Rondetafelgesprek toekomst medialandschap, 21/11/18. Inbreng Jan Rietman (ronde V, regionale, lokale omroepen)

Allereerst: als ik media noem, beperk ik me tot die media die langs journalistieke weg aandacht geven aan informatie, cultuur en educatie. Dit naar analogie van de ICE-norm, zoals die voor lokale publieke omroepen geldt. Die norm schrijft voor dat een dergelijke omroep 50 % van zijn zendtijd besteedt aan lokale berichtgeving met een informatief, cultureel en educatief karakter. Zie hiervoor onder meer de brochure van het Commissariaat voor de Media. Die ICE-norm is aangescherpt in het convenant dat VNG en OLON in 2012 sloten over de vorming van de streekomroep, waarin in 2013 de verplichting tot een LTMA (Lokaal Toereikend Media Aanbod) via radio, televisie en digitale platforms is opgenomen.

Van de vier in de uitnodiging genoemde aandachtspunten hangen de vragen 1 en 3 sterk samen. Een garantie voor een pluriform medialandschap begint met het uitspreken van de wens dat er zo’n landschap zal zijn, gevolgd door een uitspraak over de gevoelde verantwoordelijkheid daarvoor. Er is goede reden om dergelijke uitspraken te doen. Pluriforme media houden elkaar scherp, media zorgen op hun beurt door hun berichtgeving over onder meer machtsdragers dat bestuurders en beslissers scherp worden gehouden. Daardoor leveren media een bijdrage aan de levendigheid en het in stand houden van de democratie. Als dit fenomeen reden is om onafhankelijke media te willen hebben, die in inhoudelijke concurrentie met elkaar streven naar het voorzien in betrouwbare en relevante informatie, dan leidt dat er toe dat ***pluriforme media kunnen worden gezien als zogenoemde merit goods.*** En dat betekent weer dat waar de markt imperfect is, de overheid een corrigerende taak zou hebben. In het uiterste geval zou dat subsidiëring van de media betekenen. Dan doet zich wel het vraagstuk voor van het waarborgen van de onafhankelijkheid van media.

Vraag 2, de betekenis van digitale ontwikkelingen voor het mediabestel. Ik heb hiermee de oorspronkelijke vraag verbreed, van publiek bestel naar mediabestel.

De politieke keuze was ooit om de printmedia aan de markt te laten en de audiovisuele media een plaats te geven in een publiek (omroep)bestel. Later is er naast dat publieke bestel ook ruimte gekomen voor commerciële omroepen. De digitale ontwikkelingen hebben m.i. drie belangrijke gevolgen:

- het aanvankelijke ***onderscheid tussen print en audiovisueel vervaagt***, omdat beide groepen media actief zijn op internet en via sociale media;

- ***de verdienmodellen van printmedia, publieke en commerciële omroep worden uitgekleed*** door wegvallende reclame-inkomsten (advertenties en commercials) die tot dusver maar zeer ten dele worden gecompenseerd door (reclame)inkomsten via internet en sociale media. Ook het plaatsen van betaalmuren voor journalistieke producties levert nog onvoldoende compensatie op.

- er is sprake van ontlezing, wellicht als autonome ontwikkeling, maar vermoedelijk ook in een zekere mate samenhangend met het toenemende gebruik van digitale media ten behoeve van (de individuele) informatievoorziening. Sociale media spelen daarin een grote, wellicht overheersende, rol. ***Pluriformiteit, betrouwbaarheid en onafhankelijkheid zijn daarin geen issues.***

Bij vraag 4 is de verleiding groot om alleen in te gaan op de audiovisuele lokale en regionale media, maar daar waar ik vraag 2 in het antwoord heb verbreed naar alle media, zal ik dat ook hier doen. Inj de vraagstelling ontbreekt het woord pluriform en dat is pragmatisch gezien juist. Bij de van oorsprong printmedia is er een situatie ontstaan dat op het lokale en regionale niveau geen feitelijk elkaar beconcurrerende dagbladen meer bestaan en er nog slechts enkele gebieden in Nederland zijn waar weekkranten (advertentiebladen, huis-aan-huisbladen) elkaar inhoudelijk scherp houden. Met betrekking tot de audiovisuele media in het publieke bestel is er nooit concurrentie geweest. Regionale omroepen zijn vrijwel vanaf hun oprichting monopolist in hun werkgebied geweest (behoudens een relatief korte periode dat er naast de zogenoemde 47a-omroepen, onder NOS-vlag, ook 47b-omroepen, eigenstandige stichtingen, bestonden). Lokale publieke omroepen hebben door de wijze waarop zij hun licentie verkrijgen van meet af aan de positie van monopolist.

Dat brengt me tot de stelling dat ***op het regionale en lokale niveau geen pluriformiteit van betekenis*** meer bestaat.

De wens sterke lokale en regionale media te houden of te krijgen veronderstelt dat er een publiek is dat die media gebruikt. Even los van het gegeven dat vooral ouderen ( 40+ - 50+) de traditionele media nog zien als belangrijke informatiekanalen, is voor lokale media met name de schaalgrootte een belangrijke factor. Voor ik daarop in ga, even ter nuancering: recent onderzoek wijst uit dat ook jongeren traditionele media betrouwbaarder achten dan digitale media. Wat nog niet direct betekent dat jongeren die traditionele media ook meer frequenteren.

Schaalgrootte speelt voor het publiek van lokale omroepen een belangrijke rol in die zin dat luisteraars en kijkers het gevoel moeten hebben dat hun omroep “nabij” is. Kijk- en luisteronderzoeken wijzen dat uit. En daar waar luisteraars en kijkers binding voelen met hun omroep, zijn lokale adverteerders eerder bereid commercials in te kopen. Het is niet ongewoon dat een lokale omroep aan advertentiegelden 200 % van de gemeentelijke bekostigingsbijdrage binnenhaalt. Dan spreken we nog steeds niet over een vetpot, want met het totaal kan de infrastructuur in stand worden gehouden en de abonnementen en overige verplichtingen worden voldaan. Lokale radio en tv is immers bijna overal geheel vrijwilligerswerk. In dat vrijwilligerswerk schuilen de problemen van continuïteit en kwaliteit. De NLPO, uitvoeringsorganisatie van de koepel van lokale omroepen, heeft in 2016 een opschalingsplan gepresenteerd. Door lokale omroepen samen te voegen tot streekomroepen en een beter bekostigingsregime te bepleiten, zou het mogelijk moeten zijn om aan een cluster van samenwerkende of gefuseerde lokale omroepen een professionele kern toe te voegen. Betaalde krachten die met de bestaande vrijwilligers de programmering verzorgen volgens de voorwaarden van het eerder genoemde LTMA. Maar de daarbij veronderstelde schaalgrootte kan zorgen voor negatieve schaaleffecten: afhakende luisteraars en kijkers (ze ervaren te weinig lokale binding) en vervolgens weglopende adverteerders. Iets dergelijks zal gelden voor de vrijwilligers die van groot belang zijn voor lokale omroepen; deze mensen voelen juist bij uitstek de lokale binding. Als voorbeeld noem ik hier de voorgenomen streekomroep Achterhoek, een gebied met ruim 300.000 inwoners, van west naar oost afgebakend door IJssel en Duitse grens en van noord naar zuid door Overijssel en Rijn. Een inwoner van Warnsveld heeft niets met informatie over Dinxperlo. Kortom: schaalgrootte, beargumenteerd met ruimere financiële (overheids)middelen, is gauw te groot voor binding met het publiek. In feite heeft de ontwikkeling van de groter wordende edities van regionale kranten ons deze les al geleerd. Conclusie: ***sterke lokale media zijn bij een beperkte opschaling mogelijk, maar wel met behulp van aanzienlijk meer overheidsgeld dan de optelsom van bekostigingsbijdragen van de in die grotere schaal samenwerkende lokale omroepen***.