

Weg met de Mediawet!?

Redactioneel Boekman 98

Ineke van Hamersveld

De Mediawet is als een gebroken vaas die steeds opnieuw is gelijmd maar geen water meer kan bevatten. De wet is voortgekomen uit de oude Omroepwet van 1967 en gebaseerd op de daarin verankerde tweedeling tussen elektronische en gedrukte media. In het medialandschap van 2014 spelen digitalisering en convergentie een hoofdrol, en zij passen niet goed in deze verouderde wet. Hij moet derhalve van tafel, schrijft Egbert Dommering in deze *Boekman*. De Mediawet is zelfs voor juristen zo goed als onleesbaar. Omdat de spanning tussen de letters van de wet en de dagelijkse praktijk van de door technologische ontwikkelingen gestuurde media alsmaar groter wordt, is het zaak serieus na te denken over de toekomst van het mediabestel in Nederland, vindt Paul Rutten. Rutten roept daarom op nu al te gaan werken aan een blauwdruk voor een nieuw bestel, zonder naar de omroepwet van vandaag te kijken. Daarin ligt het grote verschil met de opdracht die de Raad voor Cultuur in 2013 kreeg van staatssecretaris Sander Dekker, verantwoordelijk voor het mediabeleid. Die opdracht gaat uit van de modernisering van de omroep en vertrekt vanuit het huidige bestel en de huidige wetgeving. Het rapport van de Raad verschijnt bij het ter perse gaan van deze *Boekman*. Zowel Dommering als Rutten gaan in hun vlucht naar voren uit van het medialandschap als een geheel. Dommering heeft het einddoel zelfs al scherp voor ogen: een flexibele platformwet die fungeert als een kaderwet, vergelijkbaar met de recente Bibliotheekwet.

Het is duidelijk dat het werken aan een blauwdruk voor het toekomstige mediabestel een kwestie van lange adem is, en de vraag is dus wat er in die tussentijd moet gebeuren. De auteurs in *Boekman* laten daarover geen enkele twijfel bestaan: meer samenwerking. Daarmee bedoelen zij vooral korte- en langetermijncoalities tussen de publieke omroep, de culturele sector en de commerciële pers, niet alleen op landelijk, maar ook op regionaal niveau. Alle partijen delen immers hetzelfde belang, namelijk het bereiken van publiek, aldus Willemijn Maas. Om nieuw publiek te bereiken zijn nieuwe formats nodig, betoogt zij. En die vragen om nieuwe en eigentijdse partnerships. Partners kunnen elkaar bovendien versterken. Samenwerking is ook nodig om de kaalslag in de drie sectoren op te vangen, zegt Huub Wijfjes. En om op efficiënte wijze van elkaars expertise gebruik te kunnen maken. Alledrie de partijen genereren

publieke waarde, voegt Paul Rutten daar nog aan toe. Dat is de reden waarom de overheid investeert in cultuur en media. De Mediawet ziet echter streng toe op de verschillende vormen van samenwerking om elke zweem van concurrentievervalsing te vermijden. Terwijl cultureel ondernemerschap – vaak in de gedaante van publiek-private samenwerking – wordt opgelegd aan de rest van de culturele sector, wordt de publieke omroep daarvan uitgesloten, tenzij samenwerking geschiedt onder marktconforme voorwaarden en een gelijkwaardige inbreng. Hoe anders dat in Vlaanderen ligt beschrijft Manuel Kaal. Van de VRT wordt zelfs verwacht dat hij flexibele samenwerkingsverbanden met culturele instellingen aangaat. Geen wonder dat de auteurs in deze *Boekman* unaniem verruiming van de wettelijke regels voorstaan. Dit punt staat al zo'n jaar of tien hoog op de agenda van programmamakers, journalisten en cultuurproducenten, maar aan hun wensen is nooit gehoor gegeven. Ook de recente wijzigingen in de Mediawet zijn niet aangegrepen om hier verandering in te brengen.

Intussen hebben talloze nieuwe initiatieven, maar ook traditionele culturele instellingen zich ontpopt als mediaproductenten, laat Sandra Fauconnier zien. Zij hebben hun eigen vertoningskanalen zoals ARTtube en Art-Babble. De video's hebben een bereik dat varieert van enkele honderden tot enkele tienduizenden *views* per video. Dat is vele malen kleiner dan het bereik van culturele radio- of televisieprogramma's zoals Jan Westerhof en Bart Römer duidelijk maken. Blinkt de culturele sector uit in het maken van kwalitatief hoogwaardige content, de publieke omroep excelleert in doelgroepenbereik, meer dan voldoende reden om de handen ineen te slaan. Dus waarom niet een portal waarin de bezoeker van de publieke omroep dergelijke video's vindt, vraagt Maas zich af. Of coproducties zoals tussen de filmsector en de

publieke omroep al jaren gebruikelijk zijn. Dit model zou ook kunnen worden overgenomen door en in samenwerking met andere sectoren, suggereert Rutten. Dat daarvoor innovatiestimulansen nodig zijn, staat buiten kijf. Het Mediafonds, denkt Dommering, in samenwerking met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en het Nederlands Filmfonds, of een groot nieuw fonds waarin alle drie deze fondsen samengaan, meent Hans Maarten van den Brink. In dat geval kan gericht de vraag worden gesteld hoe publiek mediageld het beste voor cultuur kan worden aangewend. Om dergelijke initiatieven te inventariseren en op hun haalbaarheid te toetsen roept Maas op tot een discussie hierover. Met veel lef en *out of the box*-denken, zonder de bekende hang aan eigenbelang.

Maas stipt nog een ander heikel punt aan: het gegeven dat cultuurprogramma's onder druk van kijkcijfers naar de randen van de dag-tv verhuizen. De NPO verdeelt de van OCW ontvangen gelden immers nog steeds op basis van kijkcijfers en programmakosten. Hoe later op de avond, hoe minder kijkers en dus hoe minder geld er voor een programma beschikbaar is. Cultuurprogramma's zijn echter duur. De NPO, die cultuur tot speerpunt heeft verheven, moet een statement durven maken door niet langer uitsluitend op kijkcijfers te koersen, stellen Dommering en Rutten. Niet alleen in het belang van de kijkers en makers, maar ook in het belang van de cultuur zelf.

Het beeld in het binnenwerk en op de binnenzijde van het achteromslag van deze *Boekman* is afkomstig uit de collectie van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid. Het toont de ontwikkelingen van radio- en televisietoestellen tot en met de jaren tachtig, vóór de grote veranderingen in het mediaveld die Huub Wijffjes in het openingsartikel beschrijft.