

‘GEESTELIJKE VERRIJKING’ OF ‘BROOD EN SPELEN’?

EEN HISTORISCHE ANALYSE VAN DISCOURSEN OVER AMUSEMENT BINNEN DE VLAAMSE PUBLIEKE TELEVISIE

In West-Europa hebben publieke omroepen sinds hun ontstaan de driedubbele opdracht om informatie, educatie en amusement aan te bieden. Vooral over die laatste categorie bestaat tot op heden veel discussie, omdat ze (volgens tegenstanders) ingaat tegen het streven de kijkers te verheffen en te nauw aanleunt bij de doelstellingen van de commerciële omroep, die bijvoorbeeld in de Verenigde Staten toonaangevend is. Publieke omroepen beklemtonen daarom (nog altijd) hun meerwaarde op het vlak van betrouwbare informatie, cultuur en (al dan niet expliciet) instructieve programma's. Daardoor hebben ze de neiging om de belangrijke bron van amusement die ze eveneens zijn, te minimaliseren. Er gaapt dus een kloof tussen enerzijds het discours van en over de publieke omroepen, en anderzijds hun feitelijke programma-aanbod en functie. Jérôme Bourdon heeft het in deze context over het populaire als het door de Europese publieke omroepen verdrongene dat 'spookt', vanuit een compromis tussen het verlangen een instrument van opvoeding en cultuur te zijn, en de noodzaak populair te zijn.¹ Ook de BBC, model en inspiratiebron voor het publieke omroepbestel in West-Europa, heeft volgens Peter Goodall de neiging zijn eigen verleden te mythologiseren door de culturele respectabiliteit ervan te sterk te beklemtonen.²

Er zijn nog geen vergelijkende historische studies uitgevoerd naar de houding tegenover amusement bij publieke omroepen.³ Ook dit artikel analyseert deze problematiek vanuit een 'nationaal', Vlaams perspectief. Van 1953 tot 1989 kende Vlaanderen enkel een openbare omroep, de huidige Vlaamse Radio- en Televisieomroep (VRT), die het ideaaltypische model van de BBC nauwgezet volgde.⁴ Zoals in de rest van Europa werd de Vlaamse televisiemarkt in de tweede helft van de jaren 1980 geliberaliseerd, met name door het Kabeldecreet van 28 januari 1987.⁵ In 1989 startte concurrent VTM (Vlaamse Televisiemaatschappij), die het omroeplandschap en de omroepidealen grondig verstoorde, in het bijzonder wat betreft de visie op amusementsprogramma's. De commerciële omroep veroverde onmiddellijk een groot marktaandeel, waardoor de publieke omroep – na initiële weerstand – gedwongen werd zijn programme-

ring te populariseren. Met succes, want midden jaren 1990 begon de VRT weer meer kijkers te trekken en anno 2009 is de publieke omroep zelfs opnieuw marktleider, wat vrij uitzonderlijk is in Europees perspectief.⁶

De bedoeling van dit artikel is niet om de geschiedenis van amusement op de Vlaamse televisie in detail te schetsen, maar om de heersende discoursen rond amusement binnen de publieke omroep te ontleden, in de hoop zo tot conclusies te komen die ook relevant zijn in andere omroepcontexten. Onder ‘discours’ begrijpen we hier, in navolging van Stuart Hall, het geheel van processen waarin betekenis wordt geconstrueerd door bepaalde manieren van praten en handelen.⁷ We beginnen met een overzicht van de bestaande geschiedschrijving over de Vlaamse publieke omroep en een reflectie over de beschikbare bronnen. Vervolgens wordt een kort overzicht van het aanbod amusementsprogramma’s geplaatst tegenover twee aangrenzende discoursen binnen de omroep: enerzijds de ‘officiële’ opvatting die de publieke omroep in jaarverslagen hanteerde; anderzijds het ‘officieuze’ idee van de programmamakers, die in interviews terugblikken op de programma’s waaraan ze meewerkten. Het is niet de bedoeling de bredere visies buiten de omroep te analyseren, zoals ze bijvoorbeeld in de pers of door kijkers geformuleerd worden, onder meer in verband met de gevaren van televisie.⁸ We hopen in de eerste plaats een duidelijker zicht te krijgen op de verschillende visies op amusement binnen de publieke omroep en die te situeren tegenover de bestaande academische geschiedschrijving. Het gehanteerde tijds kader bestrijkt de hele Vlaamse televisiegeschiedenis, maar er wordt gefocust op de periode rond de start van de commerciële omroep, omdat de discussies over amusement toen het hevigst woedden.

Het bronnenprobleem

Een belangrijke belemmering voor de historische analyse van discoursen over amusement binnen de Vlaamse publieke televisie, is het feit dat de marginale positie van amusement ook weerspiegeld wordt in de beschikbare bronnen. In hun hang naar respectabiliteit beklemtoonden zowel het medium zelf als diegenen die erover schreven (critici en academici) vooral de informatieve en instructieve rol van televisie. Dit is niet uitzonderlijk: in een vergelijkende studie van Britse en Australische televisie wijst Frances Bonner bijvoorbeeld op de geringe aandacht voor *ordinary television*, de heterogene genres die onder de noemer *popular entertainment* of *light entertainment* worden samengebracht.⁹ Ook in Vlaanderen is er nauwelijks aandacht voor amusementsprogramma’s, zeker in de ‘officiële’ geschiedschrijving in cursussen en academische overzichtswerken die vooral institutionele en politieke aspecten van het Belgische omroepwezen beklemtonen.¹⁰ Bovendien gaat het onveranderlijk om een ‘top down’ benadering van het verleden, om officiële visies die afgeleid worden uit bestuurlijke documenten – een tendens die volgens Jonathan Bignell en

Andreas Fickers de hele vroege Europese televisiehistoriografie typeert.¹¹ Analyses van programma's of de reactie van kijkers komen in Vlaanderen zelden voor, wat opnieuw onze blik op het verleden verenigt. Enkel het nieuws, als centrale programmacategorie, werd vrij nauwgezet geanalyseerd, vaak vanuit een ongerustheid over de vermeende kwaliteitsdaling.¹²

Het is trouwens vanuit dit negatieve perspectief dat Vlaamse academici veel schreven over het toenemende aanbod amusementsprogramma's op de publieke omroep, vooral in de periode rond de start van de commerciële omroep in 1989. Deze literatuur zag de commerciële omroep vooral als een bedreiging, in zijn hang naar publiekssucces met amusementsprogramma's. Hierbij verwees men vaak naar de Nederlandse voorafspiegeling van deze problematiek, de zogenaamde 'vertrouwen'.¹³ Zeker Els De Bens stond bijzonder negatief tegenover de 'escalatie van populaire programma's' en de 'Dallasificatie' door de massale import van Amerikaanse fictie.¹⁴ Dit pessimisme kaderde in een bredere Europese academische literatuurgolf, gericht tegen de geest van liberalisering die in de late jaren 1980 door het Europese omroeplandschap trok. De erosie van de publieke omroepen was een centraal thema in deze literatuur, die zich volgens Daniël Biltereyst laat lezen als een weeklacht over de toename van amusement en de daarmee gepaard gaande tendensen van 'imitation, convergence, hybridization, commercialization, levelling down'.¹⁵

Het probleem met deze academische geschiedschrijving is dat zij vooral de 'officiële' versie van de feiten weerspiegelt, die bovendien sterk gekleurd is door een negatieve visie op amusement. Een alternatieve, maar even gekleurde en selectieve bron van geschiedschrijving vormen de talloze memoires en terugblikken van omroepmedewerkers en journalisten.¹⁶ Daarin vinden we meer informatie over de concrete productie van programma's en over de omroepmentaliteit, maar ook opnieuw een specifiek (vaak nostalgisch) discours over het verleden, waarin vooral de beginperiode gemythologiseerd wordt. Deze literatuur overstijgt bovendien vaak de anekdotiek niet, zodat we op zoek moeten naar andere bronnen om de evolutie van amusement te schetsen. Hier bieden officiële documenten van de omroep enig soelaas, met name de jaarverslagen die de buitenwacht een uitgebreid overzicht geven van de manier waarop de omroep zijn publieke opdracht vervult. Naast de feiten (bijvoorbeeld overzichten van het programma-aanbod) bieden deze jaarverslagen ook veel commentaar, waaruit we vooral het idee van de omroep over zichzelf kunnen afleiden. Het gaat immers om een publieke zelfpresentatie, in het bijzonder gericht aan de opdrachtgevende overheid.¹⁷

Wat we in dit alles missen, zijn bronnen die de productie van amusementsprogramma's *bottom up* reconstrueren. Er is heel weinig informatie beschikbaar over de mentaliteit op de werkvloer en de visie op amusement die daar heerste. Deze bron van informatie is belangrijk voor het schrijven van een 'culturele' televisiegeschiedenis, die onder meer aandacht heeft voor de alledaagse onderhandelingen bij de productie van concrete programma's. Deze groeiende aan-

dacht voor de alledaagse processen van betekenisvorming kadert binnen een ruimere *cultural turn* in de mediageschiedenis, waarin media volgens Christopher Anderson en Michael Curtin worden geanalyseerd als 'ongoing social productions, defined and redefined through use, affected not only by events and material conditions, but, crucially, by the language used to describe and discuss them.'¹⁸ Het gaat hier om geschiedenis *from below*, met aandacht voor de sociale en culturele context, die onder meer de professionele cultuur binnen de omroep bestudeert.¹⁹

In deze vorm van culturele geschiedschrijving staat de representatie van het verleden cruciaal en is geschiedschrijving niet het alleenrecht van historici, maar een 'social form of knowledge, the work of a thousand hands', aldus Raphael Samuel.²⁰ Een dergelijke visie op geschiedenis als *popular memory* biedt ook plaats voor *oral history* als een alternatieve bron van kennis over het verleden. Op de bediscussieerde status van mondelinge geschiedenis als bron van televisie-geschiedenis ging ik in een eerdere bijdrage al in.²¹ Deze methode is niettemin een belangrijke bijkomende bron van informatie voor de weinig bestudeerde receptiegeschiedenis van televisie.²² Ook voor de reconstructie van het omroep-beleid wordt vaak gebruik gemaakt van interviews.²³ In deze geschiedschrijving komen echter vooral personen uit de top van de televisiehiërarchie aan het woord. Daarom, en als tegengewicht voor het officiële discours dat in de jaarverslagen aan bod komt, gebruikt dit onderzoek *oral history* interviews met gewone programmamakers zoals producers, regisseurs en presentatoren.

Het aanbod amusementsprogramma's

Vooraleer we de discoursen over amusement bespreken, is het natuurlijk belangrijk te weten waarover het in feite gaat. Het in kaart brengen van het aanbod amusement doorheen de jaren is niet vanzelfsprekend omdat de meeste academische onderzoekers een zelf ontwikkeld categorieënsysteem hanteren, waardoor hun bevindingen moeilijk vergelijkbaar zijn. Sommigen rekenen bijvoorbeeld ook sport tot de categorie amusement, terwijl anderen dat niet doen. Ook evoluties binnen amusementsgenres en vervagende grenzen met andere programmacategorieën (bijvoorbeeld in infotainment en edutainment) bemoeilijken de classificatie van amusement, dat sowieso een zeer gevarieerde categorie is die zowel fictie als non-fictie, woord- en muziekprogramma's omvat, naast een heel aantal mengvormen zoals show- en variétéprogramma's.²⁴ Institutioneel impliceert dit dat amusementsprogramma's niet alleen werden gemaakt door de dienst Amusement binnen de omroep, maar ook bijvoorbeeld door de dienst Jeugd en de dienst Wetenschappen.²⁵ Daarom beperken we ons in wat volgt tot de grote, overkoepelende categorieën informatie en amusement, waarbinnen wel een aantal duidelijke evoluties vastgesteld kunnen worden.



Presentatoren Bart Peeters en Sabine De Vos in DE DROOMFABRIEK.
Bron: foto © Mark De Vilder

Hilde Van den Bulck analyseert in haar proefschrift de eerste twintig jaar van de Vlaamse publieke televisie, van 1953 tot 1973.²⁶ Wat opvalt is dat bijvoorbeeld in 1957 maar liefst 39% van de zendtijd werd besteed aan ontspanningsprogramma's, tegenover 19% aan informatie (verder aangevuld met onder meer 14,7% kinder- en jeugdprogramma's en 10,2% kunstprogramma's). Vanaf de jaren 1960 werd televisie in Vlaanderen een volwassen medium: de middelen groeiden, het programma-aanbod en het aantal kijkers namen toe. In deze periode werd het medium ernstiger ingevuld en traden informatie en educatie meer op de voorgrond. In 1973, na twintig jaar uitzenden, was het aandeel amusement bijvoorbeeld gezakt tot 21%, tegenover een uitgebreid aanbod educatieve programma's (36%). Over de periode van midden jaren 1970 tot eind jaren 1980 zijn minder cijfers beschikbaar. In 1978 startte de omroep met een tweede net tv2, dat meer voorbehouden werd voor informatie en sport, terwijl het eerste net zich meer richtte op amusement, zeker vanaf de jaren 1990. Bij Greta Boon vinden we de volgende gegevens voor het eerste net tv1 in 1982: informatie en sport 23%, fictie en ontspanning 39%, cultuur en wetenschap 16% en educatie 13%.²⁷

Zoals gezegd, concentreert het meeste wetenschappelijke onderzoek naar de televisieprogrammering zich op de periode rond de start van de commerciële omroep. Thema's hier zijn de 'commercialisering' van het aanbod op de openbare omroep en de toename van amusementsprogramma's, die geïnter-

preteerd worden als een uiting van convergentie en een daling van diversiteit. Pascale Milo stelt voor de periode 1988-1990 een stijging van amusement en een daling van informatie vast, vooral op *prime time*: amusement steeg van 44% tot 62%, informatie daalde van 48% tot 37% op tvI.²⁸ Katrien Tanghe en Els De Bens bevestigen de stijging van het aandeel amusement op tvI tussen 1988 en 1992: van 49% tot 57%.²⁹

Globaal genomen is de belangrijkste en duidelijkste tendens het kantelende evenwicht tussen ‘amuserende’ en ‘serieuze’ programma’s doorheen de jaren. Dat is ook de conclusie uit mijn eigen analyse van de programmering tussen 1955 en 1998.³⁰ Voor deze analyse werd een dichotome classificatie gebruikt, waarbij informatie, educatie en kunst werden samengesmolten tot een ruimere categorie ‘informatie’, en tv-fictie, bioscoopfilms, ontspanning non-fictie, lichte informatie en sport tot een brede categorie ‘amusement’.

Evolutie verhouding amusement – informatie, 1955-1998 (in %)

	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1998
Amusement	59	45	48	49	48	40	38	61	69	68
Informatie	41	55	52	51	52	60	62	39	31	32

Bron: A. Dhoest, ‘Armoe troef’, 1999

Terwijl de algemene verschuiving richting amusement niet te ontkennen valt, is wel enige voorzichtigheid geboden. Zo tonen de cijfers van 1990 een spectaculaire stijging van amusement op tvI ten opzichte van 1985, van 38% naar 61%, maar vallen ook voor de komst van vtm al herhaaldelijk aandelen van bijna 50% amusement te noteren. Het aanbod amusementsprogramma’s is sinds de commerciële concurrentie sterk gestegen, maar was ook tijdens het publieke omroepmonopolie al substantieel.

De zelfpresentatie van de publieke omroep

Het is belangrijk deze cijfers en tendensen in het achterhoofd te houden wanneer we het discours van de publieke omroep over amusement bespreken. Ondanks het substantiële aanbod amusementsprogramma’s tijdens de monopolieperiode, bekleedde ontspanning een vrij marginale plaats in de officiële visie van de omroep. Er heerste vanaf de beginjaren een neerbuigende houding tegenover het populaire. Dit bleek bijvoorbeeld uit het pleidooi voor ‘lichte’ muziek in het jaarverslag van 1953 door Bob Boon, muziekprogrammeur op de radio, een medium dat in deze jaren institutioneel nauw verstrengeld was met de televisie: ‘De lichte muze is geen noodzakelijk kwaad. Ze is een sociaal goed, die afleiding brengt voor hen die moegewerkt thuis komen en hun zor-

gen willen vergeten.’ Hij verzette zich tegen het heersende ‘snobisme’ in het burgerlijke milieu: ‘Of heeft enkel dátgene waarde, wat met een uitgestreken gezicht en een hoge boord moet worden voorgedragen?’³¹ Boon was een uitzondering binnen een omroep die grotendeels bevolkt werd door leden uit die middenklasse waartegen hij zich verzette: hoger opgeleiden uit de culturele sector en het onderwijs. Zij deelden bevlogen idealen van volksverheffing, die haaks stonden op de – toen al – bekende voorkeur van kijkers en luisteraars voor amusement.

Voorals de televisie zocht in die jaren nog een plaats in het culturele landschap, waardoor geloofwaardigheid en een aura van respectabiliteit heel belangrijk waren. Zeker na de pioniersjaren werkten beleidsmakers vanaf de jaren 1960 aan de consolidering van televisie als een centraal instrument van informatie, volksopvoeding en cultuurspreiding. Programmadirecteur Bert Janssens had het in 1964 bijvoorbeeld over de noodzaak om op televisie ‘ons eigen karakter en gelaat te beklemtonen’ en ‘voor het culturele en artistieke leven in eigen land de nodige stimulans te bezorgen’.³² Ook het Vlaamse karakter van de uitzendingen werd in deze periode sterk beklemtoond, in een discours over het ‘eigen erfgoed’ en ‘onze Vlaamse cultuur’. Hierdoor ontstaat de indruk dat de publieke omroep zich vooral bezighield met ‘serieuze zaken’, wat niet helemaal strookt met de werkelijkheid. Voor 1977 constateerde Herman Santy, hoofd van de BRT-Studiedienst die intern onderzoek verrichtte, dat nieuws- en informatieprogramma’s slechts 17,5% van de zendtijd uitmaakten, terwijl daaraan wel de meeste aandacht werd besteed in omroepdiscussies.³³

Samenhangend met de klemtoon op het serieuze karakter van de omroep, heerste vanaf de jaren 1960 en zeker in de jaren 1970-1980 bezorgdheid over de druk om te populariseren en toe te geven aan de smaak van de kijker. Zo groeide bij een aantal omroepmedewerkers de misnoegdheid over het toenemend aantal – goedkopere maar bij het publiek succesvolle – reeksprogramma’s. De eerdergenoemde Santy bekritiseerde bijvoorbeeld de toename van het ‘pasklare serieproduct’ en de evolutie van tv-kijken tot een ‘vrijblijvende, niet-geëngageerde en passieve bezigheid’.³⁴ Begin jaren 1980 sprak hoofd drama Frans Puttemans over populaire series als ‘klantenbindende slokop’.³⁵ Hij verkoos resoluut hoogculturele adaptaties van Nederlandstalige literatuur en liet zich bijzonder laatdunkend uit over de grote publiekssuccessen die binnen zijn dienst gemaakt werden. Naar aanleiding van het kijkcijferrecord voor de volkse serie *HET PLEINTJE* in 1986 stelde hij bijvoorbeeld: ‘We willen en moeten deze cijfers relativiseren en in hun samenhang duiden: o.i. vertellen deze cijfers niet zoveel over de kwaliteit van de uitzendingen dan wel over de behoefte van onze Vlaamse kijker naar dit soort televisiewerk.’³⁶

Zelfs directeur televisie Nic Bal was bezorgd over de schadelijke invloed van televisie: ‘Onbetwistbaar veroorzaakte de televisie een verslaving bij het grote publiek, ze leidde tot passiviteit en immobilisme, tot een zittend leven, dat voor de geestelijke en lichamelijke gezondheid alleen schadelijk kon zijn.’³⁷

Deze beleidsmakers vertolkten een breed gedeelde visie binnen de toenmalige omroep, die kaderde in een internationaal verspreid discours over de kwetsbare kijker en over televisie als bron van 'slechte cultuur', smaakverlaging (de zogenaamde *lowest common denominator*) en amerikanisering.³⁸ Bourdon spreekt in dit verband over de cultuurvisie van de Europese publieke omroepen die geen pas wist te houden met de maatschappelijke evolutie van *mass education* tot *mass leisure*.³⁹ Ook in de populariserende literatuur over de omroepgeschiedenis vinden we deze visie terug. Zo spreekt bijvoorbeeld journalist Jef Anthierens (redacteur van het televisieblad *Humo*) zich na tien jaar televisie negatief uit over de invloed op het gezinsleven: 'Alleen is het bij menig kijker zo dat, onverschillig welk programma, ook de ellendigste rommel, hem in beslag neemt zodat de kijkkast dag in, dag uit het rituele middelpunt wordt van het gezin.'⁴⁰

Naast de vermeende negatieve gevolgen van televisie was een andere reden tot bezorgdheid de groeiende buitenlandse concurrentie door de snel verspreidende bekabeling vanaf eind jaren 1960. Terwijl voorheen via de antenne enkel in de grensgebieden goede ontvangst van Nederlandse zenders mogelijk was, zorgden die in de jaren 1970 via de kabel voor een aantrekkelijk alternatief. Midden jaren zeventig hadden de – minder stijve en meer entertainende – Nederlandse zenders in Vlaanderen bijvoorbeeld al een marktaandeel van 25%.⁴¹ In 1974 verzette Bal zich tegen de drang tot popularisering die daaruit voortvloeide: 'Ik krijg meer en meer de overtuiging, dat we gelijk hebben met een beleid, waarbij we zeker trachten de kijkers bij te houden met verstrooiende programma's, evenwel zonder onze persona op te geven van een zender met een zekere waardigheid en voornaamheid.'⁴² In 1976 klonk het nog explicieter:

'De BRT heeft bevestigd dat ze het als haar hoofdtaak beschouwt bij te dragen tot de geestelijke verrijking van het leven der Vlamingen; dat ze wil bijdragen tot de spreiding van kennis en inzicht, niet in de eerste plaats voor een elite, maar voor een zo groot mogelijk publiek. Haar leiders kiezen niet de weg der gemakkelijheid, die van de vertrouwen en van het louter lonken naar hoge kijkdichtheden.'⁴³

Bal moest zich vaak verdedigen tegen kritiek op succesvolle populaire programma's, die veel negatieve reacties oproepen in intellectuele milieus buiten maar ook binnen de omroep, met name in de Raad van Bestuur.

Kwam de concurrentie in de vroege jaren tachtig nog uit het buitenland, tegen 1989 was de commerciële concurrentie in Vlaanderen een feit en moest de publieke omroep zich daartegenover positioneren. In eerste instantie namen men zich voor om niet toe te geven aan de druk tot popularisering:

'Voor de toekomst luidt het dilemma: hoe kan de BRT-televisie tegemoetkomen aan de wensen van de bevolking zonder in te boeten aan kwaliteit? Een gemak-

kelijkheidsoplossing daarbij zou kunnen zijn dat er voortaan uitsluitend “brood en spelen” worden aangeboden om statistisch een goede beurt te maken. Het antwoord is zeer duidelijk: de openbare omroep is er niet voor een consumentenpubliek alleen, maar voor iedereen zonder uitzondering.⁴⁴

VTM had snel een groot marktaandeel (35,6% in 1990), waardoor de BRT onder grote druk kwam te staan.⁴⁵ Dit leidde tot een schizofrene houding tegenover succes: officieel was kwaliteit belangrijker dan kijkcijfers, maar uiteindelijk werden programma's wel op de harde cijfers afgerekend. In 1992 klonk het bijvoorbeeld zo over het succes van Vlaamse fictie: 'Kijkcijfers zijn niet belangrijk! Maar intussen leverden CARAVANS, KOKO FLANEL, RIP EN FC DE KAMPJOENEN toch de voldoening meermaals aanwezig te zijn in de wekelijkse top twintig.'⁴⁶ Pas midden jaren 1990, na jaren van crisis, wendde de publieke omroep resoluut de koers. Een cruciale rol in dit proces werd gespeeld door het zogenaamde minidecreet van 22 december 1995 en het maxidecreet van 29 april 1997. De openbare omroep, die daarbij van BRTN werd omgedoopt tot VRT, werd in die periode omgevormd tot een naamloze vennootschap van publiek recht onder leiding van een gedelegeerd bestuurder. De beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid omvatte een resultaatsverbintenis met betrekking tot een aantal meetbare kijk- en bereikcijfers.⁴⁷ Als gevolg hiervan werd van dan af ondubbelzinnig uitpakket met grote publiekssuccessen en wemelden de jaarverslagen van kijkcijfers en marktaandelen. Voortaan stond de smaak van het brede publiek centraal. Ook het jargon veranderde, met termen als 'imago-ondersteuning', 'performantiemaatstaven', 'merken' et cetera.

Bovenstaande analyse toont aan hoe de jaarverslagen, als officiële spreekbuis van de omroep, een specifiek discours construeerden over de eigen activiteiten. Een aantal thema's keerde daarin terug, zoals bijvoorbeeld het belang van het 'Vlaamse karakter' van de uitzendingen. Een ander opvallend thema is het gebrek aan middelen van de omroep. Dat werd al vanaf de beginjaren voortdurend aangeklaagd en lijkt daarom bepalend voor het programma-aanbod – wat we in de interviews ter sprake brachten. Doorheen de verslagen krijgen we ook een duidelijk beeld van de beleidsprioriteiten, waarin tijdens de monopolieperiode van de publieke omroep informatie en educatie – althans discursief – centraal stonden. Ontspanning was belangrijk om de band met het publiek te behouden, maar mocht zeker niet te volks worden of het publiek 'afhankelijk' maken, wat leidde tot een dubbelzinnige houding waarin publiekssuccessen ook binnenshuis sterk bekritiseerd werden. Na de komst van de commerciële omroep sloeg deze houding, na initieel verzet, om in het andere uiterste. Vanaf midden jaren negentig stond amusement vrij centraal in het discours en de communicatie van de omroep, aangezien programma's met een groot publieksbereik het voortbestaan van een publiek gefinancierde omroep legitimeerden.

Terugblik: *oral history* interviews met programmamakers

Het bovenstaande verhaal oogt in grote lijnen vertrouwd, omdat het aansluit bij de bestaande academische geschiedschrijving. Daarin wordt de ‘hoogculturele’ monopolieperiode van de publieke omroep in Vlaanderen tegengesteld aan de ‘populaire’, op ontspanning gerichte periode sinds de liberalisering van het medialandschap. De evolutie wordt verteld als een verhaal van verval, waarin oude omroepwaarden verloren gaan en de publieke omroep toegeeft aan de roep om amusement. Toch blijkt dit verhaal deels haaks te staan op het uitgebreide aanbod amusementsprogramma’s tijdens de monopoliejaren, die bovendien de beste kijkcijfers haalden. Het is ook een eenzijdig verhaal, omdat het een ideaalbeeld schept van het verleden, deels op basis van de omroepidealen van de toenmalige directie en journalistieke en academische critici. Aangezien het standpunt van andere betrokkenen niet systematisch bewaard werd, proberen we dit – in de mate van het mogelijke – te reconstrueren aan de hand van 24 *oral history* interviews. In deze diepte-interviews wordt hoofdzakelijk teruggeblikt op de productie van programma’s uit de jaren 1980 en 1990, de periode waarin de (nakende) komst van de commerciële omroep zorgde voor evoluerende visies op amusement. Telkens werden drie personen geïnterviewd die betrokken waren bij hetzelfde programma, maar het interview ging ook ruimer over hun hele carrière bij de publieke omroep.⁴⁸

De oudste geïnterviewden waren betrokken bij twee zeer succesvolle kinderprogramma’s uit de jaren 1950 en 1960: Bob Davidse (beter bekend als Nonkel Bob in *KOM TOCH EENS KIJKEN*, vanaf 1955), Terry Van Ginderen (beter bekend als Tante Terry in *KLEIN, KLEIN KLEUTERTJE*, 1962) en producer Piet Vande Sype. Jan Van Rompaey, Ro Burms en Fred Janssen waren reporters bij *ECHO* (1961), een programma dat het ‘kleine nieuws’ bracht en zo een eerste stap was in de richting van human interest. Kurt Van Eeghem, Claude Blondeel en Rudi Sillen waren respectievelijk presentator, producer en regisseur van *HITRING* (1980), een populair muziekprogramma. Walter Capiou, Guy Helsen en Herman Bral waren presentator, regisseur en productieassistent van het bijzonder succesvolle spelprogramma *HOGER LAGER* (1983). Bart De Prez, Mark De Wolf en Chris Borry waren producer, regisseur en tekstschrijver voor de humoristische kwis *DE DRIE WIJZEN* (1988, gepresenteerd door de eerdergenoemde Kurt Van Eeghem). Margriet Hermans, Hilde De Wolf en Ivo Chiang waren presentatrice, regie-assistent en studiomeester van de talkshow *MARGRIET* (1989). Tom Huybrechts, Sabine De Vos en Pascale De Boosere waren producer en co-presentatrices van *DE DROOMFABRIEK* (1989), een showprogramma waarin wensen van kijkers in vervulling werden gebracht. Luc Appermont, Francis Theuns en Flip Feyten ten slotte waren presentator, producer en redacteur van de talentenjacht *STERRENWACHT* (1990).



In wat volgt gaat het niet zozeer over die programma's of over de productie ervan, maar over een aantal patronen in de herinneringen van de betrokkenen die de positie van amusement binnen de publieke omroep in een ander daglicht plaatsen. De geïnterviewden houden er, zo blijkt uit de interviews, een heel andere visie op na dan de toenmalige beleidsvoerders. Zij reageren bijvoorbeeld vrij laconiek op vragen naar de problemen die centraal stonden in het officiële discours van de omroep in de monopolieperiode. Klaagden de jaarverslagen jaar in jaar uit over het gebrek aan middelen, dan hebben de programmamakers daar zelf nooit veel problemen mee gehad. Zodra de middelen waren toegekend aan een programma, dan kwamen ze er ook. De budgetten waren inderdaad beperkt, maar men werkte met wat men had, al vergde dat vaak veel creativiteit en overuren. In de beginjaren had men alleen een omgebouwde radiostudio, maar aan het kunst-en-vliegwerk dat daarmee gepaard ging wordt weemoedig teruggedacht door een aantal oudgedienden, zoals Walter Capiou:

*Margriet Hermans
samen met
comedian Chris
Van den Durpel
in MARGRIET.
Bron: foto VRT ©
Mark De Vilder*

'Eén van de ruimtes was omgevormd tot tv-studio die in zijn totaliteit niet groter was dan de ruimte hier [woonkamer] en daarin zat in de ene hoek de nieuwslezer, in de andere hoek zat Armand Pien met zijn kaarten voor de weerberichten. Ondertussen stond ik in de gang te wachten en kreeg ik op een scherm bericht dat ik moest beginnen met TIENERKLANKEN. Achter mij had ik een decor van ongeveer anderhalve meter breed waarbij ik moest opletten om

niet teveel over en weer te bewegen. In een andere hoek stond de eerste zanger of het orkestje klaar: dat was echt pionierstijd. Er was geen beeldbandapparatuur, alles was zwart-wit, rechtstreekse televisie’.

Volgens de meesten speelde het geldgebrek vooral een rol in hogere echelons, bij de verdeling van middelen over diensten en programma’s. Daarnaast kan men zich ook afvragen of de voortdurende weeklacht om middelen in de jaarverslagen niet hoofdzakelijk een signaal aan de overheid was.

Wat de visie op amusement betreft, hadden de geïnterviewden in de monopolieperiode geen schroom over de programma’s die ze maakten maar waren ze zich wel bewust van de neerbuigende houding in bepaalde geledingen van de omroep, vooral de nieuwsdienst. Zo vertelt Terry Van Ginderen hoe ze voor gek werd verklaard toen ze als omroepster opstapte om voor een kinderprogramma te gaan werken. Haar collega Monique Delvaux mocht trouwens niet meer meewerken aan KLEIN, KLEIN KLEUTERTJE nadat ze voor de nieuwsdienst was gaan werken. Volgens Janssen en Van Rompaey keek de ‘elitaire’ nieuwsdienst in eerste instantie erg neer op het ‘infotainment’ van ECHO, en werden de medewerkers niet als ‘echte’ journalisten beschouwd. Amusement werd volgens verschillende geïnterviewden oogluikend toegestaan als een ‘noodzakelijk kwaad’ en daarom stiefmoederlijk behandeld. Blondeel noemt de toenmalige BRT bijvoorbeeld ‘pretentius’, volgens Bral beschouwde men amusement als ‘minderwaardig’. Borry en anderen wijzen er wel op dat populaire programma’s nuttig waren als publiekstrekker of ‘locomotief’ voor meer serieuze programma’s, dus keken de makers daarvan er niet op neer, ‘maar vanuit de directie wel, die keken op alles neer in die tijd’. Huybrechts, producer van DE DROOM-FABRIEK, stelt zich vragen bij de vermeende educatieve meerwaarde die volgens beleidsmakers ook in amusementsprogramma’s gezocht werd: ‘Je kan dat er altijd bij verzinnen natuurlijk. Ik herinner me een leraar geschiedenis die zei: “Ik zou graag eens in een middeleeuw harnas rondlopen.” Ja, dat is een fantastische reportage natuurlijk, maar veel educatief zit daar volgens mij niet in’.

Kortom: het officiële discours werd niet echt gedeeld door mensen in de lagere echelons, die vaak een no-nonsense houding innamen (of althans: nu innemen) tegenover de bevlogen idealen van de toenmalige omroepdirectie. De zorgen die centraal stonden in de officiële bronnen en geschiedschrijving blijken van marginaal belang op de werkvloer, waar een veel positievere houding heerste tegenover amusement.

Bovenstaand relaas laat ons natuurlijk niet toe de toenmalige houding van de geïnterviewden tegenover amusement te reconstrueren. In hun retrospectieve verhalen is een duidelijke ‘voor-na’-structuur aanwezig, met de start van VTM in 1989 als een belangrijke breuklijn. Het bovenstaande verhaal over amusement heeft betrekking op de jaren voor en tijdens de opstart van VTM, maar is gekleurd door hun latere en huidige, wellicht geëvolueerde houding tegenover amusement. Het ‘voor’ wordt vrij nostalgisch omschreven als een periode

waarin ze, tegen de algemene omroepmentaliteit in, met vallen en opstaan probeerden goede amusementsprogramma's op het scherm te brengen. In die zin delen hun verhalen de mythologiserende toon van de eerder vernoemde memoires en journalistieke werken over de omroepgeschiedenis. Ook delen ze de nostalgische gedachte 'vroeger was het beter' met de academische geschiedschrijving en het officiële discours binnen de toenmalige omroep. Maar ze delen die gedachte niet vanuit een idealisering van het hoogculturele gehalte als wel vanuit een idealisering van de positieve werksfeer – tegenover de latere verzakelijking.

Het valt bijvoorbeeld op hoe de geïnterviewden zonder uitzondering zich hun vroege jaren bij de omroep herinneren als een leuke tijd. Zij herinneren zich de joviale sfeer, de *team spirit* en de vrijheid die ze genoten. Voor velen was de productieploeg van de programma's waaraan ze werkten als een vriendenclubje dat zich amuseerde, zelfs een familie. Waar de toenmalige BRT in de geschiedenis te boek staat als een log, hiërarchisch instituut met veel inmenging van bovenaf, lijken de geïnterviewden daar weinig last van gehad te hebben. Ze herinneren zich de omroep vooral als een plaats die veel mogelijkheden bood. Talloze omroepmedewerkers, zeker tot de jaren 1970, waren niet specifiek opgeleid voor televisie. Bob Davidse was bijvoorbeeld poppenspeler, Terry Van Ginderen zong in een koor, Walter Capiou was godsdienstleraar en Piet Vande Sype sportman. Ze waren autodidact of leerden al doende door van de ene job naar de andere door te groeien. Heel wat van de geïnterviewden zijn de omroep binnengekomen via losse opdrachten of connecties, vaak via de radio. Er was ook ruimte voor experiment, waarbij programma's met vallen en opstaan ontwikkeld werden en men fouten mocht maken.

Ondanks deze overwegend positieve herinneringen is het verhaal van de geïnterviewden over de monopolieperiode van de publieke omroep niet eenduidig positief. Vanaf de jaren 1960 werd het instituut bijvoorbeeld steeds bureaucratischer, een probleem dat vooral de producers trof, omdat die steeds meer papierwerk kregen waardoor het beslissingsproces stroef verliep. Bovendien heerste er in bepaalde diensten een echte ambtenarenmentaliteit, waardoor producers vaak verkozen met mensen van buiten de omroep te werken. Het zijn vooral die aspecten, samen met de neerbuigende houding tegenover amusement bij directie en bestuur, die ervoor zorgden dat VTM bij zijn start in 1989 voor velen een interessant alternatief was. VTM werd inhoudelijk grotendeels vormgegeven door twee oudgedienden van de BRT, Guido Depraetere en Mike Verdrengh. Zij waren de drijvende kracht achter een aantal succesvolle amusementsprogramma's op de BRT in de jaren tachtig, maar botsten daar op zoveel belemmeringen dat ze de onzekere stap naar de commerciële omroep durfden te zetten. In hun kielzog stapte een heel aantal medewerkers en (ster-)presentatoren over, zoals ook de bovengenoemde Walter Capiou en Luc Appermont. Dit was een aderlating voor de publieke omroep, maar het bood ook veel kansen aan een nieuwe generatie.

Walter Capiau in
HOGER LAGER.
Bron: foto VRT ©
Mark De Vilder



Amusement na de start van VTM

Als de monopolieperiode van de publieke omroep het wat geïdealiseerde ‘voor’ is in het discours van de omroepmedewerkers, dan is de periode sinds de start van VTM het problematischer ‘na’. Over deze periode zijn de meningen meer verdeeld en worden er naast verbeteringen ook negatieve ontwikkelingen genoemd. Zoals de herinnering aan de periode ‘voor’ gekleurd zijn door wat nadien kwam, zo zijn de meningen over dit ‘na’ evenzeer gekleurd door de herinneringen aan de wat inefficiënte maar ‘gezellige’ BRT tegenover de moderne maar zakelijke en ‘koele’ VRT. Opnieuw verschilt de beleving van de geïnterviewde omroepmedewerkers met de officiële visie van de omroep en met de academische geschiedschrijving.

De start van VTM noemen de geïnterviewden unaniem een enorm belangrijk moment. Zo groeide binnen de publieke omroep stilaan de steun voor amusementsprogramma’s, die gezien werden als een wapen in de concurrentiestrijd. Achteraf bekeken vinden ze dat een goede zaak, omdat de concurrentie de publieke omroep meer oog deed krijgen voor de wensen van de kijker. Dat duurde wel even, want alle geïnterviewden zijn het erover eens dat de toenmalige BRT pretentieuze was en de impact van VTM zwaar onderschat heeft. Producent De Prez stelt het zo:

‘Daar werd zeer smalend over gedaan en ook bij ons hè. Van op directieniveau tot bij programmamakersniveau. Zo van: “Gaan zij dat nu doen? Heb je dat RAD

VAN FORTUIN gezien? Ah, dat is belachelijk.” Maar het was wel een concurrent die ons op een paar jaar tijd heeft weggeduwd en op de dag dat je die cijfers ziet, hoe die aan het groeien zijn... Want vanaf dag één hadden die al waanzinnige kijkcijfers en wij dachten, dat is toch maar voor die ene dag. Maar nee, het was niet voor die ene dag, want ze waren er en ze zijn er gebleven’.

Er werden weinig inspanningen gedaan om de uitstroom van tv-makers tegen te gaan, omdat de directie niet veel verwachtte van de concurrentie, aldus Capiiau: ‘Ze zegden dat er van deze zender niets te verwachten was. Men was niet op de hoogte, men kende de buitenwereld niet. Men was kortzichtig en verblind door de eigen waan.’ Zoals vermeld, stapten heel wat medewerkers over naar vtm, volgens critici omwille van het geld. Zelf beklemtonen ze dat ze dat met pijn in het hart deden, omdat ze een emotionele band hadden met de publieke omroep. Luc Appermont was bijvoorbeeld naar eigen zeggen niet zo happig om over te stappen: ‘Toen kwamen Mike en Guido met een concreet voorstel, *Waagstuk*, en dat leek me wel wat en dat bedoelden ze op lange termijn. En omdat ik een langetermijnvisie belangrijker vond dan een onmiddellijk succes heb ik daarvoor gekozen, maar wel met pijn in het hart, want ik – zoals ik daarstraks al zei – ik ben nogal een trouwe hond.’

Een aantal van de mensen die overstapten naar vtm vertellen over hun beginjaren aldaar verhalen die herinneren aan de pioniersperiode van de publieke omroep. Er waren nog geen studio’s, weinig middelen en helemaal geen zekerheid, maar er werd met groot enthousiasme televisie gemaakt. Regisseur Helsen maakte heel vroeg de overstap en hij herinnert zich de start van vtm als volgt: ‘Naar het openingsgala zijn wij met een Nederlandse camera-ploeg geweest omdat er geen Vlaamse ploeg was. Dus dat bestond gewoon niet.’ Toch slaagde men erin aantrekkelijke en professioneel uitziende programma’s te maken, die ook de publieke omroep wakker schudden. Plots was de commerciële omroep *cool* en had de BRT afgedaan bij een deel van het publiek, dat hen nu uitspuwde en volgens verschillende geïnterviewden zelfs uitjouwde bij opnames op locatie. Producer Bart De Prez bijvoorbeeld: ‘Wat ik mij vooral herinner van die periode, als wij met MARGRIET bezig waren aan de kust: wij werden uitgefloten, uitgejouwd. Wij waren slecht hè. Door de mensen, de mensen op straat. Wij waren de vuile vrt, BRT in die tijd’.

Er ging volgens alle geïnterviewden een stroomstoot door de publieke omroep, die leidde tot een veel positievere houding tegenover amusement. Terwijl de medewerkers van amusementsprogramma’s zich altijd al – meer dan andere diensten – gericht hadden op de wensen van de kijkers, werden kijkcijfers nu het centrale ijkpunt. Voordien bestonden die wel (vanaf 1969), maar ze kwamen pas lang na de uitzendingen uit en er werd evenveel rekening gehouden met de waarderingcijfers. Verschillende geïnterviewden klagen er trouwens over dat (hun) amusementsprogramma’s in de monopolieperiode werden afgevoerd ondanks hoge kijkcijfers, omdat ze niet pasten in het ide-

aalbeeld van de directie, terwijl nauwelijks bekeken programma's van andere diensten jarenlang op het scherm bleven. Van Kurt Van Eeghem werd niet alleen het razend populaire *HITTING* plots afgevoerd, maar ook een komisch programma rond etiquette, *KURTOISIE*:

'Daar keken toen één komma acht, één komma negen miljoen mensen naar, dus dat waren astronomische cijfers. En wat dan ook nog veel belangrijker was, dat was het cijfer dat je kreeg op het vlak van waardering. En die waardering lag op 8,1 – 8,2, echt ook astronomisch hoog. En toch, na veertig van die programmaatjes zei men: "Ja, we gaan daarmee stoppen." [lacht] Als je dit nu vertelt, in deze commerciële wereld, dan denk je: ja, die zijn idioot. Ik heb nog een document hier trouwens liggen, hier in huis, over dat programma specifiek, van de studiedienst van de vrt: "Als we alle programma's die zo goed scoren gaan afschaffen dan kunnen we er beter mee stoppen".'

Deze mentaliteit veranderde begin jaren negentig, maar sloeg volgens de meeste betrokkenen die nu nog bij de publieke omroep werken snel om in het andere uiterste. Volgens hen is de publieke omroep nu een echt bedrijf, het domein van marketeers en managers waarin een 'commerciële' logica primeert. Ze hebben het over 'netprofilering' en 'branding', wat op zich een zegen is voor amusementsprogramma's maar ook minder vrijheid met zich meebrengt. Het *fingerspitzengefühl* dat vroeger zo belangrijk was, is nu vervangen door marktonderzoek. Vooral de oudere garde heeft het daar moeilijk mee, zoals Janssen die het heeft over een cursus voor nieuwe managers bij de vrt: 'En weet je hoe die heet? Inleiding tot televisie. Ja, dan lach je je toch dood hè.' Ook Van Eeghem staat zeer kritisch tegenover de huidige managementcultuur:

'Zij mogen de inhoud, die bepaald wordt door andere mensen, proberen in de markt te zetten. En daar zijn ze welkom, want dat is hun vak, een goed vak en een mooi vak. Maar op dit moment is het dus zo dat marketeers ook het hele inhoudelijke aspect van zo'n zender bepalen en dat is niet hun vak. En ook niet hun taak. Daar moeten ze met hun fikken afblijven.'

Door die marktgerichtheid dreigt men volgens de geïnterviewden – opnieuw vooral zij die nu nog voor de publieke omroep werken – de eigenheid van de publieke televisie uit het oog te verliezen. Die moet zich in principe minder aantrekken van de markt en moet meer durven, risico nemen en vernieuwen. Er is volgens veel geïnterviewden te weinig plaats voor creativiteit en de publieke omroep onderscheidt zich niet genoeg van de commerciële. Ook over de marginale positie van cultuurprogramma's is een aantal geïnterviewden niet tevreden, onder meer Van Eeghem en Janssen, die de huidige vrt 'pseudo-commerciële' noemen. Toch vinden de meesten de eindbalans vrij positief. De professionele kwaliteit van programma's is er bijvoorbeeld aanzienlijk op vooruit gegaan. De omroep is ook minder bureaucratisch en meer flexibel geworden.



Presentator Kurt Van Eeghem (links) en producer Bart De Prez in DE DRIE WIJZEN.
Bron: foto VRT © Mark De Vilder

Het verhaal van de programmamakers verschilt zoals gezegd van het officiële discours in de jaarverslagen, die nu ondubbelzinnig uitpakken met het publiekssucces van amusementsprogramma's, terwijl de geïnterviewden toch een aantal kanttekeningen plaatsen bij de obsessie voor kijkcijfers. In die zin sluit het discours van de programmamakers deels aan bij de academische geschiedschrijving, die zich vooral zorgen maakt over de teloorgang van cultuur en kwaliteit bij de omroep. Toch verschilt de visie van de geïnterviewden ook hiermee, aangezien zij vrij positief staan tegenover het grote aanbod amusementsprogramma's en menen dat de concurrentie de kwaliteit niet verlaagde maar juist verhoogde. In hun versie is het geen eenduidig verhaal van verval met een 'goede' publieke omroep en een 'slechte' commerciële concurrent als protagonisten, maar een organisch verhaal over twee instellingen met hun *ups* en *downs*, met liefde voor het vak als gedeelde kern.

Besluit

De televisiegeschiedenis is een huis met vele kamers. Bepaalde aspecten werden in het verleden uitgebreid behandeld, andere werden banaal bevonden en niet bestudeerd. Dit artikel gaat in op een stuk mentaliteitsgeschiedenis van de publieke omroep in Vlaanderen, met name de houding tegenover amusement. Daarbij werd de 'officiële' versie aangevuld met interviews, die het overgeleverde verhaal nuanceren. Het discours van de programmamakers is

weliswaar niet zo monolithisch als hiervóór wordt gesuggereerd (net zoals de academische geschiedschrijving meer nuances bevat dan dit artikel kan weergeven). Deze analyse focust vooral op de grote lijnen, waardoor overeenkomsten tussen interviews relevanter zijn dan individuele opinies. Toch valt op dat de verschillende geïnterviewden het grotendeels met elkaar eens zijn en een gelijkkluidend discours voeren, wat mijns inziens iets zegt over de socialisering die uitgaat van hun langdurige betrokkenheid bij hetzelfde instituut. Ook al werken sommigen er al lang niet meer, allemaal voelen ze zich nog betrokken bij de omroep die ze niet gratis willen afbreken maar waarover ze bezorgd zijn.

Bij de interviews kan men verder veel bedenkingen hebben, onder meer met betrekking tot de gebrekkige herinnering van de geïnterviewden, de nostalgische toon van hun verhalen, hun betrokkenheid en subjectiviteit. Bijkomend archiefonderzoek zou nuttig zijn om sporen van deze geschiedenis te traceren in productiedocumenten. Toch vormen deze interviews een eerste stap in de deconstructie van de mythevorming die ontstaat wanneer men zich enkel op beleidsdocumenten baseert, die vaak een achterliggend doel hebben en sterk getekend zijn door de ideologie van de omroepdirectie. De BRT was in zijn monopolieperiode niet de eenzijdig hoogculturele instelling waarvoor ze zich uitgaf. Begin jaren 1990 ging die mythevorming nog verder, toen commentatoren de ‘degelijke’ deftige publieke omroep van weleer tegenstelden aan de ‘plat-commerciële’ VTM en er gevreesd werd dat de publieke omroep hetzelfde lot beschoren zou zijn.

Terugkoppelend naar de internationale context kunnen we besluiten dat het productief is om andere discoursen dan het academische en beleidsmatige te bestuderen, zeker gezien het gebrek aan bronnen waarmee televisiehistorici vaak geconfronteerd worden, onder meer door gebrekkige archivering en toegang tot documenten.⁴⁹ Oral history interviews vormen dan een bruikbare aanvulling, al wordt elk verhaal – ook dat van de programmamakers – uiteindelijk vanuit een specifiek (historisch) perspectief verteld. Het komt er dan ook niet op aan de ‘juiste’ versie van het verleden te ontdekken, maar het discursieve kluwen te ontwarren en duidelijk te maken hoe elke versie gekleurd is door het standpunt van de verteller.

Noten

1 J. Bourdon, ‘Old and new ghosts: Public service television and the popular – a history’, in: *European Journal of Cultural Studies*, 2004, p. 283-304.

2 P. Goodall, *High culture, popular culture: The long debate*, St. Leonards 1995.

3 Voor een goed comparatief overzicht van Europese televisiegeschiedenis, zie J. Bignell & A. Fickers (red.), *A European television history*, Malden 2008.

4 Voor een uitgebreide historische achtergrond, zie A. Dhoest & H. Van den Bulck (red.), *Publieke televisie in Vlaanderen: Een geschiedenis*, Gent 2007.

5 Voor een overzicht van de Europese evoluties, zie D. Biltereyst & H. De Smaele, 'De Europese audiovisuele sector: van een oude naar een nieuwe wanorde', in: D. Biltereyst & H. De Smaele (red.), *Transformatie en continuïteit van de Europese televisie*, Gent 2000, p. 1-21.

6 Zie voor dit alles ook A. Dhoest & H. Van den Bulck, 'Vijftig jaar openbare televisie in Vlaanderen: "Weldaad of verschrikking?"', *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 2003, jg. 31, nr. 4, p. 279-297.

7 S. Hall, *Representation: cultural representation and signifying practices*, London 1997, p. 44.

8 Zie daarvoor bijvoorbeeld V. Crone, *De kwetsbare kijker. Een culturele geschiedenis van televisie in Nederland*, Amsterdam 2007.

9 F. Bonner, *Ordinary television*, London 2003.

10 H. Van Pelt, *De omroep in revisie*, Leuven 1973; T. Luyckx, *Evolutie van de communicatiemedi*, Brussel 1978; G. Boon, *De omroep: Radio en televisie in Nederlandstalig België*, Brussel 1984; J.-C. Burgelman, *Omroep en politiek in België: Het Belgisch audio-visuele bestel als inzet en resultante van de naoorlogse partijpolitieke machtsstrategieën (1940-1960)*, Brussel 1990; F. Antoine, L. d'Haenens, F. Saeys, 'Belgium', in: L. d'Haenens & F. Saeys (red.), *Western broadcasting at the dawn of the 21st century*, Berlijn 2001, p. 147-191.

11 Bignell & Fickers, *A European television history*, p. 6.

12 A. Denorme, T. Van den Hoof, P. Perceval, 'Nieuwsproductie na de komst van vtm: een pretfabriek?', in: H. Verstraeten & P. Perceval (red.), *Media en maatschappij 1*, Brussel 1991, p. 11-33; L. Desmet, *Dit was het nieuws! Een multimethodisch onderzoek naar de ontwikkeling van het televisie-journaal en de nieuwsproductiepraktijk op de Vlaams openbare omroep (1953-1990) op basis van origineel beeldmateriaal en geschreven bronnen van het VRT-Beeld- en Documentenarchief*, Gent 2005.

13 L. Heinsman & J. Servaes, 'De publieke omroep in Vlaanderen en Nederland: Op weg naar het einde?', in: L. Heinsman & J. Servaes (red.), *Televisie na 1992: Perspectieven voor de Vlaamse en Nederlandse omroep*, Leuven 1991, p. 29.

14 E. de Bens, 'De BRT in de pre-vmf-fase: De aanzet tot de dallasificatie van de Vlaamse kijker', in: *Voorzetten*, 1991, nr. 33, p. 108-116; E. de Bens, 'Flanders in the spell of commercial television', in: *European Journal of Communication*, 1991, nr. 6, p. 235-244; E. de Bens, 'Television programming: More diversity, more convergence?', in: K. Brants, J. Hermes, L. van Zoonen (red.), *The media in question: Popular cultures and public interests*, Londen 1998, p. 27-37; K. Tanghe & E. De Bens 'Tv in Vlaanderen: De invloed van commercialisering op het programma-aanbod', in: *Communicatie*, 1994, jg. 23, nr. 3, p. 28-47.

15 D. Biltereyst, 'Public service broadcasting, popular entertainment and the construction of trust', in: *European Journal of Cultural Studies*, 2004, jg. 7, nr. 3, p. 341-362.

16 J. Anthierens, *Tien jaar Vlaamse televisie*, Hasselt s.d.; A. Van Casteren, *25 dozijn rode rozen: een kwarteeuw Vlaamse televisie*, Gent 1978; N. Bal, *De mens is wat hij doet: BRT-memoires*, Leuven 1985; P. Semer, *Goedenavond, dames en heren*, Antwerpen 1991; R. Grossey, *Goedenavond, beste kijkers: De televisie in zwart-wit, van 31 oktober 1953 tot 31 december 1970*, Antwerpen 1993.

17 Voor een uitgebreider overzicht van bronnen voor Vlaamse televisiegeschiedenis, zie Dhoest & Van den Bulck, *Publieke televisie in Vlaanderen*, p. 3-21.

18 C. Anderson & M. Curtin, 'Writing cultural history: The challenge of radio and television', in: N. Brügger & S. Kolstrup (red.), *Media history: Theories, methods, analysis*, Aarhus 2002, p. 17-19.

19 A. Fickers, 'Nationale Traditionen und internationale Trends in der Fernsehgeschichtsschreibung: Eine historiographische Skizze', in: *Montage/AV*, 2005, jg. 14, nr. 1, p. 15. Zie ook: J. Corner, 'Finding data, reading patterns, telling stories: Issued in the historiography of television', in: *Media, Culture & Society*, 2003, nr. 25, p. 273-280.

20 R. Samuel, *Theatres of memory. Volume 1: Past and present in contemporary culture*, London 1994, p. 8.

21 A. Dhoest, 'Nostalgie en collectief geheugen: Kijkersherinneringen aan Vlaamse tv-fictie', in: *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, 2005, jg. 8, nr. 1, p. 41-62.

22 Zie bijvoorbeeld J. Bourdon, 'Some sense of time: remembering television', in: *History and memory*, 2003, jg. 15, nr. 2, p. 5-35; T. O'Sullivan, 'Television memories and cultures of viewing, 1950-65', in: J. Corner (red.), *Popular television in Britain: Studies in cultural history*, London 1991,

p. 159-181; A. Dhoest, 'Identifying with the nation: Viewer memories of Flemish tv fiction', in: *European Journal of Cultural Studies*, 2007, jg. 10, nr. 1, p. 55-73; A. Dhoest, 'Nostalgic memories: Qualitative reception analysis of Flemish tv fiction, 1953-1989', in: *Communications: The European Journal of Communication Research*, 2007, nr. 32, p. 31-50.

23 Zie bijvoorbeeld W. Bertels, *Die dingen behoren allemaal tot het verleden. Geschiedenis van de omroep in België*, Brussel 1972; H. Van den Bulck, *De rol van de publieke omroep in het project van de moderniteit: Een analyse van de bijdrage van de Vlaamse publieke televisie tot de creatie van een nationale cultuur en identiteit (1953-1973)*, Leuven 2000, p. 169-198; L. Desmet, *Dit was het nieuws!*; A. Dhoest, *De verbeelde gemeenschap: 50 jaar Vlaamse tv-fictie en de constructie van een nationale identiteit*, Leuven 2004.

24 Voor een uitgebreider overzicht van het aanbod amusementsprogramma's, zie A. Dhoest, 'Ontspanning: van bijkomende opdracht tot kerntaak', in: A. Dhoest & H. Van den Bulck (red.), *Publieke televisie in Vlaanderen: Een geschiedenis*, Gent 2007, p. 287-311.

25 Tot 1960 was Ontspanning een van de zes televisiediensten. Tot 1975 was er een directie Film en Ontspanning, naast directies Actualiteit en Culturele Uitzendingen. Vanaf 1975 omvatte de directie Ontspanning ook de dienst drama, die voorheen bij de Culturele uitzendingen hoorde. In de jaren 1990 werden de diensten herhaaldelijk hervormd en vanaf 1996 zijn ze vervangen door een meer flexibele structuur. Zie A. Dhoest 'Ontspanning', p. 294-297.

26 Van den Bulck, *De rol van de publieke omroep*.

27 Eigen berekening op basis van Boon, *De omroep*.

28 P. Milo, 'De programmering van BRTN en VTM', in: *Communicatie: Tijdschrift voor massamedia en cultuur*, 1991, jg. 21, nr. 2, p. 14-19.

29 Tanghe & De Bens, 'Tv in Vlaanderen', p. 28-47.

30 A. Dhoest, 'Armoede troef? Economische factoren in het Vlaamse televisiefictieaanbod', in: *Communicatie: Tijdschrift voor Communicatiewetenschap en Mediacultuur*, 1999, jg. 28, nr. 3, p. 37-54.

31 B. Boon, 'Pleidooi voor de lichte muze', in NIR, *Jaarverslag*, Brussel 1954, p. 38-41.

32 B. Janssens in BRT, *Jaarverslag*, Brussel 1964, p. 49.

33 H. Santy, '25 jaar Vlaamse televisie: Enkele gegevens voor een evaluatie van de ontwikkeling', in: CeCoWe, *25 jaar televisie in Vlaanderen: aanpassing of transformatie van een cultuur? Referaten Achtste Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap*, Leuven 1978, p. 182.

34 H. Santy, '25 jaar Vlaamse televisie', p. 183-184.

35 F. Puttemans, in: BRT, *Jaarverslag*, Brussel 1983, p. 168.

36 F. Puttemans, in: BRT, *Jaaroverzicht*, Brussel 1986, p. 336.

37 Bal, *De mens is wat hij doet*, p. 267.

38 Crone, *De kwetsbare kijker*; J. Corner, 'Television as a cultural force', in: J. Corner, *Television form and public address*, London 1995, p. 161.

39 Bourdon, 'Old and news ghosts', p. 299.

40 Anthierens, *Tien jaar Vlaamse televisie*, p. 32.

41 J. Bauwens, 'De openbare televisie en haar kijkers: oude liefde roest niet', in: Dhoest & Van den Bulck, *Publieke televisie in Vlaanderen*, p. 106.

42 N. Bal, 'Inleiding', in: BRT, *Jaarverslag*, Brussel 1974, p. 42.

43 N. Bal, 'Inleiding', in: BRT, *Jaarverslag*, Brussel 1976, p. 74.

44 N., in: BRT, *Jaarverslag*, Brussel 1989, p. 30.

45 F. Saeyns, 'Statuut, organisatie en financiering van de openbare televisieomroep in Vlaanderen', in: Dhoest & Van den Bulck, *Publieke televisie in Vlaanderen*, p. 37.

46 N., in: BRTN, *Jaaroverzicht*, Brussel 1992, p. 135.

47 Saeyns, 'Statuut, organisatie en financiering van de openbare omroep in Vlaanderen', p. 40-43.

48 De interviews werden in mei 2008 afgenomen door masterstudenten in de communicatiewetenschappen aan de Universiteit Antwerpen, in het kader van het onderzoeksseminarie Media-cultuur onder begeleiding en supervisie van de auteur. Volledige transcripties zijn bij de auteur ter inzage beschikbaar.

49 Corner, 'Finding data, reading patterns, telling stories', p. 277.