

Bij gebruik graag vermelden:

Huub Wijfjes, 'Een sterke publieke omroep, met nieuws én amusement, is van fundamenteel belang voor het openbare leven' *NRC Handelsblad* 29 mei 2005, Opinie & Debat

Een sterke publieke omroep, met nieuws én amusement, is van fundamenteel belang voor het openbare leven

De staking bij de BBC heeft de Britten weer eens met de neus op de feiten gedrukt: een breed geprogrammeerde publieke omroep is van fundamenteel belang voor het openbare leven. Je ziet blijkbaar pas de waarde van iets als je het mist. Niet alleen is de publieke omroep een baken van betrouwbaarheid en geloofwaardigheid waar het gaat om de nieuws- en informatievoorziening; ze is ook een oase in de steeds dynamischer en veelkleuriger wereld van televisie- en radiozenders. Bij een goede publieke omroep werken immers mensen die er primair op uit zijn om professioneel en in onafhankelijkheid goede programma's te maken, dienstbaar aan het algemeen belang. Voor commerciële omroepen is dat laatste een afgeleid motief, of een doekje voor het bloeden, zo men wil. Het primaire doel is daar immers geld te verdienen voor eigenaren, adverteerders of investeerders. Dat kan een algemeen belang dienen (omdat programma's worden gemaakt die zeer publieksvriendelijk zijn), maar dat algemene belang wijkt in de meeste gevallen al snel als het eigenlijke doel (winst maken) niet wordt gehaald.

Juist om deze reden zijn er altijd sterke publieke omroepen in Europa geweest, met als flonkerendste voorbeeld dezelfde BBC, die dreigt uitgekleeft te worden onder druk van enorme bezuinigingen. De *Beeb* schrapt bijna 3800 arbeidsplaatsen op een totaal van 27.000. Nu is deze inkrimping deels te wijten aan de volvette bureaucratische organisatie die de BBC al decennia is en slechts weinige betalende kijk- en luistergeld zullen rouwen om die broodnodige liposuctie van Tante *Beeb*. Maar niemand zal er over peinzen om de BBC dan maar helemaal op te doeken of de taak te reduceren tot het hoogst noodzakelijke.

Het is wel zo dat vele Britten zich afvragen waarom ze verplicht zouden zijn de BBC te betalen als 'de markt' hetzelfde levert? Want ook de BBC gaat mee in de *rat-race* om het spectaculairste nieuws. Dat bleek onder meer uit de affaire-Kelly, die draaide om de nooit waargemaakte beschuldiging van BBC-journalist Andrew Gilligan dat de regering-Blair het argument om Irak binnen te vallen (de aanwezigheid van massavernietigingswapens) had 'opgesekst' om de Britse burger te misleiden. Dat debacle leidde tot het vertrek van de hoogste BBC-bazen en een putdiepe crisis in de journalistieke geloofwaardigheid.

Maar van het in Nederland veelgehoorde argument dat de publieke omroep geen amusement meer zou moeten verzorgen omdat de markt dat beter kan, horen we in Engeland niet veel. Natuurlijk produceert de BBC ook spelletjes, reality-shows, soaps en ander amusement dat voor een oppervlakkige waarnemer (en dat is per definitie elke televisiekijker) niet veel verschilt van de commerciële pendanten. En die gratis worden thuis bezorgd, zo denkt de kortzichtige burger en de bezuinigende politicus. Nu is dat natuurlijk flauwekul, want niets is gratis in de wereld van commercie. De rekening voor commerciële omroep komt op ieders deurt mat in de vorm van hoge prijzen voor producten die in of rondom de gezellige en publieksvriendelijke commerciële programma's worden gesleten. Of nog vaker in de vorm van de navenant lagere kwaliteit van programma's of in het supersnel stopzetten van producten die hun *target* niet halen.

Het is opmerkelijk dat in Nederland de publieke omroep juist op dit punt van amusement onder vuur ligt. Dat komt natuurlijk door de gestaag oprukkende commercie. De publieke omroep is in marktaandeel teruggevallen van bijna 90% in 1985 tot krap 36% vorig jaar en als John de Mol's zender *Tien* er in dit najaar komt zal dat percentage nog wel iets verder terug gaan lopen. De Hilversumse publieke programmastaven doen van alles om in die

concurrentieslag overeind te blijven, maar daar kampt men met een uiterst negatief imago. Er is een toenemend verzet tegen het gooien van 'onze belastingcenten' naar bureaucratische en ouderwetse instituten. Dat laatste argument spitst zich in Nederland vrijwel geheel toe op de omroepverenigingen, die weinig goeds meer lijken te kunnen doen omdat ze het starre verzet tegen de nieuwe zakelijkheid symboliseren. Was het in de jaren zeventig nog de holle-bolle-NOS die als een bureaucratische staatsomroep door 'het gezonde verstand' ter verantwoording werd geroepen, nu zijn het de omroepen die als fossielen dreigen te worden bijgezet als een historisch interessant, maar achterhaald verschijnsel. Terwijl ze als een vorm van directe burgerparticipatie toch uitstekend passen in onze moderne cultuur.

Maar vanuit het perspectief van de kijker en luisteraar is de weerzin tegen de omroep ook te begrijpen en rechtvaardigen. De omroepen zijn pas onder dwang tot de overtuiging gekomen dat geprofileerde zenders beter de moderne kijk- en luisterbehoeften bevredigen dan verzuilde zenders. Gezien in het perspectief van tachtig jaar omroepbeleid zijn de concessies die de omroepen de afgelopen vijftien jaar hebben gedaan aan het belang van de totale publieke omroep (en daarmee indirect aan het belang van de omroepconsument) revolutionair te noemen. Het zou overigens nog wel een stuk verder kunnen verbeteren als de programmadiensten wat meer te zeggen zouden krijgen over hun eigen zender. Bijvoorbeeld om de uit publiek en journalistiek belang tamelijk absurde redactiewisselingen van *Netwerk* en *Twee Vandaag* te voorkomen. Of om een nog hechtere jeugdprogrammering tot stand te kunnen brengen. Of om de uitstraling van de tv-zenders nog beter aan te scherpen: Nederland 1 voor smart, troost en vergeving; Nederland twee voor juichen en lachen; Nederland 3 voor nadenken en reflecteren. De aanstelling van een hoofdredacteur per zender zou in dit verband een goede optie zijn.

Maar hoe juist het omroepbeleid op dit punt ook is, het is van het grootste belang dat de omroep daar uiteindelijk zelf de programmatische keuzes in maakt. Het gemak waarmee de politiek zich oordelen aanmatigt over de inhoud van de publieke omroep en ook probeert dat gelijk maar in daden om te zetten, is een verontrustend verschijnsel. Minister Zalm liet al meerdere keren vallen dat wat hem betreft spelletjes zoals *Lingo* en *Get the Picture* wel kunnen verdwijnen van de publieke netten. D66 wil de publieke omroep zelfs beroven van de populaire radiozenders 2 en 3 en staatssecretaris Medy van der Laan van die partij heeft zich nu blijkbaar voorgenomen om alle amusement van de publieke buis te weren. Zij stuurt aan op een publieke omroep die alleen nieuws, cultuur en educatie brengt en amusement als kerntaak afstoot.

Wat ze zich daarbij concreet voorstelt is niet helemaal duidelijk, maar het strookt in ieder geval niet met het belangrijke principe dat een publieke omroep voor het hele publiek hoort uit te zenden. Een openbaar gefinancierde omroep is immers van iedereen, voor iedereen. Maar van de klassieke programmasoorten nieuws, cultuur en educatie zijn steeds meer burgers (vooral jongeren, laag opgeleiden en allochtonen) vervreemd geraakt. Wil men de publieke omroep dus nog sneller naar de marge van het medialandschap verbannen, dan is het dwingend beperken van de programmataak tot uitsluitend die genres een prima middel. De publieke omroep zal dan zoiets worden als PBS in de VS: een cultureel getto voor een paar hoog opgeleiden die lekker onder elkaar de laatste restjes kwaliteit verdelen, terwijl de rest van de maatschappij is overgeleverd aan de nukken en grillen van de commercie.

Vooraf de VVD maakt van de gelegenheid gebruik om de publieke omroep (waaraan de liberalen nooit veel waarde hebben gehecht) in deze doodlopende steeg te drijven. In de visie van de VVD behoort de markt centraal te staan; de publieke omroep mag hooguit zorgen voor het wegwerken van de inefficiënties: doelgroepprogramma's en dure cultuur. En, vooruit, hoogwaardig nieuws, maar vooral niet teveel en te uitvoerig.

Nu wil ik hier niet beweren dat de markt een verderfelijk instrument is dat alleen maar rotzooi produceert, maar het ongebreidelde vertrouwen in de markt zou zo langzamerhand

toch wat meer tegenwicht kunnen gebruiken. Dat blijkt wel als je andere sectoren bekijkt. Je kunt de markt bijvoorbeeld toch niet vrij pleiten als veroorzaker van de torenhoge prijzen voor gezondheidszorg, wanprestaties bij de stroomleverantie, het opheffen van onrendabele lijnen in het openbaar vervoer en volstrekt onaanvaardbare topsalarissen en gouden handdrukken van directeuren. Om van de absurde, maar blijkbaar marktconforme, 'salarissen' van topvoetballers en sommige artiesten maar te zwijgen. Dat een gemiddelde rechtsback van een matige eerstedivisieclub voor zijn prestaties meer verdient dan een minister zegt genoeg over de mate waarin de markt prestaties waardeert. Dat John de Mol zelfs het tienvoudige van een ministersalaris voor programmamakers over heeft kan de kwaliteit van omroep dan ook alleen maar corrumperen. Daar komt Jack Spijkerman nog wel achter.

En kijk nu eens goed naar wat de vrije markt aan omroep oplevert als er helemaal geen tegenwicht wordt geboden. In de VS is het een grote brij van uniforme programmering, waarin conformisme hoogtij viert, alle afwijking wordt plat geslagen in *formats* die in tot op de seconde berekende *time slots* moeten passen en die tot in de verste uithoeken een weerzin uitademen tegen alles dat kritiek, cultuur, diepgang en kwaliteit wil bieden. Het levert een land op dat ondanks (of beter: dankzij) een uitbundige 24-uurs journalistiek een steeds slechter geïnformeerd en provinciaals denkend publiek voortbrengt met een engagement dat niet verder draagt dan het eigen blikveld. Amerikanen weten alles van de bedgeheimen van Michael Jackson, schreeuwen moord en brand om elke beroving en veranderen desnoods de wet nadat ze een zielig verhaal op televisie hebben gezien. Maar ze hebben slechts een karikaturaal beeld van de drijfveren van de Iraakse oppositie, zijn blind voor milieuproblematiek en de honger in de wereld en hebben geen idee hoe in Nederland over euthanasie wordt gedacht. Om slechts enkele willekeurige voorbeelden te noemen.

Gaan we in Nederland naar zo'n marktgedreven mediaveld dan breken we principes af die in tachtig jaar publieke omroep in Europa zijn gevormd, hoe kritisch je ook moet zijn over de merkwaardige structuren, de bureaucratie en het bestuurlijke gedoe in Hilversum. De belangrijkste principes zijn dat een publieke omroep kiest voor een brede, op iedereen gerichte programmering, maar ook pogingen doet het moeilijke en diepgaande, het afwijkende en maatschappelijk-relevante in publieksvriendelijke vormen te gieten. In vormen zoals *Lingo*, een taalspelletje dat als geen ander de taalvaardigheid bevordert, de integratie stimuleert en kijkers stimuleert wat verder te kijken dan de grote prijzen die commerciële omroepen voor de meest onbenullige weetjes en kunstjes aan hun quiz-deelnemers en sms-ers weggeven. Of in comedies en soap waarin maatschappelijk relevante thematiek op een integere en creatieve manier zit vervlochten. Of in programma's waarin serieuze pogingen worden gewaagd om jongeren en allochtonen bij nieuws, de politiek of het maatschappelijke debat te betrekken.

Op grond van de wetenschappelijke inzichten die vergaard zijn over het mediagebruik van dergelijke groepen moet je concluderen dat zoiets alleen maar kan in vormen die amusement bieden, misschien zelfs primair. Het voornemen van de staatssecretaris om amusement te weren druist dan ook linea recta in tegen de doelstellingen van een publieke omroep. Het druist ook in tegen de praktijk dat programmasoorten steeds meer met elkaar vervloeien om voor de kijker en luisteraar boeiend te blijven. Nieuws dient zich voor veel mensen niet meer exclusief aan in het *NOS-Journaal* of *Netwerk*; nieuws zit verpakt in luchtigheid en vertier. In satire bijvoorbeeld, of in cabaret en een show van Paul de Leeuw. Of in een soap. Intellectuelen en cultuurpauzen kunnen daar bedroefd en sceptisch om zijn (en dat etaleren ze meestal dan ook uitbundig), maar het is een keihard gegeven waarmee elke programmapraktijk te maken krijgt.

Maar het omroepbeleid druist misschien nog wel het sterkst in tegen de terughoudendheid die de overheid zou moeten betrachten als het om programma's gaat. Sommige politici lijken het principe te hebben verlaten dat de publieke omroep niet financieel

onder druk mag worden gezet om bepaalde programma's te verzorgen of achterwege te laten. Maar dat zijn natuurlijk gewoon praktijken die bij staatsomroepen thuis horen, niet bij publieke omroepen met een eigen verantwoordelijkheid. Net als in Engeland hebben wij gekozen voor een omroep met een publieke taak die ze in onafhankelijkheid en professionaliteit dient uit te voeren. Kijk je naar de BBC dan zie je dat de worsteling met de politiek om dat principe overeind te houden al meer dan tachtig jaar een van de kernen van *public service broadcasting* is. In Nederland lijken sommige politici zich daar niet van bewust. Het lijkt er af en toe zelfs op dat sommigen terug willen naar het interbellum toen de overheid de publieke omroep alleen op strikte programmatische voorwaarden vrijheid wilde schenken. Bijvoorbeeld op voorwaarde dat er niet gevloekt zou worden en dat Gods eer en goede naam niet bezoedeld zou worden. Of dat er niet aan 'polemische politiek' en satire gedaan zou worden. Of dat niemand, ook het bevriende staatshoofd Adolf Hitler niet, aanstoot aan de internationale commentaren zou nemen. Daar had men toen zelfs een systeem met preventieve tekstcontrole voor over.

Zover zal het in onze tijd wellicht niet komen, maar we zouden toch echt beter ons best moeten doen de publieke omroep in hun professionele autonomie te laten doen waar ze voor bedoeld is: kwalitatief programmeren voor een zo breed mogelijk publiek, inclusief amusement.

Huub Wijfjes is mediahistoricus en verbonden aan de masteropleiding Journalistiek van de Rijksuniversiteit Groningen