

INTERVIEW MET DR. MARTINE BOUMAN,
MANAGING DIRECTOR VAN
ENTERTAINMENT & EDUCATION.

Amusing to health and happiness

DOOR BART DE HAAN

Dat het blauwe licht ons maatschappelijk leven heeft veranderd, dat de invloed van het medium oneindig groot is, ja dáárover zijn Neil Postman en Martine Bouman het wel eens. Maar waar Postman fulmineert tegen de invloed van het massamedium, onderstreept Bouman juist de kansen. 'We amuseren ons gezond!'

Amusement beheerst onze levens. De 'verstrooiing uit het stopcontact' beschouwt Neil Postman in zijn boek *Amusing ourselves to death* als een groot gevaar, het einde van het culturele leven. Dit cultuurpessimisme kan dr. Martine Bouman niet delen. Juist vanwege de impact van het medium, juist vanwege de natuurlijke behoefte aan entertainment, biedt de amusementsindustrie kansen om het gemiddelde levenspeil van haar consumenten te

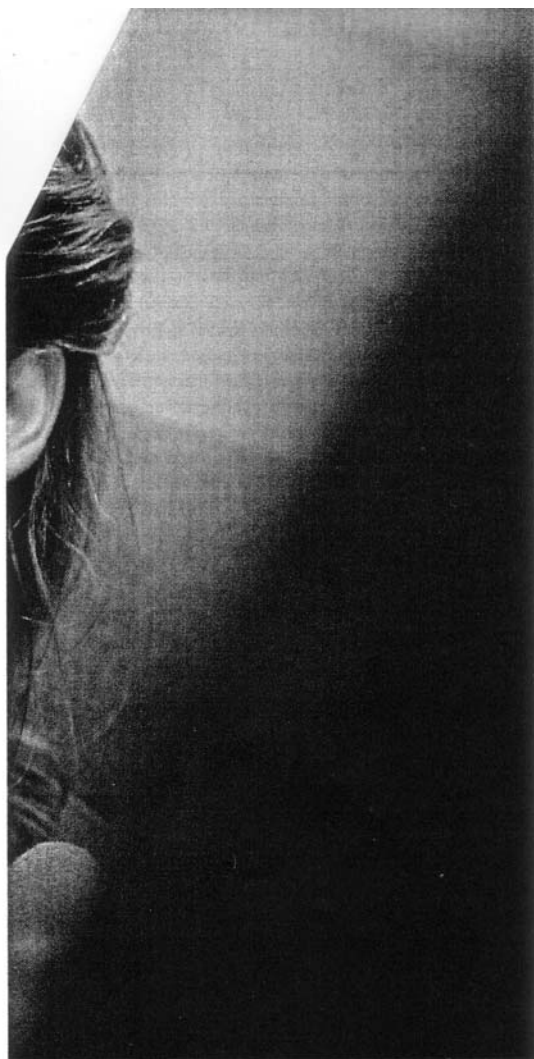


foto: Wim Kluyvers

verbeteren. Entertainment Education heet haar strategie in het mediajargon. 'Maar noem het gerust edutainment', klinkt het op het Goudse kantoor van Bouman. Zelfs spreekt ze van E-E (spreek uit: ie and ie). Naar dit fenomeen verrichtte ze wetenschappelijk onderzoek, promoveerde in 1999 en vertaalt nu haar bevindingen naar de praktijk. En dat lukt aardig. Voorlopig hoogtepunt was het internationale congres E-E 2000 Event dat vorig jaar in september plaatsvond in Arnhem en Amsterdam. Bouman, managing director van de overkoepelende stichting, blikt tevreden terug. 'Het was een novum want zoiets had zich nog nooit buiten Noord-Amerika afgespeeld. En het boekwerk over alle bevindingen dat binnenkort verschijnt, staat bol van concrete resultaten.'

Zeg eens Aa

— **Hoewel beslist** niet als zodanig bedoeld, vormen de succesvolle verhandelingen over het succes van edutainment (zie

kader 'bruidsschatten in India') een attest tegen de opvattingen van Postman. De New Yorker stelt dat televisiekijken ongezond is. Volgens Martine Bouman kan het juist de gezondheid bevorderen. Letterlijk. 'Mijn fascinatie voor de combinatie van entertainment en educatie ontstond in de tijd dat ik werkte in de gezondheidsvoorlichting. Ik werkte voor de Nederlandse Hartstichting en in die tijd verschenen stapels onderzoeken naar causale verbanden tussen sociaal-economische klasse en levensverwachting. Onomstotelijk bleek dat burgers uit lagere sociale klassen een grotere kans hadden op een wijde variëteit aan hart- en vaatandoeningen. Arme mensen hadden minder lang te leven! Punt. Die dikke rapporten vol verontrustende constatering lagen aan de ene kant van mijn bureau. Aan de andere kant, in het uitbakje, lagen nog geen oplossingen. Als voorlichter was ik het aan mijn vak verplicht om te kijken hoe communicatie kon bijdragen aan dit probleem. Hoe bereik je die mensen met preventieve, gezonde boodschappen? Dát was de vraag. Het antwoord lag op de leestafel van de kapper: de Privé en de Story. En het antwoord verscheen op televisie. Het waren de dagen dat de soaps begonnen te lopen. Zeg eens Aa was dé tv-hit. Een huisartsenpraktijk! Daar moet toch wat mee te doen zijn, dacht ik.'

Educatieve cliffhangers

— **Dat duurde** even, maar met vallen en opstaan vonden gezondheidsvoorlichters en mediamakers elkaar. Dat liep soms uit op een fiasco, zoals bij Villa Borghese, een dertiendelige dramaserie van de Avro in 1991. 'Toen traptten we nog in valkuilen die we nu omzeilen. De belangrijkste les? Dat zo'n serie in het begin alleen maar onderhoudend moet zijn. Verhaallijnen moeten zich ontwikkelen, karakters de ruimte krijgen. Bij Villa Borghese was ons die tijd niet gegund. Het melodrama kwam niet van de grond en niemand keek er naar. Veel beter is het dus om in te stappen in langlopende series.' Als geslaagde voorbeeld noemt Bouman in haar doctoraalscriptie het succes van Medisch Centrum West. Daar deden de 'tips en preventie' pas in het derde seizoen hun intrede. Toen stond dokter Simon — ongetwijfeld tussen een vrijage in de bezemkast en een ruzie in de directiekamer door — ineens uit te leggen hoe een hartpatiënt zijn polsslag het best kan meten. En de fans, zo bleek uit evaluaties, bleken het nog te onthouden ook. Van recentere datum is het succes van Goede Tijden, Slechte Tijden. De makers verwerken bijvoorbeeld adviezen van de Aidsstichting. Wie wil er nou niet veilig vrijen met Katja? Bouman:

'Jongeren moeten in een setting van leuke seks zien dat condooms doodnormaal zijn.' Daarnaast kunnen populaire series volgens de adviseur taboes doorbreken. 'Zelf volg ik The Bold & The Beautiful. Er loopt momenteel een verhaallijn met zwangere tieners Rick en Amber. Met alle bijbehorende cliffhangers natuurlijk. Laten we het aborteren? Vertellen we het onze ouders? Wat doen we met hun adviezen? Kiezen we voor een pleeggezin? Je vult er zo dertig uitzendingen mee. In de Verenigde Staten, waar ongewenste tienerzwangerschappen een groot maatschappelijk probleem zijn, zetten de makers heel veel kijkers aan het denken. Discussies komen op gang. Meisjes zien zo samen voor de buis hoe hun ouders reageren op zo'n situatie.'

**'wie wil nou niet veilig
vrijen met Katja?'**



Bruidsschatten in India

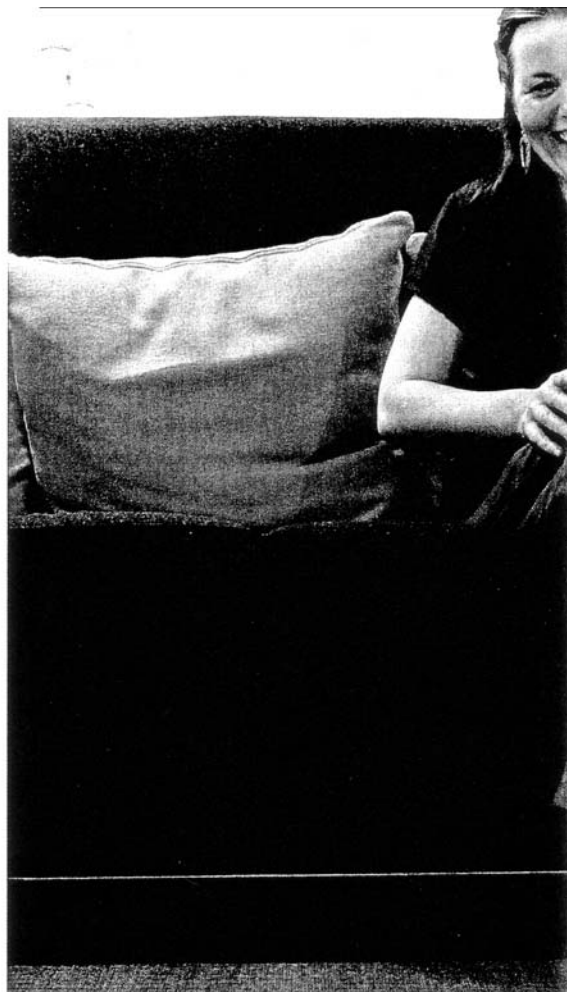
Edutainment is vooral groot geworden in niet-westerse landen. Wereldwijd ontdekken voorlichters en mediamaak-ers de synergie tussen amusement en educatie. In de onherbergzame delen van India geldt het programma Tinka Tinka Sukh als de populairste radiossoap. Hierin sneden de scriptschrijvers het fenomeen van de bruidsschat aan. Omdat traditionele families kapitalen opzij moeten leggen kunnen meisjes geen opleiding volgen. Al het geld is hard nodig voor het kopen van een partner. De bruidsschat staat emancipatie in de weg en bevordert ongeletterdheid. Toen de hoofdrolspelers een eind maakten aan dit oeroude gebruik, vielen vele Indiërs de schellen van de ogen. Zo ontving de omroep All India Radio (AIR) die Tinka Tinka Sukh uitzendt een brief uit het dorp Lutsaan, waarbij alle inwoners een handtekening hadden gezet onder een verklaring waarin ze stelden voortaan af te zien van de bruidsschat.

Schildpadden en pauwen

Het succes van de bundeling van educatie en amusement is overigens van alle tijden. Sinds Plato weet elke retoricus dat een saai betoog kwinkslagen behoeft. Bouman: 'De Bijbel is ook amusant geschreven, met al die parabels en vertellingen.'

Het principe is dus niet nieuw, maar de praktische vertaling naar moderne media verdient daarentegen wel alle aandacht. De "educatieven" moeten de handen ineenslaan met de "entertainers". En dat blijkt geen sinecure. Niet voor niets noemde Bouman haar dissertatie *The Turtle and the Peacock*. De voorlichters zijn schildpadden, degelijk en betrouwbaar. De mediapersen zijn pauwen, creatief en ijdel. En bij edutainment gaat het erom die tegenpolen te verenigen. 'Momenteel werk ik aan een handboek, een uitwerking van die wetenschappelijke pil. Wat daarin voor tips staan? Bijvoorbeeld over timing. In welke fase van het creatieve proces moeten de schildpadden luisteren en pauwen spreken. Of andersom. Voorlichters moeten stil zijn als de programmamakers zitten te brainstormen. De creatieven bouwen dan de meest onuitvoerbare luchtkastelen. Daar moet geen voorlichter met praktische bezwaren tussen gaan zitten. "Ja maar, die wereldberoemde popster strikken we toch nooit voor een rol", riepen voorlichters wel eens. Nee natuurlijk niet, maar dat blijkt later wel. Laat het eerst maar lekker waaien. De communicatie-adviseur moet op dit breukvlak opereren, moet een mediator zijn. Een andere hint is trouwens dat je televisiemakers altijd de indruk moet geven dat het hun eigen idee is.' Deze handreikingen hoopt Bouman, met haar advies- en onderzoeksbureau de komende jaren te verbeiden in Hilversum,

'De Bijbel is ook amusement, met al die parabels'



op ministeries, communicatievkgroepen, bij non-gouvernementele organisatie en op media-academies; kortom bij pauwen en schildpadden.

Pulp

Voordeel bij de verspreiding van E-E is dat de "cultuuroptimisten" (het antoniem voor cultuurpessimist Postman) het tij inmiddels mee hebben. Op de dag dat NuT spreekt met Bouman, roemen antropologen in de Volkskrant de cartoonserie *The Simpsons*. 'Nobrow-cultuur voor postmodernisten, met rechtstreekse verwijzingen naar Poe, Kerouac en Shakespeare, maar ook naar Dallas en De Smurfen', klinkt het jubelend. De tijd dat de zwartkijkers spraken van verloedering en vertrossing ligt achter ons. En dat biedt kansen voor wereldverbeteraars. 'Pulp is eigenlijk ongevaarlijk', schrijft de zelfkritische Postman ergens in zijn boek. De animatoren van entertainment-education gaan een stap verder. 'Pulp kan louterend werken.' □

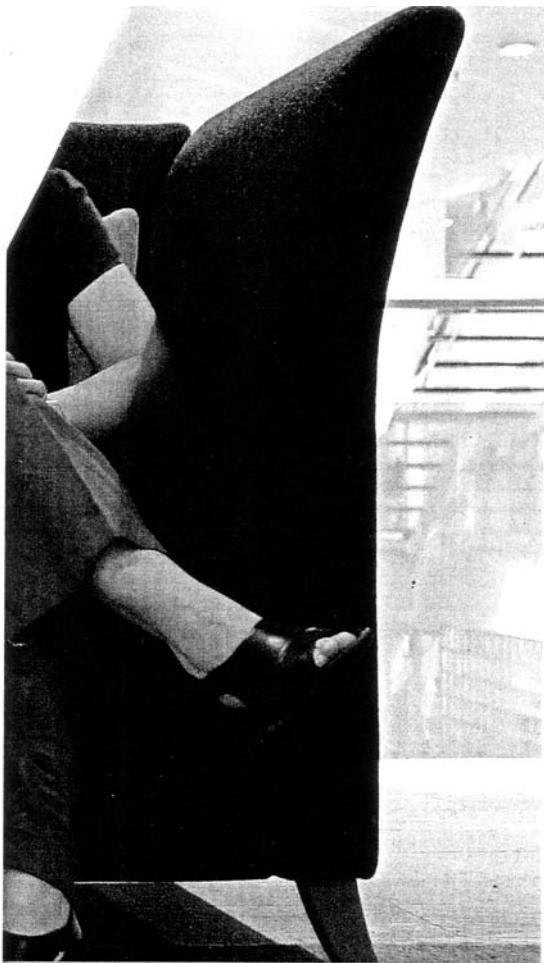


foto Wim Kluijers

'Pulp kan
louterend werken'



De noodkreet van Postman

In *Amusing ourselves to death* luidt Neil Postman, hoogleraar Communicatiewetenschappen, in 1985 de noodklok over de geestdodende werking van de beeldbuis. De zelfverklaard cultuurpessimist zet de uitgezakte couch potatoe van nu tegenover diens nostalgisch verlangen naar de laat achttiende-eeuwse, zeer belezen Amerikaan die zich een slag in de ronde filosofeert. Postman's essay scheidt een ideaalbeeld van de verlichte natie, het typografische Amerika, die haar onschuld verloor na de komst van de telegraaf. De zingende draad die al rap nieuwtjes bracht over dode koninginnen, seriemoordenaars en andere trivialiteiten. Postman ziet een directe lijn naar de verwording tot gezapig kanonnenvlees voor de amusementsindustrie.

Postman borduurt voort op het werk van de filosoof Aldous Huxley. Waar George Orwell dacht dat een gebrek aan informatie en overdaad aan censuur het leven in 1984 zou verpesten, kwam Huxley een stuk dichterbij in de buurt met diens profetie dat een overdaad aan onbenullig nieuws de ondergang zou betekenen. 'Als de burgers toeschouwer worden en publieke gelegenheden een soort variétnummers, dan is het land in gevaar en is de cultuur op sterven na dood.' Postman probeert aan te tonen dat deze voorspelling is uitgekomen. En dit epistel viel in goede aarde in het Amerika dat werd geleid door een matige filmacteur. De hype is van korte duur, omdat de media (allesbepalend voor het sociale en culturele leven volgens Postman) zo snel evolueren dat 'Amusing ourselves to death' rap aan actualiteit inboet. Bovendien is de kritiek niet van de lucht. Velen geloven niet in de totale perversie van het massamedium televisie, weigeren alleen maar het duivelse karakter van het kastje te zien. En dan beland je al heel snel bij Martine Bouman en de zegeningen die zij bezingt.