

T OEGEVOEGDE WAARDE

DE TOEKOMST VAN DE OPENBARE OMROEP IN NEDERLAND EN VLAANDEREN

Gepubliceerd in *Ons Erfdeel* 2011/1.

Zie www.onserfdeel.be of www.onserfdeel.nl.

Overall in Europa staat de publieke of openbare omroep ter discussie, maar nergens lijkt de crisis zo hevig en acuut als in Nederland en Vlaanderen. De nieuwe Nederlandse regering van de liberale VVD en het christendemocratische CDA (gedoogd door de rechts-populistische PVV van Geert Wilders) wil in 2014 maar liefst 200 miljoen hebben bezuinigd op de 798 miljoen euro die de overheid jaarlijks beschikbaar stelt voor de landelijke publieke omroep. Daarnaast wil het kabinet de helft van het 30 miljoen euro kostende Muziekcentrum van de Omroep (MCO) niet meer bekostigen. Met vier toporkesten, een schitterend studiocomplex en een wereldwijd toonaangevende muziekbibliotheek heeft dit MCO overigens niet alleen een omroepstaak.

In Vlaanderen is bij de VRT een saneringsoperatie in gang gezet die in 2011 een door de regering geëiste bezuiniging moet opleveren van 65 miljoen euro op een budget van 460 miljoen. Dat is met 13 procent op de totale begroting minder dan de 25 procent in Nederland, maar de verontwaardiging bij de medewerkers van de openbare omroep is er niet minder om. Op 9 juni 2010 liepen honderden omroepmedewerkers te hoop in wat een gewestelijke omroepstaking kan worden genoemd. Een dag lang waren alleen voor de kinderen wat vervangende programma's op televisie te zien; de radiozenders van de VRT lieten 24 uur lang non-stop muziek horen.

In beide landen ontbreekt het de openbare omroep niet aan goede wil om mee te denken met een door de financiële crisis geconfronteerde overheid. De VRT heeft in samenwerking met de vakbonden al 43 miljoen besparingen gevonden op de begroting en de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) heeft 50 miljoen aangeboden als bijdrage. Maar daarmee is de grens van het aanvaardbare bereikt, vinden beide

HUUB WIJFJES

werd geboren in Delft in 1956. Is als hoofddocent en onderzoeker verbonden aan de masteropleiding journalistiek van de Rijksuniversiteit Groningen.

Hij is tevens bijzonder hoogleraar geschiedenis van radio en televisie aan de Universiteit van Amsterdam. Hij publiceerde tal van boeken en artikelen over mediageschiedenis en journalistiek, waaronder een multimediale biografie van de omroepvereniging VARA (2009).

Adres: h.b.m.wijfjes@rug.nl

organisaties. In beide landen spreekt ieder die ook maar een beetje verstand heeft van programma's maken dat verdere aantasting van de budgetten alleen maar kan leiden tot fundamenteel kwaliteitsverlies, afstoting van kerntaken of van ronduit 'de afbraak van de openbare omroep'. En dat is niet alleen een kwestie van omroepbeleid, maar ook van cultuur en economie.

EEN GRABELTON MET BEZWAREN

De recente discussies lijken een exclusieve achtergrond te vinden in de financiële crisis, die geen terrein in maatschappij en politiek onberoerd laat, maar feitelijk is er sprake van een meer fundamentele crisis in de collectieve sector. Het geloof dat de overheid een taak heeft in cultuur, educatie en informatie is al jaren dalende en in het toenevende commerciële omroepaanbod vinden allerlei critici een dankbaar extra argument om storm te lopen tegen de collectieve voorziening van de publieke omroep. Tezamen vormen die critici een soms onwaarschijnlijke coalitie van journalistieke jaloezie, technologisch determinisme, politiek rechts-populisme en economisch neoliberalisme.

Vooraf in kringen van de schrijvende journalistiek heerst al sinds de opbouw van de openbare omroep in de jaren twintig en dertig van de twintigste eeuw diep wantrouwen over de oneerlijke concurrentie die de omroep hen aandoet. Met belastinggeld worden immers diensten verzorgd die op het terrein van de commerciële journalistiek komen. Die klacht is alleen maar verhevigd sinds de publieke omroep in Nederland reclame-inkomsten heeft. De in 1969 gestarte STER-activiteit zou immers adverteerders bij de kranten weghalen ten gunste van een toch al zwaar gesubsidieerde sector. Dat was juist

ook de reden dat in Vlaanderen de reclame buiten de openbare omroep is gehouden. Maar in Nederland was de omroepreclame een concessie aan het bedrijfsleven, dat pleitte voor commerciële omroepen om te kunnen adverteren. Door reclame op de publieke omroep kon de commerciële omroep worden voorkomen. Om ook de pers enigszins tegemoet te komen, werd besloten dat een deel van die STER-opbrengsten ten goede moest komen aan een Stimuleringsfonds voor de Pers, dat beoogde tijdelijk financiële steun te bieden aan noodlijdende persorganen en dat een stimulerende rol moest spelen bij de modernisering en vernieuwing van het perslandschap

Dit beleid heeft de sluimerende onvrede in de pers nooit kunnen wegnemen. Zolang het economisch goed ging met kranten is de onvrede onderhuids gebleven, maar nu vrijwel alle kranten grote problemen hebben om bij de schier onweerstaanbare opkomst van nieuwe media overeind te blijven met hun loodzware druk- en distributiekkanalen, is het verzet tegen de indirecte bevoordeling van de openbare omroep hevig opgeleefd. In Nederland spitst zich dat bijvoorbeeld toe op de middelen die de publieke omroep heeft gekregen om een waaier aan websites op te bouwen die soms directe concurrenten zijn van de krantenwebsites. Inmiddels heeft de VVD in de Tweede Kamer het kabinet opgeroepen een einde te maken aan de websites van de publieke omroep die concurreren met de pers, bijvoorbeeld de websites gewijd aan nieuws.

Dat is natuurlijk een uiterst curieuze poging om de innovatie bij de omroep terug te draaien en het is ook strijdig met de werkwijze van elke moderne nieuwsorganisatie, maar het is typerend voor het fanatisme waarmee sommigen nu eindelijk een einde willen maken aan de publieke omroep. Het is ook koren op de molen van de vele liefhebbers van nieuwe media die, op de keper beschouwd, geen geloof hebben in welke vorm van traditionele journalistiek dan ook. In die wereld van internet-, computer- en mobielelefoondiensten bestaat immers een wijdverbreid geloof in de integratie van alle bestaande mediavormen tot een wereld van totale beschikbaarheid van informatie en communicatie in alle denkbare mediavormen. De klassieke scheiding tussen bijvoorbeeld printmedia, omroep en telefoon zou worden weggevaagd en daarom zou het in stand houden van beschermingsconstructies zoals de publieke omroep bij voorbaat weggegooid geld zijn. Subsidiëring van ‘dodebomenindustrie’ (waarmee men kranten bedoelt) is net zo onwerkelijk als het blijven financieren van ‘audiovisuele dinosauriërs’ (waarmee men televisie en radio bedoelt). Want die media-vormen gaan verdwijnen in een volmaakt aanbod van commerciële informatiemakelaars en door burgers zelf gemaakte internetcontent.

Neoliberalen zien in deze deterministische – je kunt zelfs zeggen: naïef-idealistische – argumenten een fraaie aanleiding om hun geloof in de regulerende kracht van de markt met hernieuwde kracht naar voren te brengen. Hun opvatting is altijd al geweest dat de overheid op mediagebied geen andere taak heeft dan toe te zien op eerlijke

concurrentie op een vrije markt. Is die gegarandeerd, dan zorgt de markt met zijn tucht en *efficiency* vanzelf voor een optimale behoeftebevrediging die de burgers niets hoeft te kosten, want de adverteerders betalen dan de content. Dat die burger indirect toch de rekening betaalt door prijsverhoging, voelt vrijwel niemand als een serieus bezwaar. En waar anderen nog wel bezwaren opperen over de afhankelijkheid van journalistieke belangen van commerciële strevingen, daar wuiven de neoliberalen dat weg, want is de dagbladmarkt met zijn commerciële basis van meer dan twee eeuwen niet zeer goed in staat gebleken onafhankelijk haar werk te doen?

Dit cluster van opvattingen heeft het laatste decennium in toenemende mate steun gekregen van het politieke rechtspopulisme dat overal terrein wint. Het fundament daarvan is meestal een weezin tegen immigratie, culturele integratie en een verondersteld verband daarvan met criminaliteit en verloedering. Maar op cultureel terrein bestaat bij rechts-populistische groepen ook een diep gevoel wantrouwen tegen de overheid, belastingheffing en rechtsstatelijke instituties, die men alle ziet als exponenten van een blind progressief geloof in multiculturalisme, begripvolle criminaliteitsaanpak, een open internationale economie, elitekunst en wat de PVV in Nederland en, vroeger, Vlaams Belang wel aanduiden als 'linkse hobby's'. Vooral de openbare omroep zien deze partijen als exponenten van 'de linkse kerk', die met sluwe complotten de eerbare burgers van hun belastingcenten berooft om ze aan producten te besteden die direct ingaan tegen het belang van burgers. Alsof men in Hilversum en Brussel alleen bezig is elk jaar de door naïeve politici gestuurde miljoenen op te stoken in directievilla's, auto's met chauffeur, champagnebuffetten en andere linkse hobby's (die vroeger overigens bij uitstek als hobby's van rechts werden gezien).

De PVV heeft dan ook maar één leidend principe in de omroepdiscussies: weg met de openbare omroep! Volgens het Vlaams Belang, dat nog wel een rol ziet voor een 'objectieve en onpartijdige' openbare omroep, heeft de burger de buik vol van 'de linkse eenheidsworst' op mediagebied en ligt de toekomst in het burgerjournalistieke paradijs dat de technologie mogelijk zou maken.

COLLECTIEVE VOORZIENING OF MARKT?

In deze opmerkelijke mix van bezwaren tegen de openbare omroep komt een fundamentele wijziging in denken over de publieke omroep in de westerse wereld aan het licht. Sinds de komst van de commerciële omroep eind jaren tachtig zijn de publieke omroepen genoodzaakt te zoeken naar nieuwe vormen van programmering, omdat men blijkbaar onvoldoende aansluiting kon vinden bij veranderende publiekswensen. De publieke omroepen waren immers stevig verankerd geraakt in paternalistische drijfveren rond verheffing, scholing en opvoeding van kijkers en luisteraars tot politiek slagvaardige en cultuurliefhebbende burgers.

Die drijfveren bleken onvoldoende concurrentie te kunnen bieden aan de commerciële omroep, die in het geheel niet door idealen werd belast en alleen uit was op behoeftebevrediging van zoveel mogelijk kijkers. Die schakelden dan ook massaal over naar de commerciële programma's, waardoor diep ingrijpende veranderingen in de programmeringsstrategie van de publieke omroep noodzakelijk waren. Vlaanderen liep daarbij voorop omdat de afkalving van de publieksbelangstelling voor de BRT-programma's het meest dramatisch was van alle Europese landen. De herprogrammering van de radiozenders in 1992 en de invoering van een nieuw televisieprogrammeermodel rond VRT en Canvas/Ketnet in 1997 bleken in korte tijd een groot succes. De openbare omroep slaagde er op de televisiemarkt terug in een stabiel marktaandeel van meer dan 35 procent te veroveren. De doelgroepen waarvan men had gezegd die te willen bereiken, werden daadwerkelijk bereikt.

Het Vlaamse model was dermate succesvol dat het in 2006 als uitgangspunt diende voor eenzelfde herprogrammering bij de Nederlandse publieke omroep. Ook dat model werkte bevredigend, in die zin dat het marktaandeel van de publieke zenders ruim boven de 30 procent kon geraken. Momenteel is dat in Vlaanderen gemiddeld 36 procent en in Nederland 34 procent. Daarvoor moesten in het ingewikkelde organisatieschema van het Nederlandse omroepbestel de belangen van de verschillende omroepen ondergeschikt worden gemaakt aan het totaal. De naar doelgroepen geprofileerde zenders werden immers het uitgangspunt bij de programmering, en niet de identiteit van een omroepvereniging. Dat proces ging niet zonder slag of stoot, maar de meeste van die omroepen kunnen momenteel niet anders dan beamen dat de operatie uiteindelijk ook in hun belang heeft gewerkt.

Eigenlijk is de recente ontwikkeling van de publieke omroep in Vlaanderen en Nederland dus een succesverhaal van aanpassing aan veranderde technologische en economische omstandigheden. Het curieuze feit doet zich evenwel voor dat de eerder genoemde coalitie van critici daar geen boodschap aan lijkt te hebben en de politiek blind aanloopt achter het enige doel van het overheidsbeleid: bezuinigingen. Terwijl het juist de aandrang vanuit de politiek was die de publieke omroep heeft gedwongen tot de genoemde aanpassingen, zo straft diezelfde politiek het succes ervan nu af. Er is bepaald geen sprake van de beloning die de omroepen zich hadden gewenst: stabiliteit in het omroepbeleid.

Eerder het tegendeel is het geval. Veel politici vinden dat juist de markt de gelegenheid moet krijgen om het verloren terrein terug te winnen. Het beginpunt in die discussies is zowel in Vlaanderen als in Nederland dat de grote publiekstrekkingen – het amusement en de sport – veel beter door de commercie kunnen worden verzorgd. Voor de publieke omroep blijft er dan hooguit nog een taak in de sfeer van zware informatie en cultuur. Mocht dit afgedwongen kunnen worden, dan gaat dat vanzelf-



Een zogeheten *flashmob* in station Den Haag Centraal, oktober 2010. Uit protest tegen de aangekondigde afschaffing van het Muziekcentrum van de Omroep doken meer dan 150 muzikanten plots op tussen de treinreizigers en speelden muziek van Bernstein. De actie had enig succes. De afschaffing is in december 2010 veranderd in een bezuiniging van 50 procent.

sprekend de publieke omroep terugwerpen op een beperkt publiek met een hoge behoefte aan informatie, educatie en cultuur. De jammerklacht zal opkomen over verspilling van belastinggeld voor een elite die zelf de broek wel kan ophouden. Nu al is in Nederland de aanval geopend op de 'elitekunst' door draconische bezuiniging op cultuursubsidies en verhoging van de btw op toegangkaartjes voor de uitvoerende kunsten.

HERNIEUWING VAN ORGANISATIE EN TAAK

Is er nog toekomst voor de publieke omroep bij al die tegenwind? Alle aandacht is nu gericht op de concrete maatregelen die de overheden in Vlaanderen en Nederland gaan nemen. Belangrijke momenten komen in 2011, wanneer in Vlaanderen de concessieperiode voor de openbare omroep moet worden verlengd en in Nederland het nieuwe kabinet een concreet omroepbeleid voor de komende jaren zal presenteren. Het is de vraag of en onder welke voorwaarden de openbare omroepen verder mogen opereren. Veel van de energie van omroepbestuurders is gericht op het aandragen van argumenten waarom de publieke omroep er zou moeten zijn. Voor een groot deel zijn dat argumenten die de beschuldiging proberen te weerleggen dat bij de publieke omroep belastinggeld over de balk wordt gesmeten. Zo is er niet aflatende kritiek op dure en overbo-

dige managementlagen, op torenhoge salarissen van bestuurders en toppresentatoren en op de bureaucratische verspilling. Dat laatste heeft in Vlaanderen betrekking op de vermeend ambtelijke organisatie van de VRT; in de Nederlandse omroep wordt gewezen op de verstrooiing van zendtijd over maar liefst tweeëntwintig zendgemachtigden.

Met het oog hierop heeft de NPO in Nederland al aangekondigd dat men wel toe zou moeten kunnen met vijf of zes zendgemachtigden. Concrete stappen zijn al gezet. In 2010 hebben de NPS (Nederlandse Programma Stichting), de Teleac (Televisie Academie) en Radio Volksuniversiteit (RVU) aangekondigd dat men in vast verband gaat samenwerken; alle programma's van deze combinatie worden al onder de noemer NTR uitgezonden. Concrete gesprekken over samenwerking zijn gaande tussen confessionele omroepen als de KRO (Katholieke Radio Omroep), NCRV (Nederlandse Christelijke Radio-Vereniging), EO (Evangelische Omroep) en IKON (Interkerkelijke Omroep Nederland), progressieve omroepen als BNN (Barts Neverending Network), VARA (ooit: Vereniging van Arbeiders Radio Amateurs) en VPRO (ooit: Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep) en een meer bedaagd cluster rond TROS (Televisie & Radio Omroep Stichting), AVRO (Algemene Vereniging Radio Omroep) en MAX. De overkoepelende NPO heeft al aangekondigd dat de vorming van omroepbrede gezamenlijke redacties rond programmasectoren als kunst en cultuur, drama en film, documentaires en onderzoeksjournalistiek noodzakelijk is. Dat is de volgende stap naar een nationale omroep, waarbij de omroepen steeds verder uit beeld verdwijnen als productie-eenheid.

Het curieuze is natuurlijk dat bij deze operatie om afzonderlijke omroepen op te laten gaan in grotere, meer diffuse eenheden bij diezelfde omroepen wordt aangedrongen om een meer uitgesproken eigen gezicht te tonen. Ook tegenstrijdig lijkt het toelaten in september 2010 van twee nieuwe omroepen tot het omroepbestel. PowNed en WNL (Wakker Nederland) hebben beide nauwe banden met het dagbladconcern van *De Telegraaf* en hun toelating is vooral bedoeld om 'het rechtse geluid' meer in de publieke omroep te laten doorklinken.

Bij de presentatie van de winterprogrammering in september bleek dat alles grote gevolgen te hebben voor bijvoorbeeld de journalistieke programmering. Samenwerkingsprogramma's zoals *Netwerk* (NCRV en EO), *NOVA* (VARA en NPS) en *Pauw & Witteman* (VARA en NPS) bleken te zijn toebedeeld aan een enkele omroep of ze werden simpelweg opgeheven. Ervoor in de plaats kwamen nieuwe actualiteitenrubrieken van de VARA, EO en WNL (*Uitgesproken*), maar ook van de NCRV (*Altijd wat*), KRO (*Brandpunt*) en het nieuwe PowNed (*PowNews*). Het gevolg is dat de Nederlandse publieke omroep in Europa het hoogste percentage informatieve en opiniërende programma's heeft: 54 procent van de zendtijd. In België is dat slechts 29,4 procent.

In Vlaanderen, waar de VRT al tal van *efficiency*-operaties achter de rug heeft, ziet het er naar uit dat de VRT nogmaals de kaasschaafmethode wil toepassen om kosten

te reduceren. Net zoals in Nederland hoopt men met name op het terrein van drama, sport en entertainment tientallen miljoenen te kunnen uitsparen, maar wat de publieke omroep daaraan doet, wordt zwaar overschat. In Nederland besteedde de publieke omroep in 2009 slechts 7,9 procent van de zendtijd aan amusement; in Vlaanderen was dat 11 procent. Ter vergelijking: van alle Europese publieke omroepen scoorde de Italiaanse RAI op dit punt het hoogste percentage: 18,9 procent. Sportuitzendingen, die bij de Spaanse publieke omroep het hoogste scoorden met 13,2 procent, namen bij de VRT 12,8 procent van de zendtijd in beslag, in Nederland 9,9 procent.

Het is goed hierbij te bedenken dat besparingen niet uitsluitend een kwestie zijn van vermindering van kanalen of zenders. Bij de presentatie in januari 2011 van haar plannen voor de komende jaren sprak gedelegeerd bestuurder van de VRT Sandra De Preter bijvoorbeeld de ambitie uit om zowel de beoogde besparing van 65 miljoen door te voeren als te investeren in een derde open kanaal. Dat vergt forse keuzes ten aanzien van de programmering, bijvoorbeeld door het scheppen van een veel strikter budgettair kader voor alle programma's, in het bijzonder voor de relatief dure dramaproducties, en meer herhalingen. Deze efficiency is nodig om ruimte te maken voor drie zenders, waarmee de mogelijkheden groeien om allerlei doelgroepen te bereiken die nu moeilijk of niet bereikbaar zijn, zoals jongeren en allochtonen. Vooral het bereiken van jongeren met een volwaardige, specifiek voor hen geprogrammeerde zender is een ambitie die strookt met het beleid van Vlaams mediaminister Ingrid Lieten. De Nederlandse en Waalse ervaring met drie openbare kanalen toont ook concreet aan dat de publieke doelstelling om alle groepen in de samenleving te bereiken gemakkelijker uitvoerbaar is met drie zenders. Met twee is het risico immers groter dat programma's bij elkaar komen te staan voor doelgroepen die elkaar afstoten en zelfs uitsluiten. De keuze voor een grotere inspanning voor jongeren vanaf vijftien jaar brengt overigens met zich mee dat de openbare omroep zich ook mag blijven manifesteren op nieuwe mediaplatformen, zoals internet en mobiele telefoon. Voor jongeren zijn die werelden immers onlosmakelijk verbonden met televisie.

Maar dergelijke principiële verhalen over de wenselijkheid van publieke programmering zijn afwezig of ze worden weggehoond, bijvoorbeeld door het Vlaamse parlements lid van de christendemocratische partij CD&V Carl Decaluwé. Zijn in oktober 2010 gepubliceerde boek *Live or Let Die* draagt de onheilspellende ondertitel: *is er toekomst voor de VRT?* Zijn antwoord is ja, vermits de VRT fundamenteel verandert van een *public broadcaster* naar een leverancier van *public content*. Decaluwé voorspelt binnen twintig jaar de ondergang van zenders die volgens een vast uitzendschema een algemeen programma blijven produceren. De trend onder jongeren wijst volgens hem op een toenemende individuele mediabeleving in een digitale wereld. De publieke omroep zal weliswaar een taak behouden om bepaalde producten te maken (vooral

educatie en informatie) maar dat gaat niet meer via *broadcasting*. De inhoud moet altijd beschikbaar zijn, op afroep te consulteren door een gebruiker in een internetomgeving.

Zo'n met Engelse termen doorspekte doemboodschap past in de technologisch-deterministische opvatting dat elke nieuwe techniek automatisch een gebruik genereert dat alle andere gebruik doet verdwijnen. Geen enkel onderzoek naar de geschiedenis van media-innovaties wijst dit uit, en ook de gegevens over het werkelijke mediagebruik door jongeren leveren een ander beeld op. Jongeren kijken in hun draadloos-digitale wereld namelijk nog massaal naar *mainstream* media en zoeken juist naar gemeenschappelijke beleving, want anders is er niets aan. Reëler dan de totale ondergang te voorspellen is het daarom ervan uit te gaan dat, naast de consumptie van een algemeen zenderaanbod dat rekening houdt met de menselijke dagindeling, er steeds meer mogelijkheden voor consultatie op eigen tijdstippen komen. In dat licht zou het zeer onverstandig zijn om nu al te besluiten dat zenderprogramming overbodig is geworden.

VERDWIJNEND CULTUURGOED OF ECONOMISCHE WAARDE?

Het meest in het oog springende kenmerk in alle discussie over publieke omroep is de fixatie op de kosten en de veronachtzaming van de baten. Critici hebben het over de honderden miljoenen aan belastinggeld en alleen al het noemen van zo'n bedrag jaagt vrees aan. Daar probeert de omroep natuurlijk tegenover te zetten dat die kosten niet spectaculair hoog zijn. Zo geeft men in België (inclusief Wallonië dus) per hoofd van de bevolking ruim 71 euro per jaar uit aan landelijke publieke omroepen. In Nederland is dat slechts 50 euro, terwijl dat in landen met een tamelijk onomstreden publieke omroep veel meer bedraagt. De BBC kost bijvoorbeeld 77 euro per hoofd van de bevolking, maar de Duitser draagt elk jaar weer 98 euro af en de Zwitser zelfs 139 euro.

Het zijn geen bedragen waarop men zich blind moet staren, want met de bevolkingsomvang van grote landen kan veel meer worden gedaan dan in kleine landen. Zo kan de BBC jaarlijks 4,7 miljard euro uitgeven met producten die ook nog eens voor een groot deel geëxporteerd kunnen worden zonder extra kosten te hoeven maken voor ondertiteling en dergelijke. De Duitse publieke omroep kost zelfs 8,2 miljard per jaar en de Zwitserse 1 miljard. In relatie daarmee zijn 843 miljoen voor Nederland en 741 miljoen voor België niet erg veel. Het zou verbazing moeten wekken dat met dat geld toch nog zoveel zenders kunnen worden gevuld met kwaliteitsproducten die afwijken van de commerciële zenders.

Maar over die afwijking hebben ook steeds minder mensen het. Alom wordt de suggestie gewekt dat alles van de publieke omroep ook zomaar door commerciële partijen kan worden geproduceerd, terwijl daar eigenlijk geen goede argumenten voor te

vinden zijn. Illustratief is dat vrijwel alle grote omroepen in Nederland de afgelopen twintig jaar zich minimaal eenmaal serieus hebben bezig gehouden met de vraag of een stap uit het publieke bestel naar een commerciële omgeving niet zinvol zou zijn. Geen van die omroepen (inclusief de TROS, die een programmering heeft die nog het sterkst aanleunt bij de programmering van RTL en SBS) heeft die stap uiteindelijk gewaagd omdat er geen garantie te krijgen was dat de programma-inhoud niet ernstig schade zou lijden. De VARA, die in 2000 een geruchtmakende oriëntatie deed of samenwerking met de SBS-groep zou kunnen leiden tot een eigen progressief-commerciële kwaliteitszender, kwam op haar stappen terug toen bleek dat de Amerikaanse aandeelhouders een reductie van de productiekosten met 50 procent wenselijk achtten.

Misschien is het daarom goed ook meer te bedenken welke toegevoegde waarde de publieke omroep heeft; bijvoorbeeld op het gebied van informatie, cultuur en educatie. En laten we vooral de betekenis voor de eigen taal en cultuur niet vergeten. Voor de populisten met hun paranoïde angst voor bevlekking van de eigen cultuur zou het toch ontluisterend moeten zijn te zien hoe weinig de veelbezongen commerciële omroepen op dit vlak eigenlijk presteren. De Duitse RTL-groep (in Nederland aanwezig met vier televisiezenders) zendt programma's uit waarvan slechts 38 procent een Nederlandse oorsprong heeft, dat wil zeggen dat ze zijn geproduceerd en gemaakt door Nederlandse productiehuisen of makers. Bij de SBS-groep (drie zenders in Nederland; twee in Vlaanderen) is dat nog minder: 31 procent. In het oog springen bij deze groepen weliswaar de oer-Hollandse programma's zoals *Ik hou van Holland*, *5 in het land*, *Hart van Nederland* en *Peter R. De Vries*, maar die kunnen alleen maar gemaakt worden omdat de zenders een ongehoorde hoeveelheid aangekochte inhoud uitzenden die ook nog eens overdadig wordt onderbroken door reclameblokken.

Vergeleken daarmee heeft de publieke omroep met 93 procent programma's van Nederlandse oorsprong een veel grotere betekenis voor de stimulering van de nationale audiovisuele sector dan de commerciële omroepen, die hun winsten voor een groot deel voor buitenlandse bedrijven maken. Dat geldt ook voor Vlaanderen, waar 70 procent van de VRT-programma's van Vlaamse origine is. De honderden miljoenen die de overheden in de openbare omroepen pompen, zijn dus zeker geen weggegooid geld, maar bevredigen de kijkwensen van brede publieksgroepen en minderheden, zadelen de kijker niet op met wat ze als de grootste irritatie van televisie ervaren (programmaonderbrekende reclameblokken) en stimuleren de nationale audiovisuele industrie in aanzienlijke mate.

De aanvallen op de publieke omroep in Vlaanderen en Nederland getuigen al met al niet van veel historisch besef en zijn omgeven met spookbeelden over hoge kosten en een vermeend gebrek aan nut en onderscheidend vermogen van de publieke omroep,

ook in een convergerende mediacultuur. Dat doen ze in het, wat publieke omroep betreft veelbezongen Groot-Brittannië heel anders. Daar bestaat weliswaar ook ongenadige kritiek op de veronderstelde politieke voorkeur van de BBC en de kritiek op de buitensporige salarissen van de bestuurders en de toppresentatoren is er niet van de lucht. Begrijpelijk, want die liggen daar voor BBC-bestuurders zeker vijf keer zo hoog als voor een Vlaamse of Nederlandse omroepbestuurder en toppresentatoren zoals Jonathan Ross (o.a. *Friday Night*), Jeremy Clarkson (*Top Gear*) en Jeremy Paxman (*Newsnight*) verdienen naar schatting tien tot vijftien keer zoveel als in Vlaanderen en Nederland.

Maar slechts weinig Britten trekken daaruit de verregaande conclusie dat we deze problemen oplossen door de BBC voortaan alleen nog ballet, opera en een nieuws-journaal te laten uitzenden op maximaal twee zenders. Er bestaat nog steeds grote consensus dat de publieke omroep een belangrijke taak heeft, juist ook in het aangaan van de uitdagingen van de nieuwe mediatechnologie. Voor het victoriaanse concept van *public service* ziet men een vanzelfsprekende toekomst, niet meer primair vanuit het culturele en paternalistische streven dat zo lang dominant is geweest, maar steeds meer ook uit een keihard economisch motief.

Voor de 150 euro belasting die elke Brit jaarlijks voor de BBC betaalt, krijgt men een omroep die een prestatiecontract met het land heeft gesloten. Voor elk pond dat de BBC met publiek geld verbruikt, garandeert de BBC een teruggave van minimaal twee pond in de vorm van een Britse creatieve industrie. Daarnaast garandeert de BBC dat bepaalde publieksgroepen worden bereikt. En men garandeert een programmaproductie gebaseerd op ideële waarden zoals accuratesse, onafhankelijkheid, volledigheid en betrouwbaarheid in berichtgeving en creativiteit en innovatie in drama, educatie en amusement. De BBC is samen met de publieke bibliotheken ook een speerpunt in de politieke plannen voor een *Digital Britain* die beogen om het Verenigd Koninkrijk tot een toonaangevende speler in de wereldwijde digitale economie te maken.

Men zou wensen dat ook de Vlaamse en Nederlandse overheden meer oog hadden voor deze economische en culturele meerwaarde van de publieke omroep.

LITERATUUR

- JO BARDOEL & LEEN D'HAENENS, 'Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems', *Media Culture & Society* 30 (2008), pp. 337-356.
- Beheersovereenkomst 2007-2011 tussen de VRT en de Vlaamse Gemeenschap*, Brussel, 20 juli 2006. (www.vrt.be/sites/default/files/attachments/Beheersovereenkomst_2007-2011_o.pdf).
- Consultatiedocument toekomst landelijke publieke omroep*, Ministerie OC&W, Den Haag december 2009.
- JOOP J. DAALMEIJER EN GUY JANSSENS, 'Cultuur op de publieke omroep. Nederland en Vlaanderen', *Ons Erfdeel*, jaargang 53 (2010), pp. 82-91
- MARY DEBRETT, 'Riding the wave: public service television in the multi-platform era', *Media Culture & Society* 31 (2009), pp.807-827
- CARL DECALUWÉ, *Live or let die. Is er nog een toekomst voor de VRT?*, Roularta Books, Heule, 2010.
- Digital Britain. Final Report*, UK Department for Culture, Media and Sport and Department for Business, Innovation and Skills, Londen, Juni 2009.
- CHRISTIAN S. NISSEN (ED.) *Making a Difference. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*, Eastleigh: John Libby, 2006.
- PADDY SCANNELL, 'Public Service Broadcasting: The History of a Concept', in: EDWARD BUSCOMBE (ED.), *British Television, A Reader*, Clarendon Press, Oxford, 2000, pp. 45-62.
- MICHAEL TRACEY, *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*, Oxford University Press, 1998.
- VRT Jaarverslag 2009*
- Verbinden, verrijken, verrassen. Concessiebeleidsplan Nederlandse Publieke Omroep 2010-2016* (http://corporate.publiekeomroep.nl/data/media/db_download/254_0c8a93.pdf).
- HUUB WIJFJES, 'Nieuwe wegen voor de publieke omroep in Vlaanderen en Nederland', *Ons Erfdeel*, jaargang 49 (2006), pp. 323-333.
- HUUB WIJFJES, VARA, *biografie van een omroep*, Boom, Amsterdam, 2009.
- HUUB WIJFJES, *Uit de ban van goede en slechte smaak. Perspectieven in televisiegeschiedenis*, oratie Universiteit van Amsterdam, AUP, 2010.
-