproken: blauw pak zonder stropdas, warm-oranje studio vol publiek, lekkere jingle én meteen volop het nieuws.</p> <p>Openingsgesprek ging volgens plan: snedig en journalistiek, waarin Huys kan schitteren. Maar willen mensen niet eerst even een slokje wijn en een kasstengel ipv water, zodat ze met de bedoelde glimlach naar bed kunnen. Bij Pauw en Jinek (wijn en bier als ze niet zwanger is) gaat het er warmer aan toe.</p> <p>Eerste indruk: aanval op Pauw, stukken minder onderscheidend van het NPO-gevoel ivm Humberto Tan. Nu moeten kijkers écht kiezen.</p>	<p>Grootste vraag van dit artikel: kan Twan de sfeer er een beetje in krijgen en weet de kijker hem te vinden op de late avond?</p> <p>Concreet: geen zenuwen, alsof hij niets anders gewend is, hij heeft natuurlijk ook jarenlange ervaring met live interviewen. Nieuw: het schakelen tussen gasten en de sfeer erin houden aan tafel.</p> <p>Grote vernieuwingen met betrekking tot het talkshowformat bleven uit. Nog steeds een tafel, bekende mix aan politiek showbizz etc.</p> <p>Kijkcijfers zijn lichtelijk teleurstellend tot nu toe. Enkel opleving bij pornoster Stormy Daniels. Vergelijking met Jeroen Pauw en Humberto Tan, Jinek en Moussaid. Niemand zal in de eerste week records hebben verwacht; want genoeg talkshows die even tijd nodig hebben (DWDD), maar naar verloop van tijd</p>



					<p>zal dit toch gevolgen hebben.</p> <p>Diversiteit is een topic in dit artikel, wat betreft gender en huidskleur. Opsomming van de gasten. Tan had doorgaans een diversere line-up.</p> <p>Decor: rood, warm, clichématige skyline, maar doet toch kil aan. Sfeer is het grootste struikelblok. Huys wist niet hoe hij op seksgrapjes moest reageren. Huys moet het niet hebben van spontaniteit.</p> <p>Nieuwe rubrieken maken weinig indruk. In de onderwerpen die aan bod komen, zien we Twan zijn voorliefde voor Amerika terug.</p>
<b>Interpretatie</b>	<p>Koel en zakelijk past niet bij een talkshow op een commerciële zender. Het wordt Huys' grootste klus om sfeer en levendigheid en gezelligheid te brengen.</p> <p>Er wordt veel verband gelegd met zijn persoonlijkheid, maar niet per se over zijn celebrity-status. Meer over zijn</p>	<p>RTL Boulevard wordt opnieuw genoemd en de tweedeling die nu tussen RTL Late Night en Boulevard ontstaat.</p> <p>Geven een algeheel beeld van de talkshows in aanloop naar start Twan Huys. En dan vooral de Publieke Omroep. Blijkt uit dat ze willen en moeten concurreren met elkaar. =</p>	<p>Gasten die ze bij Late Night hebben hadden ook bij Pauw goed gescoord en gepast. Daar ligt het dus niet aan. Daarbij dus knap dat Huys dat blijkbaar kan regelen. Zo komt het over uit het artikel. Zit toch een hele redactie achter?</p> <p>Van Westerloo maakt na een week al de balans op. Hij ziet de</p>	<p>Snedig en journalistiek: daarin kan Huys schitteren. Maar mensen willen op de late avond bij RTL misschien eerst wat luchtigheid.</p> <p>Warm en koel wordt gerelateerd aan het soort drank wat geserveerd wordt en wat de hosts zelf dus blijkbaar ook drinken. Jinek haar persoonlijke leven, haar</p>	

	seriusheid, giftigheid en dergelijke. Zie ook NRC.	Commercialisering publieke omroep.	talkshowtoekomst van Huys somber in.	zwangerschap, wordt hiermee in verband gebracht.  Huys zijn geloofwaardigheid wordt in twijfel getrokken. Hij leest niet alleen het AD toch? Kan geen persoonlijke vragen stellen? Het RTL-publiek wil dit wel volgens dit artikel.	
--	--	------------------------------------	--------------------------------------	---	--

Eerste week RTL – Eva Jinek	AD	NRC	Telegraaf	Trouw	Volkskrant
<b>Terminologie</b>	Zonder twijfel media-evenement van het weekend, voorzichtige conclusies, RTL-kijker, energiek en ad rem, gastvrouw	Echokamer Hilversum, onverslaanbaar, razende start, levendig, gezellig, schakelt soepel en ontspannen, talkshowoorlog,	Onveranderd, geen grote klappers, RTL-publiciteitsmachine, talkshowoorlog, horendol van Op1, <i>personality driven show</i> , Jinek = stercollega	Strijd, praatprogramma's, RTL vs NPO, talkshowoorlog, 4-0 voor publieke omroep, verwaarloosbare verschillen, zij aan zij,	Onveranderd, zelfde gasten, zelfde sfeertje, zelfde tafel, zelfde afwisseling van onderwerpen, zelfde afwezigheid van reclameblokken, RTL-Jinek
<b>Citaten</b>	<p>“Over de eerste <i>Jinek</i> zijn een paar voorzichtige conclusies te trekken. De belangrijkste is dat het blijkbaar gewoon kan, naar een commerciële zender verhuizen zonder direct al je journalistieke principes overboord te kieperen. Als je maar goed onderhandelt – over reclameblokken bijvoorbeeld – je eigen producent en redactie meeneemt en je rug recht houdt. In dat geval maak je gewoon precies dezelfde show als op 1 januari 2018 en 1 januari 2019 bij de NPO. Met dezelfde mix tussen inhoud en vermaak en veelal dezelfde (zoals Hélène Hendriks en ondergetekende) of vergelijkbare gasten. En geen RTL-kijker die piept</p>	<p>“Deze concurrent wordt in Jinek alvast tot de grond toe afgebrand door RTL-presentator Carlo Boszhard en AD-recensent Angela de Jong. Kijkers hechten zich aan een anchor, betoogt Boszhard, en duo's zijn niet zomaar te smeden.”</p> <p>“RTL belooft om Jinek zonder reclameblokken tussendoor uit te zenden. Een bijzondere zet want de omroep leeft van reclame.”</p> <p>“Jinek heeft duidelijk bedongen dat ze de talkshow op haar eigen manier kan doen, – en met 1,7 miljoen kijkers voor de eerste uitzending staat ze nog sterker – hopelijk kan ze ook de parade aan RTL-sterren weerstaan.”</p>	<p>“Het toverwoord om kijkers te lokken naar de talkshow van Eva Jinek op RTL 4 was 'onveranderd'. Zelfs de reclame werd opgeofferd. De eerste gastentafel kende vrijdagavond geen grote klappers, wel usual suspects: een gezelschap dat vrijwel in zijn geheel al in haar NPO-programma zat. Onveranderd dus. Ook haar bierglas kwam mee uit het oude meubilair.”</p> <p>“Waar ook de talkshowoorlog ter sprake kwam, en de promo van <i>Op1</i> (de nieuwe NPO-talkshow) werd uitgezonden. Goed om te zien dat Jinek geen RTL-publiciteitsmachine is, alhoewel Boszhard later</p>	<p>“Eva Jinek demonstreerde dat haar overstap naar de commerciële omroep niets uitmaakt voor haar talkshow. De verhouding tussen zware en lichtere onderwerpen, Jineks zelfverzekerde manier van interviewen, de rubriek van politiek verslaggever Jair Ferwerda: Jinek doet wat ze belooft in haar reclamespotje 'Jinek, onveranderd'.”</p> <p>“Wel verschillen beide praatprogramma's van de talkshow van Jeroen Pauw, de Omroepman van het Jaar 2019, die eind vorig jaar stopte als presentator. Tot nu toe is zowel Jinek als Op1 gezelliger dan hun voorganger. De gesprekken van de dag komen</p>	<p>“Wat is dat toch met talkshows? Welke wonderlijke interesse uit het schemerige grensgebied tussen fascinatie en obsessie leggen we aan de dag zodra er op televisie een tafel (of een bank, of een tuintafel, of een bar – maar uiteindelijk altijd een tafel) met babbelhoofden opduikt?”</p> <p>“Vrijdagavond werd er in de eerste uitzending van Jinek uiteraard ook tijd ingeruimd voor de aangekondigde strijd tussen talkshows. Logisch, want iedereen weet: zodra iets een wedstrijd is, gaan we kijken. Fuck het vertoonde spel, wat wordt de uitslag?”</p>

	<p>over te veel politiek of Trump.”</p> <p>“De gastvrouw was vrijdagavond zoals het publiek haar al jaren kent: energiek en ad rem. Wat tamelijk cruciaal is voor haar succes. Die energie miste Beau bijvoorbeeld, zeker de laatste maanden toen hij op zijn tandvlees liep.”</p>		<p>wel weer ruim baan kreeg voor zijn shows.”</p> <p>“Voor de gasten heeft de redactie niet al te veel moeite hoeven doen, ze stonden vrijwel allemaal nog in de rolodex die net als Ferweda en de glazen op tafel, met het oude NPO-logo, meeverhuisde met het meubilair.”</p> <p>“ Voorlopig staat Eva Jinek met 1-0 voor in de talkshowoorlog. Ze wist ruim 1,7 miljoen kijkers te trekken met de eerste aflevering. Alleen het NOS Journaal werd beter bekeken (ruim 1,8 miljoen), zo blijkt zaterdag uit cijfers van Stichting Kijkonderzoek. De strijd om de kijker gaat pas echt beginnen als <i>Op1</i> van start gaat maandag, met vijf (!) wisselende duo's.”</p> <p>“Om nu al horendol van te worden, die presentatoren-carroussel. Veel zal afhangen van de gasten, de boegbeelden van <i>Op1</i> hebben nog geen staat van dienst in dit genre dus kunnen niet varen op een <i>personality driven</i> show.”</p>	<p>ruimschoots aan bod, oppervlakkig geouwehoer zijn de nieuwe varianten zeker niet. Maar verlangt u naar het serieuze werk, naar zware journalistieke onderwerpen, dan kunt u gerust naar bed gaan. Voor nu in ieder geval.”</p>	<p>“Aan het slot van de aflevering las cabaretier Martijn Koning nog wat voorspellingen voor 2020 voor, en hij sloot af met een ode aan de gastvrouw, die daar tijdens de aftiteling een hug voor over had. En plots zag ik het: de talkshow is een soort dagelijks terugkerend kerstdiner, waarbij een omvangrijke familie in wisselende samenstellingen aan het begin nog welgemoed de wereld doorneemt, maar bij het dessert inmiddels het liefst alleen nog over zichzelf praat.”</p>
--	--	--	---	---	---

<p><b>Korte samenvatting</b></p>	<p>De eerste uitzending van Jinek was zonder twijfel het media-evenement van het weekend. Er zijn al een paar voorzichtige conclusies te trekken. De belangrijkste is: het kan dus wel, overstappen naar een commerciële zender, zonder daarbij je journalistieke principes overboord te kieperen. Als je maar goed onderhandelt en je rug recht houdt.</p> <p>Jinek als gastvrouw was energiek en ad rem, zoals het publiek haar al jaren kent. Dit is cruciaal voor haar succes. Eva jut haar eigen publiek op, maar zodra de leader loopt een en al focus.</p> <p>Puntje over decor en te kleine tafel. Als de gesprekken goed zijn is decor bijzaak, maar toch even noemen dat de tafel te klein is.</p>	<p>De talkshowoorlog wordt besproken: talkshow over een talkshow.</p> <p>Razende start. Levendige en gezellige show, geen bijzondere gasten, maar Jinek schakelt soepel en ontspannen van zware naar lichtere onderwerpen.</p> <p>Jinek is echokamer van Hilversum. In tv-programma's over andere tv-programma's praten. Op1 komt aan bod. Gaat niet werken, want kijkers hechten zich aan een anchor.</p> <p>Ook hier krijgt Carlo Boszhard ruimte om over zijn nieuwe programma's te praten als RTL's paradepaardje. En RTL maakt keuze om Jinek zonder reclame uit te zenden.</p>	<p>Het toverwoord is onveranderd. Dat is wat de eerste aflevering van Jinek bij RTL is.</p> <p>Alinea over de gasten van Jinek, die ook zo bij NPO aan tafel hadden kunnen zitten. Ook de promo van Op1 werd getoond, waaruit volgens dit artikel al blijkt dat Jienk geen RTL-publiciteitsmachine is. Alhoewel Boszhard later wel ruim baan kreeg voor zijn RTL-shows. Voor deze gasten heeft de redactie dan ook niet veel moeite hoeven doen.</p> <p>Samenvattend: prima aftrap van de tv-transfer van het jaar. RTL bespaarde kosten noch moeite: salaris Jinek en schrappen reclames. Gaat ook een hoop geld kosten.</p> <p>Eva Jinek staat 1-0 voor in de talkshowoorlog. Strijd gaat pas echt van start als ook Op1 is begonnen. De boegbeelden, de presentatoren, hebben nog geen staat van dienst in het genre, dus kunnen niet varen op een <i>personality driven</i> show.</p>	<p>Introductie talkshowoorlog. Het staat nu 4-0 voor de publieke omroep. De wisselende presentatieduo's van Op1 trokken meer kijkers dan Eva Jinek. Maar het contrast tussen de fanschare was niet groot.</p> <p>Ook de inhoudelijke verschillen waren verwaarloosbaar. Kopje diversiteit: Jinek ontving meer gasten met een niet-westerse migratieachtergrond dan Op1. Relatief gezien ontving Op1 meer vrouwen dan Jinek. Opvallend bij Op1 was de hoeveelheid "gewone" mensen die aan tafel zaten. Meer mediafiguren bij Op1 dan bij Jinek, dat is opvallend.</p> <p>Conclusie: Jinek en Op1 gaan zij aan zij. Nog een overeenkomst: geen reclame meer en vervroegde starttijd.</p> <p>Jienk demonstreerde dat haar overstap naar RTL niets uitmaakt voor haar talkshow. Jinek doet wat ze belooft in haar</p>	
----------------------------------	--	--	---	---	--

				<p>reclamespotje “Jinek, onveranderd.”</p> <p>Beide talkshows verschillen echter wel van die van Jeroen Pauw. Jinek en Op1 zijn gezelliger. Serieuzer werk en zware journalistieke onderwerpen zijn er niet in terug te vinden.</p>	
<b>Interpretatie</b>	<p>&gt;&gt; Deed Twan dat dan wel, zijn journalistieke principes overboord gooien? Is dat de reden dat zijn programma niet geslaagd is? Lijkt hier min of meer gesuggereerd te worden. In ieder geval een verwijzing naar eerdere onsuccesvolle transfers.</p>	<p>Bij Twan: eerste week matig, maar pas de eerste week. Jinek: eerste uitzending sterk, meteen onverslaanbaar.</p> <p>Er wordt beargumenteerd: Eigen programma’s in eigen talkshow promoten geeft niet-urgente indruk.</p>	<p>Het toverwoord is onveranderd. Jinek heeft een tafel met gasten die ook zo bij de NPO hadden kunnen zitten. Dit impliceert dat Jinek de talkshow maakt voor eenzelfde “soort” publiek als het NPO-publiek. Voor RTL zou dit betekenen dat ze een diverser kernpubliek hebben.</p> <p>In dit artikel wordt de talkshow een <i>personality driven</i> talkshow genoemd. Alles valt of staat dus met de persoonlijkheid van de host, Jinek in dit geval. Jinek wordt in dit artikel ook een ster genoemd, die zo’n show dus kan dragen. De Op1-presentatoren kunnen dat nog niet. Twan wordt nergens een ster genoemd. Zijn persoonlijkheid wordt met name in verband gebracht</p>	<p>Wie gaat de zogeheten talkshow winnen? &gt;&gt; refererend aan personen?</p> <p>Eigenlijk weinig verschillen. Kan gekoppeld worden aan de identiteit van publieke en commerciële omroepen. Taakopvatting zou verschillend moeten zijn; hoe kunnen er dan twee dezelfde programma’s uitgezonden worden?</p>	<p>Meer algemeen artikel, wat een lichte afkeer voor de talkshowoorlog uitspreekt. Het gaat meer over de strijd, dan over de inhoud. Het is een fascinatie en obsessie geworden.</p>

			met professionele "karaktereigenschappen".		
--	--	--	---	--	--