

Koudwatervrees bij de publieke omroepen

Over multiculturele diversiteit en de rol van allochtonen in de media

Carmelita Serkei Multiculturele programmering staat hoog op de agenda van de publieke omroepen. De praktijk is echter teleurstellend. Media hebben een blinde vlek voor allochtonen, en de westerse kwaliteitsnorm wordt vaak gebruikt om weerstand tegen verandering te verhullen.

In de afgelopen jaren groeide vanuit de politiek de druk op het publieke bestel om het publieke karakter waar te maken en te concurreren met de commerciële zenders. Het is niet meer voldoende om goede programma's te maken. De omroepen en de producenten moeten zich nu meer inspannen om - ook het allochtone - publiek via programma's aan zich te binden. Kennis over de samenstelling en de wensen en behoeften van dat publiek is daarom noodzakelijk.

'De' allochtoon bestaat niet

In het debat over multiculturaliteit wordt de term allochtonen veelvuldig en niet altijd even genuanceerd gebezigd. Het is een verzamelnaam en om die reden kleven aan het gebruik ervan verschillende nadelen. Ten onrechte wordt de indruk gewekt als zouden in Nederland levende etnische en culturele minderheden meer overeenkomsten met elkaar vertonen dan

verschillen. De term is feitelijk niets anders dan een theoretische constructie, met verve uitgedragen door de overheden, om groepen burgers te categoriseren. De term is breder dan het gebruik in de volksmond en de media suggereert. Daar wordt het vooral gebruikt om het verschil met de westerse (Nederlandse) cultuur aan te duiden.

'De' autochtoon bestaat echter net zo min als 'de' allochtoon. De islamitische cultuur is een heel andere dan de cultuur van het Caribisch gebied. Een Turk uit het kosmopolitische Istanboel komt uit een volstrekt andere samenleving dan een Marokkaan uit het Rifgebergte. Allochtonen van de eerste generatie beleven de relatie met het moederland en de eigen cultuur op een andere manier dan hun in Nederland geboren kinderen of kleinkinderen. Er is sprake van klasseverschillen, verschillen in opleiding, mate van inburgering, geloofsovertuiging, politieke en

sociale meningen, culturele en artistieke posities. Huidskleur zegt niets over de culturele identiteit of over de mate waarin men drager is van de westerse cultuur. Met andere woorden: de onderlinge verschillen tussen allochtonen, zelfs binnen een groep, kunnen groter zijn dan de verschillen tussen autochtonen en allochtonen.

De term houdt bovendien een niet-acceptatie door de Nederlandse samenleving in. Zoals een allochtone jongere het onlangs zei: 'Ik ben hier geboren en getogen, maar blijf altijd toch meer allochtoon dan een willekeurige Engelsman die hier een week is.'

Uitgaande van deze nuanceringen en relativeringen gebruik ik de term toch, met name om het algemene verschil in (machts)positie en kansen te benadrukken en om de analyse scherp te stellen. Ondanks alle verschillen binnen en tussen de allochtone groepen geeft de totale positie namelijk reden tot zorg.

Gebrek aan interesse voor allochtonen

Wie het artikel van Sjaak Koenis (2000) in het vorige *Boekmancahier* leest, zou de conclusie kunnen trekken dat het met de positie van allochtonen wel meevalt. Uitgaande van de definitie van cultuur als een 'bepaalde manier van leven' is Nederland immers al een multiculturele samenleving. Alleen al de fysieke aanwezigheid van 'anderen', het contact met andere leefstijlen, kleding, eetgewoonten heeft een wederzijdse beïnvloeding tot resultaat. Dit gebeurt veelal onbewust. Dat Nederland functioneert zonder te desintegreren duidt erop dat ook de allochtonen de basisregels van het juridische en sociale verkeer in Nederland hebben geaccepteerd. Zelfs zodanig dat het 'multicultureel drama' zich met name uit in problemen van sommige allochtonen om op een volwaardige manier te participeren in de samenleving waar ze deel van uitmaken, maar waarin ze niet ten volle worden geaccepteerd.

Paul Scheffer noemt in zijn geruchtmakende

artikel 'Het multiculturele drama' in *NRC Handelsblad* als belangrijke oorzaak een tekort aan een werkelijke interesse van de Nederlandse samenleving om allochtonen op te nemen (Scheffer 2000a). In de repliek, waarin hij de balans opmaakt van de reacties op zijn aanklacht tegen de onverschilligheid waarmee Nederland het migrantenvraagstuk tegemoet treedt, schrijft hij: 'Er moet meer met elkaar worden gepraat en minder langs elkaar heen geleefd. De vermindering moet ophouden.' Hij onderstreept nogmaals dat het multiculturele drama betrekking heeft op een afstandelijke meerderheidscultuur die wegkijkt terwijl vormen van ongelijkheid en segregatie zichtbaar worden (Scheffer 2000b).

De assimilatieparadox

Allochtonen worden binnen het omroepbestel nog steeds geassocieerd met de antropologische betekenis van cultuur waarin karakteristieke en kenmerkende eigenschappen gekoppeld worden aan een bepaalde (vastomlijnde, statische) cultuur, aan het anders-zijn. Een fraai voorbeeld is de muziekkeuze van de publieke radiozenders. Deze zenders zijn nauwelijks geïnteresseerd in nieuwe stijlen als *fusion* en *cross-overs* of in vernieuwingen van oorspronkelijke muziek die in Nederland zijn ontstaan. De voorkeur gaat uit naar wereldmuziek, gehaald uit de verschillende continenten, zo oorspronkelijk mogelijk en bepaald door de kwaliteitsnormen en de perspectieven van de Nederlandse muziekselecteurs. En dan vraagt men zich verwonderd af waarom de in Nederland woonachtige landgenoten niet in groten getale luisteren. Het besef ontbreekt dat die keuze dikwijls niet aansluit bij de muzikale smaak en ontwikkeling van de diverse groepen allochtonen.

Tegelijkertijd worden de westerse waarden nog steeds als universeel beschouwd. Het universalisme gaat uit van de idee dat er

eeuwige universele waarden bestaan die door de Europese cultuur en wetenschap zijn ontdekt, onderzocht en uitgewerkt. Andere culturen lopen achter in het ontdekken van de universele waarden. Door zich aan de Europese cultuur aan te passen kunnen zij zich deze waarden eigen maken (Koenis 2000). Ook in de media wordt vaak verzucht dat allochtonen geen universele thema's gebruiken maar in plaats daarvan steeds teruggrijpen op hun persoonlijke ervaringen en positie. Hier kan het brede publiek niets mee, zo luidt de kwestieuze stelling. Het brede publiek 'herkent zich er niet in'. Men gaat dan gemakshalve voorbij aan het gegeven dat ook westerse programmamakers en scenaristen veelal uitgaan van persoonlijke ervaringen en perspectieven. Terecht, vinden zij, want zij rapporteren over 'hun' samenleving; zij delen het referentiekader van de consument.

Impliciet gaat achter deze gedachtegang de notie van assimilatie schuil. Hij gaat immers uit van het wij(autochtonen)-zij(allochtonen) denken, waarbij 'zij' zich moeten aanpassen. Wat, als het referentiekader van de makers niet meer overeenstemt met dat van het publiek, omdat de samenstelling van het publiek als gevolg van wijzigingen in de demografische opbouw veranderd is? Wat, als het 'brede publiek' dat men voor ogen heeft diverser is geschakeerd dan men dacht? Veel mensen, ook binnen de culturele en mediasector, hebben een achterhaald beeld van de Nederlandse samenleving als 'wit', soms zelfs gebaseerd op een vooroordeel. Het besef dat 'onze' cultuur niet meer bestaat (met het accent op onze), dat 'wij' er anno 2000 anders uitzien dan vijftig jaar geleden moet nog doordringen.

De consequentie is dat allochtonen worden geconfronteerd met normen die paradoxaal zijn ten opzichte van elkaar: wees vooral jezelf (authentiek, traditioneel) en word zoals wij (pas je aan, maak universele producten).

Vandaar dat allochtonen die het in Nederland willen maken soms in een vreemde spagaat terechtkomen en gespannen proberen de last van hun eigen achtergrond af te schudden, op zoek naar het ongedefinieerde universele. Dit leidt af van de authenticiteit en de talentontwikkeling van allochtonen. Zij gooien het kind met het badwater weg en beperken daardoor hun mogelijkheden.

Positietoewijzing door de media blijft uit

Voor groepen die nog een plaats moeten vinden in een samenleving, vervullen de media een belangrijke rol, zowel in het proces van positietoewijzing (positie verkrijgen in de gevestigde samenleving) als van positieverwerving (positie bevechten via eigen organisaties).

Om te beginnen stromen allochtone mediaprofessionals slechts mondjesmaat 'Hilversum' binnen; schattingen over hun arbeidsparticipatie variëren van 1 tot 3 procent (Ouaï 1999). Omroepbonzen en -producenten geven als reden daarvoor dat ze nog te weinig kwaliteit in het mediawerk van allochtonen zien. Allochtone producenten daarentegen zeggen dat ze over voldoende opleiding en talent beschikken, maar dat het hun veeleer aan ervaring ontbreekt. Zij lopen stuk op onwil en structuren.

De schaarse allochtone mediaprofessionals voelen zich bovendien onder druk gezet door zowel de broodheer, als de allochtone groep waar zij toe behoren. Hebben zij bijvoorbeeld de morele verplichting om met hun werk bij te dragen aan de emancipatie van de totale groep (de *burden of representation*)? Mag een acteur/actrice stereotiepe, bevestigende rollen spelen, mag een presentator/presentatrice zich lenen voor werk als 'pratend hoofd', mag een redacteur zich laten sturen door een (witte) hoofd- of eindredacteur die hem/haar verplicht uitsluitend onderwerpen op basis van een westers perspectief te behandelen? De keuze

voor de eigen verantwoordelijkheid en aanpak wordt op die manier een extra last op de rug van een allochtone professional die, als ieder ander, probeert de broodnodige ervaring op te doen.

Zichtbaar zijn in de media, als professional of, bijvoorbeeld, als gast van een programma, geeft een gevoel van erkenning en waardering. Het ontbreken van deze zichtbaarheid is een herkenbare vorm van uitsluiting en wordt door individuen en groepen ook ervaren als een signaal van non-acceptatie. Volgens mediadeskundige Liesbet van Zoonen versterken media niet alleen bestaande gevoelens van gemeenschappelijkheid en collectiviteit, zij construeren ook nieuwe gemeenschappen en laten op symbolische wijze mensen en groepen toe tot dergelijke verbonden of sluiten ze juist daarvan uit. De media zijn in die zin altijd verbonden met maatschappelijke processen en spelen dus een belangrijke rol bij de verwerving, invulling en betekenis van met name cultureel burgerschap. Er bestaat, volgens Van Zoonen, geen 'objectieve werkelijkheid', maar er is sprake van een voortdurend proces van symbolische onderhandelingen over aspecten van de werkelijkheid, waaraan groepen en individuen in wisselende coalities deelnemen. Die onderhandelingen worden beïnvloed door bestaande machtsverhoudingen (Van Zoonen 1999).

Media hebben twee hoofdfuncties, aldus communicatiewetenschapster Andra Leurdijs: als informatiebron en als podium waarop de (multiculturele) samenleving haar problemen definieert, interpreteert en bediscussieert en dus construeert (Leurdijs 1999). Vooral die tweede functie is van belang. Media zijn immers meer dan passieve doorgesluiken van nieuws. Zij oefenen, zoals communicatiedeskundige Michiel Smis mijns inziens terecht benadrukt, actief invloed uit op een taal, op het schrijven van de eigentijdse geschiedenis en op de ontwikkeling van een cultuur (Smis 2000). Smis vat de positie van allochtonen in de media goed

samen: 'Van een belangrijk hoofdstuk in de moderne geschiedenis, dat we dagelijks om ons heen kunnen waarnemen, lezen en zien, zien we nog steeds een zeer vertekend beeld in de pers. (...) We worden door de media bijvoorbeeld nadrukkelijk op de hoogte gehouden van de negatieve gevolgen van problemen die Marokkaanse jongens veroorzaken. Het overgrote deel van de minder raddraaiende nieuwkomers blijft echter systematisch buiten beeld gehouden. Ze dringen eenvoudigweg niet door tot de kolommen, alsof journalisten bewust een boogje om hen heen lopen' (Smis 2000). Media hebben wat allochtonen betreft duidelijk een blinde vlek.

Strijd voor positieverwerving door allochtonen

Allochtonen en hun organisaties zetten zich op verschillende momenten, in en buiten de media, af tegen de manier waarop zij in het nieuws aan bod komen. Zij ageren tegen eenzijdige, sensatiebeluste berichtgeving, het gebrek aan diepgang en het ontbreken van onderwerpen die voor hen van belang zijn. Bovendien blijkt dat journalisten en programmamakers dikwijls op zoek gaan naar allochtonen met duidelijke en afwijkende visies ('Ik zoek nog een fundamentalistische moslim').

Allochtonen komen ook in beeld als ervaringsdeskundige, op basis van hun etnische achtergrond, nauwelijks vanuit een specifieke maatschappelijke positie of vakdeskundige. De toename van het aantal individuele succesverhalen trekt deze scheve situatie niet recht. Succesverhalen zijn immers uitzonderlijk, zij dragen weliswaar bij aan positieve identificatiemogelijkheden, maar niet aan het beeld van de totale groep. Het is dan ook een legitieme wens om in de algemene media normaal behandeld te worden.

Ruimte geven aan de eigenheid van allochtonen is nog steeds omstreden. Als

allochtone groepen van mening zijn dat de Nederlandse samenleving niet ingaat op hun wensen, mogen zij mijns inziens gebruikmaken van de rechten en mogelijkheden in Nederland om eigen initiatieven te ontplooiën. Een Turkse mediamaker, op de hoogte van de onbevredigde mediabehoefte van Turken en zelfbewust genoeg om gebruik te maken van die mogelijkheden, moest ervaren dat de discussie stelselmatig ging over de vraag of zijn omroep de segregatie niet in de hand zou werken. Voor mij was het initiatief juist een voorbeeld van geslaagde integratie. Terwijl initiatiefnemers van BNN en De Nieuwe Omroep zich van meet af aan konden richten op het vaststellen van te behalen marktaandeel en te bereiken doelgroepen, was een dergelijke discussie naar aanleiding van het Turkse initiatief niet mogelijk. De assimilatiegedachte viert in de praktijk nog steeds hoogtij en bleek fnuikend voor het initiatief, al leidde het debat wel tot een grotere bewustwording bij de publieke omroepen dat zij in ieder geval de Turkse Nederlanders slecht bedienen.

Gewijzigde markteconomische omstandigheden

Toch is er in het afgelopen decennium het een en ander veranderd. Door de komst van de eerste commerciële omroep in 1989 - RTL4 - raakten de publieke omroepen hun monopoliepositie kwijt. Kijkers werden minder afhankelijk van het aanbod van de publieke zenders en kreeg meer keuzemogelijkheden. Bovendien brachten de commerciële omroepen eigen formats en programma's mee die bleken aan te slaan. Dit heeft niet alleen geleid tot een verveelvoudiging van het specifiek op Nederlands publiek gerichte programma-aanbod. Het aanbod werd ook diverser en uitgebreider wat betreft televisiegenres.

De informatieve programmering van de commerciële omroepen bestaat, met

uitzondering van de nieuwsuitzendingen, vooral uit lichte informatie (zogenaamde infotainment) zoals consumentenprogramma's, talkshows en misdaadrubrieken. 'Zware' informatie, in de vorm van actualiteitenrubrieken, documentaires of politieke discussieprogramma's, waarmee de publieke omroepen zich profileren, ontbreken vrijwel geheel. Onder invloed van de concurrentie zijn de publieke omroepen zich echter ook meer gaan toeleggen op programmaformats waarin informatie en educatie op een wat luchtiger manier gebracht worden. Zo is het aanbod van talkshows bijvoorbeeld aanzienlijk uitgebreid. Onder invloed van de nieuwsuitzendingen van de commerciële omroepen heeft zelfs het NOS-Journaal meer aandacht voor *human interest* onderwerpen.

Ook is, mede dankzij de komst van de commerciële zenders, de kwaliteit van bijvoorbeeld het Nederlandse televisiedrama toegenomen. Het enorme succes van de soap *Goede Tijden Slechte Tijden* (GTST) van RTL4 veroorzaakte paniek bij de publieke omroepen en leidde tot verveelvoudiging van hun dramaproductie. Zeker toen uit onderzoek bleek dat de Nederlandse kijker de voorkeur geeft aan drama van eigen bodem. Omdat de programmaformats van commerciële omroepen veel meer zijn gebaseerd op het hier en nu dan die van de publieke omroepen, zijn ze op een vanzelfsprekende manier kleurrijker. De aanwezigheid van een andere huidskleur in politieweekshows (*Blauw Blauw*), drama, soap of realityshows is terloops (Jansen 2000). Jongeren en allochtonen kijken dan ook meer naar de commerciële dan naar de publieke omroep (NPS/Veldkamp 1999).

De komst van de commerciële zenders heeft de publieke omroep zich doen realiseren dat ze grote delen van het publiek niet had bediend. Daartoe behoren ook de allochtonen. Zij vormen een belangrijke publieksgroep voor de

audiovisuele media - bijna tien procent van de Nederlandse bevolking, een publieksgroep die voorlopig alleen maar in omvang zal toenemen. Aan het begin van de eenentwintigste eeuw loopt in de grote steden het percentage allochtonen zelfs op tot vijftig, en in concentratiewijken tot tachtig, soms negentig. In 2015 is 15 procent van de totale bevolking allochtoon. Met name de sociaal-economische diversiteit binnen en tussen de verschillende allochtone groepen neemt toe. Bovendien moet rekening gehouden worden met de voortdurende immigratie van vluchtelingen en asielzoekers. Hierdoor verwacht het Sociaal en Cultureel Planbureau dat in 2015 nog steeds tweederde van het totaal aantal culturele minderheden tot de zogeheten eerste generatie zal behoren (SCP 1998). Naast multiculturalisering van het algemene programma-aanbod zal er dus een blijvende behoefte zijn aan doelgroepprogrammering voor generaties die niet of nauwelijks Nederlands spreken.

Politieke dwang tot multiculturalisering

Programmamakers zijn momenteel nog geneigd veel van hun keuzen te legitimeren onder verwijzing naar de wensen en behoeften van hun publiek. Het uitgangspunt is vaak de grootste gemene deler, dat wil zeggen een grotendeels autochtoon publiek. Onderzoek naar het profiel van kijkers en luisteraars is echter veelal kwantitatief en geeft geen inzicht in de informatiebehoefte. Het kijk- en luisteronderzoek zal op dat punt het een en ander moeten veranderen.

Sinds de jaren tachtig groeide bovendien de politieke zorg over de belangstelling van sommige groepen allochtonen voor 'eigen' satellietzenders uit de landen van herkomst en de berichtgeving door deze zenders over maatschappelijke gebeurtenissen in Nederland. De vrees bestond dat de integratie van allochtonen in de Nederlandse samenleving

werd tegengewerkt omdat de oriëntatie van de groepen te sterk op het thuisland gericht bleef. Het toegesproken worden in de moedertaal was en is een belangrijke reden om op de satellietzenders af te stemmen, naast de behoefte aan informatie over gebeurtenissen in het thuisland. Dergelijke informatie wordt niet via de Nederlandse zenders verschaft. De vaste correspondenten van de journaals van zowel de commerciële als de publieke omroep zijn immers gestationeerd in de grote westerse mogendheden, zoals de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk, om regelmatig over ontwikkelingen aldaar te rapporteren. Datzelfde doen zij niet vanuit Suriname, Marokko, Turkije of de Antillen.

De politieke zorg leidde in 1999 tot de nota *Media en minderhedenbeleid*, geschreven op verzoek van de Tweede Kamer. De nota is een uitwerking van het regeerakkoord, waarin wordt gesteld dat de media de culturele diversiteit binnen de Nederlandse samenleving beter dienen te weerspiegelen. De nota moet gelezen worden in samenhang met de nota *Ruim baan voor culturele diversiteit* die de kunsten en het culturele erfgoed betreft (OCenW 1999a en 1999b). Uitgangspunt van beide nota's is dat de multiculturele samenstelling van de Nederlandse bevolking zichtbaar hoort te zijn in het aanbod en het publiek van media en culturele instellingen. Daarnaast wordt het van belang geacht dat men streeft naar een evenredige arbeidsdeelname en een betere representatie van allochtonen in raden en besturen.

Het nieuwe cultuur- en mediabeleid noodzaakt instellingen om na te denken over multiculturele vraagstukken. Van cultuurproducerende instellingen wordt verwacht dat zij zich inspannen om nieuw publiek te bereiken en er wordt een stimuleringsbudget doelgroepactiviteiten ingesteld. Verder worden instellingen direct aangesproken op hun beleid;

naleving van subsidievoorwaarden en gemaakte afspraken worden scherper dan ooit getoetst.

Publieke omroep overstag

De opdracht voor de publieke omroep voor de komende periode is tweeledig: het algemene programma-aanbod op radio en televisie moet multicultureler worden en er moet meer ruimte komen voor aanbod dat specifiek gericht is op (bepaalde groepen) allochtonen. 'Alleen al omdat iedereen meebetaalt aan de publieke omroep, dient hij zorg te dragen dat zijn programma-aanbod ook voor iedereen aantrekkelijk is. Oog hebben voor uiteenlopende ervaringen en perspectieven binnen de multiculturele samenleving is bovendien een voorwaarde voor verscheidenheid en kwaliteit in de programmering,' aldus staatssecretaris Van der Ploeg (OCenW 1999a). In de nota wordt aangekondigd dat men in de voorgenomen concessiewetgeving artikelen zal opnemen die de publieke omroep moeten prikkelen om de programmering aantrekkelijker te maken voor allochtonen. Voor het eerst in de geschiedenis wordt in de taakopdracht bij wet beschreven welke maatschappelijke en culturele rol de publieke omroep dient te vervullen, met name voor verschillende leeftijds- en bevolkingsgroepen.

Om die taak te kunnen uitoefenen kunnen de omroepen aanspraak maken op een verhoogd programmaversterkingsbudget dat voor dit doel wordt beheerd door de raad van bestuur van de NOS. Dit budget wordt als het ware eerst van de omroepen afgepakt en kan door hen weer verkregen worden om de taakopdracht programmatisch in te vullen. Daarnaast wordt de voorbeeldfunctie van de NPS versterkt door verzwaren van haar programmavoorschrift op minderhedengebied, dat stijgt van 15 naar 29 procent voor televisie en van 20 naar 25 procent voor radio.

Van belang is het uitgangspunt dat de publieke omroep zich in de toekomst moet verantwoorden voor de programmatische prestaties; in het verleden lag een grotere nadruk op de representatie van bevolkingsgroepen, afgemeten aan het aantal leden. Nu moet men laten zien waartoe men in staat is, dankzij de bevoorrechte positie waarin men door de overheid is geplaatst. De wens van de staatssecretaris om de openbare verantwoording aan het publiek te versterken, is in lijn met die van raad van bestuur van de NOS en het advies van de Raad voor Cultuur (NOS 1998; Raad voor Cultuur 1999a). Kijkers en luisteraars moeten zelf een stem krijgen in de programmering. Voorlopig denkt men aan een onafhankelijke commissie die de programmatische resultaten toetst, daarnaast aan panels, kijk- en luisteronderzoek en interactie via internet. Dit biedt openingen voor het laten horen van de 'allochtone stem'.

OCenW volgt Binnenlandse Zaken

De reacties op het cultuur- en mediabeleid van Van der Ploeg zijn emotioneel en heftig (zie ook Ranshuijsen 1999). Dat is opmerkelijk: Van der Ploeg volgt immers in grote lijnen het beleid dat wordt uitgestippeld door het ministerie van Binnenlandse Zaken en dat dient als aanjager van het regeringsbeleid op dit terrein. De laatste jaren heeft op dat ministerie een verschuiving plaatsgevonden van minderhedenbeleid naar integratiebeleid. Daarin ligt het accent, sterker dan voorheen, op participatie, met name op vitale terreinen als onderwijs, werkgelegenheid en het tegengaan van discriminatie. De drie hoofdbestanddelen van het integratiebeleid zijn: culturele diversiteit, economische zelfstandigheid en burgerschap in een pluriforme samenleving (Ministerie van Binnenlandse Zaken 1999). Vooral het element van culturele diversiteit wordt in het OCenW-beleid sterk belicht.

Voor zover er in de afgelopen jaren cultuurbeleid voor etnisch-culturele minderheden is gevoerd, stond het nooit ver af van het reguliere minderhedenbeleid. In het cultuurbeleid leidde dit uiteindelijk tot afschaffing van vrijwel alle categorale budgetten voor cultuuruitingen van minderheden bij zowel de rijksoverheid als de cultuurfondsen (OCenW 1999b).

Staatssecretaris Van der Ploeg constateert echter, terecht, dat de integratie van een minderheidscultuur in een meerderheidscultuur geen recht doet aan de verschillen tussen mensen. Uiteindelijk leidt dit slechts tot culturele eenheidsworst. En hij vervolgt: 'Een van de pijlers van cultuurbeleid is juist de zorg voor pluriformiteit, voor datgene wat mensen onderscheidt, zonder daarbij datgene wat ze met elkaar verbindt uit het oog te verliezen. Cultuur is kortom eerder een ongewapende confrontatie tussen vele subculturen dan een versmelting daarvan.' Door de focus op assimilatie zijn, zo constateert hij, 'de cultuuruitingen van allochtonen de laatste jaren min of meer "zoek gespeeld". De eigenheid van deze bevolkingsgroepen is daardoor onvoldoende terug te vinden in het gesubsidieerde culturele aanbod' (OCenW 1999b).

Opvallend verschil met het voorgaande beleid is dat er meer ruimte gegeven wordt aan 'eigenheid', aan specifieke cultuuruitingen van allochtonen die niet per definitie op een breed (allochtoon en autochtoon) publiek gericht hoeven te zijn. Aangezien Van der Ploegs beleid echter deel uitmaakt van het algemene integratiebeleid van de regering blijft zijn wens tot een onafhankelijke richting noodgedwongen binnen de perken.

Multiculturaliteit als kwaliteitsnorm

Een van de meest opvallende elementen uit het beleid van Van der Ploeg is dat multiculturaliteit een kenmerk van kwaliteit

moet worden. De gevestigden roepen ach en wee en betreuren het vermeende verlies van kwaliteit. Hier speelt, naast een zeker conservatisme, waarschijnlijk ook mee dat in Nederland de discussie over kwaliteit altijd gekoppeld wordt aan het verdelingsvraagstuk. Van der Ploeg verdeelt immers niet meer geld, hij wil het alleen anders doen. Het kan gevestigden rechtstreeks in hun voortbestaan, of heel concreet in hun broodwinning, treffen. Het noopt tot verandering en dat is bedreigend. De voorstanders die 'culturele verrijking' roepen, kunnen die verrijking evenmin concretiseren. Er worden veel vragen opgeroepen en weinig antwoorden gegeven. Desalniettemin is de discussie geopend. Toch lijkt in de media- en cultuurwereld de discussie steeds om de kern heen te draaien: het gaat meer over de acceptatie van multiculturaliteit als kwaliteitsnorm dan over de vraag hoe we inhoud moeten geven aan culturele diversiteit.

Mijn zoektocht naar voorbeeldige, geïntegreerde multiculturele mediapraktijken, leverde beschamend weinig op: slechts voorbeelden van het voorkomen van negatieve beeldvorming. De kwaliteitsnorm wordt vaak gebruikt om weerstanden tegen verandering te verhullen; hij wordt zelden geëxpliciteerd en geobjectiveerd. Ik ben het dan ook met Koenis (2000) eens dat kwaliteitsbeoordeling tot op heden neerkomt op het creëren van consensus binnen de kring van kwaliteitsbeoordelaars. De kring van beoordelaars is echter nog steeds overwegend autochtoon.

Naar mijn mening hoort, net als in de kunsten, de kwaliteit van het product centraal te staan, niet de afkomst van de maker. In de praktijk wordt de maker maar al te vaak tot zijn afkomst gereduceerd. Bijvoorbeeld: twee uit Suriname afkomstige comedy-makers zijn bezig met wat ze noemen een black comedy, humor met een creools tintje. Ze zijn teleurgesteld over de

manier waarop hun programma in de kleurenfolder van de NOS wordt aangekondigd. De nog uit te zenden serie staat niet onder comedy's gerangschikt maar onder het kopje 'multicultureel'. Ander voorbeeld: scenario-schrijver van Surinaamse afkomst maar met Nederlandse naam wordt uitgenodigd door een omroep om over zijn scenario te praten. Bij binnenkomst is het al duidelijk: de programmering voor multicultureel is al vol. Zijn kansen zijn verkeken, want gezien zijn afkomst kan het product niet voor een breed publiek geschikt zijn. Die conclusie hebben de programmamakers niet getrokken uit zijn opzet, toen zijn afkomst hun nog niet bekend was.

Evenredige participatie mag bij culturele en mediaproducten geen doel op zich zijn en dus ook geen aparte kwaliteitsnorm worden die boven de kwaliteitsnormen van de professie wordt gesteld. Diversiteit op basis van evenredige participatie in de kring van kwaliteitsbepalers en -beoordelaars is echter wel degelijk van belang, vooropgesteld dat allochtonen worden gevraagd vanwege hun deskundigheid. Bovendien kan de afkomst van de adviseur relevant zijn om voorstellen en producten waarbij de 'eigenheid' een rol speelt, te begrijpen en te beoordelen. In dat geval kan afkomst een relevante meerwaarde bieden.

Een norm als 'vernieuwend' kan alleen worden beoordeeld in het licht van de context; zo kan een bepaald product een kopie zijn van een eerder programmaformule of juist een vernieuwende toepassing. Op dezelfde wijze moet men de aansluiting bij een specifieke publieksgroep beoordelen: vanuit het referentiekader van de bewuste doelgroep.

Niet roepen langs de zijlijn

Koenis (2000) stelt dat kwaliteit pluralistisch is: verschillende producten moeten op hun eigen merites, binnen hun culturele traditie beoordeeld worden. De Raad voor Cultuur is dit ook voornemens. De Raad pleit voor de

erkenning van kwaliteitsniveaus binnen de genres en categorieën. De beoordeling van kwaliteit is niet los te zien van de context en traditie van het desbetreffende genre (Raad voor Cultuur 1999b). Uitwerking van deze uitgangspunten is nu aan de orde. Dit kan door samen met de programmamakers te zoeken naar gedeelde visies over kwaliteit binnen het betreffende genre, waarbij het specifieke karakter en de mechanismen in dat genre in het oog worden gehouden. Het onderzoek van Leurdijk levert al een aantal bruikbare aanwijzingen (zie bijlage).

Een volgende stap is, nog steeds in interactie met de beroepsgroep, de kwaliteitsnormen te operationaliseren en op basis hiervan bestaande programma's te analyseren en te bespreken om zo te komen tot een nuancering en verdere detaillering van de normen. Dat is een continu proces. Het is van belang dat in het hele proces de inbreng van deskundigen met betrekking tot de vormgeving van multiculturaliteit wordt gewaarborgd.

Voor dit doel moeten deskundigen - allochtoon en autochtoon - met visie op multiculturele kwaliteit in de media worden opgespoord. *Trial and error* moet de slogan zijn; niet meer langs de zijlijn roepen dat het zo moeilijk is, maar het gewoon proberen, door voorbeeldprojecten op te zetten die leiden tot multiculturele kwaliteitsnormen binnen programmacategorieën en genres. Dit impliceert een mentaliteitsverandering bij omroepbonzen en programmamakers. Zij moeten overtuigd raken van het belang van multiculturaliteit als kwaliteitscriterium. En dat kan door hen bij de discussie te betrekken en in te spelen op hun professionele trots. Voor het publiek is evenzeer een mentaliteitsverandering nodig: de consument moet zich bewust worden van zijn macht!

Carmelita Serkei

was in 2000 hoofd beleid van de Stichting Omroep Allochtonen te Utrecht

Literatuur

- Jansen, Y. (2000) *Multicultureel televisiedrama: een notitie voor beleidsontwikkeling*. Utrecht: Stichting Omroep Allochtonen.
- Koenis, S. (2000) 'Cultuur van zijn voetstuk: de secularisering van het cultuurbegrip'. In: *Boekmancahier*, jrg. 12, nr. 43, 47-60.
- Leurdijk, A. (1999) *Televisiejournalistiek over de multiculturele samenleving*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Ministerie van Binnenlandse Zaken (1999) *Integratiebeleid 1999-2002: kansen krijgen, kansen pakken*.
- OCenW (1999b) *Media en minderhedenbeleid*. Zoetermeer.
- OCenW (1999a) *Ruim baan voor culturele diversiteit*. Zoetermeer.
- NPS/Veldkamp (1999) *Media gebruik etnische publieksgroepen 1998*. Amsterdam.
- Ouaj, J. (1999) *More colour in the media: employment and access of 'ethnic minorities' to the television industry in Germany, the UK, France, the Netherlands and Finland*. Düsseldorf: European Institute for the Media.
- Raad voor Cultuur (1999a) 'Advies inzake nota Media en minderhedenbeleid'. In: *Advies Raad voor Cultuur*, september, 1-9.
- Raad voor Cultuur (1999b) 'Cultuur voor culturen: vooradvies cultuurnota 2001-2004'. In: *Advies Raad voor Cultuur*, 16 april, 1-40.
- Ranshuysen, L. (1999) 'Onnodige ophef over de cultuurnota'. In: *Boekmancahier*, jrg. 11, nr. 41, september, 292-301.
- Scheffer, P. (2000a) 'Het multiculturele drama'. In: *NRC Handelsblad*, 29 januari.
- Scheffer, P. (2000b) 'Het multiculturele drama: een repliek'. In: *NRC Handelsblad*, 25 maart.
- Smis, M. (2000) 'Media tonen blinde vlek'. In: *NRC Handelsblad*, 29 februari.
- SCP (1998) *Rapportage minderheden 1998*. Den Haag.
- Zoonen, L. van. (1999) *Media, cultuur en burgerschap: een inleiding*. Amsterdam: Het Spinhuis.

Bijlage

Richtlijnen voor een evenwichtige berichtgeving in de media over allochtonen

1. Goede berichtgeving bevat geen stereotypen van minderheden, vermijdt generalisaties en creëert of wakkert niet onnodig spanningen en tegenstellingen tussen bevolkingsgroepen aan.
2. Dichotomieën, waarbij tegengestelde, onveranderlijke, culturele eigenschappen worden toebedeeld aan autochtonen en allochtonen worden vermeden.
3. Het spreken over allochtonen als buitenstaanders in plaats van individuen die vanzelfsprekend deel uitmaken van de samenleving wordt eveneens voorkomen.
4. Er is meer nieuws over ontwikkelingen die zich voordoen onder Turken, Marokkanen, Surinamers, Antillianen en andere etnische minderheden in Nederland dan momenteel via de publieke omroepen te beluisteren en te zien zijn. Dit impliceert dat redacties meer moeten investeren in kennis over en contacten met verschillende bevolkingsgroepen. In de huidige situatie investeren zij te weinig in contacten met 'allochtone kringen', waardoor ze niet uit die netwerken kunnen putten; programmamakers hebben over het algemeen weinig zicht op ontwikkelingen onder deze groepen, missen en misinterpreteren daardoor belangrijke gebeurtenissen en trends of signaleren deze pas als ze uit de hand lopen.
5. Uitgangspunt moet zijn een geïntegreerde berichtgeving, waarin autochtonen en allochtonen vanuit dezelfde posities en over dezelfde onderwerpen aan het woord komen. Evenals een evenwichtige, niet-stereotiepe, berichtgeving waarin gebeurtenissen vanuit diverse invalshoeken worden belicht en van context en achtergronden voorzien.

Bron: Leurdijk 1999.

Bibliografische gegevens

Serkei, C. (2000) 'Koudwatervrees bij de publieke omroepen: over multiculturele diversiteit en de rol van allochtonen in de media'. In: *Boekmancahier*, jrg. 12, nr. 44, 111-122.