

## Publieke omroep en amusement

# Een tragisch misverstand

**Maarten Reesink** Als er heibel is over het publieke bestel kun je er de klok op gelijkzetten: dan steekt ook de discussie over de combinatie van publieke omroep en amusement de kop op. Zo ook ditmaal. Alleen lijkt die discussie nu een even concrete als curieuze wending te nemen.

De kwestie speelt al vanaf de komst van de televisie in 1951. De invloedrijke voorzitter van de KRO, pater Kors, brengt een bezoek aan Londen om te zien wat de publieke BBC daar zoal via het nieuwe medium vertoont – en hij is er bij terugkomst niet bepaald gerust op. Het amusement dat hij te zien heeft gekregen, met name de kortgerokte, koket dansende revue-meisjes, doen hem het ergste vrezan wat betreft de weinig verheffende effecten van de beeldbuis op het grote publiek. Helaas voor hem blijkt de komst van het medium niet te voorkomen, en de katholieken besluiten net als de andere confessionele omroepen dan toch maar zelf het heft in handen te nemen om erger leed te voorkomen.

De discussie laait opnieuw op wanneer het bestel halverwege de jaren zestig wordt opengesteld voor nieuwkomers, en eerst de TROS en een decennium later VOO (Veronica Omroep Organisatie) tot de publieke omroep toetreden.

Hun doelstellingen zijn, anders dan die van de verzuilde omroepen, volstrekt niet ideologisch in de levensbeschouwelijke zin van het woord; zij komen er rond voor uit de kijker vooral te willen geven wat-ie het liefste wil zien. Het gevolg is een toename van het aanbod van verstrooiende programma's op de publieke zenders, een tendens waarnaar vanaf die tijd wordt verwezen met termen als 'vertrossing' en 'verVOOzing'. De TROS specialiseert zich daarbij in populaire cultuur voor een wat ouder publiek, terwijl Veronica vooral vermaak biedt voor een jonge, snelle en wilde doelgroep.

Hoewel de diepe angst voor het morele verval van de samenleving in deze latere jaren niet erg breed meer wordt gedeeld, hebben velen een behoorlijk paternalistische taakopvatting van de publieke omroep: de belangrijkste functie van televisie dient het bieden van informatie en educatie aan een groter publiek te blijven, gekoppeld aan de verheffing van datzelfde publiek

op het terrein van kunst en cultuur. Amusement, de functie waarvoor het medium door de kijkers het meest en het liefst wordt gebruikt, blijft voor veel publieke tv-makers, bestuurders en politici in het gunstigste geval een onschuldig en betekenisloos bijproduct van waar het echt om zou moeten gaan. In de vele minder gunstige gevallen biedt televisie vanuit deze visie vooral plat vermaak dat de normen en waarden van de beschaving en meer in het bijzonder de goede smaak van het grote publiek ondergraaft. Seks en geweld in films, soaps en series zijn daarbij de meest terugkerende issues.

### Brood en spelen

De discussie over amusement krijgt een nieuwe dimensie met de opkomst van de commerciële televisie in Nederland. Belangrijkste reden daarvan is dat RTL Veronique (het latere RTL4) en alle daaropvolgende op het Nederlandse publiek gerichte commerciële zenders niet gebonden zijn aan de regels in de Mediawet, waaraan de omroepen binnen het publieke bestel zich dienen te houden. Hoe eindeloos en hoe plat het amusement dat zij uitzenden ook is, niemand kan ze nog tegenhouden dit via de televisie te verspreiden. Omdat inmiddels iedereen wel inziet dat de massale consumptie van al dat leeghoofdige vermaak niet direct leidt tot grote bacchanalen en geweldsexplosies in de samenleving, ontstaat in brede kringen een *laisser faire*-houding wat betreft het tv-amusement in het algemeen. Als het volk brood en spelen wil, dan moet het die ook maar krijgen. Maar vooral niet via de publieke omroep, zo blijven de tegenstanders daarvan menen.

In de jaren negentig wordt juist de onstuimige groei van de commerciële zenders door hen dan ook gebruikt als argument om het amusement van de publieke zenders te weren. Waarom zouden die het volk nog langer moeten voorzien van een programmasoort waar ze door de commerciële concurrentie al door overladen worden?

Waarom bovendien concurreren in dom vermaak dat geen enkele culturele waarde vertegenwoordigt, en waarin de RTL's en SBS'en van het land misschien wel veel beter blijken te zijn. Reden temeer voor de publieke omroep om zich toe te leggen op genres die de commerciële zenders stelselmatig links laten liggen, zoals kunst en cultuur. Opvoeding en verheffing van het volk als kerntaak van de publieke omroep: de discussie is weer terug op het punt waar-ie ooit begon.

Met dit verschil dat staatssecretaris Medy van der Laan deze positie in het debat nu voor het eerst heeft omgezet in concreet politiek beleid. Daarbij hanteert ze hetzelfde uitgangspunt als de Wetenschappelijke Raad van het Regeringsbeleid (WRR) in zijn in 2005 verschenen rapport *Focus op functies*, waardoor ze zich openlijk heeft laten inspireren: het functioneren van de publieke omroep moet beschouwd worden in de bredere context van het gehele medialandschap. Daarin zien we dat het publiek wat betreft het amusement uitstekend wordt bediend door de markt. Om deze reden dient de publieke omroep te worden verplicht om complementair aan de commerciële zenders te programmeren en zich dus te concentreren op de twee hoofdfuncties die niet of nauwelijks door hen worden aangeboden: ten eerste informatie en opinie, ten tweede kunst en cultuur.

### Onwenselijk en onzinnig

Het beperken van de publieke omroep tot deze twee kerntaken is echter zowel praktisch onwenselijk als theoretisch onzinnig. Praktisch onwenselijk, omdat het betekent dat de publieke omroep het uitgangspunt verlaat dat hij van iedereen en voor iedereen is. Met bepaalde functies bereikt men immers onvermijdelijk bepaalde groepen mensen – en wat belangrijker is: bepaalde groepen dus niet. Dat is geen probleem voor een commerciële zender: als die een

zeer specifieke en interessante doelgroep trekt, is dat voor veel adverteerders des te beter. Maar voor de publieke zenders die uit publieke middelen worden betaald, door ons allemaal dus, is een beperkt bereik op den duur funest voor het draagvlak: waarom zou een meerderheid blijven betalen voor een dienst die stelselmatig een bepaalde minderheid bedient?

Het beleid is ook theoretisch onzinnig, omdat er een essentiële denkfout zit in de politieke vertaling door de staatssecretaris van de theoretische overwegingen door de WRR. Daar waar de WRR het consequent heeft over 'functies', daar lijkt Van der Laan dit veel concreter in te vullen in termen van 'genre'. Bepaalde programmacategorieën mogen nog wel, andere niet meer. Probleem is dat wie vandaag de dag de tv-gids op een willekeurige avond openslaat, onmiddellijk ziet dat juist op televisie die functies volledig door elkaar heen lopen. Als het huidige aanbod zich ergens door kenmerkt, dan is het wel door dat containerbegrip 'infotainment', dat in de jaren negentig van de vorige eeuw aan een onstuitbare opmars is begonnen. Lifestyle magazines, docudrama, reality soaps: het zijn juist de hybride formats die een groeiend deel van de schema's vullen.

Om de heilloosheid van deze beleidsrichting te illustreren, geef ik hier twee programma-soorten die op de publieke zenders te zien zijn, door velen vooral als amusement zullen worden beschouwd – hoewel ze naar mijn idee beslist niet tot die ene functie te reduceren zijn – en die desalniettemin voor de commerciële televisie in deze vorm niet erg interessant zijn.

Ten eerste de volksmuziekspecials van de TROS op Nederland 2. Toegegeven, Frans Bauer

## Waarom zou een meerderheid blijven betalen voor een dienst die stelselmatig een bepaalde minderheid bedient?

is inmiddels echt van en voor iedereen. Toch is er geen enkele commerciële zender die zo consequent en breed aandacht geeft aan juist dit segment van de vaderlandse muziekcultuur als de TROS. Om het waarom daarvan te begrijpen, hoeven we slechts een blik te slaan op het vrolijk meedeinende publiek: het is niet uitzonderlijk jong, hoogopgeleid en kapitaalkrchtig en dus voor veel adverteerders niet interessant. En hoewel velen de muziek zelf af zullen doen als louter amusement, is het tegelijkertijd een muziekgenre met een lange traditie in onze volkscultuur, en is er beslist een publiek voor, zonder dat zich dit vertaalt in levensvatbare commerciële cultuur. Een typisch geval van publieke televisie dus.

Een tweede voorbeeld: de reality formats *Memories* en *Spoorloos* van de KRO op Nederland 1. Beide formats zijn typische gevallen van infotainment: in *Memories* worden we vaak decennia mee terug in de tijd genomen op een

**Maarten Reesink**

is verbonden aan de leerstoelgroep Media en cultuur van de Universiteit van Amsterdam. Zijn specialisaties zijn reality-tv en infotainment, mediapubliek en populaire cultuur, fans en sterren

Anita Witzier, presentatrice van onder ander *Memories*.



Derk Bolt, verslaggever bij *Spoorloos*



zoektocht naar een eerste liefde, in *Spoorloos* zijn het de veelal schrijnende gevallen van adoptiekinderen die ook vaak tientallen jaren later worden herenigd met ouders en andere familieleden in het land en de cultuur van herkomst. Door confrontaties tussen verschillende tijden (*Memories*) en plaatsen (*Spoorloos*) krijgen we even interessante als emotionele inkijkjes in hoe sociale, politieke, culturele en economische structuren en ideologieën diep ingrijpen in de persoonlijke levens van schijnbaar volstrekt willekeurige individuen. Informatie gekoppeld aan emotie in twee formats die geweldig scoren onder een voor adverteerders veel te oude doelgroep. Typisch publieke televisie, dat zei ik.

De lijst is eindeloos uit te breiden, bijvoorbeeld met het cabaret waarin Nederland 3 een lange traditie heeft. Daar is Jack Spijkerman al weg, en vraagt Paul de Leeuw zich openlijk af hoe lang hij nog bij de VARA kan werken.

En *Jiskefet* of Freek de Jonge, de Vliegende Panters of *Koefnoen*? Puur en alleen amusement, dus geen publieke televisie?

De conclusie moet duidelijk zijn: door een scherp maar uiteindelijk in de praktijk fictief onderscheid te maken tussen de functies informatie en educatie, kunst en cultuur enerzijds en amusement anderzijds, dreigt staatssecretaris Medy van der Laan een groot aantal programma's de kop om te draaien, die én uiterst populair, én (soms) heel erg amusant – maar daarom niet minder kritisch, satirisch, emotioneel of juist beschouwend en opiniërend –, én heel erg publiek zijn. Daarmee heeft ze een beleid ingezet dat op termijn het draagvlak voor de publieke omroep zelf in ernstige mate ondermijnt.