

May I have your votes, please?

*Het Eurovisiesongfestival als representant van de
ontwikkeling in het denken over televisie met betrekking
tot de relatie tussen mediatekst en publiek*



Masterscriptie van Christel Tuin 3031543

Blok 3, studiejaar 2009/2010

10 maart 2010

Begeleiding Sonja de Leeuw

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Inleiding/Vraagstelling	3
Hoofdstuk 1: <i>Frankfurter Schule & Cultural Studies</i>	9
Hoofdstuk 2: <i>Eurovisiesongfestivalfinale 1961</i>	29
Hoofdstuk 3: <i>Eurovisiesongfestivalfinale 1984</i>	44
Hoofdstuk 4: <i>Eurovisiesongfestivalfinale 2003</i>	52
Conclusie	61
Bibliografie	66
Bijlagen 1 t/m 10	

Voorwoord

Na bijna vier jaar studie was het dan zover: ik kon eindelijk gaan schrijven over het door mij zo geliefde *Eurovisiesongfestival*. Ik kan u zeggen dat zelfs na bijna een jaar werken aan deze scriptie waarin het festival centraal staat, mijn liefde voor het internationale liedfestijn nog steeds even groot is. Het festival blijft voor mij een bron van, wetenschappelijke, inspiratie en ik spreek hierbij daarom de wens uit dat andere academici aandacht aan dit fenomeen zullen schenken, niet alleen in publicaties maar ook in het academisch onderwijs. Immers, het festival is het *enige* internationale televisieprogramma wat al bijna even oud is als het medium zelf en biedt daarom tal van invalshoeken en aanknopingspunten om mediastudenten te confronteren met het steeds veranderende medialandschap.

Uiteraard wil ik na het afronden van deze scriptie een aantal mensen bedanken. Allereerst is dat mijn begeleidster, mevrouw Sonja de Leeuw. De vele besprekingen met haar gedurende het schrijven van deze scriptie waren steeds zeer verhelderend en haar vakkundige commentaar heeft deze scriptie absoluut naar een hoger niveau getild. Daarnaast wil ik graag mijn familie en vrienden bedanken en in het bijzonder mijn moeder Marina Boddaert, Anisa Verlinde en Harmen Rooms voor hun rol als “steun en toeverlaat” tijdens het langdurige proces van het schrijven van deze scriptie. Tenslotte wil ik deze scriptie opdragen aan mijn opa George Boddaert die vanaf mijn prille jeugd als een van de eersten in mij geloofd heeft en altijd zeer betrokken is geweest bij mijn scholieren-en studententijd. Helaas is hij twee maanden voor het afronden van deze scriptie overleden en heeft hij de bekroning van mijn studietijd niet kunnen meemaken. Daarom is deze scriptie symbolisch voor hem.

Christel Tuin

Utrecht, maart 2010

Inleiding/Vraagstelling

Van “één groot complot van Oostbloklanden” tot “een muziekfeest voor jong en oud”. Het *Eurovisiesongfestival* is na meer dan vijftig jaar nog steeds een geliefd discussieonderwerp. Het festival vierde zijn vijftigste verjaardag in 2005 en is het grootste en meest bekeken internationale festival van populaire muziek, alsook een van werelds langstlopende jaarlijkse televisieprogramma's. Het festival is opgericht in 1956 door de *European Broadcasting Union* als een poging om het naoorlogse Europa door muziek te verenigen.¹

De show kent veel critici, maar ook liefhebbers. Zo is het festival erg populair bij homoseksuele mannelijke Israëliërs.²

Velen bekritisieren echter de aspecten die deze homoseksuelen zo aanspreken, zoals de extravagante optredens.³ Ook de jurering heeft regelmatig veel kritiek gekregen. Zo is er het zogenaamde *buddy voting*, waarbij landen op buurlanden stemmen of op landen waarmee ze een bepaalde band hebben. Tot 1989 leek het erop dat deze manier van stemmen aan het afnemen was, maar na 1989, toen veel nieuwe landen aan het festival gingen deelnemen, nam *buddy voting* weer toe.⁴

Veel critici vinden dit ondemocratisch, terwijl kijkers in Litouwen het in 2001 al een unicum vonden dat ze überhaupt *konden* stemmen en mee konden bepalen wie er voor het land zou deelnemen aan het festival.⁵

Het *Eurovisiesongfestival* maakt dus veel los en omvat diverse facetten; muziek, nationalisme, Europese identiteit, internationale betrekkingen en subculturen die wel of niet aangesproken worden.

In deze scriptie zal centraal staan hoe de ontwikkeling van het *Eurovisiesongfestival* een articulatie is van de ontwikkeling van het denken over televisie. De *hypothese* hierbij is dat televisie in eerste instantie gezien werd als een medium met een culturele opdracht en vanuit paternalistische motieven gemaakt werd. Het *Eurovisiesongfestival* was daarom in het

¹ Raykoff, I., en R.D. Tobin. “Introduction.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. xvii.

² Lemish, Dafna. “Gay brotherhood: Israeli gay men and the Eurovision Song Contest.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 123-124.

³ Raykoff, Ivan. “Camping on the borders of Europe.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 1.

⁴ Björnberg, Alf. “Return to ethnicity: The cultural significance of musical change in the Eurovision Song Contest.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 17-18.

⁵ Ingvaldstad, Bjorn. “Lithuanian contests and European dreams.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 107.

begin het resultaat van wat de elite dacht wat juist was om het volk op te voeden. Later werd televisie meer door het publiek toegeëigend, wat bij het *Eurovisiesongfestival* tot uiting komt in diverse aspecten. Zo worden er meer participatiemogelijkheden geboden, bijvoorbeeld door *televoting* en een internetsite.⁶

Synchroon met deze ontwikkeling in het denken over televisie lopen twee belangrijke mediatheorieën. De eerste theorie van de *Frankfurter Schule* valt samen met het paternalistisch denken over televisie, terwijl de tweede theorie van *Cultural Studies* samenvalt met het actief toe-eigenen door het publiek van mediateksten als het *Eurovisiesongfestival*. In de scriptie zal nagegaan worden hoe de ontwikkeling van het *Eurovisiesongfestival* de ontwikkeling van het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek representeert en daarmee illustratief is voor de overgang van *Frankfurter Schule* naar *Cultural Studies*.

De onderzoeksvraag die in mijn scriptie centraal staat, luidt daarom:

“Hoe representeert het Eurovisiesongfestival ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?”

Om deze vraag te beantwoorden, zullen diverse deelvragen beantwoord worden. Deze deelvragen zijn:

1. Welke ontwikkeling in het denken over televisie heeft er plaatsgevonden met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Om deze vraag te beantwoorden, zal gebruikgemaakt worden van twee theoretische stromingen die een belangrijke rol spelen in het denken over televisie. Dit zijn de eerdergenoemde *Frankfurter Schule* en *Cultural Studies*. Bij deze theorieën zal gekeken worden naar waar ze voor staan en hoe de ene theorie heeft plaatsgemaakt voor de andere. Deze overgang zal tevens geschetst worden als een ontwikkeling die samenvalt met een verandering in het denken over televisie.

⁶ <http://www.eurovision.tv/>

2. In welke mate representeert het *Eurovisiesongfestival* uit 1961 ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Bij het beantwoorden van deze vraag, zal nagegaan worden hoe omstreeks 1961 nagedacht werd over televisie en hoe deze denkwijze terug te vinden is in het *Eurovisiesongfestival* van dat jaar. Er is voor deze editie gekozen, omdat deze editie erg “Frans” overkwam, terwijl de organisatoren hadden geprobeerd het festival “Europees” te laten zijn.⁷

3. In welke mate representeert het *Eurovisiesongfestival* uit 1984 ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Bij het beantwoorden van deze vraag, zal gekeken worden naar hoe dit festival ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek representeert. Er is voor de editie uit 1984 gekozen, omdat er veel kritiek was op het winnende lied.⁸

4. In welke mate representeert het *Eurovisiesongfestival* uit 2003 ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Het festival van 2003 zal het laatste festival zijn waarbij gekeken wordt naar hoe ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek gerepresenteerd worden. Deze editie is gekozen, omdat ze politiek geladen was, zo zag winnaar Turkije de overwinning als een stap dichterbij het EU-lidmaatschap.⁹

⁷ Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. 2005. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 18-19.

⁸ Idem, p. 97-99.

⁹ Solomon, Thomas. “Articulating the historical moment: Turkey, Europe, and Eurovision 2003.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 135-145.

Theorie

Er zal vanuit twee stromingen (*Frankfurter Schule* en *Cultural Studies*) gekeken worden naar hoe het *Eurovisiesongfestival* ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek representeert. Er is juist voor deze twee mediawetenschappelijke stromingen gekozen, omdat ze gedeeltelijk tegenovergesteld aan elkaar zijn.

De *Frankfurter Schule* en vooral aanhanger Theodor Adorno stelt dat de media-of cultuurindustrie alle consumenten tot één geheel maakt en dat alle cultuurproducten op elkaar lijken. Volgens Adorno zijn mensen afhankelijk hiervan geworden en stellen zij zich dienstbaar op.¹⁰ Behalve Adorno zal gebruikgemaakt worden van Peter Dahlgren om de visie van de *Frankfurter Schule* verder toe te lichten. Dahlgren borduurt voort op een andere bekende aanhanger van deze stroming, Jürgen Habermas, en houdt zich bezig met de samenhang tussen de publieke sfeer, democratie en televisie.¹¹

De andere stroming, *Cultural Studies*, stelt dat mediateksten *open* zijn voor diverse meningen, en dat verschillende mensen er verschillende betekenissen uithalen, die bovendien relevant zijn voor hun dagelijks leven.¹² Auteurs die hiervoor relevant zijn, zijn Stuart Hall, John Fiske, David Morley en Nick Stevenson. Bovendien zal literatuur gebruikt worden die zich specifiek richt op het *Eurovisiesongfestival*. Dit zijn een bundel met wetenschappelijke artikelen over het *Eurovisiesongfestival* onder redactie van Raykoff en Tobin en een overzichtswerk van Kennedy O'Connor.¹³

Tenslotte zal literatuur gebruikt worden die zich richt op de zogenaamde *participatory culture*, zoals het werk van John Hartley.¹⁴ In zijn werk haalt Hartley het DIY (do-it-yourself) *citizenship* aan, de praktijk waarbij mensen zichzelf een identiteit aanmeten door het gebruik van mediateksten:

“(…) the practice of putting together an identity from the available choices, patterns and opportunities on offer in the semiosphere and the mediasphere”¹⁵

¹⁰ Adorno, Theodor. “Culture industry reconsidered.” *New German Critique* 6 (1975): 12-19.

¹¹ Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995.

¹² Morley, David. *Television, audiences & cultural studies*. New York: Routledge, 1992, p. 27.

¹³ Raykoff, Ivan., en Robert Deam Tobin, red. *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Hampshire: Ashgate, 2007. en Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005.

¹⁴ Hartley, John. *Uses of Television*. Londen: Routledge, 1999.

¹⁵ Idem, p. 178.

Hierbij worden mediateksten zo ingezet dat ze passen bij de eigen levensstijl. Dit gebeurt volgens Hartley bij alle massacommunicatie:

“For a start, the intentions of the addresser and the ‘use’ of semiosis by the addressee are not causally related; (...) all mass communication is ‘aberrantly’ decoded, not in line with the intentions of the producer.”¹⁶

Method

Er zullen casestudies uitgevoerd worden van drie finales van het *Eurovisiesongfestival*. Daarbij zal gekeken worden naar finaleonderdelen die een belangrijke rol spelen in hoe het *Eurovisiesongfestival* ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek representeert. Bij het analyseren zal gelet worden op aspecten uit de verschillende televisietheorieën en zal er gekeken worden uit welke programmaonderdelen blijkt dat de vormgeving van het *Eurovisiesongfestival* met betrekking tot de relatie met het publiek is veranderd. Er zal hoogstwaarschijnlijk gelet worden op muzikale diversiteit, presentatie en de jurering.

Daarnaast zal er receptieonderzoek verricht worden. Dit, omdat in de scriptie de verandering in het denken over de relatie tussen mediatekst en publiek centraal staat en als gevolg van deze verandering ook de *receptie* door de jaren heen niet hetzelfde is. Voor dit receptieonderzoek zullen krantenartikelen geanalyseerd worden die voor én na de finales van 1961, 1984 en 2003 in *Trouw* en *de Volkskrant* verschenen zijn. Hierbij moet opgemerkt worden dat het bij de krantenartikelen gaat om *professionele receptie*. Tijdens de receptieanalyse zal daarom nagegaan worden hoe deze critici zich opstellen, presenteren ze zich als autonoom of proberen ze de ervaringen van het publiek te verwoorden?

Om tegenwicht te bieden aan deze *professionele receptie* zullen er *internetblogs* uit 2003 geanalyseerd worden. Dit, om een vollediger beeld te geven van de sociaal-culturele ervaring van deze editie. Immers, de *internetblogs* kunnen ingaan tegen of in discussie gaan met de *professionele receptie* in 2003. Er zal enkel bij de casestudie van de finale uit 2003 aandacht besteed worden aan *internetblogs*, gezien er in 1961 en 1984 voor mediagebruikers nog geen mogelijkheid was om op een groot platform als internet over het *Eurovisiesongfestival* te publiceren.

¹⁶ Hartley, John. *Uses of Television*. Londen: Routledge, 1999, p. 179.

Onderzoeksmateriaal

Het onderzoeksmateriaal bestaat uit de finales van het *Eurovisiesongfestival* van 1961, 1984 en 2003. Dit, om vanuit een chronologische verloop te kunnen onderzoeken hoe het *Eurovisiesongfestival* ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek representeert. Daarnaast zullen krantenartikelen uit *Trouw* en *de Volkskrant* die voor én na de eerdergenoemde finales zijn verschenen, geanalyseerd worden. Tenslotte zullen er *internetblogs* uit 2003 geanalyseerd worden om een completer beeld van de receptie in 2003 te kunnen geven.

Hoofdstuk 1

In dit hoofdstuk zal getracht worden de eerste deelvraag te beantwoorden. Deze luidt:

Welke ontwikkeling in het denken over televisie heeft er plaatsgevonden met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Om deze vraag te beantwoorden, zal gebruikgemaakt worden van twee theoretische stromingen die een belangrijke rol spelen in het denken over televisie. Dit zijn de *Frankfurter Schule* en *Cultural Studies*. Bij deze theorieën zal gekeken worden naar waar ze voor staan en hoe de ene theorie heeft plaatsgemaakt voor de andere.

1. *De Frankfurter Schule*

Deze stroming was verbonden aan het Institut für Sozialforschung te Frankfurt.¹⁷ In 1933 werd de *Frankfurter Schule* gedwongen Duitsland te verlaten, waarna veel aanhangers in het buitenland verder werkten aan hun kritische visies op de maatschappij. In de jaren '50 schetsten aanhangers van de marxistische *Schule* een wereld waarin de kapitalistische ideologie doordrong tot vrijwel alle facetten van het dagelijks leven. Hun pessimistische visie over de kracht van het kapitalisme was geïnspireerd door historische gebeurtenissen. Aanhangers waren namelijk geconfronteerd met het totalitaire regime in de Sovjet-Unie, het fascistische regime in Duitsland of met het extreme kapitalisme in de Verenigde Staten. Zij meenden dat al deze regimes media inzetten om hun ideologie als vanzelfsprekend te presenteren aan de bevolking. Hitler gebruikte volgens hen radio om het fascisme als evident te presenteren en de Verenigde Staten gebruikten televisie om het kapitalisme als logisch te introduceren.¹⁸

Aanhangers als Theodor Adorno, Jürgen Habermas en Max Horkheimer ontwikkelden vervolgens een theorie over de massamaatschappij in een poging om te verklaren waarom het kapitalisme na de Tweede Wereldoorlog in stand bleef. Televisie werd door hen gezien als een gereedschap van het kapitalisme, een middel om ideologische controle te houden.

¹⁷ Dit instituut werd vanaf 1930 geleid door Max Horkheimer.

¹⁸ Couldry, Nick, en Anna McCarthy, red. *MediaSpace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. New York: Routledge, 2004, p. 137.

Volgens de *Frankfurter Schule* gaf televisie een schijnwerkelijkheid weer en maakte het kijkers passieve acceptanten van de sociale omstandigheden.¹⁹

De *Schule* ging er vanuit dat een toegankelijke en pluriforme publieke sfeer noodzakelijk is om als burger te kunnen participeren in de samenleving. Hiervoor was ook een pluriformiteit nodig wat betreft de media. Volgens de *Frankfurter Schule* was daar echter nog geen sprake van, omdat de media-economie andere doelen kende, namelijk winst maken. Dit winst oogmerk van mediaproducten heeft op grond van deze marxistische visie rampzalige gevolgen voor cultuur en maatschappij. In zijn artikel 'Culture industry reconsidered' stelt Adorno dat de media-of cultuurindustrie alle consumenten tot één geheel maakt en dat alle cultuurproducten op elkaar lijken.²⁰ Hij meent dat in alle branches van de zogenaamde cultuurindustrie producten volgens plan worden gemaakt en dat al deze producten, zoals televisieprogramma's, daarom op elkaar lijken.

Tevens stelt hij dat er vrijwel geen ruimte is om kritiek te leveren op de cultuurindustrie en dat burgers zich moeten conformeren aan deze industrie en zo passieve consumenten worden. De industrie houdt dus de ontwikkeling van onafhankelijke individuen die voor zichzelf bepalen wat ze wel of niet doen, tegen. Dit, terwijl volgens de *Frankfurter Schule* deze individuen juist nodig zijn voor een democratische maatschappij.

Ook Jürgen Habermas behandelt de rol van media in het realiseren van een democratische maatschappij.²¹ Een democratische maatschappij kan volgens Habermas enkel functioneren wanneer er sprake is van een 'publieke sfeer'. Deze sfeer bevindt zich tussen de privé-sfeer en de sfeer van het openbaar (staats-)gezag ("de overheid"). Deze publieke sfeer is een sociaal domein voor rationeel maatschappelijk debat tussen burgers. Een voorwaarde om aan dit debat mee te doen, is volgens Habermas de vaardigheid om rationeel te kunnen discussiëren. Daarnaast is het belangrijk dat de deelnemers aan het debat geen dwang voelen en dat ze geheel vrij zijn om te zeggen wat ze willen, zolang het maar rationeel gebeurt. Habermas stelt dat in de 18^e en vroege 19^e eeuw media als kranten en theaters een stimulerende rol speelden in de ontwikkeling van een publieke sfeer, omdat de inhoud ervan aanzette tot debat tussen burgers.

¹⁹ Gorman, L., en D. McLean. *Media and Society in the Twentieth Century: A historical introduction*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003, p. 3.

²⁰ Adorno, Theodor. "Culture industry reconsidered." *New German Critique* 6 (1975): 12-19.

²¹ Habermas, Jürgen. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Luchterhand, 1976.

Thompson is minder positief over de ideale publieke sfeer zoals Habermas die schetst.²² Zo stelt hij dat slechts een klein deel van het publiek deelnam aan het debat (vooral gegoede mannelijke burgers) en dat kranten een beperkt bereik hadden.

Belangrijk om op te merken, is dat Habermas het zogenaamde participatie-ideaal nastreeft, waarbij burgers actief meedoen aan de politiek. Thompson streeft daarentegen het representatie-ideaal na, waarbij burgers niet zelf meedoen aan de politiek, maar mensen kiezen om dat voor hen te doen. Thompson meent namelijk dat door representatie achtergestelde groepen juist politiek gerepresenteerd worden. Een ander verschil tussen Habermas en Thompson is dat Habermas stelt dat de massamedia vanaf het begin van de twintigste eeuw het publieke debat overgenomen hebben van burgers en dat hierdoor het burgerschap werd uitgehold. Media, als televisie, worden hierbij instrumenten van één visie in plaats van een platform voor diverse meningen. Dit, terwijl Thompson meent dat massamedia juist de zichtbaarheid en de toegankelijkheid van de politiek vergroten en deze democratisch maken. Daarnaast meent Habermas dat massamedia slechts entertainment brengen en dat burgers hierdoor onvoldoende informatie krijgen om een kritisch oordeel te kunnen vellen. Thompson vindt juist dat nieuws en politiek toegankelijker zijn geworden voor achtergestelde groepen door het gebruik van entertainment. Tenslotte stelt Habermas dat politici massamedia als televisie gebruiken om zich te verkopen aan de massa in plaats van dat er een kritisch rationeel debat plaatsvindt, terwijl Thompson meent dat door televisie burgers en politici dichter bij elkaar gekomen zijn.

Ook andere auteurs zijn kritisch over Habermas' visie en die van andere aanhangers van de *Frankfurter Schule*. De bekendste critici kunnen geplaatst worden binnen *Cultural Studies*, waar ik later verder op in zal gaan. Zo stellen Stuart Hall en John Fiske, in tegenstelling tot aanhangers van de *Frankfurter Schule*, dat mediaconsumenten *actief* in plaats van *passief* zijn en spreken zij over een "active audience". Mensen reageren hierbij elk vanuit verschillende subjectposities (sociale achtergronden). Ook David Morley, die veel onderzoek naar deze "active audience" heeft verricht, vindt het onterecht dat gesteld wordt dat mensen slachtoffers zijn van massamedia en gaat in tegen het idee dat massamedia rechtstreeks een ideologie in het bewustzijn van de massa kunnen "injecteren".

Naast deze "tegenstanders" zijn er ook moderne *Frankfurter Schule* aanhangers. Hierbij hoort Peter Dahlgren. Hij houdt zich bezig met de samenhang tussen de publieke sfeer, democratie en televisie. Hij baseert zich op Jürgen Habermas' notie van de publieke

²² Thompson, John B. *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press, 1995. Thompson gaat in dit boek in debat met Habermas.

sfeer. Dahlgren ziet deze sfeer als een historisch geconditioneerde sociale ruimte waar ideeën kunnen circuleren en waar politieke opinie gevormd kan worden. In deze sfeer hebben mensen in hun rol als burgers toegang tot maatschappelijke dialogen en tot politiek. Dit is volgens hem essentieel voor een democratie.²³

Dahlgren meent dat de gezondheid van de democratie in de loop van de twintigste eeuw steeds meer verbonden is met de gezondheid van communicatiesystemen. Volgens hem speelt maatschappelijke communicatie zich steeds meer af binnen de massamedia. Vooral televisie heeft een prominente positie gekregen binnen de politieke systemen van de moderne wereld. Democratie en televisie zijn volgens Dahlgren onlosmakelijk met elkaar verbonden. Het politiek-economische beleid van de televisie-industrie wordt namelijk gevormd door de samenleving waarbinnen deze industrie functioneert. De televisie-industrie zelf wordt gevormd aan de hand van heersende structuren binnen de democratie en de audiovisuele teksten van de industrie zijn representatief voor de democratische maatschappij waarin ze gemaakt worden.²⁴ Zo is in Nederland de televisie-industrie gevormd aan de hand van de structuren van de verzuilde democratische samenleving die vanaf de jaren '50 ontstond. Elke zuil kreeg toen zijn eigen omroep en hoewel de zuilen nu niet meer alomvertegenwoordigd zijn, is de structuur van die democratie nog steeds terug te vinden in de televisie-industrie en haar producten.

Verder stelt Dahlgren over de relatie tussen media en democratie dat hierover twee theoretische visies bestaan, deze twee visies kunt u terugvinden in bijlage 1.

Dahlgren stelt dat een combinatie van beide democratieën ideaal zou zijn, maar dat dit in de huidige samenleving onmogelijk is. Daarnaast vindt hij dat de retoriek van democratie inzicht geeft in het feit dat de meerderheid van de bevolking niet altijd het juiste pad kiest:

“The problem is that the rhetoric of democracy, which celebrates the formation of popular will and the power of the people, must also live with the insight that the majority may not always choose the enlightened path. A system which is fundamentally democratic may be deemed good on formal criterion, but there is no guarantee that the decisions arrived at will be an expression of the ‘good society’”²⁵

Dahlgren meent dus dat het niet zozeer de massa is die de juiste keuzes maakt. Gesteld kan worden dat hij eerder het representatie-ideaal van Thompson dan het participatie-ideaal van

²³ Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995, p. 2.

²⁴ Idem, p. 25.

²⁵ Idem, p. 4.

Habermas volgt, al waren het in Habermas' ideale publieke sfeer ook enkel de gegoede burgers die participeerden in het publieke debat. Dahlgren vindt daarnaast dat het van belang is dat burgers toegang hebben tot betrouwbare informatie vanuit een variëteit van perspectieven. De publieke sfeer zoals Habermas die schetst, is hier een ideaalbeeld van.

Om de huidige publieke sfeer te kunnen analyseren, heeft Dahlgren deze ingedeeld in vier dimensies:²⁶

1. Media-instituten

Bij het analyseren van media-instituten spelen zaken als organisatie, financiering en legaliteit een rol. In Europa is de toepassing van Habermas' publieke sfeer vooral tot uiting gekomen in de verdediging van de publieke omroep. Deze omroep werd gezien als de belichaming van de publieke sfeer. Kritiek op deze visie hield in dat de publieke omroep erg paternalistisch was, er geen rekening werd gehouden met afwijkende visies en er geen creatieve vernieuwing plaatsvond. Dahlgren stelt dat door deze kritiek commerciële omroepen claimden dat ze programma's gingen maken die wel andere groepen en bijbehorende ideeën aandacht schonken, maar dat dit niet heeft bijgedragen aan een ontwikkeling van de democratie. Hij meent dat hoewel televisie commerciëler is geworden er geen grotere diversiteit is op het gebied van programmering. Hij meent net als Adorno dat alle omroepen, zowel publiek als commercieel, dezelfde gestandaardiseerde programma's brengen.²⁷

2. Mediarepresentatie

Representatie houdt verband met wat de media laten zien, hoe onderwerpen worden gepresenteerd en het karakter van debatten en discussies. Bijzondere aandacht schenkt Dahlgren aan het *praten* op televisie. Dit *praten* ziet hij als *publiek praten*. Hij stelt dat dit *publieke praten* een representatie is van het *praten* in de publieke sfeer zoals Habermas die voorstelt. Zoals een volksvertegenwoordiger een deel van het volk representeert, zo representeert het *praten* op televisie het *publieke debat* tussen burgers.²⁸

²⁶ Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995, p. 12-22.

²⁷ Idem, p. 13.

²⁸ Idem, p. 15-16.

3. Sociale structuren

Dahlgren stelt dat het beter is om één centrale publieke sfeer te hebben dan meerdere publieke sferen die naast elkaar bestaan. Dit, omdat meerdere publieke sferen de democratie ondergraven:

“(...) political decisions taken within a political entity objectively can affect everyone within it, regardless of their subjective positions, and to construct separatist public sphere enclaves is to foster discursive ghettos which are detrimental to democracy”²⁹

De publieke sfeer moet tevens gedeeltelijk uit noodzaak ontstaan, als reactie op bepaalde omstandigheden. Media-instituten zijn bijvoorbeeld, in theorie, toegankelijk voor politieke interventie, maar dit kan enkel wanneer er in de publieke sfeer consensus over heerst. In Italië is er bijvoorbeeld verzet geweest tegen het feit dat premier Berlusconi kranten die berichtten over zijn seksuele escapades voor de rechter heeft gesleept.³⁰

4. Sociale interactie

Media omvatten een groot deel van de publieke sfeer, ze leveren discoursen en betekenissen. Maar, de publieke sfeer bevat niet alleen mediarepresentaties, maar ook socio-culturele interactie. Het gaat hierbij om contact tussen mensen en collectieve betekenisgeving, maar ook de interactie tussen media en hun publieken en dan met name de receptie van mediateksten speelt een rol. Hierbij gaat het niet alleen om hoe mediagebruikers omgaan met mediateksten, maar ook of gebruikers überhaupt de mediateksten begrijpen en onthouden.

Hoewel televisiekijken een individuele activiteit is, wordt de *ervaring* vaak gedeeld met anderen. Televisie verplaatst zich op die manier van de *privé-sfeer* naar de *publieke sfeer*. Mensen die thuis televisiekijken, vormen geen publiek en zullen waarschijnlijk niet veel bijdragen aan de democratisering van de maatschappij. Democratie kan enkel ontstaan wanneer mediagebruikers met *elkaar* in discussie gaan. Dahlgren benadrukt dat het direct contact tussen burgers essentieel is voor het functioneren van een democratie. Bij deze sociale interactie moet er gesproken worden over politiek en actualiteiten en is het belangrijk dat iedereen toegang kan hebben tot de dominante politieke communicatie.

²⁹ Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995, p. 18.

³⁰ <http://www.depers.nl/buitenland/342057/Massaal-protest-in-Italie.html>

Met betrekking tot televisie stelt Dahlgren dat het medium drie eigenschappen heeft die zeer met elkaar verbonden zijn; televisie is tegelijkertijd een industrie, een verzameling van audiovisuele teksten en een sociaal-culturele ervaring.³¹

1. Televisie als industrie

Televisie moet gezien worden als een industrie, ongeacht of de economische basis commercieel of publiek is. De media werken volgens Dahlgren net zoals andere bedrijven, alleen spelen hun producten een doorslaggevende rol in het organiseren van beelden en discoursen waarmee mensen de wereld begrijpen. Hij meent dat alle burgers evenveel toegang moeten hebben tot media-uitingen om goed te kunnen functioneren in een democratie. Dahlgren bekritiseert ook *Cultural Studies* die volgens hem geen rekening houdt met de economische belangen die een rol spelen bij de media. Hij is het eens met Adorno die stelt dat publieken passieve consumenten zijn geworden en meent bovendien dat publieken als product verkocht worden aan adverteerders. Het doel van programmering is daarom enkel commercieel:

“(…), the point of programming is to generate as many spectators as possible (…), and to keep them watching/consuming as long as possible”³²

Tenslotte meldt Dahlgren dat dit zowel bij de publieke als bij de commerciële omroepen het geval is.

2. Televisie als een verzameling van audiovisuele teksten

Net als Adorno benadrukt Dahlgren dat alle televisieprogramma's op elkaar lijken:

“(…) the repetitive and formulaic nature of most television output, the relative stability of most social frames of perception, and the cultural familiarity with televisual discourses and genres”³³

³¹ Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995, p. 25.

³² Idem, p. 29.

³³ Idem, p. 31.

Daarnaast stelt hij dat televisieprogramma's wel verschillend lijken, maar eigenlijk dezelfde formule volgen. Dit is volgens Dahlgren een gevolg van de wil om zo veel mogelijk publieken te kunnen verkopen aan adverteerders. Door dit principe is televisie naar Dahlgren's mening absoluut niet democratisch.

3. Televisie als een sociaal-culturele ervaring

Televisie is een onderdeel van onze dagelijkse realiteit, zij verbindt de dagelijkse wereld met het sociale en politieke leven. Dahlgren bekritiseert *Cultural Studies* door te stellen dat het onjuist is om bij onderzoek naar de sociaal-culturele ervaring van televisiekijken geen aandacht te schenken aan machtsrelaties. Dahlgren meent dat bepaalde wereldbeelden sterk verspreid en diepgeworteld zijn in verschillende bevolkingssectoren. Deze collectieve wereldbeelden noemt hij *massasubjectiviteit*. Volgens Dahlgren kan deze *massasubjectiviteit* gekoppeld worden aan de *output* van televisie, waarbij bepaalde subjectposities geprefereerd worden boven anderen en waarbij vooral de subjectpositie van de "consument" geadresseerd wordt:

"(...), we might find that certain media discourses foster or hinder certain subject positions, and that these textual subject positions, inscribed in media discourses, actually do have some correlation with social subjects. Thus, the discourses of advertising, which permeate the semiotic environment of the public sphere, encourage consumption and invite a consumerist subject position"³⁴

Hij stelt tevens dat de *output* van televisie tegenwoordig meer gefragmenteerd is dan voorheen, hierdoor is de semiotische wereld voor burgers steeds minder stabiel. Dat televisie de subjectpositie van "consument" verkiest boven die van "burger" is volgens Dahlgren het resultaat van machtsrelaties binnen de maatschappij.

Verder benadrukt Dahlgren dat burgers producenten zijn van politieke discoursen en acties. Ook stelt hij dat het democratisch karakter van de publieke sfeer niet zomaar aangenomen kan worden en dat aan democratie steeds gewerkt moet worden. Wat betreft televisie in de publieke sfeer meent Dahlgren dat er vooral nadruk ligt op consumptie als enige redmiddel en dat dit individualisme bevordert:

³⁴ Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995, p. 22.

“The semiotic environment envelopes the globe in images of consumerist redemption (...). One of the major negative features of consumerism as an ideological force is that it mitigates against collective identities and actions: solutions are always individualistic.”³⁵

Daarnaast stelt hij dat om burgerschap te bereiken de mens niet enkel als consument moet worden gezien. Bovendien meent Dahlgren dat de publieke sfeer en vooral de media een grote rol spelen in de organisatie van collectieve en individuele subjectiviteit. Ons idee van wie we zijn, is relevant voor de publieke sfeer, omdat het de manier bepaalt waarop wij deelnemen aan deze publieke sfeer.

Dahlgren vindt tenslotte dat als mediagebruikers enkel geadresseerd worden als consument, ze niet aangezet worden tot volwaardige, kritische participatie aan de democratie en de publieke sfeer. Hij gaat dus uit van eenrichtingsverkeer, waarbij de subjectpositie die de media hanteren, volledig overgenomen wordt door de mediagebruikers. Aanhangers van *Cultural Studies* stellen juist dat hoewel de subjectpositie die de media hanteren die van de “consument” kan zijn, mediagebruikers *zelf* vanuit hun *eigen* subjectpositie met die aangeboden subjectpositie omgaan en deze zo benaderen dat ze voor hen acceptabel is. Mediagebruikers worden hierdoor *actieve burgers* in plaats van *passieve consumenten*.

2. Cultural Studies

Richard Hoggart stelde in 1958 de vraag: Wat doen mensen met hun geletterdheid?³⁶

Dit was een uitdagende vraag, omdat Hoggart niet geïnteresseerd was in het professionele gebruik, maar in het *culturele* gebruik van geletterdheid; de sociale aspecten die samenhangen met de opkomst van geletterdheid in de arbeidersklasse.³⁷ Deze stap was uniek en vormde het begin van *Cultural Studies*. Hoggart verschoof zijn analyse namelijk van de productiekant (politiek/economisch) naar de consumptiekant (sociaal/cultureel) van de moderne maatschappij. In plaats van na te gaan hoe bedrijven omgingen met de toegenomen geletterdheid, ging Hoggart na hoe mensen hun geletterdheid gebruikten als *consumenten*.³⁸

³⁵ Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995, p. 148.

³⁶ Dit deed hij in zijn boek: *The Uses of Literacy: aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments*. Harmondsworth: Penguin Books, 1958.

³⁷ Hoggart, Richard. *The Uses of Literacy: aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments*. Harmondsworth: Penguin Books, 1958.

³⁸ Hartley, John. *Uses of Television*. Londen: Routledge, 1999, p. 15.

Hoggart was halverwege de jaren '60 tevens de oprichter van het CCCS.³⁹ Vooral Stuart Hall was een drijvende kracht achter dit centrum. De aanhangers van *Cultural Studies* werkten, net als de *Frankfurter Schule*, vanuit een marxistische positie en begonnen onder leiding van Stuart Hall vanaf de jaren '70 met een systematische analyse van cultuur vanuit marxistische principes. Dit, met de bedoeling om niet zozeer de cultuur te beschrijven, maar eerder te veranderen.⁴⁰ Hierbij werd ook uitgegaan van machtsrelaties die de ongelijkheid in de samenleving in stand hielden. Later ontwikkelde *Cultural Studies* zich tot een stroming die zich vooral richt op democratisering van de cultuur en haar betekenissen zonder daar begrippen als macht of strijd bij te betrekken. *Cultural Studies* kan daarom tegenwoordig gezien worden als een stroming die zich bezighoudt met een semiotische analyse van het alledaagse.⁴¹

Hall verzette zich sterk tegen het idee van de *Schule* dat mediagebruikers door televisie passieve consumenten werden, maar meende wel dat televisie enkel een dominante ideologie biedt en dat mediagebruikers zich bewust moeten zijn van deze ideologie.⁴² Hoewel zowel *Cultural Studies* als de *Frankfurter Schule* uitgingen van het marxistisch principe dat mediateksten enkel de dominante (kapitalistische) ideologie brengen, benaderden ze de mediagebruiker dus elk op een andere manier. De aanhangers van de *Frankfurter Schule* zagen de mediagebruiker namelijk als een passieve consument en gingen ervan uit dat de dominante ideologie rechtstreeks door de mediagebruiker overgenomen werd. Dit, terwijl aanhangers van *Cultural Studies* juist meenden dat de dominante ideologie op verschillende manieren door mensen verwerkt kan worden. Stuart Hall meent dat deze verschillende lezingen afhankelijk zijn van de ervaring van het publiek.⁴³

Hier is het door hemzelf ontwikkelde 'encoding-decoding'-model op gebaseerd. Dit model houdt in dat televisiemakers een bepaalde betekenis aan een televisieprogramma verbinden/"encoden", maar dat deze betekenis door verschillende publieken anders gedecodeerd wordt. Met andere woorden, éénzelfde mediatekst kan voor verschillende publieken andere betekenissen hebben. Er zijn hierbij drie mogelijke lezingen van een mediatekst. De eerste is de zogenaamde *dominante* lezing. Hierbij neemt de mediagebruiker de "encoded" betekenis volledig over. De tweede is de *onderhandelende* lezing, waarbij de mediagebruiker bepaalde onderdelen van de "encoded" betekenis overneemt en andere

³⁹ Centre for Contemporary Cultural Studies.

⁴⁰ Hartley, John. *Uses of Television*. Londen: Routledge, 1999, p. 116.

⁴¹ Idem, p. 208.

⁴² Idem, p. 123-124.

⁴³ Morley, David, en Kuan-Hsing Chen, red. *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. New York: Routledge, 1996, p. 102.

onderdelen verwerpt. De derde en laatste lezing is de *oppositional* lezing, waarbij de door de makers aan de mediatekst gegeven betekenis volledig verworpen wordt.⁴⁴

Een begrip dat hieraan nauw verbonden is, is “active audience”, waar Fiske veel over gepubliceerd heeft. Mediaconsumenten worden bij deze benadering, in tegenstelling tot bij de *Frankfurter Schule*, niet gezien als passieve individuen, maar als mensen die reageren vanuit bepaalde subjectposities (sociale achtergronden). Hierbij moet een duidelijk onderscheid gemaakt worden tussen het individu en het subject. Het individu is het resultaat van biologische factoren, subjectiviteit is het resultaat van sociale relaties. Subjectiviteit is het product van sociale relaties die op verschillende manieren tot ons komen; via de maatschappij, via taal of discours, via media en via psychische processen. Subjectiviteit is dus het product van de verschillende sociale agenten waaraan mensen onderworpen zijn. Alle subjecten van bijvoorbeeld witte, patriarcale maatschappijen hebben overeenkomsten die subjecten van andere sociale systemen niet hebben. Het onderscheid tussen het individu en het subject stelt ons in staat om te kunnen zeggen dat een biologische vrouw een mannelijke subjectiviteit heeft als resultaat van de sociale relaties waarin zij zich bevindt. Deze “subjectiviteitstheorie” ontkent het bestaan van eenheid in het individu en in zijn of haar ervaringen. Er zijn altijd tegenstellingen tussen de agenten in de maatschappij, dus er zullen altijd tegenstellingen zijn in het subject.⁴⁵

Hetgeen een televisieprogramma aanbiedt aan het subject wordt ook wel de “unified subject position” genoemd, omdat er vrijwel geen tegenstellingen in aanwezig zijn. Deze positie is niet uitgevonden door televisie, maar is al aanwezig in onze maatschappij en kan ook wel de dominante ideologie worden genoemd. Deze ideologie is dus “encoded” in het programma, maar door *decoding* kan deze ideologie anders begrepen of afgewezen worden.⁴⁶

Hierbij is er altijd sprake van een onderhandeling tussen de mediatekst en het publiek, waarbij een mediatekst aangepast of verworpen kan worden door een actief publiek, dat de tekst zelfstandig toeigent. Een mediatekst wordt dus nooit zonder meer kant-en-klaar overgenomen:

“A homogeneous, externally produced culture cannot be sold ready-made to the masses: culture simply does not work like that. Nor do the people behave or live like the masses, an

⁴⁴ Morley, David, en Kuan-Hsing Chen, red. *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. New York: Routledge, 1996, p. 123-124.

⁴⁵ Fiske, John. *Television Culture*. Londen: Routledge, 1992. Hieruit: Chapter 4: Subjectivity and address.

⁴⁶ Idem.

aggregation of alienated, one-dimensional persons, whose only relationship to the system that enslaves them is one of unwitting (...) dupes.”⁴⁷

Mediagebruikers zijn dus niet passief en spelen zelf een grote rol in het ‘decodingsproces’. Dit proces van betekenisgeving is volgens Fiske een actief *onderhandelingsproces*, waarbij de ontvangers al dan niet de “unified subject position” accepteren. De subjectposities van de mediagebruikers komen volgens Fiske vrijwel nooit volledig overeen met de “unified subject position” en bij het omgaan met een mediatekst wordt er ‘in onderhandeling’ gegaan met de door de mediatekst geconstrueerde subjectposities. De *betekenis* die aan een televisieprogramma wordt toegekend (de ‘decoding’) komt dus voort uit de wisselwerking tussen de “unified subject position” en de eigen subjectposities van de mediagebruikers. Bij dit proces ligt de grootste macht bij de mediagebruikers; zij kunnen de betekenissen die in het programma “gecodeerd” zijn, aanpassen aan hun eigen visie. *Cultural Studies* heeft zich de *opdracht* gesteld om na te gaan *hoe* mediagebruikers omgaan met mediateksten in hun dagelijks leven, oftewel hoe zij *decoderen*.⁴⁸

Dit aspect van *Cultural Studies* wordt ook uitgedragen door David Morley, die zich vooral met publieksonderzoek bezighoudt. Hij verzet zich sterk tegen de *Frankfurter Schule* en meent dat hun visie erg pessimistisch van aard is. Morley vindt het onterecht dat gesteld wordt dat mediagebruikers slachtoffers zijn van massamedia en gaat in tegen het idee dat de massamedia rechtstreeks een ideologie in het bewustzijn van de massa kunnen “injecteren”.⁴⁹ David Morley vindt dat het *decodingproces* beïnvloed wordt door andere codes en discoursen die een rol spelen bij een bepaald publiek. Ook meent Morley dat de betekenis van de mediatekst afhankelijk is van met welke discoursen de tekst in aanraking komt en stelt dat dit contact tussen mediatekst en discoursen zowel de tekst als de discoursen opnieuw kan construeren. De betekenis van de tekst is afhankelijk van de discoursen waarover een kijker beschikt:

“The meaning of the text will be constructed differently according to the discourses (knowledges, prejudices, resistances, etc.) brought to bear on the text by the reader and the crucial factor in the encounter of audience/subject and text will be the range of discourses at the disposal of the audience”⁵⁰

⁴⁷ Fiske, John. *Understanding Popular Culture*. Londen: Routledge, 1990, p. 23-24.

⁴⁸ Fiske, John. *Television Culture*. Londen: Routledge, 1992, p. 62.

⁴⁹ Morley, David. *Television, audiences & cultural studies*. New York: Routledge, 1992, p. 45.

⁵⁰ Idem, p. 57.

Bovendien stelt Morley dat een mediatekst niet oneindige betekenissen heeft en dat de culturele achtergrond van de mediagebruiker een grote rol speelt bij het interpreteren van een mediatekst. De interactie tussen een mediatekst en een mediagebruiker bepaalt tenslotte de uiteindelijke betekenis van een mediatekst. Ook meent Morley dat televisiekijken een actief proces is van *decoding* en geen passief proces waarbij boodschappen geconsumeerd worden.⁵¹

Morley vindt tevens dat een (media-)boodschap altijd meerdere betekenissen heeft. Daarnaast construeren televisieprogramma's subjectposities. Zo wordt bij kijkers van *Eigen huis en tuin* er vanuit gegaan dat de kijker een huis en een tuin heeft. Dit is een impliciete aanname die de makers van dit programma hebben over het publiek.⁵² Ook stelt Morley dat het belangrijk is om publieksonderzoek te doen in een natuurlijke context (bij een gezin thuis dat televisiekijkt) en dat de omgeving waarin naar een televisieprogramma gekeken wordt van invloed is op de betekenis die aan dat programma gegeven wordt. Daarbij meldt hij dat niet alleen thuis, maar ook in andere contexten als op school, televisie vaak een onderwerp is van debat en in die zin een democratische rol vervult. Tenslotte meent hij dat het televisiepubliek in discussie gaat over de *inhoud* van bepaalde programma's, zoals nieuws en actualiteiten, en dat het publiek zich hierdoor kan oriënteren op verschillende politieke stromingen.⁵³

Een andere auteur uit de *Cultural Studies*-traditie, John Hartley, stelt daarnaast dat televisieprogramma's niet enkel subjectposities construeren, maar tevens twee nieuwe vormen van burgerschap "aanleren", namelijk *cultural citizenship* en het eerdergenoemde *do-it-yourself* of *DIY citizenship*. Hartley vindt zelfs dat televisie als medium in de huidige maatschappij dezelfde "leraarscapaciteiten" heeft als kranten in de publieke sfeer van de eind 18^e en begin 19^e eeuw zoals Habermas die schetst. Televisie hanteert volgens hem het zogenaamde 'transmodern teaching'; het laat de mediagebruikers op een ongedwongen manier kennismaken met een veelheid aan culturen. Televisie is volgens Hartley transmodern omdat het premoderne, moderne en postmoderne aspecten van het dagelijks leven samenvoegt. Het medium is premodern, omdat het culturele gebruik van televisie vergelijkbaar is met het eerste massamedium, namelijk de middeleeuwse Katholieke kerk; zowel de kerk als televisie adresseren de mediagebruiker via orale communicatie en richten zich op de familie in een huiselijke sfeer. Daarnaast is televisie modern, omdat ze georganiseerd is als een kapitalistische cultuurindustrie waarbij haar producten gecommificeerd zijn. Tenslotte is televisie postmodern, omdat ze te plaatsen valt in een

⁵¹ Morley, David. *Television, audiences & cultural studies*. New York: Routledge, 1992, p. 75-77.

⁵² Idem, p. 83-84.

⁵³ Idem, p. 133.

breder cultureel domein, waarbij er een ongekeerde diversiteit is. Het medium is transmodern, omdat bij elke uitzending de drie vormen van moderniteit samenkomen:

“It spans, transcends and conjoins modern, pre- and postmodern aspects of contemporary life; specifically by using oral, domestic discourses to teach vast, unknowable ‘lay’ audiences modes of ‘citizenship’ and self-knowledge based on culture and identity within a virtualized community of unparalleled size and diversity”⁵⁴

Het medium leert ons bovendien nieuwe werelden te ontdekken, het toont immers verschillende delen van de bevolking en mensen uit andere landen, waardoor onderlinge verhoudingen tussen burgers kunnen veranderen.⁵⁵ Hartley meent tevens dat verschillende vormen van burgerschap elkaar opvolgen, waarbij de nieuwe vorm van burgerschap niet zozeer de eerdere vorm van burgerschap vervangt, maar deze eerdere vorm uitbreidt. Deze (opeenvolgende) vormen van burgerschap, zijn opgesomd en verklaard in bijlage 2.

Hierbij kan gesteld worden dat televisie zich richt op *cultural citizenship* en *DIY citizenship* en niet zozeer op civiel, politiek of sociaal burgerschap. Wat betreft het door televisie aangeleerde *cultural citizenship*, zegt Hartley dat deze burgerschapsvorm samenhangt met het feit dat televisie geen rekening houdt met de verschillen in het publiek. Televisie brengt mensen samen die politiek gezien geen overeenkomsten hebben maar wel samen een televisiepubliek vormen. Deze vorm van burgerschap hoort bij de beginjaren van televisie, waarbij er geprobeerd werd een gezamenlijke identiteit te vormen bij het publiek. Later kwam hiervoor het *DIY citizenship* in de plaats waarbij er meer rekening gehouden werd met de verschillen in het publiek:

“Television has, (...), moved historically (...) from the promotion among its audiences of an ‘addressee position’ based on common *identity* and ‘cultural citizenship’ during its first half-century, to a more recent acceptance of *difference* in its audiences, promoting ‘DIY citizenship’”⁵⁶

John Hartley meent dat het *cultural citizenship* plaats zal gaan maken voor het *DIY citizenship*.

⁵⁴ Hartley, John. *Uses of Television*. Londen: Routledge, 1999, p. 40-41.

⁵⁵ Idem, p. 155.

⁵⁶ Idem, p. 159.

Ook communicatietechnologieën volgen deze overgang van *cultural* naar DIY *citizenship*. Zo vindt er een overgang plaats naar digitale televisie en naar meer interactiviteit. Daarnaast wordt *broadcasting* niet meer gezien als een ‘nationale cultuur’, maar eerder als een consumentenkeus. Hartley meent daarom dat er een overgang plaatsvindt van een *national semios model*, waarbij er één betekenis werd gegenereerd, naar een *semiotic self-determination model*, waarbij burgers zelf betekenissen aan televisieprogramma’s toekennen en hun eigen identiteit construeren.⁵⁷ Oftewel, een overgang van *cultural citizenship* naar DIY *citizenship*.

Bij deze laatste vorm van *citizenship* gaat het niet meer om het sociale contract tussen de staat en het subject en ook niet meer om een uiting van een bepaalde sociale groepering. Bij DIY *citizenship* kunnen mensen keuzes maken voor *zichzelf*. Daarnaast kunnen ze hun identiteit veranderen of verschillende identiteiten aannemen.⁵⁸

Stevenson noemt deze overgang een verschuiving van een *citizenship of stasis* naar een *citizenship of flows*. Ook hij verbindt dit aan televisie en het veranderende medialandschap:

“If in the twentieth century the cultural bonds of the nation were maintained by communication technology, we can no longer assume this to be the case. The cultural connexity of technological society is constructed through networks that are discontinuous. This holds out the prospect, as we shall see, of a complex dialectic of identification and disidentification”⁵⁹

Media zijn volgens Stevenson aan verandering onderhevig en zoals is gebleken, zijn ook televisietheorieën niet statisch. Hoe is de onderlinge verhouding tussen de *Frankfurter Schule* en *Cultural Studies*? Waar zijn overeenkomsten, verschillen en tegenstrijdigheden? Dit zijn vragen die bij de hierop volgende reflectie behandeld zullen worden. Aan de hand van deze reflectie zal vervolgens getracht worden vragen en onderwerpen te formuleren die bij de casestudies van het *Eurovisiesongfestival* centraal zullen staan.

⁵⁷ Hartley, John. *Uses of Television*. Londen: Routledge, 1999, p. 161.

⁵⁸ Idem, p. 178.

⁵⁹ Stevenson, Nick. *Cultural citizenship: cosmopolitan questions*. Maidenhead: Open University Press, 2003, p. 104.

Reflectie

Allereerst is het belangrijk om stil te staan bij het centrale idee van deze scriptie, namelijk de relatie tussen mediatekst en publiek. Een belangrijk begrip hierbij is *democratie*. Is het echter legitiem om een mediapubliek te verbinden met democratie? Kan een mediatekst als het *Eurovisiesongfestival* überhaupt democratisch genoemd worden? Naar mijn mening wel. Het *Eurovisiesongfestival* en zijn publiek zijn bij uitstek geschikt om met een begrip als *democratie* te verbinden. Dit, omdat de publieksrol bij het festival behoorlijk is veranderd, namelijk van *passieve kijkers* naar *televoters*. Dit *televoten* verwijst naar *stemmen van de kijkers*, stemmen is een begrip dat ook gebruikt wordt bij democratische verkiezingen en waarbij ‘de stem van het volk’ gehoord wordt. Daarnaast wordt tegenwoordig gesteld dat het festival niet meer *eerlijk* zou zijn. Er zou sprake zijn van *buddy voting* waarbij buurlanden op elkaar stemmen. Zoals eerder gesteld, leek het tot 1989 erop dat deze manier van stemmen aan het afnemen was, maar na 1989, toen veel nieuwe landen aan het festival gingen deelnemen, nam *buddy voting* weer toe.⁶⁰ Daarnaast zijn het Verenigd Koninkrijk, Spanje, Frankrijk en Duitsland vanaf 2000 automatisch geplaatst voor de finale, omdat hun publieke omroepen de meeste contributie betalen aan het *Eurovisiesongfestival*.⁶¹ In verschillende landen, ook in Nederland, gaan daarom de laatste jaren steeds meer stemmen op om niet meer aan het festival deel te nemen of een eigen West-Europees festival op te richten.⁶² De *eerlijkheid* van het festival wordt dus verbonden met hoe *democratisch* het festival is. Immers, in een democratie wordt *vriendjespolitiek* veroordeeld en *steekpenningen* afgekeurd.

Ook is belangrijk om stil te staan bij de relatie tussen *televisie* en *democratie*. David Morley stelt dat televisie vaak een debatonderwerp is en in die zin een democratische rol vervult. Bovendien meent hij dat het televisiepubliek in discussie gaat over de *inhoud* van bepaalde programma's, zoals nieuws en actualiteiten, en dat het publiek zich hierdoor kan oriënteren op verschillende politieke stromingen. Peter Dahlgren meent echter dat televisie democratie juist ontmoedigt, omdat het medium het publiek benadert als *consumenten* in plaats van *burgers*. Voor beide visies valt met betrekking tot het *Eurovisiesongfestival* wat te zeggen. Zo gaat het televisiepubliek inderdaad in discussie over de *inhoud* van het programma en kan het liedfestijn in die zin een democratische rol vervullen. Daarnaast kan gesteld

⁶⁰ Björnberg, Alf. “Return to ethnicity: The cultural significance of musical change in the Eurovision Song Contest.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 17-18.

⁶¹ <http://www.eurosong.net/archive/esc1999.pdf>

⁶² http://www.eenvandaag.nl/binnenland/34732/tweederde_wil_niet_meer_meedoen_aan_songfestival

worden dat het publiek benaderd wordt als *consumenten*, omdat veel landen tegenwoordig commerciële liedjes brengen die gemaakt zijn om een zo groot mogelijk publiek te bereiken. Zo zendt Nederland voor de editie van 2010 een nummer van Vader Abraham in, omdat hij al eerder *wereldwijde* hits heeft gescoord, zoals met *Het Smurfenlied*.⁶³ Naar mijn mening wordt deze benadering van het publiek als *consument* echter gecompenseerd door de *televoting* waarbij het *publiek* kan beslissen wie uiteindelijk het festival wint. Uit de onderstaande beschouwing komt tenslotte naar voren dat televisie aanwezig is op verschillende niveaus als *democratie*, *burgerschap*, *participatie* en *identiteit* en dat de *Frankfurter Schule* en *Cultural Studies* de relatie tussen televisie en deze niveaus elk op hun eigen manier benaderen.

Over democratie stelt *Frankfurter Schule*- aanhanger Jürgen Habermas dat deze enkel kan functioneren wanneer er sprake is van een ‘publieke sfeer’. In deze pluriforme publieke sfeer moet ruimte zijn voor onderling rationeel maatschappelijk debat tussen burgers. Om deze publieke sfeer te realiseren, is er ook pluriformiteit nodig wat betreft de media. Habermas en ook andere aanhangers van de *Frankfurter Schule* menen echter dat hier nog geen sprake van kan zijn, omdat volgens de *Schule* de media-economie enkel winst najaagt. Vooral Adorno benadrukt dat deze cultuurindustrie consumenten tot één geheel maakt en dat alle cultuurproducten op elkaar lijken. Deze cultuurproducten, zoals televisieprogramma’s, brengen volgens hem de dominante, kapitalistische ideologie wat de consumenten passief maakt en kritisch rationeel debat uitsluit.

Ook Peter Dahlgren heeft een pessimistische visie over de huidige publieke sfeer. Hij heeft de publieke sfeer ingedeeld in vier dimensies; media-instituten, mediarepresentatie, sociale structuren en sociale interactie. Wat betreft media-instituten vindt Dahlgren dat hierbij organisatie, financiering en legaliteit een grote rol spelen. Ook meent hij, net als Adorno, dat media-instituten zoals omroepen allemaal dezelfde gestandaardiseerde programma’s brengen die bovendien de kapitalistische ideologie uitdragen. Het *Eurovisiesongfestival* kan ook gezien worden als een product van een media-instituut en het is daarom interessant om na te gaan of dit programma in de loop van de tijd aan verandering onderhevig is of dat het festival zo gestandaardiseerd is dat elke jaargang hetzelfde biedt. Tevens kan het *Eurovisiesongfestival* gezien worden als een mediatekst waarbij er representatie plaatsvindt. Het *Eurovisiesongfestival* is op dit gebied uniek, gezien het *landen* en *nationale culturen* representeert voor een *internationaal publiek*. Daarnaast stelt Dahlgren, wanneer hij ingaat op

⁶³ Persconferentie bekendmaking Eurovisiesongfestivallied 2010:
<http://www.youtube.com/watch?v=hGFoC8OWxKQ>

sociale structuren, dat het beter is om één publieke sfeer te hebben dan meerdere publieke sferen. Ook dit kan toegepast worden op het internationale liedfestijn; zo kan nagegaan worden of er bij het festival sprake is van één of van meerdere publieke sferen. Tenslotte meent Peter Dahlgren wat betreft sociale interactie, dat media discoursen en betekenissen aan mediagebruikers leveren. Gesteld kan worden dat ook het *Eurovisiesongfestival* discoursen en betekenissen levert en dan zelfs aan een internationaal publiek.

Cultural Studies is het eens met het hierboven omschreven idee van Dahlgren en de *Frankfurter Schule* dat cultuurproducten de dominante kapitalistische ideologie brengen. De stroming heeft dus hetzelfde marxistische uitgangspunt, maar ziet de consumentenrol heel anders. Zij meent namelijk dat burgers zich kunnen verzetten tegen deze ideologie door andere, onderhandelende of oppositionele, lezingen van deze ideologie. Bij dit proces ligt zelfs de grootste macht bij de mediagebruikers, omdat zij de betekenissen die in een programma ‘gecodeerd’ zijn aan hun eigen visie kunnen aanpassen. Het is belangrijk om op te merken dat de verschillen in visie tussen de *Frankfurter Schule* en *Cultural Studies* te plaatsen vallen binnen de periodes waarin beide stromingen zijn ontstaan. De visie van de *Frankfurter Schule* ontstond in de jaren '50, net na de Tweede Wereldoorlog, en was vrij pessimistisch. *Cultural Studies* ontstond op haar beurt halverwege de jaren '60 en begon in de jaren '70 met cultuuranalyses. Ze baseerde zich op de visie van de *Frankfurter Schule*, maar meende dat die visie herzien moest worden en dat de zestiger en zeventiger jaren vooral op het gebied van de receptie van mediateksten nieuwe vragen oproepen.⁶⁴

Wat betreft participatie aan de democratie, streeft Habermas het zogenaamde participatie-ideaal na, waarbij burgers een actieve rol spelen in de democratie. Thompson stelt echter dat de actieve burgers in Habermas' ideale publieke sfeer enkel bestonden uit gegoede mannelijke burgers. Gesteld kan daarom worden dat Habermas indirect een representatie-ideaal in plaats van een participatie-ideaal nastreeft, omdat het in zijn ideale publieke sfeer enkel de gegoede burgers zijn die de keuzes maken.

Dit ideaal wordt ook gevolgd door Peter Dahlgren, die stelt dat de massa niet per sé de juiste beslissingen neemt. Dahlgren meent tevens dat televisie niet bijdraagt aan een democratische samenleving. Hij onderscheidt drie eigenschappen van televisie die elk de democratie volgens hem niet bevorderen. Deze eigenschappen hangen samen met de door Dahlgren onderscheiden dimensies van de publieke sfeer. Televisie is volgens Dahlgren namelijk tegelijkertijd een industrie, een verzameling van audiovisuele teksten en een sociaal-

⁶⁴ Morley, David. *Television, audiences & cultural studies*. New York: Routledge, 1992, p. 132.

culturele ervaring. Televisie als een industrie valt te plaatsen bij de door Dahlgren genoemde dimensie van media-instituten. Hij meent dat televisie net zo'n industrie is als andere bedrijven, met als groot verschil dat televisie een belangrijke rol speelt in het organiseren van betekenissen waarmee mensen de wereld begrijpen. Ook het *Eurovisiesongfestival* kan gezien worden als een industrie, waarbij de betekenissen die aan verschillende landen verbonden worden doorslaggevend kunnen zijn voor hoe mensen andere landen begrijpen. Tevens levert televisie audiovisuele teksten die volgens Dahlgren allemaal op elkaar lijken. Deze eigenschap hangt samen met de dimensie van mediarepresentatie. Het *Eurovisiesongfestival* is ook een audiovisuele tekst en het is de vraag of de verschillende edities eveneens (steeds meer) op elkaar lijken. Dahlgren ziet televisie tenslotte ook als een sociaal-culturele ervaring. Deze sociaal-culturele ervaring kan geplaatst worden bij de door Dahlgren onderscheiden dimensie van sociale interactie. Hij benadrukt dat het binnen deze sociaal-culturele ervaring van belang is dat mediagebruikers met elkaar in discussie gaan. Ook het *Eurovisiesongfestival* kan gezien worden als een, uitzonderlijke, sociaal-culturele ervaring. Dit, omdat het festival maar één keer per jaar uitgezonden wordt en het daarnaast één van de weinige programma's is waarbij een internationaal publiek aangesproken wordt. Hierbij moet tevens opgemerkt worden dat een sociaal-culturele ervaring met een mediatekst altijd twee zijdes heeft. Immers, de mediatekst biedt door zijn inhoud en adressering de mogelijkheid tot een bepaalde ervaring aan, maar de mediagebruiker kan naar aanleiding van deze mediatekst een totaal andere ervaring hebben. Er kan kortom altijd een discrepantie ontstaan tussen de bedoelde ervaring van de adresseerder en de ervaring van de geadresseerde.

David Morley constateerde dat, zoals Dahlgren wenste, mediagebruikers zowel thuis als in de werksfeer met elkaar in discussie gaan over televisieprogramma's en dat hierdoor democratie ontstaat. Hij heeft een totaal andere visie dan Peter Dahlgren, die juist stelt dat televisie niet bijdraagt aan een democratische samenleving. In de door Morley genoemde 'democratie-door-televisie' zijn verschillende vormen van burgerschap aanwezig. Allereerst is er het *politiek burgerschap*; mediagebruikers gaan namelijk niet alleen in debat over verschillende televisieprogramma's *an sich*, maar ook over de *inhoud* van bepaalde programma's, zoals nieuws en actualiteiten. Hierdoor kunnen ze zich oriënteren op en eventueel aansluiten bij verschillende politieke stromingen.⁶⁵ Daarnaast zet televisie aan tot *cultureel burgerschap*; burgers afkomstig uit verschillende politieke stromingen of partijen kunnen zich *cultureel* verbonden voelen omdat ze allen naar hetzelfde programma kijken.

⁶⁵ Morley, David. *Television, audiences & cultural studies*. New York: Routledge, 1992, p. 133.

Belangrijk om op te merken, is dat mensen die politiek anders gekleurd zijn, zich wel cultureel verbonden kunnen voelen. Dit *cultureel burgerschap* is volgens Hartley vooral veroorzaakt door televisie, omdat dit medium geen rekening hield met de verschillen in het publiek. Hartley stelt dus dat televisie *politiek burgerschap* ontmoedigt, terwijl Morley meent dat televisie wel ruimte voor *politiek burgerschap* biedt.

Burgerschap hangt nauw samen met identiteit. Dahlgren stelt hierover dat de semiotische wereld voor burgers door de gefragmenteerde *output* van televisie steeds minder stabiel is en dat het hierdoor moeilijker is voor burgers om een identiteit te formeren. Hartley meent dat dit samenhangt met de overgang van *cultural citizenship* naar *DIY citizenship*, waarbij burgers door televisie niet geadresseerd worden als een collectief maar als verschillende individuen. Hierbij kunnen consumenten *zelf* hun identiteit, die aan verandering onderhevig is, samenstellen. Met betrekking tot individu en identiteit, stelt de *Frankfurter Schule* op haar beurt dat burgers zich moeten conformeren aan de cultuurindustrie en daardoor passieve consumenten worden in plaats van de autonome, onafhankelijke individuen die een democratie nodig heeft. Dahlgren voegt hieraan toe dat er onder burgers een *massasubjectiviteit* heerst, veroorzaakt door de *output* van televisie, waarbij de subjectpositie van de “consument” geprefereerd wordt boven die van “burger”. Fiske is het hiermee eens, maar stelt dat elk individu anders omgaat met de dominante ideologie die door de cultuurindustrie gebracht wordt en dat sociale achtergronden hierbij een grote rol spelen. Morley voegt hieraan toe dat ook de *culturele* achtergrond en de persoonlijke identiteit een grote rol spelen bij het omgaan met de dominante ideologie. Stevenson meent zelfs dat in de huidige complexe communicatiemaatschappij er continu een proces plaatsvindt van identificatie en disidentificatie, waarbij de identiteit steeds aan verandering onderhevig is. Burgers creëren dus volgens Hartley en Stevenson steeds meer hun eigen identiteit, los van politieke of culturele collectieven.

Naar aanleiding van bovenstaande reflectie kan geconcludeerd worden dat hoewel de *Frankfurter Schule* en *Cultural Studies* de mediagebruiker anders benaderen er ook overeenkomsten zijn, bijvoorbeeld over de media-economie en het door media veranderende individu. Om deze twee stromingen met het *Eurovisiesongfestival* te verbinden en om na te gaan hoe het *Eurovisiesongfestival* ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek representeert, wordt gebruikgemaakt van een analysemodel. Dit kunt u terugvinden in bijlage 3.

Hoofdstuk 2

In dit hoofdstuk zal de tweede deelvraag beantwoord worden. Deze luidt:

In welke mate representeert het *Eurovisiesongfestival* uit 1961 ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Om deze vraag te beantwoorden, zal allereerst een beeld geschetst worden van het ontstaan van de *European Broadcasting Union (EBU)*, van het festival zelf en van de versie uit 1961. Vervolgens zal een casestudie uitgevoerd worden van de finale uit 1961, waarbij er aandacht geschonken zal worden aan de in het eerste hoofdstuk genoemde analysepunten. Daarnaast zullen de resultaten van de casestudie gekoppeld worden aan de eerdergenoemde theorie, waarbij er nagegaan wordt in welke mate het festival uit 1961 een articulatie is van ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek.

§2.1 De ontstaansgeschiedenis van de *EBU*

In 1950 werd de *EBU* opgericht. Om het ontstaan van deze unie te verklaren, is het van belang de aan de oprichting voorafgaande ontwikkelingen op Europees mediagebied te schetsen.⁶⁶ Toen in de jaren twintig de radio in verschillende Europese landen in opkomst was, werd al snel duidelijk dat deze ontwikkeling leidde tot ingewikkelde internationale vragen. Zo moesten de radiofrequenties, die slechts in beperkte mate beschikbaar waren, zo verdeeld worden dat alle betrokken landen en organisaties ze konden gebruiken. Om dit alles in goede banen te leiden, werd in 1929 de *International Broadcasting Union (IBU)* opgericht. Deze unie werd als onafhankelijk instituut opgericht, maar leek in vele opzichten op de Volkerenbond. Elk land had in de *IBU* één stem en de *IBU* diende moeilijkheden op te sporen en deze door internationale democratische samenwerking op te lossen. Onder leiding van de *IBU* ontstonden bovendien aan het einde van de jaren twintig verschillende internationale radioprogramma's. De Tweede Wereldoorlog gooide echter roet in het eten en de *IBU* maakte een moeilijke tijd door. Door de samenwerking met de nazi's was het Verenigd Koninkrijk na de oorlog erg terughoudend om zich opnieuw bij de *IBU* aan te sluiten. Daar kwam nog bij

⁶⁶ Ontleend aan Degenhardt, W., en E. Strautz. *Auf der Suche nach dem europäischen Programm*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 1999, p. 18-26.

dat na de Tweede Wereldoorlog de USSR een grote rol kreeg in de *IBU* en door haar deelrepublieken niet één maar wel acht stemmen kreeg. Het Verenigd Koninkrijk besloot daarop uit de unie te stappen. 26 andere leden van de *IBU* verlieten ook de organisatie en richtten vervolgens in 1946 de *Organisation Internationale de Radiodiffusion (OIR)* op. Hierdoor ontstond de situatie dat er twee internationale radio-organisaties waren die de rol van ‘expert’ wat betreft de frequentieverdeling aannamen. De *IBU* was het oudere verband en had de benodigde infrastructuur, maar de door de sovjets en Fransen gedomineerde *OIR* had de meeste leden. Beide organisaties lukten het niet om het Verenigd Koninkrijk in te lijven. In 1949 kwamen de twee organisaties nogmaals bijeen, maar dit leidde enkel tot verdere verwijdering tussen de leden van beide organisaties. De *IBU* en de Britse *BBC* konden zich niet vinden in de visie van de *OIR* en ook leden van de *OIR* waren niet meer eensgezind. Frankrijk, Nederland, Italië en België besloten hun lidmaatschap van de *OIR* op te zeggen. Door de spanningen ontstond er een consensus tussen de West-Europese landen, waardoor de oprichting van een nieuwe organisatie, geleid door de *BBC*, de beste oplossing leek. In 1950 werd daarop de *EBU* opgericht door vertegenwoordigers van 23 landen uit de door de *Internationale Telecommunication Union (ITU)* vastgestelde “Europese radiozone”.⁶⁷ De *BBC* domineerde de *EBU* in de eerste jaren na de oprichting, vooral door haar voorsprong op technisch, financieel en personeel gebied. Door deze Britse dominantie en goede onderlinge verhoudingen ademde de *EBU* de sfeer uit van een exclusieve “Gentlemen’s Club” waar men snel tot overeenstemming kwam.⁶⁸ De nieuwe unie van nationale omroepen had als doel om het medium televisie in te zetten om de Europese culturele integratie te bevorderen, op een moment dat de politiek de eerste stappen zette naar een effectieve Europese unie. In hetzelfde jaar dat de *EBU* werd opgericht, besloot de *IBU* zichzelf op te heffen en haar vermogen over te dragen aan de *EBU*. De *OIR* bleef bestaan als parallelorganisatie en had haar vestiging in Praag. In 1960 veranderde ze haar naam in *OIRT (Organisation Internationale de Radiodiffusion et de Télévision)*.⁶⁹ De *EBU* wilde samenwerking tussen haar leden stimuleren en op die manier een gezamenlijke Europese culturele identiteit, een gezamenlijk bewustzijn, creëren. Al vanaf de oprichting had de *EBU* echter te maken met de tegenstelling tussen politieke factoren en apolitieke idealen. Zo werden aan de ene kant lidmaatschap en stemrecht

⁶⁷ Deze zone bevat niet alleen het Europese continent (destijds met uitzondering van de socialistische staten en Joegoslavië), maar ook Turkije, Syrië, Israël, Jordanië, Egypte, Libië, Tunesië, Algerije en Marokko.

⁶⁸ Zo werd al vlug vastgesteld dat de omgangstalen Engels en Frans werden en dat de *EBU* zich zou vestigen in Brussel en Genève. Daarnaast werd bepaald dat enkel omroeporganisaties lid konden worden van de *EBU* wanneer ze gevestigd waren in een land dat lid was van de *ITU*.

⁶⁹ Degenhardt, W., en E. Strautz. *Auf der Suche nach dem europäischen Programm*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 1999, p. 18-26.

verleend aan nationale omroeporganisaties en niet aan nationale overheden om politieke bemoeienissen te vermijden, maar was aan de andere kant ideologie een belangrijke motivatie gedurende de formatie van de *EBU*. De oprichters meenden dat de technologische ontwikkelingen leidden tot een ideaal waarin vriendschappelijke samenwerking tussen de Europese landen mogelijk was:

“The breakneck speed with which television soon started to develop gave everyone the feeling of belonging to an avant-garde – not only technologically, but also politically – tackling European cooperation in a friendly atmosphere and getting results at a time when politicians still hardly dared dream of an effective European Union”⁷⁰

Deze vriendschappelijke samenwerking en het creëren van een gezamenlijke identiteit van Europese landen was echter niet makkelijk te bereiken. Aan deze gedachte van het verenigen van *naties* om een *Europese* identiteit te creëren is namelijk automatisch een spanningsveld verbonden tussen *naties* enerzijds en *Europa* anderzijds. Immers, de verschillende *naties* kunnen de *Europese identiteit* ondermijnen en Europa kan op zijn beurt ook de *nationale identiteiten* ondermijnen. Een nieuwe deelnemer aan het *Eurovisiesongfestival* als Tsjechië heeft bijvoorbeeld moeilijkheden om een balans te vinden tussen de eigen conservatieve nationale identiteit en het ideaal van naoorlogs Europa waartoe het festival letterlijk en figuurlijk toegang verleent: een Europa dat democratisch, kapitalistisch, vredelievend, multicultureel en seksueel bevrijd is.⁷¹ Bepaalde landen gebruiken het *Eurovisiesongfestival* ook om hun *nationale* politiek te bedrijven; zo deed Griekenland in 1975 niet mee, omdat Turkije zijn debuut maakte.⁷² Deze spanning is niet alleen aanwezig tussen naties en Europa, maar ook tussen de zogenaamde *diaspora* en Europa. Grote groepen migranten, bijvoorbeeld in Nederland wonende Turken, bevinden zich immers in een Europees verband, de *EBU*, waarbij het thuisland Turkije deel mag nemen aan het *Eurovisiesongfestival*, terwijl Turkije geen lid mag worden van de Europese Unie. Een andere oorzaak van de moeilijk te creëren gezamenlijke identiteit was en is het feit dat de *EBU* een West-Europese organisatie was, opgericht als een reactie op de eerdergenoemde

⁷⁰ Raykoff, Ivan. “Camping on the borders of Europe.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 2.

⁷¹ Raykoff, I., en R.D. Tobin. “Introduction.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. xviii

⁷² Raykoff, Ivan. “Camping on the borders of Europe.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 3.

Oost-Europese *OIRT*. Beide organisaties hadden hun eigen televisienetwerk, de *EBU* had *Eurovision* en de *OIRT* *Intervision*. *Eurovision* werd en wordt nog steeds ingezet om internationale programma's te coördineren. De *EBU* organiseerde via dit netwerk onder andere de transmissie van de kroning van de Britse koningin Elisabeth II naar Frankrijk, Denemarken, Nederland en Duitsland. *Intervision* werd ingezet om onderling programma's uit te wisselen die dienden voor communistische propaganda. Door deze twee netwerken werd het Europese televisielandschap en daarmee de Europese identiteit in twee culturele ruimtes verdeeld. Hoewel de *OIRT* in 1993 opging in de *EBU*, zijn nog maar weinig televisie-initiatieven om een Europese gezamenlijke culturele identiteit te creëren, succesvol gebleken. Nog steeds is er bij initiatieven als *Eurosport* namelijk sprake van spanningen tussen nationaal en Europees televisiebeleid.⁷³ Toch kent de *EBU* tegenwoordig maar liefst 75 actieve leden afkomstig uit 56 landen. Daarnaast zijn 43 omroepen vanuit de hele wereld geassocieerd met de *EBU*. De meerderheid van de leden zijn door de overheid ingestelde publieke omroepen of private omroepen met een specifieke publieke missie.⁷⁴ Bovendien hebben organisaties als de *EBU* volgens Bignell en Fickers bijgedragen aan veranderende discourses over Europa:

“As networks for the flow of intercultural communication, broadcast infrastructures have shaped European communication spaces and thereby territories for the negotiation of European identities. The sonic and visual icons of Europe (for example, the symbolic force of the Eurovision hymn) represent Europe as a cultural space and demonstrate the discursive infrastructures that contribute to its formation”⁷⁵

Bignell en Fickers menen dat organisaties als de *EBU* bij hebben gedragen aan Europese communicatieve ruimtes en de mogelijkheid bieden om een Europese, culturele identiteit te creëren.

§2.2 Het *Eurovisiesongfestival*

In 1954 kreeg de *EBU* de opdracht om met nieuwe ideeën te komen voor gezamenlijke programma's. Daarop lanceerde Italië het voorstel om een exclusieve 'Grand Prix van het

⁷³ Leeuw de, Sonja. "Institutions: Negotiation European Television Spaces"

<http://www.videoactive.eu/VideoActive/KNASearch.do?type=inst>

⁷⁴ Heinrich-Franke, Christian. "European Broadcasting Union"

http://www.videoactive.eu/VideoActive/KNASearch.do?id=VA_KNA_20090814100952761&type=inst&sw=

⁷⁵ Bignell, J., en A. Fickers. *A European Television History*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008, p. 28.

Europese lied' te organiseren, die in het voorjaar van 1956 zou moeten worden uitgezonden. Het doel van dit tot *Eurovisiesongfestival* gedoopte festijn, luidde: 'de productie van originele liedjes van hoge kwaliteit binnen de populaire muziek te stimuleren door concurrentie tussen tekstdschrijvers en componisten aan te moedigen middels de internationale vergelijking van hun werk'. Het festival was gebaseerd op het eveneens uit Italië afkomstige San Remo festival, een jaarlijkse competitie met populaire muziek die vanaf 1951 tot de dag van vandaag plaatsvindt.⁷⁶

Geheel volgens plan vond in 1956 het eerste *Eurovisiesongfestival* plaats. Slechts zeven van de oprichters van de *EBU* namen deel aan dit eerste spektakel.⁷⁷ In de loop van de tijd zijn enkele elementaire regels van het festival hetzelfde gebleven. Elk lid van de *EBU* mag meedoen, er moet live gezongen worden, de liedjes moeten oorspronkelijk zijn en mogen niet zijn gepubliceerd, opgenomen of uitgevoerd voordat ze in de nationale voorronden zijn gebracht. Daarnaast is de winnaar van een bepaalde editie automatisch het gastland van de editie daarna. Naarmate de uitvoeringstechnieken zich in de loop van de tijd steeds verder ontwikkelden, werden ook de regels hierover aangepast. In 1957 kwamen er achtergrondzangers en ondersteunende musici bij en begin jaren '60 dansers. In 1973 werd bij de inzending van het Verenigd Koninkrijk voor het eerst gebruikgemaakt van een geluidsband, vanaf 1999 vervingen geluidsbanden het orkest helemaal.⁷⁸

De eerste edities van het festival werden gedomineerd door ballades, als contrast met de uit de Verenigde Staten afkomstige rock 'n roll muziek, maar in de late jaren '60 probeerden deelnemers het tienerpubliek te winnen door Engelse teksten of liedjes met veel universele woorden als "la, la, la". Door verandering in de regelgeving in de jaren '70 baseerden deelnemers zich regelmatig op 'folk' tradities en vanaf de jaren '80 zijn de nummers meer beïnvloed door popchoreografie.⁷⁹

Gedurende de Koude Oorlog organiseerden overigens de Oostbloklanden van 1977 tot 1980 via hun eigen netwerk een eigen liedfestival, het zogenaamde *Intervisionsongfestival*.⁸⁰

⁷⁶ Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 8.

⁷⁷ De deelnemende landen waren: België, Frankrijk, Duitsland, Italië, Luxemburg, Nederland en Zwitserland. Denemarken, Oostenrijk en het Verenigd Koninkrijk schreven te laat in om nog te kunnen deelnemen, maar zonden de finale wel uit.

⁷⁸ Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 8-9.

⁷⁹ Bignell, J., en A. Fickers. *A European Television History*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008, p. 36-37.

⁸⁰ Raykoff, I., en R.D. Tobin. "Introduction." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. xviii.

Tegenwoordig wordt het festival live uitgezonden in meer dan dertig landen wat gelijk staat aan meer dan honderd miljoen kijkers. Daarnaast heeft de jury plaatsgemaakt voor de kijkers thuis die via telefoon of sms op hun favoriet kunnen stemmen. Hierbij is het niet mogelijk om op het eigen land te stemmen.⁸¹ De laatste jaren is het echter veelvoorkomend dat grote groepen migranten vanuit landen als Duitsland en Nederland toch op hun eigen land stemmen. Sommige *internetbloggers* kwamen hierom met het idee om mensen te laten stemmen op basis van hun nationaliteit in plaats van op basis van hun locatie. Dit is echter technisch onmogelijk voor de *EBU* en daarnaast, en veel belangrijker, is dit volstrekt in strijd met de missie van de *EBU* om een pan-Europese televisiegemeenschap te creëren. De organisatie wil zich daarom niet bezighouden met de nationaliteit van de stemmers of de deelnemers. Deelnemers hoeven bijvoorbeeld niet de nationaliteit te bezitten van het land dat ze vertegenwoordigen.⁸² Vanaf 1999 is het tevens toegestaan om in alle talen te zingen. Vele critici stellen dat hierdoor Engels de *lingua franca* is geworden en er sprake is van culturele armoede. Als tegenargument wordt vaak gesteld dat door de vrije taalkeuze de nadruk nog meer op ‘Europa’ is komen te liggen in plaats van op de ‘natiestaat’.

Tobin meent tenslotte dat het liedfestijn stemrecht verleent aan *alle* inwoners van een land, ongeacht ras, nationale origine, etniciteit, taalvaardigheid, religie, seksuele geaardheid of geslacht. Het “lidmaatschap van Europa” is volgens hem voor iedereen bereikbaar.⁸³

Dit valt samen met de ontwikkeling dat het *Eurovisiesongfestival* vanaf de jaren '90 steeds populairder is geworden onder het zogenaamde ‘*queer*’ publiek bestaande uit homoseksuelen, lesbiennes, biseksuelen, travestieten en transseksuelen. Dit wordt volgens Tobin veroorzaakt doordat het liedfestijn een alternatief *Europees burgerschap* mogelijk maakt, waarbij het *Eurovisiesongfestival* de mogelijkheid aan minderheden biedt om zich meer burger te voelen:

“(…), this understanding of citizenship relates more to a sense of belonging to a community, having a say in that community, having equal rights in that community and feeling represented by that community. Queers and many others disenfranchised minorities find in the ESC a chance to experience this broader kind of citizenship”⁸⁴

⁸¹ Raykoff, I., en R.D. Tobin. “Introduction.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 1.

⁸² Landen als Luxemburg en Monaco hebben van deze mogelijkheid gebruikgemaakt en regelmatig buitenlanders ingezonden naar het festival.

⁸³ Deam Tobin, Robert. “Eurovision at 50: Post-Wall and Post-Stonewall.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 29-30.

⁸⁴ Idem, p. 25.

Het is hierbij belangrijk om op te merken dat in de decennia na het begin van het *Eurovisiesongfestival* er in veel Europese landen een verbod was op het organiseren van homoseksuele activiteiten. Het ‘*queer*’ publiek had daardoor in veel landen waar het festival wordt uitgezonden geen toegang tot het volledige burgerschap. Bovendien wordt Europa vanaf de jaren '90 homovriendelijk beschouwd in tegenstelling tot de Verenigde Staten en hebben Europese organisaties, als de Europese commissie, veel betekend voor de Europese homogemeenschap. Daarnaast worden ook de uitbundige muziek, optredens en de aankleding van het festival verbonden met de ‘*queer*’ gemeenschap. Maar het is voornamelijk de alternatieve vorm van burgerschap die de ‘*queers*’ aanspreekt:

“The contest and its parent organization, the EBU, are part of a group of institutions (...) that have forged a new sense of European citizenship that is polyvalent and indicated by multiple overlapping (...) signifiers. (...) in the slippage that occurs between these institutions, a variety of otherwise disenfranchised Europeans can stake a claim to European identity”⁸⁵

Deze groep met een alternatieve Europese identiteit, heeft dus niets te maken met de eerdergenoemde spanning tussen individuele *naties* en *Europa*. Immers, de *alternatieve Europese identiteit* van de ‘*queer*’ gemeenschap gaat over grenzen heen en is juist niet aan een natie verbonden. De groep zal zich daarom eerder aangesproken en gerepresenteerd voelen door een ‘*queer*’ deelnemer, of een deelnemers die refereert aan het ‘*queer*’ publiek dan door de inzending van zijn of haar thuisland.

§2.3 Het *Eurovisiesongfestival* van 1961

Het festival vond op 18 maart 1961 plaats in het Palais des Festivals in Cannes, hetzelfde theater waar het festival van 1959 was gehouden. Er was een recordaantal deelnemers van zestien landen.⁸⁶ Het toneel werd beheerst door bomen en struiken en de achtergrond werd gevormd door een decor dat een tafereel in de openlucht voorstelde. Maar verder leek alles

⁸⁵ Deam Tobin, Robert. “Eurovision at 50: Post-Wall and Post-Stonewall.” *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 35.

⁸⁶ Luxemburg, het Verenigd Koninkrijk, Zwitserland, Frankrijk, Italië, Denemarken, Noorwegen, Joegoslavië, Spanje, Nederland, Monaco, Finland, Duitsland, Zweden, Oostenrijk en België.

sterk op de wedstrijd van 1959; zelfs het scorebord werd opnieuw gebruikt en Jacqueline Joubert was voor de tweede maal gastvrouw.⁸⁷

Volgens Kennedy O'Connor had de editie van 1961 een behoorlijk niveau en was het een succes voor de producten en, afgemeten aan de kijkcijfers, bij het publiek.⁸⁸ Hoewel Frankrijk het festival niet won, was het gehele festival wel een Franse aangelegenheid geweest, vooral door het veelvuldige gebruik van het Frans en het hergebruik van elementen die ook bij het festival van 1959 aanwezig waren: dezelfde Franse presentatrice en zelfs hetzelfde scorebord.

§2.4 Casestudie *Eurovisiesongfestivalfinale* van 1961

Voor de analyse van de *Eurovisiesongfestivalfinale* uit 1961 wordt gebruikgemaakt van de drie eigenschappen die Dahlgren verbindt aan televisie; televisie als industrie, als een verzameling van audiovisuele teksten en als een sociaal-culturele ervaring.

§ 2.4.1 Het *Eurovisiesongfestival* van 1961 als industrie

Democratie

Aan de editie van 1961 namen zestien landen deel. Presentatrice Jacqueline Joubert benadrukt dat er nu zestien landen zijn die elk een eigen jury hebben met daarin tien juryleden. Tevens meldt Joubert dat elk land gerepresenteerd wordt door de performer(s) en dat de nationale jury's beslissen welk land wint. Er is dus sprake van een conservatieve vorm van democratie zoals Dahlgren die schetst. Immers, een groep mensen, in dit geval allen inwoners van een land, worden door zowel een performer als door een jury gerepresenteerd. Van enige participatie van de mediagebruikers *zelf* is geen sprake. Ook aan het einde van de show benadrukt Joubert nogmaals dat het de nationale jury's zijn die beslissen. Opvallend daarbij is dat de juryleden niet bij naam genoemd worden, waardoor de mediagebruikers niet weten door *wie* ze gerepresenteerd worden. Tijdens de puntentelling belt Joubert naar elk land, waarna de juryvoorzitter van het desbetreffende land de punten doorgeeft. Deze voorzitter noemt echter niet zijn of haar naam en de andere leden van de jury worden ook niet met naam

⁸⁷ Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 18-19.

⁸⁸ Idem.

genoemd. De jury blijft anoniem en hierdoor is het voor het publiek onbekend *wie* de beslissingen maakt. De jury wordt hierdoor in plaats van een verzameling deskundige leden van vlees en bloed tot een abstractie gemaakt, waarover niets bekend is: de locatie (waar bevindt de jury zich?) het medium (heeft de jury het festival via radio of tv gevolgd?) en de leden (wie zitten er in de jury, zijn de leden deskundig?) blijven voor het grote publiek onbekend. Hierdoor kan deze editie amper democratisch genoemd worden in conservatieve zin, gezien bij een conservatieve vorm van democratie de kiezers in elk geval weten door *wie* ze gerepresenteerd worden. Daarnaast is het kenmerkend dat, wanneer er tijdens de puntentelling zowel in de zaal als bij de Nederlandse commentator Piet te Nuyl verwarring is over de punten voor het Verenigd Koninkrijk, er door de presentatrice of door de organisatie geen uitleg gegeven wordt. Zowel het publiek in de zaal als de mediagebruikers thuis hebben de uitslag en de jurering simpelweg te accepteren. Er is dus geen ruimte voor het door Habermas gewenste 'kritische maatschappelijk debat tussen burgers'. Sterker nog, van debat is bij deze editie totaal geen sprake. Het publiek vervult in 1961 de rol van *passieve kijker* en heeft zelf geen enkele invloed op het verloop van de wedstrijd. Wanneer het publiek in de zaal wel even van zich laat horen bij de puntentelling, wordt dit volkomen genegeerd. In die zin kan gesteld worden dat het publiek benaderd wordt als *consument*. Het publiek kan namelijk enkel de uitzending *ondergaan* en zelf geen enkele *invloed* uitoefenen.

Cultuurindustrie

Om na te gaan of het *Eurovisiesongfestival* beschouwd kan worden als een cultuurindustrie waarbij finales volgens plan worden gemaakt en daardoor vrijwel identiek zijn, is het belangrijk om de vorm van deze editie te schetsen, dit *format* kunt u terugvinden in bijlage 4.

Gesteld kan worden dat er sprake is van een strakke organisatie, waarbij er geen ruimte is voor improvisatie. Dit blijkt vooral bij de verwarring over de puntentelling; er wordt zowel door de presentatrice als door de organisatie geen tijd genomen om dit nader uit te zoeken en de situatie aan het publiek in de zaal en thuis uit te leggen. Wat betreft de aard van de uitzending, is het kenmerkend dat bij de transmissie van het *Eurovisiesongfestival* het evenement *live* in heel Europa te volgen is. Het idee dat een heel continent een evenement ziet dat op *hetzelfde* moment als dat het *plaatsvindt* uitgezonden wordt, moet voor veel kijkers in de beginjaren van het festival een unieke gewaarwording zijn geweest. Dit heeft tevens een *bindende* functie, gezien de kijker zich ervan bewust is dat op *hetzelfde* moment dat hij of zij het programma volgt, ook mensen in andere landen, soms honderden kilometers verder, de

uitzending bekijken. Ook Bignell en Fickers benadrukken dat Europese televisie-evenementen als het *Eurovisiesongfestival* leiden tot deze binding, tot nieuwe manieren van denken over tijd, ruimte en relaties in de wereld:

“Television events in Europe contribute to new ways of thinking about time, space and relationships with the world. Since information circulates across different time zones, local time and the sense of familiar space can be understood as partial and local variations within a European or even global time and space”⁸⁹

Deze capaciteit van televisie wordt door Gripsrud *liveness* genoemd en hij meent dat dit een mediums specifieke eigenschap is:

“(…), the capacity for simultaneity between a ‘real’ event and its transmission and reception as audiovisual representation is central among television’s *differentia specifica*, its specificity as a medium”⁹⁰

Hoewel tegenwoordig vrijwel alle televisieprogramma’s van tevoren zijn opgenomen, wordt het festival nog steeds elk jaar *live* uitgezonden. Dat ook de editie van 1961 *live* wordt uitgezonden, blijkt vooral uit de verwarring bij de puntentelling. Wanneer het festival van tevoren was opgenomen, was deze verwarring er hoogstwaarschijnlijk “uitgeknipt”.

Publieke sfeer

De publieke sfeer waarin deze editie plaatsvindt, valt te bestempelen als een Europese publieke sfeer, die Frans wordt ingevuld. Dit, terwijl door zowel de presentatrice als door de Nederlandse commentator getracht wordt het “Europese” van het festival te benadrukken. Zo stelt Te Nuyl aan het begin van het festival:

“Met zestien deelnemende landen is het songfestival een waarlijk Europees evenement geworden. We hebben er dit jaar bij gekregen: Finland, Joegoslavië en Spanje. Dit is echt wel een versterking, omdat daarmee nieuwe kleuren aan dit muziekmozaïek zijn toegevoegd”⁹¹

⁸⁹ Bignell, J., en A. Fickers. *A European Television History*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008, p. 37.

⁹⁰ Gripsrud, Jostein. “Television, Broadcasting, Flow: Key Metaphors in TV Theory.” *The Television Studies Book*. Red. Christine Geraghty en David Lusted. Londen: Arnold, 1998. 18.

⁹¹ *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 1961*. Commentaar: Piet te Nuyl. Presentatie: Jacqueline Joubert. EBU. 18 maart 1961.

De Franse, elitaire sfeer is echter zeer overheersend. Elitair gebruik ik in deze context niet als een normatief begrip, om aan te geven dat het festival *snobistisch* genoemd kan worden, maar als een letterlijk begrip: elitair in de betekenis van ‘onderdeel van de elite’. Het Frans werd namelijk door de elite al aan het eind van de 19^e eeuw in Nederland gebruikt als eigen taal, zij onderscheidde zich hiermee van het ‘volk’ dat het Frans niet machtig was.⁹² Het Frans wordt ook in deze uitzending gebruikt als onderscheidend kenmerk; het festival richt zich op de elite die bekend is met het Frans. De elitaire sfeer komt verder vooral terug in het feit dat het theater een chique decor heeft en de mensen in de zaal allen in galakleding zijn. Het Franse karakter komt niet alleen naar voren door de aanwezigheid van de door Te Nuyl genoemde speciale *invités* namens Cannes en de Franse televisie, maar vooral door het taalgebruik. De presentatrice praat namelijk enkel Frans en niet zowel Frans als Engels. Ook vertaalt ze de uitslag van de enige twee nationale jury’s die de punten in het Engels geven (het Verenigd Koninkrijk en Oostenrijk) naar het Frans terwijl ze dat andersom niet doet. Tevens worden ook veel nummers in het Frans gebracht (door Luxemburg, Zwitserland, Frankrijk en Monaco) en zijn er bij de liedjes van Denemarken en Duitsland Franse woorden aan de liedteksten toegevoegd. Wellicht wordt dit veroorzaakt doordat Franstalige nummers in de voorgaande edities erg succesvol bleken, maar dan nog is het frappant dat het gehele festival door het veelvuldige gebruik van het Frans in plaats van een Europees een Frans karakter heeft. Dit Franse karakter kan ook verklaard worden door de status van Frankrijk eind jaren ’50 begin jaren ’60 in Europa. Zoals gezegd was het Frans al aan het eind van de 19^e eeuw de taal van de elite. Daarbij leerde ze de taal om handel te drijven met Frankrijk, dat toen een geweldig demografisch overwicht had.⁹³ Bovendien werd in de jaren ’50 en ’60 Frankrijk gezien als het middelpunt van Europa; de diplomatieke taal was Frans en Frankrijk stond bekend om zijn *grandeur* en culturele finesse.⁹⁴

Er is sprake van één publieke sfeer, zoals Dahlgren het wenst, maar binnen deze publieke sfeer wordt alles wat niet Frans is, uitgesloten. Tenslotte kan gesteld worden dat er in deze publieke sfeer geen ruimte is voor kritiek. Zowel door de zaal als door de Nederlandse commentator wordt geen kritiek geleverd op de afzonderlijke bijdragen en wanneer er in de zaal en bij de commentator enige verwarring is door het aantal punten dat het Verenigd Koninkrijk toebedeeld krijgt, wordt hier door de presentatrice niet op gereageerd. Hier leggen

⁹² Frijhoff, Willem. “Cultuur, mentaliteit: illusies van elites?”. Diss. Erasmus Universiteit Rotterdam, 3 mei 1984, p. 18.

⁹³ Idem.

⁹⁴ Milner, Susan, en Nick Parsons, red. *Reinventing France: State and Society in the Twenty-First Century*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2003, p. 64.

het publiek in de zaal en Piet te Nuyl zich vervolgens makkelijk bij neer, mogelijk omdat zowel commentatoren als publieken in de zaal en thuis destijds veel minder gewend waren om te participeren dan nu het geval is. Tenslotte valt op dat er geen Nederlandse ondertiteling is en Te Nuyl bovendien geen vertalingen levert. Er wordt vanuit gegaan dat de televisiekijker het Frans voldoende machtig is. Hierdoor vindt er in deze publieke sfeer insluiting plaats van een publiek dat de mogelijkheid heeft gehad om Frans te leren en te begrijpen. Gezien hoger onderwijs of de universiteit in de jaren '50 en begin jaren '60 lang niet voor iedereen toegankelijk was, kan gesteld worden dat enkel de hogere klasse 'toegelaten' wordt tot de publieke sfeer. In deze publieke sfeer richt de hogere klasse die het Frans machtig is, zich tot de diezelfde hoge klasse die tevens het Frans spreekt. Het publiek dat het Frans niet machtig is, door bijvoorbeeld een gebrek aan onderwijs, wordt in deze publieke sfeer uitgesloten. Uit bovenstaande kan geconcludeerd worden dat hoewel het festival gericht was op heel Europa, hoogstwaarschijnlijk een kleiner publiek daadwerkelijk bereikt werd.

§2.4.2 Het *Eurovisiesongfestival* van 1961 als audiovisuele tekst

Adressering

Zowel door de Nederlandse commentator Piet te Nuyl als door presentatrice Jacqueline Joubert wordt de mediagebruiker geadresseerd als Europees burger. Zo noemt Te Nuyl de 2.000 zitplaatsen in de zaal maar stelt hij dat het aantal niets voorstelt bij de 35 miljoen kijkers in Europa. Ook benadrukt hij dat de deelnemers en daarmee de diverse landen onderling meer overeenkomsten dan verschillen hebben. Tenslotte noemt de Nederlandse commentator het festival een "waarlijk Europees evenement" en ook Joubert is deze mening toegedaan wanneer zij spreekt over "une grande fête de l'Europe". Daarnaast verwelkomt ze elk land in de eigen taal. Opvallend is, dat hoewel de kijker als Europees burger wordt aangesproken, deze burger dan wel erg passief wordt geacht. Wanneer er kritiek uit de zaal komt over de punten voor het Verenigd Koninkrijk wordt hier namelijk door de presentatrice en de organisatie niet op gereageerd, waarschijnlijk omdat men niet gewend was aan publieksparticipatie. Daarnaast zijn de leden van de nationale jury's voor het publiek onbekend, waardoor ze niet weten door *wie* ze worden gerepresenteerd. De als "Europese burgers" geadresseerde mediagebruikers worden dus niet *actief* betrokken bij het jureringproces en krijgen geen ruimte voor eigen inbreng. Daarnaast worden deze "burgers van Europa" enkel aangesproken in het Frans. De burgers die het Frans niet machtig zijn,

worden dus direct uitgesloten. Deze adressering aan burgers die bekend zijn met de Franse taal, kan verklaard worden door de eerdergenoemde dominante culturele positie van Frankrijk in de jaren '50 en '60 in Europa.

Diversiteit

Zowel in de uitvoering als in de liedjes zelf is weinig diversiteit terug te vinden. Alle liedjes kunnen geplaatst worden onder de noemer *chanson*. De eerdergenoemde reputatie van Frankrijk verklaart waarom veel deelnemers aan deze editie kiezen voor nummers die overeenkomsten vertonen met deze in Frankrijk en in Europa vooraanstaande liedvorm. De *chanson* kan gezien worden als een alternatief voor de (Angelsaksische) pop- en rockmuziek en als een liedvorm waarmee men duidelijk maakt dat men tot de *culturele elite* behoort die bekend is met de destijds befaamde Franse cultuur.⁹⁵ De enige uitzondering hierop lijkt het Verenigd Koninkrijk, maar ook dit land houdt vooral qua tempo rekening met de “Eurovisienorm”, zoals ook Kennedy O’Connor stelt:

“Het Verenigd Koninkrijk had, (...), een liedje gekozen dat het juiste midden hield tussen de popscene van die tijd en de smaak van de juryleden”⁹⁶

Ook in de uitvoering van de liedjes zit weinig variatie. Alle deelnemers blijven vlakbij de microfoon staan en er wordt door geen enkele performer gedanst. Daarnaast zijn ze allen in gala gekleed en wordt de uniformiteit bevordert door het feit dat het merendeel van de nummers óf in het Frans gezongen wordt óf gedeeltelijk Franse woorden bevat. Deze ‘Franse keuzes’ kunnen verklaard worden door het feit dat Franstalige liedjes in de voorgaande edities erg succesvol waren. Frans stond daarnaast voor *grandeur*, voor *culture* en deelnemers kozen voor deze taal om het Europese publiek voor zich te winnen. Gesteld kan worden dat de liedjes en de uitvoeringen op elkaar lijken om hiermee een zo groot mogelijk publiek, en dus stemmen, te bereiken.

Deze uniformiteit draagt bij aan het zogenaamde *cultural citizenship*, waarbij in dit geval inwoners van verschillende landen zich *cultureel* verbonden kunnen voelen. Ze delen hierbij een belangstelling voor de Franse cultuur en het idee dat Frankrijk stond voor culturele

⁹⁵ Looseley, David. “In from the margins: *chanson*, pop and cultural legitimacy.” *Popular Music in France from Chanson to Techno*. Red. Hugh Dauncey en Steve Cannon. Aldershot: Ashgate, 2003. 27-28.

⁹⁶ Kennedy O’Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 19.

rijkdom. De culturele verbondenheid zit ook in het begrip van het Frans; mediagebruikers die het Frans niet machtig waren, zullen zich minder betrokken en geadresseerd hebben gevoeld. Gesteld kan worden dat de culturele elite werd vertegenwoordigd (Frans, *chansons*, galakleding) en geadresseerd (in het Frans).

Interactie

Bij deze editie van het *Eurovisiesongfestival* is er geen enkele interactie tussen aan de ene kant de deelnemers, de presentatrice en de jury's en aan de andere kant het publiek in de zaal en thuis. Wanneer er vanuit de zaal kritiek komt op de puntentelling wordt hier niet op gereageerd, de juryleden blijven voor het publiek onbekend en zowel het publiek in de zaal als het publiek thuis wordt geen enkele mogelijkheid tot participatie geboden. Tenslotte wordt er ook bij het taalgebruik geen rekening gehouden met inwoners van Europa die het Frans minder machtig zijn.

Representatie

De verschillende landen worden allen hetzelfde gerepresenteerd. Elk land wordt in de eigen taal aangekondigd, vervolgens brengt de artiest zijn of haar nummer waarna het desbetreffende land door de presentatrice in het Frans wordt bedankt. Behalve bij de aankondiging in de eigen taal wordt er bij geen enkel element gerefereerd aan de eigenheid van een bepaald land. Zo zijn er geen aparte introfilmmpjes en wordt er ook niet op een andere manier informatie gegeven over de deelnemende landen. Landen die verder afstaan van de Franse cultuur als het Verenigd Koninkrijk en Oostenrijk zullen zich waarschijnlijk uitgesloten hebben gevoeld, maar ook andere deelnemende landen zullen zich in elk geval niet vertegenwoordigd hebben gevoeld, gezien er in de gehele uitzending niet gerefereerd wordt aan de unieke culturele identiteit van de verschillende landen. Hierbij is er sprake van de eerdergenoemde spanning tussen individuele naties en Europa. Immers, Europa (dat Frans wordt ingevuld) domineert en ondermijnt in dit geval niet-Fransgeoriënteerde naties als Nederland en Duitsland. Door het *Europese* op een *Franse manier* te benadrukken, worden leden van datzelfde Europa juist uitgesloten.

§2.4.3 Het *Eurovisiesongfestival* van 1961 als sociaal-culturele ervaring

Om na te gaan hoe de professionele receptie van het *Eurovisiesongfestival* van 1961 was, is er bij twee kranten onderzocht hoe er *voor* en *na* het festival over het liedfestijn geschreven werd. Gekozen is voor twee kranten die als ‘kwaliteitskrant’ bestempeld worden, namelijk *Trouw* en *de Volkskrant*.⁹⁷

§2.4.3.1 Receptie van het *Eurovisiesongfestival* 1961 in *Trouw* en *de Volkskrant*

De analyses van de receptie van het festival van 1961 in *de Volkskrant* en *Trouw* kunt u terugvinden in bijlage 5.

Gesteld kan worden dat beide kwaliteitskranten veel kritiek hebben op het festival en dat er sprake is van een ‘active audience’. Immers, de gecodeerde boodschap wordt door de journalisten niet in zijn geheel overgenomen, maar wordt oppositioneel gelezen waardoor de journalisten op die manier ‘macht’ uitoefenen. Dit is opvallend, omdat deze editie juist bestemd was voor de *elite* en in deze *elitaire* kranten juist wordt afgekeurd. Zelfs de *elitaire chansons* worden in zowel *Trouw* als *de Volkskrant* negatief benaderd, waardoor geconcludeerd kan worden dat het *Eurovisiesongfestival* van 1961 haar beoogd elitair publiek niet bereikt heeft. Ook kan gesteld worden dat zowel in *Trouw* als in *de Volkskrant* het festival gezien wordt als kneuterig en niet professioneel. Tenslotte is duidelijk dat de critici in beide kranten zich als autonoom presenteren. Zo wordt er in *Trouw* gesproken over “nationale gemoederen”, terwijl er geen enkele mediagebruiker aan het woord wordt gelaten en geeft ook *de Volkskrant* veel kritiek zonder andere mediagebruikers te raadplegen.

⁹⁷ *Trouw* werd tot halverwege de jaren zestig naast een krant die protestants kerknieuws, sociaal-economisch nieuws en buitenlands nieuws bracht ook gezien als een *politiek orgaan* van de *protestants-christelijke* zuil. Vanaf 1963 werd *Trouw* een ‘open krant’ die ‘in de maalstroom van ontzuiling’ haar eigen koers ging varen. *Trouw* was niet de enige ‘zuilkrant’ die in de jaren zestig haar redactionele koers bijstelde, ook *de Volkskrant*, schrapte in 1965 haar ondertitel ‘Katholiek Dagblad voor Nederland’. Beide bladen maakten zich los van kerk en partij, en gingen in kerkelijke en politiek-maatschappelijke kwesties vooruitstrevende opvattingen ventileren. Ontleend aan Bak, Peter. *Een ‘meneer’ van een krant: Trouw en Bruins Slot 1943-1968*. Kampen: Uitgeverij Kok, 1999.

Hoofdstuk 3

In dit hoofdstuk zal de derde deelvraag beantwoord worden. Deze luidt:

In welke mate representeert het *Eurovisiesongfestival* uit 1984 ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Om deze vraag te beantwoorden, zal allereerst een beeld geschetst worden van de editie uit 1984. Vervolgens zal een casestudie uitgevoerd worden van de finale uit 1984, waarbij er aandacht geschonken zal worden aan de in het eerste hoofdstuk genoemde analysepunten. Daarnaast zullen de resultaten van de casestudie gekoppeld worden aan de eerdergenoemde theorie, waarbij er nagegaan wordt in welke mate het festival uit 1984 een articulatie is van ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek.

§3.1 Het *Eurovisiesongfestival* van 1984

Deze editie vond op 5 mei 1984 plaats in het Nouveau Théâtre Municipal in Luxemburg. De datum van de wedstrijd was pas voor de tweede keer sinds het begin van het festival in 1956 gepland in mei, maar dat zou het begin zijn van een nieuwe trend. Er waren negentien landen bij elkaar gekomen voor alweer de 29^e editie van het festival.⁹⁸ Door het gebruik van transparante vormen die boven het artiestenpodium waren gehangen, kon het toneel niet alleen van kleur en vorm veranderen, maar kon ook elk liedje een andere achtergrond gegeven worden. De gastvrouw was Désirée Nosbusch, met haar negentien jaar de jongste presentatrice van het festival.⁹⁹

Met twee uur en vijf minuten was dit de kortste show sinds 1974 en een editie die een nieuwe standaard vaststelde voor toneelontwerp en videoproductie.¹⁰⁰ De televisiestijl was in 1984 ook verder ontwikkeld dan bij de editie van 1961. Leek de finale van 1961 nog op een geregistreerde theatervoorstelling, in 1984 was daar absoluut geen sprake meer van. Vooral

⁹⁸ Zweden, Ierland, Spanje, Denemarken, België, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Finland, Luxemburg, Portugal, Turkije, Nederland, Duitsland, Cyprus, Zwitserland, Noorwegen, Joegoslavië en Oostenrijk.

⁹⁹ Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 96.

¹⁰⁰ Idem, p. 99

door de geanimeerde introfilmpjes werden de unieke technische en creatieve mogelijkheden van televisie voor een Europees publiek zichtbaar. Wel ondermijnde de nieuwe televisiestijl dé unieke eigenschap van televisie; *liveness*. Zo meldt ook Gripsrud:

“The development of technologies and styles of presentation progressively make the medium *less live*”¹⁰¹

Door het toevoegen van animaties en eenvoudige *computergraphics* kan ook de editie van 1984 als minder *live* beschouwd worden dan de editie van 1961.

Zweden won het festival, hoewel het liedje door sommigen één van de slechtste deelnemende liedjes aller tijden wordt genoemd.¹⁰²

§3.2 Casestudie *Eurovisiesongfestivalfinale* van 1984

Voor de analyse van de *Eurovisiesongfestivalfinale* uit 1984 wordt gebruikgemaakt van de drie eigenschappen die Dahlgren verbindt aan televisie; televisie als industrie, als een verzameling van audiovisuele teksten en als een sociaal-culturele ervaring.

§3.2.1 Het *Eurovisiesongfestival* van 1984 als industrie

Democratie

Presentatrice Désirée Nosbusch stelt, voordat de puntentelling begint, dat elke nationale jury bestaat uit elf leden. Dit zijn, zoals Nosbusch het zelf zegt “geen professionals, maar mensen zoals u en ik”.¹⁰³ *Wie* deze mensen zijn en *hoe* en *waarom* ze gekozen zijn, blijft echter onduidelijk. Wel wordt voor de puntentelling begint de scheidsrechter of *scrutineer* genoemd: Frank Neff. Wanneer de juryvoorzitters de punten van hun land doorgeven, blijven ze net als in 1961 anoniem. Hun namen worden niet genoemd en ze komen niet in beeld. Alleen de voorzitter van de Nederlandse jury, Flip van der Schalie, wordt genoemd door commentator

¹⁰¹ Gripsrud, Jostein. “Television, Broadcasting, Flow: Key Metaphors in TV Theory.” *The Television Studies Book*. Red. Christine Geraghty en David Lusted. Londen: Arnold, 1998. 20.

¹⁰² Kennedy O’Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 99. Zweden werd vertegenwoordigd door de Herrey’s met het nummer *Diggy loo/diggy ley*.

¹⁰³ *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 1984*. Commentaar: Ivo Niehe. Presentatie: Désirée Nosbusch. EBU. 5 mei 1984.

Niehe. Ook vertelt Niehe dat er bij elke nationale jury een notaris aanwezig is om te kijken of alles goed verloopt.

Uit bovenstaande wordt duidelijk dat, hoewel het mediapubliek iets meer te weten komt over de jury en de jurering, er bij deze editie sprake is van een conservatieve vorm van democratie zoals Dahlgren die schetst. Immers, een groep mensen, in dit geval allen inwoners van een land, worden door een jury gerepresenteerd. Van enige participatie van mediagebruikers *zelf* is geen sprake. De jury blijft bovendien, net als in 1961, een abstractie. Hierdoor kan ook deze editie amper democratisch genoemd worden in conservatieve zin, omdat wederom onbekend is door *wie* de mediagebruikers worden gerepresenteerd. Wel wordt er bij deze editie meer contact gelegd door de presentatrice met het publiek en geeft het publiek door klappen of boegeroep reacties op de afzonderlijke optredens. Het optreden van het publiek heeft echter geen enkel effect op de jurering en van een door Habermas gewenst ‘kritische maatschappelijk debat tussen burgers’ is nog steeds geen sprake. Het publiek wordt dus ook bij de editie van 1984 beschouwd als *passieve kijker*, maar er wordt door de presentatrice wel meer contact gelegd met het publiek en daarnaast is de publieke sfeer bij deze editie van dien aard dat het publiek in de zaal de mogelijkheid heeft om kritiek te leveren op het festival. Gesteld kan worden dat de democratie in bepaalde mate is toegenomen, kritiek wordt immers toegestaan, maar dat het publiek nog steeds benaderd wordt als *consument* die de inhoud en vorm van het festival en de jurering simpelweg te accepteren heeft.

Cultuurindustrie

Om na te gaan of het *Eurovisiesongfestival* beschouwd kan worden als een cultuurindustrie waarbij finales volgens plan worden gemaakt en daardoor vrijwel identiek zijn, is het belangrijk om de vorm van de editie van 1984 te schetsen, deze kunt u terugvinden in bijlage 6.

Gesteld kan worden dat het *format* van het *Eurovisiesongfestival* van 1984 veel overeenkomsten vertoont met het *format* van 1961. Zo wordt bij beide edities de uitzending voorafgegaan door het *Eurovisiesongfestivallogo* en de bijbehorende *tune* van Charpentier. Bovendien is er bij beide edities sprake van een zogenaamde *intervalact* en wordt de juryuitslag telefonisch doorgegeven. Tenslotte wordt in beide versies niet alleen de artiest maar ook de tekstschrijver en de componist bekroond en wordt het winnende liedje nogmaals opgevoerd, de zogenaamde *reprise*.

Verschillen tussen de edities zijn er echter ook. Zo valt het op dat er bij de editie van 1984 meer nadruk ligt op het publiek. Het publiek wordt aangesproken door de presentatrice, er zijn meer *shots* van het publiek en het publiek zelf laat ook meer van zich horen. Een ander belangrijk verschil zijn de *intروفilmpjes* die in 1984 wel aanwezig zijn en in 1961 niet. Tenslotte wordt ook bij de editie van 1984 duidelijk dat het gaat om een *live*- uitzending. Zo zijn er een aantal keer storingen in het beeld en werkt de telefoonverbinding niet altijd even goed.

Publieke sfeer

De publieke sfeer waarin deze editie plaatsvindt, valt te bestempelen als een Europese publieke sfeer waarin ruimte is voor kritiek. Het ‘Europese’ is vooral terug te vinden in hoe commentator Niehe het festival typeert. Zo stelt hij dat er maar liefst 400 tot 500 miljoen mensen vanuit heel Europa naar dit festival kijken. Opvallend is dat er in de publieke sfeer van het festival van 1984 veel ruimte is voor kritiek, onder andere van commentator Ivo Niehe. Zo stelt hij over de inzending van het Verenigd Koninkrijk:

“Fijn liedje, maar zo verschrikkelijk gejat. Het zijn gewoon de *supremes*, maar dan in een soort punkuitvoering”¹⁰⁴

Niehe betreft de bestaande muziekwereld bij het festival en levert bovendien contextuele informatie. Zo vertelt hij hoe *de Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* over de inzending van Noorwegen schreven en geeft hij *inside information* door de kijker te vertellen dat de twee ‘zangeressen’ bij de Engelse inzending niet zelf zingen, maar dat er een koortje achter de schermen staat. Er is in deze publieke sfeer dus veel meer *ruimte* voor kritiek dan in 1961, overigens niet alleen van de commentator maar ook van het publiek. Zo joelt het publiek meer mee en klinkt er boegeroep bij het optreden van het Verenigd Koninkrijk.

¹⁰⁴ *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 1984*. Commentaar: Ivo Niehe. Presentatie: Désirée Nosbusch. EBU. 5 mei 1984.

§3.2.2 Het *Eurovisiesongfestival* van 1984 als audiovisuele tekst

Adressering

Opvallend in vergelijking met de editie van 1961 is dat bij deze editie de kijker in meerdere talen geadresseerd wordt, namelijk in het Frans, Engels en ook regelmatig in het Duits. Nosbusch maakt veel contact met het publiek, ze vraagt regelmatig om applaus en adresseert het publiek bovendien op een informele wijze. Daarnaast legt Nosbusch veel meer uit dan Joubert in 1961. Ze vertelt bijvoorbeeld dat de volgorde van opkomst bepaald is door een loting en gaat uitvoeriger in op de jurering. Opvallend is dat Nosbusch regelmatig “Europa” behandelt. Zo noemt ze de deelnemers “European ambassadors” en roept ze regelmatig “Vive l’Europe”. Tenslotte is het kenmerkend dat Nosbusch benadrukt dat inwoners uit ongeveer 30 landen kijken en dat er zelfs kijkers zijn afkomstig uit de Sovjet-Unie. Deze kijkers verwelkomt Nosbusch dan ook in het Russisch. Heel Europa en zelfs de Sovjet-Unie worden bij deze editie geadresseerd en bij het festival betrokken. De Europese identiteit is dus aan verandering onderhevig; van een identiteit die gedomineerd werd door de Franse cultuur naar een identiteit waarbij er meer aandacht is voor de verschillende lagen van Europa. Hierdoor kan geconcludeerd worden dat er in 1984 minder spanning was tussen de afzonderlijke naties en Europa dan in 1961.

Diversiteit

Bij de editie van 1984 is er veel meer diversiteit dan in 1961. Net als in 1961 zingen alle deelnemers in de eigen taal, maar er wordt in 1984 veel meer gedanst en er zijn ook groepen die participeren. Daarnaast maken alle deelnemers gebruik van achtergrondzangeressen en zijn er bij enkele optredens muziekinstrumenten aanwezig op het podium. Ook kenmerkend is de variatie; sommige liedjes zijn *up-tempo*, terwijl Frankrijk een *chanson* brengt en Duitsland een *schlager*.

Ook in de kledingkeuze en haardracht is er in 1984 veel variëteit.¹⁰⁵ Deze diversiteit in muziek en uitvoering kunnen elementen zijn die bijdragen aan het *DIY citizenship*. In zowel de aankleding als de liedkeuze wordt namelijk veel meer rekening gehouden met de *verschillen* in het publiek zodat elk individu, met het *Eurovisiesongfestival* van 1984 als bron

¹⁰⁵ De aankleding is bij deze editie in het algemeen erg divers en uitbundig: zo zijn er deelnemers met rood, wit en geel haar, getoupeerd haar, leren broeken, felgekleurde kleding en kleding met gaten erin.

van betekenissen, zijn of haar burgerschap vorm kan geven en zijn of haar identiteit kan samenstellen.

Niet alleen de kleding, ook de *performance* is in 1984 veel uitbundiger. Zo kijkt de zangeres van Denemarken scheel, zijn de danspassen van de deelnemers uit het Verenigd Koninkrijk absurd te noemen en maakt Linda Martin tijdens haar nummer vliegbewegingen. Tevens is deze editie opvallend bloot; de Noorse zangeressen hebben gaten in hun kleding en bij de zanger van Cyprus is zelfs borsthaar zichtbaar. De editie van 1984 lijkt dus al een voorbode te zijn van de edities vanaf de jaren '90 waarbij optredens en kleding steeds uitbundiger worden, iets wat de eerdergenoemde '*queers*' erg aanspreekt.

De editie van 1984 kan kortom geschaard worden onder de zogenaamde *populaire cultuur*, terwijl de finale van 1961 tot de elitaire *hoge cultuur* behoort. Dit, omdat in 1961, mede door het gebruik van het Frans, het merendeel van het publiek wordt uitgesloten en de elite wordt ingesloten, terwijl het in 1984 precies andersom is. In 1984 wordt het festival immers in verschillende talen gepresenteerd en is er meer diversiteit in de aankleding en uitvoering van de verschillende nummers waardoor een groter publiek bereikt wordt.

Lusted benadrukt dat binnen *populaire cultuur*, *light entertainment* een belangrijk aspect is. Deze *light entertainment* is volgens hem een universele televisievorm en is voorafgegaan door populaire culturele vormen als radio, *music hall* en gezelschapsspelen.¹⁰⁶ Ook het *Eurovisiesongfestival* van 1984 kan gezien worden als *light entertainment*. Immers, het is net als bij een gezelschapsspel een *wedstrijd* en qua vorm lijkt het op een *music hall* waarbij verschillende *acts* verbonden worden door een presentator. Lusted verbindt *light entertainment* als het *Eurovisiesongfestival* ook met de praktijk van in-en uitsluiting; de elite voelt zich namelijk niet aangesproken door deze vorm van cultuur:

“Among elite groups (...), television in general falls into the category of low culture, perhaps even ‘despised culture’. Of all the programme categories of television, light entertainment programmes in particular are thought of in this way (...)”¹⁰⁷

Dit, terwijl het grote publiek haar juist omarmt:

“Unlike most programme forms, then, it is to this extensive sense of the television family that light entertainment seems to appeal, crossing boundaries of age and gender (...)”¹⁰⁸

¹⁰⁶ Lusted, David. “The Popular Culture Debate and Light Entertainment on Television.” *The Television Studies Book*. Red. Christine Geraghty en David Lusted. Londen: Arnold, 1998. 179.

¹⁰⁷ Idem, p. 175.

Opvallend is dat ook bij het *Eurovisiesongfestival* de culturele elite zich vanaf de jaren '80 afkeert van het internationale liedfestijn en het als “kitsch” bestempelt. Lusted benadrukt echter dat populaire cultuur gemarginaliseerde groepen ruimte kan geven om hun eigen identiteit te construeren binnen culturele vormen die hen die ruimte bieden.¹⁰⁹ Dit is ook bij het *Eurovisiesongfestival* het geval. Immers, het *queer* publiek vindt vanaf de jaren '80 in het liedfestijn steeds meer de *ruimte* om de eigen identiteit te construeren en een alternatief burgerschap te creëren.

Interactie

Bij deze editie is er meer interactie dan in 1961. Zo zweept de presentatrice het publiek in de zaal op om zo hard mogelijk te klappen en reageert het publiek uitbundig op de verschillende optredens en zijn er meer *shots* van het publiek tijdens de uitzending. Ook wordt bij de juryuitslag regelmatig het publiek getoond dat hierop reageert. Wel blijven de juryleden wederom onbekend en heeft het publiek geen invloed op de eindstand.

Representatie

De verschillende landen worden vooral in de *introfilmmpjes* gerepresenteerd. Dit gebeurt zowel door animaties als door filmmpjes met echte acteurs. De meeste landen worden erg stereotiep gerepresenteerd, zo wordt Frankrijk aangekondigd met beelden van de Eiffeltoren. Hoewel er minder spanning tussen naties en Europa aanwezig is dan in 1961, zal deze stereotiepe weergave bij bepaalde naties wel degelijk spanning hebben opgeroepen. Immers, naties worden niet in hun volledigheid getoond, maar gegeneraliseerd om in een Europees verband herkend te kunnen worden. Naties worden dus vereenvoudigd om aan Europa deel te nemen en moeten een deel van hun identiteit inleveren om gezamenlijk een Europese identiteit te creëren.

¹⁰⁸ Lusted, David. “The Popular Culture Debate and Light Entertainment on Television.” *The Television Studies Book*. Red. Christine Geraghty en David Lusted. Londen: Arnold, 1998. 180.

¹⁰⁹ Idem, p. 176.

§3.2.3 Het *Eurovisiesongfestival* van 1984 als sociaal-culturele ervaring

Om na te gaan hoe de professionele receptie van het *Eurovisiesongfestival* van 1984 was, is er bij *Trouw* en *de Volkskrant* onderzocht hoe er *voor* en *na* het festival over het liedfestijn geschreven werd. Deze analyses kunt u terugvinden in bijlage 7.

Net als in 1961 blijven bij beide kranten de auteurs van de artikelen onbekend. Opvallend aan de professionele receptie in 1984 is echter dat er veel minder aandacht aan het festival wordt geschonken. Kennelijk vinden kwaliteitskranten als *Trouw* en *de Volkskrant* in 1984 het festival te onbelangrijk om er veel aandacht aan te besteden. Was er in 1961 nog uitgebreide kritiek, in 1984 is dat niet het geval en wordt het festival slechts marginaal behandeld. Dit kan gezien worden als een bevestiging van de door Lusted genoemde relatie tussen *light entertainment* als het *Eurovisiesongfestival* en de praktijk van in-en uitsluiting, waarbij de elite, in dit geval elitaire kranten, zich niet aangesproken voelt door deze vorm van cultuur. Tenslotte kan, net als in 1961, geconcludeerd worden dat de critici in de kranten enkel hun *eigen* mening ventileren. Immers, mediagebruikers worden niet aan het woord gelaten en er vindt dus geen vertaling plaats van de ervaringen van de kijkers.

Hoofdstuk 4

In dit hoofdstuk zal de vierde deelvraag beantwoord worden. Deze luidt:

In welke mate representeert het *Eurovisiesongfestival* uit 2003 ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?

Om deze vraag te beantwoorden, zal allereerst een beeld geschetst worden van de editie uit 2003. Vervolgens zal een casestudie uitgevoerd worden van de finale uit 2003, waarbij er aandacht geschonken zal worden aan de in het eerste hoofdstuk genoemde analysepunten. Daarnaast zullen de resultaten van de casestudie gekoppeld worden aan de eerdergenoemde theorie, waarbij er nagegaan wordt in welke mate het festival uit 2003 een articulatie is van ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek.

§4.1 Het *Eurovisiesongfestival* van 2003

Voor deze editie waren 26 landen uitgenodigd om op 24 mei in Riga mee te doen, een nieuw record.¹¹⁰ De *EBU* kondigde tevens de meest ingrijpende reglementswijziging aan sinds het begin van de wedstrijd, en maakte er voor 2004 een twee dagendurend evenement van.¹¹¹

De winnares van vorig jaar, Marie N, en Renārs Kaupers, die in 2000 had meegedaan voor Letland als zanger van de band Brainstorm, waren uitgekozen als presentatoren. Het decor werd gevormd door hoge bogen boven een rond artiestenpodium. De vloer was in feite een enorm scherm, en gedurende de wedstrijd lichtten voortdurend dynamische beelden op onder de voeten van de artiesten. Turkije werd de winnaar, waardoor het festival van 2004 een oosters tintje kreeg.¹¹²

¹¹⁰ Letland, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Ierland, IJsland, Nederland, Noorwegen, Portugal, Oekraïne, Turkije, België, Rusland, Zweden, Oostenrijk, Polen, Roemenië, Kroatië, Bosnië-Herzegovina, Griekenland, Israël, Cyprus, Estland, Slovenië en Malta.

¹¹¹ Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 172.

¹¹² Idem, p. 175.

§4.2 Casestudie *Eurovisiesongfestivalfinale* van 2003

Voor de analyse van de *Eurovisiesongfestivalfinale* uit 2003 wordt gebruikgemaakt van de drie eigenschappen die Dahlgren verbindt aan televisie; televisie als industrie, als een verzameling van audiovisuele teksten en als een sociaal-culturele ervaring.

§4.2.1 Het *Eurovisiesongfestival* van 2003 als industrie

Democratie

Tijdens het festival van 2003 wordt het thuispubliek een door Dahlgren geschetste utopische democratie geboden, waarbij elke stem van de kijker gehoord wordt. Mediagebruikers kunnen immers *zelf* via sms of telefonisch stemmen op hun favoriete liedje, de enige restrictie is dat mediagebruikers *niet* op de inzending van hun eigen land kunnen stemmen. Mediagebruikers kunnen dus *zelf participeren* aan het festival en mee bepalen wie uiteindelijk het liedfestijn wint. Dit wordt ook benadrukt door commentator Willem van Beusekom:

“En vergeet het niet, jullie zijn vanavond de jury en kunnen mee bepalen wie uiteindelijk de winnaar van deze 48^e editie wordt”¹¹³

Tijdens de puntentelling wordt dit *televoten* nogmaals benadrukt. Elk land maakt de punten bekend via een presentator of presentatrice die in beeld verschijnt. Deze moderatoren hebben echter geen formele functie zoals de juryvoorzitters die in 1961 en 1984 *niet* in beeld kwamen, maar wel de punten doorgaven. De presentatoren en presentatrices zijn bij deze editie enkel de boodschappers van de *mening* van het publiek. De presentatoren benadrukken dit ook door te stellen dat de gegeven punten de resultaten van de *televoting* zijn.

Opvallend bij deze editie is tevens dat er over het festival in het algemeen en bij de jurering veel meer *openheid* is naar het publiek toe. Zo komt de *scrutineer* Sarah Yuen niet alleen in beeld, maar vertelt ze ook over de nieuwe opzet voor 2004 waarbij er een kwalificatieronde is die voorafgaat aan de finale. Bovendien is ook de puntentelling zelf *transpanter* te noemen. Zo is er een digitaal scherm waarbij de punten automatisch worden opgeteld en verschijnt er regelmatig een top vijf in beeld, zodat de kijker thuis precies weet

¹¹³ *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 2003*. Commentaar: Willem van Beusekom. Presentatie: Renārs Kaupers en Marie N. EBU. 24 mei 2003.

welke landen aan kop staan. Ook is het opvallend dat tijdens deze editie niet alleen het publiek thuis, maar ook het publiek in de zaal *veel* aandacht krijgt. Zo zijn er tijdens de gehele uitzending veel *shots* van het publiek en zijn zowel de positieve als de negatieve reacties van het publiek in de zaal goed hoorbaar. Dat het publiek in de zaal veel waarde hecht aan de *televoting* wordt vooral duidelijk wanneer de Russische presentatrice vertelt dat er in Rusland een jury is in plaats van *televoting*. Ze benadrukt dat Rusland ondanks het geven van de punten door een jury te vertrouwen is:

“But you can trust us, because they are the most respected persons all over Russian showbusiness”¹¹⁴

Door te verwijzen naar de mogelijke onbetrouwbaarheid van jury's, maakt de presentatrice de situatie voor Rusland er niet sterker op en er klinkt dan ook luid boegeroep uit de zaal. De deelnemers uit de verschillende landen betrekken tenslotte dit kritische publiek ook veel meer bij het festival dan bij voorgaande edities. Zo wordt het publiek na vrijwel elk optreden bedankt en roepen deelnemers het publiek ook op om mee te zingen of te klappen.

In vergelijking met de edities uit 1961 en 1984 is deze editie veel democratischer te noemen. Dit, omdat het thuispubliek *zelf* beslist wie de winnaar wordt. Het publiek wordt niet *gerepresenteerd* maar *participeert* zelf en bepaalt welk land uiteindelijk het liedfestijn wint. Bovendien wordt er meer contact gelegd met het publiek in de zaal, vooral door de deelnemers zelf. Ook heeft dit publiek de mogelijkheid om te reageren op de verschillende optredens en zelfs op de stemming, zoals de hierboven omschreven situatie bij de Russische verdeling van de punten duidelijk maakt. Gesteld kan dus worden dat door *televoting* de *democratie* enorm is toegenomen, dat het publiek meer betrokken wordt bij de optredens en tenslotte dat er ook meer ruimte is voor het geven van kritiek, zowel door het publiek in de zaal als indirect door het publiek thuis via *televoting*. Wel moet hierbij opgemerkt worden dat er van een “kritisch maatschappelijk debat tussen burgers” nog geen sprake is, er is hoogstens sprake van interactie. Immers, er vindt geen *wisselwerking* plaats tussen de mediatekst enerzijds en de burger anderzijds. Het *Eurovisiesongfestival* biedt verschillende optredens, het publiek geeft door *televoting* zijn mening over deze optredens, maar hier blijft het bij. De mediatekst en het publiek gaan *niet* met elkaar in discussie, er vindt geen uitwisseling van *meningen* plaats en van een debat zoals Habermas dat bedoeld heeft, is dus geen sprake.

¹¹⁴ *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 2003*. Commentaar: Willem van Beusekom. Presentatie: Renārs Kaupers en Marie N. EBU. 24 mei 2003.

Cultuurindustrie

Om na te gaan of het *Eurovisiesongfestival* beschouwd kan worden als een cultuurindustrie waarbij finales volgens plan worden gemaakt en daardoor vrijwel identiek zijn, is het belangrijk om de vorm van de editie van 2003 te schetsen, deze kunt u terugvinden in bijlage 8.

Gesteld kan worden dat het *format* van het *Eurovisiesongfestival* van 2003 overeenkomsten, maar vooral verschillen vertoont met de *formats* uit 1961 en 1984. Zo wordt bij alledrie de edities de uitzending voorafgegaan door het *Eurovisiesongfestival* logo en de bijbehorende *tune* van Charpentier. Ook is er net als in 1961 en 1984 een *reprise*.

De verschillen zijn echter groot. Zo is de puntentelling veranderd ten opzichte van de edities van 1961 en 1984; toen werden de punten namelijk gegeven door nationale jury's, terwijl in 2003 het thuispubliek zelf op de favoriete inzending kan stemmen. Daarnaast zijn er bij de editie van 2003 twee presentatoren in plaats van één en is er de mogelijkheid om het festival via internet te volgen. Bovendien worden de deelnemers in de *greenroom* getoond en geïnterviewd en wordt er behalve bij de aankondiging, de uitleg van de puntentelling en de puntentelling zelf enkel Engels gesproken, dat net als in 1961 het Frans, de *lingua franca* genoemd kan worden.

Nieuw is ook de *recap* van alle deelnemers, de top 5 van bestscorende landen en de vele *shots* van en de interactie met het publiek in de zaal. Wel wordt ook bij de editie van 2003 duidelijk dat het gaat om een *live*- uitzending. Zo maakt de presentatrice van Bosnië een fout en moet ze daarom de hele puntentelling opnieuw doorgeven.

Publieke sfeer

De publieke sfeer waarin deze editie plaatsvindt, valt te bestempelen als een Europese publieke sfeer waarin ruimte is voor kritiek. Bovendien levert commentator Willem van Beusekom veel contextuele informatie. Zo vertelt hij:

“TV staat in Letland nog in de kinderschoenen en er is dan ook vanuit verschillende delen uit Europa, vooral uit Zweden, ingesprongen om dit festival mogelijk te maken”¹¹⁵

¹¹⁵ *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 2003*. Commentaar: Willem van Beusekom. Presentatie: Renārs Kaupers en Marie N. EBU. 24 mei 2003.

Van Beusekom meldt nog meer achtergrondinformatie, zo vertelt hij dat Ralph Siegel de muziek heeft geschreven voor de Duitse inzending en dat dit zijn 18^e inzending is in 30 jaar. Ook noemt hij het tenenkrommend gedrag van de Russische deelnemers die zich tijdens de repetities en persconferenties onmogelijk zouden hebben gedragen. Van Beusekom meldt ook welke landen favoriet zijn bij de bookmakers, bij de fans en welke deelnemers tijdens de repetities het meeste succes hadden in de zaal. Ook geeft hij aan dat er een plagiaatcommissie bestaat bij de *EBU*:

“Als u denkt, dat lied van Ierland heb ik eerder gehoord, dan klopt dat want het lijkt verdacht veel op ‘Fly on the wings of love’ van de Deense Olsen Brothers die wonnen in 2000. Maar de plagiaatcommissie van de *EBU* heeft het toegestaan”¹¹⁶

Tevens schuwt Van Beusekom het niet om kritiek te geven op bepaalde inzendingen, zo meldt hij over de Israëliëse inzending:

“Wel erg kneuterig, daar kunnen ze anno 2003 eigenlijk niet meer mee weggomen”¹¹⁷

Tenslotte geeft Van Beusekom ook commentaar bij de puntentelling, zo vertelt hij dat Griekenland en Cyprus elkaar vaak 12 punten geven (het zogenaamde *buddy voting*) en is hij erg opgelucht wanneer Nederland punten krijgt. Ook het publiek in de zaal laat tijdens deze editie duidelijk zijn mening horen, zo joelt het publiek mee met de Oostenrijkse inzending en wordt er soms meegeklapt. Dit wordt ook aangemoedigd door vrijwel alle deelnemers die het publiek regelmatig aansporen met termen als “Here we go” en door het geven van klapaanwijzingen. Er is in deze publieke sfeer dus meer *ruimte* voor kritiek dan in 1961, zowel van de commentator als van het publiek en daarnaast betrekken de deelnemers het publiek meer bij hun optredens.

§4.2.2 Het *Eurovisiesongfestival* van 2003 als audiovisuele tekst

Adressering

Het publiek, zowel thuis als in de zaal wordt geadresseerd als één Europa. Zo openen de presentatoren de show met de zin: “Hello Europe, bonsoir L’Europe”. Opvallend is wel dat

¹¹⁶ *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 2003*. Commentaar: Willem van Beusekom. Presentatie: Renārs Kaupers en Marie N. EBU. 24 mei 2003.

¹¹⁷ Idem.

behalve deze aankondiging, de (summiere) uitleg over de puntentelling én de puntentelling zelf, de voertaal Engels is. Bovendien is er veel contact met het publiek in de zaal, zo vragen de presentatoren het publiek regelmatig om antwoord. Er wordt aan het begin van de show bijvoorbeeld gevraagd: “What’s the most important thing in the world?”, waarop het publiek antwoord: “Love”. Ook bedanken veel artiesten het publiek en dit doen zij vaak eerst in hun eigen taal en dan in het Engels. Tijdens de puntentelling verwelkomen de meeste nationale presentatoren eerst Letland in het Lets en verwijzen dan in het Engels naar Europa met zinnen als “Goodevening Europe”. Wanneer er door de presentatoren alleen in het Engels gesproken wordt, wordt er door de meeste presentatoren eerst verwezen naar Letland en vervolgens naar Europa, door openingszinnen als “Hello Riga, Hello Europe”. Hoewel Europa geadresseerd wordt als één Europa, spelen de afzonderlijke naties dus nog steeds een rol. Veel artiesten bedanken het publiek namelijk eerst in hun eigen taal en gastland Letland wordt door de meeste nationale presentatoren eerder begroet dan Europa, zowel in het Lets als in het Engels. Opvallend hierbij is het rituele karakter van het festival, men gaat er bij de adressering vanuit dat de mediagebruiker bekend is met het festival. Zo wordt de puntentelling door de presentatoren niet erg uitgebreid toegelicht en wordt er verwezen naar andere edities van het festival. Het internationale liedfestijn kan dus zien worden als een gemedieerd sociaal jaarlijks terugkerend evenement. Bignell en Fickers benadrukken hierbij dat *media events* als het *Eurovisiesongfestival* vaak een groot en anoniem publiek hebben, dat eenzelfde sociale ervaring deelt:

“The live coverage of events by various media technologies has transformed the social situation (...): those who directly participate have themselves become the points of access for the unknown mass of mediated participants.”¹¹⁸

Diversiteit

Bij deze editie valt op dat er geen orkest meer aanwezig is en er gebruikgemaakt wordt van een muziekband. Tevens staat geen enkele performer alleen op het podium, er is altijd begeleiding door muzikanten of achtergrondzangers. Bovendien is er weinig diversiteit in de muziek, gezien de meeste deelnemers Engelstalige popmuziek brengen. Deze muzieksoort vormt absoluut de boventoon.¹¹⁹ Niet alleen in de muzieksoort, ook in taalkeuze is weinig diversiteit, slechts vier landen brengen hun nummer volledig in de eigen taal, alle andere

¹¹⁸ Bignell, J., en A. Fickers. *A European Television History*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008, p. 36.

¹¹⁹ Enkel Portugal en Noorwegen brengen een *ballad*, Frankrijk een *chanson*, Oostenrijk een komische satire en ook België brengt variatie in de 48^e editie door het opvoeren van een *folknummer*.

inzendingen zijn (gedeeltelijk) in het Engels.¹²⁰ Wat betreft de uitvoeringen, valt op dat er veel theatrale optredens zijn. Zo brengt Israël een optreden met kostuumverwisselingen en is er bij de Oekraïense inzending zelfs een slangenvrouw op het podium aanwezig. De uiteindelijke winnaar, Turkije, weet het thuispubliek en het publiek in de zaal in te pakken met een optreden wat veel wegheeft van een circusact:

“(…),De kleine Erener was gekleed in een traditionele Turkse roze pofbroek, haar buik was ontbloot en ze kreeg gezelschap van vier net zo geklede dames die een sterk gechargeerde buikdans opvoerden. Daarbij dansten ze over het toneel met elk een lint in de hand dat vastzat aan het keurslijf van Sertab, en waarmee ze haar omwikkelden (...).¹²¹

Ook een zeer theatraal optreden brengt de Oostenrijkse komiek Alf Poier, waarbij zelfs kartonnen dierfiguren op het podium aanwezig zijn. Zijn boodschap is echter politiek te noemen. In zijn nummer *Weil der Mensch zählt* geeft hij namelijk commentaar op het feit dat dieren moeten leven in de rotzooi die de mens veroorzaakt. Politiek is ook de Poolse inzending, waarbij een waar vredeslied wordt gebracht. Hierbij dragen de artiesten kleding met witte duiven erop en brengen ze liedteksten als:

“Keine Grenze, keine Fahne, keine Länder, keine Volkern kann man von dort oben sehen”¹²²

De spanning tussen Europa enerzijds en naties anderzijds komt hier weer naar voren, gezien er op een Europees niveau, het *Eurovisiesongfestival*, waaraan verschillende *naties* meedoen, juist wordt gesteld dat er geen verschillende landen of volkeren zijn. Kenmerkend bij deze editie is ook dat er veel meer gedanst wordt, vooral buikdansen is erg populair. Bovendien zijn veel vrouwelijke deelnemers schaars gekleed. Niet alleen is er bij deze editie veel bloot terug te vinden, ook de kleding is vaak extravagant te noemen. Zo worden er door deelnemers en achtergrondzangers regelmatig stilettohakken, lakkleding en glitterpakken gedragen. De Griekse zangeres draagt zelfs een niets verhullend lederen SM-achtig kostuum. Deze uitbundige en seksueel getinte kledij lijkt specifiek bestemd om het zogenaamde ‘*queer*’ publiek aan te spreken en is een opvallende keuze gezien deze kleding in de Europese maatschappij, *buiten* het festival juist *niet* geaccepteerd is. Tenslotte kan gesteld worden dat

¹²⁰ Frankrijk brengt een Franse *chanson*, Spanje een Spaans popliedje, Rusland een Russisch popnummer en Oostenrijk een komische satire in een Oostenrijks dialect. Polen brengt een protestlied in drie talen; Duits, Pools en Russisch en België brengt een *folknummer* in een verzonnen taal. Alle andere inzendingen zijn (gedeeltelijk) in het Engels.

¹²¹ Kennedy O’Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005, p. 174.

¹²² *Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 2003*. Commentaar: Willem van Beusekom. Presentatie: Renārs Kaupers en Marie N. EBU. 24 mei 2003.

hoewel de nummers theateraler en politieker genoemd kunnen worden dan in 1961 of 1984, er in muzieksoort en de taal waarin het lied gebracht wordt bijzonder weinig variatie is. De meeste inzendingen zijn namelijk te scharen onder *popmuziek*. Bovendien worden vrijwel alle nummers (gedeeltelijk) in het Engels gebracht. Gesteld kan dus worden dat het festival in 2003 qua diversiteit weer op hetzelfde niveau is als in 1961 toen er ook veel overeenkomsten waren in muzieksoort en taal. De *chanson* en het Frans zijn in 2003 overgenomen door *popmuziek* en het Engels, waardoor er bovendien wederom sprake is van weinig variatie om een zo groot mogelijk publiek te bereiken, in plaats van veel diversiteit om mediagebruikers aan te zetten tot een *DIY citizenship*.

Interactie

Bij deze editie is er veel interactie tussen de presentatoren, de deelnemers en het publiek in de zaal en thuis. De presentatoren en de deelnemers maken veel contact met het zaalpubliek, het publiek op zijn beurt geeft door klappen, meezingen of boegeroep commentaar op de deelnemers. Ook het thuispubliek heeft de mogelijkheid om op het festival te reageren door het gebruik van *televoting*. In 2003 is er kortom de meeste interactie in vergelijking met 1961 en 1984.

Representatie

Tijdens de zogenaamde *intروفilmpjes* die voorafgaan aan de optredens van de verschillende landen, worden de verschillende deelnemers geïntroduceerd. Dit gebeurt echter niet in een *nationale* setting zoals in 1984, maar op een neutrale manier. Zo worden deelnemers in beeld gebracht wanneer ze op het strand zijn. De exacte locatie wordt voor het mediapubliek echter niet duidelijk. Gesteld kan worden dat in tegenstelling tot 1984, toen landen stereotiep werden gerepresenteerd om op een Europees niveau herkend te worden, er in 2003 geen enkele nadruk ligt op het land van herkomst. In 2003 worden deelnemers juist op een neutrale manier geïntroduceerd, om zo het *Europese* in plaats van het *nationale* van het festival te benadrukken.

§4.2.3 Het *Eurovisiesongfestival* van 2003 als sociaal-culturele ervaring

Om na te gaan hoe de professionele receptie van het *Eurovisiesongfestival* van 2003 was, is er bij *Trouw* en *de Volkskrant* onderzocht hoe er *voor* en *na* het festival over het liedfestijn geschreven werd. Deze analyses kunt u terugvinden in bijlage 9.

Al met al is het opvallend dat er in 2003 veel meer aandacht is in zowel *Trouw* als *de Volkskrant* voor het festival en dat de auteurs van de artikelen over het festival dit jaar niet meer anoniem zijn. Wel is er ook in 2003 veel kritiek op het festival en wordt er in tegenstelling tot in 1961 en 1984 aandacht besteed aan de politieke spanning tussen Europa enerzijds en afzonderlijke naties anderzijds en aan het zogenaamde *buddy voting*. Tenslotte klinkt met name in *de Volkskrant* het oorspronkelijke idee van het festival door. Immers, door het benoemen van de Oost-Europese opkomst bij het festival en daaraan verbonden de wil van deze landen om deel te nemen aan Europa, komt ook de oorspronkelijke gedachte van de *EBU* weer naar voren, namelijk het verenigen van Europa door muziek.

De auteurs van beide kranten presenteren zich als autonoom in plaats van dat ze proberen de ervaringen van het publiek te verwoorden. Immers, mediagebruikers worden in beide onderzochte kranten niet aan het woord gelaten. In 2003 was er echter wel een mogelijkheid voor mediagebruikers om *zelf* hun mening over het festival op een groot platform te uiten, namelijk via *internetblogs*. Om een zo volledig mogelijke sociaal-culturele ervaring te schetsen, zullen daarom twee *internetblogs* waarin gesproken wordt over het festival behandeld worden. Bij de selectie van de *blogs* is er voor gekozen om twee *bloggers* te selecteren die zowel van geslacht als van nationaliteit van elkaar verschillen. Dit, om een zo breed mogelijke sociaal-culturele ervaring te kunnen schetsen. De analyses kunt u terugvinden in bijlage 10.

Gesteld kan worden dat er in 2003 zowel verschillen als overeenkomsten zijn tussen de professionele media en de *internetbloggers*. Zo benadrukken zowel de kranten als de *bloggers* het belang van de performance en willen zowel de *bloggers* als Scholten van *Trouw* dat er diversiteit op het festival aanwezig is. Opvallend is ook dat er overeenkomsten zijn tussen de Britse *blogger* en commentator Van Beusekom. Kenmerkend is tevens dat de *internetblogs* het lezerspubliek meer direct aanspreken dan kranten en dus als een aanvulling kunnen dienen voor de informatievoorziening van dit publiek. Tenslotte is het interessant om via het *blog* van de Brit te weten te komen dat zowel de professionele media als *bloggers* aanwezig mogen zijn bij persconferenties. Bij het *Eurovisiesongfestival* wordt geen onderscheid gemaakt tussen professionele media en *bloggers* en dit lijkt terecht. De door mij onderzochte *bloggers* zijn namelijk net zo, of soms beter, geïnformeerd, bieden context en weten hun meningen te onderbouwen. *Internetblogs* kunnen kortom als een aanvulling worden gezien op de professionele media en zouden dus ook bij toekomstig receptieonderzoek onderzocht moeten worden.

Conclusie

In deze conclusie zal worden teruggegaan naar de in de inleiding geformuleerde hoofdvraag en zal worden nagegaan wat de bevindingen van deze scriptie zijn. Als casus voor deze scriptie is gekozen voor het *Eurovisiesongfestival*, het langstlopende jaarlijks terugkerend internationale televisie-evenement. Het festival is in 1956 opgericht door de *European Broadcasting Union (EBU)* als een poging om het naoorlogse Europa door muziek te verenigen. Al vanaf de oprichting is het festival echter een geliefd onderwerp van discussie. Vooral de relatie tussen het *Eurovisiesongfestival* en het mediapubliek is een populair gespreksonderwerp. Vele discussies zijn dan ook gevoerd over *wie* mag beslissen welke artiest er naar het festival gezonden wordt en of een nationale *jury* of *televoting* beter is. Deze, nog steeds actuele, discussies hebben geleid tot de volgende hoofdvraag:

“Hoe representeert het Eurovisiesongfestival ontwikkelingen in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek?”

Het *Eurovisiesongfestival* is gekozen als casus voor deze scriptie, omdat het festival het enige televisieprogramma is wat vrijwel gelijktijdig met de opkomst van televisie ontstaan is en daarom goed de ontwikkeling in het denken over televisie met betrekking tot de relatie tussen mediatekst en publiek kan illustreren. De casus is zeer bruikbaar gebleken; vele aspecten uit de gekozen theorieën over televisie kunnen verbonden worden aan het *Eurovisiesongfestival* en het festival heeft als casus zelfs meer opgeleverd. Zo biedt het inzicht in het *live* aspect van televisie, in de spanning tussen individuele *naties* en *Europa* en in de positie van ‘*queers*’ in Europa. Het festival biedt echter vooral inzicht in de veranderende relatie tussen mediatekst en publiek waardoor het internationale liedfestijn zeer geschikt is gebleken als casus voor mijn onderzoek naar deze relatie. Door het *Eurovisiesongfestival* als casus te gebruiken, is duidelijk geworden dat de rol van de mediagebruiker is veranderd van een passieve consument naar een actieve burger die steeds meer mogelijkheden heeft tot interactie en participatie. De onderzoeksvraag verbindt het *Eurovisiesongfestival* met de ontwikkeling in het denken over televisie en de afzonderlijke deelvragen zijn bruikbaar gebleken om deze ontwikkeling te schetsen. De *hypothese* die verbonden is aan deze scriptie, is dat televisie in eerste instantie gezien werd als een medium met een culturele opdracht en vanuit paternalistische motieven gemaakt werd. Het *Eurovisiesongfestival* was daarom in het begin

het resultaat van wat de elite dacht wat juist was om het volk op te voeden. Later werd televisie meer door het publiek toegeëigend, wat bij het *Eurovisiesongfestival* tot uiting komt in diverse aspecten als *televoting* en een internetsite die publieksparticipatie bevorderen. Deze overgang is onderzocht aan de hand van twee televisietheorieën, de ene afkomstig van de *Frankfurter Schule* de andere van *Cultural Studies*.

Bevindingen

Uit de reflectie op de twee theoretische stromingen is naar voren gekomen dat televisie aanwezig is op verschillende niveaus als *democratie, burgerschap, participatie* en *identiteit* en dat aanhangers van de *Frankfurter Schule* en *Cultural Studies* de relatie tussen televisie en deze niveaus elk op hun eigen manier benaderen. Aanhangers van de *Schule* stellen dat een democratie enkel kan functioneren wanneer er sprake is van een ‘publieke sfeer’. In deze pluriforme publieke sfeer moet ruimte zijn voor onderling rationeel maatschappelijk debat tussen burgers. Hiervoor is ook pluriformiteit nodig wat betreft de media. Aanhangers van de *Frankfurter Schule* menen echter dat hier nog geen sprake van kan zijn, omdat volgens hen de media-economie enkel winst najaagt. Televisieprogramma’s brengen volgens aanhangers van de *Frankfurter Schule* de dominante, kapitalistische ideologie wat de consumenten passief maakt en kritisch rationeel debat uitsluit. Aanhangers van *Cultural Studies* zijn het eens met het hierboven omschreven idee van de *Frankfurter Schule*, maar zien de rol van de consument heel anders. Zij menen namelijk dat burgers zich kunnen verzetten tegen deze ideologie door andere, onderhandelende of oppositionele, lezingen van deze ideologie. Bij het festival van 1961 is er geen ruimte voor het eerdergenoemde en door *Schule* aanhanger Habermas gewenste ‘kritische maatschappelijk debat tussen burgers’. Sterker nog, van debat is bij deze editie totaal geen sprake. Het publiek vervult bij deze editie de rol van *passieve kijker* en heeft zelf geen enkele invloed op het verloop van de wedstrijd. In 1984 bepaalt de jury nog steeds de uiteindelijke winnaar, maar is er meer ruimte voor kritiek, vooral vanuit het publiek in de zaal. Het optreden van dit publiek heeft echter geen enkel effect op de jurering en van een door Habermas gewenst ‘kritisch maatschappelijk debat tussen burgers’ is dus nog steeds geen sprake. In 2003 is bij het festival wel aanwezig wat in 1961 en 1984 ontbrak, namelijk participatie en interactie. Immers, door *televoting* kunnen burgers *zelf* participeren aan het festival. Van het gewenste rationele debat is echter nog geen sprake, er vindt immers geen wisselwerking plaats tussen mediatekst en publiek; het publiek kan door *televoting* reageren op de mediatekst maar verder is er geen enkele “communicatie”.

Wat betreft participatie aan de democratie, streven aanhangers van de *Frankfurter Schule* een ideaal na waarbij burgers een actieve rol spelen in de democratie. Gesteld kan echter worden dat het in met name de publieke sfeer die door *Schule* aanhanger Habermas geschetst wordt het enkel de hogere klassen zijn die de keuzes maken. De edities van 1961 en 1984 volgen dit ideaal, gezien een elitaire voorhoede, de nationale jury's, keuzes maken voor de inwoners van een bepaald land. In 2003 is dat niet meer het geval en kan het mediapubliek *zelf* bepalen wie de winnaar wordt. Aanhangers van *Cultural Studies* stellen wat betreft burgerschap dat televisie aanzet tot *cultureel burgerschap*; burgers voelen zich *cultureel* verbonden, omdat ze allen naar hetzelfde programma kijken. Wel menen ze dat televisie steeds meer gefragmenteerd is en dat dit samenhangt met de overgang van *cultural citizenship* naar *DIY citizenship*, waarbij burgers door televisie niet geadresseerd worden als een collectief maar als verschillende individuen. Hierbij kunnen mediagebruikers *zelf* hun identiteit samenstellen. Uit de scriptie is gebleken dat met name de editie van 1984 aanzet tot *DIY citizenship*, omdat er toen meer variatie was bij het festival. De edities van 1961 en 2003 bieden weinig diversiteit en zetten dus eerder aan tot *cultural citizenship*. Vanuit de analyses van de drie songfestival finales van 1961, 1984 en 2003 kan dus niet, zoals Hartley stelt, geconcludeerd worden dat er op televisie een *overgang* is van *cultural citizenship* naar *DIY citizenship*. Wel kan gesteld worden dat het *do-it-yourself* terug te vinden is bij de *internetbloggers* die, bijvoorbeeld in 2003, hun *eigen* visie over het festival met de wereld delen. Mediagebruikers kunnen dan uit de combinatie van *blogs*, het festival zelf, websites en de professionele receptie die elementen kiezen die zij geschikt achten om hun *eigen* identiteit samen te stellen.

Tenslotte is het opvallend dat van de drie door Dahlgren genoemde eigenschappen van televisie; televisie als industrie, als een verzameling van audiovisuele teksten en als een sociaal-culturele ervaring, bij het *Eurovisiesongfestival* vooral de *industrie* het meest aan verandering onderhevig is. Immers, de grootste verandering die heeft plaatsgevonden is de overgang van nationale jury's naar *televoting*. Hieruit blijkt dat televisiemakers zich in de loop der jaren meer richten op het mediapubliek wat tevens synchroon loopt met de toegenomen democratisering van de media.

Gesteld kan worden dat de *hypothese*, dat televisie in eerste instantie gezien werd als een medium met een culturele opdracht en vanuit paternalistische motieven gemaakt werd en dat daarom het *Eurovisiesongfestival* in het begin het resultaat was van wat de elite dacht wat juist was om het volk op te voeden, klopt. Bij de editie van 1961 werd de elite namelijk vertegenwoordigd en geadresseerd. Ook het tweede deel van de *hypothese*, namelijk dat

televisie later meer door het publiek werd toegeëigend, wat bij het *Eurovisiesongfestival* tot uiting komt in meerdere mogelijkheden om te participeren, klopt. In 2003 is er immers door *televoting* veel meer ruimte om te participeren. Wel is het zo dat deze overgang van *geen* tot *veel* participatie *niet* synchroon loopt met de overgang in het denken over televisie van de *Frankfurter Schule* naar *Cultural Studies*. Immers, zowel in 1961 als in 2003 zijn er elementen aanwezig die passen bij de idealen van de *Frankfurter Schule*. Zo is er in 1961 de representatie door een elitaire voorhoede, de nationale jury's, en is er in 2003 de door de aanhangers van de *Frankfurter Schule* gewenste interactie met en participatie van actieve burgers. Het is dus niet zo dat de idealen van de *Frankfurter Schule* in 2003 bij het samenstellen van het *Eurovisiesongfestival* plaats hebben gemaakt voor die van *Cultural Studies*. Enkele idealen zijn in 2003 verdwenen, zoals de representatie door jury's, maar daar is meer interactie en participatie van actieve burgers voor in de plaats gekomen. Het door Habermas gewenste kritische maatschappelijke debat tussen burgers is echter nog steeds niet bereikt, van wisselwerking tussen mediatekst en burger is namelijk nog geen sprake en het is de vraag of dit ooit gerealiseerd kan worden. Mijn stelling hierbij is dat het bij een televisieprogramma als het *Eurovisiesongfestival* en bij televisie als medium in het algemeen zeer moeilijk is om constante interactie tussen mediatekst en publiek te bewerkstelligen. Immers, wanneer er tijdens de uitzending regelmatig reactie komt van het publiek en de mediatekst als gevolg daarvan tijdens die uitzending steeds gewijzigd wordt, zal de mediatekst in zijn geheel onstabiel overkomen, terwijl het vaak de vaste formule is die mediagebruikers zo aanspreekt. Wel acht ik het van belang dat huidige televisiemakers internetfora en met name vooraanstaande *bloggers* serieus nemen als commentatoren op hun programma's. Dit is bijvoorbeeld bij het *Eurovisiesongfestival* al gebeurd toen *bloggers* als oplossing voor *buddy voting* opperden om mediagebruikers te laten stemmen op basis van hun nationaliteit in plaats van op basis van hun locatie. De *EBU* heeft deze oplossing serieus genomen, maar stelde dat dit volstrekt in strijd is met de missie van de *EBU* om een pan-Europese televisiegemeenschap te creëren.¹²³

¹²³ Deam Tobin, Robert. "Eurovision at 50: Post-Wall and Post-Stonewall." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 29-30.

Reflectie

Bij mijn onderzoek heb ik gebruikgemaakt van tekstanalyse en van receptieonderzoek. Door tekstanalyse heb ik uitvoerig in kunnen gaan op het *Eurovisiesongfestival* en heb ik een chronologisch beeld kunnen schetsen van het verloop van het festival. Door het receptieonderzoek heb ik kunnen achterhalen hoe dagbladen als *Trouw* en *de Volkskrant*, die de sociale bovenlaag representeren, over het liedfestijn schreven en welke discrepanties er waren tussen de verschillende critici en tussen de “codering” van de programmamakers en de “decodering” van de journalisten. Bovendien is het bestuderen van *internetblogs* een zeer nuttige aanvulling gebleken bij receptieonderzoek. Om dieper in te gaan op de relatie tussen het *Eurovisiesongfestival* als mediatekst en de relatie van deze tekst met het publiek, is het voor een vervolgonderzoek wellicht interessant om na te gaan hoe vanuit de productiekant van de *EBU* de doelstelling en de daaruit voortvloeiende productiemethoden aan verandering onderhevig is en welke oorzaken en gevolgen dit heeft. Tenslotte is het interessant om niet alleen “schriftelijk” receptieonderzoek te verrichten, maar ook interviews te houden met mediagebruikers die het festival zelf gezien hebben. Het liedfestijn kan tevens als *casus* dienen voor onderzoek op het gebied van televisieproductie, decor-en lichtontwerp en het gebruik van *televoting* bij televisieprogramma’s. Dit zijn enkele van de vele onderwerpen die mogelijk in een vervolgonderzoek aan bod kunnen komen. Het *Eurovisiesongfestival* kan namelijk gezien worden als een letterlijke *inspiratiebron* voor wetenschappers waaraan ze diverse actuele, politieke en muzikale vraagstukken kunnen verbinden.

Bibliografie

Adorno, Theodor. "Culture industry reconsidered." *New German Critique* 6 (1975): 12-19.

Bak, Peter. *Een 'meneer' van een krant: Trouw en Bruins Slot 1943-1968*. Kampen: Uitgeverij Kok, 1999.

Bignell, J., en A. Fickers. *A European Television History*. Oxford: Blackwell Publishing, 2008.

Björnberg, Alf. "Return to ethnicity: The cultural significance of musical change in the Eurovision Song Contest." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 13-23.

Couldry, Nick, en Anna McCarthy, red. *MediaSpace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. New York: Routledge, 2004.

Dahlgren, Peter. *Television and the Public Sphere*. Londen: Sage Publications, 1995.

Deam Tobin, Robert. "Eurovision at 50: Post-Wall and Post-Stonewall." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 25-35.

Degenhardt, W., en E. Strautz. *Auf der Suche nach dem europäischen Programm*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 1999.

Fiske, John. *Television Culture*. Londen: Routledge, 1992.

Fiske, John. *Understanding popular culture*. Londen: Routledge, 1990.

Frijhoff, Willem. "Cultuur, mentaliteit: illusies van elites?". Diss. Erasmus Universiteit Rotterdam, 3 mei 1984.

Gorman, L., en D. McLean. *Media and Society in the Twentieth Century: A historical introduction*. Oxford: Blackwell Publishing, 2003.

Gripsrud, Jostein. "Television, Broadcasting, Flow: Key Metaphors in TV Theory." *The Television Studies Book*. Red. Christine Geraghty en David Lusted. Londen: Arnold, 1998. 17-32.

Habermas, Jürgen. *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Luchterhand, 1976.

Hartley, John. *Uses of Television*. Londen: Routledge, 1999.

Heinrich-Franke, Christian. "European Broadcasting Union"

http://www.videoactive.eu/VideoActive/KNASearch.do?id=VA_KNA_20090814100952761&type=inst&sw=

Hoggart, Richard. *The Uses of Literacy: aspects of working-class life with special reference to publications and entertainments*. Harmondsworth: Penguin Books, 1958.

Ingvoldstad, Bjorn. "Lithuanian contests and European dreams." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 99-110.

Kennedy O'Connor, J. *Het Eurovisiesongfestival*. Vert. Dick van Alkemade. Utrecht: Kosmos-Z&K Uitgevers, 2005.

Leeuw de, Sonja. "Institutions: Negotiation European Television Spaces"

<http://www.videoactive.eu/VideoActive/KNASearch.do?type=inst>

Lemish, Dafna. "Gay brotherhood: Israeli gay men and the Eurovision Song Contest." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 123-135.

Looseley, David. "In from the margins: *chanson*, pop and cultural legitimacy." *Popular Music in France from Chanson to Techno*. Red. Hugh Dauncey en Steve Cannon. Aldershot: Ashgate, 2003. 27-39.

Lusted, David. "The Popular Culture Debate and Light Entertainment on Television." *The Television Studies Book*. Red. Christine Geraghty en David Lusted. Londen: Arnold, 1998. 175-189.

Milner, Susan, en Nick Parsons, red. *Reinventing France: State and Society in the Twenty-First Century*. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2003.

Morley, David. *Television, audiences & cultural studies*. New York: Routledge, 1992.

Morley, David, en Kuan-Hsing Chen, red. *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. New York: Routledge, 1996.

Raykoff, Ivan. "Camping on the borders of Europe." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 1-12.

Raykoff, I., en R.D. Tobin. "Introduction." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. xvii-xxi.

Solomon, Thomas. "Articulating the historical moment: Turkey, Europe, and Eurovision 2003." *A Song for Europe: Popular Music and Politics in the Eurovision Song Contest*. Red. Ivan Raykoff en Robert D. Tobin. Hampshire: Ashgate, 2007. 135-145.

Stevenson, Nick. *Cultural citizenship: cosmopolitan questions*. Maidenhead: Open University Press, 2003.

Thompson, John B. *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press, 1995.

Internet:

<http://www.eurovision.tv/>

<http://www.depers.nl/buitenland/342057/Massaal-protest-in-Italie.html>

<http://www.videoactive.eu>

<http://www.eurosong.net/archive/esc1999.pdf>

http://www.eenvandaag.nl/binnenland/34732/tweederde_wil_niet_meer_meedoen_aan_songfestival

<http://users.skynet.be/pigletwildebeest/eurosong/eurovision2003.htm>

<http://www.esctoday.com/blogs/world+of+chig>

Audiovisueel materiaal:

Persconferentie bekendmaking Eurovisiesongfestival 2010:

<http://www.youtube.com/watch?v=hGFoC8OWxKQ>

Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 1961. Commentaar: Piet te Nuyl. Presentatie: Jacqueline Joubert. EBU. 18 maart 1961. Bekeken op 23 november 2009 bij Instituut voor Beeld/Geluid te Hilversum.

Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 1984. Commentaar: Ivo Niche. Presentatie: Désirée Nosbusch. EBU. 5 mei 1984. Bekeken op 14 december 2009 bij Instituut voor Beeld/Geluid te Hilversum.

Integrale uitzending Eurovisiesongfestival 2003. Commentaar: Willem van Beusekom.

Presentatie: Renārs Kaupers en Marie N. EBU. 24 mei 2003. Bekeken op 18 januari 2010 bij

Instituut voor Beeld/Geluid te Hilversum.

Bijlagen

Bijlage 1:

Theoretische visies over de relatie tussen media en democratie (Dahlgren)

1. Een democratie die op een conservatieve manier functioneert. Binnen deze democratie is er steeds minder ambitie om de oorspronkelijke criteria die aan een democratie gesteld worden te bereiken. Democratie vertegenwoordigt niet meer de wil van het volk, maar biedt beperkte keuzes aan het volk. Deze vorm van democratie is de dagelijkse praktijk in ontwikkelde industriële samenlevingen. In deze democratie spelen massamedia een grote rol en worden PR, advertenties en entertainment steeds belangrijker. Het publiek wordt gefragmenteerd en elke groep wordt door een andere politieke partij of stroming gemobiliseerd en gerepresenteerd. Hierbij moet opgemerkt worden dat het mogelijk is dat mensen uit verschillende politieke partijen of stromingen zich wel cultureel verbonden kunnen voelen. Dit wordt het zogenaamde *cultural citizenship* genoemd, waar ik later verder op in zal gaan.
2. Een utopische visie op democratie. Deze visie gaat ervan uit dat er een mogelijkheid is dat daadwerkelijk elke stem gehoord kan worden in een maatschappij. Deze democratie past binnen de publieke sfeer van eind 18^e en begin 19^e eeuw zoals Habermas die schetst. De participanten binnen deze publieke sfeer maakten gebruik van media als intellectuele kranten en tijdschriften. De onderlinge debatten die tussen gebruikers van deze media ontstonden, vonden vaak plaats in salons en koffiehuisen. De uitwisseling van feiten en meningen stond hierbij centraal.

Bijlage 2:

Vormen van burgerschap (Hartley)

1. Civiele burgerschap. Deze vorm ontstond ten tijde van de Verlichting en leidde tot individuele rechten en de vrijheid van werk en handel. Dit burgerschap hoort bij het burgerschap dat Habermas als ideaal beschouwt.
2. Politieke burgerschap. Bij deze vorm van burgerschap is er sprake van een representatieve democratie in plaats van een directe democratie. Dit burgerschap wordt nagestreefd door Thompson en Dahlgren.
3. Sociale burgerschap. Welzijn en onderwijs worden als rechten beschouwd.
4. Cultureel burgerschap. Verschillende culturele en sociale groepen worden verbonden door een gezamenlijke cultuur.
5. DIY-burgerschap. Elk individu stelt zijn of haar eigen identiteit samen en draagt zo zijn of haar burgerschap uit.

Bijlage 3:

Analysemodel

Analysemodel

Voor de casestudies van de finales van het *Eurovisiesongfestival* uit 1961, 1984 en 2003 is het nuttig om gebruik te maken van de drie eigenschappen die Dahlgren verbindt aan televisie; televisie als industrie, televisie als een verzameling van audiovisuele teksten en televisie als een sociaal-culturele ervaring.

1. Het *Eurovisiesongfestival* als industrie

- Is er sprake van een conservatieve vorm van democratie waarbij de kijker beperkte keuzes heeft en het publiek gefragmenteerd wordt? Of wordt het publiek een utopische democratie geboden, waarbij elke stem van de kijker gehoord wordt? Anders gezegd: worden de mediagebruikers gerepresenteerd of kunnen ze zelf participeren?
- Is het *Eurovisiesongfestival* te beschouwen als een cultuurindustrie? Worden producten, in dit geval finales, volgens plan gemaakt en lijken deze ook allemaal op elkaar?
- In welke publieke sfeer vindt het internationale liedfestijn plaats, is er hierbij ruimte voor kritiek?

2. Het *Eurovisiesongfestival* als audiovisuele tekst

- Hoe wordt de mediagebruiker geadresseerd? Als (wereld-) burger of als consument?
- Is er diversiteit in de muziek? Lijken alle liedjes op elkaar om een zo groot mogelijk publiek te bereiken of is er diversiteit die aanzet tot DIY *citizenship*?
- Wie zijn de presentatoren en maken ze contact met het televisiepubliek, zo ja, hoe?
- Hoe worden verschillende landen gerepresenteerd?

3. Het *Eurovisiesongfestival* als sociaal-culturele ervaring

- Wat is de receptie van het *Eurovisiesongfestival*? Hoe schreven kranten, en in 2003 ook *internetbloggers*, ten tijde van de finale over het festival?

Bijlage 4:

Format Eurovisiesongfestival 1961:

- Eurovisiesongfestivaltune (Te Deum van Charpentier) en logo
- *Shots* van Cannes en van het Palais des Festivals
- *Shots* van het publiek in de theaterzaal
- Intro door het orkest
- Presentatrice opent show en legt jurering en scorebord uit
- Alle deelnemers staan op het podium en stellen zich per land voor
- Alle artiesten treden op. Hierbij zijn er geen *shots* van het publiek maar enkel van de deelnemers, de dirigenten en het orkest
- *Intervalact* op het podium (klassiek ballet)
- Uitslag wordt door de nationale jury's telefonisch aan de presentatrice doorgegeven
- De winnaar én de componist en tekstschrijver ontvangen een medaille
- Het winnende liedje wordt nogmaals opgevoerd
- Aftiteling

Bijlage 5:

Receptieanalyse Eurovisiesongfestival 1961 in Trouw en de Volkskrant

Trouw, 15 maart 1961 (voor het festival)

Titel: Greetje: spannende dagen in het zonnige zuiden

Ondertitel: Met, wat een dag (en zonder griep) naar Cannes

Opvallend aan dit artikel is dat vooral de individuele beleving van de Nederlandse deelneemster, Greetje Kauffeld, belicht wordt. Zo is met name Greetje aan het woord en wordt tevens vermeld wat Greetje na het festival gaat doen. Ook wordt meegedeeld dat Greetje een aantal dagen griep had, dat ze enkele maanden geleden 21 is geworden en daarnaast worden haar adres en zangpedagoge genoemd. Tenslotte wordt ook gemeld dat Greetje tijdens het festival vergezeld wordt door haar moeder en Dolf van der Linden, de dirigent. Greetje wordt in het artikel dus toegeëigend als publiek figuur dat Nederland vertegenwoordigt op een internationaal podium. Tenslotte wordt ook de omvang van het *Eurovisiesongfestival* benadrukt:

“In zeventien landen zullen oog en oor (het festival wordt door alle radio-en tvstations van deze landen uitgezonden) op Greetje gericht zijn”¹²⁴

Trouw, 20 maart 1961 (na het festival)

Titel: Luxemburg nummer 1 in Songfestival

Ondertitel: Greetje Kauffeld kwam niet ver

In dit artikel wordt allereerst de context van de editie uit 1961 geschetst. Zo wordt gemeld wie de commentator was en worden daarnaast de locatie, de eindpositie van Nederland en de componist en tekstschrijver van de Nederlandse inzending genoemd. Ook wordt terugverwezen naar de editie van 1960:

¹²⁴ Onbekend. (15-3-1961). “Greetje: spannende dagen in het zonnige zuiden. – Met, wat een dag (en zonder griep) naar Cannes.” *Trouw*, 5.

“Luxemburg, dat als wij het ons goed herinneren, vorig jaar de laatste plaats bezette in het *Eurovisiesongfestival* leverde dit keer de winnaar: Jean-Claude Pascal, verwierf zaterdagavond met het liedje “Nous les amoureux” de meeste punten.”¹²⁵

Bovendien wordt er kritiek geleverd op deze editie van het liedfestijn:

“Wanneer het de bedoeling van het *Eurovisiesongfestival* is, de Europese kijkers een zeer bijzondere uitzending te bieden, vrezen wij, dat tegenover de ontwikkelde drukte en de bestede gelden geen daaraan evenredig kijkgenot staat. Een programma waarin zestien zangeressen en zangers achter elkaar optreden, is vrij saai”¹²⁶

Tenslotte wordt er in het artikel ook een voorstel gedaan om de beleving van het festival in Nederland te verbeteren:

“Wat het goed moet maken is het wedstrijdement, de spanning. Om dit op te wekken is een uitgebreide campagne vooraf noodzakelijk. In Nederland heeft het daaraan beslist ontbroken. De presentatie van het liedje (...) was bepaald onvoldoende om de nationale gemoederen voldoende te beroeren”¹²⁷

Opvallend is dat de auteurs van beide artikelen uit *Trouw* onbekend blijven. Als auteur(s) wordt namelijk enkel de ‘radio-en televisieredactie’ genoemd, wie precies ‘wij’ zijn, blijft onbekend. Tevens valt op dat de auteurs zich als autonoom presenteren. Zo wordt er gesteld dat de nationale gemoederen onvoldoende beroerd zijn, terwijl er geen enkele mediagebruiker aan bod wordt gelaten.

De Volkskrant, 16 maart 1961 (voor het festival)

Titel: geen

In het enige artikel dat in *de Volkskrant* verschijnt voor het festival wordt enkel de aankondiging gedaan dat deelnemster Greetje Kauffeld samen met haar moeder naar Cannes is vertrokken en Nederland zal vertegenwoordigen op het *Eurovisiesongfestival*. Het artikel wordt daarbij geïllustreerd door een foto van Kauffeld.

¹²⁵ Onbekend (20-3-1961). “Luxemburg nummer 1 in Songfestival – Greetje Kauffeld kwam niet ver.” *Trouw*, 7.

¹²⁶ Idem.

¹²⁷ Idem.

De Volkskrant, 20 maart 1961 (na het festival)

Boventitel: Engeland weer eeuwige tweede

Titel: Jean-Claude Pascal bracht beste Eurovisie-liedje

Ondertitel: Greetje Kauffeld won half dozijn punten

In dit artikel wordt meer contextuele informatie gegeven dan in *Trouw*, wel wordt net als in *Trouw* gesteld dat Luxemburg heeft gewonnen en dat dit land eerder slecht presteerde:

“De donkere filmster-zanger Jean-Claude Pascal heeft zaterdagavond onder zo’n vijftieng miljoen soezerige televisiekijkers de grote Eurovisieprijs voor het beste liedje 1961 in de wacht gesleept voor het groothertogdom Luxemburg, dat voorheen bij dit soort grootscheepse tv-aangelegenheden slechts voor spek en bonen scheen te mogen meedoen”¹²⁸

Ook wordt duidelijk gemaakt dat het Verenigd Koninkrijk voor de zoveelste maal tweede is geworden en dat deze inzending anders was dan de andere:

“Twee vetgekuifde teenagers, die met weke hikjes, lachjes en stemmetjes “Are you sure” zongen”¹²⁹

Opvallend is dat in *de Volkskrant*, net als in *Trouw* anoniem kritiek geleverd wordt op het festival, de auteurs blijven onbekend. In tegenstelling tot *Trouw* geeft *de Volkskrant* niet alleen commentaar op het festival in het algemeen, maar op verschillende onderdelen van het liedfestijn afzonderlijk:

Over de Nederlandse inzending:

“Een routineliedje waar men in Eurovisieverband niet warm of koud van wordt”¹³⁰

Over de kwaliteit van de inzendingen:

¹²⁸ Onbekend (20-3-1961). “Jean-Claude Pascal bracht beste Eurovisie-liedje – Greetje Kauffeld won half dozijn punten.” *De Volkskrant*, 8.

¹²⁹ Idem.

¹³⁰ Idem.

“(…) dat met zestien variaties op een smachtend lente-of liefdesthema duidelijk onder de maat bleef van wat een internationale gebeurtenis (…) voor de echte showbusiness wil zijn”¹³¹

Over de artiesten:

“Vage jongens en meisjes met veelal stereotiepe melodietjes”¹³²

¹³¹ Onbekend (20-3-1961). “Jean-Claude Pascal bracht beste Eurovisie-liedje – Greetje Kauffeld won half dozijn punten.” *De Volkskrant*, 8.

¹³² Idem.

Bijlage 6:

Format Eurovisiesongfestival 1984

- Logo NOS met daaromheen vlaggen van verschillende landen en de tekst “Eurovisiesongfestival 1984”
- Omroepster Jantine de Jong kondigt het 29^e *Eurovisiesongfestival* aan en vertelt dat Maribel als 11^e aantreedt met het nummer *Ik hou van jou*. Ook meldt ze dat Ivo Niehe vanuit Luxemburg het commentaar levert
- *Eurovisiesongfestival* logo en *tune* (Te Deum – Charpentier)
- *Shots* (luchtbeelden) van landschap, dorpjes en de stad Luxemburg gecombineerd met een instrumentele medley van oude songfestivalhits
- Presentatrice Désirée Nosbusch komt op en stelt de dirigent voor van het Luxemburgse orkest, legt het scorebord uit, stelt commentatoren voor en maakt contact met het publiek
- Alle artiesten treden op, voorafgegaan door een introfilmje. Tijdens de optredens *shots* van de artiesten en van het publiek
- Presentatrice stelt dat alle liedjes gezongen zijn en bedankt de toeristen en acteurs die in de *introfilmjes* hebben meegespeeld
- *Intervalact* van de Praagse theatergroep *Théâtre crayonne de Prague*
- Juryvoorzitters geven scores door aan presentatrice, *shots* van deelnemers die aan kop staan
- *Shots* van juichende Zweedse componisten in de zaal, *shots* van juichende Zweedse artiesten
- Winnares van vorig jaar (Corinne Hermès) reikt medailles uit aan de artiesten, de componist en de tekstschrijver uit Zweden
- Winnende liedje wordt nogmaals opgevoerd
- Aftiteling

Bijlage 7:

Receptieanalyse Eurovisiesongfestival 1984 in Trouw en de Volkskrant

Trouw, 5 mei 1984 (voor het festival)

Titel: geen

Allereerst valt op dat er in *Trouw* veel minder aandacht geschonken wordt aan het festival dan in 1961. Op de dag van het festival is enkel een foto van de Nederlandse deelneemster Maribelle terug te vinden, waarbij verder aangegeven wordt dat ze deel zal nemen aan het 29^e festival met het nummer *Ik hou van jou*. Tevens wordt ook de volgorde van de deelnemende landen genoemd.

Trouw, 7 mei 1984 (na het festival)

Titel: Zweedse vreugde na winnen songfestival

In dit artikel wordt een korte beschrijving gegeven van het festival en gesteld dat Zweden tien jaar na Abba met *Waterloo* weer heeft gewonnen. Tevens volgt er ook kritiek op de Nederlandse inzending:

“De Nederlandse Maribelle eindigde, geheel naar verwachting, bijna onderaan met 34 punten”¹³³

Opvallend bij deze kritiek is dat niet aangegeven wordt *waarom* het te verwachten viel dat Maribelle niet hoog zou eindigen.

De Volkskrant, 5 mei 1984 (voor het festival)

Titel: geen

Ook in *de Volkskrant* wordt, net als in 1961, zeer weinig aandacht geschonken aan het festival op de dag zelf. Er is enkel een aankondiging in de televisiegids van de krant, waarin gesteld

¹³³ Onbekend (7-5-1984). “Zweedse vreugde na winnen Songfestival”, *Trouw*, 10.

wordt dat er rechtstreeks verslag gedaan wordt van het 29^e *Eurovisiesongfestival* dat in Luxemburg wordt gehouden. Daarbij wordt ook de Nederlandse inzending vermeld.

De Volkskrant, 7 mei 1984 (na het festival)

Titel: geen

Na het festival wordt er door *de Volkskrant* zeer weinig aandacht geschonken aan het festival. Ook vindt er net als in *Trouw* een verwijzing plaats naar de eerdere overwinning van Zweden in 1974 door Abba. Tenslotte wordt net als in *Trouw* gemeld dat Maribelle laag is geëindigd, maar er wordt hierbij geen kwaliteitsoordeel geveld zoals dat bij *Trouw* het geval is.

Bijlage 8:

Format Eurovisiesongfestival 2003

- *Eurovisiesongfestivallogo* en *tune* (Te Deum – Charpentier)
- Beelden van het zonnestelsel vergezeld door de opening van commentator Willem van Beusekom
- Klei-animatie vergezeld van muziek
- *Shots* van het publiek in de zaal
- Opening door de twee presentatoren, Renārs Kaupers en Marie N
- Introductiefilmpje over de stad Riga met daarin de twee presentatoren die uitleg geven over de stad
- *Shots* van het publiek in de zaal
- *Live* contact via satelliet met Lys Assia, de winnares van het eerste festival uit 1956
- *Live* contact via satelliet met twee astronauten, waarvan één Let, die zich in het ruimtestation Mir bevinden
- *Live* contact met Elton John die de deelnemers succes wenst en tevens aandacht vraagt voor zijn AIDS-benefiet
- De eerste dertien deelnemers treden op, afgewisseld door *shots* vanuit Wenen waar het benefiet van Elton John plaatsvindt, door *shots* van de deelnemers achter de schermen vlak voor ze het podium opgaan en door zeer veel *shots* van het publiek in de zaal
- Interval met de twee presentatoren die duidelijk maken dat het festival halverwege is. Twee andere presentatoren doen verslag vanuit de zogenaamde *greenroom* achter de schermen. De presentatoren in de *greenroom* promoten tevens het feit dat het festival ook via internet te volgen is en dat daarbij veel extra beelden te zien zijn, zoals achtergrondreportages die niet zichtbaar zijn op televisie.
- Interviews door de presentatoren in de *greenroom* met de deelnemers die al hebben opgetreden, alle interviews worden in het Engels gehouden zonder vertaling naar het Frans

- De resterende dertien deelnemers treden op, wederom afgewisseld door *shots* van het benefiet van Elton John, *shots* van de deelnemers achter de schermen vlak voor ze het podium op gaan en veel *shots* van het publiek in de zaal
- De twee presentatoren geven aan dat er gestemd mag worden en dat dit telefonisch of via sms mogelijk is. Ze vertellen dit in het Engels en het Frans
- Een recapitulatie (*recap*) in omgekeerde volgorde (de laatste deelnemer eerst) van alle optredens. Steeds wordt er een kort fragment van het optreden getoond met vermelding van het telefoonnummer en de sms tekst om op het betreffende nummer te stemmen
- Tekst verschijnt in beeld: “The lines are now open for 5 minutes”
- *Intervalact*: Filmpje (dus geen daadwerkelijke *act*) over muziek uit Letland bestaande uit een deel van een clip van de band van presentator Renārs Kaupers, Brainstorm, een deel van een clip van presentatrice Marie N en een clip met klassieke Letse muziek. De nummers van beide presentatoren zijn in het Engels
- *Shots* van het publiek in de zaal
- Presentatoren kondigen aan dat de lijnen gesloten zijn en de puntentelling bekend is.
- De achterwand van het podium gaat omhoog; het publiek in de zaal en het thuispubliek kan de *greenroom* zien waar alle deelnemers en hun aanhang met vlaggetjes van hun land zwaaien
- *Scrutineer* Sarah Yuen komt in beeld; ze vertelt dat de puntentelling goed verlopen is en legt tevens de nieuwe opzet van het festival voor 2004 uit, waarbij er een kwalificatieronde wordt ingesteld die voorafgaat aan de finale
- Presentatoren leggen in het Engels en het Frans het puntensysteem uit
- De eerste dertien landen maken via een presentator of presentatrice de punten bekend. De punten worden door alle landen, behalve door Frankrijk en België, in het Engels gegeven. Er vindt steeds een vertaling plaats van het Engels naar het Frans en andersom. Ook verschijnt er een digitaal scherm waarbij de punten worden opgeteld en wordt er regelmatig een top 5 getoond. De reacties uit de zaal op de stemming zijn tijdens de puntentelling goed hoorbaar
- *Shots* vanuit de *greenroom*

- De laatste dertien landen maken via een presentator of presentatrice de punten bekend, winnaar: Turkije
- De zangeres van Turkije, Sertab Erener, komt het podium op en bedankt Europa
- *Shots* van vuurwerk boven Riga
- Burgemeester en de *scrutineer* rijken de prijzen uit aan Sertab Erener
- Presentatoren promoten de cd met alle nummers van het festival uit 2003
- Winnende liedje wordt nogmaals opgevoerd
- Aftiteling (begeleid door instrumentale versie van het winnende liedje)
- *Shots* van het publiek
- *Eurovisiesongfestivallogo* en *tune* (Te Deum – Charpentier)

Bijlage 9:

Receptieanalyse Eurovisiesongfestival 2003 in Trouw en de Volkskrant

Trouw, 24 mei 2003 (voor het festival)

Titel: Kermisattractie

In dit artikel wordt met name ingegaan op de Russische inzending; twee meisjes die pretenderen lesbisch te zijn en zich tijdens de repetities en persconferenties onmogelijk gedragen. De auteur maakt verder helder dat hij vertrouwen heeft in de Nederlandse inzending, al stelt hij dat landen die kermisattracties naar het festival sturen waarschijnlijk meer kans maken om te winnen dan degelijke inzendingen:

“Gaat Nederland vanavond dan eindelijk weer eens een Songfestival winnen? Zoals ieder jaar houden we de moed er gewoon in, en luisteren we niet naar de verschillende kenners die denken dat Esther Hart het in Riga niet zal redden. Maar ondertussen vrezen we dat een goudkleurig leren pak, een degelijk songfestivalnummer en een goede stem niet genoeg zijn om de aandacht te trekken.”¹³⁴

Verder maakt de auteur duidelijk dat hij bepaald niet te spreken is over dergelijke kermisattracties op het festival, maar dat Europa door alle commotie zich waarschijnlijk vooral op de Russische inzending zal richten:

“De festivalorganisatie hielp vervolgens een handje bij de hype door aan te kondigen dat ze vanavond beelden van de repetities zullen vertonen als de meiden zich misdragen tijdens de live-uitzending. Zodat nu alle ogen in televotend Europa op het optreden van Tatu gericht zijn.”¹³⁵

Tenslotte wordt er gemeld dat de Nederlandse delegatie niet blij is met alle commotie rondom de Russische inzending:

“De Nederlandse delegatie is de streken van Tatu in elk geval goed zat. Tijdens het drukbezochte feestje dat de ploeg rond Esther Hart donderdagavond organiseerde, zei commentator Willem van Beusekom: “Leuk dat jullie naar onze party zijn gekomen en

¹³⁴ Dijk, van Harmen. (24-05-2003) “Kermisattractie”. *Trouw*, 2.

¹³⁵ Idem.

daarvoor de persconferentie van Tatu links hebben laten liggen. Jullie hebben dus voor de echte muziek gekozen.”¹³⁶

Trouw, 26 mei 2003 (na het festival)

Titel: En volgend jaar de voorronde Eurovisie Songfestival

In dit artikel wordt stilgestaan bij het goede optreden van de Nederlandse Esther Hart, waarbij de auteur wel stelt dat er te weinig rekening is gehouden met de show en de boodschap:

“Haar stem werd gecompimenteerd. De muziek lag lekker in het gehoor. Het leverde haar een plek in de grauwe middenmoot op, want het gouden pakje was niet fel genoeg, en de tekst al helemaal niet.”¹³⁷

Ook wordt ingegaan op de Turkse winnares, Sertab Erener, en wordt gesteld dat haar overwinning te danken is aan de authentieke muziek en het opwekken van het ouderwetse ‘Eurovisiegevoel’:

“Dit was niet zomaar een liefdesliedje, onderstreepten ook de danseressen die tijdens de opvoering van alle kanten aan Erener trokken. Het moest de rol van de vrouw in een harem uitbeelden, inmiddels verleden tijd voor haar en de haren. Lang leve de emancipatie. Tegenwoordig bepaalt ook de Turkse vrouw zelf wat er binnen een liefdesrelatie gebeurt. De boodschap was in de onmiskenbare Bosphorus-sound verpakt. Dat gaf de kijker, nu de meeste deelnemers in het Engels zingen, dat oude Eurovisiegevoel een beetje terug.”¹³⁸

Indirect geeft de auteur kritiek op het feit dat de meeste nummers in het Engels worden gezongen en vindt zij dat als deelnemers in de *eigen* taal zingen, dit bijdraagt aan het oude ‘Eurovisiegevoel’. Hierbij moet wel opgemerkt worden dat ook de Turkse deelneemster in het Engels zong, dus in die zin niet bijdroeg aan het door Scholten genoemde ‘Eurovisiegevoel’.

De Volkskrant, 22 mei 2003 (voor het festival)

Titel: Maas en mensen in Riga (2): Europa is niet vrij!

¹³⁶ Dijk, van Harmen. (24-05-2003) “Kermisattractie”. *Trouw*, 2.

¹³⁷ Scholten, Esther (26-05-2003) “En volgend jaar de voorronde Eurovisie Songfestival”. *Trouw*, 3.

¹³⁸ Idem.

Voor het festival plaatsvindt, zijn er in *de Volkskrant* maar liefst acht artikelen over het festival verschenen, er is dus beduidend meer aandacht voor het liedfestijn dan in 1961 en 1984. Met name de latere commentator Cornald Maas heeft meerdere artikelen geschreven waarin hij vooruitblijkt op het festival, hieronder zal één van deze artikelen behandeld worden. Maas verhaalt in dit artikel over een avond waarbij Esther Hart mededeelnemers aan het *Eurovisiesongfestival* ontmoet. Tevens geeft hij veel achtergrondinformatie:

“Daar ging wel het een en ander aan vooraf. Er was een fiks geldtekort en een interne stafvendetta, en de problemen werden zo groot dat EBU-baas Bjorn Erichsen zelfs dreigde Letland de organisatie van het Eurovisie Songfestival te ontnemen. Uiteindelijk werd uitvoerend producent Arvids Babris van zijn taak ontheven en leverden de Zweden, die het festival al vier keer organiseerden, expertise en bijstand, vooral op creatief vlak”¹³⁹

Bovendien behandelt hij de eerdergenoemde spanning tussen Europa enerzijds en naties anderzijds:

“Het enthousiasme in Letland is groot. De Baltische staat, pas sinds 1991 bevrijd van het Russische juk, ontleent prestige aan de organisatie van het festival en staat opeens voor heel Europa op de kaart. Minister-president Einars Repse bezocht inmiddels de repetities in de Skonto Olympic Hal, vlakbij een desolaat fabrieksterrein, en sprak zijn grote bewondering uit voor het podium en het lichtplan. En tijdens elke persconferentie hengelen Letse PR-officers naar complimenten over Riga. And what do you think about the Latvian people?”¹⁴⁰

Maas geeft kortom veel contextuele informatie en behandelt de politieke context van het festival.

De Volkskrant, 26 mei 2003 (na het festival)

Titel: Achter de schermen wint Esther alsnog

Ook na het festival is het Cornald Maas die vooral over het *Eurovisiesongfestival* in *de Volkskrant* schrijft. Opvallend is dat hij het festival wederom in een politieke context plaatst door te stellen dat dit festival een openlijke poging genoemd kan worden van Oost-Europa om toetreding te zoeken met de Europese Unie:

¹³⁹ Maas, Cornald (22-05-2003) “Maas en mensen in Riga (2): Europa is niet vrij!”. *De Volkskrant*, 16.

¹⁴⁰ Idem.

“Als dat laatste geen gebaar van verbroedering is, tijdens een liedjesfestijn dat toch al in het teken stond van een pleidooi door Oost-Europese landen voor toetreding tot de EU. Everyway that I can - met opzweepende harem dans, bedoeld als wegbereider van gelijke rechten voor de vrouw - imponeerde de televoters uiteindelijk meer dan de mini-meisjes van het Russische t.A.T.u.”¹⁴¹

Tevens laat hij Esther Hart en componist Tjeerd van Zanen aan het woord, waarbij het opvallend is dat in tegenstelling tot het publiek in de zaal, de componist van de Nederlandse inzending een jury prefereert boven *televoting*:

“Rusland had geen televoting maar een vakjury. En daar kregen we tien punten van!”¹⁴²

Tenslotte meldt Maas nog dat Hart tot beste zangeres is bekroond door een panel van oud-winnaars en bekritiseert hij het volgens hem veelvuldig aanwezige *buddy voting*:

“Voorlopig zal Ding-a-dong weer worden ingezet om ons eraan te herinneren dat we ooit, in de prehistorie, het Eurovisie Songfestival wonnen. Het zal in 2004 een hele kunst worden om überhaupt de finale te halen, met al die concurrerende buurlanden die elkaar een hoop punten toespelen.”¹⁴³

¹⁴¹ Maas, Cornald (26-05-2003) “Achter de schermen wint Esther alsnog”. *De Volkskrant*, 3.

¹⁴² Idem.

¹⁴³ Idem.

Bijlage 10:

Receptieanalyse Eurovisiesongfestival 2003 op internetblogs

1. Internetblog afkomstig van een Belgische afgestudeerde klinisch psychologe met naar eigen zeggen een passie voor 'campmuziek en Eurovisie'

Blogs verschenen voor het festival:

Allereerst valt op dat de *blogster* zeer uitgebreid op het festival vooruitblijkt en daarbij haar mening over de verschillende deelnemers geeft. Bovendien benadrukt de *blogster* de ook in de wetenschappelijke literatuur genoemde 'camp' en 'queer' aspecten van het festival:

“It’s an election, it’s queer and it’s camp. What more could you bloody well want?”¹⁴⁴

Verder benadrukt ze het belang van een theatrale performance:

“I was also shocked to see that Turkey didn’t even rate my 10, even though I was mad about it after the performance. Shows just how important that element is”¹⁴⁵

Tevens biedt ze context door, bij de bespreking van de Oostenrijkse Alf Poier, te verwijzen naar één van de eerste clowneske optredens bij het festival, namelijk dat van Gildo Horn voor Duitsland in 1998. Hij choqueerde destijds vriend en vijand door op decorstukken te klimmen en wist hiermee een zevende plaats te bereiken. Net als *Trouw* en *de Volkskrant* benadrukt deze *blogster* de controverse rond de Russische groep *Tatu* en net als Scholten van *Trouw*, vindt ze het positief als deelnemers in hun eigen taal zingen:

“Croatia sing in their own language (...) and that alone means they deserve a few points”¹⁴⁶

Tenslotte benadrukt ze net als de auteurs in *Trouw* en *de Volkskrant* de politieke spanning tussen Europa enerzijds en afzonderlijke naties anderzijds:

“Poland brings Ich Troje with their song Zadnych Granic (no borders). (...), this is a song about “unifying Europe” and “against war”. Thus causing the insufferable twit Terry Wogan to say they’ll win, since everyone hates the UK because of the war”¹⁴⁷

¹⁴⁴ <http://users.skynet.be/pigletwildebeest/eurosong/eurovision2003.htm>

¹⁴⁵ Idem

¹⁴⁶ Idem.

¹⁴⁷ Idem, Terry Wogan, een Brit, is één van de bekendste commentatoren van het festival. De “war” is hierbij de oorlog in Irak.

Blogs na het festival:

Er zijn weinig nieuwe *blogs* geplaatst na afloop van het festival. De *blogster* meldt enkel nog haar uiteindelijke punten na het zien van de finale en ze benadrukt nogmaals dat de *performance* doorslaggevend is voor de einduitslag.

2. *Internetblog afkomstig van een Britse homoseksuele man die ook zelf tijdens het festival aanwezig was*

Net als de Belgische *blogster* bespreekt deze *blogger* de verschillende deelnemende landen. Hij behandelt de context en benadrukt ook het belang van uiterlijk en van de *performance*, zoals wanneer hij de Franse inzending bespreekt:

“One small problem though (...) her hair looked like she'd been pulled through a hedge backwards. Sort out *les cheveux, madame*, and you could be onto a winner”¹⁴⁸

Tevens keurt de *blogger* de hele ophef rond de Russische inzending niet af en ziet hij dit juist als een goede promotiestunt. Dit, in tegenstelling tot de twee kranten en de andere *blogster*. Ook geeft hij informatie die Willem van Beusekom ook tijdens zijn commentaar geeft; zo meldt hij dat Ralph Siegel alweer zijn 18^e compositie naar het festival heeft gestuurd, geeft hij aan welke deelnemers populair zijn bij het publiek tijdens de repetities en vergelijkt hij net als Van Beusekom de Ierse inzending met *Fly on the wings of love* van de Olsen Brothers, die in 2000 wonnen voor Denemarken. Net als zijn *medeblogger* en journaliste Scholten van *Trouw* is ook deze *blogger* een voorstander van diversiteit bij het festival. Hij benadrukt echter diversiteit in muziekstijl in plaats van in taal, zoals bij het bespreken van de Roemeense inzending:

“How this got to win their national final, I will never know, but praise the god of musical diversity that it did”¹⁴⁹

Tenslotte biedt deze *blogger* een interessante kijk in de ‘wereld’ rond het festival. Zo bespreekt hij de feestjes en de sfeer in het mediacentrum, waar zowel professionele media als *internetbloggers* aanwezig zijn. Beiden mogen overigens ook vragen stellen bij de persconferenties.

¹⁴⁸ <http://www.esctoday.com/blogs/world-of+chig>

¹⁴⁹ Idem.

Blogs na het festival:

Na het festival verschijnen er nog maar weinig *blogs*, enkel over de afterparty en een lijst met de resultaten.