

2. VPRO-identiteit

Wat is (omroep) identiteit?

De identiteit van een individu heeft betrekking op de verzameling eigenschappen die dat individu aan zichzelf toeschrijft en die door anderen aan dit individu worden toegeschreven. Die eigenschappen zijn flexibel, maar veranderingen zijn meestal geleidelijk waardoor ze over het algemeen als redelijk continu worden beschouwd. De identiteit van een individu maakt deel uit van verschillende culturele, seksuele, etnische, en vele andere soorten collectieve identiteiten. De kenmerken van die collectieve identiteiten kunnen worden toegeschreven aan individuen, maar andersom kunnen individuele eigenschappen ook toegeschreven worden aan een collectieve identiteit. Door die continue wisselwerking is het onmogelijk om een identiteit eenduidig te definiëren, maar een benadering ervan is wel mogelijk.

De VPRO is een collectieve identiteit waarvan de eigenschappen op verschillende manieren bepaald kunnen worden. Identiteit kan onderzocht worden door de verbanden met andere collectieve identiteiten, zoals nationale identiteit, te analyseren. De VPRO maakt bijvoorbeeld deel uit van de Nederlandse culturele identiteit. In die hoedanigheid heeft de omroep, volgens Terreehorst, een belangrijke invloed gehad op het Nederlandse ontwerpklimaat waaruit 'Dutch design' is ontstaan.¹ De internationale bekendheid van 'Dutch design' draagt op haar beurt weer bij aan de culturele identiteit van Nederland en dus indirect ook weer aan die van de VPRO.² De identiteit van een omroepvereniging kan ook beschreven worden door een analyse van de televisievormgeving van de omroep. Net als tussen nationale cultuur en VPRO is er tussen de omroep en de vormgevers een wisselwerking. De ontwerper bepaalt hoe de VPRO-identiteit gevisualiseerd wordt en de omroep bepaalt welke vormgever er past bij de VPRO.

Voor dit hoofdstuk beperkt de beschrijving van de VPRO-identiteit zich tot de karakterisering van de VPRO zelf. Dat die beschrijving misschien niet strookt met de identiteit van de omroep op andere niveaus is onvermijdelijk, gezien de hoeveelheid identiteiten die mogelijk raakvlakken en interacties met de identiteit van de omroep kunnen hebben. Omdat de VPRO-vormgevers in opdracht werken van de VPRO-televisiedirectie is de relatie tussen omroep en vormgever heel direct. Nationale context en interpretaties van leden en televisiekijkers over de identiteit van de VPRO spelen dus een veel kleinere rol dan de zelfinterpretatie van de omroep en de interpretatie van de ontwerpers met betrekking tot de omroepidentiteit.

De Nederlandse omroepen en het omroepsysteem zijn ontstaan vanuit een verzuilde samenleving. 'Die verwevenheid [met de zuil] komt onder andere tot uitdrukking in de samenstelling van het omroepbestuur, in de statuten, in de aanhang en ook in het programma-aanbod.'³ De religieuze, culturele of ideologische basis van een omroep is de legitimatie van het

publieke bestaan en moet dus duidelijk tot uiting gebracht worden in het programma-aanbod van de omroep. Bovendien zijn de omroepen volgens de Omroepwet van 1969 verplicht om hun identiteit en hun relevantie in het omroepbestel in de statuten vast te leggen.

Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep 1926-1960

De Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep is opgericht in 1926 door Everhard Spelberg en dr. Nicolette Bruining. De V.P.R.O. is een voortzetting van de twee jaar eerder opgerichte Centrale Commissie voor het Vrijzinnig Protestantisme, waarin getracht wordt eenheid te organiseren in de verschillende Vrijzinnig Protestantse kerken en verbindingen in Nederland. Eigenlijk passen een strakke organisatie, het opsluiten in eigen kring en het propaganderen van eigen standpunten aan anderen niet bij de Vrijzinnigen, en streeft de V.P.R.O. liever naar een nationale omroep dan mee te doen aan de verzuiling. Maar om binnen de verzuiling de stem van het Vrijzinnig Protestantisme niet ten onder te laten gaan is organisatie toch nodig, vinden de oprichters. In 1924 is de eerste radiokerkdienst van de V.P.R.O. en verder worden morgenwijdingen, culturele programma's en cursussen uitgezonden. Voor de leden verschijnt het blad *Vrije Geluiden*. De vrijzinnige preken krijgen van de orthodoxe KRO en NCRV behoorlijk wat kritiek, zij beschuldigen de V.P.R.O. van godslastering.⁴

De hoeveelheid zendtijd die een omroep tot beschikking krijgt, wordt in 1930 in het Zendtijdbesluit wettelijk vastgelegd. De V.P.R.O. krijgt vijf procent van de totale zendtijd, tegenover de twintig procent die de vier grote omroepen krijgen en de vijftien die bedoeld is voor een gezamenlijk programma. De hoeveelheid zendtijd is dan wel klein, maar door het Zendtijdbesluit is de V.P.R.O. wat betreft zendtijd in ieder geval niet meer afhankelijk van onderhandelingen met de andere omroepen. Door het Zendtijdbesluit is de verzuiling wettelijk bevestigd en dit besluit vormt het tot op heden de basis voor het publieke bestel.

Na de Tweede Wereldoorlog leeft bij de V.P.R.O. de hoop op het ontstaan van een nationale omroep op, maar de vier grote omroepen en de eveneens verzuilde politiek zitten daar helemaal niet op te wachten. Op 2 oktober 1952 vangt de eerste televisie-uitzendingen aan. De eerste jaren heeft de V.P.R.O. op televisie eveneens opmerkelijk weinig zendtijd, namelijk anderhalf uur per drie maanden. Men verwacht bij de omroep overigens niet veel van het nieuwe medium: men vreest de mogelijk vervlakkende werking van televisie. Bestuurslid Dr. F.L. Polak stelt: 'Erg verheffend zal het niet worden'.⁵ In 1956 wordt in het Televisiebesluit ook de verzuiling op de televisie vastgelegd. De omroepen en enkele kerkgenootschappen krijgen gezamenlijk 50 tot 75 procent van de zendtijd. De rest is voor de NTS waarin de omroepen zich hebben verenigd en waardoor gezamenlijke programma's verzorgd worden.

De V.P.R.O. televisie programma's zijn in de jaren vijftig over het algemeen zeer braaf, net als die van de andere omroepen. De eerste VPRO-televisie rel ontstaat na de uitzending van DÁG KONINGINNEDAG van Jan Vrijman op 31 augustus 1957. Daarin levert hij kritiek op het bombardement waarmee de regering en de Koningin een einde maakten aan de munitie op het

schip De Zeven Provinciën in 1933. De kranten noemen het programma 'grove laster' en er wordt een onderzoek naar de omroep ingesteld door de staatssecretaris van cultuur. De rel kost de omroepvereniging meer dan 2000 leden. In *Vrije Geluiden* wordt spijt betuigt en televisiedirecteur Jan van Nieuwenhuijzen krijgt een programmacommissie naast zich om zulke situaties in de toekomst te voorkomen.⁶ Maar het zal niet de laatste rel rond de V.P.R.O. zijn.



2.1 Het linker logo is vanaf de oprichting van de V.P.R.O. in gebruik en is een archetypisch logo voor een radiovereniging door de verwerking van een radiozendmast en zogenaamde ethergolven in het ontwerp.

2.2 Rechts de aangepaste versie van het logo zoals dat in de jaren vijftig als herkenningsbeeld wordt gebruikt. De kwaliteit van televisieontvangers is erg laag en daarom is het logo wat versimpeld: alle lijnen zijn dikker, er zijn op televisie maar 3 ethercirkels te zien en de letters zijn in sansserif type.



2.3 Links een herkenningsbeeld met de naam van de omroep tegen een achtergrond van wolken dat in de jaren vijftig wordt gebruikt. 2.4 Rechts: VPRO-omroepster in de jaren vijftig: Vertie Dixon.



2.5 Links: Één van de VPRO titelkaarten die in de jaren zestig gebruikt worden.

2.6-7 De twee rechter titelkaarten uit 1970 zijn ontworpen door Rob van den Berg van de NTS grafische afdeling. Omdat deze titelkaarten tijden en programmatitels noemen, zijn ze waarschijnlijk gebruikt ter vervanging van de omroep(st)er. Het logo zoals het in de linker titelkaart te zien is wordt tevens vanaf 1964 gebruikt voor de VPRO Jaarverslagen.

Van V.P.R.O. naar VPRO

Vanaf begin jaren zestig maakt de Nederlandse televisie een grote groei door. Het aantal huishoudens met een televisietoestel neemt begin jaren zestig enorm toe door toenemende welvaart. De uitzendingen nemen met het groeiende kijkerspubliek ook toe en in 1964 wordt er gestart met uitzendingen op het tweede net. Door de groeiende vraag naar televisieprogramma's worden nieuwe studio's gebouwd en wordt een hele nieuwe lichter jonge programmamakers aangenomen. Deze jongeren zijn veel minder gebonden aan de tradities en taboes van de verzuilde Nederlandse samenleving. 'Zij zijn bereid hun nek uit te steken voor een meer onafhankelijke en kritische aanpak dan voorheen het geval is geweest. Zij zorgen er ook voor dat de televisie, vooral in de tweede helft van de jaren zestig, een aaneenschakeling van geruchtmakende programma's te zien geeft.'⁷ Ook aan de kant van de televisiekijker neemt de verzuiling af, men kijkt niet meer exclusief naar de programma's van de eigen zuil en komt daardoor in aanraking met andere denkbeelden. De overheid is bovendien bezig met de voorbereiding van een nieuwe Omroepwet waarin het aantal uitzendingen van een omroep gekoppeld wordt aan het aantal leden. Door dit besluit moeten de omroepen met elkaar gaan concurreren om kijkers en leden. Bovendien komen er twee nieuwe concurrenten bij; de TROS in 1964 en de EO in 1967.

De V.P.R.O. besluit zich -deels vanwege de aankomende Omroepwet en deels vanwege het maatschappelijke proces van ontzuiling- op een bredere doelgroep dan alleen de Vrijzinnig Protestant te gaan richten. Als eerste stap worden een aantal niet-protestanten opgenomen in de organisatie. Door die nieuwe lichter wordt de toon in V.P.R.O. programma's steeds kritischer en progressiever. De tegenstellingen tussen vernieuwingsgezinde jongeren en de Protestantse vertegenwoordigers van de oudere generatie, wordt door het programma HOEPLA op scherp gesteld. Het programma van Willem de Ridder en Wim T. Schippers zorgt -naast publieke opschudding- voor een interne crisis over de identiteit van de VPRO.

De vraag rijst of de V.P.R.O. als organisatie het Protestantse of juist het Vrijzinnige aspect van de identiteit prioriteit moet gaan geven. Het jaar 1968 wordt meestal genoemd als moment waarop de omroep definitief afstand doet van de confessionele basis en de VPRO niet meer een afkorting is, maar een naam.⁸ Ondanks deze 'revolutie' blijven een aantal Vrijzinnig Protestantse tradities, waaronder de nadruk op zelfstandigheid, autonomie van het individu en onafhankelijkheid, onderdeel uitmaken van de uitgangspunten van de omroepvereniging.⁹ Jan Blokker is een van de nieuwelingen bij de VPRO en hij is vanaf 1968 eindredacteur televisie onder televisiedirecteur Arie Kleywegt. Verder komen in de tweede helft van de jaren zestig onder andere Ad s'-Gravesande, Hans Keller, Roelof Kiers, Kees van Kooten, Wim de Bie, Theo Uittenbogaard en Cherry Duyns bij de VPRO werken. Deze programmamakers blijven voor lange tijd bij de VPRO en hun programma's worden beeldbepalend voor de omroepvereniging. In de jaren zeventig zijn dat voornamelijk documentaires die zó kenmerken zijn door hun relativisme, subjectiviteit, oprechtheid en de 'fly on the wall' methode dat ze er school mee maken: de VPRO-school of -stijl.¹⁰

Vertrossing

De VPRO is niet de enige omroep die de banden met de zuil losser maakt. Ook van andere omroepen worden de doelstellingen algemener en de banden met andere verzuilde organisaties en politieke partijen losser. De Omroepwet bevordert indirect de ontzuiling, maar de noodzaak voor omroepen om leden aan zich te binden neemt toe. Veel omroepen volgen het voorbeeld van de snel in ledenaantal toenemende TROS (en vanaf 1976 ook VOO) en gaan meer populaire programma's uitzenden. Vanuit de overheid is er wel kritiek op de vertrossing van het programma-aanbod, maar de mogelijkheid ontbreekt om in te grijpen. Volgens de Omroepwet (art. 35.2) is 'Iedere omroeporganisatie [...] verplicht haar zendtijd te gebruiken voor uitzending van een volledig programma, dat in redelijke onderlinge verhouding tenminste omvat onderdelen van culturele, informatieve, educatieve en verstrooiende aard.'¹¹ In de praktijk blijkt dit voorschrift door de omroeporganisaties nogal soepel gehanteerd te worden.

Voor publieke omroepen geldt de ongeschreven norm dat ongeveer veertig procent van de zendtijd wordt besteed aan minder populaire of 'serieuze' televisie (nieuws, actualiteiten en kunst). Tevens veertig procent gaat op aan populaire genres, ofwel amusement (spel- en muziekshows) en de overige twintig procent aan 'lichte' programma's (talkshows en sport bijvoorbeeld). In de periode van onderlinge concurrentie tussen omroepen nemen de grote omroepen een quasi-commerciële normverdeling aan, waarbij ze zestig procent aan amusement, twintig procent aan lichte en twintig procent aan serieuze programma's besteden. De NOS en kleine omroepen EO en VPRO reageren op tegengestelde manier op de interne concurrentie door juist de meeste (zestig procent) van hun zendtijd te reserveren voor minder populaire genres als informatie en kunst en maar twintig procent aan amusement.¹² De VPRO neemt dus de taak op zich om tijdens de vertrossing van het programma-aanbod, het gebrek

aan 'serieuze' televisie te compenseren en zich niet te laten leiden door het gevecht om de kijkcijfers.

De Identiteitsbeschrijving

Vanaf eind jaren zestig tot 1977 verschijnen er verschillende nota's over de identiteit van de omroep en wordt er intern gediscussieerd over de voorwaarden waar VPRO-programma's aan zouden moeten voldoen. De uitkomsten van die gesprekken en discussies worden vastgelegd in 1977 in de *Identiteitsbeschrijving*.¹³ In die beschrijving wordt gesproken over de inhoud, de kwaliteit en de toon van de VPRO-programma's. De beschrijving is te herleiden tot drie duidelijke richtlijnen die in veel opzichten een voortzetting zijn van het Vrijzinnig Protestants gedachtegoed waaruit de VPRO is ontstaan.

1. de benadering van mensen als mondige volwassenen; 2. een grote belangstelling voor alles wat vernieuwend is, op grond van het geloof in de mogelijkheden van de mens; en 3. een zich mede verantwoordelijk voelen voor de gang van zaken in de samenleving en solidariteit met mensen en groepen, die in hun mondigheid en mogelijkheden worden belemmerd.¹⁴

Aan de hand van de *Identiteitsbeschrijving* worden de televisieplannen vanaf 1979 door de ledenraad getoetst. Tussen programmamakers (en eindredacteur televisie) die de vrijheid en zelfstandigheid van de makers benadrukken en de ledenraad botst het een aantal keer.¹⁵ De vrijheid van de programmamakers om hun persoonlijke stempel te drukken leidt tot een grote diversiteit tussen programma's en niet alle programma's vallen volgens de ledenraad even goed binnen de richtlijnen van de *Identiteitsbeschrijving*.

Door toch de autonomie van programmamakers voorop te stellen, worden programma's gemaakt die nergens anders dan bij de VPRO uitgezonden hadden kunnen worden, zoals de documentaires van de VPRO-school en de controversiële programma's van Wim T. Schippers. Vooral de laatste programmamaker kost de omroep wel wat leden, maar er komen ook weer nieuwe en jongere leden voor in de plaats die wel van Schippers' progressieve televisie houden. De verscheidenheid aan unieke programma's gaat uiteindelijk ook weer deel uitmaken van de identiteit van de omroep.¹⁶ Wat betreft de vorm en de makers zijn grote verschillen tussen VPRO-programma's te ontdekken maar op inhoudelijk gebied zijn er zeker ook overeenkomsten. Uit de meeste VPRO-programma's spreekt een antiautoritaire, tegen de macht gerichte houding en worden macht- en overheersingrelaties ter discussie gesteld.¹⁷ Ondanks de creatieve autonomie van de programmamakers voldoet het programma-aanbod van de VPRO ondanks de vrijheid van de programmamakers in grote lijnen wel aan de richtlijnen van de *Identiteitsbeschrijving*.

Een nieuw decennium, een nieuwe VPRO

Programmamaker Roelof Kiers volgt in 1978 Jan Blokker op als eindredacteur televisie en wordt in 1983 na het vertrek van Arie Kleywegt directeur van de televisiedienst. Kiers stelt de autonomie van de programmamakers op de eerste plaats, want door autonomie van programmamakers zou de VPRO volgens Kiers kunnen komen tot 'auteurstelevsie';¹⁸ waarmee hij doelt op programma's waarin de persoonlijke stijl en interesses van de maker(s) zijn te herkennen. Maar in plaats van met het oude vertrouwde clubje programmamakers verder te gaan, geeft Kiers de voorkeur aan nieuwe, jonge mensen en initiatieven. In programma's als EXTRA, NEON, BGTV en HET LAB geeft hij vers talent de kans zich in alle vrijheid te ontwikkelen.¹⁹ Een aantal programmamakers die al vanaf midden jaren zestig voor de VPRO werken, kan het absoluut niet vinden met hun nieuwe eindredacteur en verlaat de VPRO rond de decenniumwisseling.

Kiers' drang tot verjongen van de VPRO houdt verband met aangekondigde veranderingen in het mediabeleid. Uit vrees om als kleine C-omroep in onderhandelingen aan het kortste eind te trekken, wordt een grootscheepse ledenwerfactie opgezet met als doel genoeg leden te winnen om een B-omroep te worden. In 1983 wordt het vereiste ledenaantal bereikt en met de B-status neemt de zendtijd op televisie met 3,5 uur per week toe. De verdeling van de VPRO-zendtijd is in de jaren tachtig niet meer volgens de complementaire, maar volgens de public-service norm. Dat betekent dat het aandeel 'zware' informatie en kunst afneemt en het aandeel drama en amusement twee keer zo groot wordt.²⁰ Van de overige omroepverenigingen voldoen alleen de NOS en EO nog aan de complementaire norm en komen de VPRO en KRO het dichtst in de buurt van de public-servicenorm. De rest van de omroepen programmeert volgens (quasi) commerciële norm.²¹ De samenstelling van het aandeel 'serieuze' programma's verandert tevens in de jaren tachtig. In de jaren zeventig is er vooral veel 'zware' informatie bij de VPRO te zien, door de prominentie van documentaires, en dat genre neemt in aandeel af ten koste van kunst- en cultuurprogramma's.²² De VPRO gaat meer aandacht besteden aan drama, kunst en muziek en start samenwerkingverbanden met culturele instellingen, zoals theatergroepen.²³

In het *Mediabeluit* van 1987 worden er minimumpercentages vastgelegd voor de verhouding serieuze, lichte en verstrooiende televisie. De naleving daarvan door de omroepen wordt gecontroleerd door het Commissariaat voor de Media.²⁴ Ten minste vijfentwintig procent van het totale programma van een omroep moet besteed worden aan informatie, twintig procent aan cultuur, vijf procent aan educatieve programma's en vijfentwintig procent aan verstrooiing. De overige vijfentwintig procent kan een omroep naar eigen inzicht invullen.²⁵ Voor de VPRO hebben deze percentages weinig invloed, omdat de omroep een van de weinigen is die al veel langer voldoet aan deze norm vanwege de *Identiteitsbeschrijving*, de ledenraad, maar vooral door Kiers' beleid.

Omroepidentiteit en netprofilering

In 1989 krijgt het Luxemburgse RTL-Veronique toestemming om commerciële televisie via de kabel in Nederland te verspreiden. Voor die tijd zijn via de kabel al buitenlandse zenders te ontvangen, maar RTL is de eerste commerciële zender die zich richt op het Nederlandse kijkerspubliek. Al binnen een jaar weet RTL meer kijkers te trekken dan ieder van de publieke netten afzonderlijk. Het succes van RTL is te danken aan het feit dat het publiek het soort programma's krijgt dat het wil: amuserende en verstrooiende televisie.²⁶ In tegenstelling tot de publieke omroeporganisaties hoeft RTL niet te voldoen aan een volledige programma-eis en de bijbehorende minimumpercentages.

Het veranderde mediabestel veroorzaakt bij omroepen verschillende reacties. De twee B-omroepen VPRO en EO trachten hun plaats in het bestel veiliger te stellen en hun ideologische legitimatie te versterken door met behulp van campagnes te streven naar de A-status. Beide omroepverenigingen presenteren zich in de campagnes als tegengif tegen de vervlakking die volgens hen het gevolg is van commerciële televisie. Ondanks het succes van de ledenwerfcampagnes van de EO en VPRO, die er beide in enkele maanden in slagen voldoende nieuwe leden binnen te halen om de A-status te krijgen, proberen andere omroepen juist RTL4 te imiteren door meer amusementsprogramma's te programmeren. De TROS, de VOO, de KRO en de VARA onderzoeken zelfs de mogelijkheid van een commerciële toekomst buiten het publieke bestel.

Alle omroepverenigingen bereiden zich, nadat blijkt dat RTL4 een succes is, voor op ingrijpende bezuinigingen, reorganisaties en meer gesteggel om zendtijd.²⁷ De STER-inkomsten waaruit de publieke omroep deels wordt gefinancierd nemen sterk af en er dreigt een enorm begrotingstekort.²⁸ Het verlies van ongeveer de helft van het marktaandeel leidt een periode in van toenemende bemoeienis van de overheid met het programma-aanbod en de programmering van de publieke omroepverenigingen. In 1991 alleen al verschijnen er de volgende rapporten, adviezen en brieven: *Regeerakkoord*, *Accountantsrapport Reyn*, *De Bleack I & II*, *McKinsey I & II*, *Plan Van Dam*, *Meerjarenplan De Jong*, *Pinksternotitie D'Ancona*, *Advies Mediaraad* en verder verschillende brieven van NOS, omroepen en verslagen van kamerdebatten.²⁹

Als strategie om de concurrentie met commerciële televisie aan te gaan, maar tegelijkertijd ook te voldoen aan de publieke taak, wordt gekozen voor netprofilering in plaats van omroepprofilering. In plaats van met elkaar te concurreren moeten omroepen meer samen gaan werken met de omroepen waarmee ze op hetzelfde net uitzenden. De VPRO komt samen met de VARA, NOS (vanaf 1995 NPS) en RVU op het derde net. De VARA is echter bang dat ze op Nederland 3 in deze profilering te veel kijkers zal verliezen. De VARA wil zich (vanuit socialistisch perspectief) richten op een zo groot mogelijk publiek en wil dan ook voor het derde net een even hoog marktaandeel als voor de andere twee netten. De VARA programmeert haar programma's volgens de zogenaamde sandwich-methode, waarbij minder populaire programma's (over kunst bijvoorbeeld) tussen twee populaire programma's (bijvoorbeeld een

quiz en een muziekprogramma) in worden geprogrammeerd in de verwachting dat de kijker zal blijven hangen. Volgens de VARA zou met deze programmeringstrategie voor heel Nederland 3 een hoger marktaandeel gehaald kunnen worden. De VPRO echter verzet zich hiertegen, want 'een sneetje zevengranenbrood met zalm is nog geen kwaliteitsboterham',³⁰ en geeft de voorkeur aan de 'breed-breed-smal-opzet' die uiteindelijk gevolgd wordt. Nederland 3 krijgt een complementaire strategie waarop veel zware informatie, cultuur, kunst en programma's voor kleinere doelgroepen uitgezonden wordt.³¹ Het derde net heeft een marktaandeel van 10% in plaats van 20% voor elk van de twee andere netten: 'opdat er tenminste op één net voldoende ruimte is voor programmering die niet onmiddellijk wordt afgerekend op kijkcijfers en marktaandelen.'³² De VPRO heeft dus weloverwogen gekozen voor een samenwerkingsstrategie waarbij de macht van de kijkcijfers en marktpercentages op het programma-aanbod beperkt blijft en de autonomie van de programmamakers zoveel mogelijk gewaarborgd kan blijven.

Door de zenderprofilering en samenwerking krijgen de netten in eerste instantie een eigen visuele identiteit en wordt -in navolging van commerciële zenders- de programmering meer afgestemd op de behoeften van de kijker. Bij RTL4 krijgt de kijker niet alleen te zien wat hij/zij wil zien, maar ook *wanneer* hij/zij dat wil zien. Door horizontale programmering (elke dag dezelfde soort programma's op dezelfde tijden) wordt de zender en het aanbod van de zender voor de kijker op een zo gemakkelijk mogelijke manier aangeboden. Het doel is het veronderstelde 'gestroomlijnde' publiek te koppelen aan een vergelijkbaar gestroomlijnde televisieavond.³³ De vaste uitzendavonden die de omroepen hebben, staan op de publieke netten een gestroomlijnde, horizontale programmering in de weg. De VPRO is echter niet bereid de eigen zondagavond op te geven. Kiers is van mening dat met het verdwijnen van de vaste uitzendavond de zenderprofilering ten koste gaat van de omroepprofilering. Bovendien wil hij de mogelijkheid om een avondvullend programma, dus zonder reclameonderbrekingen, uit te zenden en niet gebonden zijn aan de vaste eenheden van een uur en een half uur.³⁴

Ondanks de bezwaren tegen de programmering is de VPRO over het algemeen positief over de samenwerking met de netpartners en de zenderprofilering, maar de toenemende bureaucratie die alle nieuwe plannen met zich mee brengt, roept wel ergernis op bij onder andere VPRO-directeur Hans van Beers. 'De VPRO heeft zich terughoudend, argwanend en van tijd tot tijd dwarsliggend gemanifesteerd. Omdat we liever over andere kwesties discussiëren dan concurrentie, marktpositie, kijkcijferaandelen, breed-breed-smal en de bestuurlijke reorganisatie ten behoeve van de BV Nederlandse omroep.'³⁵ Die andere kwesties waar de VPRO zich liever mee bezig houdt, zijn het bewaken van de kwaliteit van de programma's en het behouden van de onafhankelijkheid ten opzichte van adverteerders en andere geldschieters.³⁶

'Bloedeloze leiding'

Televisiedirecteur Kiers overlijdt plotseling op 26 juni 1994 op 56 jarige leeftijd. Hij begon bij de VPRO in 1969 en werd een van de gezichtsbepalende documentairemakers in de jaren zeventig. Als directeur televisie loodsde hij de VPRO van C-omroep naar de A-status en deed daarbij geen concessies aan de kwaliteit van programma's en de vrijheid van programmamakers. De VPRO spreekt in 1994 in een persbericht van een 'onvoorstelbaar en onherstelbaar' verlies.³⁷

Een opvolger wordt gevonden in Hans Maarten van den Brink en hij krijgt de taak om het VPRO-gezicht te bewaken temidden van de immer toenemende centralisering van de publieke omroep. Een netcoördinator bepaalt vanaf 1998 welke programma's op welk tijdstip worden uitgezonden. Hoewel de VPRO de vaste uitzendavond weet te behouden, verliezen omroepen de macht over de programmering en worden ze steeds meer productiehuisen in plaats van zendgemachtigden. Toch komen er ook nieuwe omroepen bij, zoals jongerenomroep BNN in 1997, en er wordt van omroepen verwacht dat ze zich van elkaar voldoende verschillend profileren. De toekomst van de publieke omroep wordt steeds onduidelijker als ook het aantal commerciële zenders groeit en de STER-inkomsten verder afnemen.

Met de tevredenheid van VPRO-medewerkers over hun omroepvereniging is het door alle veranderingen slecht gesteld. In een nota die in 1998 uitkomt, getiteld *De VPRO lijkt nergens op* wordt gepleit voor een scherpere omschrijving van de omroepidentiteit. De VPRO moet 'kiezen voor de extremen van het spectrum' en zowel 'ouderwets degelijke, kwalitatief diepgaande en filmische producties' als 'experimentele programmavormen die zichzelf nog moeten bewijzen of dat misschien nooit zullen doen' gaan maken.³⁸ Met zo'n uiteenlopende definiëring van het gewenste programma-aanbod moet de omroepvereniging dus boven alles *anders* zijn en programma's maken die nergens anders uitgezonden worden.

De titel van de nota wordt als slogan gebruikt om de uniciteit van de omroep te benadrukken, maar televisiecritici hebben een wat negatievere interpretatie. De omroep krijgt het verwijt niet meer zo progressief en vernieuwend te zijn als in de jaren zeventig en tachtig.³⁹ Directeur Van Beers beaamt dat bij zijn vertrek als VPRO directeur: 'Dertig jaar geleden waren we baanbrekend, maar nu hebben we de wind tegen. De publieke opinie vindt ons in het algemeen niet meer overwegend verrassend en vernieuwend, maar soms een beetje dom en ouderwets. Dat zijn we soms ook.'⁴⁰ Een jaar later presenteren een verzameling programmamakers en de programmaraad een interne memo. Daarin wordt de leiding 'gezapig, bleek, bloedeloos, behoudend en krampachtig' genoemd, want 'de VPRO van nu lijkt overal en nergens op'.⁴¹ Volgens de nieuwe VPRO-directeur Peter Schrurs is de VPRO teveel overgeleverd aan de macht van de NOS, de netcoördinator en netpartners.⁴² Waar veel omroepen ervoor kiezen om zich met imagocampagnes, nieuwe huisstijlen en slogans te profileren, ziet Schrurs niets in deze methode.⁴³ Het handhaven van een vaste uitzendavond blijft voor de VPRO de belangrijkste strategie om - buiten de programma's - de identiteit van de omroepvereniging te benadrukken.

VPRO-identiteit

Inhoudelijk gezien zijn de vrijzinnige kenmerken van het Vrijzinnig Protestantisme het meest bepalend voor de identiteit van de VPRO. Het positieve mens- en toekomstbeeld gaan samen met een grote nadruk op de vrijheid van het individu. Die vrijheid geldt voor kijkers, die geen meningen opgedrongen krijgen, en voor makers die tot op grote hoogte zelf de inhoud en vorm van hun programma's kunnen bepalen. De autonomie van programmamakers gaat echter niet altijd goed samen met de invloed van de ledenraad, de televisiedirecteur of de netprofilering, maar wordt over het algemeen zo veel mogelijk beschermd. De autonomie van programmamakers leidt enerzijds tot herkenbare televisie omdat maar een selecte groep makers voor lange periodes aan de omroep zijn verbonden. Anderzijds zijn er tussen de vaste VPRO-programmamakers en de auteurstelevsie die ze maken onderling wel grote verschillen. Ook tussen verschillende periodes kunnen door de 'clubjesgeest' grote verschillen zijn.⁴⁴

Inhoudelijk gezien zijn ongelijke machtsrelaties, machtsmisbruik en vrijheidsbeperkingen voor groepen en individuen terugkerende thema's in drama en documentaires van de VPRO-school uit de jaren zeventig. In de jaren tachtig besteedt de VPRO relatief veel aandacht aan programma's over kunst en cultuur, met in die programma's weer veel aandacht voor vertegenwoordigers van de avant-garde. Zowel in kunstprogramma's als documentaires worden dogma's, ingesleten gewoontes en de gevestigde orde aan de kaak gesteld. Programma's waarin de werkelijkheidsillusie van televisie doorbroken wordt en experimenten met programmavormgeving krijgen bij de omroep een kans om zich te bewijzen. Het positieve toekomstbeeld uit de Vrijzinnig Protestantse traditie leidt tot een vertrouwen in nieuwe generaties televisiemakers die de mogelijkheid krijgen om vernieuwende televisie te maken.

Op het niveau van programmering is de vaste uitzendavond en/of aaneengesloten zendtijd van groot belang mede om zoveel mogelijk de onderbreking van reclame te voorkomen. De inmenging van commercie wordt gezien als een directe aantasting van de onafhankelijkheid van de VPRO en de autonomie van de makers. In reactie op interne en externe concurrentie gaat de VPRO niet méér amusement uitzenden, zoals bijna alle andere omroepen dat wel doen. De omroepvereniging kiest juist bewust voor een publieke rol, waar kijkcijfers niet bepalend zijn voor het aanbod en waar kwaliteit voorop staat. Het voortbestaan van publieke televisie is zeer belangrijk, ook als de hervorming van de publieke omroep de profilering van de eigen omroep niet ten goede komt.

Zoals in de inleiding voorgesteld, zou de VPRO-televisievormgeving ten opzichte van stijl en strategie overeenkomsten moeten hebben met de benadering van de VPRO-identiteit zoals die in dit hoofdstuk beschreven is. In de volgende hoofdstukken zal onderzocht worden hoe elk van de VPRO-ontwerpers de identiteit van de omroep heeft vormgegeven.

-
- ¹ Terreehorst 2003.
- ² De Leeuw 1995: 43.
- ³ Manschot 1993: 11.
- ⁴ Pekelder en Kerkdijk 2006 (1): 3.
- ⁵ Pekelder en Kerkdijk 2006 (2): 3.
- ⁶ Pekelder en Kerkdijk 2006 (2): 3-4.
- ⁷ Manschot 1993: 104.
- ⁸ De Leeuw 1995: 313-315. Voor titelkaarten op televisie zijn tot op dan vrijwel nooit puntjes tussen de letters gebruikt, zoals te zien is in afbeeldingen 2.2, 2.3, 2.5, 2.6 en 2.7.
- ⁹ De Leeuw 1995: 316.
- ¹⁰ Haakman 1976: 129-130.
- ¹¹ Manschot 1993: 16.
- ¹² Manschot 1993: 32-33.
- ¹³ Citaat uit de *Identiteitsbeschrijving*, vastgelegd in bestuursvergadering 2 december 1977. Afkomstig uit De Leeuw 1995: 319. De *Identiteitsbeschrijving* is tot op heden de basis voor de missie van de VPRO, vergelijk bijvoorbeeld met 'Missie VPRO.' *VPRO*. Versie 1 augustus 2006. <http://www.vpro.nl/overdevpro/14049645/>
- ¹⁴ De Leeuw 1995: 319.
- ¹⁵ De Leeuw 1995: 320-1.
- ¹⁶ De Leeuw 1995: 335.
- ¹⁷ De Leeuw 1995: 361.
- ¹⁸ Kiers in 'Programmavoornemens Winterseizoen 1983-1984', d.d. 10 juni 1983. Afkomstig uit De Leeuw 1995: 322.
- ¹⁹ De Leeuw 1995: 322.
- ²⁰ Manschot 1993: 120-121.
- ²¹ Manschot 1993: 123
- ²² Manschot 1993: 120.
- ²³ De Leeuw 1995: 321-322 en 328.
- ²⁴ Manschot 1993: 16.
- ²⁵ Manschot 1993: 32.
- ²⁶ Manschot 1993: 12.
- ²⁷ Manschot 1993: 85.
- ²⁸ Manschot 1993: 12.
- ²⁹ Bakker 1991: 14-15.
- ³⁰ Den Ouden 1991: 78.
- ³¹ Manschot 1993: 75.
- ³² *VPRO Jaarverslag 1999* 2000: 6.
- ³³ Ang 1991: 66.
- ³⁴ Piet 1994.
- ³⁵ Citaat Van Beers in Bakker 1992: 11.
- ³⁶ Piet 1994.
- ³⁷ 'VPRO geschokt door plotseling overlijden tv-chef Roelof Kiers.' 1994: 3.
- ³⁸ *VPRO Jaarverslag 1998* 1999: 18.
- ³⁹ Janssen 1998: 18. De Rek 1999: 21.
- ⁴⁰ Van Beers in Janssen 1998: 18.
- ⁴¹ "Bloedeloze' leiding verontrust VPRO-personeel.' 1999: 26.
- ⁴² "Bloedeloze' leiding verontrust VPRO-personeel.' 1999: 26.
- ⁴³ Pekelder 2006.
- ⁴⁴ De Leeuw 1995: 361-362.