

Oude en nieuwe visies op Europese televisie

Iriscope, een symposium over beeldvorming, etniciteit en macht

Mariette Hermans

Hoe vindt de programmering van multiculturele televisie plaats in Zweden, Frankrijk, Groot-Brittannië en Nederland? Op zaterdag 17 november organiseerde het bureau Migranten en Media van de Nederlandse Vereniging van Journalisten, samen met het LBR en de NPS, het symposium Iriscope. Aanleiding vormt de Prix d'Iris, deze Europese mediaprijs voor multiculturele tv-programma's is een onderdeel van de jaarlijkse Prix Europa in Berlijn. Gediscussieerd werd over vragen zoals: Wat zijn de verschillende rollen van commerciële en publieke zenders? Hoe werken machtsverhoudingen binnen de blanke bolwerken van televisie?

Boetseren

De aftrap van de Iriscope was een melancholische. De documentaire bekroond met de Prix d'Iris 2002, *In An Alien Land* van Ylva Hemstad, gaat over oude mensen. Ylva Hemstad filmde de dagelijkse besommeringen van mannen en vrouwen uit herkomstlanden als Chili, Iran, Turkije en Zweden in een Zweeds bejaardentehuis. Hemstad koos expres voor deze omgeving omdat het de ouderen een gelijk uitgangspunt geeft. Na de vertoning vertelde Hemstad: "Ik wil de migranten in de film niet als 'anders' of problematisch neerzetten maar als mensen die samen leven en samen oud worden, ondanks bijvoorbeeld taalverschillen."

In haar film wisselen de gezamenlijke bingo avond, de gymnastiek- en boetseerlessen en persoonlijke gesprekken met ouderen elkaar af. Tussen de fotolijstjes met familieleden, in de kleine bejaardenkamers praten zij over de liefde, hun kinderen en hun leven in en buiten Zweden. "Ik verwachtte dat ik veel zware verhalen te horen zou krijgen van de mensen die gevlucht waren uit Chili of Iran, over martelingen of opstanden. Maar dat gebeurde niet. Ze hadden het over Zweden en over hun kinderen die niet op bezoek kwamen net als de Zweedse ouderen."

Ken uw vrienden

Vervolgens schetste Jérôme Bourdon, werkzaam aan de Universiteit van Tel Aviv, de Franse context. Hij onderscheidt de termen *multiculturalisme* en *multiculturaliteit*. Multiculturalisme heeft een negatieve connotatie in Frankrijk: het staat voor het onhaalbaar geachte doel dat een kleine groep idealisten hardnekkig blijft nastreven. De normatieve lading maakt dat mensen die het begrip hanteren, verdacht worden van politieke correctheid. Daarom heeft hij het in de Franse context liever over multiculturaliteit, waarmee hij de stand van zaken uitdrukt, een *fait accompli*. Tegelijkertijd is dit nooit een stabiele toestand: "De samenleving is constant in beweging. Migrantengroepen zijn vreselijk onstabiel, omdat mensen remigreren of verhuizen - voor werk of voor de liefde - en zich aanpassen aan verschillende culturen, zich identificeren met diverse landen tegelijkertijd."

In Frankrijk heeft meervoudige identificatie echter nooit ruimte gekregen. Het verbindingsstreepje, de *hyphen* waarmee Afro-Amerikanen zich aanduiden, is niet ingeburgerd in Europa. De aanslagen die sinds de tweede intifada ook in Frankrijk worden gepleegd, dankt Bourdon daaraan. Aan het feit dat mensen worden gedwongen te integreren en definitief te kiezen voor de Franse nationaliteit. "Daarmee bevordert je een gevaarlijk soort nationalisme, namelijk een nationalisme zonder land."

Multiculturaliteit gaat volgens Bourdon over universele waarden. Het is noodzakelijk om aan Frankrijk en Europa nieuwe betekenissen te geven waar migranten onderdeel van uitmaken en waarin alle bewoners meervoudige identiteiten hebben.

Bourdon: "In de politiek zegt men wel eens, ken uw vijanden, maar hiervoor geldt juist: weet wie uw vrienden zijn."

Sinedine Zidane is voetbalkoning

Volgens Alec Hargreaves loopt Frankrijk mijlenver achter op andere Europese landen, waar het de culturele diversiteit op tv betreft. Er is in Frankrijk geen vergelijk met de Britse zenders *BBC* en *Channel 4*. Niet alleen schort het aan programma's, ook is geen sprake van voorkeursbeleid om ander dan alleen wit personeel aan te trekken.

Hargreaves: "In Frankrijk is een groot gebrek aan beelden. Migrantinnen in soaps en spelprogramma's zoals in Groot-Brittannië, dat bestaat niet op de Franse tv. De enige manier waarop media migranten in beeld brengen, is in nieuwsuitzendingen, met de nadruk op moeilijkheden. Immigratie is synoniem aan problemen. Bovendien zijn de *banlieus*, de buitenwijken van de grote steden, die worden geassocieerd met criminaliteit en onveiligheid, een media constructie. Zo gebruiken de media de woorden *islamique* (gelovige) en *islamist* (fundamentalist) constant door elkaar."

Ook staat Hargreaves stil bij extreem rechts in Frankrijk. Want is de mate van aandacht die de media aan het *Front National* besteedde wel of niet van invloed op het aantal stemmen dat de partij kreeg? "Terwijl Margaret Thatcher de IRA de toegang tot de media ontzegde als een strategie om hen zuurstof te ontnemen, werkte het in Frankrijk juist andersom. Zodra de media zich serieus richtten op het partijprogramma van FN, kregen ze veel minder stemmen in de uiteindelijke uitslagen."

Bewuste pogingen en subsidies om televisie te interculturaliseren zijn er wel in Frankrijk. Toch verschijnen die programma's nooit op *prime time*, maar op minder populaire zenders en slecht bekeken *time slots*. Volgens Hargreaves moet Frankrijk het eerder hebben van de spontane en ongeplande toevalligheden waarbij migranten op *mainstream-tv* komen. De hardhandige beëindiging van het kerkasiel van de *sans papiers* is daarvan een voorbeeld. De media besteedde daaraan veel aandacht en juist daardoor veranderde ook de benaming van migranten zonder verblijfsvergunning. Voorheen werden zij *clandestins* genoemd, een woord met een negatieve bijklank. Het nieuwe woord *sans papiers* is veel menselijker. Door deze nieuwe term en de gewelddadige aard van de ontruimingen ontstond sympathie voor hun problematiek bij het grote publiek.

Ook tijdens de World Cup 1998 moest het Franse publiek wel aan de identificatie met migranten: het Frans nationaal voetbalteam is namelijk alles behalve wit. Topvoetballer Sinedine Zidane, die een Algerijnse achtergrond heeft, is de koning van het Franse voetbal.

Als laatste noemt Hargreaves *Big Brother* als voorbeeld van toevallige multiculturalisering. *Big Brother* werd in Frankrijk razend populair onder de naam *Loft Story*. Het werd uitgezonden op een commerciële zender en deelnemer Aziz had veel aanhang onder de kijkers. Bij de stemming tussen Aziz en Jean-Edouard, stemde 49,5% van de bellers, dat wil zeggen twee miljoen Franse televisiekijkers op Aziz. Inmiddels heeft hij een succesvolle carrière. Hargreaves: "Ik wil maar zeggen, soms komt verandering uit onverwachte hoek."

Liberaal en objectief

Sarita Malik, onderzoekster uit Londen, heeft een weerwoord op alle goede berichten over Groot-Brittannië. “Er is nog veel te bevechten, bijvoorbeeld op het gebied van beeldvorming en instituties.” Daarbij is het belangrijk om de geschiedenis van etniciteit op tv te kennen, zo vindt Malik. Ook in Groot-Brittannië is de terminologie door de jaren heen veranderd van *postcolonial* via *multicultural* naar *cultural diversity*. Tegelijkertijd is bar weinig veranderd. Malik: “Het gaat al decennia over *race* en *power*.” In dezelfde tijd dat de migratie naar West Europa op gang kwam, ontwikkelde de televisie zich als massamedium. Zwart stond in die tijd op de Britse tv synoniem aan vreemd; wit was de norm die nooit werd bevraagd. Zwarte mensen waren alleen te zien als muzikanten, *performers* en in relatie tot *no go areas*. De Britse maatschappij was gesegregeerd, het verbod ‘no dogs, no blacks, no Irish’ was gewoongoed. In de jaren zestig versterkte dit. Zwarte Britten werden afgebeeld als kwaadaardig, problematisch en geassocieerd met taalachterstanden, werkloosheid en burenruzie. De witte superioriteit vierde hoogtij. Malik: “Racisme wordt altijd gekoppeld aan de arbeidersklasse. De middenklasse en haar instituties worden niet gezien als racistisch, terwijl zij zwarte mensen uitsloten uit hun concept van burgerschap, dat zogenaamd etnisch neutraal was maar altijd een witte invulling heeft gehad.” In de jaren zeventig vervolgens, verscheen een handjevol niet-witte zeer stereotype personages in series van witte schrijvers op televisie. Tegelijkertijd vochten zwarte mensen voor betere representatie en toegang tot de media. In de jaren tachtig brandde de strijd om het publiek los. De commercialisering van het multiculturalisme was een feit. Zwarte en Aziatische Britten kregen een vaste plaats op tv. Deze ontwikkeling zette door in de jaren negentig. In 1992 startte *Channel 4* als eerste met een programmering die zich expliciet richtte op een ander niet-wit publiek. Ook de BBC en commerciële zenders zorgden voor meer culturele diversiteit op televisie. “Aan de ene kant kwam er meer ruimte in de *mainstream*. Zwart en migranten werden op veel verschillende manieren in beeld gebracht, in spelprogramma’s, nieuwsprogramma’s en series. Aan de andere kant betekende dat ook dat de ruimte voor alternatieve geluiden beperkter werd. Het draait immers nog steeds om macht: de macht over *time slots*, over de beeldvorming van etniciteit, en de liberale claim ‘*to show it like it is*’.” En nog steeds is de beeldvorming van migranten generaliserend. Malik: “Het is nu veel moeilijker om je vinger er op te leggen. Het gaat niet meer over negatieve of positieve beeldvorming, noch over opzettelijk racistische intenties. Het gaat nu meer over timing en associaties. Je merkte het na 11 september: etniciteit komt terug wanneer de gevestigde orde het meest heeft te verliezen.” Ook heeft het te maken met het feit dat ‘wit’ nooit gezien wordt als etniciteit, waar ‘zwart’ altijd etnisch is gedefinieerd. Daarbij zijn, ondanks het papieren voorkeursbeleid van de BBC, het management en de makers nog steeds merendeels wit. Malik: “Het gaat dus om vragen als, wie schrijft de programma’s, wie presenteert ze, hoe wordt etniciteit behandeld en wie heeft de macht om liberaal en objectief te zijn?”

Fietsen jatten

Joost de Bruin, de laatste spreker, staat stil bij de complexiteit van etniciteit. In zijn onderzoek naar de ontvangst van de serie *Goede tijden, slechte tijden* door Nederlandse jeugd van verschillende etniciteiten, kwamen zijn eigen vooronderstellingen naar voren. Toen hij bijvoorbeeld twee Turkse studentes interviewde was hij verbaasd dat ze zo goed Nederlands én bovendien vloeiend Turks spraken. Of dat de één een piercing had en de ander sigaretten rookte. De Bruin: “Andersom hadden zij van mij verwacht dat ik blond zou zijn.” Na vele interviews met jongeren is hij zich ervan bewust dat etniciteit niet makkelijk te vatten is. “Etniciteit wordt altijd doorsneden door andere aspecten van identiteit, zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau. Bovendien wordt etniciteit bepaald door de persoonlijke context: naar welke school je gaat, welke vrienden je hebt, het leven dat je ouders leiden, etc. Daarnaast werd mijn visie op etniciteit beïnvloed door mijn eigen perspectief, een wit perspectief van waaruit ik dacht over migranten als vreemden.” Omdat etniciteit moeilijk is te duiden, is het ook lastig om te bepalen of een televisieprogramma multicultureel is. In Nederland hanteren de publieke omroepen de volgende definitie:

- Programma’s waarin we mensen zien met verschillende culturele en etnische achtergronden;
- Programma’s met verhalen over de multiculturele samenleving; en
- Programma’s die zich richten op migranten.

In feite voldoen veel programma’s van verschillende televisiegenres aan deze definitie. Ook in Nederland is immers het nationaal voetbalteam divers samengesteld en maken personages van verschillende achtergronden deel uit van soaps en series. Organisaties die zich bezig houden met beeldvorming van migranten in de media worstelen dan ook met de vraag: hoe herken je migranten op tv en waaraan herken je ze dan? Aan huidskleur, gewoontes, accent? *Meer van Anders* (NOS) ontwierp een instrument om de aandacht die besteed wordt aan migranten op tv te kwantificeren en keek daarbij alleen naar zichtbaarheid. Soms door uiterlijk, soms door de definitie die mensen aan zichzelf of aan anderen gaven. Dit jaar was volgens dit instrument op de publieke zenders 72 procent van de personen wit, dus 28 procent niet-wit. Op de commerciële zenders was 67 procent wit en 33 procent niet-wit. Hieruit is niet te concluderen hoe de media migranten in beeld brengen. Volgens De Bruin zijn er twee dominante manieren: “Aan de ene kant zien we niet-witte Nederlanders zonder ‘etnische’ kenmerken. Zij zien er misschien anders uit dan witte Nederlanders maar ze doen niet anders. Aan de andere kant zien we ook veel mensen die juist sterk gelabeld worden als ‘etnisch’ en ‘anders’. Zij hebben weinig gemeen met witte Nederlanders.” In zijn onderzoek vond De Bruin deze manieren terug, maar hij vond ook televisieprogramma’s waarin de complexiteit van etniciteit in beeld werd gebracht. Met drie fragmenten illustreert hij dit. Ten eerste een aflevering van de Nederlandse *Big Brother, the Battle*. Bewoner Mustapha, een eigenwijze rechtenstudent, neemt in het huis deel aan de ramadan, ook al weet hij niet goed hoe hij moet bidden. Het beeld van een politieke én religieuze Marokkaan die niet kan bidden, noemt De Bruin vernieuwend. Bovendien is Mustapha erg populair onder jongeren en biedt zo een goed identificatiemodel. Ten tweede toont hij een fragment uit de nieuwe ziekenhuisserie *Hartslag* waarin de onkunde van witte Nederlanders om om te gaan met hun eigen etnische positie en die van anderen in beeld wordt gebracht. Een jonge witte dokter walst respectloos over de angst van een migrantenvrouw heen, passeert daarbij haar dochter die als tolk optreedt en de gerenommeerde zwarte arts die hem opleidt. Het derde voorbeeld komt uit *De grote integratieshow*, waarin migranten moeten bewijzen dat ze geïntegreerd zijn in Nederland. In deze aflevering is het de kunst om zo snel mogelijk een fiets te stelen. Een team Antillianen neemt het op tegen een team Surinamers. In het op de hak nemen van de witte cultuur, en grappen over de serieuze aspecten van multiculturalisme schuilt de kracht van de show, aldus De Bruin. Tot slot heeft de onderzoeker tips voor televisiemakers: “Besef dat etniciteit complex is, maak geen programma’s over één etnische groep, toon meerdere perspectieven, wees bewust van uw eigen etnische perspectief. Ook Nederlandsheid is immers een etniciteit. Bovendien: maak ook eens een grappen over etniciteit, liefst over uw eigen.”

Kritische massa

Met al deze aanwijzingen in het achterhoofd spraken de onderzoekers met televisiemakers uit verschillende landen over de vraag: wat is dan precies een goed televisieprogramma? Volgens Marcus Ryder (Trading Races, BBC) moet er zo veel mogelijk verscheidenheid op tv. "Programma's waarin alleen zwarte personages spelen zijn belangrijk, maar er moeten ook soaps zijn waarin mensen van verschillende etnische achtergronden spelen. Ook in nieuwsitems, documentaires en quizen en politieke commentaren moet meer diversiteit zijn te zien." Sarita Malik waarschuwt voor saaie personages: "Het gevaar is dat je teveel met de politiek van representatie bezig bent en hele saaie programma's maakt, ook al zitten er zwarte en Aziatische personages in. Je moet de creativiteit niet uit het oog verliezen." Ze is het met Joost de Bruin eens dat humor noodzakelijk is. Bovendien vindt ze het belangrijk dat zwarte en migranten televisiemakers meer zendtijd en meer invloed krijgen.

Wat dat betreft hebben witte vrouwen het beter gedaan dan zwarten en migranten, vindt Ryder. Zij zitten op alle niveaus binnen de omroepen. "Ik herinner me een stereotype vrouwenprogramma, over kapotte toasters enzo, dat diende als kweekvijver. Ook al was het een stom programma, er werkten alleen vrouwen, en zij stroomden allemaal door naar andere functies. Ik ben de enige zwarte programmamaker maar ik kan het niet alleen. Ik heb een kritische massa nodig."

Het probleem van de in- en de doorstroom herkennen meerderen. De Bruin: "Hilversum wordt gerund door oude, witte mannen. Het is een ivoren toren die moeilijk te bestormen is." Voorkeursbeleid, of zelfs harde quota worden genoemd als oplossing. Naast voorkeursbeleid is er echter ook een machtsanalyse nodig. Malik: "Vertrouw niet op papieren regels. Het institutionele racisme moet worden aangepakt, die verplichting hebben in ieder geval de publieke omroepen."