

# Marktdenken

Het marktdenken bevat grove denkfouten. Dit kan op vele gebieden aangetoond worden, maar ik beperk mij in dit stukje tot medialand. Laten we eens kijken wat volgens het marktdenken het effect van commercie in de omroepwereld is.

Op radio en tv kunt u kiezen uit vele omroepen. Zonodig kunt u uw toestel ook uitzetten. Omdat u als consument een hekel blijkt te hebben aan een overvloed van reclame en aan programma's die een belediging vormen voor uw smaak en intelligentie, zult u omroepen die zich daarmee inlaten mijden. Omroepen die niet worden beluisterd of bekeken zullen geen reclamegelden meer binnen krijgen, en zich dus niet weten te handhaven. De markt zal haar werk doen, en de pulp zal vanzelf verdwijnen. De staat hoeft zich daar verder nauwelijks mee te bemoeien.

Nu de praktijk. De verloedering heeft in medialand op grote schaal toegeslagen. De consument klaagt steen en been over de overvloed aan reclame en het bedroevende niveau van de programma's. *Maar men blijft massaal luisteren of kijken.* Men zet het toestel niet uit. Wat eenvoudig genoeg zou zijn. Men organiseert ook geen selectieve luisteraars- of kijkersstaking, waarmee gewraakte omroepen een gevoelige les geleerd zou kunnen worden. Neen - een flinke dosis seks, geweld, hufterigheid, roddel, sensatie, hebzucht, etc. maakt de meest smakeloze programma's onweerstaanbaar. De radio- en tv-consument blijkt dom, zwak en lamlendig.

Dat is geen vrolijke boodschap. Vandaar dat het neoliberale gedachtegoed - waarin de consument een glansrol van zelfbewust rationeel economisch subject vervult - veel beter verkoopt. Stel eens voor dat u een menigte toespreekt, en haar voorhoudt dat iedereen zelf wel uit kan maken naar wat voor radio- of tv-programma's men wil luisteren of kijken. Dat we ons niet als stoute kleuters door vadertje staat de les zullen laten lezen. Uw gehoor zal opzwellen van zelfrots. Men zal samen met u tegen de vermeende betutteling door de overheid ten strijde trekken.

Opnieuw staat u voor een menigte. En nu heeft u het over het onvermogen van de consument om weerstand te bieden aan door de commerciële omroepen uitgedokterde verleidingen. U spreekt over het belang van door de staat gesubsidieerde kwaliteitsomroepen. Over een visie op het culturele belang van ons publieke niet-commerciële omroepstelsel. Over criteria waaraan omroepen moeten voldoen. Over de politieke keuzes die in die criteria belichaamd zijn. Over de noodzaak de afhankelijkheid van reclame-inkomsten weg te nemen. Over daartoe extra aan de burger in rekening te brengen omroepbelastingen. U zet uiteen dat zelfs commerciële omroepen die op reclame-inkomsten draaien, uiteindelijk ook door de consument betaald worden. Dat de adverteerders de reclamekosten uiteindelijk aan de klanten in rekening brengen. Dat de commerciële slechts schijnbaar gratis zijn. Kortom: u vraagt de burger om gezamenlijk met de staat de commercie de pas af te snijden. Moeilijk allemaal...

Daarom: Dag luisteraars. Dag kijkers. Welterusten.