

Nationale media ontdekt regionaal nieuws

De aandacht van de landelijke media voor wat zich buiten de grote steden afspeelt, is de laatste jaren zienderogen toegenomen. De vraag is of een toenemende publieke belangstelling hier de oorzaak of het gevolg van is. Feit is in ieder geval dat de -commerciële- zenders steeds meer zendtijd moeten vullen.

GERT BIELDERMAN*

Een willekeurig voorbeeld. De kleine Brabantse gemeente X is in rep en roer. Wethouder Jansen heeft voor een habbekrats een lapje grond gekocht en dat lapje vervolgens voor een enorme smak geld doorverkocht aan een plaatselijke aannemer. De aannemer is één van de gegadigden voor de bouw van een nieuw stadhuis. Het gemeentebestuur beslist binnenkort over de aanbesteding.

Tien jaar geleden zou de berichtgeving over dit gemeentelijke schandaal zich vermoedelijk hebben beperkt tot de regionale pers. Vandaag de dag moet Jansen er op rekenen dat hij niet alleen de regiokrant, de lokale omroep, de regionale radio en televisie alsmede een handvol kabelkranten en huis-aan-huisbladen over de vloer krijgt. Ook het Radio 1 Journaal en een handvol cameraploegen namens de NOS, RTL, SBS en Veronica willen Jansen met verstikte stem zijn onschuld horen bepleiten en een bij voorkeur wenende mevrouw Jansen zien verklaren dat zij honderd procent in haar echtgenoot geloof.

NIEUWSHONGER

De mediadichtheid in ons land is gigantisch toegenomen en evenredig daarmee de nieuwshonger van de mediaproductanten. Tegenover een afname van het aantal regionale dagbladen als gevolg van fusies, staat een

spectaculaire groei van het aantal nieuwsbladen en radio- en TV-stations. Wie vroeger op een willekeurige plek in het land zijn auto om een boom vouwde kon maximaal rekenen op een éénkolommer in het plaatselijke dagblad. Tegenwoordig weten talrijke *scannermen* en video-correspondenten jou en je autowrak vaak sneller te vinden dan de politie en de ambulance. En als je geluk hebt, kun je 's avonds vanaf je ziekenhuisbed op een of ander TV-journaal zien, hoe de brandweer bezig is jou uit de restanten van je auto te zagen.

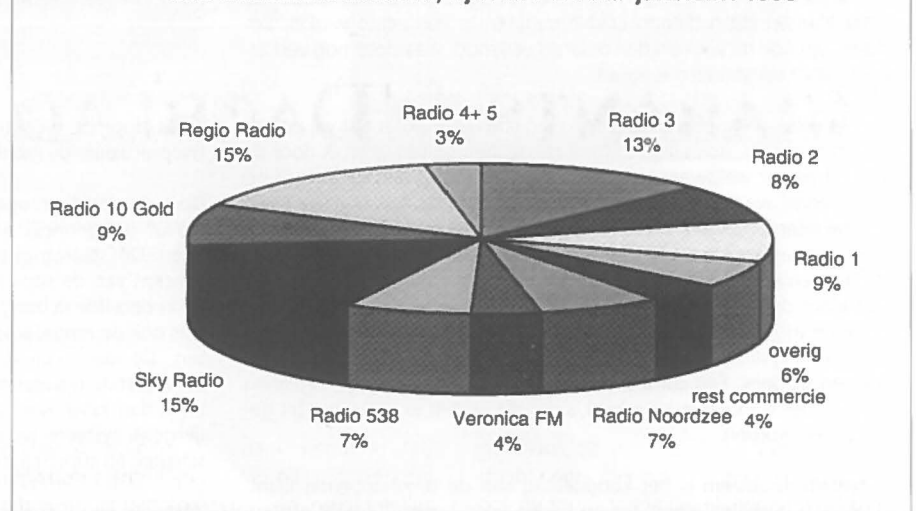
Het zou te gemakkelijk zijn de toegenomen belangstelling voor de regio uitsluitend toe te

lang regionale actualiteiten kan gaan brengen. En niet toevallig maakt de Wereldomroep zo graag en veelvuldig gebruik van tv-materiaal van de diverse publieke regionale zenders.

KOERS

Aan de basis van alles staat echter de onmiskenbare en immer aanwezige behoefte van lezers, kijkers en luisteraars om zo uitvoerig en snel mogelijk te worden geïnformeerd over de eigen streek, de eigen stad en de eigen straat. Zonder markt geen produkt. De behoefte aan kleinschalig nieuws is decennia lang gevoed door betrekkelijk kleinschalige

Marktaandeel zenders, tijdvak 7-24 uur-jan./febr. 1998



schrijven aan het feit dat steeds meer pagina's en zendtijd moeten worden gevuld. Het speelt wel een rol. Voor een deel creëert ook hier een stijgend aanbod zijn eigen vraag. En succesformules worden in medialand razendsnel gekopieerd. Als RTL5 het land in gaat, kan SBS6 niet achterblijven en wordt het Hart van Nederland opgezocht. En als de commerciële omroep het vizier op de provincie richt, is Hilversum wel gedwongen te volgen. Niet toevallig onderzoekt AKN -het samenwerkingsverband van AVRO, KRO en NCRV-, momenteel of Nederland 1 in samenwerking met de regionale omroepen dagelijks een uur

lokale of regionale media. Niet door de krantenmakers in de Wibautstraat in Amsterdam en de radio- en TV-makers in Hilversum. Die haalden hun neuzen op voor het in hun ogen kneuterige provincialisme buiten de randstad. Nieuws haalde je in Amsterdam, in Washington en Johannesburg. Desnoods in Moermansk. Maar toch niet in Hengelo of Helmond! Die pedante stelling hebben zij inmiddels onder druk van de omstandigheden verlaten. Amsterdam heeft sinds enige tijd zijn eigen lokale dagblad -Het Parool geheten!-, en uit het succes van lokale TV-stations als AT5 en het onlangs zelf tot nieuws-

tem gebombardeerde TV West blijkt dat randstedelingen minstens zo bevattelijk zijn voor informatie uit de eigen omgeving als wilkeurig welke provinciaal. Vanuit die filosofie hebben ook de grote regionale dagbladen in Utrecht en Den Haag alweer enkele jaren geleden hun redactionele koers verlegd. Zij hebben afstand genomen van de fictie als zouden Utrecht en Den Haag slechts worden bevolkt door kosmopolitisch georiënteerde intellectuelen wier interesse in de wereld pas buiten de eigen stadsgrenzen begint.

GLOBAL VILLAGE

De regio is *hot* in de media, of juist *cool* voor aanhangers van het theorema van de overleden mediaprofeet McLuhan. Over het waarom circuleert een theorie met de volgende strekking: naarmate McLuhans *global village* vorm krijgt en burgers worden bestookt met nieuws uit alle uithoeken van de aarde, krijgen die wereldburgers de spontane neiging zich te beschermen tegen een *overkill* aan informatie. Dat doen zij door zich terug te trekken in de cocon van een kleine gemeenschap. In de eigen buurt, de eigen stad of regio is het leven overzichtelijk en beïnvloedbaar. Dat schept een gevoel van veiligheid en individualiteit, een gevoel dat bijvoorbeeld in het Europa van de EMU en de euro verloren dreigt te gaan. De angst voor het grootschalige voedt de belangstelling voor kleinschaligheid. Media spelen daarop in. Dat verklaart het succes van regionale radio en TV. Dat verklaart de 'ontdekking' van de regio door de landelijke pers. Politici spelen daarop



Lokale media houden contact met de man op straat. Foto: Marianne Bronkhorst

Radio 3 en Sky Radio. En natuurlijk, in het noorden des lands kijkt één op de drie inwoners dagelijks naar het regionale TV-journaal. Aan het weekbereik van de Groningse regio-TV van boven de tachtig procent kan elke landelijke zender -publiek of commercieel- in het noorden een dikke punt zuigen. Maar dat is allemaal niet nieuw. Regionale media hebben zich altijd al in grote publieke belangstelling mogen verheugen. De identificatie van Limburgers met Limburg, Zeeuwen met Zee-

Rotterdam en Utrecht naar de kroon. Gelijk met een hervervakeling van de economische activiteiten heeft een nieuwe verdeling van politieke en culturele macht plaatsgevonden. Den Haag is niet langer het onbetwiste bestuurlijke centrum van de natie waar regiobestuurders met de pet in de hand belet moeten vragen. De regio heeft aan kracht en zelfbewustzijn gewonnen. Dat proces vindt zijn weerslag in het karakter en de rol van de regionale media. De afgelopen vijftien jaar hebben regionale dagbladen hun imago van lokale sufferdjes afgeschud. Er zijn fors bezette fusiekranten ontstaan die in omvang en kwaliteit voor landelijke dagbladen niet onderdoen. Eenzelfde proces heeft zich binnen de omroep afgespeeld. De regionale omroepen zijn grote, professionele organisaties geworden. Zij hebben het verleden van de klompdansen ver achter zich gelaten. De huidige extra journalistieke belangstelling voor de regio en de massale publieke belangstelling voor regionale media zijn loten van dezelfde stam. Zij duiden op de voltooiing van een emancipatieproces. De regio en de regionale pers zijn volwassen geworden. Zij worden dan ook opgemerkt en opgevrijd door degenen die vroeger geen oog, laat staan enige interesse, hadden voor wat zich buiten de randstedelijke agglomeratie afspeelde.

De doorsnee radioluisteraar, TV-kijker en krantenlezer in de regio is gewoon zichzelf gebleven. Die was altijd geïnteresseerd in het wel en wee van zijn eigen stad of dorp en zal dat altijd blijven. Hoe klein Nederland of hoe groot Europa ook moge worden.

*Gert Bielderman is hoofdredacteur en directeur van de Omroep Brabant

BRABANTS DAGBLAD

in. Dat verklaart dan weer waarom in de jongste, geslaagde verkiezingscampagne van de PvdA zowel de regio als de regionale pers absoluut centraal werd gesteld.

Tot zover de theorie. Het is een plausibel verhaal. Er is geen diepgaand onderzoek voor nodig om vast te stellen dat veel Nederlanders moeite hebben met de abstractiegraad van Den Haag en Brussel. In de zoektocht naar geborgenheid en naar een eigen identiteit bieden regionale politiek, cultuur en economie oude en tegelijkertijd nieuwe vormen van houvast.

DICHTHEID

Toch spreken oplage-, luister- en kijkcijfers een andere taal. Die zijn namelijk minder spectaculair veranderd dan men op grond van de *small is beautiful*-theorie zou mogen verwachten. Natuurlijk, de best beluisterde radiozenders zijn de regionale omroepen. Zij zijn de enige die, nota bene als nieuws- en informatiezenders, qua luisterdichtheid kunnen concurreren met de pure muziekzenders

land en Friezen met Friesland is nooit weg geweest, evenmin als de identificatie van Limburgers, Zeeuwen en Friezen met hun regionale media. Het is evenmin een nieuw gegeven dat het regionale chauvinisme in de randstad minder evident is dan elders en dat regionale media het daar aanzienlijk moeilijker hebben dan in de rest van het land.

Dat regionale media momenteel *booming business* zijn, en dat tot in lengte van dagen zullen blijven, heeft dan ook niet zo geweldig veel te maken met hernieuwde regionale belangstelling van het publiek als gevolg van de globalisering van ons dagelijks leven. Het is veel meer de formele doorbraak van iets dat er altijd is geweest, maar dat vanwege het onevenredig hoge grachtengordel-gehalte van veel op nationale schaal opererende media lange jaren is gemarginaliseerd.

EMANCIPATIE

Nederland is veranderd. Nederland is niet langer de randstad en omstreken. De industriële centra rond Enschede en Eindhoven steken