



## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Televisie is dood, lang leve televisie!

Hermes, J.

**Publication date**

2020

**Document Version**

Final published version

[Link to publication](#)

**Citation for published version (APA):**

Hermes, J. (null). (2020). Televisie is dood, lang leve televisie!., Science Guide. <https://www.scienceguide.nl/2020/05/televisie-is-dood-lang-leve-televisie/>

**General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

**Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

## Televisie is dood, lang leve televisie!

Analyse | door Joke Hermes

**5 mei 2020** | Wie dacht dat de televisiewetenschap geen plek meer had in het onderzoeksportfolio van de eenentwintigste eeuw heeft het mis, zegt lector Joke Hermes (Inholland).

Met alle leed dat de coronacrisis bracht en brengt, is televisie als medium plotseling weer prominent aanwezig. 'Troosttelevisie,' stelde Paul Haenen aan het begin voor in DWDD, was wat we nodig hadden. Behalve de hervertoonde gouwe ouwen, keken we massaal naar de koning en de premier op tv en deden de [streamingdiensten goede zaken](#) .

Dat is bijzonder, want aan het begin van dit millennium verklaarden wetenschappers en marketingdeskundigen televisie zo goed als dood. De mogelijkheden van het internet zouden het businessmodel van televisie ('eyeballs' in ruil voor reclame-inkomsten) niet meer rendabel maken. Met de komst van YouTube in 2006 was er daarbij de zorg dat de makers van audiovisuele content zoveel competitie zouden krijgen van amateur maker-kijkers, dat er voor hen geen droog brood meer te verdienen zou zijn.

De laatste jaren zorgde de opmars van videobetaaldienst Netflix voor aanvullende zorgen over het voortbestaan van het omroepbestel. Alweer een paar zomers geleden overtrof het kijkaandeel Netflix dat van de publieke omroepen. Als onze studenten onderzoek deden naar kijkgedrag, raakten respondenten oprecht in de war bij het onderwerp televisie. Het medium leek terecht doodverklaard en verkaveld naar een veelheid van nieuwe mediaplatforms.

Hoe anders is dit nu in coronatijden. Als studenten nu, al beeldbellerend, onderzoek doen naar de rol van televisie in tijden van corona, krijgen ze niet langer meer als wedervraag: 'ehm televisie? Bedoel je waar we op kijken? Of ook Netflix enzo?' Schermen, content en technologie lijken weer naadloos samen te vallen met de term 'televisie'. Niemand wil meer weten of je het scherm bedoelt, en of apart aangekochte content er wel of niet bij hoort. Televisie is terug!

Daarmee is de vraag relevant geworden hoe we televisie dan wél willen definiëren. Wat is het dat televisie *televisie* maakt? De *intelligente lockdown* biedt unieke mogelijkheden voor onderzoek naar televisie in het hoger onderwijs. In coronascripties (begeleid via Teams en Zoom) ontstaat momenteel een nieuw verhaal over televisie. Hieronder volgen de contouren van wat we zien.

### Feniks

We zien dat grote schermen in huiskamers momenteel intensief gebruikt worden. Televisie is een go-to medium, beschikbaar voor vermaak en informatie en een gevoel van samenzijn. Het aanbod op tv bestaat uit een bijzondere mix. De overheid bedient zich van televisieformats zoals die halverwege de vorige eeuw ontstonden: *talking heads* en nu zelfs met een doventolk ernaast. Het gebaar voor 'hamsteren' was ronduit ontroerend. Het pratend hoofd van de premier is nu echter te zien op dezelfde smart tv die de technologie biedt om naadloos te schakelen tussen publieke zenders, commerciële omroepen, gemiste televisie-uitzendingen, betaaltelevisie, filmkanalen en YouTube.

Concepten als internet- of platformtelevisie zijn nauwelijks nog nodig. De lineaire broadcast televisie van de jaren '50 is opgegaan in een 'smart' medium (half televisie, half computer) dat wel weer gewoon 'televisie' wordt genoemd. En dat is bijzonder te noemen! Een medium dat werd gedegradeerd tot / *legacy medium* , dat op een oude reputatie (en oude content) zou drijven, lijkt als een feniks uit haar eigen as herrezen.

## "Het 'legacy medium' televisie is uit haar eigen as herrezen"

Gevestigde definities maken nauwelijks duidelijk hoe dat kan. Ze haken aan bij de begrippen broadcasting, liveness en flow. De agrarische metafoor broadcasting (die wijd uitzaaien betekent) maakt duidelijk dat televisie zich richt tot grote groepen. Het live-aspect (van alive) geeft aan dat televisie ons onmiddellijk verbindt met grote gebeurtenissen: live verslagen van bijvoorbeeld voetbalwedstrijden zijn grote publiekstrekkingen, maar een boodschap aan de gehele natie van onze premier blijkt dat ook.

Televisie is ten slotte zo geprogrammeerd, dat programma's via voor aankondigingen en herhalende reclameblokken innig met elkaar verstrengeld zijn. De verschillende onderdelen vormen een 'flow' die uitnodigt tot doorkijken. Al jaren zien we dat die flow steeds complexer wordt. Centraal aanbod mengt zich met eigen keuzes van kijkers op gespecialiseerde en betaalzenders waar ze de keuze hebben om te *'binge viewen'*, te zappen of individuele programma's zonder onderbreking te bekijken. Het is duidelijk dat televisie vandaag de dag bestaat bij gratie van geavanceerde technologie, maar het is minder duidelijk wat televisie tot televisie maakt.

## Forum voor cultureel burgerschap

We denken dat televisie bijzonder is in wat het medium mogelijk maakt. En ook dat dat in coronatijd extra duidelijk wordt. Meer dan andere media, faciliteert televisie sociaal samen zijn en dat doet televisie op een bijzondere manier. Ten eerste verbindt televisie huishoudens met de nationale overheid die ons gerust stelt en instrueert. Televisie verbindt ons via het nieuws en actualiteitenprogramma's met onbekende anderen, waardoor we voor onszelf een mening vormen over wat er aan de hand is.

Want zowel in fictie als in non-fictie biedt televisie ons de mogelijkheid onze eigen levens te vergelijken met die van anderen, en een beeld te vormen over wat we denken dat goed is voor de wereld. We worden geïnstrueerd door beelden van de Tweede Kamer waar de leden elkaar lijken te vermijden, de wekelijkse technische briefing waar voorzitter van de vergadering Helma Lodders telkens weer uitlegt dat afstand

houden nodig is. De dodenherdenking op maandagavond zag er ronduit bizar uit. Alsof het koningspaar, de burgemeester, de premier en het hoofd van de strijdkrachten samen met een militaire kapel als enigen een nucleaire aanslag hadden overleefd. En hoe vreemd is het dan als je vlak daarvoor *First Dates* heb gekeken, een programma dat uiteraard maanden eerder is opgenomen, waar singles op hun eerste afspraakje helemaal geen afstand houden ▾ .

Televisie is een forum voor 'cultureel burgerschap', een virtuele ruimte waarin we kunnen reflecteren op identiteiten (onze eigen en die van anderen) die weer zijn ingebed in fysieke en virtuele gemeenschappen. We kunnen er onderscheid maken tussen goed en slecht, we vellen ethische en esthetische oordelen, we beoordelen waarheid en waarachtigheid en daarin verbinden we ons met anderen.

Dat kunnen kranten en sociale media natuurlijk ook. Wat zij veel minder kunnen, is het contact met anderen faciliteren, die er ook zijn als de tv aanstaat. Televisie staat je toe om tijdens het kijken te praten, om over een uitzending te praten maar televisie staat je ook toe om juist even niet te praten en te kijken. Televisie eist nooit op voorhand aandacht (al kan je gegrepen worden door een uitzending), en regelt ongemerkt de sociale druk in huishoudens.

## **"Televisie eist nooit op voorhand aandacht en regelt ongemerkt de sociale druk in huishoudens"**

Het 'geheim' van televisie schuilt in de unieke manier waarop verhalen worden verteld. Terugkijkend is het de manier waarop *soap opera* dat doet, die televisie zijn bijzondere vorm en energie heeft gegeven. Soaps zijn 'syntagmatisch' en niet 'paradigmatisch' georganiseerd. In plaats van een plot-gedreven logica (en toen... en toen), vertellen soaps hun verhaal door de ogen van hun uitgebreide cast aan personages. Een enkele gebeurtenis leidt tot een panorama aan reacties. Als je een aflevering mist, pik je snel genoeg weer op wat er is gebeurd en wat er op het spel staat.

De politierserie *Hill Street Blues* (1981-1988) markeert hoe die syntagmatische manier van verhalen vertellen ook andere genres dan de soap gaat definiëren. Het is niet raar om ook het nieuws te begrijpen als een soap: politiek leiders fungeren erin als centrale personages die ons voorzien van hun perspectief op wat belangrijk is in de wereld. Een keer niet het nieuws zien, betekent zelden dat je niet met groot gemak de verhaallijn van wat er gebeurt in de wereld weer oppakt. Niet alleen is er geen dwang om altijd te kijken, of bij voortduring geconcentreerd, we hebben geleerd om veel verhaallijnen en perspectieven naast elkaar zich te zien ontvouwen en dat te waarderen.

## **Bard, ook van onze tijd**

De mooiste coronascripties die ik nu begeleid, gaan over televisie in lockdown: over hoe nieuws en entertainment-media nieuwe rollen krijgen in de thuis-levens van jongvolwassenen; en over de presentatoren van televisiesatire die vanuit hun huiskamers, badkamers en keukens *social distancing* tonen en voorbeeldinterpretaties leveren van wat er in de wereld gebeurt. Met hun partners en gezinnen op de

achtergrond, zijn ze gewoner en tegelijkertijd bijzonderder dan ooit, typische 'populaire' televisiehelden: ze zijn net als wij en toch ook heel anders en nu waren ze, in de steek gelaten door het studiopubliek, nog 'echter' dan ooit.

Ze laten precies zien hoe televisie nog altijd de 'bard' van onze tijd is, de meesterverteller die gemeenschappen verbindt met een enorme spanwijdte die zich uitstrekt van de diepste intimiteit en huiselijkheid tot wereldpolitiek. ▼ Om te haten en om van te houden, *guilty pleasure* en burgerplicht, om te negeren en commentaar op te leveren: onder condities van corona zien we televisie scherper dan ooit. Gelukkig hebben kennisinstellingen televisiestudies niet als ouderwets vakgebied bij het oud vuil gezet.

---

*Met dank aan Sofie van Hamersveld en Michael Kardolus.*

## **Joke Hermes : Lector Media, Cultuur en Burgerschap**

Joke Hermes is sinds 2004 lector Media, Cultuur & Burgerschap bij de onderzoeksgroep Creative Business bij Inholland. Joke Hermes is naast haar aanstelling als lector verbonden aan de afdeling Mediastudies van de Universiteit van Amsterdam.

