



Hilversum volstaat niet meer

Bijdrage *De Volkskrant* 11 juni 2005.

E.J. Dommering

Deze maand moet het kabinet een besluit nemen over de toekomst van het omroepbestel. Houden we twee of drie televisiezenders en wat wordt dan hun taak? In de media concentreerde de discussie zich rond de vraag of Lingo al dan geen amusement is en of zo'n programma wel bij de publieke omroep hoort. Het zou jammer zijn als de politieke discussie daartoe beperkt blijft.

Een verstandig mediabeleid omvat veel meer dan de vraag hoe het in Hilversum aan toe gaat. De WRR (Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid) adviseerde het kabinet dit voorjaar om tot een fundamenteel ander informatiebeleid te komen. Het volstaat niet langer om apart beleid te voeren voor de pers en voor de publieke omroep. De veranderingen in het mediagebruik nopen tot een bezinning op de vraag hoe het democratische publieke debat levend kan worden gehouden, ook voor jongeren die aan de 'oude' media geen boodschap meer hebben.

De feiten zijn zonneklaar; jongeren lezen steeds minder kranten. Ze nemen informatie niet meer tot zich op de vaste tijden dat krant en omroep het aanbieden. Misschien pakken ze een Metrootje of een Spits gratis mee als ze tot de ochtendreizigers behoren. Thuis op het bureau of op kantoor stroomt uit de PC radio binnen. Tussen het werken door kunnen ze het laatste nieuws van een favoriete website oppikken; ondertussen kan ook via een van de elektronisch beschikbare kanalen op de mobiele telefoon, lap top of PC een bericht worden verstuurd en ontvangen of via een koptelefoon met iemand ergens op de wereld via internet worden getelefoneerd. 's Avonds gaat de televisie aan, een zappachine met steeds meer programma's. Er staan bovendien meer toestellen in een huishouden, zodat er binnen een woning uiteenlopende zap patronen zijn. Bij de hoger opgeleiden en ouderen is er inmiddels ook een klepperend geluid bij de brievenbus waargenomen, omdat daar een, meestal allochtone, bezorger een krant naar binnen heeft gewurmd. Bovendien is het niet ondenkbaar dat er in de avonduren een aanzienlijke tijd is opgegaan met eigen informatieproductie: iedereen kan een eigen website en web log starten om informatie over welk onderwerp dan ook openbaar te maken. De Duitse kunstenaar Joseph Beuys sprak in de jaren zeventig de gevleugelde woorden 'Iedereen is een kunstenaar'. Misschien moeten we nu zeggen: iedereen is journalist.

Achter dit patroon gaan sterk verschillende organisatievormen schuil. Bij papieren media is een grote loonintensieve staf specialisten dagelijks bezig de kwaliteit en samenstelling van het eindproduct te controleren. Interventie van de overheid wordt geweerd met een beroep op de vrijheid van drukpers.

Aangezien de pers door het abonnementensysteem een mooie cash flow heeft, is zij voor beleggers aantrekkelijk. In de markteconomie, waar ze uit is voortgekomen, is ze ideologisch ontworteld geraakt. Het oorspronkelijke emancipatiekapitaal dat de liberale, confessionele en socialistische pers stichtte heeft plaats gemaakt voor investeringskapitaal van meer of minder

durfachtige beleggers. Niet alleen is krantenuitgever PCM in handen van een Britse investeringsmaatschappij, ook Wegener, uitgever van veel regionale kranten, mag zich in de belangstelling van Britse beleggers verheugen.

Op het oude televisiescherm en via de oude radio-ontvanger komt 'omroep' de woonruimte binnen. Het aanbod van de landelijke publieke omroep is zwaar gesubsidieerd door de nationale overheid. De organisatie berust op een ideologisch model (de zuilen) dat niet meer bestaat in de samenleving. De commerciële omroep maakt over het algemeen deel uit van nationaal of internationaal geconcentreerde ondernemingen. Een steeds groter deel van het publiek dat nog wel van de omroep gebruik maakt, keert zich af van de publieke zenders en richt zich tot de commerciële omroep.

Het internet en daarmee gerelateerd aanbod vertoont geen van deze kenmerken. Het verzorgt de informatiebehoefte van een steeds grotere groep in de samenleving, kent geen van de waarborgen van de pers of de omroep, ontvangt geen overheidsgeld en is niet gereguleerd. De organisatiestructuur is voor de gebruiker laagdrempelig maar volkomen ondoorzichtig: internet is immers geen media organisatie, maar een verzameling dienstverleners van diverse pluimage. De kwaliteit van het informatie aanbod (in termen van betrouwbaarheid en selectie) is niet controleerbaar.

De consumptie van media waar de overheid zich niet mee bemoeit neemt toe en de belangstelling voor informatieaanbod dat door de overheid wordt gereguleerd en gefinancierd neemt af. Het gat daartussen wordt steeds groter. De WRR stelt daarom terecht dat wij niet langer een informatiebeleid moeten voeren dat aan een specifiek medium is gebonden. Bij het overheidsbeleid moeten we de nadruk leggen op de functie die informatie vervult. Kortgezegd moeten we eerst vaststellen van welk soort informatie we het aanbod willen stimuleren (en niet uitsluitend aan de markt overlaten). Pas daarna komt de vraag aan de orde via welk medium die informatie moet worden aangeboden. Ik trek daaruit de conclusie dat omroep - en persbeleid als categorieën van beleid verouderd zijn, niet omdat omroep en pers achterhaald zijn (dat is niet zo, zoals ik hierna hoop uit te leggen), maar omdat zij onderdeel moeten zijn van een breder beleid van elektronische informatievoorziening, waarin zij als specifieke media een gelijkwaardige plaats moeten krijgen.

Wanneer de overheid zich de vraag stelt of zij in de informatiemarkt moet interveniëren, heeft zij over het algemeen twee vragen te beantwoorden: waarom, en hoe. In het nieuwe beleid blijven die twee vragen hetzelfde, al zijn ze moeilijker te beantwoorden. Het nieuwe is dat zij worden losgekoppeld van het medium (van oudsher: pers en omroep).

Waarom intervenueert de overheid in de informatiemarkt? Over het algemeen doet de overheid dat, omdat zij wil dat er een voldoende verscheiden aanbod van goede kwaliteit beschikbaar is, ongeacht de vraag in de markt. In de culturele sector subsidieert zij daarom openbare bibliotheken, podiumkunsten, musea en andere activiteiten waarbij culturele informatie wordt overgedragen. Bij de pers kan steun uit het Bedrijfsfonds voor de Pers een corrigerende maatregel zijn om een pluriform aanbod dat dreigt te verdwijnen gedurende zekere tijd overeind te houden. Het grote geld gaat van oudsher naar de publieke omroep. De historische redenen zijn dat de overheid de democratische controle over het schaarse goed van radio en televisiefrequenties wilde verzekeren door alleen organisaties met een algemeen belang daarin toe te laten. Omdat omroep ontstond in de tijd van de emancipatie van politieke bewegingen in de jaren twintig dienden deze ook toegang te hebben tot dit voor de publieke meningsvorming belangrijk geachte medium. Zo ontstonden in Nederland de verzuilde omroepverenigingen.

Gaandeweg zijn de redenen voor financiële steun zich meer gaan richten op de kwaliteit van het aanbod. Publieke omroep moet zorgen voor hoogwaardige achtergrondinformatie die het publieke debat op peil kan houden en moet zorgen voor cultuur. Dat ziet ook de WRR als de enige twee overgebleven functies. Bij een aanbod van zeven algemene commerciële televisiezenders en een veelvoud van commerciële radiozenders lijkt dat inderdaad onontkoombaar. Kort nadat Medy van der Laan had aangekondigd dat 'Kopspijkers' het soort amusementsprogramma was dat wel op de publieke omroep kon blijven, tekende Spijkerman een contract met John de Mol.

De vraag wie de informatie moet aanbieden berust op overwegingen van mededinging en op democratische selectiecriteria. De overheid heeft in Nederland altijd het beleid gevoerd waarbij een waterscheiding tussen publieke omroep en pers werd gehandhaafd. Verder heeft zij de toegang van de Pers tot de markt van commerciële omroep ontmoedigd door beperkende cross ownership en anticoncentratie regels. De toegang tot de publieke omroep is gekoppeld gebleven aan het ledenstelsel van de omroepverenigingen. De klassieke ideologische omroepverenigingen hebben hetzelfde probleem als de politieke partijen, namelijk dat de gebruikers zich niet langer groeperen langs bestaande politieke of ideologische lijnen. Net als bij de lezers van de opiniepers veroudert daardoor de achterban. Als democratisch selectie criterium om vast te stellen wie door de overheid gefinancierd informatie-aanbod moet verzorgen voldoet het dus niet meer. Het ligt meer voor de hand om partijen te selecteren op kwalitatief inhoudelijke criteria omtrent het informatie aanbod dat ze voor een bepaalde periode kunnen verzorgen, zoals dat in de culturele sector al lang gebruikelijk is. Dit sluit bestaande omroepverenigingen niet bij voorbaat uit, maar het geeft ze wel een geheel andere functie in het omroepbestel. Denkbaar is immers, zoals de WRR suggereert, dat je naar een open aanbestedingsprocedure gaat waarin samenwerkingsvormen van uitgevers/media organisaties/omroepverenigingen een bepaald pakket van het door de overheid gefinancierd aanbod in de omroep voor hun rekening gaan nemen.

In een nieuw informatiebeleid vallen pers en omroep niet weg. Als de overheid informatie-aanbod via internet wil stimuleren heeft zij die partijen zelfs nodig, maar wel allebei. Het kwalitatief hoogwaardige informatieproduct van de toekomst heeft een multimediaal karakter en kent veelvormige communicatievormen, soms gelijkend op de gelijktijdige consumptie van de oude massamedia, soms in groepsvorm, soms individueel. Ik stel mij een toekomst voor waarin een dagblad radiokanalen heeft, journalisten bloggen, tekst en beeld op papier en elektronisch worden aangeboden, cross overs bestaan tussen gespecialiseerde bijlagen van kranten en bepaalde omroepprogramma's en websites.

Zo'n plaatje valt ook van de kant van de omroep te maken. Tenslotte berustte de binding van de omroepverenigingen met hun leden door middel van het programmablad van oudsher op een stevige koppeling tussen omroep en print. Omroep en pers kunnen dus een spilfunctie vormen in een niet meer aan geprogrammeerde tijd, plaats en medium gebonden informatieconsumptie. Ze kunnen wel de kwaliteit in al die verschillende media blijven bewaken. Er is veel voor te zeggen om deze vorm van overheidsinterventie te kiezen, omdat regulering van internet wel eens een moeilijk op te lossen probleem zou kunnen zijn. Het is daarvoor een te veelkoppig medium. Je kunt het beter zoeken in de stimulering van kwalitatief goed aanbod dan het weren van kwalitatief slecht aanbod dat je gezien de veelkoppigheid toch niet kunt weren.

Wanneer de overheid het gigantische organisatorische probleem van Hilversum, waarmee zij zichzelf heeft opgehadeld door jaren niet van een oud beleidspad af te wijken, heeft opgelost, komt dus pas de eigenlijke vraag aan de orde. Die vraag is dat heel veel 'omroepgeld' niet langer 'omroepgeld' zou moeten zijn, maar geld voor nieuw informatiebeleid. De selectie van de partijen

die dat beleid moeten gaan uitvoeren moet op geheel andere gronden gaan plaatsvinden dan voorheen, waarbij niet meer een onderscheid gemaakt kan worden naar het soort medium.

Zal dat ook gebeuren? De WRR zegt ergens in zijn rapport dat 'beleidsbeëindiging' moeilijker is dan het maken van nieuw beleid. Als Den Haag blijft hangen in zijn oude omroep beleidspad, ziet de toekomst er ongeveer als volgt uit (ik zeg dat op basis van extrapolatie van gegevens uit het verleden). Het ingewikkelde kader van regels over de organisatie van Hilversum (de Europese Grondwet is in vergelijking daarmee een wonder van eenvoud) wordt aangevuld met nog meer ingewikkelde regels. De publieke opdracht van de publieke omroep wordt nog mooier in goud omrande wetsteksten opgeschreven dan nu reeds het geval is. De selectiecriteria worden in een moeilijk te doorgronden compromis versleuteld die net niet bereiken wat is beoogd, omdat teveel gevestigde belangen worden gesauveerd. Er komt extra geld voor nieuwe media, maar het gaat alleen naar de omroep. Het resultaat is dat het hele bestel dat op alle markten in volledige concurrentie met de commerciële sector opereert verder wordt opgetuigd met concurrentievervalsende elementen. Op papier wordt het publieker, maar in de praktijk wordt het commerciëler. Maar bovenal: het blijft omroep beleid.

Mijn boodschap is niet nieuw. Zij is aan de orde bij iedere nieuwe omwenteling in de communicatietechniek en de communicatiepatronen die daarvan het gevolg zijn. De boodschap is misschien wel urgenter. De uitstroom van jonge gebruikers uit de media die de kwaliteit hebben om het democratische publieke debat te onderhouden neemt dramatische vormen aan. Daarvoor in de plaats treedt een horizontale geïndividualiseerde communicatie op internet en mobiele media dat mooie en nieuwe vormen kent. Maar zonder de ruggengraat van de oude media die de hoekssteen van de democratie vormen kan het nooit een volwaardig medium van opinievorming worden.