



CONCERNVORMING IN HET CHRISTELIJKE LITERAIRE VELD

De toetreding van Uitgeverij Kok tot uitgeefconcern VBK

Masterscriptie Literair Bedrijf
Radboud Universiteit, Nijmegen
Lieke Hettema
Inleverdatum: 17 januari 2019

Voorwoord

De scriptie die voor u ligt is geschreven ten behoeve van de master Literair bedrijf die ik volg aan de Radboud Universiteit te Nijmegen. Tijdens deze master, waarmee ik in februari 2018 gestart ben, werd in de colleges en vakliteratuur vaak gesproken over de grote veranderingen in het literaire veld. Hierbij wordt meestal de periode voor de jaren '90 genomen als vergelijking, toen er nog sprake was van veel zelfstandige uitgeverijen. Met de commercialisering trad er schaalvergroting op in het literaire veld en ontstonden er grote uitgeefconcerns. De spanning die dit oplevert, mondt uit in een sfeer waarin gesproken wordt over de 'goede oude tijd' toen uitgeverijen nog zelfstandig waren en niet hoefden te luisteren naar een concernbestuur. Dit onderwerp had mijn interesse: in hoeverre heeft het toetreden tot een concern daadwerkelijk invloed op het zelfstandige aspect van een uitgeverij? Om dit te onderzoeken, ligt het voor de hand om een uitgeverij met een uitgesproken eigen karakter te nemen. Hier komt een tweede interesse van mij om de hoek: het christelijke literaire veld. De christelijke boekenmarkt opereert in een ander gebied dan de algemene markt, en is niet vaak onderwerp van wetenschappelijk onderzoek. Het combineren van de onderwerpen concernvorming en het christelijke literaire veld levert dus een interessant, vrij onbekend onderzoeksgebied op dat mijn persoonlijke interesse heeft. Het onderzoek dat daaruit is voortgevloeid, ligt nu voor u.

Het onderzoek- en schrijfproces van deze scriptie heb ik gelukkig niet alleen hoeven doen. Daarom wil ik allereerst graag mijn scriptiebegeleider, dr. Jeroen Dera, bedanken voor zijn begeleiding. Zijn kennis en enthousiasme over het onderwerp en zijn positieve feedback gaven vertrouwen in het proces en hebben me verder geholpen. Daarnaast hartelijk dank aan Uitgeverij KokBoekencentrum en met name Janna Willems, die mij toegang heeft gegeven tot alle informatie en prospecti die ik nodig had. Ik zie ernaar uit mijn betrokkenheid bij de uitgeverij voort te zetten tijdens mijn stage. Tot slot dank aan alle mensen in mijn directe omgeving, die mijn lange, (voornamelijk) enthousiaste verhalen over mijn scriptie aan hebben gehoord en die daarbij toch geïnteresseerd bleven luisteren (of in elk geval deden alsof). Bedankt voor jullie luisterend oor en behulpzame tips.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Lieke Hetteema

Nijmegen, 16 februari 2019

Summary

The literary field in the Netherlands in the twentieth century contained many independent publishers. During the last decades of the twentieth century, many of the existing publishers and publishing concerns concentrated into three major concerns. This concentration in concern formation raised questions about the independency and individuality of publishers. The aim of this master's thesis is to investigate the effects of concern formation in the Dutch, Christian literary field. The study focusses on the accession of Uitgeverij Kok into the publisher's concern VBK. **To what extent did the Christian self-presentation and fund formation stay intact in the twenty-first century, in which a secular concern got right of say over the publisher?** In four periods, 1995-1997, 2005-2007, 2010-2012 and 2015-2017, the periods before, during (2011) and after the concern formation have been analysed. Firstly, a quantitative analysis of the fund of Uitgeverij Kok was executed. In this analysis, the profile of the fund and its continuity were analysed in composed fund lists with the use of NUR-codes. Secondly, a qualitative analyses investigated the self-presentation in the publisher's catalogues in the same periods. Not only the catalogue as a whole was analysed, but also every single title in it. Per book, the presence of Christian character in elements such as product description, title and biography was established with an analysis model and compared over the periods.

The fund analysis showed that the mutual relationships of the several genres, for example theological as opposed to non-theological titles, in the fund are not of a relatively sustainable nature. The decrease in theology-related books indicates a less visible Christian character of Uitgeverij Kok. The relationships between the several imprints were also not of a sustainable nature. Within the imprints, the relationships between genres proved to be relatively sustainable, except within the imprint Kok. The analysis of the cover of the catalogues, that investigated the self-presentation, showed that the Christian character of the publisher is not foregrounded on the cover. The Christian character of the publisher can however be found in the chapter index. In the first two periods, the chapter index starts with several Christian chapters. In the third period, in which the concern formation took place, the Christian chapters are only third in line, and in the fourth period the chapter titles show no Christian character at all.

In conclusion, it can be said that the Christian character of Uitgeverij Kok decreased in the twenty-first century. Several of the changes are specifically visible during the period of the concern formation, which indicates its influence on the representation of the Christian character of the publisher. However, it cannot be said with certainty if the concern formation is the only influential factor on the character of Uitgeverij Kok. Other factors like secularisation or change of audience might also play a part.

To further investigate the self-presentation of Uitgeverij Kok, research could be done in respect to self-presentation in interviews, press releases, the website or other forms of self-presentation. Another way to build upon on this master's thesis is to validate the interrater reliability of the analysis models and use an improved version of the analysis models in further research on publisher's catalogues.

Inhoud

Voorwoord	0
Summary	2
Figuren- en tabellenlijst	5
Figuren	5
Tabellen.....	5
1 Inleiding.....	6
1.1 Verzuiling en ontzuiling.....	8
1.1.1 Verzuiling en ontzuiling in Nederland	8
1.1.2 Verzuiling in literair Nederland.....	10
1.2 De geschiedenis van Uitgeverij Kok	12
1.3 Vervolg van het onderzoek.....	15
2 Theoretisch kader.....	17
2.1 Institutionele analyse van het christelijke literaire veld	17
2.2 Theorie omtrent concernvorming	20
2.3 Posities in het literaire veld: identiteit en zelfpresentatie	22
3 Methodologisch kader	26
3.1 Kwantitatief onderzoek: fondslijstanalyse	26
3.2 Kwalitatief onderzoek: prospectusonderzoek.....	28
3.2.1 Analysemodel prospectusonderzoek	29
3.2.2 Analysemodel prominente titels	29
3.2.3 Analyse alle titels en symboolonderzoek	34
4 Analyse	35
4.1 Kwantitatieve analyse: fondslijstanalyse.....	35
4.1.1 Aanwezige fondslijnen	35
4.1.2 Verhoudingen van NUR-categorieën	37
4.1.3 Verhoudingen van NUR-categorieën per fondslijn	38
4.1.4 Voorlopige conclusies fondslijstanalyse	44
4.2 Kwalitatieve analyse: prospectusonderzoek	44
4.2.1 Complete prospectus	44
4.2.2 Prominente titels.....	50
4.2.3 Alle titels	51
4.2.4 Symboolonderzoek	54
5 Conclusie	59
5.1 Conclusies fondslijstanalyse.....	59
5.2 Conclusies prospectusonderzoek.....	60

5.3	Discussie: de gevolgen van concernvorming	61
5.4	Evaluatie van het onderzoek.....	63
6	Bibliografie.....	64
	Bijlage 1: Lijst van prominente titels.....	67

Figuren- en tabellenlijst

Figuren

Figuur 1 Huidige bedrijfshiërarchie	14
Figuur 2 Schema literaire veld tegen het eind van de 20e eeuw (1), ingebed in het culturele veld (2), dat weer is ingebed in het maatschappelijke veld (3).....	18
Figuur 3 Voorbeeldtitel	32
Figuur 4 Imprints periode 0.....	35
Figuur 5 Imprints periode 1	36
Figuur 6 Imprints periode 2.....	36
Figuur 7 Imprints periode 3.....	36
Figuur 8 Verhoudingen NUR-codes gedurende alle periodes.....	37
Figuur 9 NUR-codes imprint Kok.....	39
Figuur 10 NUR-codes imprint Voorhoeve	41
Figuur 11 NUR-codes imprint Callenbach.....	42
Figuur 12 NUR-codes De Groot Goudriaan.....	43
Figuur 13 Omslagen uit elke periode.	47
Figuur 14 Prominente titels: aanwezigheid van christelijk karakter	50
Figuur 15 Alle titels: aanwezigheid van christelijk karakter	51
Figuur 16 Fictie: aanwezigheid van christelijk karakter	52
Figuur 17 Non-fictie: aanwezigheid van christelijk karakter	53
Figuur 18 Kinderboeken: aanwezigheid van christelijk karakter	53
Figuur 19 Fictietitels uit het hoofdstuk Romans	55
Figuur 20 Omslag met christelijk symbool	56
Figuur 21 Omslag met algemeen symbool.....	56
Figuur 22 Omslag met kerkgebouw	57
Figuur 23 Omslag zonder kerkgebouw	57

Tabellen

Tabel 1 Categorisering NUR-codes.....	28
Tabel 2 Analysemodel gehele prospectus	29
Tabel 3 Analysemodel prominente titels	30
Tabel 4 Voorbeeldanalyse	33
Tabel 5 Symboliek op omslagen	55

1 Inleiding

In de jaren negentig trad er in hoge mate concentratie van concernvorming op in het Nederlandse literaire veld. Waar de bedrijfstak van uitgeverijen in 1990 nog vijftien grote uitgeverijconcerns kende, waren dat er in 2001 nog maar drie.¹ Deze drie grote concerns, Weekbladpers Groep (WPG), Perscombinatie Meulenhoff (PCM) en Veen Bosch & Keuning (VBK) vormden een oligopolie op de boekenmarkt. Veel uitgeverijen verloren hun zelfstandigheid en gingen als imprint verder bij een van de grote concerns. De reacties op deze grote mate van concentratie in concernvorming waren verschillend. Sommigen zagen concernvorming als een dienstverlening die financiële zekerheid en continuïteit kan bieden. Anderzijds waren er ook negatieve geluiden te horen, waarbij men bang was voor pluriformiteit van uitgeverijen en daarmee een minder sterk aanwezige eigen identiteit.² Concernvorming heeft inderdaad negatieve gevolgen gehad voor autonomie en zeggenschap van uitgevers bij imprints.³ Dit hoeft echter niet voor alle concernvormingen het geval te zijn, blijkt uit het onderzoek van Lindhout.⁴ Lindhout onderzocht de poëziefonden van de uitgeverijen Querido en Meulenhoff in de periode rondom hun concernvorming bij respectievelijk WPG en PCM. Voor Querido geldt dat poëzie in die periode een steeds belangrijker fondsonderdeel is geworden dankzij interne subsidiëring, die mogelijk was door de concernvorming. Het besluit tot concernvorming leidde tot waarborging van de continuïteit van het poëziefonds. Bij Meulenhoff is het poëziefonds echter steeds kleiner geworden en uiteindelijk verdwenen. In dat geval heeft concernvorming dus niet geleid tot de gehoopte continuïteit en economische versteviging. Lindhout stelt: ‘In hoeverre een samenwerking tussen een literaire uitgeverij en een concern succesvol kan zijn, hangt dus af van de doelstelling van het concern.’⁵ Heeft het concern een facilitair karakter, of grijpt het ook in in de fondsen? Deze vraag is belangrijk bij het onderzoeken van het effect van concernvorming.

Het onderzoek van Lindhout richt zich op literaire uitgeverijen en is daarmee, om in bourdieuaanse termen te spreken, een onderzoek naar het literaire veld. Het literaire veld is op te vatten als een subveld van het culturele veld.⁶ Hierin zijn verschillende actoren betrokken bij de materiële en symbolische productie van literatuur en de distributie hiervan. In deze interactie tussen verschillende actoren zijn echter sommige soorten literatuur ondervertegenwoordigd. Dit geldt bijvoorbeeld voor science fiction, maar ook voor christelijke literatuur. Christelijke literatuur behoort niet tot het reguliere literaire veld zoals Dorleijn en Van Rees dat bespreken: de boeken worden niet genomineerd voor literaire prijzen en christelijke boeken worden meestal niet uitgegeven bij een algemene uitgeverij, maar bij christelijke

¹ Dorleijn en Van Rees (2006): 254

² Lindhout (2008): 159

³ Dorleijn en Van Rees (2006): 255

⁴ Lindhout (2008)

⁵ Ibidem: 178

⁶ Dorleijn en Van Rees (2006): 15

uitgeverijen. Verder bestaan er naast de algemene Boekenweek en Kinderboekenweek de Week van het Christelijke Boek en de Christelijke Kinderboekenmaand, beide georganiseerd door de Brancheorganisatie voor het Christelijke Boeken- en muziekvak (BCB).⁷ Christelijke literatuur vormt, anders gezegd, een subveld met eigen symbolisch en economisch kapitaal.⁸ Of de trend van concernvorming uit het einde van de vorige eeuw ook in het christelijke literaire veld heeft opgetreden, en wat de eventuele gevolgen daarvan zijn geweest, is nog niet bekend. Dit onderzoek richt zich op het onbekende gebied van concernvorming in het christelijke literaire veld.

Er heerst een spanning tussen het algemene literaire veld en het christelijke literaire veld. Zo blijkt uit het onderzoek van Zoeter dat Uitgeverij Kok probeert een breed publiek aan te spreken, dat verder reikt dan alleen christelijke kringen.⁹ Hiermee ontstaat er overlap tussen het algemene literaire veld en het christelijke subveld. Ondanks de verschillen en spanning tussen de velden, zien we ook gelijkenissen. Niet alleen in het algemene veld heeft concernvorming opgetreden, ook bij christelijke uitgeverijen is dit het geval. Zo is Uitgeverij Kok in 2011 onderdeel geworden van VBK en uitgeverij Medema in 2009 van Royal Jongbloed. Waar er voorheen vele christelijke uitgeverijen te vinden waren, die zich vaak richtten op een specifieke achterban uit een bepaalde denominatie van het protestantisme - stromingen zoals gereformeerd vrijgemaakt, evangelisch et cetera -, zijn veel van deze uitgeverijen inmiddels imprints geworden van enkele grote christelijke uitgeverijen zoals Royal Jongbloed en Uitgeverij Kok (en daarmee dus ook van VBK). Deze imprints vinden vaak hun oorsprong in de tijden van verzuiling, waarin binnen de protestantse zuil voor veel van de verschillende denominaties een eigen uitgeverij met eigen beoogd publiek bestond. Het duidelijk aanwezige christelijke karakter ging dus verder dan alleen het label 'protestants'. Naast deze samenhang met bepaalde denominaties, is er soms samenhang tussen een imprint en een genre, bijvoorbeeld streekromans. De uitgeverijen, vroeger verbonden aan denominaties of genre, zijn inmiddels veelal imprints van enkele grote uitgeverijen. De vraag rijst in hoeverre christelijke uitgeverijen hun christelijke karakter kunnen behouden in tijden van concernvorming en of dit zichtbaar is in de verschillende imprints.

Zoals gezegd, werd Uitgeverij Medema in 2009 onderdeel van Royal Jongbloed, een christelijk concern. Uitgeverij Kok werd in 2011 onderdeel van VBK. Vrij recentelijk, in 2017, is Boekencentrum Uitgevers onderdeel geworden van Uitgeverij Kok. Sinds mei 2018 is deze samenvoeging ook te zien in de naam en gaat de uitgeverij verder als Uitgeverij KokBoekencentrum.^{10,11} Het samengaan van Boekencentrum en Uitgeverij Kok en het samengaan van Medema en Royal Jongbloed zijn beide concernvormingen

⁷ <http://bcbplein.nl/>

⁸ In het theoretisch kader (H2) wordt dit verder uitgewerkt.

⁹ Zoeter (2018)

¹⁰ Om verwarring over de verschillende bedrijfsnamen door de jaren heen te voorkomen, zal ik in deze scriptie gebruikmaken van de naam Kok.

¹¹ Boekencentrum (2018)

waarbij de uitgeverij die als imprint verdergaat, onderdeel wordt van een christelijke uitgeverij. De concernvorming van Uitgeverij Kok in 2011, bij VBK, was een concernvorming waarbij de partij die zich bij een seculier concern voegde zelf christelijk was. In mijn onderzoek wil ik me richten op dit laatste type concernvorming, van een christelijke uitgeverij (Kok) die zich bij een seculier concern (VBK) voegt. Het onderzoek zal zich richten op de zelfpresentatie van Uitgeverij Kok. **In hoeverre is het oorspronkelijke christelijke karakter intact gebleven in de eenentwintigste eeuw, waarin een seculier concern medezeggenschap over de uitgeverij kreeg? Is hierin een effect van de concernvorming te zien?** Dit onderzoek schaaft zich met deze vragen niet in een grote onderzoekstraditie, maar juist in een gebied waar nog weinig onderzoek naar is verricht. Het hedendaagse (eenentwintigste-eeuwse) christelijke literaire veld is nog relatief weinig onderzocht, met uitzondering van onderzoeken naar christelijke jeugdliteratuur, en met name de invloed van concernvorming op de zelfpresentatie en fondsvorming van christelijke uitgeverijen is een onbekend gebied. Ik hoop met mijn onderzoek een start te maken met meer kennisproductie hierover.

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is het belangrijk eerst meer kennis te verzamelen over het ontstaan van de christelijke uitgeverij in Nederland. Het vervolg van deze inleiding zal zich richten op twee onderdelen: een verkenning van verzuiling en ontzuiling binnen Nederland en de geschiedenis van Uitgeverij Kok. Voor het beschrijven van verzuiling en ontzuiling zal gebruik worden gemaakt van de literatuur van Dera, Dane en Snoek.^{12,13,14} De geschiedenis van Kok staat al voor een deel beschreven in het scriptieonderzoek van Zoeter, maar zal ook onderzocht worden met behulp van Boekblad, krantenarchieven en de Kamper Almanak.¹⁵

1.1 Verzuiling en ontzuiling

1.1.1 Verzuiling en ontzuiling in Nederland

Wie over (christelijk) Nederland in de twintigste eeuw wil schrijven, kan er niet omheen: de verzuiling. Een definitie van de term is echter niet zomaar vast te stellen, leert een blik op de vele literatuur die over de verzuiling in Nederland geschreven is. Hans Blom, die ook door Snoek wordt aangehaald, definieert het begrip verzuiling als een proces waarbij de leden van bevolkingsgroepen in toenemende mate ‘(...) een belangrijk deel van hun sociaal-culturele en politieke activiteiten bewust binnen eigen levensbeschouwelijke kring verrichten alsmede de gezamenlijke organisaties die daartoe mogelijkheden bieden.’¹⁶ Over het algemeen wordt er onderscheid gemaakt in vier zuilen: rooms-katholiek, protestants,

¹² Dera (2013)

¹³ Dane (1991)

¹⁴ Snoek (2015)

¹⁵ Spanings (2006)

¹⁶ Snoek (2015): 12

socialistisch en liberaal.¹⁷ Soms wordt er alleen onderscheid gemaakt tussen een religieuze zuil, bestaande uit protestanten en katholieken, en een seculiere zuil, met socialisten en liberalen.¹⁸ Deze manier van onderzoek naar verzuiling gaat uit van een verticale benadering: elke zuil is strikt gescheiden van de andere zonder dwarsverbanden. Hedendaags verzuilingsonderzoek benadert verzuiling vanuit een meer horizontale benadering en onderzoekt verbanden tussen de zuilen.¹⁹ Deze horizontale verbanden duiden aan dat van een strikte scheiding, die in oudere onderzoeken wordt gesuggereerd, geen sprake was.

Het begin van de verzuiling kan worden teruggeleid tot het jaar 1848, toen Thorbecke een nieuwe grondwet presenteerde die de verhouding tussen kerk en staat zou veranderen.²⁰ Voortaan zou er in Nederland vrijheid van godsdienst bestaan, zodat niet alleen protestanten, maar ook katholieken de ruimte kregen hun geloof in de publieke ruimte uit te dragen. Vervolgens was Abraham Kuiper een belangrijke speler bij het ontstaan van de protestantse zuil. Hij richtte een nieuw kerkgenootschap op in 1886 (later de Gereformeerde Kerken in Nederland), gaf leiding aan een gereformeerd weekblad, startte een politieke partij en was de grondlegger van de Vrije Universiteit.²¹ Belangrijke principes bij het ontstaan van deze gereformeerde zuil zijn door Snoek (2015) benoemd. Het eerste principe is dat volgens Kuipers hij en zijn volgelingen recht hadden op soevereiniteit in eigen kring. Dit verantwoordde het opbouwen van eigen gereformeerde organisaties. Een tweede belangrijk principe is Kuipers overtuiging dat er een antithese bestaat tussen het calvinistische geloof en de moderne wereld om hem heen. Dit leidde ertoe dat hij een scheiding wilde aanbrengen tussen die twee werelden.

Tot aan de Tweede Wereldoorlog heeft de gereformeerde zuil een grote hechtheid gekend.²² Deze grote hechtheid is typerend voor de gereformeerde zuil. Echter, die hechtheid strekt zich niet uit naar de algehele protestantse zuil. Vanwege de diversiteit van religieuze richtingen is het altijd lastig geweest het protestants-christelijke volksdeel in één zuil te vatten. De protestantse zuil bestond uit diverse mini-zuiltjes (zoals de eerder genoemde gereformeerde zuil), die voortkwamen uit vele afscheidingen van de Nederlands hervormde moederkerk in de negentiende en twintigste eeuw.²³

Niet alleen Thorbeckes wetsvoorstel, maar ook de zogeheten ‘schoolstrijd’ wordt gezien als een van de motoren achter het proces van verzuiling in Nederland. De strijd voor confessioneel onderwijs, de gezamenlijke noemer voor katholiek en protestants onderwijs, begon in 1857. In dat jaar werd een wet aangenomen die het confessionele onderwijs de tot dan toe blijvende overheidssteun wilde ontzeggen. In 1917 kwam deze schoolstrijd ten einde, toen het neutraal en confessioneel onderwijs financieel gelijk

¹⁷ Dane (1991): 7

¹⁸ Snoek (2015): 12

¹⁹ Vgl. Kennedy en Zwemer (2010)

²⁰ Snoek (2015): 13

²¹ Ibidem: 18

²² Ibidem: 21

²³ Dane (1996): 16

werden gesteld.²⁴ De schoolstrijd zorgde voor ontzuiling in het onderwijs. In combinatie met de verzuiling in politiek en media, die voortvloeiden uit Kuypers werk, kan er daarom gesproken worden van volledige verzuiling in Nederland. In de periode 1900-1950 was Nederland maatschappelijk, politiek en sociaal-economisch gezien verdeeld in de vier zuilen met elk hun eigen media, onderwijsinstellingen en politieke partijen. Na de Tweede Wereldoorlog ondernam de Nederlandse Volksbeweging pogingen om het zuilenbestel te doorbreken.²⁵ Ondanks dat de zuilen tijdens de oorlog steeds nadrukkelijker met elkaar gingen samenwerken om de Duitse bezetter te ondermijnen, mislukten de pogingen om na de oorlog de ontzuiling echt door te zetten.²⁶ Pas in de jaren vijftig en zestig begon ontzuiling op te treden, mede door de politieke crisis in die jaren en de opkomst van een jeugdcultuur.²⁷ Met deze ontzuiling enkele jaren na de Tweede Wereldoorlog, is verzuiling te typeren als een proces dat tijdens het Interbellum op het hoogtepunt was. Er wordt ook wel gesproken van verzuildheid, de toestand (of het fenomeen) van verzuiling. Tijdens het Interbellum is er sprake van verzuildheid, omdat het proces van verzuiling in die tijd tot een hoogtepunt kwam.

Is Nederland dan nu volledig ontzuild? Deze vraag laat zich niet makkelijk beantwoorden. Feit is wel dat sporen van de verzuiling nog steeds zichtbaar zijn. Onder andere in het onderwijs, waar nog sprake is van katholieke of juist protestantse scholen, of in de politiek, waar protestantse mini-zuilen aanwezig zijn, zoals de Staatkundig Gereformeerde Partij (SGP). Ook in de media zijn sporen van verzuiling te zien. In 1930 werd een wet aangenomen die de zendtijd op de radio gelijk verdeelde tussen een algemene omroepvereniging (AVRO), een christelijke (NCRV), een rooms-katholieke (KRO) en een socialistische (VARA) en iets minder aan het vrijzinnig protestantisme (VPRO), dat tussen de algemene en de christelijke zuil zweefde.²⁸ Dit zijn omroepen waarvan de naam nu nog wordt gebruikt (hoewel in verschillende samenstellingen, vgl. KRO-NCRV of AVRO-TROS).

1.1.2 Verzuiling in literair Nederland

De verzuiling in Nederland was zichtbaar in alle aspecten van de maatschappij, dus ook in cultuur. Het literaire leven ten tijde van het Interbellum was verzuild. Waar in de meeste sectoren de katholieke, protestantse en in mindere mate de socialistische zuilen de overhand hadden, was dat in het literaire circuit anders gesteld. Kwantitatief gezien nam in de literaire tijdschriften de liberale zuil de grootste plaats in.²⁹ Ook kwalitatief stellen Anbeek en Bank dat door de groep rondom *Forum* (vallend onder de

²⁴ Ghonem-Woets (2011)

²⁵ Dane (1991): 7

²⁶ Snoek (2015): 23

²⁷ Dane (1991): 11

²⁸ Anbeek en Bank (1996): 125

²⁹ Ibidem

liberale zuil) verreweg het belangrijkste literaire werk werd geschreven.^{30,31} Het is inderdaad opvallend dat juist de ‘neutrale’, oftewel liberale, schrijvers zoals Marsman, Ter Braak en Slauerhof, in de canon zijn opgenomen.³²

In de uitgeverwereld is de verzuiling net als bij andere instituten aanwezig. De selectie van auteurs door uitgeverijen gebeurde dus mede op levensbeschouwelijke gronden.³³ De selectie van de ‘juiste’ christelijke literatuur was echter niet eenvoudig. In het protestantse literaire tijdschrift *Opwaartsche wegen* is de verstoorte relatie tussen kunst en het protestantisme zichtbaar. In de eerste jaargang schrijft redacteur Van der Leek een artikel over het tekort aan overtuigende christelijke kunst. Het uitblijven van christelijke kunst zou volgens hem liggen aan het christelijke publiek, dat als ‘kultuurvijandig’³⁴ kan worden beschouwd. Volgens Puchinger³⁵ kende de protestantse letterkunde twee problemen: er waren weinig belangrijke cultuurdragers en de goede auteurs die er wel waren, hadden weinig bekendheid buiten de christelijke pers. Het kernprobleem waar *Opwaartsche wegen* mee worstelt, is hoe zij de protestantse leer kunnen combineren met literaire vrijheid. De vraag speelt of literatuur gebonden moet zijn aan maatschappelijke en educatieve doeleinden, of een autonome waarde heeft. De Tachtigers, met hun ‘*l’art pour l’art*’-opvatting, braken met de domineespoëzie van hun voorgangers. Dit was voor de protestantse zuil een harde klap, want iedereen die het protestantisme weer wilde verenigen met poëzie, riep de ongewenste schimmen van de afgeschreven domineespoëzie op.³⁶ Hoe protestantse poëzie en proza dan wel vorm moesten krijgen, was niet duidelijk.

Anbeek en Bank stellen dat de verzuiling in Nederland het minst aanwezig was in de literatuur en dat de tijdschriften die het meest hun eigen leer volgden, het zwakst stonden.³⁷ De Nederlandse literatuur kan volgens hen slechts ‘zwak verzuild’ worden genoemd. Een van hun conclusies luidt: ‘Het aardige van deze casus ‘verzuilde literatuur’ is dat men ziet hoe maatschappelijke verhoudingen soms alleen een zwakke weerspiegeling vinden in het literaire leven.’³⁸ Volgens hen begrepen vooral de katholieken dat zij alleen een vruchtbaar literair leven konden hebben door de poorten voor andersdenkenden literatoren open te houden en op die manier katholieke kunstenaars vrijheid te gunnen.

Met de woorden ‘vooral de katholieken begrepen’ duiden zij al aan dat er ook een zuil was die het minder goed ‘begreep’ en zijn poorten minder wijd openstelde. De protestantse zuil is namelijk ook in het hedendaagse Nederland nog aanwezig. Onder meer uit het bestaan van het Christelijk Literair

³⁰ Anbeek en Bank (1996): 126

³¹ Met het label ‘belangrijkste’ passen Anbeek en Bank een normatieve manier van *Forum*-denken toe. Deze normatieve benadering staat hevig ter discussie in hedendaags middle-brow onderzoek. Hoe kan immers bepaald worden wat ‘goede’ literatuur is? Om een normatieve benadering uit de weg te gaan, kan men ook stellen dat het opvallend is dat veel *Forum*-schrijvers in de canon terecht zijn gekomen. Wat dit zegt over de esthetische kwaliteit van hun werk, wordt hiermee buiten beschouwing gelaten.

³² Kuitert (2008): 79

³³ Ibidem

³⁴ Van der Leek (1923-4): 26

³⁵ Puchinger (1994): 22, in Dera (2013): 105

³⁶ Anbeek en Bank (1996): 134

³⁷ Ibidem: 135

³⁸ Ibidem

Overleg (CLO) en de Brancheorganisatie voor het Christelijke Boeken- en muziekvak (BCB) is dit af te leiden.^{39,40} Niet alleen de overkoepelende zuil is nog zichtbaar in de maatschappij, ook de protestantse ‘mini-zuiltjes’, in Danes bewoordingen, zijn te zien in bijvoorbeeld het bestaan van het *Reformatorisch Dagblad* (RD) en het *Nederlands Dagblad* (ND) voor respectievelijk een reformatorische en gereformeerd vrijgemaakte achterban. Ook bij uitgeverijen was lange tijd verzuiling zichtbaar. Voormalig zelfstandige uitgeverij De Groot Goudriaan bediende de reformatorische markt en bleef dit als imprint van Uitgeverij Kok nog steeds doen. Bij de naamsverandering van uitgeverijen Kok en Boekencentrum naar KokBoekencentrum afgelopen mei verdween het imprint De Groot Goudriaan.⁴¹ Daarnaast was Boekencentrum voor het samengaan met Uitgeverij Kok verbonden aan de Protestantse Kern Nederland (PKN).⁴² Aan de hand van deze voorbeelden kan gesteld worden dat de verzuiling nog met enige mate zichtbaar is in het huidige christelijke literaire veld.

1.2 De geschiedenis van Uitgeverij Kok

Het ontstaan van Uitgeverij Kok vindt zijn oorsprong in de beweging van het Réveil, een negentiende-eeuwse opwekkingsbeweging binnen het Nederlandse protestantisme.⁴³ Het drukwerk dat rond het Réveil uitkwam, is het beginpunt van protestants-christelijke uitgeverijen in Nederland en zo ook van Uitgeverij Kok. In 1894 startte J.H. Kok (1871-1940) in Kampen zijn eigen uitgeverij.⁴⁴ Uitgeverij Kok richtte zich op de gereformeerde markt. Dane en Musschenga laten met hun lijst van protestants-christelijke uitgevers zien hoe er voor elke denominatie op de kerkelijke markt wel een uitgeverij voorhanden was.⁴⁵ De uitgeverijen Kok en Callenbach, die respectievelijk een gereformeerde en hervormde achterban hadden, groeiden uit tot de twee grootste uitgeverijen in protestants-christelijk Nederland.⁴⁶ Dat Kok behoort tot de gereformeerde zuil, is onder andere te zien aan het feit dat in 1901 een boek van de gereformeerde voorman Abraham Kuyper werd uitgegeven.⁴⁷ Een ander belangrijk onderdeel van de beginperiode was de VCL-serie met uitgaven van de Vereeniging voor Christelijke Lectuur (VCL). Deze serie is de langstlopende boekenserie in Nederland, in 1843 begonnen en doorlopend tot op heden.⁴⁸ J.H. Kok zelf was diaken in de gereformeerde kerk en lid van de Antirevolutionaire Partij, de partij opgezet door Kuyper. Er was dus in Koks eigen leven en in zijn publicaties duidelijk een gereformeerde aanhang te zien, hoewel hij bewust een kerkelijke binding van zijn uitgeverij vermeed.⁴⁹

³⁹ <http://www.christelijkliteraairoverleg.nl/>

⁴⁰ <http://bcbplein.nl/>

⁴¹ Dessing (2018)

⁴² Boekblad (2016)

⁴³ Harinck (2014)

⁴⁴ Dane en Musschenga (2005): 53

⁴⁵ Ibidem: 54

⁴⁶ Ibidem: 53

⁴⁷ Spanings (2006)

⁴⁸ Kuitert (1997): 197

⁴⁹ Vos (2010)

Na het overlijden in 1940 van J.H. Kok nam zijn Zoon J.A.G. Kok het bedrijf over, samen met J. Steunenberg. Na de oorlog verbreedde het fonds van Kok zich tot buiten de gereformeerde kringen. Onder leiding van Kok en Steunenberg werden verschillende fondslijnen uitgezet om verschillende onderdelen van de markt te bedienen. Zo werden uitgeverij Voorhoeve en De Groot Goudriaan ingelijfd, respectievelijk voor een achterban uit de Vergadering der Gelovigen en de bevindelijk-gereformeerde sector.⁵⁰ In de jaren zeventig verbreedde de uitgeverij zich nog verder en richtte ze zich op de seculiere markt.⁵¹ In 1979 verhuisde de uitgeverij van de binnenstad van Kampen naar een industriegebied en vierde de uitgeverij haar 85-jarige bestaan. Typerend voor het richten op de seculiere markt is een uitspraak van toenmalig directeur W.E. Steunenberg in een interview over de verhuizing. In dit interview met het *Reformatorisch Dagblad* benadrukt Steunenberg dat Uitgeverij Kok zich niet vereenzelvigd met een kerkelijke denominatie. Als protestantse uitgeverij stelt zij zich op als medium voor de diversiteiten, verklaart hij.⁵² Opmerkelijk hierbij is wel dat Steunenberg deze uitspraak doet in een christelijk dagblad en dat hij geen podium heeft of krijgt in de algemene media.

In de jaren negentig werden diverse uitgeverijen overgenomen door Kok, zoals Gooi & Sticht, een rooms-katholieke uitgeverij, Van Rossum en Helmond. Eigen fondslijnen van Kok waren Kok Agora (filosofie, kunst en wetenschap), Kok Lyra (reizen en gezondheid), Kok Pharos (wetenschap en theologie), Kok Educatief en Kok Tijdschriften. In deze tijd heette het bedrijf Uitgeefmaatschappij Kok ten Have.⁵³

In 1998 werd Uitgeverij Kok onderdeel van VBK, maar bleef gevestigd in Kampen. Pas in 2011 verhuisde Kok van Kampen naar Utrecht en werd Kok echt onderdeel van VBK, met een gezamenlijk salesinstrument voor de verschillende uitgeverijen van VBK.⁵⁴ Op 1 januari 2017 werd ook Boekencentrum, verbonden aan de Protestantse Kerk Nederlands (PKN), onderdeel van VBK. Hiermee werden Kok en Boekencentrum gezamenlijk marktleider in het christelijke literaire veld.⁵⁵ Pas in 2018 werd de naam van de uitgeverij op de samenvoeging aangepast en ging de uitgeverij verder als KokBoekencentrum. In een persbericht op de site van Boekencentrum staat hierover:

*KokBoekencentrum is de marktleider in christelijke boeken, platforms en tijdschriften, die weet wat er in de post-religieuze samenleving gebeurt. We zijn onderdeel van Veen Bosch en Keuning uitgevergroep, de grootste boekenuitgever van Nederland. Onze nieuwe uitgaven zullen verschijnen onder de nieuwe, gezamenlijke imprint KokBoekencentrum. De imprints Kok, Boekencentrum, Meinema, Callenbach en Jes! komen hierbij te vervallen. Het fictiefonds Mozaïek blijft bestaan.*⁵⁶

⁵⁰ Spanings (2006): 19

⁵¹ Vos (2010)

⁵² Kerknieuwsredactie (1979)

⁵³ Spanings (2006): 20

⁵⁴ Telefoongesprek met Janna Willems (medewerkster bij Uitgeverij Kok), 14 september 2018.

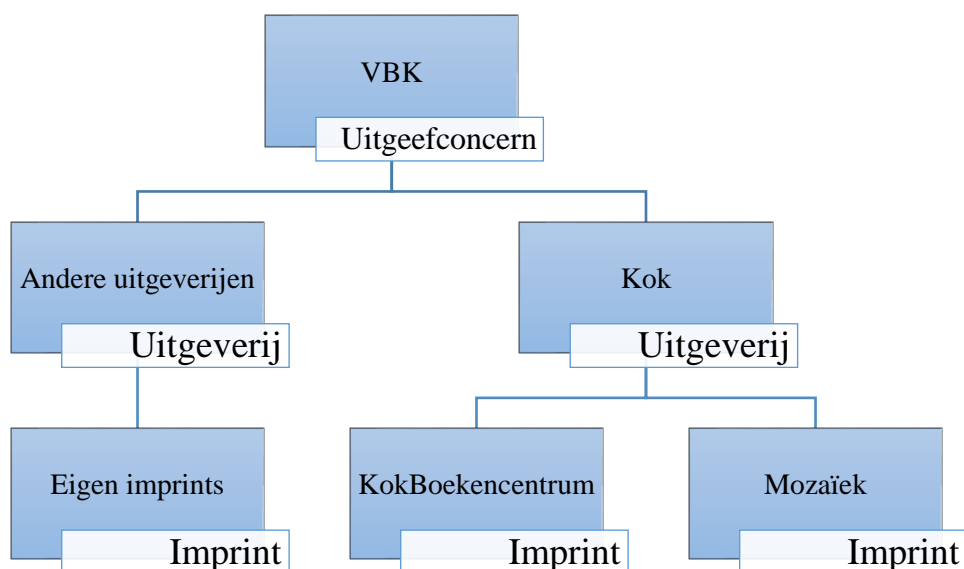
⁵⁵ Boekencentrum (2016)

⁵⁶ Boekencentrum (2018)

Interessant aan dit citaat is de duiding die het geeft voor de zelfpresentatie van Uitgeverij Kok. De uitgeverij positioneert zichzelf als marktleider die weet wat er in de post-religieuze samenleving speelt. Hiermee geeft zij niet haar eigen plaats in het literaire veld weer, maar wordt kennis van dat veld kenbaar gemaakt. Daarnaast is het opvallend dat het citaat geen poëtische stellingname bevat. Meer over de zelfpresentatie van Uitgeverij Kok zullen volgen in hoofdstuk vier.

Momenteel bevindt de uitgeverij zich nog in de overgangsfase naar de nieuwe naam KokBoekencentrum. Zo bestaan op het moment van schrijven de oude websites van Uitgeverij Kok en Boekencentrum Uitgevers nog los van elkaar en wordt op de website van VBK gesproken over Uitgeverij Kok in plaats van KokBoekencentrum.⁵⁷ Deze verwarring in naamgeving is niet opmerkelijk in een uitgeverij waarin zoveel imprints zijn gekomen en gegaan door de jaren heen. Belangrijk om in het achterhoofd te houden bij het onderzoeken van Uitgeverij Kok is dat het bij de bedrijfsgeschiedenis gaat om een ‘dubbele’ concernvorming. Enerzijds is er de concernvorming van Uitgeverij Kok bij uitgeefconcern VBK. Dit is concernvorming ‘naar boven toe’, Uitgeverij Kok is hierbij de kleinere partij. Hetzelfde geldt voor de concernvorming met Boekencentrum, waarna Kok verder ging als KokBoekencentrum en Boekencentrum dus ‘naar boven toe’ onderdeel werd van VBK. Daarnaast is er sprake van concernvorming ‘van onderaf’, waarbij Uitgeverij Kok de grote partij is en kleinere uitgeverijen als imprint opneemt. Dit zijn de imprints waarvan in het blokcitaat wordt vermeld dat ze verdwijnen, maar ook andere imprints die hebben bestaan zoals Gooi & Sticht of Voorhoeve.

In de huidige bedrijfsvoering is alleen sprake van Uitgeverij KokBoekencentrum, onderdeel van VBK, en één imprint van KokBoekencentrum; Mozaïek. Om de huidige stand van zaken schematisch weer te geven, is in Figuur 1 een overzicht samengesteld.



Figuur 1 Huidige bedrijfshiërarchie

⁵⁷ 9 januari 2019

1.3 Vervolg van het onderzoek

In de geschiedenis van Uitgeverij Kok is in het klein de geschiedenis van de verzuiling en ontzuiling in Nederland zichtbaar. De uitgeverij begon binnen de mini-zuil van het gereformeerd protestants-christelijke veld. Jarenlang stond het bedrijf bekend als gereformeerde uitgeverij (ondanks de niet-stellingname van J.H. Kok). Pas wanneer in Nederland na de Tweede Wereldoorlog de ontzuiling inzet, verbreedt de uitgeverij zich naar het algemene christelijke veld en later ook naar het seculiere veld. Van de vele concernvormingen die zich in die verbreding voordoen, richt dit onderzoek zich op de concernvorming van Uitgeverij Kok bij VBK in 2011. Zoals gezegd, zal het onderzoek gaan over de vraag in hoeverre de christelijke zelfpresentatie en fondsvorming intact zijn gebleven in de eenentwintigste eeuw, waarin een seculier concern medezeggenschap over de uitgeverij kreeg.⁵⁸

Voor het onderzoek is het van belang eerst een theoretisch kader te schetsen (hoofdstuk twee). Hierin zal het christelijke literaire vakgebied in termen van Bourdieus veldtheorie gevat worden. Hoe zijn economisch en symbolisch kapitaal verdeeld in het veld? En wat is de relatie tot of het spanningsveld met het seculiere literaire veld? Hiervoor zal ik niet alleen artikelen van Bourdieu gebruiken, maar zal ook de literatuur van onder andere Dorleijn en Van Rees en Kuitert nuttige informatie bieden.^{59,60} Over concernvorming is geschreven door Kregting, Kabel en Kulk en Appelman en Van den Broek.^{61,62,63} De theorie over concernvorming wordt ingevoegd in de beschrijving van het christelijke literaire vakgebied in Bourdieus terminologie. Wat betreft het begrip ‘zelfpresentatie’ uit de onderzoeksvraag zal ik kort ingaan op de *posture*-theorie van Meizoz en verder gebruik maken van begrip ‘habitus’.⁶⁴

Hoofdstuk drie bevat het methodologisch kader. Het methodologisch onderzoek zal bestaan uit een kwantitatief en een kwalitatief onderdeel. Het kwantitatieve onderdeel bestaat uit het onderzoeken van de groei (of krimp) van de imprints van Kok. Met behulp van samengestelde fondslijsten zullen drie periodes onderzocht worden: 2005-2007, 2010-2012 en 2015-2017. Ter kalibratie van de periode voorafgaand aan de concernvorming, 2005-2007, zal de periode 1995-1997 worden toegevoegd. Deze periode kan conclusies over het fonds vóór de concernvorming ondersteunen. Het kwantitatieve deel van het onderzoek zal inzicht geven in de productiecijfers van Uitgeverij Kok door de jaren heen en de groei en krimp van de imprints. Een tweede onderdeel van het onderzoek is kwalitatief. Hiervoor zullen prospecti van Uitgeverij Kok geanalyseerd worden. Voorafgaand aan het onderzoek van de prospecti zal een analysemodel worden opgesteld, aan de hand waarvan kan worden vastgesteld in hoeverre de desbetreffende prospecti een christelijke zelfpresentatie en fondsvorming van de uitgeverij laten zien. Naast het prospectusonderzoek zullen ook alle productpagina's van de eerste titels en vervolgens van

⁵⁸ In vergelijking met de periode voorafgaand aan de concernvorming, met als ijkpunt de periode 1995-1997. Meer over de precieze benadering van het onderzoek volgt in hoofdstuk drie.

⁵⁹ Dorleijn en Van Rees (2006)

⁶⁰ Kuitert (2008)

⁶¹ Kregting (2004)

⁶² Kabel en Kulk (2009)

⁶³ Appelman en Van den Broek (2002)

⁶⁴ Meizoz (2010)

alle titels van de prospecti geanalyseerd worden. Ook voor dit deel van het onderzoek zal een analysemodel worden opgesteld om de aanwezigheid van christelijk karakter vast te kunnen stellen. Het kwantitatieve deel sluit af met een symboolonderzoek naar christelijke symbolen op de omslagen van romans.

De uitkomst van de analyse zal worden behandeld in hoofdstuk vier. Hierin worden de resultaten van het kwantitatieve en kwalitatieve gepresenteerd. In hoofdstuk vijf wordt een conclusie getrokken over de vraag of de christelijke zelfpresentatie en fondsvorming van Uitgeverij Kok zijn beïnvloed door concernvorming. In hoofdstuk zes worden de conclusies geïnterpreteerd in het licht van het theoretisch kader. Ook wordt in dit hoofdstuk het onderzoek geëvalueerd en worden handvatten aangereikt voor verder onderzoek.

2 Theoretisch kader

De onderzoeksvraag richt zich op het christelijke literaire veld, de rol van concernvorming en het (christelijke) karakter van een uitgeverij. Door de driedelige opbouw van het theoretisch kader worden deze zaken toegelicht en wordt duidelijkheid geschept over de wijze waarop het onderzoek wordt benaderd. Allereerst is het van belang vast te stellen dat er inderdaad, zoals tot nu toe impliciet werd verondersteld, sprake is van een relatief autonoom christelijk literair veld. Hiervoor is uitleg over Bourdieus veldtheorie vereist en hoe het christelijke literaire vakgebied in termen van de veldtheorie gevat kan worden. Uit de theorie zijn met name de begrippen economisch en symbolisch kapitaal en habitus van belang. De eerste twee geven inzicht in redenen voor concernvorming en worden gebruikt om het spanningsveld van zelfstandig functioneren in een uitgeefconcern te duiden in het tweede deel van het theoretisch kader. Tot slot wordt het begrip habitus gebruikt als inleidend begrip voor zelfpresentatie van een uitgeverij. Een uitgeverij zal binnen een bepaald veld consensus bereiken met de andere uitgeverijen in dat veld op basis van de heersende denkstijl of habitus in dat veld. Habitus is daarmee van invloed op de positie-inname van de uitgever. Verder zal het begrip zelfpresentatie uitgewerkt worden aan de hand van de posture-theorie van Meizoz.⁶⁵

2.1 Institutionele analyse van het christelijke literaire veld

In de inleiding is al veelvuldig gebruikgemaakt van de term 'veld'. Deze term is afkomstig van de Franse socioloog Pierre Bourdieu. Bourdieus veldtheorie is een veelgebruikte theorie wanneer het gaat om cultureel en literair onderzoek. Pels geeft in een Nederlandstalige inleiding op Bourdieus werk een definitie van veld:

Een veld is voor Bourdieu wat in het Nederlands ook wel wordt aangeduid als een 'wereld' (de kunstwereld, de wereld van de sport, van de scheepvaart enz.); en duidt op het bestaan van relatief autonome sociale universa die werken volgens een onherleidbare eigen 'logica', [...] Een veld is een netwerk of configuratie van objectieve relaties tussen objectief gedefinieerde posities die dwang uitoefenen op de actoren die deze posities bekleden.⁶⁶

Binnen het veld van de klassenverhoudingen, oftewel de maatschappij, plaatst Bourdieu het veld van de macht, met daarbinnen het culturele veld. Deze veldtheorie is van grote invloed geweest op het denken over cultuur en literatuur. Ze verbreedde de aandacht van literatuurwetenschappers voor teksten en auteurs naar alle actoren die bij de symbolische en materiële productie van literatuur betrokken zijn.

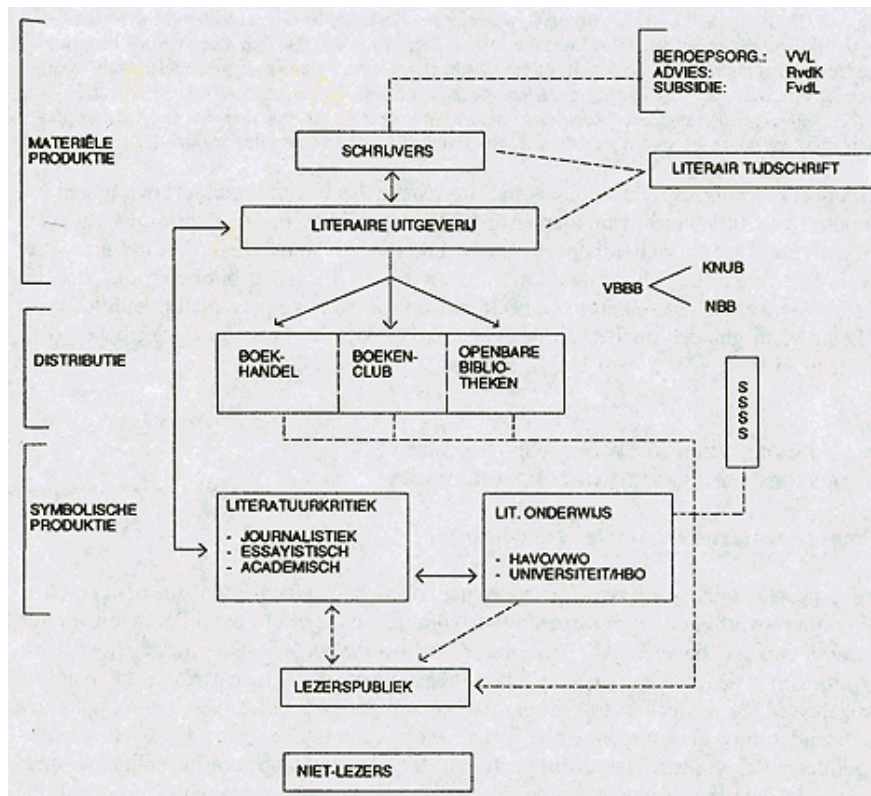
De institutionele inventarisatie van het literaire veld door Dorleijn en Van Rees heeft een overzichtelijk schema opgeleverd dat te zien is in Figuur 2.⁶⁷ In dit schema is het maatschappelijke veld gepresenteerd als basis, als het alomvattende veld. Daarbinnen is het culturele veld geplaatst, met daar

⁶⁵ Meizoz (2010)

⁶⁶ Pels (1992): 12

⁶⁷ Dorleijn en Van Rees (2006): 17-20

weer binnen het literaire veld. In het literaire veld zijn verschillende actoren te onderscheiden op de niveaus van materiële productie, distributie en symbolische productie. Het literaire veld is relatief autonoom van het culturele en maatschappelijke veld, gezien de zelfstandigheid waarmee actoren gezamenlijk het literaire proces van productie, distributie en consumptie organiseren.⁶⁸ De autonomie van een veld is relatief, omdat er ook bij een als autonoom bestempeld veld, vele verbindingen met andere velden aanwijsbaar zijn.⁶⁹ Binnen een autonoom veld is sprake van een eigen habitus of ‘denkstijl’.⁷⁰



Figuur 2 Schema literaire veld tegen het eind van de 20e eeuw (1), ingebed in het culturele veld (2), dat weer is ingebed in het maatschappelijke veld (3).

Voor het christelijke literaire veld kan eenzelfde institutionele inventarisatie gedaan worden. Hiervoor is het belangrijk om te analyseren of er van de actoren in het algemene literaire veld protestants-christelijke ‘versies’ te vinden zijn. Een uitputtende analyse daarvan is hier niet op zijn plaats, maar met enkele voorbeelden hoop ik te illustreren dat er inderdaad sprake is van een relatief autonoom christelijk literair subveld in het algemene literaire veld. Te beginnen met de actoren die zich bezighouden met de materiële productie van literatuur. Hieronder vallen auteurs, die verbonden zijn aan beroepsorganisaties, adviesinstellingen en subsidie-instellingen. Christelijke auteurs zijn er veel, zoals blijkt uit de

⁶⁸ Dorleijn en Van den Akker (2006): 99

⁶⁹ Ibidem

⁷⁰ Ibidem

fondslijsten van uitgevers of het *Overzicht van auteurs van christelijke romans*.⁷¹ Ook zijn er christelijke beroepsorganisaties voor auteurs, zoals de Brancheorganisatie voor het Christelijke Boeken- en muziekvak (BCB), Schrijverscontact en Schrijvenderwijs.^{72,73} Instellingen die subsidies verlenen voor specifiek christelijke literatuur zijn er niet, maar christelijke actoren kunnen wel aanspraak maken op algemene culturele subsidies, zoals van het Fonds van de Letteren. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat *Liter*, een christelijk literair tijdschrift, subsidie kreeg van het Fonds van de Letteren voor de overgang van papieren naar digitale productie.⁷⁴

Wat betreft de distributie zijn er ook christelijke versies van de actoren uit het algemene literaire veld te onderscheiden. Christelijke uitgevers zijn er voldoende, zoals al blijkt uit de inleiding. In het schema van Dorleijn en Van Rees staan uitgevers geplaatst bij de materiële productie. Uitgeverijen zijn echter niet alleen betrokken bij de materiële productie, maar ook bij de symbolische.⁷⁵ Als ‘gatekeeper’ bepalen zij als een poortwachter welke auteurs wel of niet worden binnengelaten. Naast uitgeverijen, zijn ook literaire tijdschriften een actor voor distributie. Een christelijk literair tijdschrift is het eerder genoemde *Liter*. Christelijke boekhandels en bibliotheken bestaan ook, zoals blijkt uit het onderzoek van Zoeter.⁷⁶ Verder behoren ook beurzen tot het niveau van distributie, hoewel deze in het schema niet expliciet als actor worden onderscheiden. De BCB organiseert jaarlijks een voorjaars- en najaarsbeurs voor het christelijke boekenvak. Verspreiding en opslag van fysieke boeken gebeurt door het Centraal Boekhuis. Dit geldt ook voor christelijke boeken, dus voor deze actor is in het christelijke literaire veld geen vervanger aan te wijzen. Ook worden christelijke boeken, net als algemene boeken, opgenomen in de catalogus van de Koninklijke Bibliotheek.

Op het niveau van symbolische productie kent het christelijke literaire veld eveneens zijn eigen actoren. Literaire kritiek verschijnt in christelijke weekbladen, zoals het *Reformatorisch Dagblad* of het *Nederlands Dagblad*. Het Christelijk Literair Overleg (CLO) organiseert christelijke leesgezelschappen, reikt tweejaarlijks de CLO Juryprijs uit en organiseert jaarlijks een Literatuurdag.⁷⁷ Daarnaast zijn er landelijke campagnes, georganiseerd door het BCB, die zich richten op het christelijke boek, zoals de Week van het Christelijke Boek, de Christelijke Kinderboekenmaand en de Maand van het Geschenk.⁷⁸

Aan de hand van deze korte institutionele inventarisatie kan worden vastgesteld dat zowel op het niveau van de materiële productie en distributie, als op het niveau van symbolische productie het christelijke literaire veld zijn eigen actoren kent. Deze actoren zijn relatief autonoom en organiseren in hun eigen

⁷¹ de Bibliotheek Huizen-Laren-Blaricum (2014)

⁷² <http://www.schrijverscontact.nl/>

⁷³ <http://www.schrijvenderwijs.com/>

⁷⁴ Kievits (2015)

⁷⁵ Kuitert (2008): 68

⁷⁶ Zoeter (2018)

⁷⁷ <http://www.christelijkliterairoverleg.nl/over-het-clo/>

⁷⁸ <http://bcbplein.nl/>

veld op relatief autonome wijze hun literaire zaken.⁷⁹ Het christelijke literaire veld houdt hiermee binnen het eigen subveld de verdeling van economisch en symbolisch kapitaal in stand. Deze verdeling van kapitaalsoorten houdt in dat er sprake is van een bepaalde hiërarchie in het veld, waarbij bepaalde genres weinig lezers, maar veel prestige hebben, of juist veel lezers en weinig prestige. Of de hiërarchie binnen het christelijke literaire veld overeenkomt met die in het algemene veld, waarin bijvoorbeeld bestsellers veel lezers en weinig prestige hebben, en poëzie weinig lezers maar veel prestige, is nog niet onderzocht. De mate van economisch en symbolisch kapitaal is, ongeacht de hiërarchische positie binnen het christelijke literaire veld, niet overdraagbaar naar het algemene veld. Over het geheel genomen blijven de producten van het christelijke literaire veld namelijk binnen dat veld en vindt er weinig tot geen materiële productie, distributie of symbolische productie van de producten plaats in het algemene veld.⁸⁰

Er is in een veld sprake een denkstijl van het denkcollectief.⁸¹ Deze eigen denkstijl doet denken aan het begrip habitus van Bourdieu.⁸² Habitus is het geheel van sociale opvattingen, classificatieschema's en waarderingsschema's dat een individu zich als actor in een veld eigen maakt. Voor het literaire veld geldt dat de poëtica van een actor een belangrijk onderdeel is van zijn habitus.⁸³ Het belang van habitus en een eigen denkstijl wordt verder duidelijk in theorievorming omtrent zelfpresentatie (hoofdstuk 2.3)

2.2 Theorie omtrent concernvorming

In tegenstelling tot de voorgaande paragraaf, waar Bourdieus theorie een duidelijke basis vormde, is er over concernvorming in het literaire veld geen 'basiswerk' of conceptueel model. Er wordt wel over concernvorming geschreven, maar dan in geschiedkundige vertogen over de opkomst van concernvorming in het literaire veld of in signaleringen van trends in de boekenmarkt.^{84,85} In deze paragraaf zal ik concernvorming bespreken in het kader van Bourdieus werk met behulp van de begrippen economisch en symbolisch kapitaal.

Bij concernvorming wordt vaak gesteld dat een uitgeverij als imprint verder gaat met behoud van eigen identiteit en zelfstandigheid. In persberichten wordt dan benadrukt dat de uitgeverij hetzelfde karakter zal behouden en dat de concernvorming zich richt op het vergroten van de afzetmarkt.⁸⁶ In veel literatuur omtrent concernvorming heerst echter een negatievere toon. Er wordt gesproken over 'vrees

⁷⁹ Dorleijn en Van den Akker (2006): 99

⁸⁰ Om de relatieve autonomie van het christelijke literaire veld vast te stellen, ga ik hier kort in op de verschillende autonome actoren die het veld kent en de instandhouding van economisch en symbolisch kapitaal binnen het christelijke veld. Het blijft echter zo dat er geen sprake is van totale autonomie. Zo blijkt uit het onderzoek van Zoeter (2018) dat christelijke romans niet alleen een plaats hebben in christelijke bibliotheken, maar ook in openbare. Er zal ongetwijfeld op meer plaatsen in het veld overlap te zien zijn tussen het christelijke en het algemene literaire veld. Toch kan in het algemeen gesteld worden dat de productie, distributie en symbolische productie van producten binnen het christelijke literaire veld gebeurt.

⁸¹ Dorleijn en Van den Akker (2006): 99

⁸² Bourdieu (1993)

⁸³ Dorleijn en Van den Akker (2006): 99

⁸⁴ Vgl. Dorleijn en Van Rees (2006), Lindhout (2008): 159

⁸⁵ Appelman en Van den Broek (2002)

⁸⁶ Vgl. Boekencentrum (2016)

voor het zelfstandig functioneren van de uitgeverij' of over het 'verwateren' van de identiteit van dochterondernemingen.^{87,88} Deze spanning is te wijten aan een conflict tussen economisch en symbolisch kapitaal. Volgens Bourdieu hebben producten (in dit geval: literaire werken) met veel symbolisch kapitaal vaak weinig economisch kapitaal, omdat ze door een klein publiek worden gelezen. Vice versa geldt dit voor producten met veel economisch kapitaal, die door een groot publiek worden gelezen en daardoor door de elite als *low-brow* worden gezien.⁸⁹ Het is om die reden dat Bourdieus invloedrijke artikel de titel 'The Field of Cultural Production; or: The Economic World Reversed' draagt.⁹⁰ Wanneer een uitgeverij zowel economisch kapitaal als symbolisch kapitaal nastreeft, levert dat onvermijdelijk een spanningsveld op. Toch is het voor een uitgeverij vaak belangrijk om beide soorten kapitaal op te bouwen. Een uitgeverij is immers een bedrijf dat het hoofd boven water moet houden. Door de betrokkenheid bij de materiële productie van literatuur (namelijk het uitgeefproces van manuscript tot boek) is een uitgeverij gericht op economisch kapitaal. Uitgeverijen spelen ook een rol in de symbolische productie van literatuur en zijn daarmee uit op symbolisch kapitaal. Dit symbolisch kapitaal uit zich in het imago en de prestige van de uitgeverij. Door het opbouwen van een sterke literaire fondslister kan een literaire uitgeverij proberen een identiteit of 'nestgeur' uit te stralen.⁹¹ Een literaire uitgeverij zal proberen symbolisch kapitaal te verwerven door bekend te staan als 'echt literaire' uitgeverij, zoals De Bezige Bij dat probeerde door een literaire fondslister op te stellen.⁹² Het rendements- en marketinggerichte denken dat in de jaren tachtig meer aandacht kreeg in de uitgeverijwereld⁹³ is een mogelijke bedreiging voor deze focus op symbolisch kapitaal. Door zich als zelfstandige uitgeefunit aan te sluiten bij een uitgeefconcern, met behoud van de eigen cultuur, flexibiliteit en omzetverantwoordelijkheid, kan een uitgeverij winst behalen in het rendements- en marketinggerichte denken en daarmee meer economisch kapitaal opbouwen.⁹⁴ Voordelen van een uitgeefconcern zijn met name schaalvoordelen. Kosten voor promotie, distributie, boekhouding en drukkosten kunnen verlaagd worden door dit schaalvoordeel. Hiermee wordt de financiële ruimte voor niet-renderende boeken groter, wanneer er interne subsidiëring wordt toegepast.⁹⁵ Een drijfveer voor concernvorming is, gelet op deze voordelen, de mogelijkheid tot een groeiend economisch kapitaal, dat dus ook ruimte laat voor symbolische kapitaalstromen.

Ondanks de genoemde voordelen is veel literatuur over concernvorming negatief, zoals eerder werd gesteld. De angst bestaat dat een uitgeverij minder zelfstandig wordt door concernvorming, ongeacht het voornemen zich als zelfstandige uitgeefunit aan te sluiten. Door de jaarlijkse

⁸⁷ Kabel en Kulk (2009): 7

⁸⁸ Ibidem: 8

⁸⁹ Bourdieu (1993): 40

⁹⁰ Bourdieu (1993)

⁹¹ Govaert en Smink (1991): 31

⁹² Van Krevelen (2006): 150

⁹³ Appelman en Van den Broek (2002): 147

⁹⁴ Ibidem

⁹⁵ Ibidem

rendementseisen van concerns begint een uitgeefunit elk jaar opnieuw met een ‘schone lei’. Hierdoor kan er geen kruissubsidiëring worden toegepast door de jaren heen en krijgen boeken en auteurs die meer tijd nodig hebben om economisch rendabel te worden, minder snel een kans. Dat vergroot het belang van bestsellers, omdat die rendement opleveren op korte termijn. De pluriformiteit van een fondslijst komt hiermee in het geding.⁹⁶ Ook is er minder ruimte voor een uitgever om een persoonlijk stempel op het fonds te drukken, bijvoorbeeld als dat persoonlijke stempel bestaat uit een voorkeur voor minder rendabele genres. In termen van kapitaal betreffen de nadelen van concernvorming met name het symbolisch kapitaal van een uitgeverij, omdat er minder aandacht is voor het opbouwen van een langlopende uitgeefcyclus die (in elk geval in het begin) vooral symbolisch kapitaal en weinig economisch kapitaal oplevert.⁹⁷

De spanning tussen economisch en symbolisch kapitaal speelt een rol bij elke concernvorming. De uitgeverij die als imprint verdergaat, wil het economisch kapitaal vergroten en het symbolisch kapitaal behouden. Om het symbolisch kapitaal te behouden, wil de uitgeverij de eigen identiteit en zelfstandigheid behouden als imprint. De identiteit van een uitgeverij is een abstract begrip en heeft te maken met de zelfpresentatie van de uitgeverij. Om het begrip zelfpresentatie theoretisch te vatten, zal dit in paragraaf 2.3 verder worden uitgewerkt.

2.3 Posities in het literaire veld: identiteit en zelfpresentatie

Bij de positie van een uitgeverij in het literaire veld is het belangrijk een beeld te vormen van de identiteit van de desbetreffende uitgeverij. Hoe presenteert de uitgeverij zichzelf, hoe zien andere actoren in het veld haar, wat zijn de poëtische opvattingen van de uitgeverij? Een uitgeverij is ‘een smaakmaker, een stuurder, een setter van trends en stijlen waarmee ook waardeoordelen worden geïnsinueerd, en draagt als zodanig evenzeer bij aan de symbolische productie van literatuur.’⁹⁸ Maar hoe de uitgeverij dit precies doet, is lastig concreet te maken. Het gaat hier om abstracte zaken, waarbij de begrippen habitus, posture en zelfpresentatie van belang zijn. Ik zal in deze paragraaf kort deze begrippen toelichten en een verbinding tussen de begrippen leggen, die laat zien hoe een uitgeverij met haar zelfpresentatie een plaats in het literaire veld inneemt.

Van de begrippen die Bourdieu introduceert in zijn veldtheorie, is habitus een van de meer problematische begrippen om te operationaliseren.⁹⁹ Het is een begrip dat op een abstract niveau blijft en daardoor lastig te hanteren is in institutioneel onderzoek. Het begrip duidt, zoals eerder gezegd, op

⁹⁶ Appelman en Van den Broek (2002): 147

⁹⁷ De theoretische beschrijving van de scheiding tussen economisch en symbolisch kapitaal is vrij strikt. In de praktijk is er niet altijd een duidelijk onderscheid tussen streven naar economisch of symbolisch kapitaal en gaan de twee vaak samen. Zo kan een fondslijst met veel symbolisch kapitaal, gericht op lange-termijnproductie, op de lange termijn alsnog veel economisch kapitaal opleveren wanneer de werken ‘klassiekers’ worden.

⁹⁸ Kuitert (2008): 68

⁹⁹ Joosten (2011): 174

het geheel van sociale opvattingen, classificatieschema's en waarderingsschema's die gehanteerd worden in een veld.¹⁰⁰ Habitus is een brug tussen heersende culturele opvattingen en concrete smaakoordelen van een actor. Actoren in het literaire veld vinden 'als natuurlijk' de plaats die goed bij hun habitus past en vinden actoren in hun omgeving met dezelfde smaakopvattingen.¹⁰¹ Op die manier ontstaat een consensus in habitus in een relatief autonoom literair veld. Een belangrijk onderdeel van die consensus in habitus ontstaat door de poëtische opvattingen van actoren.¹⁰² Om dit abstracte denkbeeld concreter te maken, kan men denken aan het protestants-christelijke denkbeeld dat literatuur maatschappelijke en educatieve doeleinden moet dienen.¹⁰³ Deze opvatting kan gezien worden als een poëtische opvatting die in het christelijke literaire veld ten tijde van het Interbellum gedeeld werd en daarmee onderdeel was van de habitus van het veld.

Een ander belangrijk begrip bij het bepalen van plaats in het literaire veld is posture. Posture is een begrip dat uitgebreid door Meizoz is beschreven en een belangrijke rol speelt bij het beschrijven van auteursrollen in het literaire veld.¹⁰⁴ Zijn theorie kan ook gebruikt worden als uitgangspunt bij het analyseren van de rol van een uitgeverij. Omdat een uitgeverij een bedrijf is en geen individu, doet het beschrijven van zelfpresentatie van een uitgeverij ook denken aan het begrip 'brand image' dat wordt gebruikt in bedrijfskundige studies. Voor dit onderzoek is er gekozen om gebruik te maken van de posture-theorie, omdat deze zich specifiek richt op het innemen van een plaats in het literaire veld. Van belang hierbij is wel dat het in het geval van een auteur om een individu gaat, maar bij een uitgeverij om een bedrijf. Dit bedrijf heeft in het ideale geval wel één identiteit, die ook door woordvoerders van het bedrijf gepresenteerd wordt, en op basis waarvan een posture kan worden vastgesteld.

Posture komt voort uit een samenwerking tussen het individu en 'mediators'. Het individu presenteert zichzelf in gedrag (mediaoptredens, uiterlijk, uitspraken) en eigen tekst. Mediators bedienen het lezerspubliek en geven ook een beeld van het individu af in bijvoorbeeld journalistieke teksten, literaire kritiek of biografieën.¹⁰⁵ Volgens deze uitwerking van het concept posture door Meizoz wordt posture samengesteld door het individu en 'anderen'. Dera maakt onderscheid tussen posture en imago.¹⁰⁶ Posture is hierbij zowel intern, door teksten van de auteur, als extern, door zijn optreden in het openbaar, op te vatten. Voor het beeld dat anderen van het individu neerzetten, gebruikt Dera de term imago.¹⁰⁷ De uitwerking van het concept posture is dus niet in alle literatuur gelijk. Dit probleem komt voort uit het feit dat Meizoz het begrip niet consequent gebruikt in verschillende publicaties.¹⁰⁸ Omdat dit onderzoek zich richt op zelfpresentatie, is het verschil tussen de hantering van het concept posture

¹⁰⁰ Dorleijn en Van den Akker (2006): 99

¹⁰¹ Franssen (2012): 62

¹⁰² Dorleijn en Van den Akker (2006): 99

¹⁰³ Zie paragraaf 1.1.2

¹⁰⁴ Meizoz (2010)

¹⁰⁵ In het geval van een uitgeverij kan bijvoorbeeld een jubileumuitgave bepalend zijn voor het posture gecreëerd door mediators.

¹⁰⁶ Dera (2012)

¹⁰⁷ Het begrip 'anderen' bij Dera staat gelijk aan 'mediators' bij Meizoz: journalisten, critici, redacteurs, etc.

¹⁰⁸ Vgl. Meizoz (2007) en Meizoz (2010)

niet van essentieel belang. Belangrijk is om te begrijpen dat posture verwijst naar de manier waarop actoren in het literaire veld hun positie bestendigen.¹⁰⁹

Bij het aanhouden van een positie in het literaire veld door een actor wordt gebruik gemaakt van het posture, de presentatie van het zelf. Deze zelfpresentatie is voor dit onderzoek van belang. De teksten van Meizoz en Dera richten zich op het posture van een auteur, gevormd door onder andere diens teksten en optreden in de media. Bij een uitgeverij ligt dit anders. Een uitgever ontleent zijn reputatie en stijl aan zijn ‘fonds’: het geheel van uitgegeven werken en de presentatie daarvan aan het publiek.¹¹⁰ De uitgeefstijl is in het literaire deel van de boekenmarkt belangrijk voor de continuïteit en de verbreiding van literaire en culturele denkbeelden.^{111,112,113} Een voorbeeld van een botsende uitgeefstijl bieden uitgever Johan Polak en Rob van Gennep ten tijde van hun gezamenlijke uitgeverij Polak & Van Gennep. Polaks poëtische opvatting van zijn uitgeverij was een streven naar kwaliteit en esthetiek van het literaire boek. Van Gennep zag uitgeven als een middel om kritische ideeën te verspreiden.¹¹⁴ Deze verschillende poëtische opvattingen leidden tot een verschil in uitgeefstijl.¹¹⁵ Uitgeefstijl is dus afhankelijk van het persoonlijke stempel dat een uitgever op zijn uitgeverij drukt. Volgens Van Krevelen maakt het hierbij weinig uit of een uitgeverij worden gefinancierd door mediaconcerns of op andere wijze.¹¹⁶ Tegelijkertijd merkt hij op dat een zelfstandige uitgever meer kans heeft om zijn eigen stijl te ontwikkelen en te behouden, omdat hij in een concern gehinderd kan worden door een onpersoonlijke huisstijl of door het concernbeleid. Interessant in het kader van dit onderzoek is hier de opmerking van Van Krevelen over het behouden van een eigen stijl. Voor een zelfstandig uitgever is het ontwikkelen van een eigen stijl makkelijker dan voor een imprint van een concern. Het behouden van die stijl is ook makkelijker voor een zelfstandig uitgever. Wat gebeurt er wanneer zelfstandige uitgeverij, met eigen uitgeefstijl, onderdeel wordt van een concern? Volgens Van Krevelen zou het dan moeilijker zijn om de eigen stijl te behouden.

Het samenspel tussen habitus, posture en zelfpresentatie leidt tot de bestending van een positie in het literaire veld door een uitgeverij. De uitgeverij zal zich in zijn positie voegen in een consensus van de habitus van het betreffende veld of subveld. Daarnaast is er sprake van posture van een uitgeverij; de uitgeverij bestendigt een positie in het literaire veld door het beeld dat anderen van haar vormen en het

¹⁰⁹ Dera (2012): 463

¹¹⁰ Van Krevelen (2002): 13

¹¹¹ Waar ik het begrip zelfpresentatie gebruik, wordt in veel andere literatuur gebruik gemaakt van het begrip uitgeefstijl. Zelfpresentatie omvat echter meer dan uitgeefstijl, bijvoorbeeld ook uitlatingen in interviews.

¹¹² In vergelijking met het deel van de boekenmarkt dat zich richt op educatieve boeken, kookboeken of reisgidsen.

¹¹³ Van Krevelen (2002): 15

¹¹⁴ Ibidem: 72

¹¹⁵ Dit voorbeeld illustreert de moeilijkheid van het gebruiken van het concept posture bij een uitgeverij. Is er sprake van één posture, wanneer een uitgeverij geleid wordt door twee uitgever met verschillende poëtische opvattingen?

¹¹⁶ Van Krevelen (2002): 14

beeld dat ze van zichzelf presenteert. Deze zelfpresentatie gebeurt in het geval van een uitgeverij op basis van een uitgeefstijl (fonds) en poëtische opvattingen. Zelfpresentatie omvat overigens meer dan alleen het fonds en de poëtische opvattingen van een uitgeverij. Er kan ook gedacht worden aan logo's, de website, parateksten en andere zaken. In dit huidige onderzoek wordt gefocust op zelfpresentatie via fondsvorming en poëtische opvattingen in prospecti.

In het voorgaand theoretisch kader is vastgesteld dat er sprake is van een relatief autonoom christelijk literair veld. Binnen dat veld zijn er zelfstandige uitgeverijen en uitgeefconcerns. Een uitgeverij die als imprint van een concern verdergaat, wil het economisch kapitaal vergroten en het symbolisch kapitaal behouden, door het behouden van de eigen identiteit en zelfstandigheid als imprint. Deze identiteit bestaat uit zelfpresentatie door een uitgeefstijl (fonds) en poëtische opvattingen.

3 Methodologisch kader

In hoeverre is de christelijke zelfpresentatie en fondsvorming van Uitgeverij Kok beïnvloed door de concernvorming met VBK? Deze vraag is leidend voor dit onderzoek. Het voorgaande hoofdstuk sloot af met een theoretische verkenning over het karakter van een uitgeverij. Dit karakter wordt zichtbaar in zelfpresentatie en de fondslijst. Bij uitgeverijonderzoek is het niet voldoende om af te gaan op zelfpresentatie alleen. Maar weinig uitgevers laten zich expliciet uit over de selectiecriteria die aan hun fonds ten grondslag liggen.¹¹⁷ Een uitgever zal bepaalde hoogtepunten benadrukken wanneer hij spreekt over zijn fonds. Daarom bevat dit onderzoek, naast een kwalitatief deel waarin de zelfpresentatie van de uitgeverij wordt onderzocht, een kwantitatief deel. In een fondsanalyse wordt de fondslijst van alle uitgegeven werken onderzocht op aanwijzingen over koerswijzigingen in het fondsbeleid.¹¹⁸ In het voorliggende hoofdstuk zullen de methodologie van het kwantitatieve en kwalitatieve deel besproken worden.

3.1 Kwantitatief onderzoek: fondslijstanalyse

De fondsanalyse van De Glas naar De Wereldbibliotheek en De Arbeiderspers is leidend geweest voor veel andere fondsonderzoeken.^{119,120} Ook in mijn onderzoek zal ik de kwantitatieve analyse baseren op het onderzoek van De Glas. De fondslijst van Uitgeverij Kok wordt samengesteld op basis van de prospectus van elk jaar. Ontbrekende gegevens kunnen worden aangevuld met behulp van Brinkmans catalogus online. De fondslijst zal worden samengesteld voor drie periodes: 2005-2007, 2010-2012 en 2015-2017. Deze periodes beslaan de fondslijst van Uitgeverij Kok vóór de concernvorming met VBK, ten tijde van en enkele jaren erna. Ter kalibratie van de periode voorafgaand aan de concernvorming, 2005-2007, zal de periode 1995-1997 worden toegevoegd. Per titel worden de volgende zaken genoteerd: het jaar van verschijning in de prospectus, de imprint waaronder de titel is verschenen, de auteur, het gender van de auteur en de NUR-code (of NUGI-code in de jaren 1995-1997).¹²¹

In een fondsanalyse is het mogelijk om naar talloze facetten van het fonds onderzoek te verrichten.¹²² Voor dit onderzoek staat de mogelijke invloed van concernvorming centraal. In het theoretisch kader is gebleken dat bij concernvorming het behoud van identiteit belangrijk is. In een fonds komt deze identiteit tot uiting in de verschillende fondslijnen die er bestaan en de verhouding tussen de fondsen, die vaak verschillende genres representeren. De fondslijsten van Uitgeverij Kok zullen daarom onderzocht worden op fondsprofiel en continuïteit. In de analyse wordt per jaar genoteerd welke

¹¹⁷ De Glas (1989): 35

¹¹⁸ Ibidem: 64

¹¹⁹ De Glas (1989)

¹²⁰ Vgl. Lindhout (2008), Van Voorst (1997)

¹²¹ NUR staat voor Nederlandstalige Uniforme Rubrieksindeling. Voordat deze bestond, werd er gebruik gemaakt van de NUGI-code. NUGI staat voor Nederlandstalige Uniforme Genre Indeling.

¹²² Vgl. Oerlemans (2016). In haar onderzoek naar uitgeverij De Geus analyseert ze onder meer de verhouding Nederlands en vertaald, fictie en non-fictie, proza en poëzie en de titelproductie per auteur.

fondslijnen er op dat moment bestonden en hoe de verhoudingen tussen de fondslijnen waren. De periodes zullen vergeleken worden op titelproductie en genreverhoudingen, zichtbaar in respectievelijk de grootte van een fondslijn en de verhouding tussen de verschillende lijnen.

Voor de titelproductie per jaar zullen alleen eerste drukken van een boek worden meegerekend. Herdrukken tellen niet mee, tenzij het uitgave in een reeks of als pocket betreft. Het verzameld werk of de pocket telt dan als één titel in het jaar van uitgave. Overige heruitgaven worden door de KB niet genoteerd als herdruk.¹²³ Genres worden door De Glas verdeeld in fictie/non-fictie en Nederlandstalig/vertaald.¹²⁴ Op basis hiervan zijn genreverhoudingen te vergelijken. Het betreft hier echter een grofmazige indeling in genres. Op basis van NUR-codes zijn genres en subgenres te onderscheiden. Ik zal daarom de titels niet indelen in de categorieën van De Glas, maar per titel de NUR-code noteren en daar subcategorieën in onderscheiden. In de periode 1995-1997 bestond de NUR-code nog niet en werd er gebruik gemaakt van NUGI-codes.

In het geval van Uitgeverij Kok zullen naar verwachting met name de hoofdcategorieën kinderboeken algemeen (200), literaire fictie algemeen (300), non-fictie vrije tijd/algemeen (400) en theologie algemeen (700) gebruikt worden. Omdat de uitgever zelf de NUR-code bepaalt, is het een belangrijk instrument in de presentatie van een titel. Zo kan er kan op basis van NUR-codes onderscheid worden gemaakt tussen een thriller (332) en een literaire thriller (305). De subgenres die binnen de categorieën van NUR-codes onderscheiden worden geven de verhoudingen in het fonds weer. Door de verhoudingen in NUR-codes te onderzoeken in de verschillende periodes, kan de ‘melange’ in het fonds geanalyseerd worden. Niet alle oorspronkelijke NUR-categorieën worden hierbij onderzocht, omdat ze niet allemaal even relevant zijn voor dit onderzoek. Voor sommige categorieën is de hoofdcategorie voldoende, bij andere categorieën is verder onderscheid interessant. Dit geldt bijvoorbeeld voor theologische boeken, waarbij niet alleen de hoofdcategorie van NUR-code 700-799, maar ook enkele subcategorieën apart worden geanalyseerd. In Tabel 1 zijn de categorieën opgesomd die in de analyse zullen worden gebruikt, met daarbij de NUR-code en NUGI-code.¹²⁵

Categorie	NUR-code	NUGI-code
Non-boeken algemeen	0-100	0-100
Non-fictie kinderboeken	210-270	210-215
Fictie kinderboeken	270-299	220-223
Vertaalde literaire roman, novelle	302	301
Poëzie	306	310-312
Spannende boeken algemeen	330-339	331-332
Historische roman	342	341
Streek- en familieromans	344	340
Non-fictie vrije tijd/algemeen	400	400-468

¹²³ Oerlemans (2016): 13

¹²⁴ De Glas (1989)

¹²⁵ De NUGI-codes zijn afgeleid van de NUR-codes met behulp van de omzetslijst (Telenet, z.d.)

Non-fictie algemeen	informatief/professioneel	600-699	601-606
Theologie algemeen		700	631
Bijbelse handboeken		702	632
Geloofsopbouw		707	635
Religieuze cadeauboekjes		713-714	-
Overige religies		715-719	633-634

Tabel 1 Categorisering NUR-codes

Vervolgens kunnen de volgende vragen gesteld worden. Zijn de accenten en onderlinge verhoudingen in het fonds van relatief duurzame aard? Aanwijzingen hiervoor zijn fluctuaties naar boeksoorten (genres) die kunnen fluctueren per jaar of juist een betrekkelijk geleidelijke ontwikkeling doormaken. Zijn er economische overwegingen zichtbaar in het fonds? Aanwijzingen hiervoor zijn uitbreiding of inkrimping van verschillende fondsonderdelen.¹²⁶

3.2 Kwalitatief onderzoek: prospectusonderzoek

Het kwalitatieve deel van het onderzoek richt zich op de zelfpresentatie van Uitgeverij Kok. Een uitgever ontleent zijn stijl aan zijn fonds en aan zijn reputatie, dat wil zeggen de manier waarop hij zich presenteert aan het publiek.¹²⁷ Het fonds van Uitgeverij Kok zal worden onderzocht in het zojuist beschreven kwantitatieve deel van het onderzoek. Het kwalitatieve deel richt zich vervolgens op ‘de manier van presentatie aan het publiek’, in dit geval de presentatie aan boekhandels door middel van prospecti.^{128,129} Een prospectus bevat een overzicht van alle te verschijnen boeken van een uitgeverij. Bij de meeste uitgeverijen verschijnt twee of drie keer per jaar een prospectus. In het geval van Uitgeverij Kok is er sinds enige jaren sprake van een voorjaars-, zomer- en najaarsprospectus. In de periode 1995-1997 boden zij alleen in het voorjaar en najaar een prospectus aan.¹³⁰ De prospecti uit de periodes 1995-1997, 2005-2007, 2010-2012 en 2015-2017 zullen worden onderzocht op christelijke zelfpresentatie. Dit zal gebeuren in vier stappen, waarbij de focus steeds smaller wordt. Allereerst wordt de gehele prospectus onderzocht met behulp van een analysemodel dat in paragraaf 3.2.1 wordt gepresenteerd. Vervolgens worden de eerste titels van elke prospectus onderzocht. Deze titels geven door hun prominente plaatsing als eerste titel inzicht in wat voor Uitgeverij Kok belangrijke titels zijn. Na deze analyse wordt er op microniveau naar de prospecti gekeken, namelijk naar de presentatie per titel. Dit gebeurt met behulp van hetzelfde analysemodel als bij de prominente titels. Tot slot wordt er nog verder ingezoomd op een specifiek aspect van de productpresentaties, namelijk de aanwezigheid van christelijke symbolen op boekomslagen van romans. Dit deel van de analyse wordt uitgewerkt in paragraaf 3.2.3.

¹²⁶ De Glas (1989): 64

¹²⁷ Van Krevelen (2002): 13

¹²⁸ Van Krevelen (2002): 13

¹²⁹ Ook wel catalogus of aanbiedingsfolder genoemd.

¹³⁰ Telefoongesprek met Janna Willems (medewerkster bij Uitgeverij Kok), 14 september 2018.

De prospecti van de betreffende periodes zijn op verschillende manieren beschikbaar. Van de prospecti uit 2010-2012 zijn papieren versies opgestuurd door Uitgeverij Kok. De folders uit 2015-2017 zijn door hen als pdf-bestand opgestuurd. De prospecti van voor 2005-2007 en 1995-1997 zijn niet meer in bezit van Uitgeverij Kok, maar zijn in te zien in de Bijzondere Collecties van de UvA.

3.2.1 Analysemodel prospectusonderzoek

De eerste stap in de analyse is gericht op de prospectus in zijn geheel. Hiervan wordt allereerst de omslag onderzocht op de volgende zaken. Zijn er christelijke symbolen te herkennen? Is er paratekst aanwezig met een christelijke inhoud? Indien de paratekst bestaat uit quotes met een bronvermelding, zijn deze bronnen dan afkomstig van een christelijk medium? Vervolgens wordt de hoofdstukindeling van de prospectus bekeken. Hebben typisch christelijke categorieën, zoals ‘theologie’, een plaats vooraan in de prospectus? Indien de prospectus een inleiding bevat, wordt deze onderzocht op de aanwezigheid van poëtische opvattingen. Als die er zijn, bevatten ze dan ook opvattingen over christelijke literatuur? Tot slot wordt in de gehele prospectus gezocht naar metacommentaar over concernvorming of het toevoegen of verdwijnen van imprints.

Per prospectus wordt een kort verslag geschreven dat zich richt op de omslag, hoofdstukindeling, inleiding en metacommentaar. De aandachtspunten zijn gepresenteerd in Tabel 2.

Element	Aandachtspunt
Omslag	Christelijke symbolen
	Paratekst inhoud
	Paratekst bron (bij quotes)
Hoofdstukindeling	Indeling
	Plaatsing van christelijke categorieën
Inleiding	Poëtische opvattingen
Gehele catalogus	Metacommentaar over concernvorming
	Metacommentaar over verdwijnen/toevoegen van imprints

Tabel 2 Analysemodel gehele prospectus

3.2.2 Analysemodel prominente titels

Kregting noemt een aantal zaken die van belang zijn bij het samenstellen van een prospectus.¹³¹ Zijn opmerkingen hierover zijn als uitgangspunt genomen voor het opstellen van een analysemodel. Titels die voorin de prospectus geplaatst worden, krijgen relatief meer aandacht. Hetzelfde geldt voor titels op de rechterpagina: deze krijgen meer aandacht dan titels op de linkerpagina. De marketing- en promotiefactoren die per titel worden opgesomd zijn van steeds groter belang geworden. In de biografie

¹³¹ Kregting (2004): 33

van de auteur wordt vaak een kenmerkend element van diens leven genoemd, dat hopelijk een interessant en onderscheidend feit bevat.

Op basis van Kregtings opmerkingen en een eigen interpretatie hiervan is een analysemodel opgesteld, zie Tabel 3. Een toelichting van het model is onder de tabel te vinden.

Hoofdcategorie	Subcategorie	Aantal aanwezig	Aantal christelijke elementen
A. Titel	1. Verwijst de titel naar het christendom?		
B. Omslag	1. Zijn er christelijke symbolen te zien?		
	2. Verwijst de paratekst inhoudelijk naar het christelijke karakter?		
	3. Indien van de paratekst de herkomst gegeven wordt: is de herkomst een christelijk medium?		
C. Citaten	1. Verwijzen citaten op de pagina naar het christelijke karakter?		
	2. Zijn de citaten op de pagina afkomstig van een christelijk medium?		
D. Marketing en promotie	1. Zijn de afzetkanalen christelijke media?		
E. Biografie van de auteur	1. Wordt er gerefereerd aan de christelijke achtergrond van de auteur?		
F. Beschrijving van het product (inhoud)	1. Wordt het christelijke karakter van het product benadrukt?		

Tabel 3 Analysemodel prominente titels

Bij het analyseren van de titels zullen de volgende aspecten onderzocht worden. Is de titel christelijk van karakter? De omslag wordt op een drietal elementen onderzocht. Zijn er christelijke symbolen afgebeeld? Is er sprake van paratekst die inhoudelijk naar ‘christelijke elementen’ verwijst? Indien de paratekst een quote met bronvermelding is, is deze dan afkomstig van een christelijke instantie of individu? Ook voor citaten op de prospectuspagina gelden deze vragen: zijn de citaten inhoudelijk christelijk getint? Is er sprake van quotes van christelijke instanties of individuen? Worden er in het kopje ‘marketing en promotie’ afzetkanalen genoemd? Zo ja, zijn die christelijk? Wordt er in de biografie van de auteur aandacht besteed aan de persoonlijke religie van de auteur? Wordt er in de beschrijving van het product nadruk gelegd op het christelijke karakter ervan?

Alle genoemde onderdelen van de prospectus hebben verschillende aandachtspunten waarin gezocht kan worden naar uitingen van het christelijke karakter van de uitgeverij. De hoofd- en subcategorieën hebben elk een eigen codering. Op die manier kan overzichtelijk per prospectus

genoteerd worden in welke hoofd- en subcategorie sprake is van een uiting van christelijk karakter. Per subcategorie wordt genoteerd of het a) aanwezig is en b) christelijk is. Het kan zijn dat een prospectuspagina geen biografie van de auteur bevat. Er wordt dan een nul genoteerd in de derde kolom bij E1. Is er wel een biografie aanwezig, maar verwijst die niet naar het persoonlijke geloof van de auteur, dan wordt er in rij E1 genoteerd dat het aantal aanwezig één is, en het aantal christelijke elementen aanwezig nul. Ook voor citaten kan het aantal verschillen. In de derde kolom wordt het aantal citaten genoteerd, in de vierde kolom wordt genoteerd hoeveel van het gehele aantal verwijst naar het christelijke karakter c.q. afkomstig is van een christelijk medium.

De ‘christelijke elementen’ waarnaar gezocht wordt, zijn lastig af te bakenen. Het betreft hier verwijzingen naar religie, het christendom of geloof, de bijbel en de termen christen of christelijk. Ook afbeeldingen, zoals een kruis, kunnen een verwijzing zijn naar het christelijke karakter van een titel. Bij een auteursbiografie kan het zo zijn dat er expliciet genoemd wordt welke religieuze achtergrond de auteur heeft. Vaak worden er citaten geplaatst die een waardeoordeel over de titel uitspreken. Deze kunnen zowel inhoudelijk een christelijk karakter hebben, als afkomstig zijn van een christelijke instantie. Interessant aan de gezochte christelijke elementen is dat zij alleen als christelijke elementen functioneren als ze als zodanig herkend worden. De toekenning van het christelijke karakter gebeurt op die manier door het lezerspubliek, dat in het geval van een prospectus bestaat uit boekhandelaren. Of zij de elementen als christelijk herkennen, is in dit onderzoek niet vast te stellen. De analyse gebeurt dus op basis van de beoordeling van één persoon met kennis van het christelijke gedachtegoed.

3.2.2.1 Voorbeeld titelanalyse

Binnen het tijdbestek van deze scriptie is het helaas niet mogelijk om interbeoordelaarsbetrouwbaarheid vast te stellen door een analyse door verschillende beoordelaars te laten uitvoeren op basis van hetzelfde model. De analyse van zowel de prospecti als de titels is in dit onderzoek gebaseerd op de beoordeling van de scriptant. Om toe te lichten hoe het model gebruikt wordt, volgt hier een voorbeeldanalyse van de eerste titel uit de voorjaarsaanbieding van 2007. Een afbeelding hiervan is te zien in Figuur 3. De analyse van de titel is te zien in Tabel 4.

KARDINAAL SIMONIS Een hart om te denken *50 jaar priester*

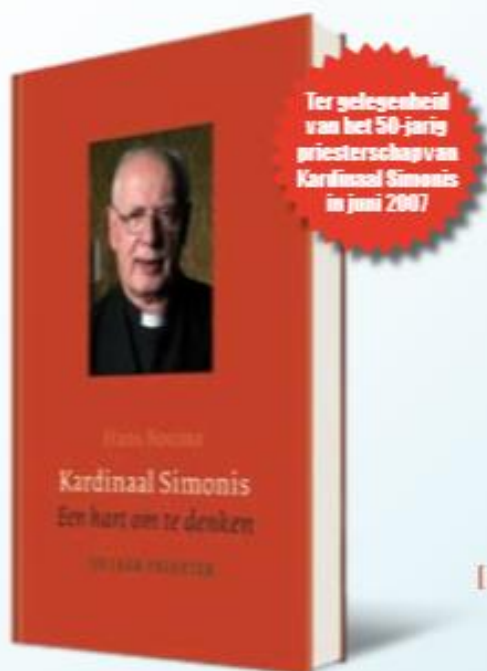
Voor het eerst spreekt Kardinaal Simonis vrijuit over zaken die hem als bisschop of gelovige aan het hart gaan. Zijn roeping, de twijfels, zijn drijfveren en zaken die er toe doen. Zo krijgt de lezer via overwegingen en anekdotes zicht op wat Kardinaal Simonis de afgelopen 50 jaar heeft beziggehouden en wat hem als kerkleider en pastor tekent.

In dit boek gaat Kardinaal Simonis in op diverse belangrijke theologische, kerkelijke, ethische en culturele thema's. En of het nu gaat over Maria of de Islam, over mens zijn of gerechtigheid, over het grote gebod of ouder worden, steeds tref je een manier van denken die even transparant als genuanceerd is. Een denken dat ook recht doet aan het mysterie van alles: van God, van ieder mens, van heel de schepping.

De overwegingen en inzichten van de Kardinaal worden geïllustreerd met praktische vertalingen en persoonlijke ervaringen. Zo vertelt hij hoe hij het de afgelopen 50 jaar heeft volgehouden. Natuurlijk door roeping, bezieling en volharding – maar uiteindelijk toch *Gedragen door gebed*. Of, met zijn eigen woorden: *"Ik ben er doorheen gebeden."*

Dit boek is het resultaat van een creatieve samenwerking van Kardinaal Simonis en de theoloog/publicist Hans Bourma. Deze laatste fungeerde als schrijvend medium tussen de zich tegenover hem open uitsprekende Kardinaal én de lezer, die met Kardinaal Simonis kennis wil maken.

KOK



[3

Omslagontwerp Garage BND
Foto omslag De Hollandse Hoopje
Uitvoering gebonden
Formaat 14 x 22 cm
Omvang 160 blz.
NUR 700
ISBN-10 90 435 1351 2
ISBN-13 978 90 435 1351 7
Verschijnt mei 2007
Prijs ca. € 17,50

**In juni 2007 is Kardinaal Simonis
50 jaar priester**

PROMOTIE:

- *mini-tv-documentaire*
- *interviews voor diverse media*
- *artikelen in tijdschriften en dagbladen*
- *promotie via katholiek nederland.nl*

Figuur 3 Voorbeeldtitel

Hoofdcategorie	Subcategorie	Aantal aanwezig	Aantal christelijke elementen
A. Titel	1. Verwijst de titel naar het christendom?	1	1
B. Omslag	1. Zijn er christelijke symbolen te zien?	1	1
	2. Verwijst de paratekst inhoudelijk naar het christelijke karakter?	1	0
	3. Indien van de paratekst de herkomst gegeven wordt: is de herkomst een christelijk medium?	0	0
C. Citaten	1. Verwijzen citaten op de pagina naar het christelijke karakter?	0	0
	2. Zijn de citaten op de pagina afkomstig van een christelijk medium?	0	0
D. Marketing en promotie	1. Zijn de afzetkanalen christelijke media?	1	1
E. Biografie van de auteur	1. Wordt er gerefereerd aan de christelijke achtergrond van de auteur?	1	1
F. Beschrijving van het product (inhoud)	1. Wordt het christelijke karakter van het product benadrukt?	1	1

Tabel 4 Voorbeeldanalyse

De analyse is als volgt tot stand gekomen. Allereerst de titel: door het benoemen dat de man kardinaal is, is er een verwijzing naar het (katholieke) christendom. Het omslag bevat paratekst, namelijk de ondertitel 'Een hart om te denken'. Deze paratekst verwijst niet inhoudelijk naar het christelijke karakter en er wordt geen herkomst van de paratekst genoemd (het is geen quote). De omslag bevat één symbool, dat ook christelijk is, namelijk het witte boordje dat priesters en kardinalen dragen. Er zijn op de pagina geen citaten opgenomen, dus zowel bij de inhoud als de herkomst daarvan wordt een nul genoteerd. Er wordt één afzetkanaal genoemd, namelijk katholieknederland.nl. Dit is een christelijk kanaal, dus in beide kolommen wordt een één genoteerd. De pagina bevat als laatste alinea informatie over de auteur (vaak is dit een apart kopje op de pagina, maar in dit geval niet). Deze biografie richt zich op het kardinaalschap van Simons en het feit dat Hans Douma theoloog is. Er wordt dus gerefereerd aan hun christelijke achtergrond. Tot slot de beschrijving van het product. Deze is aanwezig en richt zich op het christelijke karakter van het boek.

Voorgaande analyse is vrij eenduidig. In sommige gevallen is de analyse echter vatbaar voor discussie. Wanneer is een element te kenmerken als christelijk? Zeker bij elementen die op zichzelf niet christelijk zijn, maar dat in combinatie en associatie met andere elementen wel zijn, is het lastig te duiden of een element christelijk is. Bij de analyse is als vuistregel genomen dat wanneer een combinatie van

twee elementen (bijvoorbeeld titel en omslag) bij beiden associaties met het christendom oproept, er een één wordt genoteerd.

3.2.3 Analyse alle titels en symboolonderzoek

Zoals gezegd, wordt er na de analyse van de gehele prospectus en de prominente titels ingezoomd op microniveau. Alle titels van de prospectus worden dan geanalyseerd met het model uit Tabel 3. Wanneer er tot slot een tendens in symbolen zichtbaar wordt, wordt hier verder op ingezoomd. Welke symbolen zijn er door de jaren heen zichtbaar? Zijn hierin veranderingen zichtbaar? Op welk deel van het fonds de focus van het symboolonderzoek zich zal richten, is in dit stadium nog niet duidelijk. Na de dataverzameling en analyse wordt bepaald welk genre of gedeelte van het fonds interessant is voor het symboolonderzoek.

4 Analyse

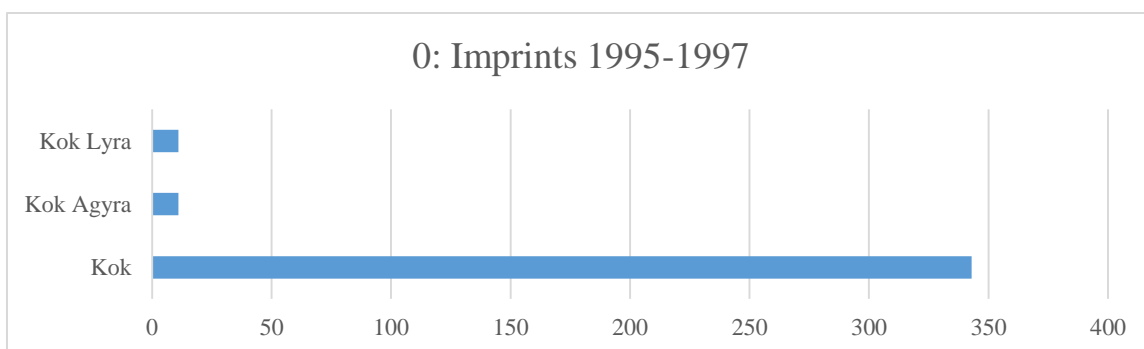
De analyse zal de indeling hanteren die in het methodologisch kader is geschetst. Allereerst wordt het kwantitatieve onderzoek uitgevoerd naar het fondsprofiel en continuïteit in de opgestelde fondslijsten. Vervolgens wordt de kwalitatieve analyse uitgevoerd op vier niveaus: de gehele prospectus, de prominente titels, alle titels en de aanwezige symbolen op omslagen. De periode 1995-1997 zal in alle analyses als kalibratie dienen. Wegens het grote tijdsverschil met de eerstvolgende periode, 2005-2007, zal de kalibratieperiode alleen worden toegelicht indien dat nuttig is voor de analyse van de overige periodes. In de bespreking worden de periodes genummerd: 1995-1997 is periode nul, 2005-2007 is periode één, 2010-2012 is twee en 2015-2017 is periode drie.

4.1 Kwantitatieve analyse: fondslijstanalyse

In de kwantitatieve analyse worden verschillende zaken in beeld gebracht. Allereerst welke imprints in elke periode aanwezig zijn. Vervolgens welke categorieën van NUR-codes, zoals toegelicht in het methodologisch kader, aanwezig zijn en hoe de onderlinge verhoudingen daartussen per periode zijn ontwikkeld. Tot slot worden de verhoudingen per fondslijn van de imprints Kok, Voorhoeve, Callenbach en De Groot Goudriaan verder uitgelicht. Dit zijn de imprints die onder het uitgeefteam Kok verschijnen en zijn tevens de vier grootste imprints. De andere imprints bestaan organisatorisch naast Kok, onder dezelfde uitgeefmaatschappij, maar niet hetzelfde uitgeefteam.¹³²

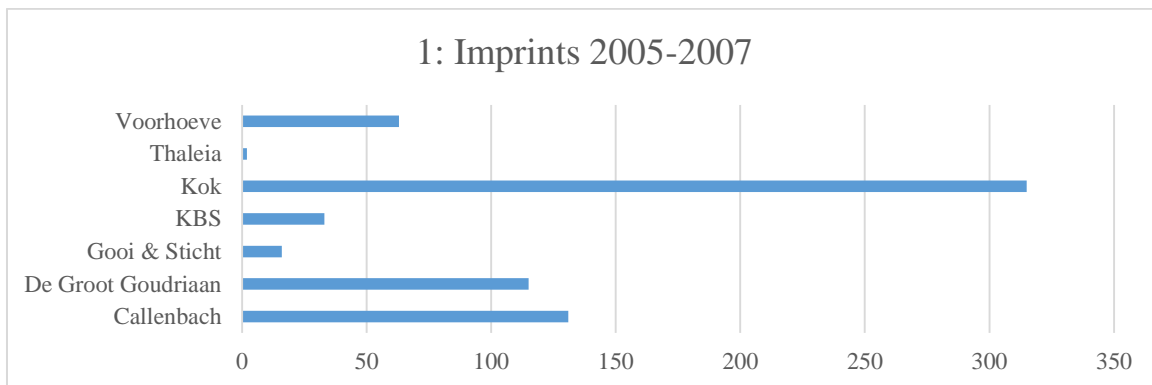
4.1.1 Aanwezige fondslijnen

Voor de fondslijstanalyse is per periode genoteerd welke imprints in de folder hun titels presenteren en hoeveel. De resultaten hiervan zijn te zien in Figuren 4 tot en met 7.

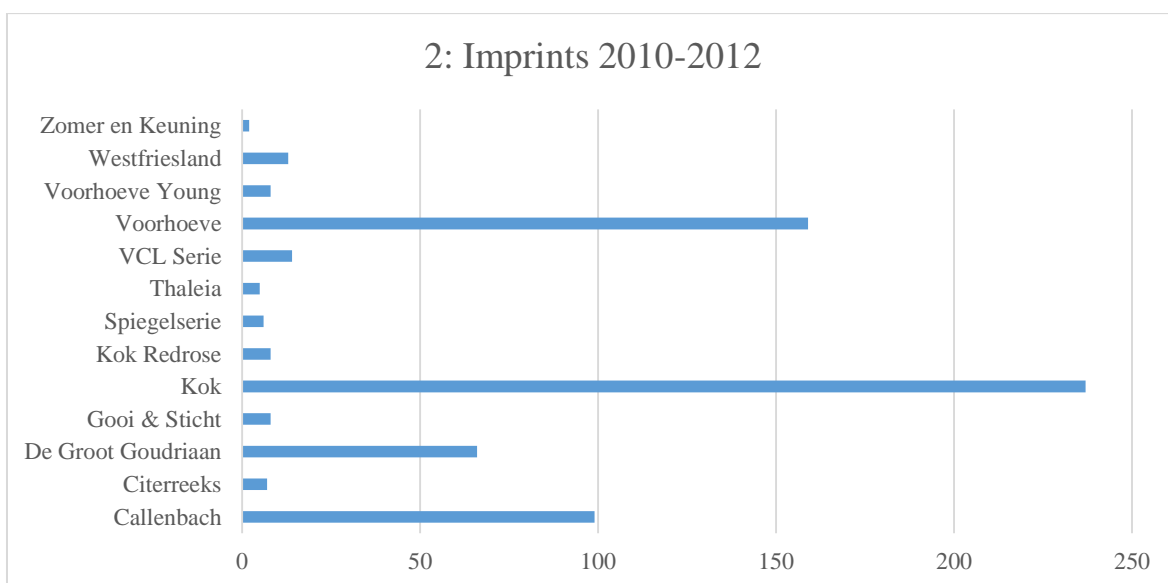


Figuur 4 Imprints periode 0

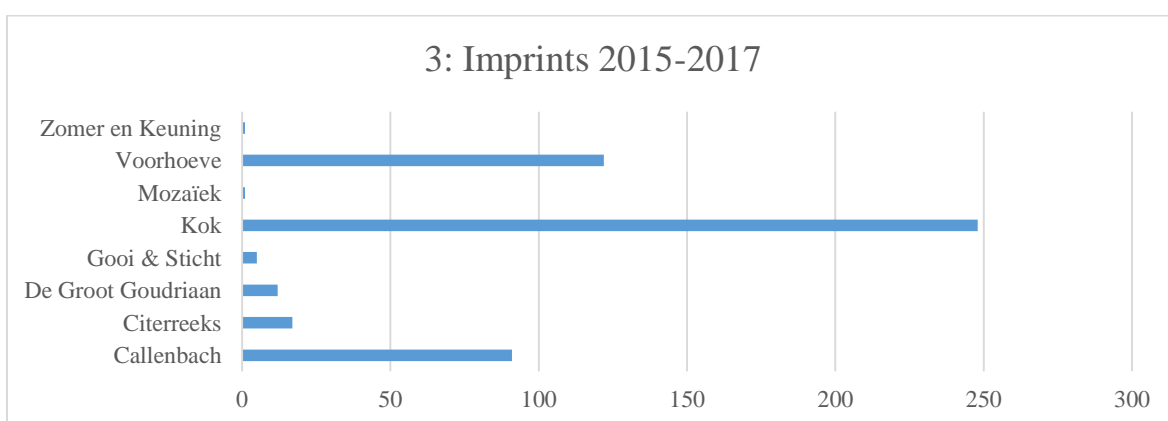
¹³² Door de vele concernvormingen (zie inleiding) is de bedrijfshiërarchie in elke periode anders. De imprints Kok, Callenbach, Voorhoeve en De Groot Goudriaan hebben altijd behoord tot uitgeefmaatschappij Kok ten Have en uitgeefteam Kok. Andere imprints, bijvoorbeeld VCL en Zomer & Keuning, behoorden tot uitgeefmaatschappij Kok ten Have, maar stonden organisatorisch gezien naast uitgeefteam Kok. Citerreeks hoorde ook niet bij uitgeefteam Kok, maar wel bij uitgeefmaatschappij Kok ten Have. De titels van Citerreeks zijn alleen voor abonnees en worden gepresenteerd in de prospectus van Kok. (Mailcontact met Janna Willems, medewerkster bij Uitgeverij Kok, 10 december 2018)



Figuur 5 Imprints periode 1



Figuur 6 Imprints periode 2



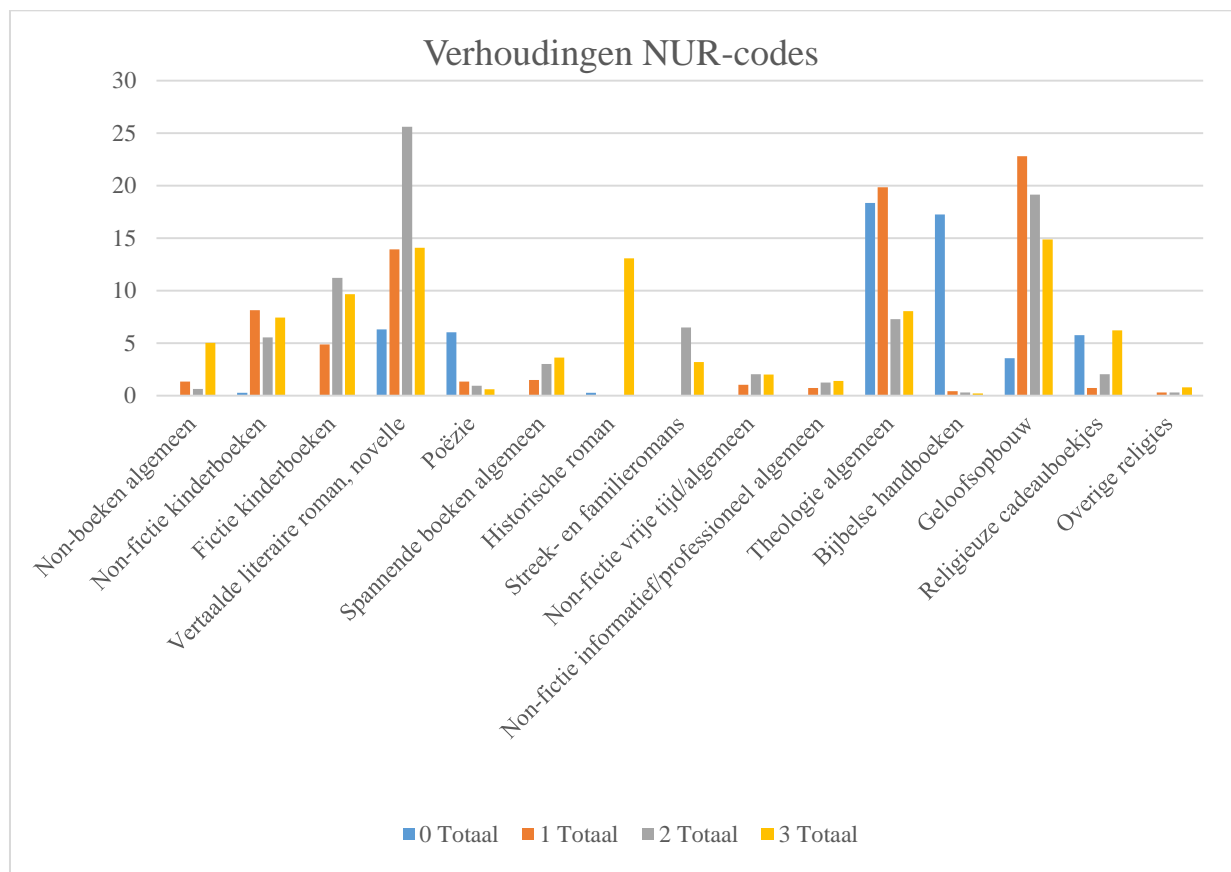
Figuur 7 Imprints periode 3

Opvallend zijn de vele imprints in periode twee, namelijk dertien. In periode drie is dit aantal teruggebracht tot acht. Het aantal imprints wisselt dus sterk, zeker wanneer ook periode nul meegenomen wordt in de vergelijking. Fluctuatie in imprints betekent dat de aard van de fondslijnen relatief niet-duurzaam is, wat een aanwijzing vormt voor economische overwegingen in het fonds.

De grootste en meest constante imprints zijn Kok, Voorhoeve, Callenbach en De Groot Goudriaan. Het aandeel van De Groot Goudriaan neemt per periode af, zelfs zo veel dat in periode drie Citerreeks meer titels uitgeeft dan De Groot Goudriaan. Ook de verhouding tussen Callenbach en Voorhoeve wisselt, waarbij Callenbach in periode één groter is, maar Voorhoeve in periode twee en drie groter is dan Callenbach. In de verhoudingen tussen de vier grootste imprints is dus ook fluctuatie te zien, al blijven drie van de vier imprints (De Groot Goudriaan niet) veruit de grootste imprints van het fonds.

4.1.2 Verhoudingen van NUR-categorieën

Hoewel voor sommige imprints geldt dat ze zich in sterke mate richten op een specifiek genre, zoals Callenbach zich vooral op kinderboeken richt, is dat niet voor elke imprint het geval. Het is daarom interessant om te zien welke NUR-codes in de verschillende periodes worden toegekend. In Figuur 8 is per (categorie van) NUR-code te zien hoeveel titels er per periode verschenen zijn in het fonds van Uitgeverij Kok. De titels van de (categorie van) NUR-code corresponderen met de cijfers van NUR-codes zoals in Tabel 1 weergegeven.



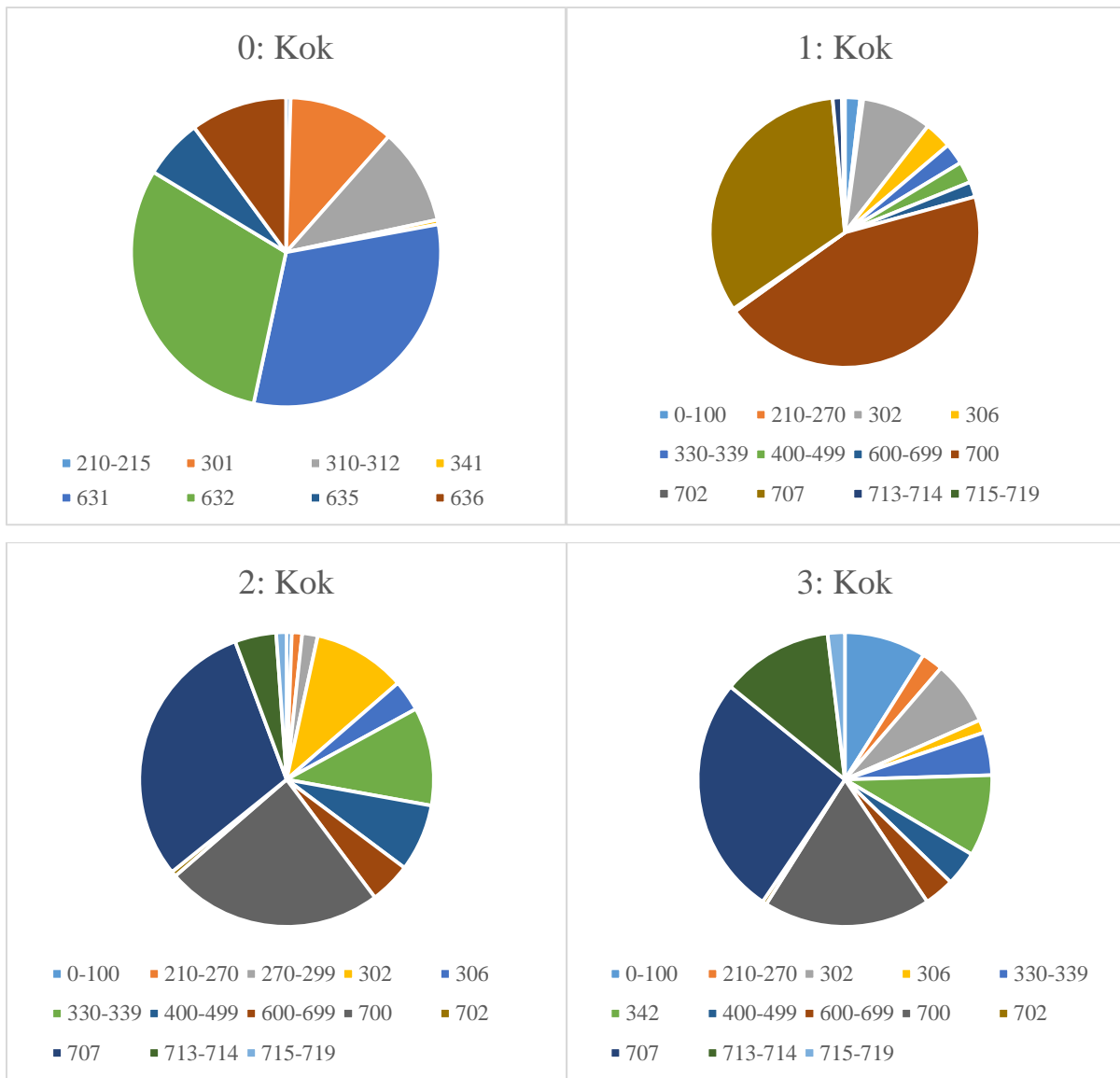
Figuur 8 Verhoudingen NUR-codes gedurende alle periodes

Zoals verwacht, bestaat het grootste gedeelte van het fonds uit romans en theologische boeken. Enkele zaken vallen op. Allereerst de opkomst van NUR-code 0-100, non-boeken algemeen. Dit betreft met name cd's en dvd's. In periode drie is hierin een piek te zien. Wat de kinderboeken betreft verandert er niet veel in de non-fictie, NUR-code 210-270, maar wel in de fictie, NUR-code 270-299. Deze categorie stijgt in periode twee en daalt licht in periode drie. NUR-code 302, vertaalde literaire romans en nouvelles, is aan verandering onderhevig. Het aantal piekt in periode twee, maar is in periode drie weer gedaald tot het niveau van periode één. Poëzie, NUR-code 306, daalt geleidelijk gedurende alle periodes. Het aantal spannende boeken, NUR-code 330-339, groeit gestaag gedurende de periodes. Opmerkelijk is de piek van NUR-code 342, historische romans, in periode drie. Voor deze periode was er geen sprake van de categorie in het fonds. Hetzelfde is te zien bij NUR-code 344, streek- en familieromans, die pas in periode twee in het fonds verschijnt en daarna in periode drie flink is afgenomen. Theologie algemeen, NUR-code 700, beslaat een groot deel van het fonds in periode nul en één, maar is in periode twee en drie aanmerkelijk lager in aantal. Bijbelse handboeken, NUR-code 702, vormen afgezien van periode nul een zeer klein deel van het fonds. Geloofsopbouwende boeken, NUR-code 707, vormen in periode één een groot deel van het fonds, maar het aantal neemt daarna per periode sterk af. In de religieuze geschenkboeken, NUR-codes 713 en 714, is sinds periode één een toename in elke periode. Voor NUR-codes 715-719, overige religies, geldt eenzelfde toename, maar in veel mindere mate.

De categorieën met de grootste pieken zijn vertaalde literaire romans en nouvelles, theologie algemeen en geloofsopbouwende boeken. Opvallend aan deze categorieën zijn de wisselingen in aantal. Van de vertaalde literaire romans en nouvelles verschijnen er in periode twee meer dan in de periodes daaromheen. In het licht van de voorgaande paragraaf, waarin in dezelfde periode opmerkelijk veel imprints waren, en gezien de aard van die imprints, lijkt het zo te zijn dat deze twee zaken samenhang vertonen. Wat betreft de overige twee grote categorieën, theologie algemeen en geloofsopbouwende boeken, valt vooral op dat deze allebei afgenomen zijn sinds periode één. Voor theologie algemeen geldt dat het aantal flink daalt in periode twee en daarna stabiel is, de geloofsopbouwende boeken nemen geleidelijk in aantal af. De daling van deze twee NUR-categorieën met een uitgesproken christelijk karakter vormt een aanwijzing voor de hypothese dat het christelijke karakter van de uitgeverij is afgenomen.

4.1.3 Verhoudingen van NUR-categorieën per fondslijn

Van de vier grootste fondslijnen is een overzicht gemaakt van de verdeling van NUR-codes per periode. Fondslijn Kok is het enige fonds dat in periode nul ook al bestond. Van deze fondslijn zijn de verhoudingen van NUR-categorieën te zien in Figuur 9.



0-100 Non-boeken algemeen

270-299 Fictie kinderboeken

306 Poëzie

342 Historische roman

400-499 Non-fictie vrije tijd/algemeen

700 Theologie algemeen

707 Geloofsopbouw

715-719 Overige religies

210-270 Non-fictie kinderboeken

302 Vertaalde literaire roman, novelle

330-339 Spannende boeken algemeen

344 Streek- en familieromans

600-699 Non-fictie informatief/professioneel algemeen

702 Bijbelse handboeken

713-714 Religieuze cadeauboekjes

Figuur 9 NUR-codes imprint Kok

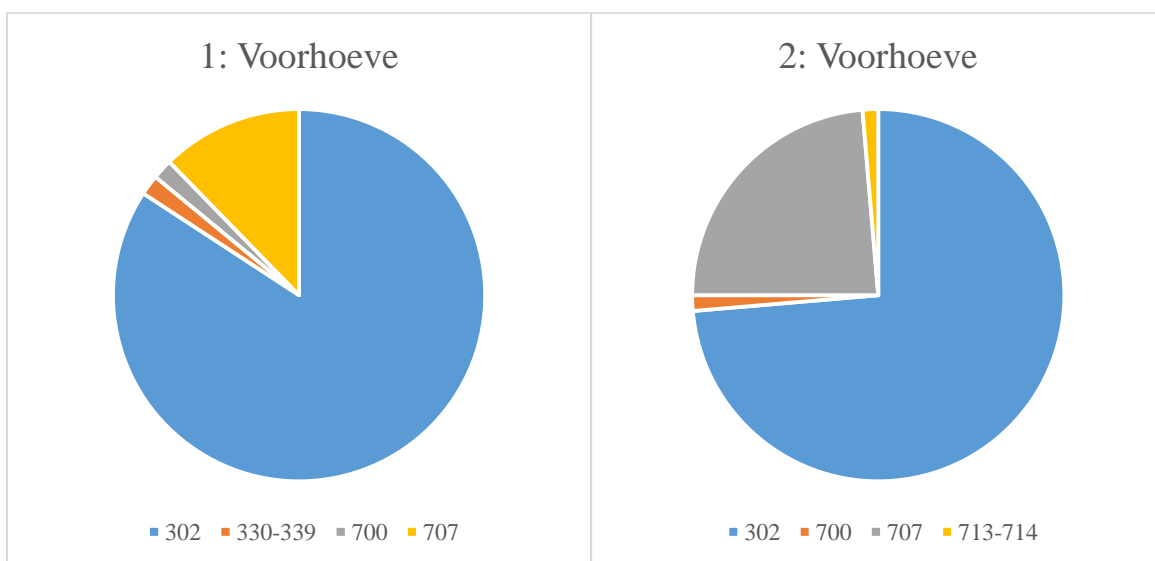
In periode nul bestaat fondslijn Kok uit verschillende relatief grote delen. Met name de NUR-codes 631 en 632, respectievelijk theologie algemeen en bijbelse handboeken, vormen voor een groot deel het fonds. Verder bestaat het fonds uit poëzie, vertaalde romans, pastoraat en geloofsopbouwende boeken. In periode één bestaat de lijn met name uit algemene theologie, geloofsopbouwende boeken en een kleiner deel vertaalde literaire romans. In periode twee is de invulling van het fonds is verder versplinterd

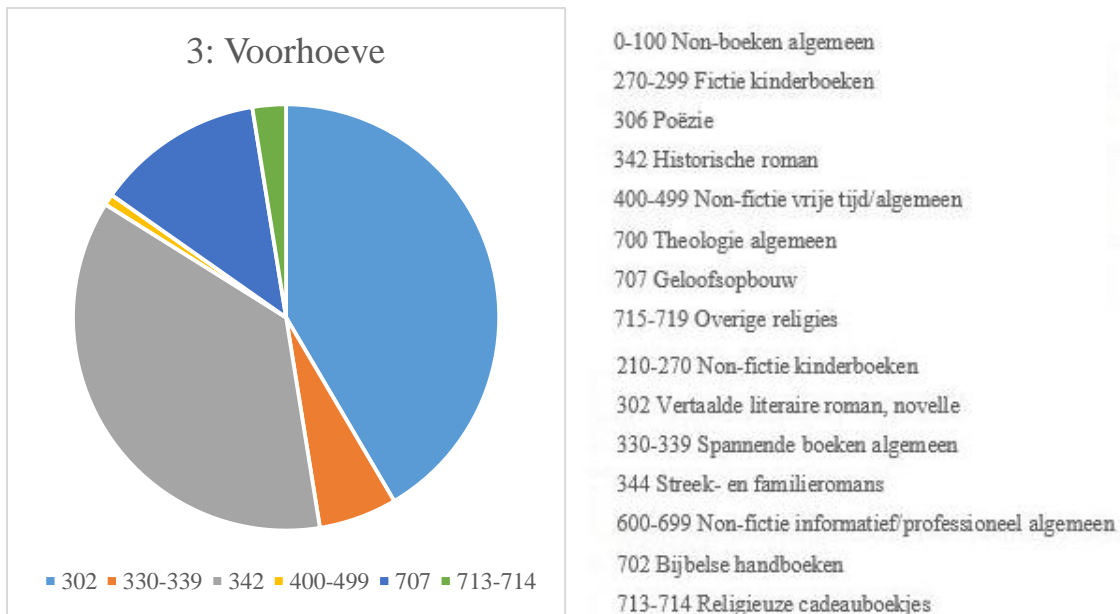
vergeleken met periode één. De NUR-codes met het grootste aandeel in het fonds zijn gelijk gebleven aan de voorgaande periode, namelijk theologie algemeen, geloofsopbouw en vertaalde literaire romans. Het aandeel spannende boeken is gegroeid. Tot slot is ook in periode drie Kok de grootste fondslijn. De invulling van het fonds is net als in periode twee versplinterd. De NUR-codes met het grootste aandeel in het fonds zijn wederom theologie algemeen en geloofsopbouw. Het aandeel vertaalde literaire romans is kleiner geworden, terwijl er juist meer spannende boeken en religieuze cadeauboekjes zijn gekomen ten opzichte van voorgaande periodes.

Over het algemeen kan bij fondslijn Kok gezien worden hoe het fonds steeds verder versplinterd. Er worden steeds meer verschillende genres door het fonds uitgegeven, wat leidt tot een vermindering in het aandeel van de algemeen theologische en geloofsopbouwende boeken.

In Figuur 10 zijn de verhoudingen in NUR-codes van Voorhoeve weergegeven. In periode één heeft Voorhoeve vooral vertaalde literaire romans en een klein deel geloofsopbouw. In periode twee is het aandeel van Voorhoeve op het gehele aantal titels gegroeid. Het fonds is nu het grootste na Kok. De invulling van het fonds is niet sterk veranderd; het grootste gedeelte van de titels van Voorhoeve bestaat opnieuw uit vertaalde literaire romans, maar het gedeelte geloofsopbouwende boeken is gegroeid. In periode drie is Voorhoeve meer versplinterd in haar uitgaven. Nieuw in het fonds is de historische roman, maar ook de vertaalde literaire roman beslaat nog een groot deel van het fonds van Voorhoeve. Geloofsopbouw en in nog mindere mate spannende boeken zijn ook vertegenwoordigd, in substantiëlere mate dan in de voorgaande periodes.

Over het algemeen kan gesteld worden dat Voorhoeve het imprint is met het grootste aandeel vertaalde literaire romans en romans. Dit genre is duidelijk het focuspunt van het fonds, getuige het grote aandeel ervan in alle periodes. Het aandeel geloofsopbouwende boeken is in periode drie gegroeid.

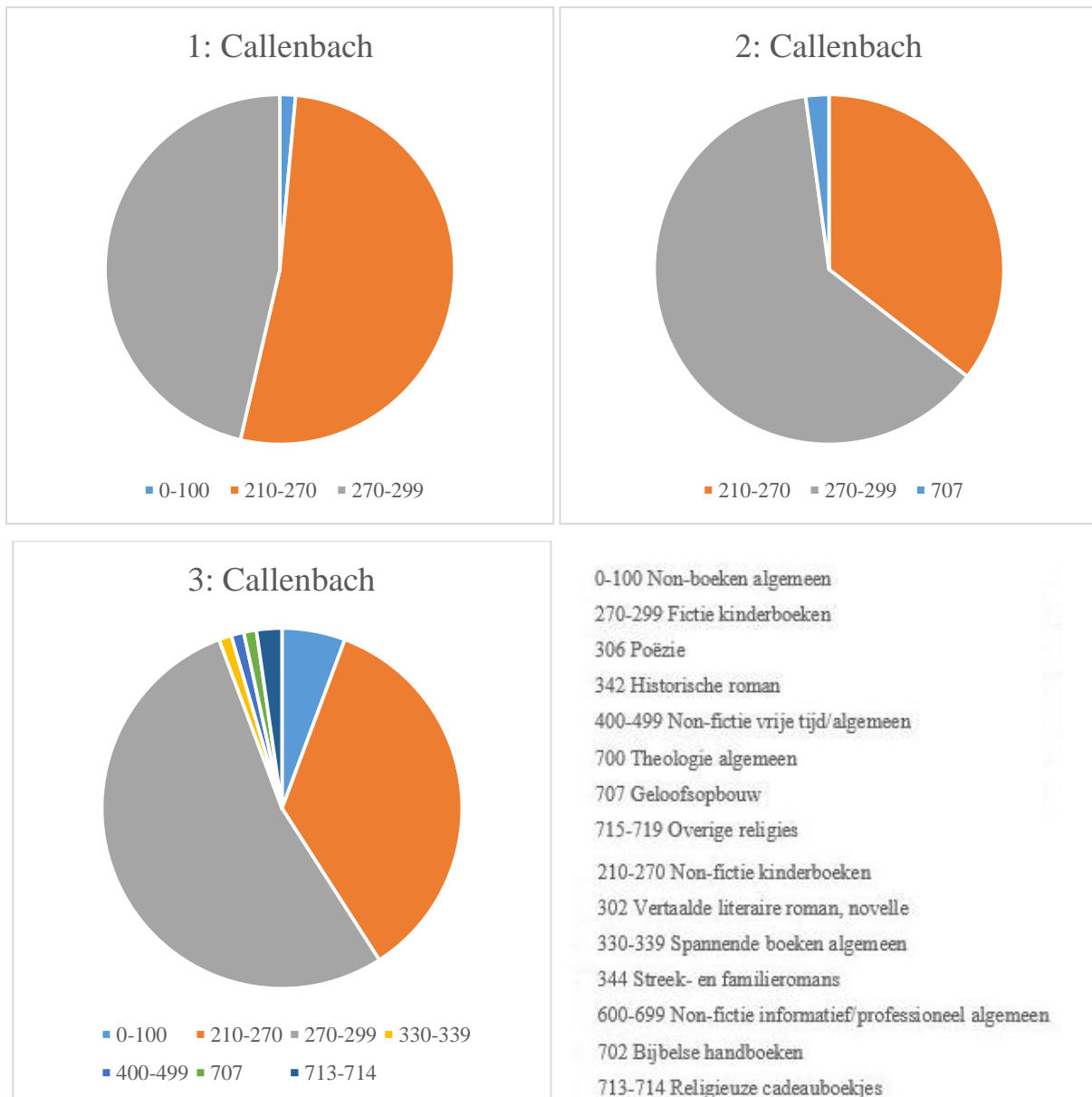




Figuur 10 NUR-codes imprint Voorhoeve

Callenbach is het kinderboekenfonds met zowel fictie als non-fictie. De verhoudingen in NUR-codes van Callenbach zijn te zien in Figuur 11. Van periode één naar twee verschuiven de verhoudingen tussen de aandelen fictie en non-fictie. Het aandeel fictie is in periode twee groter geworden, ten koste van het aandeel non-fictie. Het aandeel non-fictie voor kinderboeken bestaat uit veel kinderbijbels en bijbelse vertellingen. Dat dit aandeel kleiner is geworden, is interessant aangezien de non-fictietitels gezien de vele kinderbijbels vaak een christelijk karakter hebben. De fictietitels daarentegen zijn vaak avonturenverhalen, zoals de langlopende boekenserie Dolfi en Wolfi van J.F. van der Poel over een tienerjongen en een dolfijn. Deze fictieboeken zijn meestal minder uitgesproken van christelijk karakter. In periode drie is ten opzichte van voorgaande periodes meer versplintering te zien met een nieuw aandeel voor onder andere spannende boeken, religieuze cadeauboekjes en non-boeken algemeen. Het aandeel fictie heeft ook in periode drie de overhand over het aandeel non-fictie.

Het fonds Callenbach heeft gezien zijn sterke genrefocus op kinderboeken de minst relevante informatie te bieden. Wel is het interessant dat het aandeel non-fictie afneemt, aangezien dit vaak boeken zijn met een uitgesproken christelijk karakter.

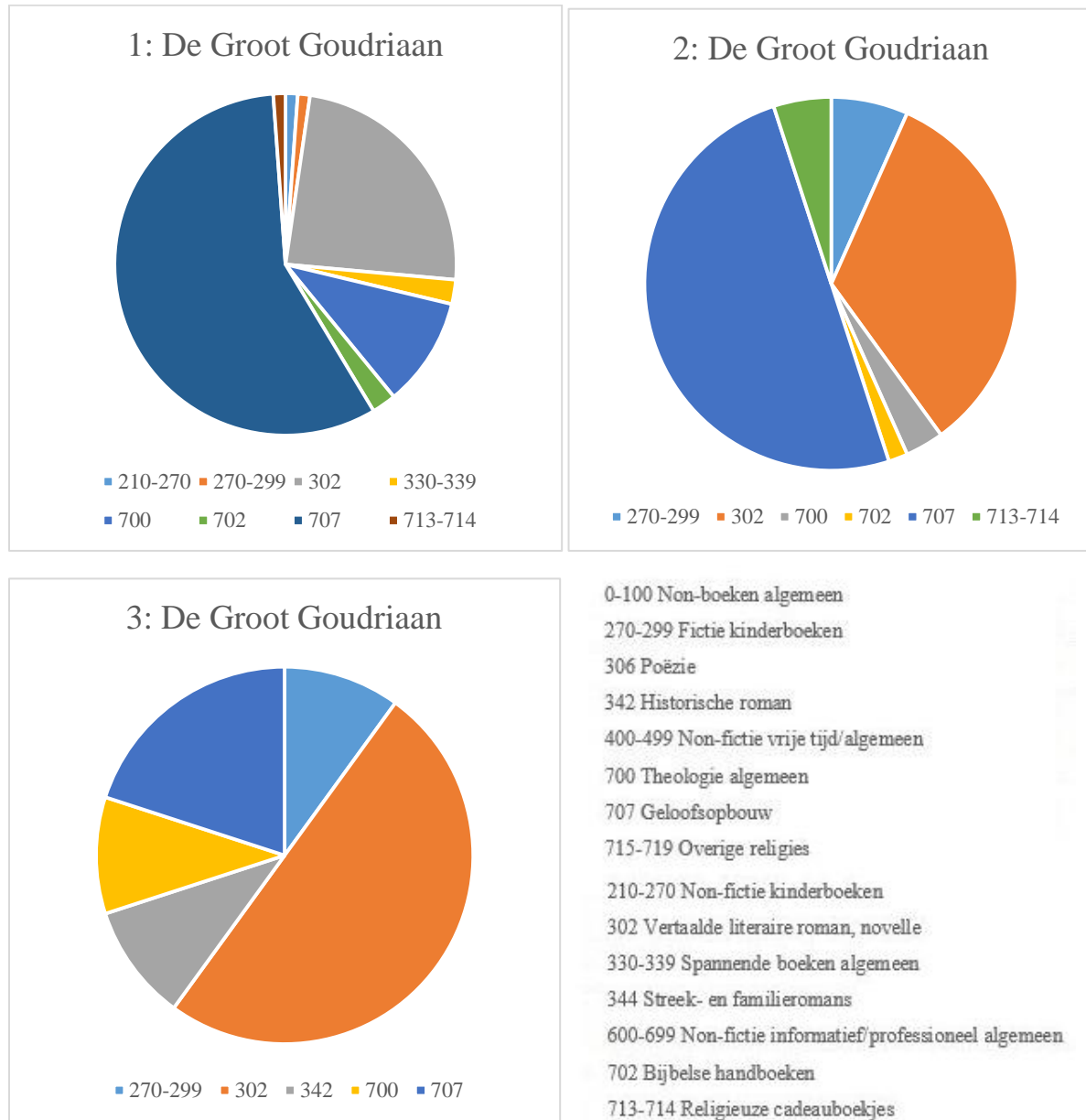


Figuur 11 NUR-codes imprint Callenbach

Figuur 12 toont de verhoudingen in NUR-codes van De Groot Goudriaan. In periode één hebben De Groot Goudriaan en Callenbach een vergelijkbaar aandeel in het totale aantal titels. De Groot Goudriaan heeft vooral geloofsopbouwende boeken en vertaalde literaire romans. In periode twee is het aandeel van De Groot Goudriaan relatief kleiner geworden, maar bestaat het fonds wel nog steeds voornamelijk uit geloofsopbouwende boeken, vertaalde literaire romans en algemene theologie. De aandelen van kinderboeken en religieuze geschenkbokjes zijn groter geworden. In periode drie is het aandeel van De Groot Goudriaan opnieuw kleiner geworden en heeft het fonds nu zelfs minder nieuwe titels dan Citerreeks, waardoor het niet meer bij de vier grootste imprints hoort. Het merendeel van het fonds van De Groot Goudriaan bestaat ook in periode drie uit geloofsopbouwende boeken en vertaalde literaire romans, maar de aandelen kinderboeken, theologie algemeen en geloofsopbouwende boeken

zijn groter geworden. In deze periode bestaat nog de helft van het fonds uit vertaalde literaire romans en nouvelles, waarmee dit genre de overhand heeft. Dit is nieuw ten opzichte van de voorgaande periodes, waar geloofsopbouwende boeken het grootste aandeel vormden.

Over het algemeen is bij De Groot Goudriaan een verminderde focus op theologische en geloofsopbouwende boeken te zien en een toename van het aantal vertaalde literaire romans.



Figuur 12 NUR-codes De Groot Goudriaan

4.1.4 Voorlopige conclusies fondslinanalyse

In de voorgaande paragrafen zijn het algemene fonds en de vier belangrijkste imprints van Uitgeverij Kok geanalyseerd. In paragraaf 4.1.1 bleek dat er sterke fluctuaties zijn in het aantal imprints gedurende de periodes. Ook de onderlinge verhoudingen van de vier grootste imprints zijn aan verandering onderhevig. Deze fluctuaties in imprints en onderlinge fondsverhoudingen kunnen wijzen op economische overwegingen.

In paragraaf 4.1.2 is het fonds van de gehele uitgeverij gekaderd in enkele belangrijke NUR-categorieën. Gezien de fluctuaties in imprints en de vele imprints in periode twee, is het grote aandeel vertaalde literaire romans en nouvelles in die periode extra opvallend. De christelijke categorieën, te weten algemene theologie en geloofsopbouw, nemen af gedurende de periodes.

In de fondslinanalyse gecategoriseerd naar NUR-code zijn in paragraaf 4.1.3 de verschillende fondslijnen onderzocht. Bij imprint Kok is een versplintering van genres zichtbaar, ten koste van het aandeel algemene theologie. Voorhoeve is een stabiel imprint, waarin het grootste aandeel bestaat uit vertaalde literaire romans en nouvelles. Het aandeel geloofsopbouwende boeken is bij dit imprint in periode drie licht gegroeid (wellicht hangt dit samen met de afname van dit genre bij imprint Kok?). Bij het imprint Callenbach verschuift de focus van non-fictie kinderboeken naar fictie-kinderboeken. Dit is met name interessant, omdat het een afname van het aantal kinderbijbels en bijbelse vertellingen impliceert. Wat betreft De Groot Goudriaan is duidelijk geworden dat het aandeel algemeen theologische en geloofsopbouwende boeken is afgenomen en het aandeel vertaalde literaire romans en nouvelles is toegenomen.

4.2 Kwalitatieve analyse: prospectusonderzoek

De kwalitatieve analyse zal, zoals gezegd, uitgevoerd worden op vier niveaus: de gehele prospectus, de prominente titels, alle titels en de aanwezige symbolen op omslagen. Er zijn in totaal eenendertig prospecti onderzocht. Vanaf periode één verschenen er bij Kok drie prospecti per jaar, in periode nul waren dit er twee (een voorjaars- en najaarsaanbieding). Van periode nul zijn alleen de voorjaars- en najaarsprospectus van 1995, de voorjaarsprospectus van 1996 en de najaarsprospectus van 1997 nog beschikbaar. In het analysehoofdstuk worden de relevante kenmerken van elke prospectus besproken.

4.2.1 Complete prospectus

Bij het analyseren van de complete prospecti zijn de grote lijnen van elke prospectus onderzocht met behulp van het analysemodel uit paragraaf 3.2.1. Hoe ziet de omslag eruit, zijn er een inleiding en hoofdstukindeling aanwezig en is er sprake van metacommentaar?

4.2.1.1 Omslagen

De omslag van de prospectus verandert sterk tussen de verschillende periodes en soms ook binnen een periode. Om een indruk van de omslagen te geven, is uit elke periode één omslag afgebeeld in Figuur 13.¹³³ Van periode twee zijn twee omslagen afgebeeld, omdat in die periode de omslag sterk wisselde.

In periode nul bestaan de omslagen uit een paginagroot logo van Uitgeverij Kok met daaroverheen omslagfoto's van enkele titels, meestal vier. Deze titels zijn wisselend van genre, maar er is geen trend te ontdekken. Er is verder geen sprake van paratekst. In periode nul heeft 1997 een afwijkend omslag met daarop niet meer het logo, maar een schilderij van een engel.

De omslagen in periode één zijn sfeerbeelden, die vaak verwijzen naar het seizoen waarin de folder uitkomt. Er zijn geen christelijke elementen of symbolen te herkennen op de omslagen. De achterzijde bevat de colofon en de titel van de folder, bijvoorbeeld 'Voorjaarsaanbieding 2005 van de volgende uitgeverijen: Kok, Voorhoeve, De Groot Goudriaan, Callenbach, Gooi & Sticht. Alle genoemde uitgeverijen maken deel uit van uitgeefmaatschappij Kok ten Have.' Opvallend in deze periode is dat bij sommige folders ook de KBS (Katholieke Bijbelstichting) haar titels presenteert. In dat geval staat er op de achterzijde onderaan de colofon de volgende tekst: 'Wij verzorgen de boekhandelsvertegenwoordiging van de Katholieke Bijbel Stichting (KBS), zie blz. 44-49 van deze catalogus'. De titels van KBS worden dus duidelijk afgezonderd van de imprints van Kok, zowel op de omslag als in de hoofdstukindeling en indeling van de prospectus.

De omslagen in periode twee bestaan uit gekleurde banen over de breedte van de prospectus in drie kleuren, in de sfeer van het seizoen waarin de prospectus uitkomt. Er is geen paratekst. Per hoofdstuk is er een omslagpagina met daarop het symbool dat bij het hoofdstuk hoort, zoals in de inhoudsopgave gepresenteerd wordt. Op de achterzijde staan de imprints die in de folder staan: Kok, Voorhoeve, De Groot Goudriaan, Callenbach en Gooi & Sticht. In 2012 verandert dit naar de imprints Kok, Voorhoeve, De Groot Goudriaan, Callenbach, RedRose, Zomer & Keuning, Westfriesland, Spiegelserie, VCL-serie en Citerreeks. Ook hebben de prospecti in 2012 een andere omslag, namelijk met een sfeerbeeld met veel bloemen, rozen en vlinders, in plaats van gekleurde banen. Op de omslagen van de hoofdstukken staat onder de hoofdstuktitel welke imprints er in dat hoofdstuk titels presenteren. De 'nieuwe' imprints (bijvoorbeeld Redroze, Westfriesland of de VCL-serie), die voor 2012 niet in de folder stonden, presenteren alleen titels in het hoofdstuk Romans. Opmerkelijk aan deze periode is dat de verandering van inhoud van de folder wat betreft imprints gepaard gaat met een verandering in omslag.

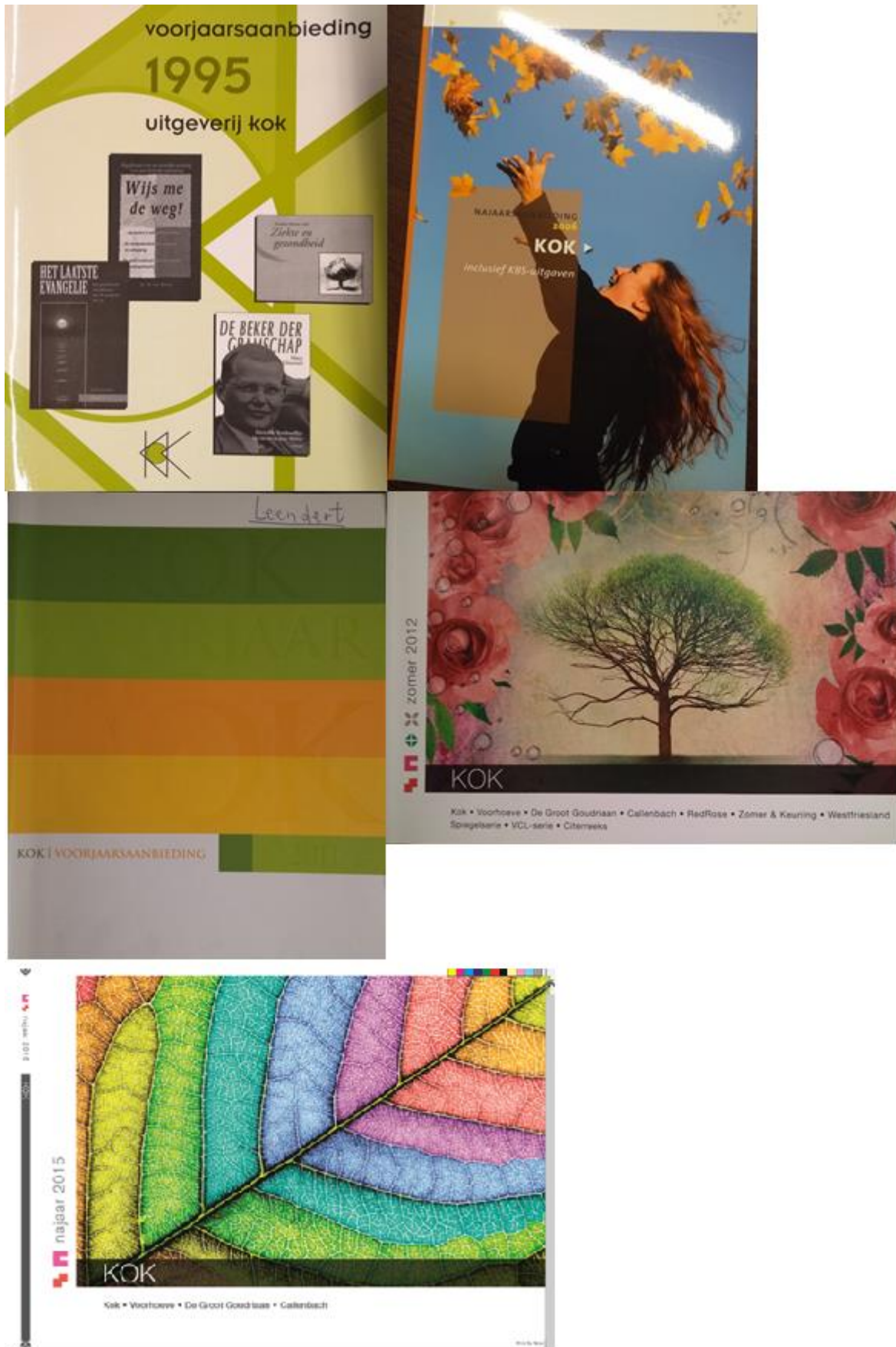
De prospecti uit periode drie hebben hetzelfde type omslag als in 2012, met een sfeerbeeld. Op de achterzijde staan de colofon en de logo's van de vertegenwoordigde imprints. Op de voorzijde staan alleen de namen (zonder logo's) van de imprints. Verder is er in deze periode een omslagpagina met sfeerfoto per hoofdstuk toegevoegd. Evenals op de prospectusomslagen zijn er op deze

¹³³ Opgenomen zijn de omslagen van de voorjaarsaanbieding 1995, najaarsaanbieding 2006, voorjaarsaanbieding 2011, zomeraanbieding 2012 en najaarsaanbieding 2015.

hoofdstukomslagen geen christelijke elementen te herkennen, met uitzondering van heiligeniconen bij de omslagen van het hoofdstuk Non-fictie. Opmerkelijk aan periode drie is de vermelding van het imprint Citerreeks. In 2015 wordt op voor- en achterzijde vermeld dat Citerreeks haar titels presenteert in de prospectus. Vanaf najaar 2015 wordt dat echter niet meer vermeld, terwijl Citerreeks nog wel haar titels in de folder heeft staan. Wat verder opvalt is dat in de najaarsprospectus uit 2016 Gooi & Sticht is opgenomen. In de voorjaarsprospectus van 2017 is vervolgens ook Citerreeks weer toegevoegd. In de zomer van 2017 zijn er nog maar twee imprints die op de omslag vermeld worden en in de prospectus zijn opgenomen, namelijk Kok en Citerreeks. De hoofdstuktitels (zie hoofdstuk 4.2.1.2) zijn hier gewijzigd: het hoofdstuk Kinder- en jeugdboeken heet nu Callenbach. Hoewel de omslag het niet vermeldt, is er dus sprake van drie imprints in de zomer- en najaarsprospectus uit 2017.

4.2.1.2 Hoofdstukindeling

In periode nul is er geen sprake van inhoudsopgave, behalve in de najaarsprospectus van 1997. Er is in deze folder sprake van tweeëntwintig hoofdstukken. In periode één is nog steeds geen inhoudsopgave. Het aantal hoofdstukken is sterk verminderd, naar zeven: Bijbel & theologie, Geloof & praktijk, Geschenkböeken, Wetenschappelijk, Gemeenteopbouw & liturgie, Kinderboeken en Romans. Deze volgorde blijft de hele periode ongeveer gelijk. Een enkele keer komen de geschenkböeken als eerst, maar de algemene indeling met eerst de non-fictie (vaak theologie) met vervolgens kinderboeken en fictie blijft gelijk. Die volgorde is in periode twee hetzelfde. In deze periode is wel sprake van inhoudsopgaven. Opvallend is de komst van het hoofdstuk Young Adult in de prospectus uit het najaar van 2010. Verder is opvallend dat in deze periode het eerste uitgesproken christelijke hoofdstuk (bijvoorbeeld Bijbel & theologie, of Geloof & praktijk) in elke prospectus pas als derde hoofdstuk komt (met uitzondering van zomer 2011, waar het hoofdstuk tweede is). Periode drie heeft de kortste inhoudsopgaven, met in de eerste jaren alleen de hoofdstukken Non-fictie, Kinder- en jeugdboeken en Fictie. Later wordt hier als eerste hoofdstuk Algemeen aan toegevoegd en wordt de naam Kinder- en jeugdboeken vervangen door Callenbach. Opvallend aan de hoofdstukindeling in deze periode is dat er aan de hoofdstuktitel niet meer af te leiden is of de titels christelijk zijn of niet.



Figuur 13 Omslagen uit elke periode. V.l.n.r.: Voorjaar 1995, najaar 2006, voorjaar 2011, zomer 2012, najaar 2015.

4.2.1.3 *Inleiding*

In periode nul hebben de prospecti geen inleiding. In periode één zijn er alleen inleidingen in de drie prospecti van 2005. De inleiding van de voorjaarsprospectus 2005 is vooral een aankondiging van bijzondere projecten. Er zijn geen poëtische opvattingen, christelijke elementen of metacommentaar in zichtbaar. In de zomerprospectus 2005 ligt de nadruk van de inleiding op de wens te voorzien in ‘mooie, goed verkoopbare boeken’.¹³⁴ In de najaarsprospectus van hetzelfde jaar¹³⁵ worden de nieuwe logo’s van elk imprint gepresenteerd. Er wordt met trots gesproken over het uitgeefprogramma en uniformering van de huisstijl. In periode twee is er een nieuwe vorm van de catalogus, die in de inleiding van de voorjaarsprospectus 2010 wordt gekoppeld aan vooruitstreven en meer marketingbekendheid van Kok. Behalve deze inleiding hebben de prospecti uit periode twee geen inleidingen. Ook in periode drie heeft maar één prospectus een inleiding, namelijk die van najaar 2017. Deze inleiding is kort en is voornamelijk een ‘welkomstwoord’ in de prospectus en bevat de volgende uitspraak: ‘Van de mooiste romans tot de beste non-fictie, van vertrouwd tot vernieuwend: het belooft een prachtig najaar te worden!’¹³⁶

Interessant aan de inleidingen, indien ze aanwezig zijn, is dat er geen poëtische opvattingen in naar voren komen. Ook uitleg of metacommentaar over de imprints die in de prospectus zijn opgenomen staat niet in de inleidingen. Uniformering van de huisstijl is belangrijk, getuige de inleiding uit de zomerprospectus van 2005. Misschien probeert de uitgeverij eenheid uit te stralen door de vele imprint-wisselingen onbenadrukt te laten. Ook de inleiding van de najaarsprospectus uit 2017 is interessant. Er wordt niet gesproken over het christelijke karakter van de uitgeverij, hoewel uit de opmerking ‘vertrouwd tot vernieuwend’ misschien kan worden opgemaakt dat de uitgeverij zich richt op nieuwe (en dus minder christelijke?) titels en een algemenere markt.

4.2.1.4 *Metacommentaar*

Metacommentaar over concernvorming of toegevoegde of verdwenen imprints is nauwelijks gevonden. In periode nul is wel sprake van toelichting van nieuwe series, bijvoorbeeld over de serie Significant, die is ‘geschreven vanuit een algemeen-christelijke optiek’.¹³⁷ In periode één is zeer weinig metacommentaar en minder toelichting van nieuwe series dan in periode nul. Wel worden de KBS-uitgaven toegelicht op de omslag, zoals eerder besproken. De prospecti bevatten in deze periode bovenaan elke pagina een blok met de titel van het hoofdstuk en de naam van het imprint.

Periode twee heeft dezelfde pagina-indeling met bovenaan de pagina het titelhoofdstuk en de naam van het imprint. Ook staat in deze periode bij het blokje praktische informatie (met de titel, ISBN-nummer etc.) het logo van het desbetreffende imprint. In de najaarsprospectus van 2012 wordt het genre

¹³⁴ Zomeraanbieding 2005, Uitgeverij Kok

¹³⁵ Najaarsaanbieding 2005, Uitgeverij Kok

¹³⁶ Najaarsaanbieding 2017, Uitgeverij Kok

¹³⁷ Voorjaarsaanbieding 1995, Uitgeverij Kok

literaire thriller geïntroduceerd met de volgende woorden: ‘Nieuw! Spannende christelijke thrillers voor vrouwen (en mannen)’.¹³⁸

In periode drie is sprake van metacommentaar bij de presentatie van PUUR!, een uitgeefconcept van Kok. In de toelichting van het concept wordt de doelgroep als volgt beschreven: ‘Vrouwen (25-60 jaar), voor wie de christelijke traditie relevant is, (...) die betrokken zijn bij kerk en vrijwilligerswerk (...) En natuurlijk zijn PUUR! vrouwen echte lezers: zowel fictie als non-fictie, zowel christelijk als algemeen.’¹³⁹ Opvallend aan het label PUUR! is dat het geen eigen imprint is, maar wel als zodanig wordt gepresenteerd. Bovenaan elke pagina staat in plaats van ‘Kok’ als imprint ‘PUUR!’ en er is een apart voorblad voor de producten van PUUR!. Het is geen apart hoofdstuk in de hoofdstukindeling.

Er is niet veel sprake van metacommentaar, maar het metacommentaar dat er wel is heeft een posturerende functie. Bij de introductie van het genre thrillers wordt het genre duidelijk benoemd als ‘christelijke thrillers’. Uitgeverij Kok spreekt in de introductie met name haar vrouwelijke lezers aan, maar geeft aan dat de thrillers ook voor mannen zijn. Doet de uitgeverij dit omdat haar lezerspubliek met name uit vrouwen bestaat vanwege het aandeel literaire romans? Ook de introductie van PUUR! speelt in op het vrouwelijke lezerspubliek. De uitgeverij geeft aan dat de doelgroep bestaat uit vrouwen voor wie de christelijke traditie relevant is. Dit is een interessant verschil met zeggen dat de doelgroep uit christelijke vrouwen bestaat. Door de relevantie van de christelijke traditie te benoemen, wordt de doelgroep inclusiever voor hen die niet geloven, maar wel geïnteresseerd zijn. Hetzelfde is later in het citaat zichtbaar, wanneer gezegd wordt dat het publiek uit echte lezers bestaat van zowel christelijke als algemene boeken. De uitgeverij presenteert het label PUUR! als een label dat zich niet alleen op de christelijke markt richt, maar voor iedereen interessant is.

4.2.1.5 Voorlopige conclusies complete prospectus

De omslagen bevatten geen christelijke symbolen of paratekst en bevatten daarmee geen aanwijzingen dat Uitgeverij Kok een christelijk karakter heeft. Het uiterlijk ervan verandert wel, maar dit wijst niet op een meer of minder uitgesproken christelijk karakter. Het meest opvallende aan de omslagen is de vermelding van de opgenomen imprints. Met name in periode drie wisselt de aanwezigheid van Gooi & Sticht en Citerreeks, waarbij de laatste soms wel in de prospectus staat, maar niet op de omslag wordt vermeld. Qua hoofdstukindeling valt op dat de grove indeling van non-fictie, kinderboeken en fictie gelijk blijft in alle periodes. Opmerkelijk is dat in periode twee de christelijke hoofdstukken pas als derde aan bod komen en dat in periode drie aan de hoofdstuktitels niet meer herkenbaar is of het om christelijke of algemene boeken gaat. Er is weinig sprake van inleidingen. Zijn die er wel, dan richten ze zich niet op poëtische opvattingen, christelijke elementen of metacommentaar. Wel gaan ze over veranderingen in uniformiteit van de verscheidene imprints en de verkoopbaarheid of bekendheid van

¹³⁸ Najaarsaanbieding 2012, Uitgeverij Kok

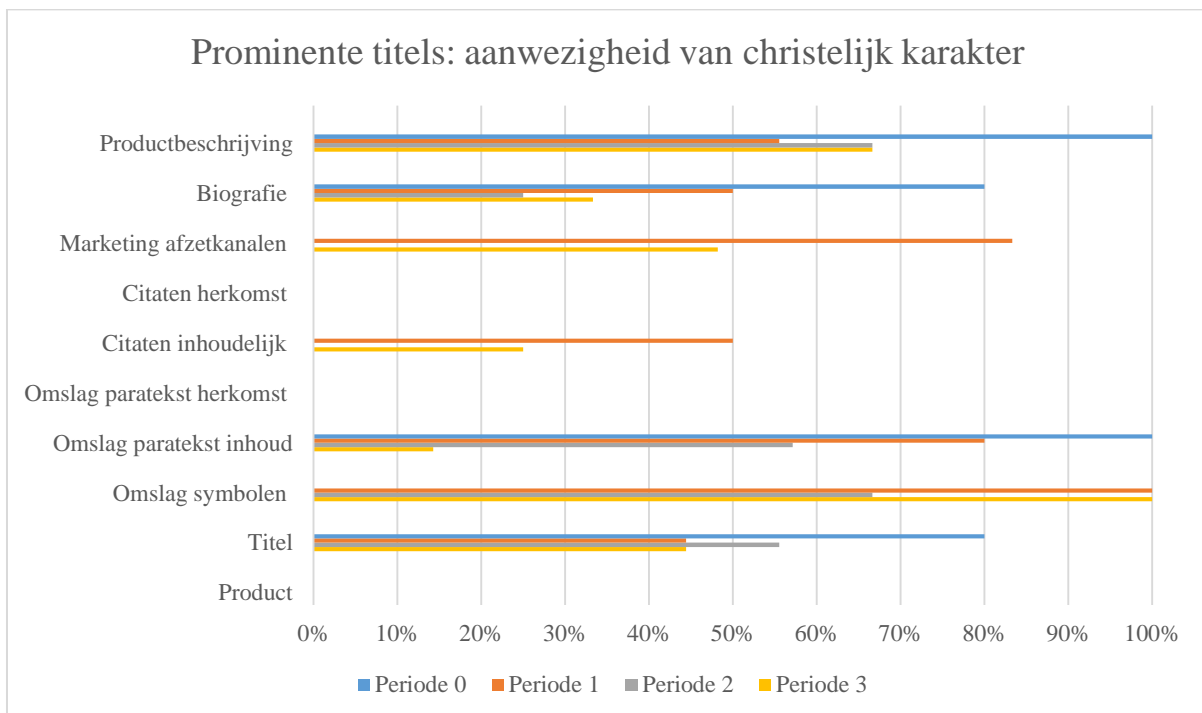
¹³⁹ Voorjaarsaanbieding 2017, Uitgeverij Kok

Uitgeverij Kok. Van metacommentaar over concernvorming of imprints is geen sprake. Wel wordt elke imprint vanaf periode één al vermeld bovenaan de pagina, naast de titel van het hoofdstuk.

4.2.2 Prominente titels

Alle eerste titels van de prospecti zijn geanalyseerd met behulp van het analysemodel uit paragraaf 3.2.2. Een overzicht van de prominente titels inclusief auteurs is te zien in Bijlage 1. De resultaten hiervan zijn in Figuur 14 te zien. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat het om kleine aantallen gaat. Per periode zijn er negen prominente titels, dus de aantallen die genoteerd worden zijn niet hoog. Toch biedt de figuur een eerste overzicht van de data. In paragraaf 4.2.3 wordt op dezelfde manier een beeld gegeven van alle titels. Interessant is om te vergelijken of de beelden overeenkomsten vertonen.

Enkele grote lijnen die zichtbaar worden zijn als volgt. De aanwezigheid van christelijk karakter in de productbeschrijving is in periode één het laagst, is toegenomen in periode twee en blijft daarna stabiel. In de biografie neemt hij af van periode nul naar één en twee, maar neemt weer toe in periode drie. De afzetkanalen voor marketing die genoemd worden zijn in periode één bijna twee keer zo vaak christelijk als in periode drie. De herkomst van citaten wordt niet vermeld. Inhoudelijk gezien zijn de citaten in periode één vaker gericht op het christelijke karakter van een product dan in periode drie, opnieuw twee keer zo vaak. Voor paratekst geldt, net als voor citaten, dat de bron niet vermeld wordt. Inhoudelijk gezien neemt het christelijke karakter van de paratekst steeds verder af gedurende de periodes. De symbolen op de omslag zijn vaak christelijk, maar zijn dat in periode twee minder vaak dan in periode één en drie. De titels zijn in de periodes na periode nul minder christelijk dan in periode nul, maar in periode twee christelijker dan in periode één en drie.

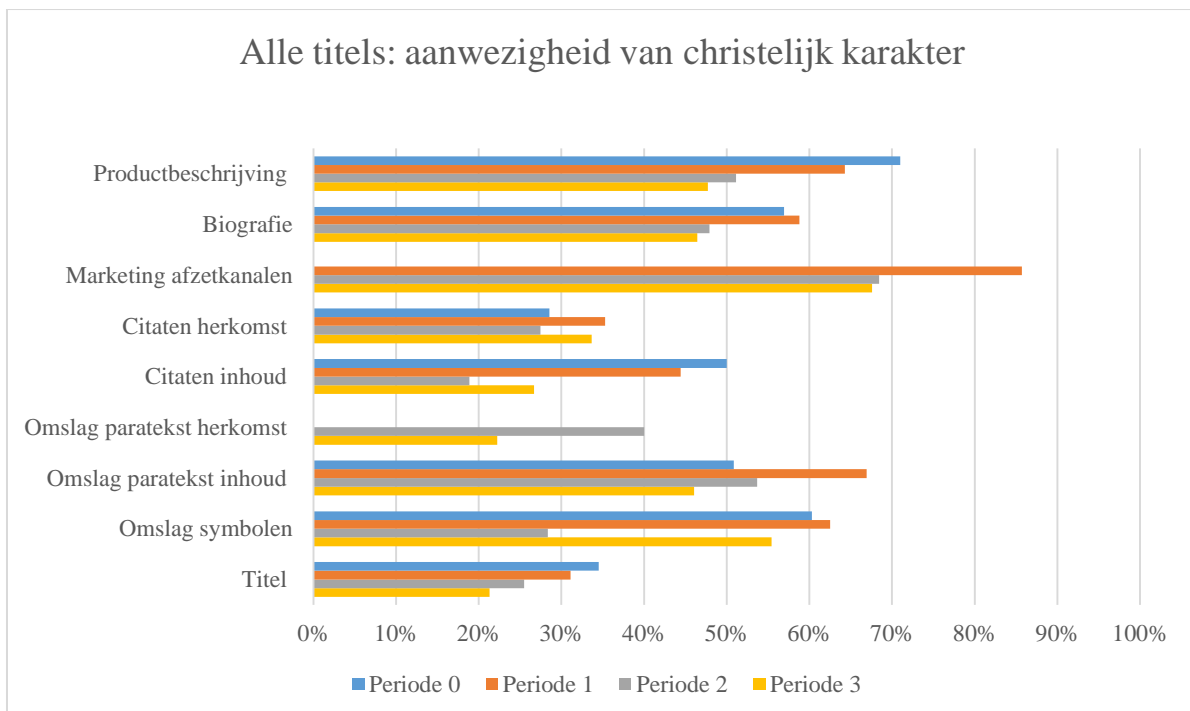


Figuur 14 Prominente titels: aanwezigheid van christelijk karakter

4.2.3 Alle titels

Figuur 15 toont de aanwezigheid van christelijk karakter van de verschillende categorieën van alle titels in alle periodes. Opvallend is dat voor veel categorieën geldt dat de aanwezigheid van christelijk karakter is afgenomen gedurende de periodes. Voor de productbeschrijving geldt dat deze van periode één naar twee vrij sterk is afgenomen en daarna nog licht. Hetzelfde geldt voor de biografie en afzetkanalen voor marketing. De herkomst en inhoud van de citaten zijn in periode één het meest christelijk, in periode twee neemt dat vrij sterk af, maar in periode drie neemt het weer toe. Voor de symbolen is hetzelfde patroon zichtbaar als bij de prominente titels, namelijk een hoger aantal christelijke symbolen in periode één en drie dan in periode twee. Van de titels neemt de aanwezigheid van christelijk karakter, net als bij de productbeschrijving, gedurende de periodes af.

De vergelijking van alle titels geeft, na het vergelijken van de prominente titels, een goed eerste beeld. Maar in dat beeld zijn alle titels gelijkgesteld, terwijl er veel onderlinge verschillen zijn. Zo is er bij veel non-fictietitels sprake van een ondertitel, die dus paratekst vormt. Het aantal parateksten is daarmee hoger dan bij fictietitels, en ook neemt de kans op christelijke paratekst hiermee toe. Behalve op het vergelijken van het geheel worden de titels daarom ook gegroepeerd. Dit gebeurt naar genre op basis van de bijbehorende NUR-codes: fictie, non-fictie en kinderboeken. Voor een deel komt deze indeling overeen met een indeling naar imprint, zo worden bijna alle kinderboeken uitgegeven door Callenbach. Maar omdat bij de (vier grootste) imprints sprake is van een melange van genres, zoals gebleken is in paragraaf 4.1.3, is ervoor gekozen de verdere analyse van aanwezigheid van christelijk karakter te groeperen in genres.



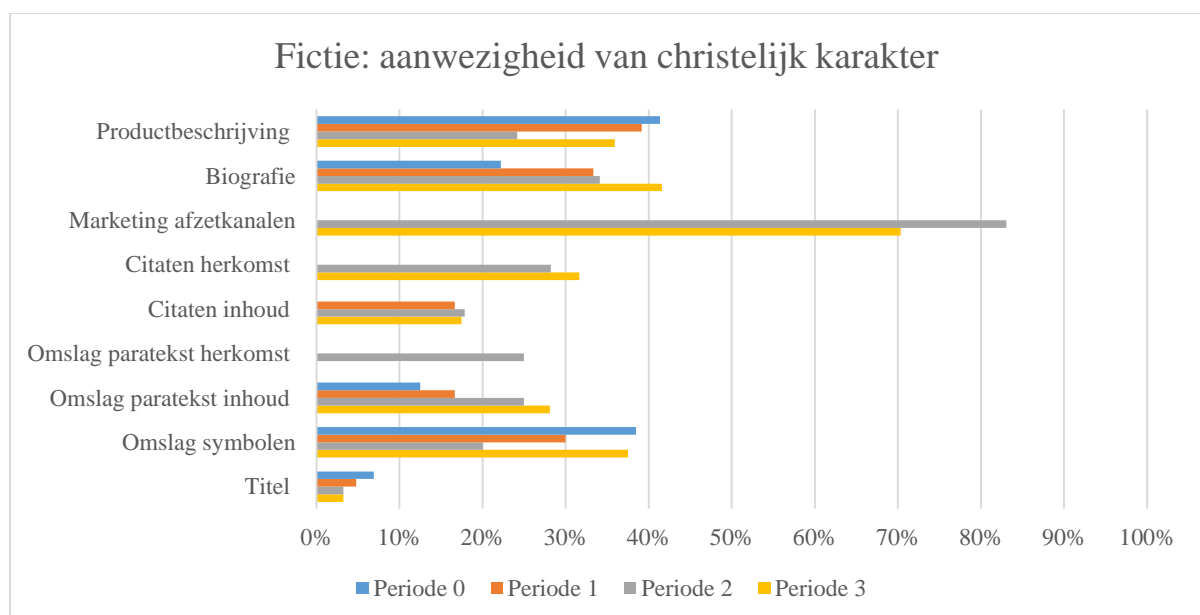
Figuur 15 Alle titels: aanwezigheid van christelijk karakter

4.2.3.1 Fictie

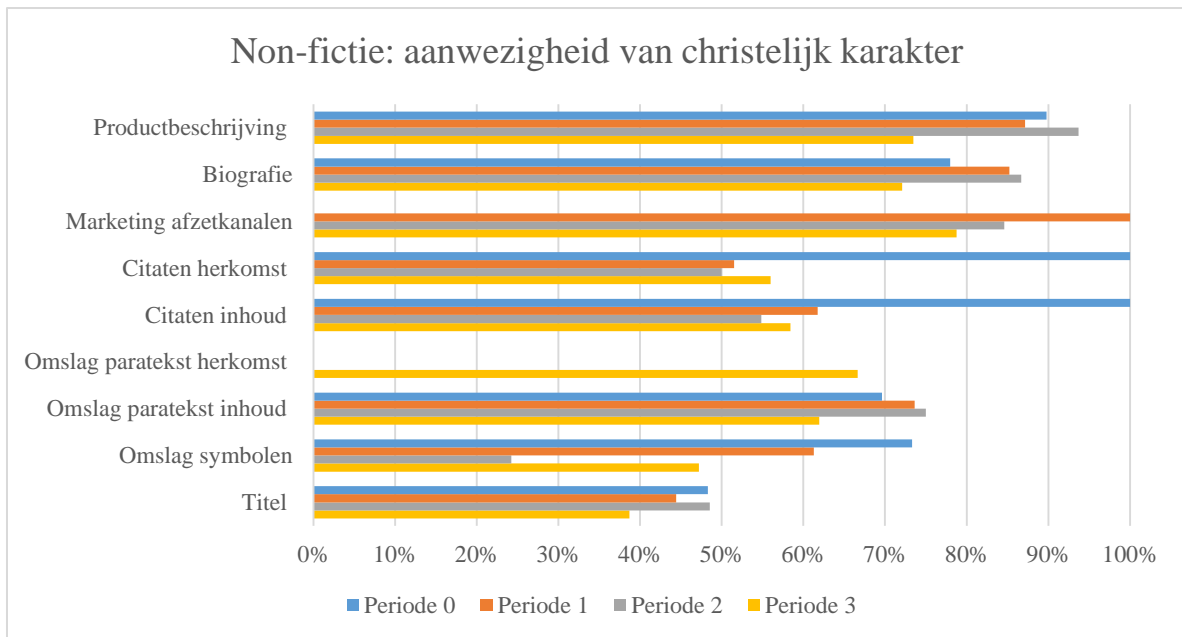
Voor de analyse van fictietitels zijn de titels met NUR-code 300-399 of NUGI-code 300-399 geselecteerd. In Figuur 16 staat de uitkomst van de analyse. Opvallend is de daling in productbeschrijving in periode twee. In het overzicht van alle titels loopt de aanwezigheid van christelijk karakter van de productbeschrijving gestaag terug, voor fictie geldt dat er in periode twee een sterke daling is en in periode drie de lijn van periode één wordt voortgezet. Bij de biografie is een omgekeerd beeld te zien van het beeld van alle titels. De aanwezigheid van christelijk karakter neemt bij de biografie juist toe. Verder valt op dat de inhoud van de paratekst juist toeneemt in aanwezigheid van christelijk karakter, terwijl de grafiek van alle titels een daling vertoont. De symbolen laten een gelijk beeld zien als de grafiek met alle titels, eveneens de categorie titel zelf, hoewel het daarom lagere percentages gaat dan bij alle titels.

4.2.3.2 Non-fictie

De analyse van non-fictietitels richt zich op de theologische titels met NUR-code 700-719 of NUGI-code 631-636. De uitkomst van deze analyse is te zien in Figuur 17. Wat direct opvalt zijn de hoge percentages in deze grafiek. In alle categorieën ligt het percentage van de aanwezigheid van het christelijke karakter hoger voor non-fictietitels dan voor het geheel van de titels. Het patroon is voor het grootste gedeelte wel gelijk aan dat van alle titels. Opmerkelijk is de piek in periode twee van de productbeschrijving. Ook voor de biografie is er een (kleinere) piek in periode twee, die in de analyse van alle titels niet zichtbaar is. Behalve bij de productbeschrijving en biografie verloopt ook het patroon van de titel niet zoals het patroon bij alle titels. Er is opnieuw sprake van een hogere piek in periode twee, die in de analyse van alle titels niet voorkomt.



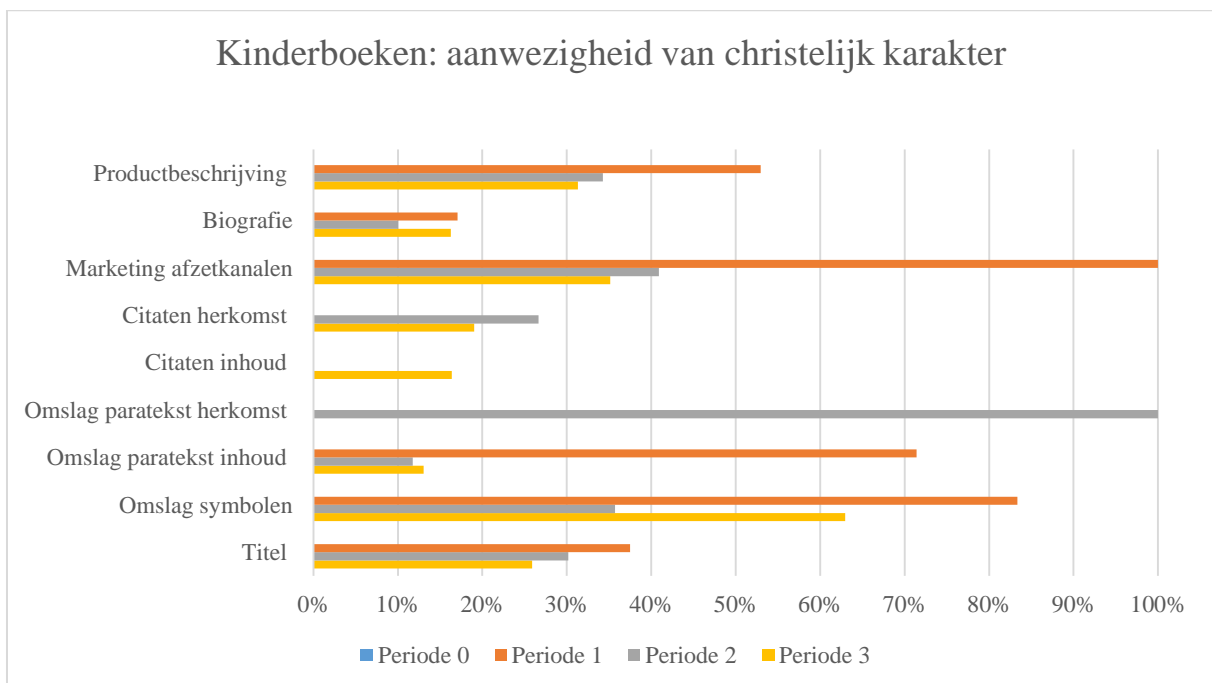
Figuur 16 Fictie: aanwezigheid van christelijk karakter



Figuur 17 Non-fictie: aanwezigheid van christelijk karakter

4.2.3.3 Kinderboeken

De kinderboeken met NUR-code 210-299 en NUGI-code 210-223 zijn geselecteerd voor de analyse. Dit betreft zowel fictie als non-fictie. In periode nul is er maar één kinderboek uitgegeven, dus die periode is niet meegenomen in onderstaande analyse. De uitkomst is te zien in Figuur 18.



Figuur 18 Kinderboeken: aanwezigheid van christelijk karakter

Voor de kinderboeken geldt, net als voor de non-fictietitels, dat de percentages anders liggen dan voor alle titels. Het patroon komt opnieuw voor een groot deel wel overeen. Opvallend zijn de dalingen in periode twee voor de biografie en inhoud van de paratekst. Deze dalingen zijn niet zichtbaar in de analyse van alle titels. Ook voor de symbolen is een sterke daling in periode twee, maar deze is overeenkomstig met de analyse van alle titels. Ook voor kinderboeken geldt dat de aanwezigheid van christelijk karakter van de titels door de periodes heen afgenomen is.

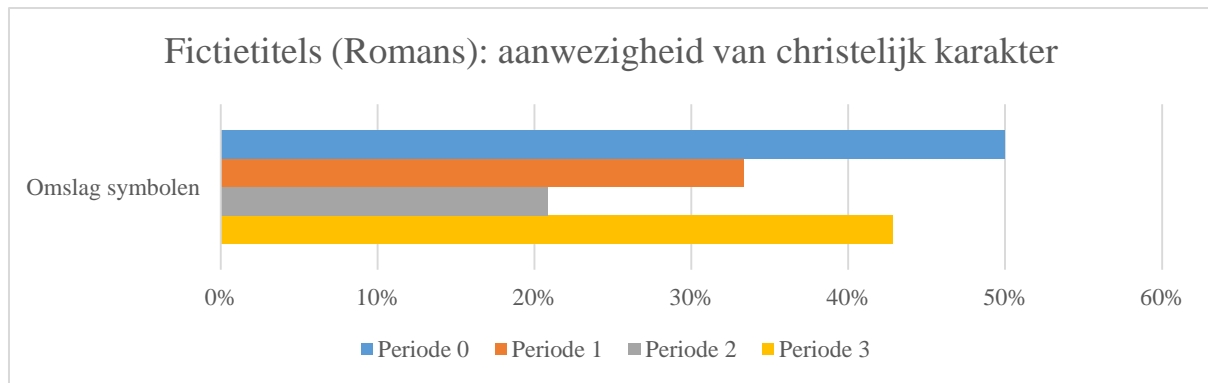
4.2.3.4 Voorlopige conclusies titelonderzoek

Het titelonderzoek van de prominente titels en van alle titels laat zien dat in veel van de categorieën de aanwezigheid van christelijk karakter in de loop van de periodes is gedaald. Dit geldt voor de productbeschrijving, biografie, afzetkanalen voor marketing, inhoud van de citaten, herkomst van de paratekst, inhoud van de paratekst en voor de titels. De symbolen op het omslag zijn weinig christelijk van identiteit in periode twee, maar wel in de andere periodes. Veel van de dalingen gaan geleidelijk. Bij de productbeschrijving, biografie, afzetkanalen en herkomst van de paratekst is een sterke afname tussen periode één en twee dan tussen periode twee en drie. De drie genres, fictie, non-fictie en kinderboeken, laten zowel onderling als in vergelijking met de analyse van alle titels verschillen zien in de hoogte van de percentages. Voor een groot deel blijft het patroon wel gelijk.

4.2.4 Symboolonderzoek

Een opvallende categorie in de Figuren 15-18 is de categorie van symbolen op de omslag. Zowel in het overzicht met alle titels, als in de genrespecifieke analyses is in periode twee een sterke daling te zien ten opzichte van de periodes eromheen. Om dit kwalitatief verder te analyseren, worden in deze paragraaf de symbolen op de omslagen verder onderzocht. Dit zal gedaan worden voor de omslagen van de titels uit de hoofdstukken Romans, allemaal vallend in de categorie fictie. Er staan in de prospectus ook op andere plaatsen dan dat hoofdstuk romans, maar het symboolonderzoek beperkt zich tot de romans in het desbetreffende hoofdstuk. Een typische 'sfeer' voor veel romans, met name de streek- en familieromans, is gericht op vrouwen, met als omslag een afbeelding van een vrouw, eventueel een stel, tegen een achtergrond van een landschap met daarin een gebouw. Dit gebouw is soms een kerk, maar kan ook een huis zijn. De inhoud van het type romans dat Uitgeverij Kok uitgeeft (met name via het imprint Voorhoeve) is vaak christelijk, bijvoorbeeld vanwege de omgeving waarin het zich afspeelt of vanwege het geloof van het hoofdpersonage. Daarnaast geeft De Groot Goudriaan veel Amish-romans uit, waarvan de setting ook christelijk is.

Van de titels uit de geselecteerde hoofdstukken zijn er in totaal 68 met een symbool. Voor de aanwezigheid van christelijk karakter van die symbolen geldt eenzelfde patroon als voor het geheel van de fictietitels in Figuur 16, zoals Figuur 19 laat zien.



Figuur 19 Fictietitels uit het hoofdstuk Romans

Wat zijn nu precies de symbolen die waargenomen zijn? In Tabel 5 wordt weergegeven welke symbolen in welke periode voorkomen (het gaat hierbij om het type symbool, niet om hoe vaak dat symbool voorkomt). Slechts een deel van de symbolen is als christelijk te identificeren. Vergelijk bijvoorbeeld de omslagen in Figuur 20 en 21 met elkaar.¹⁴⁰ De omslag van *De psalmist* (Figuur 20) bevat een zittend persoon in een kerkgebouw met een groot kruis voor het raam. Dit verwijst (zeker in samenhang met de titel) naar een christelijk aspect van de thriller. Op de omslag van *Schaakmat* (Figuur 21) zijn de schaakstukken een symbool, maar verwijzen ze niet naar een christelijk karakter.

Ondanks de verwachting dat de symboliek bij fictietitels voornamelijk neerkomt op de typische ‘vrouwenromans’ met in de achtergrond een kerkgebouw, verwijzend naar het christelijke karakter van de roman, is de symboliek vrij divers. Er is moeilijk een trend te onderscheiden.

Periode	Symbool (algemeen en christelijk)	Symbool (christelijk)
0	Kerkgebouw, ster, Jezusfiguur, figuur met masker, koningskroon, vlaggen van landen	Kerkgebouw, Jezusfiguur
1	Hakenkruis, boot op zee, toren in de bergen, kruis, echtpaar met zwangere vrouw op ezel	Kruis, echtpaar met zwangere vrouw op ezel
2	School in landschap, kerkgebouw, Amerikaanse vlag, fotografielint, prikkeldraad, zonnestraal uit de lucht, bergtop, volle maan, schaakstukken, hakenkruis, rode roos, witte duif	Kerkgebouw, witte duif
3	Schaakstuk, kruis, biddende vrouw, appel aan een boom, vlinder, piramides	Kruis, biddende vrouw, appel aan een boom

Tabel 5 Symboliek op omslagen

¹⁴⁰ Voorjaarsaanbieding, Uitgeverij Kok (2015): 61 en 62



Figuur 20 Omslag met christelijk symbool



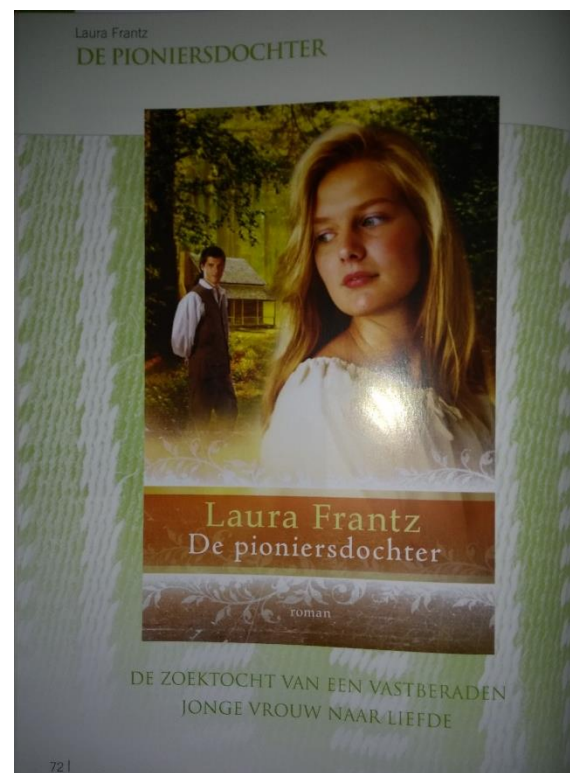
Figuur 21 Omslag met algemeen symbool

Een andere aanpak is om alleen romans van het type ‘vrouw op de omslag tegen de achtergrond van een landschap’ mee te nemen in het onderzoek. Vaak komt dit neer op de historische fictie en Amish-romans. Deze romans gebruiken hetzelfde type omslag. Is er een trend te zien in verwijzingen naar het christendom? Belangrijk hierbij is de opmerking dat het hoofdkapje bij Amish-fictie niet is gesymboliseerd als christelijk en de hoeveelheid christelijke verwijzingen dus niet direct overeen hoeft te komen met de cijfermatige analyse die eraan voorafging.

Bij het beschrijven van de omslagen van ‘vrouwenromans’ per periode blijken bepaalde typen omslagen veel voor te komen. Allereerst die van de Amish-romans met een vrouw met wit hoofdkapje op tegen een achtergrond van een (berg)landschap. Daarnaast zijn er veel historische romans met de omslag van een vrouw in een lange (avond)jurk met op de achtergrond een landhuis. Verder zijn er veel omslagen van vrouwen in moderne kleding op een strand of bij een huis, vaak met een man die hen omhelst. Deze omslagen komen in alle periodes veel voor. Er is geen trend zichtbaar in een afname of toename van een bepaald type omslag. Ook de aanwezigheid van een kerkgebouw op de achtergrond van de omslag van (vooral) Amish-romans is wisselend, maar niet meer voorkomend in een bepaalde periode. Vergelijk bijvoorbeeld de omslagen uit Figuur 22 en 23.¹⁴¹ Beide omslagen behoren bij een historische roman en hebben een vrouw groot afgebeeld. De omslag van *Betsy* (Figuur 22) bevat een kerk op de achtergrond en heeft daarmee een verwijzing naar het christelijke karakter van de roman. Op de omslag van *De pioniersdochter* (Figuur 23) is niet zo’n kerk in de achtergrond opgenomen en de omslag bevat ook geen andere aanwijzingen om aan te nemen dat het om een christelijke roman gaat. Beide romans komen uit periode twee. Er is geen trend te ontdekken dat er in die periode minder kerkgebouwen in de achtergrond zijn afgebeeld, of dat er op andere wijze een algemenere setting is gecreëerd.



Figuur 22 Omslag met kerkgebouw



Figuur 23 Omslag zonder kerkgebouw

¹⁴¹ Najaarsaanbieding 2011, Uitgeverij Kok: 72 en 76

4.2.4.1 *Voorlopige conclusies symboolonderzoek*

Figuur 19 laat zien dat de aanwezigheid van christelijk karakter van de symbolen op romanomslagen in periode twee lager is dan in de omliggende periodes. In het symboolonderzoek is dit verschil verder onderzocht, door niet alleen te tellen hoeveel symbolen aanwezig zijn, maar ook te kijken naar welke symbolen dat zijn. Hierin is echter geen trend te ontdekken. Er is een redelijk grote diversiteit aan symbolen, maar er zijn geen aanwijzingen om te stellen dat de symbolen per periode verschillen. Ook wanneer de romans met een vrouw op het omslag (veelal historische fictie en Amish-romans) onderzocht worden op de inhoud van de omslag, levert dit geen informatie op over de aanwezige symbolen. In alle periodes komen Amish-romans voor met het typische omslag van een jonge vrouw in traditionele kleding en een hoofdkapje. Hier staat soms op de achtergrond een kerkgebouw bij, maar niet altijd. De aanwezigheid van de kerk is niet afhankelijk van de periode.

De daling van christelijke symbolen in periode twee is moeilijk te duiden, vooral omdat deze in alle genres (fictie, non-fictie en kinderboeken) voorkomt. De daling gaat gepaard met een daling in aanwezigheid van christelijk karakter van de productbeschrijving. Wel is nu door het symboolonderzoek bekend dat de daling in het genre fictie niet komt door een bepaalde trend in welke symbolen er worden gebruikt, of door de afbeelding van een kerkgebouw op de omslagen van ‘vrouwenromans’.

5 Conclusie

Dit onderzoek richt zich op de vraag in hoeverre het oorspronkelijke christelijke karakter van Uitgeverij Kok intact is gebleven in de eenentwintigste eeuw, waarin een seculier concern medezeggenschap over de uitgeverij kreeg. Is hierin een effect van de concernvorming te zien? Om deze vraag te kunnen beantwoorden, worden eerst de conclusies gepresenteerd die uit de belangrijkste resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve analyse getrokken kunnen worden. Vervolgens wordt naar aanwijzingen gezocht omtrent de invloed van concernvorming op de afname van het christelijke karakter van Uitgeverij Kok. Tot slot wordt de wijze van onderzoek besproken en worden handvatten aangereikt voor verder onderzoek.

5.1 Conclusies fondslijstanalyse

De kwantitatieve analyse richt zich op de fondslijst. Met de resultaten die in hoofdstuk 4.1 zijn gepresenteerd kunnen twee deelvragen beantwoord worden (zie hoofdstuk 3.1). Allereerst de vraag of de accenten en onderlinge verhoudingen in het fonds van relatief duurzame aard zijn. Boeksoorten die sterk fluctueren per periode of juist een betrekkelijk geleidelijke ontwikkeling doormaken zijn hier aanwijzingen voor. Ten tweede of er economische overwegingen zichtbaar zijn in het fonds. Aanwijzingen hiervoor zijn uitbreiding of inkrimping van verschillende fondsonderdelen.

Wat betreft de eerste vraag kan gesteld worden dat de onderlinge verhoudingen in het fonds niet van relatief duurzame aard zijn, wanneer er gekeken wordt naar boeksoorten met behulp van NUR-codes (Figuur 8). Het verschilt per periode hoeveel titels er per NUR-code zijn uitgegeven. De grootste categorieën zijn 302, 700 en 707, respectievelijk vertaalde literaire romans en nouvelles, theologie algemeen en geloofsopbouwende boeken. Het aantal titels in die categorieën wisselt echter sterk per periode. Met name de afname van geloofsopbouwende boeken en de sterke afname tussen periode één en twee in algemeen theologische boeken zijn opvallend. Deze wijzen op een minder duidelijk aanwezig christelijk karakter van Uitgeverij Kok.

De vraag of er economische overwegingen zichtbaar zijn in het fonds kan beantwoord worden door te kijken naar de verhoudingen tussen de imprints en de invulling van de imprints. Het aantal imprints fluctueert sterk gedurende de periodes en is dus niet van relatief duurzame aard. Hoewel de vier grootste imprints wel constant de vier grootste zijn, verschillen de onderlinge verhoudingen. In alle periodes is Kok het grootste imprint, maar Voorhoeve en Callenbach wisselen van positie. Het aandeel van De Groot Goudriaan neemt per periode af.

Ook binnen de fondslijnen zijn veranderingen zichtbaar. Uit de analyse kwam naar voren dat imprint Kok steeds verder versplinterd is geraakt, ten koste van de algemeen theologische en geloofsopbouwende boeken. Voorhoeve is stabiel in het uitgeven van vertaalde literaire romans en nouvelles, en laat juist een toename zien in het aantal geloofsopbouwende boeken in periode drie.

Wellicht is een deel van het type boeken dat in eerdere periodes bij imprint Kok verschenen zou zijn, nu verplaatst naar Voorhoeve? Bij Callenbach is het aandeel fictie groter geworden ten koste van het aandeel non-fictie. Dit heeft waarschijnlijk invloed op het christelijke karakter, omdat de non-fictieboeken vaak kinderbijbels of bijbelse vertellingen zijn. Ook binnen het fonds van De Groot Goudriaan is een afname van christelijk karakter zien. Het aantal theologische en geloofsopbouwende boeken is hier afgenomen, terwijl het aandeel vertaalde literaire romans juist is toegenomen.

5.2 Conclusies prospectusonderzoek

De kwalitatieve analyse richt zich op de zelfpresentatie van Uitgeverij Kok in de prospecti. Het vaststellen van deze zelfpresentatie - en daaraan gekoppeld het posture van de uitgeverij - is gedaan op basis van de prospecti. In de presentatie van de complete prospectus komt het christelijke karakter van de uitgeverij niet naar voren. De omslagen veranderen door de tijd heen, maar laten geen toename of afname van christelijk karakter zien. In de hoofdstukindeling komt dat wel naar voren. Waar de hoofdstukindeling in de twee vroegste periodes nog uitgesproken christelijke hoofdstukken bevat en deze vooraan plaatst, verschuift in periode twee het eerste christelijke hoofdstuk naar de derde plek, en is in periode drie aan de hoofdstuktitels helemaal niet meer zichtbaar of het om christelijke titels gaat. Wat betreft inleidingen en metacommentaar is er weinig materiaal en is het moeilijk de zelfpresentatie te onderzoeken. Met het materiaal dat er wel is, is er aanleiding om te stellen dat het christelijke karakter van de uitgeverij minder zichtbaar is geworden en dat zij zich presenteert als een uitgeverij gericht op (met name) vrouwelijke lezers die interesse hebben in de christelijke traditie. Het titelonderzoek liet zien dat er in veel onderdelen van de prospecti sprake is van een afname in het christelijke karakter. De afname is geleidelijk in de loop van de periodes te zien. Opvallend is de sterke daling voor het christelijke karakter van symbolen op de omslag, die bij fictie, non-fictie en kinderboeken te zien is. Het symboolonderzoek heeft geen aanwijzingen kunnen geven voor de mogelijke oorzaak hiervan.

Uitgeverij Kok lijkt zich in steeds mindere mate te presenteren als christelijke uitgeverij. De uitgeverij richt zich op een (vrouwelijk) lezerspubliek dat geïnteresseerd is in de christelijke traditie en dat daarmee dus niet direct christelijk hoeft te zijn. Een uniforme uitstraling is voor de uitgeverij belangrijk, getuige het feit dat er in inleidingen of metacommentaar niet wordt gesproken over wisselingen van imprints en de uniformering van logo's in de najaarsprospectus van 2005. Vanwege het feit dat in metacommentaar en inleidingen gesproken wordt over een uniforme uitgeverij, gericht op de christelijke én algemene markt, en het naar achter verplaatsen van christelijke hoofdstukken, kan naar aanleiding van de resultaten van het prospectusonderzoek gesteld worden dat het posture van Uitgeverij Kok minder uitgesproken christelijk van karakter is geworden. Het titelonderzoek bevestigt deze conclusie met afnames in het christelijke karakter voor meerdere van de onderzochte prospectusonderdelen.

5.3 Discussie: de gevolgen van concernvorming

De voorgaande conclusies leiden tot het antwoord dat het oorspronkelijke christelijke karakter van Uitgeverij Kok, zoals dat zichtbaar wordt in de fondslijst en zelfpresentatie, in de eenentwintigste eeuw is afgenomen. Er is echter nog niet ingegaan op het tweede deel van de vraag: zijn de veranderingen in het christelijke karakter (deels) te wijten aan de concernvorming? Zijn er bepaalde veranderingen opgetreden die specifiek in de periode van de concernvorming (periode twee) veranderd zijn ten opzichte van de periode ervoor? Er zijn in periode twee meer imprints dan in de periode ervoor. Dit heeft vooral invloed op het aantal vertaalde literaire romans (NUR-code 302), waarvan er in deze periode opvallend veel verschijnen. Ook opvallend in de periode rondom de concernvorming is de plaatsing van christelijke hoofdstukken, die verder naar achter liggen dan daarvoor. Dit zet door in periode drie, waarin de hoofdstukken geen christelijk karakter meer tonen. Er zijn enkele categorieën waarin de afname van christelijk karakter van periode één naar twee het grootst is geweest, zoals de productbeschrijving, biografie en herkomst van paratekst. Deze grote afnames specifiek in de periode van de concernvorming zijn aanwijzingen voor de invloed daarvan.

Een mogelijke verklaring voor de daling in periode twee voor enkele categorieën, zoals symbolen op de omslag, is dat de concernvorming aanleiding kan zijn geweest voor het vaststellen van een nieuw uitgeefbeleid. Uitgeverijen kunnen met een beleid bepalen wat voor type omslag gewenst is per genre. Het is mogelijk dat Uitgeverij Kok (in samenwerking met VBK?) in deze periode heeft besloten minder uitgesproken christelijke omslagen te presenteren. Hetzelfde geldt voor de productbeschrijving en herkomst van paratekst. Er kan in deze periode voor gekozen zijn deze minder christelijk te oriënteren. De vraag is waarom de inhoud van citaten op de prospectuspagina en de symbolen op de omslag in periode twee gedaald zijn, maar in periode drie toch weer terug zijn op hun oude niveau. Verder speculerend op het idee van een vernieuwd uitgeefbeleid ten tijde van de concernvorming, zou het kunnen zijn dat dat beleid na enkele jaren in de vergetelheid is geraakt. Het beleid kan verwaterd zijn, waardoor het eerdere (meer christelijke) karakter weer zichtbaar wordt.

De algemene daling van christelijk karakter in veel van de onderdelen van de prospecti (titels, productbeschrijving, etc.) is opmerkelijk en vormt een aanwijzing voor de invloed van concernvorming. Tegelijkertijd werd in de inleiding duidelijk hoe de verzuiling het (christelijke) literaire veld van Nederland in de twintigste eeuw heeft gevormd. De versplintering van de protestantse zuil in meerdere mini-zuiltjes is hierbij genoemd. Deze versplintering is terug te zien in de verscheidene imprints die door Kok zijn opgenomen in loop der jaren. Aan het samenvoegen van deze imprints tot Uitgeverij Kok is te zien dat de versplintering van de protestantse zuil in de eenentwintigste eeuw niet meer gaande is bij deze uitgeverij. Recentelijk is er zelfs een stap verder gezet in de ‘ontsplintering’, nu sinds 2018 de namen van de imprints zijn verdwenen en alle titels verschijnen onder het imprint KokBoekencentrum en Mozaïek. De daling van christelijk karakter in de onderdelen van de prospecti kan dus ook te wijten zijn aan verdere voortzetting van de ontzuiling. Ook de ontkerkelijking in Nederland of een veranderend lezerspubliek kunnen mogelijke oorzaken ervan zijn. De waargenomen veranderingen in periode twee

vormen dus wel aanwijzingen voor de invloed van een concern, maar er kan niet uitgesloten worden dat andere factoren geen invloed op de daling gehad hebben.

In de inleiding en het theoretisch kader kwam naar voren dat concernvorming in (wetenschappelijke) literatuur vaak met een negatieve toon beschreven wordt. De angst voor verlies van zelfstandigheid en het in het geding komen van de pluriformiteit van de fondslijst, met name in de minder winstgevende genres, spelen hierbij een rol. Hoe heeft voor Uitgeverij Kok de concernvorming met VBK uitgepakt?

Een risico van concernvorming is dat de pluriformiteit van de fondslijst in het geding kan komen (zie paragraaf 2.2). Figuur 8 laat zien dat bij Uitgeverij Kok het aantal uitgegeven poëzietitels steeds minder is geworden, een genre dat voor de meeste uitgeverijen niet winstgevend is. Het aantal poëzietitels was echter ook in periode nul een erg klein aantal en het lijkt niet aannemelijk om te stellen dat de poëzieafname door de concernvorming komt. In de andere NUR-categorieën is juist in periode twee en drie pluriformiteit te zien. Met name in periode drie zijn er geen grote uitschieters meer, maar wordt van veel categorieën een aantal titels uitgegeven. In het geval van Uitgeverij Kok heeft de concernvorming dus geen invloed gehad op de pluriformiteit van de fondslijst. Er worden juist titels uitgegeven in veel verschillende genres. Een uitkomst die bevestigd werd in paragraaf 4.1.3, waar bleek dat bijvoorbeeld imprint Kok per periode meer versplinterd en dus pluriformer ging uitgeven. Wellicht is het zo dat de concernvorming met VBK ruimte bood voor het ontwikkelen van een pluriformer fonds, vanwege de economische zekerheid die de concernvorming geboden kan hebben.

De autonomie van het christelijke literaire veld, waarover in het theoretisch kader gesproken is, lijkt afgenomen te zijn. De prospectuscategorieën waarin andere actoren van het veld een rol spelen, zoals de afzetkanalen voor marketing of de herkomst van citaten en paratekst, zijn steeds minder vaak christelijk. Het aandeel seculiere actoren dat een rol speelt in de prospecti wordt groter, dus er is meer interactie tussen Uitgeverij Kok vanuit het christelijke literaire veld met het algemene literaire veld. Heeft de toetreding tot VBK de poorten tot het algemene literaire veld geopend? Het streven van Uitgeverij Kok om een bredere markt te bedienen dan alleen de christelijke lijkt in elk geval aan de hand van deze gegevens geslaagd.

Hoewel uit voorgaand onderzoek blijkt dat het christelijke karakter van Uitgeverij Kok is afgenomen in de eenentwintigste eeuw en er aanwijzingen zijn gevonden om te stellen dat de concernvorming met VBK hier invloed op heeft gehad, betekent dat niet dat de afname van christelijk karakter negatief opgevat moet worden. Uitgeverij Kok wil graag niet alleen de christelijke, maar ook de algemene markt bereiken. De concernvorming met VBK levert hen niet alleen economisch kapitaal op (een van de voordelen van concernvorming), maar ook symbolisch kapitaal in het algemene literaire veld. De concernvorming kan zo een hulpmiddel zijn bij het verkrijgen van symbolisch kapitaal. De vraag rest dan wel in hoeverre het symbolisch kapitaal van de uitgeverij in het christelijke literaire veld gebaat of geschaad wordt door de (relatieve) toetreding tot het algemene literaire veld. Als de christelijke achterban van Uitgeverij Kok de afname van christelijk karakter opmerkt en negatief beoordeelt, dan

kan dit gevolgen hebben voor het symbolisch kapitaal van de uitgeverij in het christelijke literaire veld.¹⁴² In dat geval zou Uitgeverij Kok zich met de concernvorming niet op een betere plaats gepositioneerd hebben, maar in een kloof zijn beland tussen twee literaire velden, die vooralsnog toch vooral gescheiden lijken te zijn.

5.4 Evaluatie van het onderzoek

Dit onderzoek richt zich op het christelijke karakter van Uitgeverij Kok, zichtbaar in de fondslijst en zelfpresentatie in de prospecti. Deze benadering is gekozen naar aanleiding van het theoretisch kader. De manier van fondslijstanalyse is daarin weinig omstreden en al vaker gebruikt in wetenschappelijk onderzoek, zoals in hoofdstuk 2.2 beschreven. Het vaststellen van de identiteit van een uitgeverij is echter minder vastomlijnd dan een fondslijstanalyse. In deze scriptie is gebruik gemaakt van de posturetheorie. Deze theorie is lastig te gebruiken wanneer het gaat om een organisatie in plaats van een individuele auteur (zie hoofdstuk 2.3). Omdat in dit onderzoek het posture is onderzocht aan de hand van de prospectus, waarvoor een analysemodel is opgesteld, bleek het begrip toch goed hanteerbaar. Een beperking van het onderzoek is dat door het tijdsbestek van de scriptie het niet mogelijk is om alle vormen van zelfpresentatie te onderzoeken, en het prospectusonderzoek dus het middel tot onderzoeken van het posture was. Met name poëtische opvattingen en metacommentaar zouden aanwijzingen kunnen geven voor veranderingen in het christelijke karakter en de invloed van concernvorming hierop. Helaas was er bij weinig prospecti een inleiding aanwezig en was er over het algemeen weinig sprake van poëtische opvattingen of metacommentaar. De beperkte informatie die dit opleverde is geprobeerd te ondervangen met de overige vormen van onderzoek naar zelfpresentatie in de verschillende onderdelen van de prospecti. Voor verder onderzoek is het een interessante mogelijkheid om het onderzoek naar zelfpresentatie uit te breiden met het analyseren van bijvoorbeeld interviews, persberichten, de website of andere vormen van zelfpresentatie.

Een andere beperking van deze scriptie is dat het niet mogelijk is binnen het tijdsbestek van een scriptie om interbeoordelaarsbetrouwbaarheid vast te stellen. Het opgestelde model bleek goed bruikbaar voor prospectusonderzoek. Een volgend onderzoek kan zich richten op het valideren van het de analysemodellen voor prospectus- en titelonderzoek. Wanneer het model aan interbeoordelaarsbetrouwbaarheid blijkt te voldoen, kan het vervolgens gebruikt worden in ander onderzoek naar prospecti. Op die manier kan ook bij andere uitgeverijen onderzocht worden in hoeverre hun karakter beïnvloed is door een concernvorming. De angst voor het verlies van zelfstandigheid en eigen karakter, die ten grondslag ligt aan de negatieve toon omtrent concernvorming, kan op die manier omgezet worden in wetenschappelijk onderzoek naar de daadwerkelijke invloed van concernvorming.

¹⁴² Zie eerdere verwijzingen naar het scriptieonderzoek van Zoeter (2018). Zij onderzocht hoe bibliotheken de boeken van Uitgeverij Kok beoordelen en of de wens van Uitgeverij Kok om de algemene markt te bereiken invloed heeft op hun plaats in het christelijke literaire veld.

6 Bibliografie

- Anbeek, T., & Bank, J. (1996). Verzuilde literatuur. Een verkenning. *Nederlandse letterkunde*, 1(2), 125-137.
- Appelman, M., & Van den Broek, A. (2002). *Boek en markt: effectiviteit en efficiëntie van de vaste boekenprijs*. Den Haag: Centraal Planbureau.
- Bekkering, H. (1989). *De hele Biblebontse berg: de geschiedenis van het kinderboek in Nederland & Vlaanderen van de middeleeuwen tot heden*. Amsterdam: Querido.
- Boekblad. (2016, november 25). *Uitgeverij Kok en Boekencentrum Uitgevers onder één dak*. Opgeroepen op september 19, 2018, van boekblad.nl: <https://www.boekencentrum.nl/nieuws/uitgeverij-kok-en-boekencentrum-uitgevers-onder-een-dak.html>
- Boekencentrum. (2016, november 25). *Uitgeverij Kok en Boekencentrum Uitgevers onder één dak*. Opgeroepen op september 25, 2018, van boekencentrum.nl: <https://www.boekencentrum.nl/nieuws/uitgeverij-kok-en-boekencentrum-uitgevers-onder-een-dak.html>
- Boekencentrum. (2018, mei 25). *Nieuwe naam, nieuw logo*. Opgeroepen op september 25, 2018, van boekencentrum.nl: <https://www.boekencentrum.nl/nieuws/kokboekencentrum.html>
- Bourdieu, P. (1993). The Field of Cultural Production, or: The Economic World Reversed. In P. Bourdieu, *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Dane, J. (1991). Nieuw zicht op de zuilen? *Leidschrift*, 7(3), 5-15.
- Dane, J. (1996). *De vrucht van bijbelse opvoeding. Populaire leescultuur en opvoeding in protestants-christelijke gezinnen circa 1880-1940*. Hilversum: Uitgeverij Verloren.
- Dane, J., & Musschenga, T. E. (2005). *Door Boekband Bekoord: Boekbanden Van Protestants-christelijke Uitgevers 1892-1940 Uit De Nederlandse Industriële Boekbandencollectie Van De Universiteitsbibliotheek Groningen*. Groningen: Barkhuis.
- De Glas, F. D. G. (1989). *Nieuwe lezers voor het goede boek: de Wereldbibliotheek en Ontwikkeling/De Arbeiderspers voor 1940*. Amsterdam: Wereldbibliotheek
- Dera, J. (2012) 'De potscherf in het woestijnzand. Hans Faverey: beeld en beeldvorming'. *Spiegel der Letteren* 54/4, 463-66
- Dera, J. (2013). Stichtelijke steekspelen. Literaire programma's op de vooroorlogse NCRV-radio (1925-1940). *Nederlandse letterkunde*, 18(2), 101-121.
- Dera, J. (2017). *Sprekend kritiek: literatuurprogramma's in de vroege jaren van de Nederlandse radio en televisie*. Hilversum: Uitgeverij Verloren.
- Dessing, M. (2018, mei 28). *Kok en Boekencentrum gaan verder als KokBoekencentrum*. Opgeroepen op september 19, 2018, van boekblad.nl: <https://boekblad.nl/Nieuws/Item/kok-en-boekencentrum-gaan-verder-als-kokboekencentrum>
- de Bibliotheek Huizen-Laren-Blaricum. (2014, februari). *Overzicht van auteurs van christelijke romans*. Opgeroepen op oktober 10, 2018, van www.bibliotheekhlb.nl: <https://www.bibliotheekhlb.nl/dam/bestanden/2015/Overzicht%20van%20schrijvers%20van%20christelijke%20romans%20e%20druk%20met%20voorblad.pdf>

- Dorleijn, G.J., & Van den Akker, W. J. (2006). 'Literatuuropvattingen als denkstijl. Over de verbreiding van normen in het literaire veld rond 1900.' In: *De productie van literatuur. Het Nederlandse literaire veld (1800-2000)*, Dorleijn, G.J. & Van Rees, K. (eds.) Nijmegen: Vantilt: 91-122.
- Dorleijn, G. J., & Van Rees, K. (2006). *De productie van literatuur. Het Nederlandse literaire veld 1800-2000*. Nijmegen: Vantilt.
- Franssen, T. (2012) 'Lezen lezen. Over de beoordeling van manuscripten door acquirierend redacteurs.' In: K. Absillis & K. Humbeek (red.) *Literatuurwetenschap en uitgeverijonderzoek*. (pp. 61-79) Gent: Academia Press.
- Ghonem-Woets, K. (2011). *Boeken voor de katholieke jeugd. Verzuiling en ontzuiling in de geschiedenis van Zwijzen en Malmberg (Bijdragen tot de geschiedenis van de Nederlandse boekhandel)*. Zutphen: Walburg Pers.
- Govaert, Ch., & Smink, F. (1991) Het Bedrijf 2 De uitgeverij 'Boeken uitgeven is het publiek verleiden. *Vooys*, 10, 31-33
- Harinck, G. (2014). Een interessante mislukking. *Tijdschrift voor geschiedenis*, 127(3), 531-532.
- Joosten, J. H. T. (2011). 'Is het werkelijk? Engagement in de Nederlandse literatuurkritiek (analyse)'. In: L. Bernaerts, C. de Strycker & B. Vervaeck, (ed.), *Breuken en bruggen. Moderne Nederlandse literatuur/Hedendaagse perspectieven*. (pp. 159-179) Gent: Academia Press.
- Kabel, J., & Kulk, S. (2009). *Wie schrijft die blijft? De verhouding tussen uitgevers, redacteurs en hun schrijvers bij wijzigingen in het beleid van een uitgeverijconcern*. Amsterdam: Instituut voor Informatierecht.
- Kennedy, J. C., & Zwemer, J. P. (2010). Religion in the Modern Netherlands and the Problems of Pluralism. *BMGN-Low Countries Historical Review*, 125(2-3), 237-268.
- Kerknieuwsredactie. (1979, september 26). Uitgeverij Kok verlaat binnenstad van Kampen. Herdenking 85-jarig bestaan. *Reformatisch Dagblad*, p. 2. Opgeroepen op september 25, 2018, van <https://www.digibron.nl/search/detail/012ea01e81886911467ef813/uitgeverij-kok-verlaat-binnenstad-van-kampen>
- Kievits, N. (2015, december 30) Subsidie voor christelijk tijdschrift Liter. Opgeroepen op oktober 9, 2018, van villamedia.nl: <https://www.villamedia.nl/artikel/subsidie-voor-christelijk-tijdschrift-liter>
- Kregting, M. (2004). *Zij zijn niet van Jerima*. Nijmegen: Vantilt.
- Kuitert, L. (1997) *Het uiterlijk behang : reeksen in de Nederlandse literatuur, 1945-1996. De spijkerbroek temidden van driedelig grijs: pocketreeksen*. Amsterdam: De Bezige Bij.
- Kuitert, L. (2008). De uitgeverij en de symbolische productie van literatuur: een historische schets 1800-2008. *Stilet*, 20(2), 67-87.
- Lindhout, W. (2008). Samen sterker? Literaire uitgeverijen binnen concerns. Een analyse van het poëziefonds en de langlopende oeuvres van Querido en Meulenhoff, 1986-2006. *Jaarboek voor Nederlandse boekgeschiedenis*, 15, 159-179.
- Meizoz, J. (2007). *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*. Genève, Slatkine Erudition.

- Meizoz, J. (2010). Modern Posterities of Posture: Jean-Jacques Rousseau. In G. Dorleijn, R. Grüttemeier, & L. Korthals Altes, *Authorship revisited: Conceptions of Authorship around 1900 and 2000* (pp. 81-93). Leuven: Peeters.
- Oerlemans, A. (2016) *De wereld eindigt in Breda. Analyse van het fonds van uitgeverij De Geus (1982-2015) (Masterscriptie)* Nijmegen: Radboud Universiteit
- Pels, D. (1992). Inleiding: naar een reflexieve sociale wetenschap. In *Pierre Bourdieu, Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. (pp. 7-22). Amsterdam: Van Genneep.
- Puchinger, G. (1994). C. Rijnsdorp en de late wereld van Abraham Kuyper. *Bloknoet*, 3, 32-51.
- Snoek, H. (2015). *Van huis uit protestant: Hoe de leer verdampte en het geloof veranderde*. Utrecht: Uitgeverij Kok.
- Spanings, R. (2006). *Kamper Almanak 2006*. Kampen: Frans Walkate Archief.
- Van der Leek, H. (1923-4) 'Het manco-vraagstuk.' *Opwaartsche wegen* 1, 18-32.
- Van Krevelen, L. (2002) *De stijl van de uitgever*. Amsterdam: De Buitenkant
- Van Krevelen, L. (2006) 'Een huis tussen markt en moed' In: G. Dorleijn en K. van Rees, *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800-2000*. (pp. 143-184) Nijmegen: Vantilt.
- Van Voorst, S. *Weten wat er in de wereld te koop is. Vier Nederlandse uitgeverijen en hun vertaalde fondsen 1945-1970*. Den Haag: Sdu Uitgevers
- Vos, D. (2010, september 8). Het echte Kampen gevoel. *Reformatorisch Dagblad*, p. 12. Opgeroepen op september 25, 2018, van <https://www.rd.nl/het-echte-kampengevoel-1.241473>
- Werkman, H. (1996). Christelijke literatuur in Nederland aan het einde van de 20e eeuw. *Literator*, 17(1), 5-26.
- Zoeter, M. (2018). *De openbare en christelijke bibliotheek als poortwachter. De boeken van uitgeverij Kok bij de bibliotheek. (Masterscriptie)*. Nijmegen: Radboud Universiteit.

Bijlage 1: Lijst van prominente titels

Periode	Titel	Auteur
1995-1997	Het laatste Evangelie Deel I	Jan Nieuwenhuis
	Efeziërs	dr. L. Floor
	De Tien Geboden opnieuw	Jörg Zink
	Mijn God	Hans Bouma
	Op de adem van het leven	Op de adem van het leven
2005-2007	Een hart om te denken	Kardinaal Simonis
	Uruzgan	Riekelt Pasterkamp
	Goeie genade	Herman van Veen
	Christelijke encyclopedie	-
	Ietsisme	G.D.J. Dingemans
	Toeval of schepping?	Bram van de Beek
	Beelden van het Licht	-
	De vijf wereldgodsdiensten	div
	Het verhaal van God	Robert Winston
2010-2012	Zijn naam is Jezus	Max Lucado
	2000 jaar christendom	Ann Marie B. Bahr (red)
	De Bijbel door de ogen van de grote meesters	div
	De vele gedaantes van Maria	Jo Claes
	Echte liefde kan niet sterven	Nel Benschop
	De man op het schoolplein	Herman van Veen
	Geworteld leven	Jos Douma
	100% echt	Margreet Kattouw
	Liedboek - zingen en bidden in huis en kerk	Samenwerking Kok, Jongbloed en Boekencentrum
2015-2017	Ora et labora	Notker Wolf
	Het Louvre alle schilderijen	Vincent Pomarede en Erich Lessing
	Het meisje dat God ontmoette	Christy Beam
	Ik schrijf mij	Wilma Veen

	Leven voor de ander	Jos Douma
	Carry On, heb lief	Glennon Doyle Melton
	De Uitnodiging - filmeditie	W. Paul Young
	De kunst van de Bijbel	Scot McKendrick
	Bijbelhandboek	Pat en David Alexander