

Tijdgeest en Heilige Geest

Visie - 17 september 2003

Langzaam maar zeker wint de commerciële omroep terrein en verliest de publieke omroep kijkers. Ook onder EO-leden. Lange tijd waren die erg verknocht aan Nederland 1, 2 en 3 en keken ze maar zelden naar commerciële zenders. Maar die tijd is voorbij.

Recente cijfers laten zien dat EO-leden inmiddels minder vaak naar de publieke tv-zenders kijken dan de leden van VPRO, NCRV en KRO. Alleen de leden van TROS, AVRO en BNN kijken nog minder vaak naar Nederland 1, 2 en 3. Omgekeerd kijken de EO-leden vaker naar RTL4 en SBS6 dan de leden van VARA, VPRO, KRO en NCRV. Alleen AVRO- en TROS-leden kijken nog vaker naar deze commerciële zenders.

Nu leven we in een vrij land en zijn we als EO-directie niet van de kijkpolitie. Commerciële zenders bieden soms prima programma's: naar de Waargebeurde verhalen bij het commerciële RTL4 kun je beter kijken dan naar een seksprogramma van het publieke BNN. Maar de spannende vraag is, wáárom steeds meer mensen, ook van de EO, commercieel gaan kijken. Alleen om 'brood en spelen'? Om plat vermaak? Omdat je bij de commerciële omroep niet hoeft na te denken en de publieke omroep vaak wat zwaar op de hand is? Dat zal allemaal best, maar volgens mij is er meer aan de hand.

Commerciële zenders voelen vaak eerder en beter dan de publieke omroep aan, wat er leeft onder de mensen, en haken daar met tv-programma's op in. Niet alleen in de zin van: u vraagt, wij draaien, maar gewoon door dicht bij de leefwereld van de mensen te komen. Door mee te kijken in de levens van mensen, met hen mee te leven, te lachen en te huilen. Door plek geven aan emoties. Door aandacht voor het nieuws dichtbij, uit stad, dorp of regio (Hart van Nederland). Door mensen de kans te geven in de huiskamer mee te doen (Idols). Door oor en oog te hebben voor gewone mensen. Door stem te geven aan wat er bij hen leeft (Stem van Nederland).

Commerciële omroepen zenden veel bagger uit, maar ook: ze voelen de tijdgeest vaak heel vroeg en heel scherp aan. Weten daar in hun programma's bij aan te haken en zo mensen naar de buis te trekken. Zo werkt televisie. Programma's pakken en boeien, als ze dicht bij mensen komen. Dat zie je aan het kijkgedrag van EO-leden. En dat weten we vanuit de ervaring met EO-programma's als *Niets meer te verliezen*, *Catherine zoekt God* en het *Familiediner*. Van die tijdgeest proberen we ook als EO gebruik te maken. Dat kan ook niet anders, als je dicht bij mensen wilt komen. En we merken met dankbaarheid dat de Heilige Geest die bij-de-tijdgeest-aanhakende programma's soms wil gebruiken om kijkers dicht bij God te brengen.