

De televisie is dood

Alex de Vries Televisie is een achterhaald medium en is ten dode opgeschreven, hoeveel mensen er ook naar kijken. Televisie is de best bezochte lijkverbrandingsoven die we kennen. De toekomst is aan internet.

Televisie wil een zo groot mogelijk oppervlak bestrijken en houdt weinig ruimte over voor de enkeling om de diepte in te gaan. Televisie sluit inhoudelijke diepgang en kwaliteit meer en meer uit, om zich als massamedium te handhaven. Televisie zal daardoor verder als *banshee* door het leven gaan. *The medium of the living dead*. Steeds meer levende lijken als kijker tegenover steeds meer opgewarmde lijken op de beeldbuis. De *couch potato* is een *couch corpse* geworden. De televisie als kunst- en cultuurdrager is dood. Er gaat niet bepaald uniek cultureel erfgoed mee verloren.

Van oudsher is televisie een gezelschapsvoorziening: je kijkt er met meerdere mensen naar. De eerste generatie televisiekijkers in Nederland weet nog hoe eind jaren vijftig en begin jaren zestig van de vorige eeuw een hele rits buurkinderen zich in een huis waar die ene televisie stond, kon verzamelen om op woensdagmiddag het kinderuurte te bekijken. Gordijnen

dicht en iedereen moest zijn mond houden. Johnny van Doorn schreef daarover in zijn verhalenbundel *Mijn kleine hersentjes*. Daarin portretteert hij zichzelf als een naar kunst hongerend jochie dat in zichzelf het mantra mompelt: 'Niet naar de Smitjes, niet naar de Smitjes', omdat hij niet naar het geestdodende bleke licht van de televisie wilde staren te midden van al die anderen die door het blauwe oog waren gelokt, om zichzelf dan toch weer gebiologeerd starend naar het beeldscherm bij de Smitjes aan te treffen. In die jaren bepaalde het aanbod nog gewoon de vraag. Er werd gekeken, omdat er gekeken kon worden.

Infiltratiepolitiek

Kunstprogramma's hebben zich van nature tot dat aanbodprincipe aangetrokken gevoeld. Ook de kunstenaar beantwoordt niet aan een vraag, maar biedt iets aan wat uit de inhoudelijke noodzaak van zijn passie voor de kunst en het

leven voortvloeit. Met dat kunstenaarsidealisme heeft de televisie allang afgerekend. De kunst is ertoe gedwongen om aan de rand van de maatschappelijke processen een infiltratie-politiek te bedrijven.

Het kunstprogramma *RAM* wordt opgeheven, omdat er 85.000 mensen naar kijken. Dat is juist veel voor een kunstprogramma en niet te weinig, zoals wordt beweerd. Het opheffen van *RAM* is symbolisch voor het doodverklaren van de televisie als een medium dat intellectuele verdieping als een van zijn doelstellingen heeft. De kunstprogramma's die op televisie te zien blijven, zijn daardoor veroordeeld tot voorlichting en informatieverstrekking, gelardeerd met spelletjes op het niveau van *call-tv* en *soundbites* van bekende persoonlijkheden.

Op het gebied van kunst is de AVRO de omroep die in dit genre de meest inhoudelijke ambities aan den dag legt met het professoraal educatieve *Beeldenstorm* van Henk van Os, het geldbeluste en bron van heimelijk leedvermaak *Tussen kunst en kitsch* en het ontdekkings-reizigersprogramma *Museumgasten*: met Henk Westbroek naar museum Van Speelklok tot Pierement. Een programma als *Hollands Zicht* over hedendaagse kunstfotografie behaagt de Nederlandse gezelschapscultuur het minst. Hier haken de Smitjes toch snel weer af. In iets minder mate geldt dat ook voor *Close-up* – documentaires van een uur over min of meer populaire onderwerpen zoals de geschiedenis van de filmklassieker *King Kong* – dat met zijn titel al aangeeft dat het op specifieke onderwerpen nader in wil gaan, en dan roep je bij voorbaat het kijkcijferrisico over je af.

Het is in de AVRO te prijzen dat de kritische beoordelingsfactor om de kwaliteit van een programma te bepalen niet uitsluitend van het aantal kijkers afhankelijk is. Het is jammer dat deze programma's ten prooi vallen aan de willekeur en de onverschilligheid van net-coördinatoren die met uitzendtijdstippen en

-dagen blijven schuiven, waardoor de kijker vaak vergeefs zijn met de afstandbediening vergroeide robotarm op de televisie richt. Weer geen kunst vandaag.

Het failliet van de omroepverenigingen in Nederland brengt vooralsnog het nodige gewee-klaag met zich mee. De kunst en de cultuur worden verkwanseld. De culturele voorhoede in Nederland verliest de VPRO. Een ramp. Ach en och! Het valt allemaal wel mee als de VPRO de televisie laat voor wat zij is en ertoe overgaat leden en liefhebbers op maat te bedienen. Dat kan nauwelijks via de televisie. Het vraagt een andere bedrijfsvoering en een andere positionering in de markt. Alles wat de VPRO met hangen en wurgen aanbiedt, is onvergelijkbaar met wat je via internet aan culturele producties tot je kunt nemen. Waar je ook terecht kunt voor de meest obscure vormen van kunstzinnige experimenten die zelfs de VPRO niet verantwoord acht om uit te zenden. Iedereen met een snelle internetverbinding kan op een breedbeeldplasma-scherm zien wat hij zelf verkiest. Je kunt elke dag een ideale audiovisuele avond samenstellen en daar eindeloze variaties in aanbrengen. Iedereen is een 'zomergast' of 'wintergast', en dan ook nog in de herfst en de lente.

Werkelijke interesse

Iedere afdeling publiciteit en communicatie van welke culturele instelling dan ook kan eenvoudig een eigen registratie maken van de eigen activiteiten en deze op het net zetten. De conservator of curator kan door het museum wandelen, de kunstwerken *en detail* tonen, deze laten verklaren door de deskundigen, publieks-reacties vergaren, achtergronden toelichten enzovoort. Ze kunnen, net zoals de AVRO dat doet in het programma *Museumgasten*, bekende mensen vragen een bezoek te brengen aan een tentoonstelling en commentaar laten geven op wat ze zien en beleven. Daarbij hoeven ze

dan ook niet het format van *Museumgasten* aan te houden. Ze kunnen zelf bepalen op welk niveau het publiek wordt aangesproken, in plaats van afhankelijk te zijn van de opvattingen van programmamaker, omroepvereniging, netcoördinator of wie dan ook. Je kunt zelfs per doelgroep commentaar laten inspreken, in verschillende talen.

Daar trek je geen miljoenen kijkers mee, maar wel een werkelijk geïnteresseerd publiek. Om de groep belangstellenden te vergroten, kunnen afspraken worden gemaakt met commerciële producenten. Door samenwerkingsverbanden met collega-instellingen sta je samen sterker en kun je coproducent worden van documentaires en andere programma's. Dit gebeurt al, zij het op nog bescheiden schaal, maar de mogelijkheden zijn immens en binnenkort zullen die breed worden ingezet en benut.

Dus, beste omroepmedewerker, als jij je baan bedreigd ziet en graag kunst- en cultuurprogramma's wilt maken, stap op die culturele instellingen af en kom met al je ervaring en deskundigheid op de propfen met een goed plan. Als jij het niet aanbiedt, doen ze het zelf wel.

Van een museumdirecteur als Pauline Terreehorst met haar achtergrond als film- en

Televisie
richt zich
op de
massa,
terwijl
internet
in iedere
individuele
behoefte
kan
voorzien

mediadeskundige, modespecialist, journalist, tuinenskundige, adviseur en manager, kun je niet anders verwachten dan dat zij binnen afzienbare tijd de rol als zelfstandig producent van kunst- en cultuurprogramma's vanuit haar eigen instelling gaat realiseren. En het nieuwe hoofd publieksbegeleiding en educatie van Museum Boijmans Van Beuningen zal heus ook niet de beperkte opdracht krijgen enkel tekstbordjes op te hangen en rondleidingen te organiseren. Het is duidelijk dat daarbuiten op andere wijze met het publiek gecommuniceerd zal worden dan nu gebruikelijk is.

Zelfs het publiek gaat de eigen ervaringen, opgedaan tijdens culturele bezoeken, registreren, regisseren, versnijden, monteren en uitzenden. Bij de installaties van Olafur Eliasson in Museum Boijmans Van Beuningen was op een niet al te druk moment een man twee kinderen aan het regisseren de beweegbare vloerdelen te bedienen die in een waterbassin bewegingen veroorzaken die een reflecterende lichtprojectie van het wateroppervlak beïnvloeden, terwijl hij de visuele gevolgen filmde. Min of meer tegelijkertijd vertelde een rondleider een groepje bezoekers over de betekenissen van allerlei voorwerpen in schilderijen op de afdeling Oude Kunst. Een van de toehoorders registreerde alles met een digitale camera. 's Avonds zou hij dat kunnen tonen aan zijn aan huis gebonden echtgenote, maar voor hetzelfde geld gooit hij dat filmpje op het net: geen technisch hoogstandje, maar het inhoudelijke verhaal van de rondleider blijft wel overeind. Internet bestrijkt een nog veel groter oppervlak dan de televisie, maar biedt de enkeling – en dat zijn we allemaal – wel alle mogelijkheden de diepte te verkennen. Televisie richt zich noodgedwongen op de massa, terwijl internet in iedere individuele behoefte kan voorzien.

Op naar de P.O.N.

Natuurlijk blijft de behoefte bestaan om programma's over kunst op een technisch perfecte manier tot ons te nemen, vanuit een spannende visie van een regisseur. Een professioneel televisieprogramma is iets anders dan een amateurregistratie. Internet is met name geschikt voor persoonlijke én encyclopedische informatie-uitwisseling (denk aan de website Wikipedia, een door de gebruikers ontwikkelde internetencyclopedie), interactieve discussiefora en subjectieve benaderingen en meningen. Kunstzinnige televisieprogramma's hebben meer het karakter van onafhankelijke beschouwingen en interpretaties die de achtergronden tonen, benodigd voor meningsvorming en het verkrijgen van inzicht. Dergelijke programma's moeten worden gemaakt voor – en worden uitgezonden door – een publiek medium dat een breed bereik heeft door een aanbieder met een zekere status. Dat moet dan de nieuwe publieke omroep zijn. Die Publieke Omroep Nederland moet ook in staat worden gesteld kwalitatief hoogwaardig film drama te maken. Dat kan alleen waar gesubsidieerd, omdat het anders niet wordt gemaakt.

Dat moeten andere producties zijn dan *Gooische Vrouwen* van Talpa (bekijk alle afleve-

ringen op de website!), waarover initiatiefneemster Linda de Mol zei: 'Natuurlijk zit er veel seks in, omdat dat nu eenmaal goed verkoopt' – geen letterlijk citaat, maar daar kwam het op neer. Er zit geen inhoudelijke gedachte achter, maar het laat enkel de devaluatie zien van wat inhoudelijke kwaliteit heet te zijn die wordt opgeofferd aan formuledenken: met zoveel bekende Nederlanders, een bepaalde hoeveelheid suggestieve seks en een losse

Formatdenken zal altijd de dood betekenen van kunst en cultuur op niveau

cameravoering moeten we de kijker kunnen vasthouden om het interessante acteerwerk, het maatschappelijk relevante script en de filmtechnische kwaliteit over het voetlicht te krijgen. Hoewel er misschien door de producerende partij precies andersom wordt gedacht: technische en kunstzinnige kwaliteit is wel mooi als we met behulp daarvan bekende Nederlanders zover krijgen met die halfslachtige seks kijkers aan zich te binden. Ook leeghoofdigheid moet briljant worden geacteerd.

Dat formule- of formatdenken zal altijd de dood betekenen van kunst en cultuur op niveau. Die wil namelijk verrassing en bezinning teweegbrengen, heroverweging en overdenking, diepgang en ontroering. Dat is het verschil tussen een gesprek van Ivo Niehe met een schrijver, dat altijd volgens hetzelfde recept verloopt – je hoort nooit iets nieuws en alle clichés waarmee de schrijver al jarenlang tekort is gedaan, worden breed uitgemeten –

Alex de Vries

is als auteur en adviseur verbonden aan het bureau Stern/Den Hartog & De Vries, Communicatie voor Kunst en Cultuur te Arnhem

en een gesprek van Arnon Grunberg met Elfriede Jelinek, dat je van begin tot eind met gespitste oren volgt omdat er van een gedurfde interesse in de beweegredenen van de schrijver sprake is, die risicovol wordt ingezet in een tweegesprek als een duel. De schrijver bij Nieuwe zal na uitzending zeker meer boeken extra verkopen dan Jelinek na haar gesprek met Grunberg, maar als we daaraan het belang van het gebodene willen afmeten, hanteren we geen kwaliteitscriterium, maar de norm van de kiloknaller.

Alle plannen voor de omroepverenigingen en de publieke omroep worden nu politiek, beleidsmatig en strategisch vrijwel uitsluitend volgens die norm van de kiloknaller benaderd. Een televisieprogramma is pas geslaagd als een miljoenenpubliek wordt bereikt. Dat is vooral een commercieel argument, gebaseerd op het realiseren van reclame-inkomsten. En commercieel mag de Publieke Omroep Nederland per definitie niet zijn.

In Nederland wordt vanuit een politiek-historische misvatting een mislukking in stand gehouden die het failliet van de Nederlandse rechtsstaat in zich bergt: publieke en openbare verantwoordelijkheid wordt versneden met ethische, politieke, religieuze en culturele opvattingen. Zo bestaan binnen het onderwijsstelsel naast openbare scholen – de algemene voorziening – ook katholieke, protestante, hervormde, islamitische en specifiek levensbeschouwelijke scholen. Op publieke televisiezenders opereren katholieke, christelijke, islamitische, sociaal-politieke, vrijzinnige en wat niet al voor omroepen. Natuurlijk mag iedereen levensbeschouwelijk en religieus willen onderwijzen en uitzenden wat hij wil, maar dan wel zelfstandig; dus naast het openbare, algemene en publieke dat voor iedereen beschikbaar wordt gesteld.

Het algemene recht op onderwijs komt niet in het geding als men buiten het openbare

onderwijs zelf religieuze of levensbeschouwelijke vorming naar eigen overtuiging verzorgt. Daar hebben we dan de zondagsschool voor of sjoel, bijbelstudie, cursussen transcendentie meditatie, koranles of catechisatie. Ga je gang, maar niet binnen leerplichtvoorzieningen. Zo staat het ook iedereen vrij programma's te maken van welke signatuur dan ook, maar niet binnen publieke omroepvoorzieningen. Iedereen heeft dan hetzelfde belang bij de publieke omroep (of het openbare onderwijs) en dient zijn persoonlijke belangen binnen eigen voorzieningen te treffen en de reikwijdte ervan is afhankelijk van hoeveel medestanders je hebt of krijgt. Of het kwaliteit heeft, is een heel andere kwestie. Die erkenning meet je niet af aan algemene reikwijdte en hoeveelheid, maar aan individuele verdieping en concentratie.