

## **‘Het Nederlandse omroepstelsels is uniek te noemen’**

25 mei 2009 | Interview

### **Sonja de Leeuw pleit als hoogleraar Film en Televisie voor de afschaffing van reclame op de publieke zenders.**

“De publieke omroep is de laatste maanden veel in het nieuws geweest. De zenders zouden te commercieel zijn geworden, twee netten zou voldoende zijn en het STER-geld zou in de kranten gestopt moeten worden. Dit soort discussiepunten zijn niet nieuw en draaien eigenlijk altijd om hetzelfde: de strijd om de inkomsten. Eerder is er onder meer animositeit geweest over de publicatie van de programmagegevens en nu voelen de kranten zich benadeeld door de concurrentie die zij met de publieke omroep ondervinden als het gaat om advertentie-inkomsten.

In de brandbrief die hoofdredacteuren, uitgevers en directeuren van dagbladen en tijdschriften afgelopen december aan minister Ronald Plasterk schreven werd gesproken van ‘concurrentievervalsing’ en gepleit voor een ‘eerlijker speelveld’ voor gedrukte media. Ik denk dat het goed is dat Plasterk iets voor de kranten gaat doen, maar niet omdat er sprake zou zijn van valse concurrentie. De publieke omroep en de kranten zijn heel andere instellingen, met heel andere doelstellingen op een heel andere financieringsgrond. Ze zijn gewoonweg niet met elkaar te vergelijken.

Het Nederlandse omroepbestel is uniek te noemen. Nergens ter wereld is een omroepbestel ingericht volgens geestelijke en sociale stromingen zoals bij ons. Het is niet meer zo verzuimd als in de tijd dat ik afstudeerde, maar nog steeds zie je duidelijke verschillen tussen de programma’s van bijvoorbeeld de NCRV en de VPRO. Beide zijn oorspronkelijk christelijk, maar met zulke andere visies, wereldbeelden en normen en waarden. Ontzettend interessant, vind ik. Omgekeerd is het ook heel spannend om te kijken wat de invloed van het medium televisie op de samenleving is.

Als jong meisje speelde televisie amper een rol in mijn leven. Het was altijd mijn droom om journalist te worden, overigens zonder exact te weten wat dat inhield. Op de middelbare school kwam ik erachter dat de journalistiek me toch te vluchtig was en verschoof mijn aandacht naar literatuur, theater en cabaret. Een studie Nederlands was een logische keuze, maar tijdens die periode begon de behoefte te groeien om dingen te doen die met de samenleving te maken hadden, iets met kinderliteratuur of onderwijs, maar zulke studies waren er nog helemaal niet.

Toen vond ik plotseling de studie Theaterwetenschap, wat goed aansloot omdat ik veel van theater houd. Kort daarna startte men daar allerlei nieuwe richtingen, waaronder film en televisie, en ik was meteen verkocht. Ik dacht: dit is mijn medium. Televisie is zowel low als high art, hoewel sommige mensen het allemaal low vinden, maar dat is niet zo. Het staat midden in de samenleving, is geschikt voor zowel het grote publiek als kleinere groeperingen en heeft veel dimensies die mij aanspraken. Die aantrekkingskracht heeft het nu, jaren later, nog steeds.

Mijn belangrijkste opdracht is het onderzoeken van de Nederlandse televisiecultuur in internationale context. Op dit moment ben ik bijvoorbeeld heel druk met de laatste fase van de coördinatie van een groot Europees project, Video Active, dat toegang creëert tot televisie-erfgoed via een portal. De bedoeling is dat docenten uit het hoger onderwijs, academici en anderen via deze portal zinvol en effectief audiovisuele bronnen kunnen gebruiken. Dat gebeurt onder andere door goede zoekmogelijkheden en de contextualisering van het archiefmateriaal.

Ik vind het heel belangrijk dat via een portal als Video Active de televisiegeschiedenis van verschillende Europese landen openbaar wordt. Europa is een prachtig en rijk continent met een televisiegeschiedenis waar zó veel in zit. Die geschiedenis laat de ontwikkeling van landen zien, maar ook de rol van televisie in het denken en doen van mensen. Het klinkt misschien clichématig, maar een portal als Video Active opent vensters en verbreedt de horizon. Hoe meer mensen van elkaar weten, hoe meer ze van elkaar begrijpen en hoe toleranter ze uiteindelijk zullen worden.

Onze eigen publieke omroep draagt daar wat mij betreft ook aan bij. Sommige mensen laten zich somber uit over de toekomst van ons omroepbestel, maar ik heb absoluut niet het idee dat het op de tocht staat. Plasterk heeft juist beloofd dat de media en daarmee de publieke omroep rust zou krijgen en dat vind ik terecht. Ik ben van mening dat de overheid moet garanderen dat iedereen toegang heeft tot onafhankelijke informatie, kunst en cultuur. Een publieke omroep biedt die mogelijkheid en fungeert tegelijkertijd als een soort ankerpunt voor mensen.

Als voorzitter van het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties van de publieke omroep zie ik de mooiste concerten, de beste dramaseries en documentaires van artistiek hoogwaardig niveau langskomen. Aan de ene kant kunnen mensen hier hun eigen normen en waarden in bevestigd zien, aan de andere kant zet het ook aan tot nadenken en reflectie. Natuurlijk geldt dat niet voor alle programma's van de publieken, maar het is nooit plat of eenduidig. Er zit altijd méér in. De publieke omroepen zijn publiek omdat ze het geven van betekenis stimuleren.

Ik ben de eerste om toe te geven dat sommige programma's van de publieke omroep óók op de commerciële zenders zouden kunnen worden uitgezonden. Maar als je alleen doet wat de commerciëlen niet doen, dan maak je van de publieke omroep een informatief en cultureel getto. Een publiek omroepbestel werkt het beste in een context, dus: een beetje sport, cultuur, informatie, drama. Dan kunnen de verschillende elementen elkaar versterken. Beperk je de publieke zenders tot alleen nieuws, kunst en cultuur, dan wordt het een elitair eiland. Dat werkt niet.

Om de scheiding tussen de publieke omroepen en de commerciële zenders duidelijker te maken zonder te sleutelen aan de volledige programmering van de publieke netten, zou een reclamevrije omroep volgens mij een goed initiatief zijn. In Frankrijk hebben ze dat onlangs gedaan en als je het idee van het publieke domein zuiver benadert, dan zeg ik: dat is goed. Een publieke omroep zonder reclame betekent totale onpartijdigheid. De omroepen zouden minder afhankelijk worden van kijkcijfers, waardoor er veel meer ruimte zou ontstaan om nieuwe dingen te doen, meer te experimenteren.

Ik vind dat mijn oud-collega Plasterk het tot nu toe heel goed doet als cultuurminister, maar als ik hem een tip zou mogen geven, dan zou dat zijn de mogelijkheden van een reclamevrij publiek bestel eens nader te onderzoeken. Enerzijds zou dat de druk halen van de spanning tussen de publieke omroepen onderling, anderzijds zou het nieuw talent de kans geven om zich gemakkelijker te kunnen profileren. Er moet af en toe ook iets uitgetoet worden, iets mogen mislukken. De publieke omroep zou meer nog dan nu een kweekvijver voor jong talent moeten worden.”

## **Informatie**

Sonja de Leeuw (55) promoveerde in 1995 aan de Universiteit Utrecht op een onderzoek naar de relatie tussen omroepidentiteit en televisiedrama in Nederland tussen 1969 en 1988. Ze is als hoogleraar Film en Televisie verbonden aan de opleiding Theater- Film- en Televisiewetenschap van de Universiteit van Utrecht en heeft als belangrijkste aandachtsgebieden televisie, documentairefilms, Nederlandse speelfilms, interculturaliteit en media en mediacultuur en jeugd. Ze is lid van het Huizinga Instituut.

