

Mark Vallinga, Frank Harbers en Marcel Broersma

Pleitbezorger van de voetbalkijker: Het discours over voetbal op televisie in de Nederlandse dagbladen tussen 1950 en 1980

Abstract

Between 1950 and 1980, television in the Netherlands became a mass medium, which attracted a large audience, in part by broadcasting football matches and news. Scholars have theorised how the rise of a new medium creates anxiety and feelings of rivalry with established media as they are confronted with a new competitor. This paper focuses on this premise by examining to what extent and how such feelings of rivalry between television and newspapers are part of the metadiscourse on football and television within the ranks of Dutch dailies between 1950 and 1980. Based on the results of this qualitative discourse analysis, this paper argues that newspapers certainly discussed the rise of football coverage on television, but did not show any signs of being afraid that television would offer a harmful competition. Much rather, in defending the right to free news gathering as well as the interests of the audience, newspapers positioned themselves by and large as great supporters of football coverage on television.

Keywords

Football coverage; Television as New Medium; Newspapers; Journalistic Metadiscourse; Discourse analysis; Remediation

Inleiding

Op 3 april 1950 stroomt de bestuurskamer van PSV vol met tientallen nieuwsgierigen die getuige willen zijn van de allereerste live-uitzending van een voetbalwedstrijd op de Nederlandse televisie. Het Eindhovense elektronicaconcern Philips heeft daarvoor een reportagewagen het stadion binnengereden en op het dak daarvan volgen twee camera's de wedstrijd. Deze eerste

poging overtreft alle verwachtingen. De helderheid van de beelden verbaast iedereen. Sommigen lopen zelfs naar buiten om zich van de echtheid te overtuigen. Het experiment lijkt geslaagd.¹

Zoals bij zoveel nieuwe (media)technologieën leidde de introductie van televisie tot zowel euforische reacties over de mogelijkheden en toekomst van televisie, maar ook tot scepsis en wantrouwen over de impact van televisie op de samenleving. De opkomst van televisie in de jaren vijftig is vaak getypeerd als het begin van een periode van onzekerheid voor de gevestigde media.² Radio en kranten zouden qua visuele attractiviteit, directheid en actualiteit simpelweg niet hebben kunnen opboksen tegen televisie en daarmee hun positie als centrale nieuwsvoorziening hebben verloren.³ Het nieuwe medium bood kijkers de mogelijkheid om vanuit huis getuige te zijn van gebeurtenissen die op datzelfde moment elders plaatsvonden.⁴ Mediahistorici benadrukken dat de dagbladers daarom met argusogen keek naar de toenemende populariteit van televisie bij lezers en adverteerders – hun voornaamste bron van inkomsten.⁵ De schrijvende pers zou grote financiële schade kunnen leiden en zijn centrale positie als bron van betrouwbare informatie kunnen verliezen.

Dit historisch narratief sluit goed aan bij McLuhans onderzoek naar de introductie van nieuwe media-(technologie). Hij stelt dat elke nieuwe uitvinding die aan populariteit wint en zichzelf binnen een bepaald domein manifesteert, de status quo bedreigt en de gevestigde orde dwingt tot reactie en herpositionering om zo de status quo te bewaren of te herstellen. Nieuwe ideeën en mogelijkheden, waaronder technologische innovaties, worden daarom door de gevestigde orde – in eerste instantie – vaak met wantrouwen bejegend en afgewezen als serieus alternatief.⁶ Zo wordt gepoogd te voorkomen dat bestaande praktijken worden ontwricht en drastisch moeten worden aangepast.⁷

Sportjournalistiek, voetbalverslaggeving in het bijzonder, biedt een interessante casus om dit te onderzoeken. De publieke belangstelling die sport genereerde maakt het een publiekstrekker voor zowel de pers als radio en televisie. Voetbalwedstijden zijn een goed voorbeeld van gemedieerde media-evenementen. Volgens De Leeuw weet sport als geen ander mensen te mobiliseren: ‘Het produceert niet alleen helden die een brug kunnen slaan tussen de wereld van het ‘gewone’ en het ‘uitzonderlijke’, maar het maakt ook de gemeenschap van supporters zichtbaar en breidt deze uit tot in vele huiskamers. De liveverslaggeving en -beleving

is hierbij cruciaal.⁸ Live sportverslagen zijn volgens Dayan en Katz media-events die van tevoren aangekondigd zijn, collectieve aandacht genereren en kijkroutines en ons dagelijkse leven interrumpen.⁹

Met de komst van televisie waren wedstrijden live of in samenvatting te zien. Dit betekende dat op het moment dat de krant de volgende dag verscheen, niet alleen de uitslag al bekend was, maar velen het wedstrijdverloop al hadden gezien. Pauw schrijft dat kranten daarom gedwongen waren om ‘de dingen te brengen die de televisie niet had gebracht en ook niet had kunnen brengen.’¹⁰ Volgens Stokvis betekende dit het einde van de zeer gedetailleerde wedstrijdverslagen in dagbladen.¹¹ Het is daarom interessant om te kijken naar de manier waarop de pers verslag deed van de intrede van televisie in de sportverslaggeving.

Dit artikel onderzoekt of, en zo ja hoe, dit veronderstelde gevoel van concurrentie en rivaliteit met televisie ook blijkt uit het metadiscours over voetbal en televisie in de dagbladen. Om inzicht te krijgen in de manier waarop de dagbladpers reageerde en omging met de introductie en groeiende populariteit van de televisie is een discoursanalyse gedaan naar de Nederlandse krantenberichtgeving tussen 1950 en 1980 met betrekking tot de relatie tussen televisie en voetbal en specifiek over de consequenties van voetbalverslaggeving op televisie voor de krant. Na een bespreking van theoretische perspectieven op de opkomst van nieuwe media en eerder onderzoek met betrekking tot de impact van televisie op de dagbladpers en het uiteenzetten van de methodologische benadering, volgt de analyse van het primaire materiaal en de conclusie.

Duidelijk wordt dat de angst voor televisie alleszins mee lijkt te vallen binnen de sportjournalistiek. De nieuwe technologie werd niet als concurrent gepresenteerd, maar juist als een verrijking gezien. Daarbij werd vooral geredeneerd vanuit het perspectief van de voetbalkijker die op deze manier vaker en gemakkelijker van voetbal kon genieten. Daarnaast laat onze analyse zien dat de dagbladjournalistiek zich solidair opstelde ten opzichte van hun televisiecollega's in de pogingen van de KNVB om (live) verslaggeving te beperken en betaald te maken om de vermeende gederfde inkomsten te compenseren. In dergelijke discussies werden de kernwaarden van de journalistiek, zoals vrije nieuwsgaring, in stelling gebracht tegen commerciële druk om zo ook de belangen van de dagbladjournalistiek te bewaken.

De opkomst van nieuwe media: uitwisseling, discussie, competitie

Al in de loop van de negentiende eeuw werd verlangend gespeculeerd over de mogelijkheid om door middel van techniek aanwezig te kunnen zijn op een andere plek dan waar men zichzelf fysiek bevindt.¹² Het verlangen om tijd en ruimte te kunnen overbruggen heeft dan ook een belangrijke rol gespeeld in de manier waarop communicatiemedia zich hebben ontwikkeld. Bolter en Grusin betogen dat ieder nieuw medium een poging doet om bestaande media te overtreffen. Nieuwkomers presenteren zich als een verbeterde versie van wat reeds bestond.¹³ Zo maakte de telegraaf het mogelijk om informatie te versturen zonder die fysiek te verplaatsen, werd het door telefonie mogelijk om op grote afstand met elkaar te spreken, verloor radio de telefonie van draden en werd met de komst van televisie beeld toegevoegd aan de radio.¹⁴ Telkens nemen nieuwe media eigenschappen van al bestaande media over en presenteren verbeteringen waardoor ze nog beter in staat zijn om hun publiek de werkelijkheid zo volledig en authentiek mogelijk te laten ervaren.¹⁵

Een dergelijke vernieuwingsdynamiek is onderdeel van een machtsstrijd waarin verschillende actoren zoals media- en nieuwsorganisaties met elkaar concurreren en elkaar proberen af te troeven.¹⁶ De komst van een nieuwkomer verandert dus de bestaande verhoudingen, wat – in termen van socioloog Pierre Bourdieu – kan leiden tot een structurele herpositionering van actoren binnen een bepaald veld.¹⁷ Het omarmen of distantiëren van nieuwe mediatechnologie kan daarmee een strategie zijn om de eigen positie in het veld te consolideren of versterken. Enerzijds betekent dit dat nieuwe media zich zullen moeten verhouden tot de gevestigde orde. Tegelijkertijd dwingt dit gevestigde media om zich te bezinnen op de nieuwe situatie en zich waar nodig aan te passen door kenmerken van de nieuwkomers over te nemen.¹⁸

Volgens Van Driel volgt dit proces een vast stramien. Hij onderscheidt vier verschillende ‘fasen’: *amazement*, *resistance*, *imitation* en *authenticity*.¹⁹ Hoewel hij dit als opeenvolgende stadia presenteert, zijn ze echter niet noodzakelijkerwijs successief en kunnen ze ook overlappen. Volgens Van Driel is er aanvankelijk sprake van verbazing en bewondering wanneer een medium zijn intrede doet. Dit uit zich voornamelijk bij een kleine groep *early adopters*, die in een vroeg stadium openstaan voor nieuwe ideeën en bereid zijn deze over te nemen.²⁰ De meerderheid voelt echter weerstand (fase twee). Deze groep ervaart de nieuwe technologie juist als bedreigend of onzinnig. Van Driel verklaart die weerstand door de vertrouwdheid met de gevestigde media.²¹ Om aansluiting te vinden bij een groot

publiek kan een nieuw medium daarom aanvankelijk ook weinig anders dan de praktijk van de vertrouwde media te kopiëren en deze gemeenschappelijke eigenschappen te benadrukken (fase drie). In de vierde fase ontwikkelt een nieuw medium kenmerken en praktijken waarmee het zich onderscheidt van de vertrouwde mediavormen die langzamerhand volledig ingeburgerd raken.²²

De fasering van Van Driel laat zien dat de introductie van nieuwe mediatechnologie geen vanzelfsprekend proces is waarin de mogelijkheden van een nieuwe technologie volledig uitontwikkeld en direct duidelijk zijn, en nog slechts geïmplementeerd moeten worden. De ontwikkeling en introductie van technologie wordt mede gevormd door het discours erover, waarin actoren met verschillende belangen (bv. televisieproducenten en programmamakers, maar ook radiomakers, kranteneigenaren, journalisten en politici) hun voorstellingen van de mogelijkheden van het nieuwe medium en de impact op de maatschappij bediscussiëren.²³

Onderzoek naar de introductie van televisie laat een dergelijke dynamiek duidelijk zien. Het discours over de mogelijkheden van televisie toont hoe verschillende actoren positieve, maar ook negatieve voorstellingen maken van de rol en impact van televisie op de maatschappij. Die discussie stuurt de manier waarop televisietechnologie ontwikkeld, geïmplementeerd en ingezet wordt.²⁴ Aanvankelijk werd door televisiemakers voortgeborduurd op bestaande praktijken, genres en programmaformats van de radio en krant, uit het theater of de filmwereld.²⁵ Geleidelijk ontwikkelde televisie zichzelf tot een eigenstandig medium met mediumspecifieke programmavormen die actualiteit, visualiteit en directheid benadrukten. Zo kon het zich onderscheiden van de radio en dagbladen.²⁶ Dit ging echter niet zonder slag of stoot. Waar programmamakers actualiteit, visualiteit en directheid presenteerden als het 'levensbloed' van dit nieuwe medium, zagen anderen televisie als vervlakking en een bedreiging voor de Nederlandse cultuur.²⁷

Met betrekking tot de impact van televisie op de sportverslaggeving betoogt Stokvis dat vooral deze 'tweede geboorte' aanzienlijke consequenties had voor de dagbladen. Om de aandacht van adverteerders en lezers niet te verliezen aan televisie, stonden de dagbladen volgens hem voor een belangrijke keuze: doorgaan op dezelfde weg en daarmee de concurrentiestrijd aangaan met televisie of zichzelf herpositioneren en zoeken naar een nieuwe rol in het medialandschap.²⁸ Het is daarbij belangrijk om te kijken naar de positie die dagbladen innamen in het discours rondom de introductie van televisie, omdat dit zicht geeft op de manier waarop dagbladen zich de opkomst en impact van het nieuwe medium voorstelden - en daarmee deze ontwikkeling ook beïnvloedden.

Televisie als nieuw medium

Met de komst van de telefonie ontstond in de loop van de negentiende eeuw het verlangen om naast auditieve ook visuele ‘simultaneïteit’ te bereiken. Het duurde echter nog tot 1925 voordat tijd en ruimte ook visueel werden overbrugd door met een elektrische draad beelden te verzenden.²⁹ Eind jaren twintig werden er in Nederland voor het eerst demonstraties gegeven, maar de kwaliteit van de vertoonde beelden was weinig indrukwekkend.³⁰ Desondanks was er sprake van *amazement* in termen van Van Driel en werd er begin jaren dertig in *Televisie*, het tijdschrift voor televisieamateurs, enthousiast gesproken over de technologie van het ‘ver-zien’. Crone betoogt dat het tijdschrift door middel van de idee televisie ‘een romantisch verlangen naar magie en avontuur’ overbracht.³¹ Volgens hem maakten de hoge verwachtingen langzamerhand echter plaats voor desillusie, omdat deze alsmar niet werden ingelost en de komst van televisie langer duurde dan voorspeld.³²

Het zou tot 1951 duren voor de eerste nationale televisie-uitzending een feit was. Hoewel de kranten opgetogen berichtten over deze gebeurtenis, was Nederland hiermee nog niet voor de televisie gewonnen.³³ Na vijf jaar televisie in Nederland waren er pas dertigduizend toestellen verkocht terwijl met tweehonderdduizend rekening was gehouden.³⁴ In de Verenigde Staten en Groot-Brittannië ontwikkelde televisie zich veel sneller. Zo had in 1955 65% en 40% van de respectievelijk Amerikaanse en Britse huishoudens een toestel.³⁵ Vergelijkbaar met Frankrijk had in Nederland in 1955 slechts 1% van de huishoudens televisie.³⁶ Gestimuleerd door de overheid die zuinigheid en soberheid stimuleerde, werd televisie in die tijd door veel mensen nog gezien als overbodige luxe. Ook het beperkte aantal zenduren - er was slechts twee avonden per week uitzending - remde verdere verspreiding van het medium.³⁷ Mede daardoor zagen bedrijven in de beginjaren de commerciële potentie van het medium niet. Van Zoonen concludeert daarom dat de televisie in een institutionele, culturele en huiselijke context vooral met onverschilligheid of zelfs argwaan werd bekeken.³⁸

Die argwaan was met name gericht op de vermeende negatieve invloed van televisie. De socialistische premier Willem Drees vond bijvoorbeeld dat de uitzendingen van zo weinig kwaliteit waren, dat de bevolking niets miste.³⁹ Een dergelijk sentiment klonk nog sterker door in de toespraak van toenmalig staatssecretaris van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen Jo Cals, die hij hield tijdens de eerste nationale televisie-uitzending in 1951. Hij sprak zijn zorgen uit over het nieuwe medium: ‘Het leven wordt meer en meer beheerst door de techniek, zelfs in de recreatie. Wij moeten ervoor zorgen dat de techniek middel blijft en niet een doel op zichzelf. Anders zou dat de dood voor

de cultuur betekenen.⁴⁰ De mogelijk schadelijke gevolgen van televisie op cultuur en samenleving leidden tot vrees voor toenemende passiviteit en vervlakking.⁴¹ De komst van de televisie zou het gezinsleven en de huiselijkheid ernstige schade kunnen toebrengen.⁴² De situatie in de Verenigde Staten, waar - vanuit Nederlands perspectief - kijkers dagelijks werden geconfronteerd met sensatie, geweld en andere vormen van agressiviteit, fungeerde daarin als een schrikbeeld.⁴³

Morley zoekt de verklaring voor deze gevoelens van angst en wantrouwen in het belang dat werd gehecht aan de thuisomgeving en het gezin. Dit werd in de westerse wereld – zeker in de periode na de Tweede Wereldoorlog – gezien als ‘a private shelter from public pressures.’⁴⁴ Televisie en andere communicatiemiddelen (zoals de telefoon) werden gezien als problematisch, omdat deze de grens tussen het publieke en privé domein zouden verstoren.⁴⁵ Amusement verplaatste zich zo van de publieke bioscoop naar de privésfeer van de eigen huiskamer. Gevreesd werd dat televisie de gang van zaken in het dagelijks leven aantastte, waardoor het huishouden niet efficiënt kon functioneren en met verwoestende effecten op gezinsrelaties.⁴⁶ Silverstone onderschreef dat: ‘The dimension of the home that involves positive feelings of security and belonging are both challenged and reinforced by a medium that brings the World into the interior. New media (...) are threatening, and television is something that has to be controlled.’⁴⁷

Vanuit de dagbladen werd televisie tijdens de beginjaren in de pers voornamelijk gezien als een medium gericht op human interest, zonder grote actualiteitswaarde en daarmee zonder grote impact op de nieuwsmedia en journalistiek.⁴⁸ Dit kan verklaren waarom bij de dagbladen in de beginjaren van de televisie nauwelijks concurrentiegevoelens lijken te spelen. Het nieuwe medium werd volgens Wijffes niet beschouwd als serieuze journalistiek: ‘Televisiejournalistiek was eerder een illustratie dan informatie; een praatje bij een leuk plaatje maar voor de openbare meningsvorming irrelevant.’⁴⁹

Televisie en sport

Pas vanaf eind jaren 1950 begon televisie de huiskamer te veroveren. De populariteit van sportuitzendingen, voetbal in het bijzonder, was hierbij een belangrijke katalysator.⁵⁰ In oktober 1959 keken vier miljoen Duitsers, twee miljoen Nederlanders en een miljoen Belgen naar de interland tussen Duitsland en Nederland. Nooit eerder was een voetbalwedstrijd zo massaal bekeken.⁵¹ In 1965 trok een Europacupduel tussen Feyenoord en Real Madrid een kijkdichtheid van liefst 89 procent.⁵² Ook *Sport in Beeld*, het sportprogramma van de NTS waarin ook

fragmenten van competitiewedstrijden te zien waren, was enorm populair met een kijkdichtheid van meer dan 50 procent in 1965.⁵³ Zo zorgden voetbal en andere sportevenementen voor een toenemende populariteit van het medium met een aanzuigende werking op de verkoop van televisietoestellen.⁵⁴

In 1964 had meer dan de helft van de Nederlandse huishoudens een toestel in huis en vier jaar later was dit percentage bijna tachtig procent.⁵⁵ Ook de publieke opinie was stukken positiever.⁵⁶ Socioloog C.J. Lammers maakte in 1961 een samenvatting van Nederlandse en buitenlandse onderzoeken naar televisie. Zijn conclusie was dat alle bange vermoedens over televisie van de jaren vijftig niet werden bevestigd. Van gezinsontwrichting, passiviteit en 'geestelijke ontredding van de jeugd' was geen sprake.⁵⁷

In deze periode begon televisie zich in vorm en inhoud ook steeds sterker te onderscheiden van andere media, zoals radio en film.⁵⁸ Het werd steeds duidelijker dat door de combinatie van liveness en visualiteit televisie het ervaringsmedium bij uitstek was en het dichtst op de actualiteit zat.⁵⁹ Zeker met betrekking tot sportevenementen leidde de uitzendingen tot enthousiasme bij de kijkers thuis, die de televisie leken te beschouwen als een 'transparant' medium.⁶⁰ De televisie gaf hen het gevoel zelf bij het evenement aanwezig te zijn. Wijfjes en Smulders benadrukken het belang van live-uitzendingen, die 'de kijker een gevoel van gelijktijdigheid [geeft], dat hem ervan moet overtuigen niets van de wedstrijd te hoeven missen. Ook het overzicht uit de lucht van het strijdtoneel, waarmee grote sportreportages vaak beginnen, suggereert dat de televisiekijker ter plaatse is en het spektakel zelf kan meemaken.'⁶¹ Televisie probeerde een zo direct mogelijke ervaring na te bootsen, zodat de kijker bijna vergat dat hij de wedstrijd via een scherm in zijn eigen huiskamer volgde.

Daarmee werd televisie steeds serieuzer genomen en werd het door andere media als geduchte concurrent beschouwd.⁶² Van Vree schrijft dat de verhouding tussen de verschillende media steeds vaker onderwerp van discussie werd: 'Er verschenen verontrustende beschouwingen over de 'zuigende werking' van televisie, niet alleen in termen van aantrekkingskracht op lezers respectievelijk kijkers, maar vooral ook op adverteerders. In de directiekamers volgde men met argusogen de ontwikkelingen in de VS, waar kranten en televisiestations een heftige concurrentiestrijd uitvochten.'⁶³

Sportorganisaties en clubs zagen de komst van televisie ook met argwaan tegemoet. De angst was dat sport via de televisie beter gevolgd zou kunnen worden dan in het stadion en daarmee de

kaartverkoop ernstig zou kunnen schaden. Waar de stadionbezoeker de wedstrijd maar vanuit één specifiek standpunt kan volgen, gebruikte televisie meerdere camera's en close-ups om de actie zo goed mogelijk in beeld te brengen. Bovendien voegde televisie een commentator toe die de ontwikkelingen op het veld duidde en voor het gemak ook de namen van de spelers noemde.⁶⁴ Ondanks dat onderzoek duidelijk maakte dat dit geenszins een negatieve invloed had op stadionbezoek, bleven deze zorgen bij de KNVB bestaan die op allerlei manieren probeerde voetbalverslaggeving te beperken of enkel tegen betaling toe te staan.⁶⁵

Methodes

Gedigitaliseerde krantenarchieven maken het mogelijk om grote hoeveelheden materiaal systematisch te doorzoeken.⁶⁶ In Nederland bevat het digitale krantenarchief van de Koninklijke Bibliotheek de historische edities van een groot aantal nationale, provinciale en koloniale dagbladen. Om een zo nauwkeurig mogelijk beeld te krijgen van het discours over televisie, maken alle landelijke en provinciale Nederlandse dagbladen, die raadpleegbaar zijn via Delpher, de interface van het digitale archief van de KB, onderdeel uit van de analyse. Dit betreft voornamelijk artikelen uit *De Telegraaf*, het *Algemeen Handelsblad*, *Het Vrije Volk*, *De Volkskrant*, *Het Parool*, *Trouw*, *De Tijd* en in mindere mate uit de *Leeuwarder Courant*, het *Nieuwsblad van het Noorden* en het *Limburgsch Dagblad*.

Hierin is gezocht op een combinatie van de trefwoorden 'voetbal' en 'televisie' tussen 1950 en 1980. In dit tijdvak groeide de televisie uit van een experimentele techniek tot een dominant massamedium. Als beginpunt is gekozen voor het jaar 1950, waarin Philips voor het eerst experimenteerde met de al eerder aangehaalde voetbalwedstrijd tussen PSV en Eindhoven. Het jaar 1979 geldt als eindpunt van dit onderzoek. In dat jaar sloten de NOS en de KNVB namelijk een driejarig akkoord over de uitzendrechten en werd na een jarenlange strijd een voorlopige status quo bereikt. Bovendien verschuift dan, op basis van het geanalyseerde materiaal, het discours in de dagbladen van reflectie op de rol van televisie naar een discussie over toenemende commercialisering in de sport. De gehanteerde zoekcriteria zijn breed gehouden om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van het discours. Dat betekent dat de dataset bestaat uit nieuwsberichten, beschouwingen, interviews, televisierecensies, hoofdredactionele commentaren en columns. Het resulteerde in 748 krantenartikelen over voetbal op televisie die zijn onderworpen aan een discoursanalyse.

Vertrekkend vanuit de assumptie dat het debat over de aard van televisie (-verslaggeving) en sport gevoerd wordt vanuit onderliggende ideologische opvattingen over de rol van televisie, journalistiek en sport en hun impact op de samenleving, is discoursanalyse een passende methode om onze onderzoeksvraag te beantwoorden. Discoursanalyse is gestoeld op het uitgangspunt dat taal niet neutraal is, en blijk geeft van machtsverhoudingen en daarmee nauw verbonden ideologische perspectieven op de samenleving. Talige uitingen, discoursen of vertogen, spelen een actieve rol in het vormgeven van de sociale werkelijkheid en ons perspectief op de wereld. Juist hierom is discoursanalyse bij uitstek geschikt om het debat omtrent een nieuw medium als televisie in kaart te brengen, en de machtsposities en ideologische perspectieven die ten grondslag liggen aan dat debat bloot te leggen. De kwalitatieve en interpretatieve aard van discoursanalyse maakt het daarnaast mogelijk om recht te kunnen doen aan de impliciete aard en complexe wijze waarmee dergelijke normatieve opvattingen in taal worden verrat.⁶⁷

Op basis van deze methodologische benadering is de dataset in verschillende analyserondes op inductieve wijze geanalyseerd.⁶⁸ Met het kwalitatieve analyseprogramma Atlas.TI is eerst ieder artikel geanalyseerd op manifeste categorieën zoals krantentitel, publicatiejaar en het genre van een artikel. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen nieuwsberichten en tekstsoorten die meer beschouwend van aard zijn. Dit betreft de hoofdredactionele commentaren, columns en televisierecensies. Met name deze artikelen vormen het fundament van de analyse van dit onderzoek. Verder is er in deze geanalyseerd welke evenementen en gebeurtenissen, alsmede personen en (sport)organisaties aan bod komen in de artikelen.

In volgende analyserondes zijn de artikelen vervolgens geanalyseerd op basis van de thematische en theoretische focus van het onderzoek. Hierbij is bijvoorbeeld specifiek gelet op concurrentie tussen media, televisie als concurrent bij kaartverkoop, televisie als reclame voor sport, en of er sprake is van een positieve dan wel negatieve reactie op de opkomst van televisie. In een laatste analyseronde is het materiaal vervolgens nogmaals geanalyseerd en zijn dominante thema's en patronen in het materiaal vastgesteld. Vervolgens zijn deze geïnterpreteerd aan de hand van ons theoretisch kader en historische studie, om de gevonden discoursen te contextualiseren.

Voetbal op televisie: een nieuw fenomeen

Niet alleen voor voetbalsupporters uit Eindhoven is 15 september 1950, de dag van de stadsderby tussen PSV en Eindhoven, een spannende dag, maar ook voor de technici van Philips die zich

opmaken voor de allereerste Nederlandse televisiereportage in de buitenlucht.⁶⁹ Hoewel zij uit angst voor mislukking eigenlijk niet wilden dat journalisten mee zouden kijken naar het experiment, waren er enkel lovende reacties in de pers.⁷⁰ Net als bij de eerste radio-uitzending van een voetbalwedstrijd in 1928, werd gesproken van een geslaagd experiment en kregen de makers vooral lof toegezwaaid. Uit vrijwel niets bleek dat de komst van televisie gepaard ging met angst voor concurrentie. Alleen het *Algemeen Handelsblad* bracht deze thematiek terloops ter sprake maar sprak juist tegen dat televisie een geduchte concurrent voor de krant zou zijn:

Het is (...) onze stellige indruk, dat de sport van televisie geen kwaad heeft te duchten, evenmin als de vrees gerechtvaardigd is gebleken, dat de radio de kranten, de concertzaal of de grammofoon nadeel zou berokkenen. De ervaring heeft geleerd, dat wie het nieuws uit de omroep heeft vernomen, het later des te gretiger nog eens in zijn krant wil lezen. (...) En velen, die zich nu vergenoegen met een ooggetuigenverslag van een wedstrijd uit de luidspreker, zullen die wedstrijd nu ook op het beeldscherm van hun televisieontvanger willen volgen. Neen, televisie zal de belangstelling voor sport verwijderen!⁷¹

Het *Algemeen Handelsblad* beschouwt televisie daarmee juist als iets dat ook voor hen profijtelijk kan zijn. Voetbal op televisie zou de belangstelling voor de balsport alleen maar vergroten, en dat zou de krantenverkoop kunnen doen stijgen.

De euforie dat ook Nederland binnenkort zou beschikken over dit ‘wonderbaarlijke fenomeen’ overheerste. Duidelijk komt naar voren dat televisie als iets verbazingwekkends - *amazement* in termen van Van Driel - wordt gekarakteriseerd, waarbij de nadruk lag op de kwaliteit van de technologie. Het was vooral de uitstekende beeldkwaliteit die de aanwezigen verbaasde. Tijdens de wedstrijd werd bijvoorbeeld overduidelijk hands gemaakt door een PSV-speler. Het ontging de scheidsrechter en ook de aanwezigen op de tribune hadden het niet gezien. De televisiekijkers konden het wel duidelijk waarnemen op toch een bescheiden scherm. Een journalist van de *Nieuwe Courant* vroeg zich daarom af of het niet handig zou zijn om in de toekomst een extra scheidsrechter bij een televisiescherm te plaatsen.⁷² Ook *Het Vrije Volk* was verbaasd over de scherpe beelden en was vol lof over de manier waarop technici de wedstrijd in beeld brachten:

Waar de bal was, ging de camera. Vloog het spel naar de andere hoek van het veld, dan ging de camera mee, de tele-lens trok het beeld naar voren. Soepel vloeiden scènes in elkaar over. Eigenlijk leek het precies of een goede film van de wedstrijd werd vertoond.⁷³

Deze en latere voetbalreportages op televisie leidden tot zeer positieve geluiden van bijvoorbeeld het *Algemeen Handelsblad*: ‘Het is een groot voorrecht dat televisie ons in staat stelt zulke gebeurtenissen rustig in onze huiskamer te volgen, dus zonder verplaatsing en zonder betaling van het entreegeld.’⁷⁴

Naast de euforie was er ook kritiek op de eerste uitzendingen. Die hadden voornamelijk betrekking op de technologische beperkingen: omdat de wedstrijd in zwart-wit werd uitgezonden, was het voor de televisiekijkers moeilijk om de teams van elkaar te onderscheiden.⁷⁵ Daarnaast was het camerawerk niet even sterk bij elke wedstrijd en was het soms lastig om de bal te volgen; het inschatten van de afstand tussen bal en doel werd beschouwd als lastig en vermoeiend voor de kijkers, waardoor de televisie-ervaring soms tegenviel.⁷⁶ *De Telegraaf* trok een stevige conclusie: ‘Het is aan de technici om te onderzoeken of en zo ja, hoe al deze bezwaren uit de weg geruimd kunnen worden. Zolang zij daarin niet zijn geslaagd zijn uitzendingen als deze interessant, maar niet meer dan dat.’⁷⁷

Daar komt bij dat het medium nog op zoek was naar een passende manier van verslaggeving. Met name het commentaar tijdens de wedstrijd kon op kritiek rekenen. De commentatoren waren veelal afkomstig van de radio en gewend hiervoor verslag te doen. Verslag doen bij een televisiewedstrijd bleek echter wezenlijk anders. Commentatoren moesten wennen aan het feit dat de mensen thuis de wedstrijd ook zagen.⁷⁸ Dat bleek ook in 1955 toen *De Telegraaf* hard oordeelde over Dick van Bommel: ‘Deze kon zijn mond niet houden en demonstreerde een volkomen verkeerde opvatting van de taak van de TV-commentator. Hij naderde het ratelende radioverslag, vertelde telkens dingen, die iedereen op het scherm al lang en beter had gezien.’⁷⁹ Zelfs het commentaar tijdens de interland tussen Nederland en Zweden van 14 mei 1952 dat al veel soberder was volgens NRC, kon nog rekenen op kritiek.⁸⁰ *De Tijd* schreef: ‘[D]it commentaar [had] o.i. nog iets soberder kunnen zijn. Wanneer het beeld duidelijk laat zien dat het spel “pietepeuterig” is, “opengegoid” moet worden, dan kan de kijker dit zelf wel constateren.’⁸¹

Dezelfde interland maakte wel duidelijk dat televisie een potentiële publiekstrekker was. Tienduizenden mensen verdrongen zich voor etalageruiten van elektronikawinkels en in cafés om

maar een glimp van de wedstrijd op te kunnen vangen.⁸² Desalniettemin, bleef het aantal mensen dat bereid was om een televisietoestel aan te schaffen aanvankelijk klein. Samen met de genoemde technologische beperkingen en kritiekpunten biedt dit een verklaring voor de afwezigheid van kritische geluiden in de krant die sportverslaggeving op televisie als een bedreiging beschouwde voor hun eigen positie en verslaggeving.

De ontwikkeling en professionalisering van voetbalverslaggeving op televisie

Begin jaren zestig steeg het aantal televisietoestellen in Nederland tot één miljoen. Hiermee nam ook de aandacht voor voetbal verder toe. Het bleek een ideale kijksport die door het publiek massaal werd omarmd.⁸³ De Nederlandse voetballiefhebbers zagen televisievoetbal inmiddels als een vanzelfsprekendheid waar ze recht op hadden. Interlands van Oranje en WK-wedstrijden trokken steevast een miljoenenpubliek.⁸⁴ Toen Feijenoord in 1963 de halve finale van het Europacup-toernooi bereikte, stond zo'n beetje het hele land op zijn kop. Het bleek een voorbode van de opmars van het Nederlandse (club)voetbal. In 1969 wist Ajax de finale van het toernooi voor Europese landskampioenen te bereiken, maar moest uiteindelijk toch het hoofd buigen voor AC Milan. De daaropvolgende vier jaar stonden echter bol van de successen: in 1970 won Feijenoord de Europacup I en vanaf 1971 was Ajax goed voor drie eindzeges op rij. Met Willem van Hanegem, Johan Crujff, Piet Keizer en Coen Moulijn reikten de bomen voor het Nederlands voetbal tot in de hemel. Het resulteerde in 1974 in het behalen van de WK-finale, die met 1-2 werd verloren van gastland West-Duitsland.⁸⁵ Daarmee groeide ook televisievoetbal uit tot een populair massaproduct.

Al in 1958 werd de verslaggeving van het wereldkampioenschap in Zweden bijvoorbeeld vol lof beschreven door het *Algemeen Handelsblad*: 'de reportages van het wereldtoernooi hebben het diploma cum laude verschaft.'⁸⁶ *De Tijd* noemde het WK zelfs een 'geweldige stimulans voor het nieuwe medium.'⁸⁷ En de televisierecensent van *De Telegraaf* schreef dat de televisie weer heel wat 'goodwill' had gekweekt en dat het medium toch nog altijd iets 'van tovenarij [blijft] behouden.'⁸⁸ Dit bleef de teneur in de jaren daarop, ook toen kleurentelevisie zijn intrede deed.

In 1968 werd er voor het eerst een wedstrijd in kleur uitgezonden op de Nederlandse televisie. Aan De Klassieker tussen Ajax en Feyenoord, die helemaal was gefilmd en 's avonds in kleur op het scherm werd gebracht, werd door de dagbladen volop aandacht besteed. In de *Leeuwarder Courant*, het

Algemeen Handelsblad en *de Volkskrant* werd enthousiast geschreven over het beeldverslag.⁸⁹ In de woorden van televisierecensent Nico Scheepmaker van de *Leeuwarder Courant*:

De vraag of het televisiebeeld wint in kleur hoeft al nauwelijks meer beantwoord te worden. Het bleek ook gisteren weer toen de NTS opnieuw een televisiemijlpaaltje bereikte en voor het eerst een voetbalwedstrijd in kleur uitzond. Vergeleken bij het zwart-witbeeld was het kleurenbeeld vooral duidelijker, niet zozeer door grotere scherpte, maar doordat de spelers beter herkenbaar waren.⁹⁰

De Volkskrant merkte ook nog op dat: ‘de sfeer (...) directer over[komt].’ Dat voetbal in kleur werden uitgezonden, leek dus gevolgen te hebben voor de mate van *immediacy* die de televisiekijker ervoer. Een uitzending kwam nog dichterbij de stadionervaring. Televisievoetbal in kleur werd als natuurgetrouwer omschreven, waarbij ook de sfeer in het stadion (vaak gezien als een gebrek van televisie) ‘directer’ en dus beter voelbaar was volgens *de Volkskrant*.⁹¹

Maar ‘kleur’ bleek ook nog wel even wennen en werd niet door iedereen gelijk als toegevoegde waarde beschouwd. *Het Vrije Volk* schreef bijvoorbeeld dat het zeer vermoeiend was: ‘Er is (...) zoveel méér te zien. Er is méér diepte in het beeld, de kwaliteit van de grasmat is beter te beoordelen en de blik wordt sneller van de voetballers afgeleid door een figuur in een helgeel zeiljack op de tribune.’⁹² *Het Nieuwsblad van het Noorden* karakteriseerde de ervaring als ‘een aardige belevenis’, maar de recensent zag de noodzaak niet in: ‘Daarvoor zijn kleuren te veel een bijkomstigheid.’⁹³ Ook *De Tijd* was daarom niet onder de indruk en noemde de beelden ‘weinig overrompelend.’⁹⁴

De positieve, maar soms ook kritische ontvangst zou te maken kunnen hebben met het feit dat de techniek in 1968 nog niet volledig uitgekristalliseerd was. Zo werden de spelers van Ajax op televisie achtervolgd door een blauw waas en die van Feyenoord omgeven door een rood aureool.⁹⁵ Dit werd met de tijd beter door de technologische ontwikkelingen, maar de kranten waren in eerste instantie in ieder geval niet dusdanig onder de indruk dat ze met de intrede van kleur een sterkere concurrentie van de televisie leken te verwachten.

Voetbalverslaggeving op gezette tijden

Hoewel sport scoorde op de Nederlandse televisie duurde het tot 1957 voor er een vaste sportrubriek op televisie kwam. In september van dat jaar startte AVRO's Sportpanorama die ‘actualiteiten, problemen, wetenswaardigheden en beschouwingen op het gebied van sport en lichamelijke

opvoeding' uitzond. Het programma werd echter slechts eenmaal per maand uitgezonden. Dit gold ook voor KRO's Van Onze Sportredacteur dat een jaar later begon.⁹⁶ Beide programma's ontvingen enthousiaste recensies in de dagbladen, maar de grote honger naar sportverslaggeving op televisie werd hiermee allerm minst gestild.⁹⁷ Er werd bovendien slechts mondjesmaat aandacht besteed aan Nederlands voetbal. Van echte concurrentie voor de dagbladpers was in die zin nog geen sprake.

De in de NTS samenwerkende omroepen kwamen in april 1959 met Sport in Beeld, dat iedere zondagavond zou worden uitgezonden. Naast andere sporten, toonde dat programma korte flitsen van de competitiewedstrijden.⁹⁸ Hoewel de eerste uitzending op technisch vlak niet vlekkeloos verliep, was het oordeel van de dagbladen positief.⁹⁹ Net als Sportpanorama en Van Onze Sportredacteur werd het programma een aanwinst genoemd. Volgens *de Volkskrant* praatte presentator Jan Cottaar 'moedig over de gapingen' heen en concludeerde dat het programma 'een aantrekkelijk nieuw stuk nieuwsvoorziening' was.¹⁰⁰

Alleen het *Nieuwsblad van het Noorden* oordeelde vernietigend: 'Alle begin is moeilijk, maar de eerste uitzending was dan ook maar zeer matig. Nog afgezien van enkele technische onvolkomenheden (...) werd er veel te veel aandacht besteed aan competitiestanden (...) aan de hand van (slordig) getypte velletjes, die voor de kijkers vrijwel onleesbaar waren.' Om af te sluiten met een duidelijk statement: 'Jan Cottaar zei tot slot dat hij en zijn medewerkers veel plezier aan deze uitzending hadden beleefd. We hopen dat de kijkers de volgende week hetzelfde kunnen zeggen.'¹⁰¹

Dit was echter een uitzondering op de regel. De positieve toon bleef ook hierna de boventoon voeren. Zo merkte *Het Vrije Volk* in september 1959 op dat het niveau van het programma behoorlijk was gestegen. Een jaar later schreef *Het Parool* dat Sport in Beeld heeft afgerekend met de kinderziekten en nu een 'aantrekkelijke overzichtrubriek' was.¹⁰² Dat nam niet weg dat het programma gebrekkige middelen en ondersteuning ter beschikking had. Zo waren er maar drie cameramensen ter beschikking om alle sportevenementen te verslaan, waarbij een voetbalwedstrijd eigenlijk niet fatsoenlijk met slechts één camera in beeld gebracht kon worden. Daarmee bleef de verslaggeving op televisie nog enige tijd een weinig serieuze krant van de dagbladpers. Zo schrijven Wijffjes en Smulders dat er zelfs eind jaren 1960 als het programma inmiddels Studio Sport heet nog stevig geklaagd wordt over het gebrekkige 'professionele gehalte' ervan.¹⁰⁵

Al met al blijft de dagbladpers ook na de beginjaren van televisie als het medium is omarmd in de samenleving en er een miljoenenpubliek is ontstaan voor voetbal overwegend positief over sport op televisie en wordt er in de krant met geen woord gerept over een potentiële dreiging van televisie

voor de dagbladpers. De grootste weerstand gedurende de gehele periode kwam niet zozeer van de geschreven pers, maar veeleer van de KNVB en de voetbalclubs. De positie die de dagbladen kozen in dit debat biedt verder bewijs dat de kranten sportverslaggeving op televisie niet als bedreiging leken te zien.

Televisieregistratie en de belangen van het publiek

De groeiende populariteit en de veelal lovende geluiden over de voetbalregistraties op televisie wekten de zorgen bij de KNVB en de voetbalclubs. Zouden supporters nog wel een kaartje kopen als zij de wedstrijd ook gratis vanuit hun luie stoel konden volgen? De KNVB deed verwoede pogingen om de populariteit van televisie te traineren door voorwaarden te stellen aan uitzending van interlands of uitzending zelfs helemaal te verbieden. Zo mocht de interland tussen Nederland en België op 25 november 1951 niet rechtstreeks uitgezonden worden van de KNVB en konden er pas twee dagen na de wedstrijd fragmenten getoond worden.¹⁰⁴ In 1953 kwam het opnieuw tot een conflict toen de NTS een interland tegen Denemarken rechtstreeks wilde uitzenden. De voetbalbond gaf toestemming, op voorwaarde dat de wedstrijd volledig uitverkocht zou zijn en er vijfhonderd gulden voor de uitzendrechten zou worden betaald. Volgens de KNVB leerde de ervaring uit het buitenland dat ‘het bezoek aan interlandwedstrijden nadeel ondervindt van tv-uitzendingen (...) als gevolg waarvan een rechtenvergoeding in principe noodzakelijk is.’¹⁰⁵ De NTS weigerde principieel te betalen voor het recht om een voetbalwedstrijd live uit te mogen zenden, temeer omdat de KNVB geen garantie af wilde geven dat het bedrag in de toekomst niet verhoogd zou worden.¹⁰⁶ De wedstrijd zou uiteindelijk niet uitgezonden worden.

Tussen 1950 en 1956 kwam deze problematiek regelmatig terug en telkens namen de dagbladen dezelfde stelling in: de KNVB onthield de Nederlandse voetballiefhebbers ten onrechte hun pleziertje omdat financiële belangen prevaleerden. Zo schreef *Het Vrije Volk* in 1953:

Financiële schade lijdt de Voetbalbond niet. Het Stadion is vol, de NTS betaalt de plaatsen die men inneemt. Het enige wat nu bereikt wordt is, dat duizenden sportliefhebbers, die toch in het Stadion geen plaats kunnen vinden, het televisieverslag onthouden wordt. Het lijkt ons in strijd met het belang, dat de KNVB hoort te behartigen: het dienen van de sport.¹⁰⁷

De Telegraaf toonde in 1951 nog wel begrip voor de angst van de KNVB en vond deze terecht - al was de krant het grondig oneens met het besluit de uitzending van Nederland - België te verbieden. In 1953 was dat begrip helemaal verdwenen en werd er op basis van Amerikaans onderzoek juist benadrukt dat televisie geen negatieve invloed op bezoek aan sportwedstrijden had.¹⁰⁸ Alleen in de beginperiode zou de televisie voor minder toeschouwers zorgen, maar op langere termijn zou juist sprake zijn van een toename; iets dat het CBS begin jaren zestig kon bevestigen.¹⁰⁹ *De Telegraaf* concludeerde: 'De televisie is een publiciteitsmiddel - het machtigste dat er bestaat. En wie uit vrees of kortzichtig winstbejag dit prachtige medium wil verbannen, voert een hopeloze strijd.'¹¹⁰ Met *De Telegraaf* betoogden verscheidene kranten dat de voetbalbond en clubs het nieuwe medium juist moesten omarmen. Juist omdat televisie één belangrijk aspect van het stadionbezoek, de sfeer op de tribune, nooit zou evenaren, zou de echte voetballiefhebber toch wel naar het stadion blijven komen.¹¹¹

De KNVB bleef zich echter verzetten tegen het uitzenden van interlands.¹¹² Zoals in maart 1961 toen de bond zijn eerdere fiat voor de uitzending van een interland tussen Oranje en België een paar dagen voor aanvang alsnog introk omdat het stadion bij lange na niet uitverkocht was.¹¹³ En ook een paar weken later visten voetballiefhebbers opnieuw achter het net bij Nederland tegen Mexico. Omdat tegen de afspraken in sommige dagbladen voorafgaand aan de wedstrijd hadden aangekondigd dat er fragmenten van de wedstrijd tijdens Sport in Beeld te zien zouden zijn, trok de KNVB de toestemming in.¹¹⁴

In het eerste geval kregen de Nederlandse voetballiefhebbers een reddingsboei toegeworpen uit onverwachte hoek: *De Telegraaf* besloot om de overgebleven zesduizend kaarten op te kopen en op die manier een televisie-uitzending alsnog mogelijk te maken. Het dagblad wierp zich daarmee op als belangenbehartiger van de Nederlandse voetbalkijker en maakte zich op niet mis te verstane wijze sterk voor televisievoetbal. De redactie werd daarop naar eigen zeggen overspoeld met enthousiaste dankbetuigingen. 'Het leverde ook vele nieuwe abonnees op (hartelijk welkom), iets dat toch niet in de eerste plaats de opzet van deze stunt is geweest.'¹¹⁵

Verreweg de meeste dagbladen spraken zich uit tegen de voetbalbond als deze weer eens een rechtstreekse uitzending van een voetbalwedstrijd dwarsboomde. Zij toonden zich daarmee solidair met hun collega's van de televisie en met hun eigen voetbalminnende publiek. Regionale dagbladen

als *De Leeuwarder Courant* en *Het Nieuwsblad van het Noorden* vonden bijvoorbeeld dat de wedstrijden van het Nederlands elftal ook buiten de Randstad te zien moesten zijn.

Door zo nadrukkelijk de wensen van hun eigen achterban te steunen - of in het uitzonderlijke geval van *De Telegraaf* zelfs mogelijk te maken - konden dagbladen goede sier maken bij hun lezers en zich opwerpen als hun belangenbehartiger. Zo schreef *De Waarheid* in 1966:

De NTS kan men (...) geen verwijt (...) maken, want meestal is het de KNVB, die een TV-uitzending verhindert uit vrees voor een vermindering van de recette. Vaak blijkt deze vrees ongemotiveerd maar bovendien is het een onredelijk argument. Men kan nu eenmaal niet verwachten, dat wanneer in Rotterdam een wedstrijd wordt gespeeld uit het hele land de voetbal-enthousiasten naar de Maasstad trekken (...).¹¹⁶

Juist in een periode waarin de televisie steeds meer kijkers wist te trekken, kon zo de loyaliteit van het lezerspubliek mogelijk vergroot worden. In de motivering van hun positie benadrukten de dagbladen dat de publieke belangen altijd boven financiële motieven moesten gaan; een argument dat goed paste bij de professionele waarden van de (dagblad-) journalistiek.¹¹⁷

Alleen *De Tijd* (en in iets mindere mate *Het Vrije Volk*) vormde een uitzondering; gedurende de jaren zestig schaarde deze krant zich meer dan eens achter het standpunt van de KNVB en de voetbalclubs. Zo schreef Ruud van den Hende dat vooral de groep voetballiefhebbers die nooit naar het stadion komt het hardst schreeuwde wanneer een wedstrijd niet op televisie kwam. Volgens hem was een oplossing voor de vermeende financiële schade die de voetbalwereld ondervond van de televisie nog altijd niet gevonden: 'Het zou wel eens kunnen zijn, dat de twee elkaar dusdanig bijten, dat er altijd één zal moeten bloeden. De televisie schiet er niets mee op, als op den duur slechts wonden likkende voetballers overblijven. Dan blijft niet alleen het scherm leeg, maar zal er ook geen voetbalshow meer zijn.'¹¹⁸

De discussie over financiële genoegdoening voor de KNVB en de voetbalclubs intensiverde met de jaren als de financiële belangen ook groter werden. Hoewel de televisie niet expliciet als directe bedreiging besproken wordt, zien we dat de dagbladpers zich het sterkst positioneert ten opzichte van de televisieverslaggeving.

Betaald amusement of vrije nieuwsgaring?

Sinds begin jaren zestig waren de camera's van de NTS regelmatig te zien in de Nederlandse voetbalstadions. De filmopnamen werden gemonteerd tot samenvattingen van maximaal drie minuten, die Sport in Beeld deden uitgroeien tot een succes. Dat was voor de KNVB reden om een financiële vergoeding te vragen voor de uitzendrechten. De NTS weigerde echter te betalen en beriep zich op het recht van vrije nieuwsgaring, die volgens internationale wetgeving garandeerde dat er niet betaald hoefde te worden voor nieuws.¹¹⁹

Twistpunt was of voetbal gezien moest worden als nieuws of amusement. De NTS betoogde dat op voetbal geen auteursrecht zat en er daarom sprake was van vrijheid van nieuwsgaring. De KNVB erkende dit niet en wilde dat de omroep financieel over de brug kwam. Pas voorafgaand aan het seizoen 1966-1967 bereikten de KNVB en de NTS een akkoord over een betaling van 250.000 gulden voor het uitzendrecht van drie ruime samenvattingen (maximaal een kwartier) en flitsen van drie wedstrijden (maximaal drie minuten).¹²⁰

Hoewel werd afgesproken dat er ieder jaar opnieuw onderhandeld moest worden, bleef de prijs tot 1970 250.000 gulden. Dat de NTS (inmiddels omgedoopt tot de NOS) geld betaalde voor de uitzendrechten, werd door journalisten van *De Tijd* en de *Leeuwarder Courant* met argusogen bekeken. In beide dagbladen verschenen in de zomer van 1969 bezorgde hoofdredactionele commentaren. De overeenkomst werd belachelijk genoemd omdat deze ervan uitging dat het stadionbezoek geremd zou worden door televisie, terwijl de schrijvers juist overtuigd waren van het tegenovergestelde. De felle reacties kwamen ten dele voort uit de vrees dat de 'knieval' van de NOS zou namelijk wel eens grote gevolgen zou kunnen hebben voor de nieuwsgaring van dagbladen. *De Tijd* sprak de angst voor dit doemscenario uit:

Het laten betalen voor nieuws betekent een belemmering voor de vrije nieuwsgaring. Dat betekent op de eerste plaats dat aan de betalende televisie-journalisten met hun hele technische kraam faciliteiten dreigen te worden gegeven die de schrijvende pers dan gaat missen. Dat begint bij voetbal, slaat over naar de cultuur en voor men het weet staan de kranten op alle niveaus in de kou. Het is niet op de eerste plaats de taak van de KNVB om dat in te zien - domheid brengt hier zelfs geld in het laatje - maar van de televisieleiding zelf. Als televisie nu gaat profiteren van onvrije nieuwsgaring zet zij een stap op een verkeerde weg. Daar zullen straks alle media - ook televisie zelf - spijt van hebben, want vrije nieuwsgaring is

een algemeen belang dat men niet ‘een beetje’ kan beschadigen zonder het in levensgevaar te brengen.¹²¹

Het hoofdredactioneel commentaar waarschuwde met klem voor de gevaren van commercialisering van de nieuwsgaring; het verkopen van nieuws dat vrij beschikbaar zou moeten zijn. Waar zou deze ontwikkeling ophouden? Zouden clubs of spelers straks ook geen geld gaan vragen voor een interviewtje na afloop? Die angst was ook terug te vinden in de *Leeuwarder Courant*. Die achtte vercommercialisering van de sport een onafwendbare ontwikkeling, maar vond het daarom des te noodzakelijker om grenzen en normen vast te stellen. Dat de NOS toegaf aan de financiële eisen van de KNVB, werd door de Friese krant gezien als een ernstige grensoverschrijding, die de onafhankelijkheid van de nieuwsmedia in gevaar bracht:

Het betaalde voetbal probeert met alle middelen zijn uiterst moeilijke financiële positie te verbeteren en dat is zijn goed recht. De televisie begeeft zich hier echter als onafhankelijk nieuwsmedium op een heilloze weg. Zij gaat knoeien met het eerste geboorterecht van de nieuwsmedia: de vrije nieuwsgaring. Zij dreigt de vrijheid van nieuwsgaring van de andere media, die niet kunnen of willen betalen, te beperken.¹²²

Ondanks de waarschuwingen van de dagbladen bleef de NOS echter voldoen aan de overeengekomen financiële afspraken. In 1970 kwamen beide partijen echter lijnrecht tegenover elkaar te staan toen de voetbalbond de vraagprijs naar 750.000 gulden wilde verhogen. De NOS wilde niet meer dan 300.000 gulden bieden en toen half augustus nog steeds geen overeenstemming was bereikt, dreigde de Nederlandse voetballiefhebber de samenvattingen te moeten missen. De clubs kregen daarop van de KNVB de opdracht om geen televisieploegen het stadion binnen te laten. Aan dat verzoek werd echter lang niet overal gehoor gegeven. Sommige clubs lieten de cameramannen gewoon toe en anders kochten deze wel een toegangskaartje om vanuit het publiek de wedstrijd te filmen. Op deze manier hoopte de NOS het publiek te overtuigen dat de schuld van de ontstane situatie volledig bij de KNVB lag.¹²³

Op de krantenpagina's werd de confrontatie breed uitgemeten. Waar *De Tijd* zich in 1969 nog duidelijk uitsprak tegen het betalen voor de uitzendrechten, positioneerden de andere dagbladen zich een jaar later eerder in het midden en spraken zich vooral uit tegen het feit dat de Nederlandse

voetballiefhebber de dupe werd in deze centenkwesitie. Zo schreef *De Waarheid*: ‘De KNVB waant zich blijkbaar met haar recht tot verbod machtig genoeg om de NOS geld af te dwingen, daarbij gebruik makend van het feit dat het niet uitzenden van sport voor de televisie een onverkoopbare zaak is: de NOS op zijn beurt meent kennelijk zijn zin door te kunnen drijven voor de kijkers tegen de voetbalbond in het geweer te brengen.’¹²⁴

Ook de *Leeuwarder Courant* vond de argumentatie van beide partijen niet sterk. ‘De NOS niet omdat zij het vorige jaar zelf het principe der vrije nieuwsgaring schond [door akkoord te gaan met de vraagprijs van 250.000 gulden, MV/FH/MB] en de KNVB niet omdat zij nu uit die schending een slaatje probeert te slaan.’ Om vervolgens nogmaals af te rekenen met de bewering van de voetbalbond dat de televisie de clubs financiële schade zou berokkenen: ‘Het is een redenering die kant noch wal raakt, want die televisieflitsen stimuleren eerder de interesse.’¹²⁵ Het *Nieuwsblad van het Noorden* was eveneens kritisch op beide betrokkenen, maar ging wel mee in de redenering van de KNVB dat voetbal eerder als amusement dan nieuws gezien moest worden. In een hoofdredactioneel commentaar schreef het dat de NOS hoorde te betalen voor ‘een show’ van tweemaal drie kwartier, die miljoenen kijkers aan zich kon binden.¹²⁶

Hoewel er telkens een akkoord bereikt werd, bleef deze problematiek gedurende de jaren zeventig elke zomer terugkomen. Iedere keer vroeg de KNVB meer geld en wilde de NOS slechts hetzelfde bieden, waardoor het uitzenden van de samenvattingen in gevaar kwam.¹²⁷ De positie van de dagbladen bleef onveranderd: zij schaarden zich achter de wens van het publiek om voetbal op televisie te kunnen zien en riepen de NOS en KNVB op om snel tot overeenstemming te komen. Van Westerloo heeft de situatie gedurende de jaren zeventig treffend omschreven: ‘Het publiek en de pers maken beurtelings de voetbalbobo’s uit voor geldwolven en de omroepbazen voor krentenkakkers. Na twee competitieronden komt er dan wel weer een akkoord.’¹²⁸

Het akkoord kwam in 1976 niet zonder slag of stoot tot stand. Ditmaal had de KNVB het voorzien op de uitzendingen van het succesvolle radioprogramma NOS Langs de Lijn, waarin korte wedstrijdflitsen te beluisteren waren. Volgens de voetbalbond was dit de voornaamste oorzaak van de teruglopende bezoekersaantallen. Daarom werd nu ook om een bedrag gevraagd voor het recht om radio-uitzendingen te mogen verzorgen vanuit de stadions. De NOS weigerde echter ook maar een cent te betalen en beriep zich opnieuw op het recht op vrije nieuwsgaring. De omroepleiding liet weten dat het ditmaal niet om de centen ging, maar om journalistieke principes. Volgens de omroep werd internationaal nergens betaald voor radioflitsen. Ze bleef mede weigeren om andere sportorganisaties

niet op ideeën te brengen en doorwerking naar andere media te voorkomen.¹²⁹ Omdat ook de KNVB niet in wilde binden, besloot de NOS tot een totale boycot van het betaalde voetbal. Het betekende ditmaal dat zowel de kijkers als de luisteraars het zonderde samenvattingen dreigden te moeten doen.

Andermaal kwamen de dagbladen op voor de belangen van de Nederlandse voetballiefhebbers. *De Telegraaf* wijdde een hoofdredactioneel commentaar aan ‘het voortdurende geharrewar’ en sprak over een ingewikkeld en onoverzichtelijk conflict. Het dagblad deed een duidelijke oproep aan de ‘touwtrekkende’ partijen: ‘Hoezeer men begrip kan hebben voor de grote belangen die op het spel staan beide partijen dienen ervan doordrongen te zijn dat de kijkers en luisteraars nimmer de dupe mogen worden van hun geschillen. Van dit besef hebben zij tot nu toe weinig blijk gegeven.’¹³⁰ En ook *Het Parool* kwam expliciet op voor de belangen van het publiek:

Om het publiek gaat het. Radio en televisie zijn er ten behoeve van kijkers en luisteraars. Zonder publiek kunnen ze niet functioneren (...). Voor het betaalde voetbal geldt hetzelfde. (...) Als er nog een paar zinnige bestuursleden in de KNVB overgebleven zijn - maar dat is natuurlijk de vraag - dan proberen zij alsnog om met de NOS een globale overeenstemming te bereiken, op grond van het besef dat beide organisaties in hun functioneren in hoge mate van elkaar afhankelijk zijn en vooral van het besef dat zij beide een belangrijke publieke functie hebben.¹³¹

Het *Nieuwsblad van het Noorden* en de *Leeuwarder Courant* waren ongekend kritisch op de aandacht voor het voetbal in de media, waarmee er een eind kwam aan de jarenlange steun voor televisievoetbal. De *Leeuwarder Courant* schreef dat ‘de folkloristische krijgsdansen’ in de media ten onrechte allerlei andere en nuttiger zaken verdrongen. De Friese krant hekelde ook de opstelling van de NOS, die door de jaren heen meer dan eens een knieval had gemaakt voor de KNVB.¹³² Ook het *Nieuwsblad van het Noorden* vond dat de voetbalwereld de media in een houdgreep had en was kritisch op de bijdrage van de televisie hieraan:

Los van dit alles zou het een zegen zijn, als de televisie de hysterische begeleiding van het voetbal tot wat bescheidener proporties zou terugbrengen. Het zijn de communicatiemedia, die het begrip Koning Voetbal hebben doen ontstaan. Het begrip Uw Nederige Dienaar zou beter op het huidige voetbal passen. Als dat bewezen zou worden door voetbal een tijdlang van de tv te verbannen, zou er niets verloren zijn.¹³³

Het bijna rituele conflict tussen de NOS en de KNVB tastte de positieve visie op zowel de voetbalwereld als de televisieverslaggeving danig aan. Een hoofdredactioneel commentaar in de *Leeuwarder Courant* maakt dat goed duidelijk. Na een ironisch begin dat het Nederlandse volk de hoogmogende heren van de NOS en KNVB dankbaar mocht zijn dat dankzij ‘hun oneindige wijsheid en goedgunstigheid’ de voetballiefhebbers niet zonder samenvattingen kwamen te zitten, veroordeelt de krant de NOS dat zich met ‘huid en haar heeft verkocht aan het betaalde voetbal.’ De voetbalsport was in enkele decennia uitgegroeid tot een miljoenenonderneming, waarbij de publieksbelangen enkel een mediashow vormden om de financiële overwegingen te maskeren, aldus de *Leeuwarder Courant*: ‘Het is allemaal lariekoek: het ging gewoon om handel over miljoenen guldens voor de ogen van het publiek opgevoerd, maar over de hoofden van het publiek heen afgesloten.’¹³⁴

Al met al werd de KNVB als geldbelust afgeserveerd, maar werd ook de publieke omroep gediskwalificeerd als het gaat om het handhaven van de journalistieke principes. Impliciet zetten de dagbladen zich daarmee neer als het enige echte serieuze journalistieke medium - zonder dit met zoveel woorden te zeggen.

Conclusie

In dit artikel is onderzocht hoe en in hoeverre het metadiscours over voetbal en televisie in de dagbladen overeenkomt met het gangbare narratief in de mediageschiedenis. Hierin zouden de dagbladen een gevoel van concurrentie en rivaliteit ten toon hebben gespreid rond de opkomst van televisie als nieuw medium. Wat laat de discussie over sport op televisie in de geschreven pers zien over de eventuele strategische herpositionering van dagbladen die we op basis van *remediation* theorie van Bolter en Grusin, en Bourdieu’s veldtheorie zouden kunnen verwachten? En hoe positioneerden de Nederlandse kranten zich dan precies? Omarmden ze de nieuwe technologie of verzetten ze zich ertegen, en veranderde deze houding naarmate de sportjournalistiek op televisie zich ontwikkelde?¹³⁵

Eerder onderzoek naar de opkomst van televisie in Nederland en daarbuiten heeft, zoals we eerder bespraken, betoogd dat het nieuwe medium wel degelijk als een bedreiging gezien werd door de dagbladen, zeker toen het zich technisch en inhoudelijk verder ontwikkelde. Onze analyse laat daarentegen zien dat de dagbladen zich sinds de eerste voetbalwedstrijd op televisie in 1950 grotendeels positief opstelden ten opzichte van televisievoetbal. Het ging veeleer om *amazement* en

minder tot niet over *resistance*, om in termen van Van Driel te spreken.¹³⁶ Van veronderstelde gevoelens van concurrentie was geen sprake. Ondanks de technologische onvolkomenheden, had de beeldbuis iets magisch en bleef de te verwachten weerstand jegens televisie afwezig. Zelfs toen televisie uitgroeide tot een massamedium dat een miljoenenpubliek wist te trekken met voetbal, bleven de dagbladen een warm voorstander van televisiesport. De stunt van *De Telegraaf* om in 1960 alle nog beschikbare toegangskarten op te kopen om zo een televisie-uitzending van een Oranje-interland mogelijk te maken is in dat opzicht veelzeggend.

Wat kan deze solidariteit tussen televisie en dagblad op het gebied van de voetbalverslaggeving verklaren? Ten eerste lijkt eigenbelang een belangrijke rol te hebben gespeeld. Wanneer ze zich tegen sport op televisie keerden, zouden de kranten de lezer flink tegen zich in het harnas kunnen jagen. Door zich daarentegen achter de wensen van het publiek te scharen, konden zij zich positioneren als pleitbezorger van de voetballiefhebber – en daar mogelijkerwijs de positieve vruchten van plukken. Zo kon de loyaliteit van de lezer, die voor het nieuws nu ook bij de televisie terecht kon, worden versterkt. Dat *De Telegraaf* in 1960 er flink wat abonnees bij kreeg door de opkoopactie is daarvoor overtuigend bewijs. Daarnaast klinkt ook door in de krantencommentaren dat de opkomst en populariteit van de televisie niet te stuiten was; daarmee omarmden de kranten een nieuwe werkelijkheid waarin sport op televisie niet meer weg te denken was.

Wat een rol gespeeld kan hebben bij een dergelijke houding is enerzijds de ondergeschikte positie van sportverslaggeving in de kranten en anderzijds de slechts zeer geleidelijke professionalisering van de sportverslaggeving op televisie. In de verzuilde, naoorlogse jaren was sport niet het meest gezaghebbende onderwerp in de dagbladen, al gingen die uit concurrentieoverwegingen, en inspeland op de belangstelling van lezer, hieraan wel meer aandacht besteden. Zo groeide de redactionele aandacht voor sport van *de Volkskrant* en *De Telegraaf* tussen 1925 en 1965 van tussen de 7 à 10 procent naar een dikke 15 procent.¹³⁷ In lijn hiermee spendeerde de *Leeuwarder Courant* in 1953 nog 10,8 procent van haar redactionele kolommen aan sport, maar twintig jaar later was dat opgelopen tot 16,5 procent.¹³⁸ Sportjournalistiek stond echter in lager aanzien dan bijvoorbeeld politieke, economische of buitenlandverslaggeving. ‘Wie niets kan wordt journalist’, zei *Parool*-hoofdredacteur Herman Sandberg eens, ‘wie ook dat niet kan wordt sportjournalist.’¹³⁹ Daar kwam bij dat sportverslaggeving op televisie door een gebrek aan ervaring en middelen in journalistiek opzicht lange tijd niet in de schaduw kon staan van die in de kranten.

Het is dan ook tekenend dat de meest kritische geluiden met betrekking tot voetbalverslaggeving te horen waren zodra de televisie een centrale journalistieke norm overschreed door voor nieuwsgaring te betalen. Temeer omdat werd gevreesd dat hierdoor ook de vrije nieuwsgaring van de dagbladers op de tocht kon komen te staan. De sterk gecommmercialiseerde wederzijdse afhankelijkheid tussen televisie en sportwereld werd als een gevaar voor de vrije nieuwsgaring en journalistieke onafhankelijkheid gezien. Daarmee laat dit artikel zien dat de ontwikkeling van nieuwe media en de ontvangst daarvan door oude mediavormen niet automatisch teruggebracht kan worden tot concurrentie en rivaliteit. De geleidelijke professionalisering van de sportverslaggeving op televisie en de ambivalente status van televisievoetbal als amusement of journalistiek maakt de situatie ingewikkelder.

Overigens bewijst het feit dat de televisie nergens expliciet als bedreiging werd besproken, niet dat die concurrentiegevoelens er in het geheel niet waren. Een discoursanalyse laat niet zien in hoeverre er binnen de burelen van de dagbladen wel concurrentie werd gevoeld. Daar komt bij dat de bedrijfsmatige en de journalistiek kant van de krant in de loop van de besproken periode steeds meer van elkaar gescheiden raakten. Verslaggevers waren misschien minder met de concurrentiepositie van de krant bezig dan de uitgevers en hoofdredactie. De nadruk die in de verslaggeving van de kranten wordt gelegd op de publieke belangen die nooit ondergeschikt mogen worden aan de financiële belangen biedt ondersteuning voor deze gedachte. Archiefonderzoek naar discussies binnen krantenbedrijven en op redacties zou daarom interessant zijn. Ditzelfde geldt voor onderzoek naar de sportverslaggeving zelf. Waar we in dit artikel alleen het metadiscours over de opkomst van televisie in relatie tot voetbal hebben onderzocht, is een interessante vervolgvraag hoe de voetbalverslaggeving zelf veranderde in de kranten onder invloed van de opkomst van sport op televisie.

Notes

1. Ed van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen. De geschiedenis van de miljoenendans om de uitzendrechten van voetbalwedstrijden* (Nieuwegein : Arko Sports Media, 2004), 11; Paul van Liempt, *Een goed stel. Voetbalcommentatoren aan het woord*, (Amsterdam: Nijgh & Van Ditmar, 2005), 31-32.

2. Andreas Fickers. "The emergence of television as a conservative media revolution: Historicising a process of remediation in the post-war western European mass media ensemble," *Journal of Modern European History* 10, nr. 1 (2012): 49-75; Marshall McLuhan, *Mens en media* (Bilthoven: Ambo, 1971), 246-247.
3. Fickers, "The emergence of television," 59; Huub Wijfjes en Eric Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," in *Omroep in Nederland*, red. Huub Wijfjes (Zwolle: Waanders Uitgevers, 1994), 246; Jan Bank, "Televisie verenigt en verdeelt Nederland," in *Omroep in Nederland*, red. Huub Wijfjes (Zwolle: Waanders Uitgevers, 1994), aldaar 94 en 106.
4. Bank, *Televisie verenigt en verdeelt Nederland*, 94 en 106.
5. Frank van Vree, "Beroep: Journalist. Beeldvorming en professionalisering," in *Journalistieke cultuur in Nederland*, red. Jo Bardoel, Chris Vos, Frank van Vree en Huub Wijfjes (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2002), 163.
6. Van Vree, "Beroep: Journalist," 246-247.
7. McLuhan, *Mens en Media*, 246-247.
8. Sonja de Leeuw, Bert Hogenkamp en Andreas Fickers, *Een eeuw van beeld en geluid: cultuurgeschiedenis van radio en televisie in Nederland* (Hilversum: Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, 2012), 157.
9. De Leeuw, Hogenkamp en Fickers, *Een eeuw van beeld en geluid*, 156; Daniel Dayan en Elihu Katz, *Media Events: The live broadcasting of history* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992), 1-9.
10. Ruud Pauw, "Vijftig jaar sportjournalistiek in Nederland," in *Sportgeschiedenis in Nederland*, red. Wilfred van Buuren en Theo Stevens (Amsterdam: Stichting Historisch Platform en Stichting de Sportwereld, 1998), 67-78, aldaar 75.
11. Ruud Stokvis, "Sport en het Mediasysteem," in *Sportgeschiedenis in Nederland*, red. Wilfred van Buuren en Theo Stevens (Amsterdam: Stichting Historisch Platform en Stichting de Sportwereld, 1998), 79-95, aldaar 89.
12. Vincent Christiaan Alexander Crone, *De kwetsbare kijker: Een culturele geschiedenis van televisie in Nederland* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007), 44-47
13. Jay David Bolter en Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media* (Cambridge, MA: MIT Press, 1999), 19 en 44-46, 60.
14. Imar de Vries, "Mobiële telefonie: dromen van ideale communicatie," in *Digitale communicatie*, red. Hans van Driel (Amsterdam: Boom Onderwijs, 2005), 77.
15. Bolter en Grusin, *Remediation*, 60.
16. Pierre Bourdieu, "The Political Field, The Social Science Field, and the Journalistic Field," in *Bourdieu and the Journalistic Field*, red. Rodney Benson en Erik Neveu (New York: Polity, 2005), 29-47.

17. Marcel Broersma, "De transformatie van het journalistieke veld: discursieve strategieën en journalistieke vormen," *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 38, nr. 3 (2010): 268-271.
18. Bolter en Grusin, *Remediation*, 55.
19. Hans van Driel, *Digitaal Communiceren* (Amsterdam: Boom, 2001), 30-31; Hans van Driel, *Internet & Communicatie* (Rotterdam: Uitgeverij Media Business Press B.V., 1999), 16-17.
20. Van Driel, *Digitaal Communiceren*, 30-31.
21. Van Driel, *Digitaal Communiceren*, 41.
22. Van Driel, *Digitaal Communiceren*, 30-31.
23. Bryan Pfaffenberger, "Technological Dramas," *Science, Technology, & Human Values* 17, nr. 3 (1992): 282-312; Matt Carlson, "The Robotic Reporter. Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority," *Digital Journalism* 3, nr. 3 (2015): 416-431.
24. Gert Verschraegen, "Het Onzichtbare Medium," *De Witte Raaf* 91 (2001): 4-5.
25. Fickers, "The emergence of television," 60.
26. Van Driel, *Digitaal communiceren*, 42; Van Driel, *Internet & Communicatie*, 16-17; Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 248.
27. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 248; Ruud Stokvis, *Sport, Publiek en de Media* (Amsterdam: Aksant, 2003), 143; Fickers, "The emergence of television," 60.
28. Stokvis, *Sport, Publiek en de Media*, 143.
29. Crone, *De kwetsbare kijker*, 47.
30. Bank, "Televisie verenigt en verdeelt Nederland," 80; Fickers, "The Emergence of Television," 53.
31. Crone, *De kwetsbare kijker*, 71.
32. Crone, *De kwetsbare kijker*, 71 en 74-78.
33. "Nederland zag televisie Iedereen was opgetogen," *De Telegraaf*, 3 oktober 1951; "Eerste experiment op technisch hoog peil," *Het Parool*, 3 oktober 1951.
34. Liesbet van Zoonen, Jan Wieten en Babette van den Berg, "Het was niet bepaald een wereldwonder: de komst van televisie in het Nederlandse gezinsleven," in *Jaarboek Mediageschiedenis* 7, red. Karel Dibbets (Amsterdam: SDU Uitgeverij en Stichting Mediageschiedenis, 1995), 117-146, aldaar 122-123 en 140-141.
35. Frank Harbers, "Between Personal Experience and Detached Information" (Proefschrift, Rijksuniversiteit Groningen, 2014), 235-236.
36. Harbers, "Between Personal Experience," 236.
37. Van Zoonen, Wieten en Van den Berg, "Het was bepaald niet een wereldwonder," 122-123 en 140-141.

38. Van Zoonen, Wieten en Van den Berg, "Het was bepaald niet een wereldwonder," 140.
39. Crone, *De kwetsbare kijker*, 89; Eric Smulders, "Het glazen huis der openbaarheid.' Televisie in de jaren vijftig: de moeizame groei van een modern medium," in *Een stille revolutie? Cultuur en mentaliteit in de lange jaren vijftig*, red. Paul Luykx en Pim Slot (Hilversum: Verloren, 1997), 249-279, aldaar 252; Van Zoonen, Wieten en Van den Berg, "Het was bepaald niet een wereldwonder," 120.
40. Van Zoonen, Wieten en Van den Berg, "Het was bepaald niet een wereldwonder," 37.
41. Bank, *Televisie verenigt en verdeelt Nederland*, 78; Smulders, *Het glazen huis der openbaarheid*, 252-253.
42. Crone, *De kwetsbare kijker*, 71 en 91-94; Bank, *Televisie verenigt en verdeelt Nederland*, 77-78 en 92-93.
43. Van Zoonen, Wieten en Van den Berg, "Het was bepaald niet een wereldwonder," 132-133; Crone, *De kwetsbare kijker*, 92.
44. David Morley, *Television, Audiences and Cultural Studies* (Londen: Routledge, 1992), 238.
45. Morley, *Television, Audiences and Cultural Studies*, 238.
46. Lynn Spigel, *Make room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America* (Chicago: The University of Chicago Press, 1992), 2-3.
47. Roger Silverstone, *Television and everyday life* (Londen: Routledge, 1994), 28.
48. Crone, *De kwetsbare kijker*, 121-122; Huub Wijfjes, *Journalistiek in Nederland: beroep, cultuur en organisatie* (Amsterdam: Boom, 2004), 320-321.
49. Huub Wijfjes, "De Journalistiek van het Journaal. Vijftig jaar televisienieuws," *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 8 nr. 2 (2005): 7-29, aldaar 8.
50. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 248-249.
51. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 40.
52. "Feijenoord-Real trok 89% van de kijkers", *Trouw*, 24 november 1965.
53. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 47; "Feijenoord-Real."
54. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 248; Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 31; Ad van Liempt en Jan Luitzen, red., *De Geschiedenis van Studio Sport* (Amsterdam: L.J. Veen, 2009), 10.
55. Jan Bank, "Televisie in de jaren zestig," *BMGN: Low Countries Historical Review* 101, nr. 1 (1986): 52-75.
56. Bank, "Televisie verenigt en verdeelt Nederland," 88-89.
57. Bank, "Televisie verenigt en verdeelt Nederland," 89.
58. Wijfjes, *Journalistiek in Nederland*, 322; Jennings Bryant en Andrea M. Holt, "A Historical Overview of Sports and Media in the United States," in *Handbook of Sports and Media*, red. Arthur A. Raney en Jennings Bryant (Mahwah, NJ: LEA's communication series, 2006), 22-46, aldaar 32.

59. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 246.
60. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 266.
61. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 268.
62. Van Vree, "Beroep: Journalist," 163.
63. Van Vree, "Beroep: Journalist," 163.
64. Van Vree, "Beroep: Journalist," 267.
65. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 249.
66. Marcel Broersma, "Nooit meer bladeren. Digitale krantenarchieven en onderzoek naar journalistiek," *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 14, nr. 2 (2011): 29-55.
67. John Richardson, *Analysing newspapers: an approach for critical discourse analysis* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2006), 10-14, 76-77; Norman Fairclough, *Media Discourse* (Londen: E. Arnold, 1995), 1-20.
68. Een dergelijke gefaseerde benadering is geïnspireerd op de aanpak zoals die wordt gebruikt binnen Grounded Theory. Zie: Fijjje de Boer, "De Grounded Theory Approach: een update," *Kwalon: Tijdschrift voor Kwalitatief Onderzoek* 16, nr. 1 (2011): 25-33; Kathy Charmaz, *Constructing grounded theory. Introducing qualitative methods* (Londen: SAGE, 2014).
69. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 11; Henk van Gelder, "De regen op de bal zien vallen," *NRC Handelsblad*, 10 juni 2010; Van Liempt, *Een goed stel*, 31.
70. "Eerste proef met daglicht-televisie werd verrassend succes Televisie kan belangstelling voor sport in plaats van benadelen," *Algemeen Handelsblad*, 11 september 1950.
71. "Eerste proef met daglicht."
72. "Sport P.S.V. EINDHOVEN VOOR DE (PHILIPS) TELEVISIE", *Nieuwe Courant*, 12 september 1950.
73. "Sport P.S.V.."
74. "Televisie zet nieuwe stap op terrein der reportage. PHILIPS SCOORT 2-0", *Algemeen Handelsblad*, 8 januari 1951.
75. "Doelpunten in huiskamer prachtig te zien", *De Telegraaf*, 11 september 1950.
76. "Eindhoven-PSV op T.V. -scherm. Het beeld was minder scherp dan bij vorige ontmoeting," *Limburgsch dagblad*, 8 januari 1951; "EINDHOVEN-P.S.V. OP HET TELEVISIESCHERM. Interessant experiment maar nog gebreken," *De Telegraaf*, 8 januari 1951.
77. "EINDHOVEN—P.S.V. OP HET TELEVISIESCHERM," *De Telegraaf*, 8 januari 1951.
78. Zoals ook duidelijk wordt in de memoires van oud-voetbalcommentator ir. Ad van Emmenes: Ad van Emmenes, *Gouden Voetbaljaren: een halve eeuw sportjournalistiek* (Baarn: De Boekerij, 1975), 180-182.
79. "TV van gisteren In de mist," *De Telegraaf*, 1 december 1955.

80. "TV REIKTE SPORT DE HAND," *Algemeen Handelsblad*, 15 mei 1952; "Nederland-Zweden als kijkspel thuis Zwart broekje doet 't beter," *Het Vrije Volk*, 15 mei 1952.
81. "Televoetbal: goede beurt Het klopte precies met de radio!," *De Tijd*, 15 mei 1952.
82. Van Liempt, *Een goed stel*, 32-33.
83. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 40-41; Van Liempt, *Een goed stel*, 33.
84. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 40-41.
85. Van Liempt, *Een goed stel*, 41.
86. "ETHER-METER TWEE-EEN," *Algemeen Handelsblad*, 30 juni 1958.
87. "Radio en TV Radio in gebreke," *De Tijd*, 20 juni 1958.
88. "TELEVISIE-TOVENARIJ," *De Telegraaf*, 16 juni 1958.
89. "Kijk en luister Hoe was Ajax-Feyenoord in kleur?," *Leeuwarder Courant*, 11 maart 1968; "Voetballen in kleur, beter onderscheid," *De Volkskrant*, 11 maart 1968; "VOETBAL KREEG DIEPTE DOOR KLEUREN," *Algemeen Handelsblad*, 11 maart 1968.
90. "Kijk en luister."
91. "Voetballen in kleur, beter onderscheid."
92. "Voetbal in kleur zeer vermoeiend," *Het Vrije Volk*, 11 maart 1968.
93. "Gekleurd tv-voetbal wel aardig, géén 'noodzaak,'" *Nieuwsblad van het Noorden*, 11 maart 1968.
94. "Uitzending in kleur weinig overrompelend," *De Tijd*, 11 maart 1968.
95. "Voetballen in kleur, beter onderscheid."
96. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 250; Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 32; Van Liempt en Luitzen, *De Geschiedenis van Studio Sport*, 8-9.
97. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 250.
98. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 38.
99. "Tv-sportjournaal had strubbelingen in première," *De Volkskrant*, 6 april 1959.
100. "Tv-sortjournaal had strubbelingen."
101. "Sportcommentaar," *Nieuwsblad van het Noorden*, 6 april 1959.
102. "Uit de lucht gegrepen "Sport in beeld" in goede koers," *Het Parool*, 9 mei 1960.
103. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 250-254.
104. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 18-19.
105. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 23-24.

106. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 24.
107. "Commentaar," *Het Vrije Volk*, 03 maart 1953.
108. "K.N.V.B. en de televisie In Engeland wel uitzendingen (maar slechts van 2e helft)," *De Telegraaf*, 17 december 1951.
109. Wijfjes en Smulders, "Sport en omroep: een symbiose," 249.
110. "TV stimuleert belangstelling voor de wedstrijdsport," *De Telegraaf*, 9 maart 1953.
111. "ETHER-STETHOSCOOP Kortzichtig vér-zien," *Algemeen Handelsblad*, 7 april 1956.
112. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 38.
113. "NA DAGBLAD-STUNT: Holland-België vanavond tóch op televisie," *Algemeen Handelsblad*, 22 maart 1961.
114. "Bah!," *Algemeen Handelsblad*, 20 april 1961.
115. "Kijkers telefoneerden en stuurden telegrammen. Hartverwarmende reacties op de voetbaluitzending," *De Telegraaf*, 23 maart 1961.
116. "Pijnlijk," *De Waarheid*, 14 april 1966.
117. Harbers, *Between Personal Experience and Detached Information*, 243-249.
118. "VOETBAL OP HET SCHERM," *De Tijd/De Maasbode*, 12 december 1964.
119. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 41.
120. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 46.
121. "Vrijmoedig commentaar," *De Tijd*, 4 juli 1969.
122. "Sport en commercie," *Leeuwarder Courant*, 09 juli 1969.
123. Carel Enkelaar, *Ooggetuige: achterkanten van de media* (Den Helder: Holland Advertising, 1992), 446.
124. "Touwtrekken om centen tussen KNVB en NOS ten koste van de kijkers," *De Waarheid*, 13 augustus 1970.
125. "TEGENVORDERINGEN," *Leeuwarder Courant*, 18 augustus 1970.
126. "Commentaar Voetbal op t. v.," *Nieuwsblad van het Noorden*, 14 augustus 1970.
127. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 50.
128. Van Westerloo, *We hoeven er niet aan te verdienen*, 52.
129. "Geen flitsen van betaald voetbal op tv en radio," *Het Vrije Volk*, 24 juli 1976; "NOS wil geen voetbal op radio en tv," *NRC Handelsblad*, 24 juli 1976.
130. "Impasse," *De Telegraaf*, 3 juli 1976.
131. "Oorlog om voetbal," *Het Parool*, 29 juli 1976.
132. "KRIJGSDANSEN," *Leeuwarder Courant*, 26 juli 1976.

133. “Langs de lijn,” *Nieuwsblad van het Noorden*, 28 juli 1976.
134. “DANKBAAR PUBLIEK,” *Leeuwarder Courant*, 19 augustus 1976.
135. Bolter en Grusin, *Remediation*, 19 en 44-46, 60; Marcel Broersma, “De transformatie van het journalistieke veld: discursieve strategieën en journalistieke vormen,” *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 38, nr. 3 (2010): 267-275, aldaar 268-271.
136. Van Driel, *Digitaal Communiceren*.
137. Harbers, *Between Personal Experience and Detached Information*, 165, 245.
138. Marcel Broersma, *Beschaafde vooruitgang. De wereld van de Leeuwarder Courant, 1752-2002* (Leeuwarden: Friese Perse Boekerij, 2002), 419-420.
139. Ruud Stokvis, “Een genre in beweging. De ongemakkelijke verhouding tussen sport en journalistiek,” in: *Journalistieke cultuur in Nederland*, red. Jo Bardoel ea. (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2002), 191-207, aldaar 204.

Biographies

Mark Vallinga rondde zijn Master journalistiek af in 2017, waarna hij als onderzoeker verbonden was aan het door CLARIAH gesubsidieerde onderzoeksproject ‘Remediation in Sports News’ (ReSpoNs). In dat project combineerde hij digitale met traditionele geesteswetenschappelijke methoden om de ontwikkeling van de sportjournalistiek in de dagblad- en televisiejournalistiek te onderzoeken. Mark werkt op dit moment als journalist bij de Leeuwarder Courant.

Frank Harbers is als universitair docent verbonden aan het Centre for Media and Journalism Studies aan de Rijksuniversiteit Groningen. Hij doet onderzoek naar de historische ontwikkeling van journalistieke vorm en de professionele praktijk binnen Europa, met een specifieke interesse in de verhalende vormen van journalistiek. Daarnaast publiceert hij over journalistieke innovatie vanuit een historisch perspectief. In 2019 redigeerde hij samen met Huub Wijffjes de bundel *De Krant: Een cultuurgeschiedenis* (2019).

Marcel Broersma is hoogleraar media en journalistieke cultuur aan de Rijksuniversiteit Groningen en is directeur van het Centre for Media and Journalism Studies alsmede van de nationale onderzoeksschool voor Media Studies (RMeS). Zijn onderzoek richt zich op de huidige en historische transformatie van de journalistiek, veranderend mediagebruik en digitale geletterdheid, en digital humanities. Hij heeft veel gepubliceerd over de historische ontwikkeling van de journalistiek, de impact van sociale media op de journalistiek, en jongeren en hun nieuwsgebruik.

TMG Journal for Media History

Volume 26 No (2)/2023

DOI

<https://dx.doi.org/10.18146/tmg.779>

PUBLISHER

Netherlands Institute for Sound & Vision

COPYRIGHT

Each article is copyrighted © by its author(s) and is published under license from the author(s). When a paper is accepted for publication, authors will be requested to agree with the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.