



Ook Jeroen Pauw heeft zijn les geleerd: woke-tv = broke-tv

Posted on 11 september 2025 by Hans Van Willigenburg

In de speelfilm *Don't Look Up* (2021), met onder anderen Leonardo DiCaprio, komen wetenschappers tot de afschrikwekkende ontdekking dat er een meteoriet op de aarde afsuist. Het duurt nog zes maanden voor ons hemellichaam door een frontale botsing met dit planetaire gevaarte volledig naar de gallemiezen zal gaan.

Theatraal focuspunt van de film? Niet zozeer de komende inslag als zodanig, maar de onmogelijkheid om het drama der drama's tussen de oren van de wereldbevolking te krijgen. Welke talkshow heeft er zin in dit onderwerp (dat in één zin vertaald 'u gaat dood' behelst) te programmeren? Zeker als de brengers van het slechte nieuws, tot dan toe onbekende wetenschappers, eigenlijk geen remedie hebben voor de aankomende catastrofe.

Negatief nieuws zonder uitweg

In wezen gaat *Don't Look Up* niet over de vervelende baan van een meteoriet, maar over menselijke bereidheid tot communicatie (of het gebrek daaraan). De

gemiddelde tv-kijker wil een behapbare, als het kan grappige en het liefst ook oplossingen biedende content voorgeschoteld krijgen. En dan ook nog bij voorkeur gebracht door BN'ers die een persoonlijke draai aan het nieuws geven (denk aan René van der Gijp die meldt met een wijntje op schoot mismoedig te hebben zitten nee-schudden bij beelden van gebombardeerde flatgebouwen in Oekraïne, lang niet altijd maar als het even kan gevolgd door een hulpactie en/of gironummer. Of een geopolitieke preek van luitenant-generaal b.d. Mart de Kruif).

Recente cijfers tonen aan dat kijkers inderdaad steeds gretiger en sneller wegzappen bij 'negatief' nieuws zonder uitweg (vandaar het gironummer of Kruifie). Niet lang geleden hintte nota bene BNNVARA-icoon en talkshow-veteraan Jeroen Pauw erop dat een praatprogramma, zeker bij de NPO, wel allerlei inhoudelijke ambities kan hebben, maar dat zelfs hij als doorgewinterde gastheer bij het gewezen *Bar Laet* niet tegen een keiharde grens op kon. Namelijk dat een substantieel deel van het publiek bij een start met Gaza-beelden, verontrustend klimaatnieuws of een ander naar woke neigend issue onmiddellijk, Pauw of geen Pauw, afhaakt. Want niet-behapbaar, niet-(snel)-oplosbaar en zonder begeleiding van de vertrouwde kop van een BN'er. (Afgelopen week wond *Het Mediaforum* van Radio 1 zich nog op over de kijkcijfers najagende benadering van van GroenLinks-PvdA-lijsttrekker Frans Timmermans, nota bene in de thuiswedstrijd van het splinternieuwe *Pauw & De Wit*. Was dat, zo vroeg men zich af, nog NPO-waardig?)

Laatst vertelde een in Oekraïne opererende, Nederlandse journalist op de radio over het fundamentele dilemma waar elke nieuwsbrenger (in de digitale oneindigheid) het tegen op moet nemen: namelijk dat de impact van zijn artikelen en video's er enorm bij gebaat is als ze worden opgepikt door een BN'er. Dat zijn werk – puur als nieuws, dus zonder hulp van een *influencer* of beroemdheid – binnen enkele uren 'wegzakt' in een grote, duistere leegte. En dat het tot zijn afschuw verleidelijk is zijn nieuws – omdat het van zichzelf te weinig attentiewaarde heeft – voortaan zó te gaan brengen dat de kans wordt vergroot door een of andere *celebrity* (in de rol van kruiwagen) te worden opgepikt.

Ofwel, journalistieke inhoud staat op het punt voor entertainment te capituleren. Of heeft dat al gedaan. Of dacht er nog iemand dat zogenaamde kwaliteitskranten vergeven zijn van de columnisten omdat die lui steeds beter gaan schrijven en relevanter worden? Welnee, ze geven 'smoel' aan het nieuws.

Regenboogachtige passie

Eén van de eerste talkshows die de tv-wetten in het gezicht spuugde, en woke structureel op de agenda poogde te zetten, was het vroeg-avondlijke *M* van KRO-NCRV, met Margriet van der Linden. Het programma maakte zelfs nooit aanstalten een nagelbijter te worden. Na enkele seizoenen verdween het geruisloos van de kijkbuis. Te weinig BN'ers, te weinig heikele issues (genderneutrale toiletten, okidoki) en vooral te weinig om over na te praten (Margriet en haar gasten waren het in hun regenboogachtige passie zelden oneens).

Wat leren we uit dit alles? Dat als je op tv niet op voorhand voor spek en bonen wilt meedoen er bijna geen ontkomen aan is om te actualiseren, te personifiëren en, ja, een beetje te polariseren. Met andere woorden: áls je het publiek met Gaza stante pede naar de afstandsbediening wil laten grijpen, doe het dan op de uitzichtloze, voorspelbare, o-wat-erg wijze waarop de NPO dat pleegt te doen. En wil je dat scenario voorkomen? Organiseer het dan zoals *Vandaag Inside* door Johan Derksen (pro-Palestijnen) en Wierd Duk (pro-Israël) in een *hard talk*-setting met elkaar in debat te laten gaan.

Pas dan wordt het spannend en interessant. Als televisie.

Televizier-oligarchie

Tja. Hoe vervelend en onthutsend misschien ook: de weg naar succesvolle tv is op alle fronten hiërarchisch, persoonsgebonden en discriminatoir. Wie naar de bedrijfsfeesten van de Hilversumse incrowd kijkt, zoals het beroemde Gouden Televizier-Ring Gala, ziet een in smokings en dure jurken rond paraderende oligarchie, die bestaat (en straalt) bij de gratie van stervelingen die niet op tv komen, niet van het scherm afspatten, niet steeds hun mondje paraat hebben en niet wakker liggen van kijkcijfers. Ofwel, een groter gat tussen de inclusiviteits-ideologie van woke en de bedrijfscultuur van de tv-wereld is nauwelijks denkbaar. Hoeveel commissies 'Veilig werken' en 'Inclusieve gesprekken' je in het Mediapark en bij tv-producenten ook optuigt.

Met alleen een theoretisch pamflet over de gelijkwaardigheid van alle levensvormen en de oproep naar slecht scorende woke-tv te kijken, verdien je *never* nooit een ticket naar het gala.

Ook niet vijf minuten voor de fatale meteorietinslag.

Wynia's Week brengt broodnodige, onafhankelijke berichtgeving: drie keer per week, **156 keer per jaar**, met artikelen en columns, video's en podcasts. Onze donateurs maken dat mogelijk. [**Doet u mee?**](#) Hartelijk dank!