

RONALD GERRITZEN EN MAARTEN VAN DE VEN

## *Muziek op televisie. Een onderzoek naar muziekprogramma's op de Nederlandse televisie*

In dit onderzoek staat de vraag centraal in hoeverre de Nederlandse omroepen bij het uitzenden van muziekprogramma's op televisie uitgaan van een vooraf vastgesteld beleid. Verder is bekeken of het muziekaanbod van de verschillende omroepen aansluit bij hun identiteit, zoals die tot uiting komt in de omroepstatuten en profielschetsen. De onderzoeksaanleiding wordt gevormd door "Musik am Fernsehen", een onderzoek dat in 1988 door F. Hänecke is uitgevoerd en waarin de situatie ten aanzien van muziek op de Zwitserse televisie staat beschreven. Daarin is onderzocht hoe muziek in beeld wordt gebracht (vorm), en aan welke soorten muziek aandacht wordt besteed (stijl).

De maatschappelijke relevantie van het onderzoek ligt in het feit dat de betekenis van muziek in de samenleving is gegroeid, zowel in economische (muziek is miljardenbusiness geworden) als in culturele zin. Door de toename van vrije tijd is zowel de actieve als passieve muziekbeoefening toegenomen. Met deze "Allgegenwartigkeit von Musik" (Hänecke, 1988) komen nieuwe politiek-culturele vragen aan de orde, met name met betrekking tot de kwaliteit en kwantiteit van cultuurgoederen als massaproducten (zoals muziekprogramma's op televisie). Dergelijke vragen zijn van belang, gegeven de multifunctionele rol van de (massa)media; zij laten ontwikkelingen zien en zijn mede-verantwoordelijk voor nieuwe ontwikkelingen. De theoretische relevantie van dit onderzoek is het geven van een aanzet tot theorievorming op het gebied van boodschapsanalyse omtrent muziek in televisieprogramma's.

### **Centrale Vragen**

De volgende vragen staan in het onderzoek centraal:

- Is de muziekprogrammering op televisie van de Nederlandse omroepen gebaseerd op een bepaald beleid d.w.z. op nauwkeurig omschreven, vastgestelde regels en principes? Daartoe bekijken we onder meer de verschillende omroepstatuten en de mediawet. Wanneer we uitgaan van de bepalingen in de mediawet betreffende de pluriformiteit en de culturele taak van de publieke omroep, dan mogen we een rijk geschakeerd, divers muziekaanbod op de Nederlandse televisie verwachten.
- Is het muziekaanbod van de verschillende omroepen een afspiegeling, afgeleide van hun identiteit, zoals die naar voren komt in de omroepstatuten en de profielschetsen van hun achterban? Identiteit wordt door ons opgevat als het kenmerkende, de specifieke karakteristieken van een organisatie. De statuten geven ons inzicht in de doelstellingen van de omroepen. De profielschetsen van de achterban geven een beeld van de karakteristieken van de leden van een omroep (zie Felling, Peters & Schreuder, 1983a).

## Onderzoeksopzet

Om de centrale vragen te beantwoorden hebben we op de eerste plaats bekeken in welke mate er in de programma's aandacht wordt besteed aan muziek. Vervolgens hebben we onderzocht hoe het muziekaanbod is gestructureerd, door te kijken hoe muziek in beeld wordt gebracht (vorm), en aan welke soorten muziek aandacht wordt besteed (stijl). Tenslotte hebben we het muziekaanbod van de verschillende omroepen vergeleken met de bepalingen uit de omroepstatuten en met de gegevens over de achterban van de omroepen, zoals die uit de profielschetsen naar voren komen.

Het onderzoeksmateriaal bestaat uit het totale programma-aanbod van de Nederlandse televisie in 1988. De hoeveelheid uitgezonden muziekprogramma's is bepaald aan de hand van de ESCORT-kwartaalgegevens over 1988. Het ESCORT-systeem wordt gebruikt door de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS en geeft een overzicht van alle uitgezonden tv-programma's plus een indeling naar programmavorm (o.a. per omroep, titel en kwartaal).

Daarbij zijn we uitgegaan van een ruime interpretatie van het centrale begrip 'muziekprogramma', dat als volgt gedefinieerd is:

Een muziekprogramma is een audio-visueel produkt waarin muziek dominant aanwezig is, of waarin muziek de directe aanleiding vormt voor de dramatische handelingen.

Gezien het feit dat de bovenstaande brede definitie van muziekprogramma niet altijd overeen bleek te komen met de indeling van het ESCORT-systeem, hebben we ter aanvulling en controle van de ESCORT-gegevens gebruik gemaakt van een jaargang Veronica tv-gidsen. Op deze manier zijn we er in geslaagd om ook die muziekprogramma's mee te nemen, die het ESCORT-systeem niet als zodanig heeft ingedeeld.

Dominantie van muziek in programma's wordt door ons niet procentueel uitgedrukt. Om te bepalen wat een muziekprogramma is, gaan we uit van onze definitie. Dit leverde over het algemeen geen problemen op, enkele uitzonderingen daargelaten. In die gevallen hebben we de gegevens uit zowel de ESCORT-rapporten als de Veronica-gidsen gecombineerd met eigen inzichten om te komen tot een zo correct mogelijke toewijzing. Zo is *Ron's Honeymoonquiz* (TROS) ondanks de vele muzikale intermezzi niet gekoedeerd en de *Soundmix-Playback Show* (KRO) wel.

De muziekprogramma's zijn ingedeeld naar vorm en stijl. Wij zijn daarbij uitgegaan van het onderzoek van Hänecke (1988). De nuvolgende indelingen naar programmavorm en muziekstijl zijn hierop gebaseerd en naar eigen inzicht aangepast aan de Nederlandse situatie. De 14 oorspronkelijke programmavormen (zoals die te vinden zijn in het rapport "Muziek op televisie", 1990) zijn in dit artikel teruggebracht tot 7 vormen om redenen van leesbaarheid en duidelijkheid. Enkele percentages van programmavormen zijn dusdanig laag dat ze geherkodeerd zijn op basis van verwantschap,

zoals bijvoorbeeld is gebeurd met de categorieën Opera, Operette en Dans. De variabele 'programmavorm' is als volgt geoperationaliseerd:

Programmavorm:

1. Show / Hitparade / Videoclip
2. Concert / Festival
3. Special / Documentaire
4. Magazine / Quiz / Talentenjacht
5. Speelfilm / Musical / Serie
6. Opera / Operette / Dans
7. Overig

Onze indeling van muziekprogramma's naar muziekstijlen wijkt af van de door ESCORT gehanteerde indeling. In het licht van de centrale vraagstelling is het namelijk niet noodzakelijk om een onderscheid te maken in b.v. licht klassieke en (modern) klassieke muziek, zoals ESCORT dat wel doet. Vandaar dat wij de ESCORT-indeling hebben teruggebracht tot een zestal muziekstijlen, zoals in het onderstaand overzicht is te zien:

Muziekstijl:	ESCORT:
1. Popmuziek	Jeugdmuziek
2. Klassieke Muziek	Licht Klassieke Muziek (Modern) Klassieke Muziek
3. Volksmuziek <sup>1</sup>	Volks- en Traditionele Muziek lichte Muziek
4. Jazz	Jazz
5. Religieuze Muziek	Gewijde Muziek (Algemeen kader) Gewijde Muziek (Religieus kader)
6. Muziektheater & Ballet	Muziektheater & Ballet

## Resultaten

Wanneer het totaal aan muziekprogramma's, dat in 1988 werd uitgezonden, wordt vergeleken met het totale programma-aanbod van dat jaar, dan blijkt 9% van de totale zendtijd te zijn gevuld met muziekprogramma's. Dat komt neer op gemiddeld 13 uur per week. Mede gezien de ruime definitie van het begrip 'muziekprogramma' en de al eerder vermelde "Allgegenwartigkeit von Musik" lijkt dit weinig. Dit is ons inziens echter niet het geval, in ogen-schouw genomen dat televisie in eerste instantie een visueel medium is (radio is geschikter voor muziek), én dat voor bijna alle programma's achtergrondmuziek wordt gebruikt, iets wat buiten dit onderzoek valt. In tabel 1 zien we het aandeel in het totale muzikaanbod per omroep in 1988, tevens uitgedrukt in het aantal uren en minuten zendtijd per week, dat aan muziek besteed wordt.



Bekijken we de programmavorm dan zien we een opmerkelijk resultaat: zo'n 60% van het totale muziekaanbod werd uitgezonden in de vorm van Show/Hitparade/Videoclip en Concert/Festival. Andere programmavormen komen minder vaak voor (zie tabel 3).

In 1988 werd het muziekaanbod overheerst door drie muziekstijlen (popmuziek, klassieke muziek en volksmuziek), die voornamelijk middels twee programmavormen (show/ hitparade/videoclip en concert/festival) werden uitgezonden (zie tabel 4). Vergelijken we dit gegeven met de in de mediawet vermelde culturele verplichtingen en pluriformiteit, dan constateren wij een discrepantie tussen de door ons gevonden resultaten en de bepalingen in de mediawet. Er wordt weliswaar aan veel vormen en stijlen aandacht geschonken, maar de verhoudingen zijn daarbij dusdanig scheef, dat van een volwaardig pluriform muziekaanbod niet kan worden gesproken.

Hierbij dient echter te worden aangetekend dat het niet vanzelfsprekend is, wat precies moet worden verstaan onder pluriformiteit van het muziekaanbod. Het is namelijk niet zonder meer duidelijk wat een evenwichtige verdeling van muziekstijlen over programmavormen is. De mediawet is duidelijk wat betreft de noodzaak van een pluriform programma-aanbod, maar geeft daar geen concrete invulling aan. Die invulling is vooral afhankelijk van de omroepen zelf. Aangezien er in dit onderzoek is uitgegaan van de boodschap (=muziekprogramma's), is een muziekaanbod evenwichtig van aard indien alle door ons gehanteerde stijlen en vormen gelijkmatig aan bod komen.

**Tabel 4. Verdeling van 3 muziekstijlen over 2 programmavormen in percentages**

	Show/Hitp	Conc/Fest	Overige	Totaal
Popmuziek	49.6	15.3	35.1	100
Klassiek	10.5	48.4	41.1	100
Volksmuziek	35.0	13.1	48.1	100

### Muziek per omroep

De NOS zendt in 1988 van alle omroepen de meeste muziek uit op televisie. De NOS besteedt ongeveer 9% van haar totale zendtijd aan muziek. Het aanbod bestaat hoofdzakelijk uit klassieke muziek, die voornamelijk wordt gebracht in de vorm van concerten, opera's en dans. Aangezien de NOS een complementariteitsfunctie heeft ten opzichte van de andere omroepen, dient ze vooral te voorzien in dat aanbod, dat door de andere omroepen onvoldoende wordt gebracht. Deze complementariteitsfunctie komt duidelijk naar voren bij klassieke muziek, maar niet of nauwelijks bij de overige muziekstijlen.

*Veronica* zendt in 1988 de meeste popmuziek uit. Deze omroep richt zich volgens de statuten hoofdzakelijk op jongeren. Het hoge percentage popmuziek is dan ook niet verwonderlijk; popmuziek richt zich immers voornamelijk op de jeugd. *Veronica* besteedt relatief gezien de meeste zendtijd aan muziek; bijna 20% van haar totale programma-aanbod wordt aan muziek gewijd. De meest gebruikte programmavorm daarbij is de muziekshow en uiteraard de hitparade. De leden van *Veronica* zijn vooral jongeren, zodat de relatie achterban-identiteit evident is.

De *KRO* besteedt ongeveer 10% van zijn zendtijd aan muziek, en richt zich daarbij met name op pop- en volksmuziek, meestal uitgezonden in de vorm van een magazine, quiz, spel of talentenjacht. Opvallend is het ontbreken van religieuze muziekprogramma's en de hoge score op musicals. Als het gaat om muziek op televisie sluit de identiteit van de *KRO* niet goed aan bij de wensen van zijn achterban. Ondanks religieuze bepalingen in de identiteitsbeschrijvingen, kiest de *KRO* vooral voor programma's met een hoge amusementswaarde. De *KRO* houdt op die manier wellicht rekening met zijn achterban; het *KRO*-lid is veelal een afspiegeling van het gemiddelde omroepid.

De *TROS* brengt vooral volksmuziek, en daarnaast ook een ruime hoeveelheid popmuziek. De profielschets van het gemiddelde *TROS*-lid heeft o.a. de volgende kenmerken: lager opgeleid, behorend tot de lagere beroepscategorieën en 'half-burgerlijk'. De nadruk op volksmuziek is dan ook niet vreemd, aangezien deze muzieksoort vaak mensen met de hierboven beschreven kenmerken aanspreekt. Bij de *TROS* zijn het vooral showprogramma's, hitparades, concerten, festivals, magazines, spelprogramma's en talentenjachten, die uitgezonden worden. In het totaal besteedt de *TROS* zo'n 10% van haar aanbod aan muziek.

Het totale programma-aanbod van de *AVRO* bestaat in 1988 voor ongeveer 9% uit muziekprogramma's. De *AVRO* is de enige omroep die aan alle muziekstijlen aandacht schenkt, al zijn de verhoudingen tussen deze stijlen onderling enigszins scheef. Het *AVRO*-lid kan, sterker nog dan het *KRO*-lid, omschreven worden als representatief voor het gemiddelde omroepid. Dus dient men, zoveel mogelijk, de extremen te vermijden en van alles wat uit te zenden. Ondanks dat men in de statuten vaag blijft over een eigen identiteit, mag men toch redelijkerwijs aannemen dat deze brede muzikale oriëntatie een beleidsmatige keuze van de *AVRO* is.

De *NCRV* gaat uit van het christelijke geloof. Religieuze muziek staat naast volksmuziek hoog in het vaandel, andermaal gebracht in de vorm van showprogramma's, concerten, festivals e.d. Ook popmuziek en klassieke muziek scoren vrij goed. Deze relatief brede oriëntatie is wellicht te verklaren vanuit

de kenmerken van de achterban. Het gemiddelde NCRV-lid is familiaal ingesteld. Wellicht dat er daarom een 'voor elk wat wils'-concept wordt gehanteerd, maar het is ook mogelijk dat de NCRV door doelgroepverbreding simpelweg meer kijkers wil trekken. De NCRV besteedt 9% van haar totale programma-aanbod in 1988 aan muziek.

De *VARA* zendt vooral popmuziek en volksmuziek uit. Volksmuziek is nog te verklaren vanuit de achterban. Het gemiddelde *VARA*-lid is al wat ouder (gemiddeld 45 jaar), overwegend links georiënteerd, tendeeft naar een 'doorsnee-burger' (wat betreft economische en familiale waarden), en is niet-religieus en onkerkelijk (religieuze muziek komt dan ook niet voor). Popmuziek sluit hier echter niet op aan, gezien de leeftijd van het gemiddelde *VARA*-lid. Wellicht dat de *VARA* door het uitzenden van popmuziek de jeugd aan zich wil binden. Opvallend is de hoge score op de vorm magazine. Hänecke (1988) concludeert in zijn onderzoek dat louter muziek op den duur niet meer voldoende zal zijn, en dat het aangevuld moet worden met informatie. De magazine-vorm is daarvoor zeer geschikt. De *VARA* besteedt 7% van haar programma-aanbod aan muziek.

De *EO*, de naam (Evangelische Omroep) zegt het al, besteedt maar liefst 65.6% van zijn muziekaanbod aan religieuze muziek. Daarnaast komen volksmuziek en klassieke muziek nog in enige mate voor. De vorm is meestal een showprogramma, concert, festival of special. Aangezien het doorsnee *EO*-lid te kenmerken valt als sterk christelijk en kerkgezind, mag worden aangenomen dat het religieuze muziekaanbod een afspiegeling is van de wensen van de achterban. Dit sluit ook aan bij de doelstelling van de *EO*: het verkondigen van het woord van God. 11,4% van het programma-aanbod van de *EO* wordt in 1988 aan muziek gewijd.

De *VPRO* besteedt 6,5% van zijn zendtijd aan muziek. Bij deze omroep is popmuziek de belangrijkste stijl en het magazine de belangrijkste vorm. Opvallend is de aandacht voor de muziekdocumentaire. Hoewel de *VPRO* blijkens zijn statuut aandacht heeft voor alles wat vernieuwend is, geldt dit wat de muziekprogrammering betreft vooral voor popmuziek. Het *VPRO*-lid is jong, hoog opgeleid, anti-traditioneel, anti-burgerlijk en niet-religieus, dat past bij een omroep die op de toekomst gericht, onafhankelijk, en verkenkend wil zijn.

## Conclusie

Op basis van de door ons verkregen resultaten kunnen we stellen dat er voor geen van de door ons onderzochte omroepen een duidelijk beleid wat betreft de muziekprogrammering op televisie is aan te geven. Toch zijn er een aantal omroepen die een duidelijke voorkeur hebben op dit gebied, hetzij op basis van de statuten, hetzij op basis van de achterban. De *NOS* heeft een

voorkeur voor klassieke muziek, de TROS voor volksmuziek, de EO voor religieuze muziek en Veronica met de VPRO voor popmuziek. Voor de overige omroepen geldt dat ze een minder geprofileerde voorkeur hebben. Toch kiezen ze in hun muziekprogrammering in hoofdzaak voor pop- en volksmuziek.

Voor het voortbestaan van de publieke omroepen is het van vitaal belang, dat ze zich zorgvuldig profileren en hun identiteit verlevendigen ten opzichte van de opkomende commerciële stations. De conclusie dat drie muziekstijlen en twee programmavormen het Nederlandse muziekaanbod domineren, voorspelt daarbij niet veel goeds. Immers dezelfde stijlen en vormen worden (met succes) door de commerciële stations geëxploiteerd. Een verbreding van de muzikale oriëntatie zou ons inziens tot meer perspectief leiden. Daarbij komt men dan tevens tegemoet aan de in de mediawet vermelde cultuureis van pluriformiteit.

Manschot (in Heinsman & Servaes, 1988) noemt in zijn artikel "Publieke omroep en programmastrategie" een viertal argumenten voor het voortbestaan en functioneren van de publieke omroepen:

1. Een breed scala aan soorten programma's
2. Een geïntegreerde programma-filosofie
3. Verschillende presentatiewijzen
4. Rekening houden met een breed publiek

Vergelijken we deze vier argumenten met het onderzochte muziekaanbod, dan is er wel sprake van een breed scala, maar niet van een evenwichtig aanbod. Op die manier wordt pluriformiteit een hol begrip. Binnen een geïntegreerde programma-filosofie past bijvoorbeeld het magazine, en daar wordt nog te weinig gebruik van gemaakt. Muziek alleen zal op den duur niet meer voldoende zijn, en zal moeten worden aangevuld met informatie. Gebruik maken van meerdere vormen om de kijker in verschillende gedaantes aan te spreken (de kunstminnende, de vermaakzoekende, de informatiezoekende etc.) is een mogelijke verbetering, evenals het uitgaan van een breed publiek. Men dient echter de argumenten van Manschot niet afzonderlijk te bezien, maar als onderdelen van een geïntegreerde aanpak.

De slotconclusie m.b.t. de identiteit is dat voor de meeste omroepen de identiteit aangescherpt moet worden om een duidelijke eigen positie (bestaansrecht) in de ether te verwerven. De omroepen moeten niet terug naar de verzuiling, maar dienen zich bewust te positioneren, om de concurrentie met de commerciële stations aan te kunnen, waarbij er voor gezorgd moet worden dat de economische belangen de culturele taken niet gaan verdringen, en dat eenvormigheid wordt tegengegaan.

**NOOT**

1 Wij hanteren de definitie die Hänecke (1988) hiervan geeft:

“Eine Musikgattung die aus einer Kulturgemeinschaft gewachsen ist und in breiten Schichten der Bevölkerung verwurzelt ist die dieser Kulturgemeinschaft angehört”.

**LITERATUUR**

- Bardoel J. en Bierhoff J. (1987). *Media in Nederland*. Groningen: Wolters-Noordhoff b.v.
- Concept-verenigingsstatuut TROS (1989). Hilversum: Televisie en Radio Omroep Stichting.
- ESCORT, kwartaal 1, 2, 3 en 4, gecorrigeerde versie (1988). Hilversum: Nederlandse Omroepprogramma Stichting, afdeling Kijk- en Luisteronderzoek.
- Felling, A., J. Peters, en O. Schreuder, (1983a). *Profiel gevraagd. Omroepen en hun achterban*. Deventer: Van Loghum Slaterus.
- Felling, A., J. Peters, en O. Schreuder, (1983b). *Burgerlijk en onburgerlijk Nederland*. Deventer: Van Loghum Slaterus.
- Hänecke, F./ Projektgruppe (1988). *Musik am Fernsehen: Aspekte zur Herstellung und Vermittlung von Musiksendungen am Beispiel der SRG und weiterer Sendeanstalten*. Zürich: Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich.
- Heinsman, L. en J. Servaes (1988). *Hoe nieuw zijn de nieuwe media; Een mediabeleid met perspectief*. Leuven/ Amersfoort: ACCO.
- Mediawet* (1985). 's Gravenhage: Staatsuitgeverij.
- Omroepwet* (1969). Zwolle: Tjeenk/Willink.
- Statuten en huishoudelijk reglement Algemene Omroepvereniging, AVRO* (1989). Hilversum: Algemene Omroepvereniging AVRO.
- Statuten Evangelische Omroep* (1984). Hilversum: Evangelische Omroep.
- Statuten van de stichting Katholieke Radio Omroep* (1983). Hilversum: Stichting Katholieke Radio Omroep.
- Statuten NCRV* (1988). Hilversum: Nederlandse Christelijke Radiovereniging.
- Statuten Omroepvereniging VARA* (1988). Hilversum: Omroepvereniging VARA.
- Statuten VERONICA* (1985). Hilversum: Veronica Omroep Organisatie.
- VERONICA tv-gids*, (1988), nummers 1 t/m 53. Utrecht: Van Boekhoven/ Bosch b.v.
- VPRO statuten* (1983). Hilversum: Omroepvereniging VPRO.

**ABSTRACT. Ronald Gerritzen en Maarten van de Ven. Music on Dutch Television, Masscommunicatie 1991/4, p. 317 - 325**

In this study the central issue is, if and to what extent the Dutch broadcasting companies use a strict preassessed policy, when broadcasting music on television. Also, the relation is examined between the music offer of the various broadcasting companies and their identity, as expressed in the statutes and profile outlines of their audiences. The main motive was “Musik am Fernsehen”, a study held in 1983 by a project group under the supervision of F. Hänecke, describing the Swiss situation with regard to music on television. They examined the way music is visualized on television (form) and which kinds of music is given attention to (style). Their original idea is applied to the Dutch situation.