

Europese publieke omroepen in een online toekomst?

Onderzoek naar de implementatie van beleid door Europese publieke omroepen in het
aanbieden van online televisiecontent

Student: Jelle Kuipers

Studentnummer: 348953

Supervisor: Dr. E. Hitters

Tweede lezer: Dr. T. Krijnen

Master Media & Cultuur

Erasmus School of History, Culture and Communication,

Erasmus University Rotterdam

Master Thesis

November 2015

I. Inhoudsopgave

1. Inleiding	p. 5.
2. Theoretisch kader	p. 8.
2.1. Hallin & Mancini's mediasystemen	p. 8.
2.1.1. Dimensies en karakteristieken van mediasystemen	p. 8.
2.1.1.1. Vier modellen van governance of public broadcasting	p. 9.
2.1.2. Dimensies en karakteristieken van politieke systemen	p. 10.
2.1.3. Drie ideaaltypen van mediasystemen en politieke systemen	p. 10.
2.1.3.1. Northern European or Democratic Corporatist Model	p. 11.
2.1.3.2. North Atlantic or Liberal Model	p. 12.
2.1.3.3. Mediterranean or Polarized Pluralist Model	p. 13.
2.1.4. Hallin & Mancini's mediasystemen en het internet	p. 13.
2.2. Publieke omroepen als publiek goed	p. 13.
2.3. Convergentie in het medialandschap; van PSB naar PSM	p. 14.
2.4. Europa en regulering in online activiteiten van Public Service Media	p. 16.
2.4.1. Van TWFD naar AVMSD	p. 17.
2.5. De toekomst van Public Service Media	p. 18.
3. Methoden van onderzoek	p. 20.
3.1. Inleiding	p. 20.
3.2. Verantwoording selectie landen	p. 21.
3.3. Kwalitatieve inhoudsanalyse	p. 22.
3.3.1. Kwalitatieve documentanalyse Europees en nationaal beleid	p. 22.
3.3.2. Kwalitatieve analyse webpresence Europese publieke omroepen	p. 25.
3.4. Resultaten van het onderzoek	p. 28.
4. Analyse & Resultaten	p. 30.
4.1. Europees beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten	p. 30.
4.1.1. Analyse Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten	p. 31.
4.1.1.1. Doelstellingen Europese Unie (EU)	p. 32.
4.1.1.2. Naleving van de richtlijn	p. 33.
4.1.1.3. Innovatie	p. 34.
4.1.1.4. Pluriformiteit	p. 35.
4.1.1.5. Onafhankelijkheid	p. 35.
4.1.1.6. Toegankelijkheid	p. 36.

4.1.1.7. Reclame	p. 36.
4.1.1.8. Overige bepalingen	p. 37.
4.1.2. Conclusie Analyse Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten	p. 38.
4.2. NPO en beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten	p. 38.
4.2.1. De Nederlandse Publieke Omroep	p. 39.
4.2.2. Analyse NPO Concessiebeleidsplan 2010-2016	p. 39.
4.3. BBC en beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten	p. 44.
4.4. DR en beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten	p. 46.
4.5. Conclusie analyse beleid NPO, BBC & DR	p. 48.
4.6. Webpresence NPO	p. 49.
4.7. Webpresence DR	p. 53.
4.8. Webpresence BBC	p. 55.
4.9. Vergelijkende analyse webpresence NPO, DR & BBC	p. 57.
4.9.1. Kwaliteitsdimensies content, service en technisch	p. 57.
4.9.2. Webpresence en de (online) mediasystemen	p. 60.
4.10. Conclusie webpresence NPO, DR & BBC	p. 62.
 5. Conclusie & Discussie	 p. 64.
5.1. Deelvragen	p. 64.
5.2. Hoofdvraag	p. 67.
 6. Literatuurlijst	 p. 71.
 7. Bijlagen	 p. 74.
Bijlage 1. Tabel 6. Resultaten Analyse Europees beleid	p. 75.

1. Inleiding

De rol van de nationale publieke omroepen heeft, wereldwijd, vrijwel altijd onder druk gestaan. Volgens Coppens en Saeys (2006) lopen de commentaren uiteen, van het betichten van paternalisme tot inefficiëntie in de beleidsvoering (p. 261). Het faciliteren van een oneerlijke concurrentiepositie tegenover commerciële omroepen wordt ook gezien als een veelgehoord commentaar op de instandhouding van de publieke omroepen (Debrett, 2009, p. 807). Ondanks ontwikkelingen en hervormingen op de televisiemarkt in de jaren '80 en '90, is er veel draagvlak onder de bevolkingen, en hebben de publieke omroepen in Europa nog steeds een belangrijk marktaandeel in radio en televisie, waarin politiek en cultuur een belangrijke rol vervullen (Coppens & Saeys, 2006; Debrett, 2009).

In Nederland vindt momenteel echter een belangrijke discussie plaats omtrent de inrichting en invulling van de nationale publieke omroep, waarin de vraag wordt gesteld in welke mate het huidige model van de Nederlandse Publieke Omroep voldoet binnen de kaders van de publieke taken van de omroep en hoe zich dit in de toekomst dient te ontwikkelen. De Nederlandse Publieke Omroep pleit voor een herstructurering van de publieke omroepen richting het model van de BBC, waarmee alle content wordt gecentraliseerd, en de invloed bij de afzonderlijke omroepen en omroepverenigingen wordt afgenomen ten behoeve van deze plannen (Van Soest, 2015). Als voornaamste commentaar wordt gegeven dat een verschuiving richting het model van de BBC niet mogelijk is zonder de juiste content en de manier van beschikbaar maken ervan (Schalken, 2015). Anderen vrezen voor de commerciële richting die de Nederlandse Publieke Omroep uit zal gaan (Verhoeven, 2015).

De vraag die hierbij opkomt is in welke mate de publieke omroep levensvatbaar en relevant kan blijven, en of dit mogelijk is in meer online gerichte activiteiten, zonder af te doen aan de kerntaken en doelstellingen van de publieke omroep. Er wordt antwoord gegeven op deze vraag door te kijken naar de manier waarop diverse Europese publieke omroepen invulling geven aan hun wettelijke en maatschappelijke doelstellingen op digitaal vlak, waarbij de focus ligt op het online aanbieden van televisiecontent; het beschikbaar maken van zowel lineaire als non-lineaire televisieprogramma's. Dit heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag:

Op welke manier geven publieke omroepen in Europese landen invulling aan de online televisieactiviteiten om de Europese en nationale wettelijke en maatschappelijke doelstellingen van de publieke omroepen vorm te geven?

Een antwoord op deze onderzoeksvraag zal gegeven worden door een analyse van het beleid omtrent de publieke omroep – zowel op Europees als landelijk niveau, alsmede een analyse van de webpresence van deze publieke omroepen, waarbij er gekeken wordt naar de online invulling van het beleid op nationaal niveau, in de vorm van het online aanbieden van televisie. De reden hiervoor is tweeledig; enerzijds geeft het een beeld van de mogelijke verschuiving van lineaire naar non-lineaire televisie door de mogelijkheden van technologische ontwikkelingen – gericht op de toekomst, en anderzijds biedt het een basis voor de vergelijking in de wijze van aanbieden van televisiecontent tussen verschillende nationale publieke omroepen. De nationale publieke omroepen die aan bod zullen komen in dit onderzoek zijn BBC (Verenigd Koninkrijk), NPO (Nederland), en DR (Denemarken). Het onderzoek naar de invulling van online televisieactiviteiten is hier, zoals gezegd, tweeledig; een thematische analyse van Europees beleid ten aanzien van publieke omroepen, gevolgd door een thematische analyse van beleidsdocumenten van de publieke omroepen van de drie landen, aan de hand van twee modellen van mediasystemen uit de theorie van Hallin en Mancini (2004). Deze twee modellen zijn het *Northern European-Democratic Corporatist Model*, waaronder de landen Nederland, Duitsland en Denemarken mogen worden gerekend, en het *North Atlantic-Liberal Model*, wat van toepassing is op het Verenigd Koninkrijk. In dit onderzoek is de rol van de BBC van belang, daar waar de BBC wereldwijd gezien wordt als toonaangevende publieke omroep binnen het liberale, professionele model van Hallin en Mancini (2004, p. 247), en vanwege het feit dat de BBC op succesvolle wijze technologische ontwikkelingen geïmplementeerd heeft in het aanbieden van online televisiecontent (Debrett, 2009, p. 809; Küng, 2008, p. 139). De BBC is tevens van belang in dit onderzoek vanwege de richting waarin de Nederlandse Publieke Omroep wil herstructureren, en is derhalve van belang in het onderzoek in de onderlinge vergelijking tussen de nationale publieke omroepen.

Het doel van dit onderzoek is om enerzijds inzichten te krijgen in de kerntaken en doelstellingen van de diverse nationale publieke omroepen. Anderzijds is het doel van dit onderzoek om de implementatie van het overheidsbeleid in het online aanbod van televisiecontent te beschrijven, onderling te vergelijken en mogelijk de verschillen en overeenkomsten te verklaren op basis van de eerdergenoemde mediasystemen. De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek komt voort uit enerzijds het publieke belang dat de publieke omroepen dienen en anderzijds de doorontwikkende technologieën in het aanbod van televisiecontent (Bardoel & d’Haenens, 2008a; Van Dijk, Nahuys & Waagmeester, 2006). Het is met name de ontwikkeling van de NPO die in deze interessant is, daar waar er een verschuiving plaats lijkt te vinden van het oorspronkelijke model van een bestel bestaande uit meerdere omroepen en omroepverenigingen, naar een gecentraliseerd bestel naar het voorbeeld van de BBC. Dit onderzoek kan derhalve als advies dienen voor de

online inrichting van het aanbieden van televisiecontent voor nationale publieke omroepen, en specifiek voor de Nederlandse Publieke Omroep.

Dit onderzoek biedt, in het kader van maatschappelijke relevantie, een vergelijking tussen publieke omroepen op Europees niveau, van waaruit mogelijk aanbevelingen kunnen worden gedaan omtrent het gebruik van het internet en mogelijk andere innovaties en strategieën in het aanbod van online televisiecontent, binnen de door Europese en nationale gestelde regelgeving. Met name de Nederlandse Publieke Omroep maakt, als vermeld, momenteel grote verandering door, en dit onderzoek biedt vergelijkingsmateriaal van omringende, politiek en cultureel vergelijkbare landen in de wijze waarop zij omgaan met digitale veranderingen in het publieke bestel. Wetenschappelijk is dit onderzoek relevant omdat het, naast de bijdrage aan onderzoek binnen de media, mogelijk een bijdrage levert aan het onderzoek van Hallin en Mancini (2004) naar mediasystemen. De voornaamste kritiek op het onderzoek van Hallin en Mancini is het ontbreken van de rol van internet en convergerende media in de analyse (Hardy, 2012; Moe & Sjøvaag, 2008). Dit onderzoek dient als aanvulling binnen het wetenschappelijke kader als geschetst door Hallin en Mancini, gericht op de online invulling van het aanbieden van televisiecontent door de nationale publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk. Het biedt tevens een kijk op de wijze waarin deze publieke omroepen al dan niet gebruik maken van de mogelijkheden en kansen in Europees beleid omtrent het aanbieden van non-lineaire televisiecontent, gericht op de toekomst.

De theorie van mediasystemen, zoals beschreven door Hallin en Mancini (2004), zal als basis dienen voor dit onderzoek. Vanuit deze theorie zijn de omroepen geselecteerd, en zullen zij worden geanalyseerd en onderling worden vergeleken. De mediasystemen en de overige voor dit onderzoek relevante theorie worden beschreven worden in 2. *Theoretisch kader*. De volledige verantwoording voor de keuzes van nationale publieke omroepen en de gebruikte methoden voor het onderzoek zijn te lezen in 3. *Methoden van onderzoek*. In het vierde hoofdstuk, 4. *Analyse & Resultaten*, zullen de analyses aan bod komen, alsmede conclusies per onderdeel van het onderzoek. In het vijfde en laatste hoofdstuk, 5. *Conclusie & Discussie*, volgt er een algehele conclusie van het onderzoek, gevolgd door een discussie en aanbevelingen naar aanleiding van dit onderzoek. Deze thesis wordt afgesloten met een overzicht van de gebruikte literatuur in hoofdstuk 6 en de bijlagen in het zevende hoofdstuk.

2. Theoretisch kader

2.1. Hallin & Mancini's mediasystemen

Hallin en Mancini presenteren in hun boek *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* (2004) een framework voor het analyseren en vergelijken van West-Europese en Noord-Amerikaanse mediasystemen, op basis van de relatie tussen media en politiek in het ontstaan en de ontwikkeling van deze mediasystemen. Dit framework bestaat uit een tweetal theoretische concepten, waarin de dimensies worden beschreven van enerzijds de mediasystemen, en anderzijds de politieke context waarin deze mediasystemen acteren. Vanuit deze concepten zijn drie modellen voor mediasystemen in West-Europa en Noord-Amerika ontstaan, die, met enige overlap tussen bepaalde dimensies, de relatie tussen media en politiek op nationaal niveau systematisch beschrijven en een basis bieden voor onderlinge vergelijking van deze mediasystemen.

2.1.1. Dimensies en karakteristieken van mediasystemen

De karakteristieken van mediasystemen in de analyse van Hallin en Mancini (2004) worden beschreven aan de hand van een viertal dimensies. Allereerst kijken zij naar de structuur en ontwikkeling van de massamedia binnen deze landen; vervolgens beschrijven zij de *political parallelism*, van waaruit zichtbaar wordt in welke mate media politieke voorkeuren reflecteren; hierna volgt er een analyse van de mate van professionalisering van de journalistiek; om vervolgens af te sluiten met de rol van de staat in de media van de desbetreffende landen. Zij benadrukken de complexiteit van de dimensies, die ook gezien kunnen worden als “opzichzelfstaande, kwantitatieve dimensies” (p. 21). Hiermee wordt bedoeld dat er gesproken kan worden van een hoge of lage mate van aanwezigheid of invloed van deze dimensies binnen mediasystemen.

De structuur en de ontwikkeling van de massamedia wordt beschreven aan de hand van een aantal concepten, waarbij de rol van de gedrukte pers centraal staat. Hallin en Mancini (2004) maken, onder andere, onderscheid in de karakteristieken van massamedia op basis van: een kwantitatieve verspreiding van kranten, oftewel de hoeveelheid verkochte kranten per hoofd van de bevolking; de doelgroepen van de kranten, waarbij er een onderscheid wordt gemaakt tussen de massa en de elite; bronnen van nieuwsgaring van de bevolking, waarin de verhouding tussen kranten en televisie geduid wordt; en de invloed van omliggende landen op het mediasysteem. De “aard van de kranten, de relatie met het publiek en de rol van de media in een breder proces van sociale en politieke communicatie” staat centraal in de analyse van de massamedia (Hallin & Mancini, 2004, p. 22).

Political parallelism beschrijft de mate van invloed van de politiek - of anders gezegd: de mate van reflectie van politieke voorkeuren in – mediasystemen. Dit komt tot

uiting in de politieke gekleurdheid van mediacontent, wat volgens Hallin en Mancini (2004) voor kan komen in zowel de verslaggeving van nieuws als entertainment. De politieke betrokkenheid van de mediaorganisaties, de medewerkers van deze organisaties en het publiek zijn eveneens belangrijke pijlers in de aanduiding van *political parallelism* in mediasystemen, alsook de rol van de journalistiek in de wijze van berichtgeving. De diversiteit van politieke oriëntatie binnen mediasystemen wordt aangeduid als externe of interne pluralisme, wat uitgelegd kunnen worden als een hoge mate van politieke verstrooiing binnen mediasystemen als geheel, of binnen individuele organisaties.

De invloed en rol van de staat in mediasystemen is het meest evident in de vorm van de publieke omroepen. Dit geldt echter niet voor ieder land en de onderlinge verschillen zijn daarom groot, volgens Hallin en Mancini (2004). De vier modellen van politieke invloed op publieke omroepen die zij beschrijven komen aan bod in paragraaf 2.1.1.1. De staat heeft echter ook op andere manieren invloed op de media, voornamelijk door wet- en regelgeving omtrent de inhoud van mediacontent, alsmede op economische factoren binnen de markten. Deze manieren van staatsinvloed worden verder behandeld in paragraaf 2.2. en paragraaf 2.3. van dit hoofdstuk. De vierde en laatste dimensie voor de analyse van mediasystemen is, volgens Hallin en Mancini, de mate van professionalisering van de journalistiek, waarin de graad van autonomie van journalisten; de ontwikkeling van professionele normen en waarden binnen de journalistiek; en de publieksgerichtheid van journalisten gemeten worden.

2.1.1.1. Vier modellen van governance of public broadcasting

Hallin en Mancini (2004) beschrijven vier modellen waarin de relatie van de staat met de publieke omroep kunnen worden ingedeeld, uitgelegd als modellen van *governance of public broadcasting*. Het eerste model is het (1) *overheidsmodel*, “waarin de overheid of politieke meerderheid directe controle heeft over de publieke omroep” (p. 30). Dit model vindt men voornamelijk, zij het in gematigde vorm, in landen als Griekenland, Portugal en Spanje. Het tweede model dat zij presenteren is het (2) *professionele model*, waarin de rol van de staat tot een minimum is teruggedrongen en de publieke omroep gekenmerkt wordt door een hoge mate van autonomie (p. 31). Als leidend voorbeeld hiervan geven zij de British Broadcasting Company (BBC), maar ook in Scandinavische landen wordt dit model gehanteerd. Het (3) *parlementaire- of proportionele representatie model* gaat uit van een verdeling van de macht over de publieke omroep, waarin iedere politieke partij een proportioneel aandeel heeft. Zo wordt de bedrijfsvoering van de Deense publieke omroep als voorbeeld gegeven, waarbij de radio van de omroep doorgaans geleid wordt door iemand uit de linkerkant van het politieke spectrum, en de televisie door iemand van de rechterkant van het politieke spectrum (p. 170). Een vierde en laatste model is het (4) *civiel of corporatief model*, waarin “de controle over de publieke omroep verdeeld wordt over verschillende sociale en politieke groepen” (p. 31),

waarin bijvoorbeeld ook minderheidsgroeperingen worden meegenomen. Het meest kenmerkende voorbeeld hiervan is het publiek bestel in Nederland, wat gekenmerkt wordt door een vroegere verzuiling (pp. 31-32). Hallin en Mancini benadrukken echter nogmaals de grote onderlinge verschillen tussen landen in de wijze waarop zij omgaan met publieke omroepen, en in de mate van invloed van de modellen. Ze verklaren dat “deze modellen nooit op zichzelf staan, en in de realiteit vrijwel altijd worden gecombineerd” (p. 32).

2.1.2. *Dimensies en karakteristieken van politieke systemen*

De dimensies binnen de politieke systemen worden door Hallin en Mancini (2004) gepresenteerd als tweedelingen, die echter niet absoluut en dichotoom zijn, maar moeten worden gezien als twee uitersten waarbinnen de politieke systemen zich begeven. In de eerste dimensie, de rol van de staat, wordt een onderscheid gemaakt tussen de staat als “eigenaar, regelgever en financierder van de media” (Hallin & Mancini, 2004, p. 49). De tweedeling die hieruit voortkomt is tussen de (1) *liberale staat* en *welvaartsstaat*. Het voornaamste verschil tussen deze twee vormen komt tot uiting in de mate van staatsingrijpen in de media. Een tweede dimensie beslaat enerzijds de (2) *consensusdemocratie*, waarbij wordt uitgegaan van een meerpartijenstelsel, tegenover een *meerderheidsdemocratie*, waarin de macht bij één partij ligt. Hieruit volgt een derde dimensie, waarin onderscheid wordt gemaakt tussen (3) *individueel* en *georganiseerd pluralisme*, oftewel *liberalisme* en *corporatisme*, waarin de mate van organisatie van belangengroepen in het politieke bestel bepalend is. De vierde dimensie beslaat (4) *rationeel-legaal gezag* tegenover *cliëntelisme*, waarin aan de hand van autonomie van de staat de graad van individuele invloed op het politieke systeem centraal wordt bepaald. Een vijfde en laatste dimensie beschrijft het verschil tussen (5) *gematigd pluralisme* en *gepolariseerd pluralisme*, waarmee de verhouding van verdeeldheid binnen het politieke bestel wordt aangeduid (Hallin & Mancini, 2004).

2.1.3. *Drie ideaaltypen van mediasystemen en politieke systemen*

Op basis van de eerdergenoemde dimensies en karakteristieken, hebben Hallin en Mancini (2004) drie ideaaltypen geformuleerd, waarin op basis van geografische ligging en historische achtergronden de landen kunnen worden ingedeeld. Deze drie modellen zijn het *Northern European-Democratic Corporatist Model*, het *North Atlantic-Liberal Model*, en het *Mediterranean or Polarized Pluralist Model*, zoals schematisch is weergegeven in Figuur 1. en Figuur 2. Deze typen worden kort toegelicht in de hiernavolgende subparagrafen.

Figuur 1. Karakteristieken van mediasystemen. (In: Hallin & Mancini, 2004, p. 67.)

	Mediterranean or Polarized Pluralist Model	Northern European or Democratic Corporatist Model	North Atlantic or Liberal Model
	France, Greece, Italy, Portugal, Spain	Austria, Belgium, Denmark, Finland, Germany, Netherlands, Norway, Sweden, Switzerland	Britain, United States, Canada, Ireland
Newspaper Industry	Low newspaper circulation; elite politically oriented press	High newspaper circulation; early development of mass-circulation press	Medium newspaper circulation early development of mass- circulation commercial press
Political Parallelism	High political parallelism; external pluralism, commentary-oriented journalism; parliamentary or government model of broadcast governance – politics-over-broadcasting systems	External pluralism especially in national press; historically strong party press; shift toward neutral commercial press; politics-in-broadcasting system with substantial autonomy	Neutral commercial press; information-oriented journalism; internal pluralism (but external pluralism in Britain); professional model of broadcast governance – formally autonomous system
Professionalization	Weaker professionalization; instrumentalization	Strong professionalization; institutionalized self-regulation	Strong professionalization; noninstitutionalized self-regulation
Role of the State in Media System	Strong state intervention; press subsidies in France and Italy; periods of censorship; “savage deregulation” (except France)	Strong state intervention but with protection for press freedom; press subsidies, particularly strong in Scandinavia; strong public-service broadcasting	Market dominated (except strong public broadcasting in Britain, Ireland)

Figuur 2. Karakteristieken van politieke systemen. (In: Hallin & Mancini, 2004, p. 68.)

	Mediterranean or Polarized Pluralist Model	North/Central European or Democratic Corporatist Model	North Atlantic or Liberal Model
	France, Greece, Italy, Portugal, Spain	Austria, Belgium, Denmark, Finland, Germany, Netherlands, Norway, Sweden, Switzerland	Britain, United States, Canada, Ireland
Political History; Patterns of Conflict and Consensus	Late democratization; polarized pluralism	Early democratization; moderate pluralism (except Germany, Austria pre-1945)	Early democratization; moderate pluralism
Consensus or Majoritarian Government	Both	Predominantly consensus	Predominantly majoritarian
Individual vs. Organized Pluralism	Organized pluralism; strong role of political parties	Organized pluralism; history of segmented pluralism; democratic corporatism	Individualized representation rather than organized pluralism (especially United States)
Role of the State	Dirigisme, strong involvement of state and parties in economy; periods of authoritarianism, strong welfare state in France, Italy	Strong welfare state; significant involvement of state in economy	Liberalism; weaker welfare state particularly in United States
Rational Legal Authority	Weaker development of rational legal authority (except France); clientelism	Strong development of rational-legal authority	Strong development of rational-legal authority

2.1.3.1. Northern European or Democratic Corporatist Model

Het eerste model kenmerkt zich, zoals te zien is in Figuur 1., door een vroege ontwikkeling van massamedia; een neutraal-commerciële pers ten opzichte van de politiek; een gematigde van invloed van de politiek in de omroepen; een hoge mate van professionalisering in de media; en een sterke publieke omroep (Hallin & Mancini, 2004). Landen als Denemarken,

België, Duitsland, Nederland en Zweden worden, mede door hun geografische ligging en onderlinge historische overeenkomsten, gerekend tot dit model. De politieke systemen in deze landen vertonen eveneens overeenkomsten, zoals te zien is in Figuur 2. De wijze van *governance of public broadcasting* binnen het *Northern European or Democratic Corporatist Model* verschilt per land. Zo worden, als vermeld in paragraaf 2.1.1.1., Scandinavische landen gerekend onder het *professionele model*. Dit model kenmerkt zich door een hoge mate van autonomie, waarin politiek en de publieke omroepen volledig los van elkaar opereren. Volgens Hallin en Mancini (2004) heeft de mate van politieke invloed in het Deense bestel echter meer weg van het *parlementaire- of proportionele representatie model*, zij het met een hoge mate van autonomie van het publieke omroepbestel (pp. 169-170). Het Nederlandse model wordt daarentegen gekenmerkt als een *civiel of corporatief model* (p. 31), waarin diverse belangengroepen (bijvoorbeeld op basis van religieuze of sociaaleconomische achtergronden) in kleinschaliger omroepen een aandeel hebben in de inrichting van de publieke omroep als geheel. Van directe invloed van de overheid op het publieke bestel is hier echter geen sprake.

2.1.3.2. North Atlantic or Liberal Model

Het liberale model, dat door Hallin en Mancini (2004) ook het Anglo-Amerikaanse model wordt genoemd, omvat het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten, Canada en Ierland. De mediasystemen binnen deze landen kenmerken zich eveneens door een vroege ontwikkeling van de massamedia, maar voornamelijk door een geprofessionaliseerde en autonome publieke mediasector, alsook een hoge mate van zelfregulering. De publieke omroep is voornamelijk sterk in het Verenigd Koninkrijk en Ierland. De politieke systemen vertonen grote verschillen met de landen uit het *Northern European or Democratic Corporatist Model*, zoals te zien is in Figuur 2. De politieke invloed op de publieke omroep binnen het *North Atlantic or Liberal Model* is, zoals vermeld in paragraaf 2.1.1.1., nagenoeg nihil en de inrichting van het publieke bestel wordt door Hallin en Mancini derhalve geschaard onder het professionele model. De directeur-generaal van de BBC wordt echter benoemd door de minister-president van het Verenigd Koninkrijk, waardoor het publieke bestel strikt genomen onder het overheidsmodel valt. De procedure tot benoeming van de directeur-generaal van de BBC geschiedt echter op dergelijke wijze dat de er geen schijn van belangenverstrengeling is (Hallin & Mancini, 2004, p. 235). De inrichting van het nationale politieke systeem verklaart voornamelijk het verschil tussen het *Northern European or Democratic Corporatist Model* en het *North Atlantic or Liberal Model*, echter is gebleken dat er binnen de definities van politieke invloed op het publieke mediabestel overlap plaatsvindt tussen beide systemen (Hallin & Mancini, 2004, p. 32).

2.1.3.3. Mediterranean or Polarized Pluralist Model

Het derde en laatste model, waartoe de landen Frankrijk, Griekenland, Italië, Portugal en Spanje mogen worden gerekend, wijkt in grote lijnen af van de twee eerdergenoemde modellen, zoals te zien is in Figuur 1. en Figuur 2. Een reden die hiervoor wordt genoemd is een late ontwikkeling van democratie binnen deze landen (Hallin & Mancini, 2004).

2.1.4. Hallin & Mancini's mediasystemen en het internet

Het concept van mediasystemen, als beschreven door Hallin en Mancini (2004), is echter niet onomstreden. Naast de eigen kritiek van de schrijvers, waarin zij de mate van complexiteit, simplificatie en toepasbaarheid van de verschillende modellen onderkennen en verantwoorden, is een voornaamste kritiek dat van het ontbreken van het internet, nieuwe digitale media en de convergentie van oude en nieuwe media als variabelen in het onderzoek (Hardy, 2012, p. 194). Een van de redenen die hiervoor wordt gegeven is de late ontwikkeling van onderzoek naar – de invloed van – het internet binnen Europese media, in tijde van het onderzoek naar mediasystemen door Hallin en Mancini (Moe & Sjøvaag, 2008). David C. Hallin stelt aansluitend dat “het internet mogelijkwerijs verschillende rollen speelt binnen de verschillende mediasystemen, afhankelijk van de concurrentiepositie ten opzichte van andere media” (Moe & Sjøvaag, 2008, p. 197). De invloed van het internet op mediacultuur en de toepassing van het internet hierin verschillen, volgens Hallin, mogelijkwerijs ook tussen de mediasystemen (Moe & Sjøvaag, 2008). De theoretische onderbouwing van de publieke omroepen als publiek goed, de mate van convergentie in media en Europese en nationale wet- en regelgeving omtrent digitale media in de hiernavolgende paragrafen, in samenhang met de hiervoor beschreven theorie van mediasystemen door Hallin en Mancini (2004), vormen de basis voor dit onderzoek naar de rol en het gebruik van internet binnen de nationale publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk in de huidige staat van mediasystemen in Europa. De verwachting is, volgens Hallin en Mancini (2004), dat Europese mediasystemen zich in het algemeen meer richting het liberale model zullen begeven. Zij stellen echter dat dit niet meer grote zekerheid te beweren is, vanwege de grote onderlinge verschillen in politieke systemen van de landen, alsmede een constante veranderingen in de markt waarin de publieke omroepen actief zijn (pp. 294-295).

2.2. Publieke omroepen als publiek goed

Ondanks historische en fundamentele verschillen in de nationale mediasystemen (Hallin & Mancini, 2004), wordt televisie reeds vanaf het ontstaan gezien als een publiek goed (Küng, 2000), waarbij er – in termen van publieke goederen - uit wordt gegaan van “collectieve culturele, politieke, sociale en informatieve belangen voor een maatschappij, die zowel de democratische processen van politieke betrokkenheid als culturele, sociale en economische

welzijn dienen” (Iosfidis, 2012, p. 6). Van hieruit volgen een aantal basisprincipes waarop de West-Europese publieke televisieomroepen leunen, aldus Iosfidis (2012): “diversiteit in het programma-aanbod; de beschikbaarheid van innovatieve en hoogwaardige televisieprogramma’s; het uitstralen van een nationale identiteit; ruimte voor specifieke belangen; neutrale nieuwsvoorziening; vrijheid van meningsuiting; en een algemene of universele verslaggeving” (p. 7). Voor het behoud van de publieke omroep als publiek goed wordt marktfalen als hoofdargument aangevoerd, om “een mogelijk onvoldoende aanbod van informatieve, educatieve en culturele programma’s van commerciële televisieomroepen te compenseren” (d’Haenens, Sousa & Hultén, 2011, p. 197) en het eerdergenoemde publieke belang te kunnen blijven dienen (Bardoel & d’Haenens, 2008a; Iosfidis, 2012).

Een veelgehoord commentaar op de instandhouding van de publieke omroep als publiek goed, vanuit het principe van marktfalen, is het faciliteren van een oneerlijke concurrentiepositie ten aanzien van de commerciële omroepen (Debrett, 2009, p. 807). Het concept van de publieke omroep wordt echter gezien als een belangrijk onderdeel van de Europese democratie en is derhalve - mede door een alsmaar veranderend medialandschap, zoals te lezen is in de volgende paragraaf - aan specifieke wet- en regelgeving onderhevig. Europees en nationaal beleid wordt afgestemd op diverse ontwikkelingen op de televisiemarkt door toedoen van technologische vooruitgang, zoals het internet, zodat zij zich kunnen blijven vernieuwen en versterken, zonder af te doen aan de eerdergenoemde basisprincipes (Iosfidis, 2012; Just, Latzer, & Saurwein, 2012). De veranderingen die de afgelopen jaren hebben plaatsgevonden binnen de publieke omroepen als gevolg van technologische ontwikkelingen worden beschreven in de hierna volgende paragraaf, Europees beleid ten aanzien van de nationale publieke omroepen komt aan bod in paragraaf 2.4.

2.3. Convergentie in het medialandschap; van PSB naar PSM

Van de jaren ’80 tot nu hebben er een aantal structurele veranderingen in het televisielandschap plaatsgevonden. De liberalisering van de televisiemarkt, zowel op Europees als nationaal niveau, heeft geleid tot een duale structuur, in een aanbod van zowel commerciële als publieke omroepen. Deze tweedeling zorgde voor een breder en meer divers aanbod aan televisiecontent en -formats. De opkomst van technologische ontwikkelingen als digitalisering en het internet hebben veranderingen in het medialandschap in een stroomversnelling geplaatst, en hebben geleid tot een convergentie van diverse media, waarbij de grenzen tussen deze media, als ook communicatie- en informatietechnologieën zijn vervaagd. Deze veranderingen zijn op diverse vlakken zichtbaar: zoals gezegd in een constant doorontwikkellende televisiemarkt en het aanbod van televisiecontent, maar ook in de wijze van mediaconsumptie. (Bardoel & d’Haenens, 2008b; Küng, 2000).

De mogelijkheid tot het aanbieden van televisiecontent via internet “heeft geleid tot een drastische verschuiving in de manier waarop de kijker televisie consumeert” (Bardoel & d’Haenens, 2008b, p. 352). Audiovisuele mediadiensten, het begrip dat door de Europese Commissie wordt gehanteerd voor content dat valt “onder de redactionele verantwoordelijkheid van een aanbieder van mediadiensten, met als hoofddoel de levering aan het algemene publiek van programma’s ter informatie, vermaak of educatie via elektronische communicatienetwerken” (Europese Unie, 2010, p. 11), onderscheidt zich in lineaire en non-lineaire diensten. De lineaire diensten worden gedistribueerd via traditionele netwerken als kabel en satelliet, en gaan uit van een vooraf bepaald aanbod van content, wat uitgezonden wordt op een vooraf bepaalde datum, tijd en locatie. Non-lineaire diensten maken het mogelijk in vrijheid te bepalen wanneer er wat bekeken wordt. Dit kan zowel via het internet als via digitale televisie (Europese Commissie, 2011; OECD, 2012). Recentelijk is er in West-Europese landen een trend zichtbaar in de verschuiving van consumptie van lineaire naar non-lineaire diensten, waardoor er fragmentatie plaatsvindt in de programmering en het aanbieden van televisiecontent. Dit is een direct gevolg van de technologische ontwikkelingen en hierdoor convergerende media, wat echter wel heeft geleid tot meer keuzevrijheid en een groter aanbod voor de consument (Bardoel & d’Haenens, 2008b; Iosfidis, 2012; Küng, 2000).

De veranderingen in het medialandschap van de laatste twee decennia hebben, volgens Küng (2000), geleid tot een meer marktgeoriënteerd systeem, waarin de publieke omroepen zich moeten wenden tot andere bronnen van inkomsten en manieren waarop zij kijkers tot zich kunnen trekken of kunnen behouden. De veranderingen en convergentie van media hebben gelijktijdig geleid tot meer mogelijkheden voor het oplossen van deze problemen, daar waar de publieke omroepen nu via verschillende kanalen een breder en innovatiever aanbod kunnen leveren, aldus Debrett (2009). Hieruit vloeit de overgang van Public Service Broadcasting (PSB) - als de traditionele lineaire publieke omroep, naar Public Service Media (PSM), waarbij mediacontent via verschillende platforms beschikbaar wordt gesteld door de publieke omroepen, en de nadruk ligt op een breed en divers media-aanbod via non-lineaire diensten, voor een breed en divers publiek. (Iosfidis, 2012; Murray, 2013).

De volgens Iosfidis (2012) en Murray (2013) noodzakelijke overgang van Public Service Broadcasting naar Public Service Media, waarin hier de nadruk ligt op het aanbieden van non-lineaire diensten via internet, biedt zowel uitdagingen als kansen. Door het leveren crossmediale content creëren zij draagvlak voor een breed, onderscheidend en waardevol media-aanbod, alsmede een sterkere band met zowel de producenten als consumenten van deze media (Debrett, 2009; Iosfidis, 2012). Volgens d’Haenens et al. (2011) wordt de overgang van PSB naar PSM gedreven door een toenemende mate van “digitalisatie, globalisatie, convergentie, fragmentatie, individualisatie en een dominante marktlogica”

(p. 196) in het aanbod van televisiecontent. Deze overgang zorgt echter ook voor de uitdaging de concurrentie aan te gaan met andere aanbieders, zowel commercieel als non-commercieel, zonder marktverstorend te werken en de uitzonderingspositie van de publieke omroep te misbruiken (Debrett, 2009; Iosfidis, 2012; Murray, 2013). Dit gegeven leidt onherroepelijk tot een afgestemd overheidsbeleid en wettelijke regelgeving, zowel op Europees als nationaal niveau, wat in de volgende paragraaf aan bod zal komen.

2.4. Europa en regulering in online activiteiten van Public Service Media

De online activiteiten van publieke omroepen hebben geleid tot veel discussie, daar waar ze beticht worden van oneerlijke concurrentie tegenover commerciële partijen, voornamelijk vanwege het ontvangen van staatssteun en subsidies (Bardoel & d’Haenens, 2008b; Just et al., 2012). De vraag die hierbij opkomt is, volgens Just et al. (2012), in hoeverre het online aanbod van publieke omroepen “zich moet beperken tot een aanvulling van het reeds bestaande televisieaanbod, of dat het gezien mag worden als een volwaardig en uniek media-aanbod” (p. 52). Europees beleid gericht op de online activiteiten van publieke omroepen is derhalve noodzakelijk om te zorgen voor een evenwicht in het aanbod van online mediacontent. Aan de hand van de door de Europese Unie opgestelde Audiovisual Media Services Directive (AVMSD), welke een herziening is van de Television Without Frontiers Directive (TWFD), wordt ingegaan op re-regulatie van de convergerende media, waarbij diverse wet- en regelgeving leidt tot een effectiever beleid als reactie op een alsmaar ontwikkelende online markt. Hierdoor vindt er een verschuiving plaats naar een meer marktgeoriënteerde benadering van de publieke omroepen in het aanbieden van mediacontent, met inachtneming van de publieke waarde en een pluriform aanbod (d’Haenens et al., 2011; Iosfidis, 2012). Deze nieuwe richtlijn voor audiovisuele mediadiensten wordt verder behandeld in paragraaf 2.4.1.

Met oneerlijke concurrentie ten opzichte van commerciële partijen als voornaamste discussiepunt, is er een framework opgesteld waar de door de staat gesteunde publieke omroepen zich binnen moeten begeven in het aanbieden van online content. Binnen dit framework, vastgelegd in de Broadcasting Communication uit 2001, staat *technology neutrality* centraal. Hierdoor krijgen de publieke omroepen de ruimte hun kerntaken uit te voeren via iedere wenselijke vorm van (online) distributie, en deze content te voorzien via ieder wenselijk platform, zolang zij zich binnen de wettelijke kaders begeven (Harrison & Woods, 2007; Just et al., 2012). Dit maakt het mogelijk voor publieke omroepen zich te blijven innoveren en vernieuwen. Hierbij zijn zij echter wel gebonden aan door de Europese Commissie opgestelde tests, waarbij er op wordt toegezien dat “de publieke omroepen handelen binnen Europese wetgeving in hun online activiteiten, om zo ook valse concurrentie in de online markt tegen te gaan” (Just et al., 2012, p. 52). Deze wijzigingen in de regulering

van de Europese audiovisuele mediadiensten zijn echter niet zonder commentaar en worden op een aantal cruciale vlakken betwist, zoals zal blijken in de volgende subparagraaf.

2.4.1. Van TWFD naar AVMSD

The availability of multiple new channels for distribution of content (and of new content), the new opportunities for consumers to access and interact, and the repositioning of global market players along the entire value chain of content creation, packaging and distribution, strongly influence all media and their role in modern society. Such possibilities fundamentally change the character of communication and impinge upon our culture. (Burri-Nenova, 2007, p. 1692).

De Europese Commissie presenteerde in 2005 de Audiovisual Media Services Directive (AVMSD), als herziening van de reeds bestaande Television Without Frontiers Directive (TWFD), voor een moderne regulering van een dynamisch en constant veranderd medialandschap, zoals beschreven paragraaf 2.3. Met de herziening van de TWFD wordt getracht “een balans te vinden tussen de vrije verspreiding van televisie uitzendingen en nieuwe audiovisuele media, en het behoud van de waarde van culturele identiteit en diversiteit, met inachtneming van de principes van subsidiariteit en proportionaliteit inherent aan de Europese Gemeenschap” (Burri-Nenova, 2007, p. 1692), zoals zijn vastgelegd in het Verdrag van Amsterdam uit 1997.

Een eerste relevante revisie in de AVMSD, ten opzichte van de TWFD, is de wijziging van het begrip *omroeporganisaties* naar een breder gedefinieerd *aanbieders van mediadiensten* (Ancion et al., 2011). Het gevolg van deze wijziging leidt tot een regulering van zowel de lineaire (televisieomroepen) als non-lineaire mediadiensten, waar de aanbieder van mediadiensten gedefinieerd wordt als “de natuurlijke of rechtspersoon die de redactionele verantwoordelijkheid draagt voor de keuze van de audiovisuele inhoud van de audiovisuele mediadienst en die bepaalt hoe deze wordt georganiseerd” (Europese Unie, 2010, p. 12). Naast deze wijziging is tevens regelgeving omtrent het aanbieden van mediadiensten op aanvraag aangescherpt. Deze wijziging van regelgeving hebben ertoe geleid dat audiovisuele mediadiensten nu mede onder het toezicht van nationale toezichthouders staan, en dienen aan een nieuw scala aan regels te voldoen – waar dat voorheen niet het geval was. Enkele van deze nieuwe regels hebben betrekking op de informatieplicht, regelgeving omtrent reclame en overige uitzendregels (Ancion et al., 2011; OECD, 2012). Deze wetswijzigingen en toepasbaarheid worden echter op diverse vlakken betwist. Volgens Ancion et al. (2011) bemoeilijken de wijzigingen in de AVMSD het toepassen van beleid, onder andere vanwege

de brede gehanteerde definitie van aanbieders van mediacontent. Hiernaast betwijfelt Burri-Nenova (2007) of de AVMSD daadwerkelijk een positieve bijdrage levert aan de eerdergenoemde maatschappelijke waarden.

2.5. De toekomst van Public Service Media

Zoals reeds is gebleken, zijn er meerdere dreigingen voor het bestaansrecht van de Europese publieke omroepen: “nieuwe informatietechnologieën, liberalisering in het Europees en nationaal beleid, in samenhang met snel veranderende samenlevingen – van mono- naar multicultureel – hebben serieuze gevolgen voor de toekomst” (d’Haenens et al., 2011, p. 187) van deze omroepen in het digitale tijdperk. Mede door de grote onderlinge nationale verschillen, zoals beschreven door Hallin en Mancini (2004), is het onmogelijk een eenvormig model of beleid te ontwikkelen voor de publieke omroepen waarin alle sociale, ideologische en culturele verschillen tussen de landen worden meegewogen (d’Haenens et al., 2011). De verwachtingen over de richting waarin de publieke omroepen zich zullen ontwikkelen lopen ook uiteen, volgens d’Haenens et al. (2012); daar waar er enerzijds gedacht dat wordt dat de systemen zich richting een meer gelimiteerde en liberale richting zullen begeven, wordt anderzijds gedacht dat de diversiteit onder de Europese publieke omroepen zich ook in het digitale tijdperk zal blijven onderscheiden (p. 214). Over de legitimering van de publieke omroepen zijn de commentaren echter wel eensluidend, daar waar de maatschappelijke en culturele waarde nauwelijks wordt betwist (Bardoel & d’Haenens, 2008b; d’Haenens et al., 2011; Iosfidis, 2012; Just et al., 2012; Küng, 2000).

De mediasystemen die worden onderzocht zijn het *Northern European or Democratic Corporatist Model* en het *North Atlantic or Liberal Model*. Nederland en Denemarken worden, door Hallin en Mancini, geschaard onder het eerste model, en kenmerken zich door een gematigde van invloed van de politiek in de omroepen en een hoge mate van professionalisering in de media. In termen van invloed van de politiek is hier echter een tweedeling, waar het Nederlandse publieke omroepbestel gerekend wordt onder het *civiel* of *corporatief* model, en Denemarken overeenkomstig is met het *professionele* model, zoals ook in het Verenigd Koninkrijk het geval is. Op basis van de theorie is er geen consensus over het gegeven dat de inrichting van de Deense en Nederlandse publieke omroepen, in termen van beleid en de webpresence, zich meer richting het liberale model van de BBC zullen begeven. De theorie stelt echter met meer zekerheid dat in de inrichting van de publieke omroepen zich meer zal ontwikkelen van Public Service Broadcasting (PSB) naar Public Service Media (PSM), waarbij de nadruk komt te liggen op de online activiteiten in het aanbieden van televisiecontent. Met het oog op de publieke taak van de publieke omroepen, is het de vraag in welke mate dit aanbod zich moet beperken tot reeds beschikbare content, of dat de publieke omroepen zich actief inzetten op verschillende platforms met unieke content. De Europese

Unie heeft haar wet- en regelgeving omtrent het aanbieden van non-lineaire televisiecontent aangepast en doorgevoerd in de Audiovisual Media Services Directive (hierna: Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten), om het wettelijke kader omtrent de overgang van PSB naar PSM ook toekomstbestendig te maken.

De theoretische onderbouwing van de publieke omroepen als publiek goed, de mate van convergentie in media en Europese en nationale wet- en regelgeving omtrent digitale media, in samenhang met de theorie van mediasystemen door Hallin en Mancini (2004), vormen de basis voor dit onderzoek naar de rol en het gebruik van internet in het aanbieden van televisiecontent door de nationale publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk. Het gevoerde onderzoek, zoals beschreven staat in het volgende hoofdstuk, dient een beeld te geven van het aanbod van non-lineaire televisiediensten in de huidige staat van mediasystemen in Europa.

3. Methoden van onderzoek

3.1. Inleiding

Zoals blijkt uit paragraaf 2.5. van het vorige hoofdstuk is er geen consensus over de richting waarin de Europese publieke omroepen zich zullen begeven, al staat de maatschappelijke en culturele waarde ervan zo goed als vast. Om een beeld te krijgen van de huidige staat van de publieke omroepen in het aanbieden van online televisiecontent in een tijd van toenemende mediaconvergentie, in het kader van de publieke taak van de is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

Op welke manier geven publieke omroepen in Europese landen invulling aan de online televisieactiviteiten om de Europese en nationale wettelijke en maatschappelijke doelstellingen van de publieke omroepen vorm te geven?

Om een antwoord te geven op de onderzoeksvraag is er een kwalitatieve inhoudsanalyse verricht. De onderzoekseenheden betreffen zowel beleidsdocumenten van de Europese Unie en de beleidsplannen van drie nationale publieke, als de online activiteiten met betrekking tot televisiecontent van deze omroepen. Dit zal nader verklaard worden in de volgende paragrafen. Het doel van de analyse is – zoals vermeld is in de inleiding - om enerzijds inzichten te krijgen in de kerntaken en doelstellingen van de diverse nationale publieke omroepen met het oog op de convergerende media. Anderzijds is het doel van dit onderzoek om de implementatie van het overheidsbeleid in het online aanbod van televisiecontent, te beschrijven, onderling te vergelijken en mogelijk de verschillen en overeenkomsten te verklaren. Dit geschiedt mede aan de hand van de in hoofdstuk 2. gepresenteerde modellen van mediasystemen door Hallin en Mancini (2004).

De onderzoeksvraag wordt beantwoord aan de hand van drie deelvragen, die ieder een uit de onderzoeksvraag geabstraheerd concept beschrijven. Hieruit zijn de volgende deel- en subvragen voortgekomen:

1. Op welke manier is Europees beleid ten aanzien van het online aanbieden van televisiecontent ingericht?
2. Op welke manieren voeren publieke omroepen in Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk beleid omtrent het online aanbieden van televisiecontent en hoe verhouden deze zich tot elkaar?
3. Op welke manieren maken de publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk gebruik van het internet in het aanbieden van online televisiecontent en hoe verhouden deze zich tot elkaar?

De eerste deelvraag zal beantwoord worden aan de hand van een analyse van het in paragraaf 2.4. beschreven Europees beleid en regulering ten aanzien van audiovisuele mediadiensten, specifiek het online aanbieden van televisiecontent. Hierna volgt een analyse van beleidsdocumenten van de publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk, om antwoord te geven op de tweede deelvraag. De wijze van beantwoording van de deelvragen en de verantwoording van de hierbij gebruikte onderzoeksmethoden worden beschreven in paragraaf 3.3.1. Om een antwoord te geven op de derde onderzoeksvraag is een inhoudsanalyse uitgevoerd van het online aanbod aan televisiecontent, in dit onderzoek gedefinieerd als webpresence, wat beschreven en verantwoord wordt in paragraaf 3.3.2. De onderzoeksvraag wordt beantwoord door een analyse van de onderzoeksresultaten uit de kwalitatieve inhoudsanalyses, zoals verantwoord zal worden in paragraaf 3.4.

3.2. Verantwoording selectie landen

Er is gekozen voor de landen Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk in dit onderzoek. Het Verenigd Koninkrijk, met de BBC als publieke omroep binnen het *North Atlantic or Liberal Model*, wordt op verschillende vlakken gezien als toonaangevend (Debrett, 2009, p. 809; Küng, 2008, p. 139) en is derhalve leidend binnen de vergelijking tussen de mediasystemen van Hallin en Mancini (2004) in dit onderzoek. In termen van *governance of public broadcasting*, wordt het Britse publieke omroepbestel geschaard onder het professionele model. Nederland, met de Nederlandse Publieke Omroep, past binnen het *Northern European or Democratic Corporatist Model* en wordt gekenmerkt door de vroegere verzuiling binnen het mediabestel, waardoor het in termen van *governance of public broadcasting* en politieke invloed tot het *civiele of corporatieve model* gerekend mag worden (Hallin & Mancini, 2004). Deze verzuiling staat tevens aan de basis van de inrichting van het publieke omroepbestel in Nederland, daar waar de inrichting wordt gekenmerkt door een versplintering van en veelvoud aan omroepen binnen één overkoepelende publieke omroep. Denemarken past binnen de theorie van Hallin en Mancini (2004), evenals Nederland, in het *Northern European or Democratic Corporatist Model*, maar neigt volgens hen op veel vlakken meer naar het *North Atlantic or Liberal Model*. In termen van *governance* wordt het Deense publieke omroepbestel echter, in tegenstelling tot het Nederlandse model, geschaard onder het *parlementaire- of proportionele representatie model*, zij het met een hoge mate van autonomie (Hallin & Mancini, 2004, pp. 169-170). De verschillen in *governance* en politieke invloed tussen de drie landen zijn tevens een reden de keuze voor deze drie landen. De modellen van politieke invloed zullen derhalve worden meegenomen in het onderzoek om eventuele overeenkomsten en verschillen in de gevonden resultaten te verklaren.

De keuze voor deze drie publieke omroepen is tevens gebaseerd op de geografische ligging en culturele nabijheid van de landen waarin zij actief zijn, alsmede het EU-

lidmaatschap van deze landen en de daarmee internationaal grensoverschrijdende regelgeving omtrent media. De publieke omroepen van deze landen zijn alle actief in het aanbieden van non-lineaire televisiecontent via internet, en stellen beleidsdocumenten ter beschikking waarin zij de online televisieactiviteiten verantwoorden. Vanuit de theorie van Hallin en Mancini (2004) worden de publieke omroepen van de drie landen geanalyseerd die zich op verschillende plaatsen binnen het spectrum van mediasystemen begeven. De analyse dient een beeld te geven van de huidige rol en invloed van het internet in deze landen binnen de modellen van mediasystemen, als beschreven in paragraaf 2.1.

3.3. Kwalitatieve inhoudsanalyse

Er is gekozen voor kwalitatieve inhoudsanalyses - van zowel de beleidsdocumenten als de online activiteiten van publieke omroepen - vanwege de explorerende aard van het onderzoek, waarvoor deze methode uitermate geschikt is (Boeije et al., 2009; Gunter, 2000). Gunter (2000) noemt in zijn artikel de vijf belangrijkste doelen van inhoudsanalyses, zoals beschreven door Wimmer en Dominick: “het beschrijven van patronen of trends in het in beeld brengen door media; het testen van hypothesen over het beleid of doelen van mediaproducten; het vergelijken van mediacontent met de echte wereld; het onderzoeken van representatie van specifieke groepen in de maatschappij; en het trekken van conclusies over effecten van media” (pp. 61-62). Voor dit onderzoek zijn de vijf beschreven doelen van inhoudsanalyses relevant, echter worden deze op een andere manier toegepast in dit onderzoek: de uitvoering van inhoudsanalyses biedt de mogelijkheid systematisch Europese en nationale beleidsdocumenten, alsmede de webpresence van de publieke omroepen te analyseren en onderling te vergelijken. Hierbij wordt tevens gekeken naar terugkerende patronen en doelstellingen in het maken van beleid, als wel de uitvoering van dit beleid. De methodes van analyseren staan in de volgende subparagrafen beschreven.

3.3.1. Kwalitatieve documentanalyse Europees en nationaal beleid

De kwalitatieve analyse van beleidsdocumenten is tweeledig: allereerst zal er een analyse plaatsvinden van beleidsdocumenten voor Europees beleid aangaande de online activiteiten van de nationale publieke omroepen in het aanbieden van non-lineaire televisiecontent. Voor deze analyse is de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten geselecteerd, welke uiteengezet is in het *Publicatieblad van de Europese Unie, L095* (Europese Unie, 2010), en beslaat 24 pagina's. Dit document beschrijft wet- en regelgeving aangaande audiovisuele media, opgesteld door de Europese Unie. Zoals beschreven in paragraaf 2.4. is de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten ontstaan om “een balans te vinden tussen de vrije verspreiding van televisie uitzendingen en nieuwe audiovisuele media, en het behoud van de waarde van culturele identiteit en diversiteit, met inachtneming van de principes van subsidiariteit en

proportionaliteit inherent aan de Europese Gemeenschap” (Burri-Nenova, 2007, p. 1692). Met het oog op de technologische veranderingen in het medialandschap, geeft deze richtlijn de wettelijke kaders aan waarbinnen de publieke omroepen hun online activiteiten – in dit onderzoek: het online aanbieden van televisiecontent - kunnen ontplooien. De Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten geeft wettelijke sturing aan beleidsmakers, mediaproductanten en distributeurs in het produceren en aanbieden van mediacontent, en is derhalve van belang in het onderzoek, om een beeld te schetsen van de wijze waarop de nationale publieke omroepen de wettelijke kaders gebruiken in het gevoerde beleid omtrent het aanbieden van online televisiecontent, en in de uitvoering van het aanbieden van deze online televisiecontent.

De analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten is een thematische analyse. Hoewel het in wetenschappelijk onderzoek niet gebruikelijk maar wel mogelijk is een thematische analyse toe te passen op een enkele tekst (Howitt & Cramer, 2011, p. 331), is voor dit onderzoek een thematische analyse de meest geschikte methode, omdat het als doel heeft de belangrijkste onderwerpen in een tekst bloot te leggen (Gunter, 2000, p. 88). De thematische analyse wordt door Boeije et al. (2009) omschreven als een inductieve analysemethode, waarin eerder onderzoek en theorieën worden gebruikt in het uit te voeren onderzoek (p. 268). Door het uitvoeren van een thematische analyse is er tevens meer ruimte voor de beschrijving en interpretatie van de gevonden resultaten. Een thematische analyse wordt uitgevoerd aan de hand van een zestal stappen, waarbij de eerste stap in het proces de oriënterende fase is, om bekend te worden met de opzet en de inrichting van de tekst. De tweede stap is deze van het initiële coderen, waarin een meer globale codering van de tekst wordt toegepast, waarbij in deze inductieve fase gebruik gemaakt kan worden van reeds bestaande theorieën ter ondersteuning van de codering. In de derde stap wordt er op basis van de initiële codering gezocht naar belangrijke thema's in de tekst, die in de vierde stap worden verfijnd en mogelijk worden herzien. In de vijfde stap worden de gevonden thema's voorzien van een label en een definitie, om de gevonden resultaten zo grondig mogelijk te beschrijven. De zesde en laatste stap in de thematische analyse is het beschrijven van de gevonden resultaten (Howitt & Cramer, 2011, pp. 335-342). De in dit onderzoek relevante thema's uit de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten worden beschreven en geïnterpreteerd in het licht van technologische ontwikkelingen in het aanbieden van online televisiecontent. In de initiële codering van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten wordt er gebruik gemaakt van de theorie van Iosifidis (2012), waarin hij spreekt over het concept van algemeen belang in Europese omroepactiviteiten, wat gedefinieerd wordt aan de hand van de volgende punten:

1. Diversiteit in het programma-aanbod;
2. De beschikbaarheid van innovatieve en hoogwaardige televisieprogramma's;
3. Het uitstralen van een nationale identiteit;

4. Ruimte voor specifieke belangen;
5. Neutrale nieuwsvoorziening;
6. Vrijheid van meningsuiting;
7. Een algemene of universele verslaggeving

Tijdens de eerste stap van de analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, oftewel de oriënterende fase, is gekeken naar de onderwerpen in de overwegingen en artikelen in de richtlijn. Deze onderwerpen zijn tijdens de tweede stap samengevat in een meer overkoepelend concept, mede aan de hand van de eerdergenoemde punten van Iosfidis (2012). Tijdens de derde en vierde stap zijn de concepten samengevoegd en gethematiseerd naar een achttal thema's, om deze in de vijfde stap te voorzien van een degelijke beschrijving en definitie omwille van de interpretatie van de gevonden resultaten. Deze resultaten zijn terug te vinden in Bijlage 1., waarin de overkoepelende thema's met de onderliggende concepten zijn weergegeven na het uitvoeren van de zesde stap van de thematische analyse, op basis van de in de richtlijn beschreven overwegingen en artikelen.

De vanuit de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten geabstraheerde thema's, welke naar voren zijn gekomen uit de inductieve analyse van de richtlijn, dienen als basis voor de analyse van beleidsdocumenten van de Nederlandse, Britse en Deense publieke omroepen. Deze documenten zijn het 129 pagina's tellende *Concessiebeleidsplan 2010-2016* van de NPO (2010), de *BBC Executive summary workplan for 2013/14* van de BBC (2013), bestaande uit 43 pagina's, en *DRs virksomhedsstrategi 2015-18* van de DR (2015), welke slechts vijf pagina's telt. Er is gekozen voor deze documenten omdat deze zijn opgesteld door de genoemde individuele publieke omroepen, en het meest direct kenbaar maken welk beleid er door deze omroepen gevoerd wordt in het aanbieden van televisiecontent, met het oog op technologische ontwikkelingen. De beleidsdocumenten van de publieke omroepen dienen derhalve een reflectie te zijn van de webpresence van deze omroepen. De omvang van de documenten lopen sterk uiteen; deze documenten zijn echter het meest relevant in het onderzoeken van de vraag op welke manieren de publieke omroepen in Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk beleid voeren omtrent het online aanbieden van televisiecontent en hoe deze zich tot elkaar verhouden.

De thematische analyse van de beleidsdocumenten moet inzicht geven in de strategieën van de publieke omroepen met het oog op het aanbod van online televisiecontent als non-lineaire dienst, met inachtneming van de publieke taken van de omroepen. In de initiële codering van de beleidsdocumenten is allereerst gekeken naar terugkerende thema's in de afzonderlijke beleidsdocumenten van de nationale publieke omroepen. Deze worden beschreven en geïnterpreteerd in het kader van het online aanbieden van online televisiecontent. Vervolgens wordt er een koppeling gemaakt tussen de thema's uit de analyse

van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten en de thema's uit de beleidsdocumenten van de nationale publieke omroepen, om te beschrijven in welke mate de nationale publieke omroepen hun beleid hebben afgestemd op de wettelijke verplichtingen en mogelijkheden in het aanbieden van online televisiecontent. Hieruit volgt een beschrijving van de overeenkomsten en verschillen tussen de onderlinge landen, waarmee er antwoord gegeven kan worden op de eerste twee geformuleerde deel- en subvragen. Vanuit de beleidsdocumenten zijn de online televisieactiviteiten van de nationale publieke omroepen geselecteerd voor onderzoek, waarvan de analysemethoden beschreven staan in de volgende paragraaf.

3.3.2. Kwalitatieve analyse webpresence Europese publieke omroepen

De analyse van de webpresence van de Nederlandse, Deense en Britse publieke omroepen heeft plaatsgevonden na een vooraf opgesteld analyseschema. Voor het ontwikkelen van dit analyseschema is gebruik gemaakt van het concept van algemeen belang in Europese omroepactiviteiten, zoals beschreven is door Iosfidis (2012). De definitie van dit concept, als beschreven in de voorgaande paragraaf, behelst een zevental punten welke in de analyse van de webpresence als indicatoren kunnen dienen voor de publieke waarde die zij vertegenwoordigen. Deze indicatoren zijn gethematiseerd aan de hand van een model dat is afgeleid van de door de NPO (2010) ontwikkelde kwaliteitskaart, waarmee zij periodiek de publieke basiswaarden die zij uitdraagt tracht te meten. Deze meting door de NPO vindt plaats aan de hand van de volgende criteria:

1. Kwaliteit van het aanbod;
 2. Betrouwbaarheid van het aanbod;
 3. Onafhankelijkheid van het aanbod in termen van commerciële, politieke en overheidsinvloeden;
 4. Pluriformiteit in het aanbod;
 5. Aanbod aan innovatieve concepten en diensten;
 6. Variatie in het aanbod, in termen van genres en programmacategorieën;
 7. Interactieve mogelijkheden;
 8. Invloed in het publieke debat
- (NPO, 2010, p. 14)

Vanuit deze, door de NPO (2010) opgestelde, kwaliteitscriteria zijn voor dit onderzoek relevante begrippen geselecteerd en worden in de analyse gedefinieerd als kwaliteitscriteria. Deze kwaliteitscriteria zijn gecategoriseerd aan de hand van een framework voor het meten van de kwaliteit van websites, bestaande uit een drietal dimensies: content quality; service

quality; en technical quality. *Content quality* beschrijft de mate van kwaliteit van het aanbod op de website; *service quality* beschrijft de kwaliteit van de geleverde diensten; en de *technical quality* beschrijft de wijze waarop het aanbod en de diensten zijn samengesteld en beschikbaar worden gemaakt (Rocha, 2012). Deze dimensies zijn in het analyseschema gedefinieerd als kwaliteitsdimensies. De selectie van de genoemde begrippen betreffende het concept van algemeen belang in Europese omroepactiviteiten door Iosfidis (2012), de kwaliteitskaart van de NPO (2010) en de dimensies door Rocha (2012) hebben geleid tot een analyseschema, zoals is weergegeven in Tabel 1. De wijze van categorisering naar kwaliteitsdimensie, kwaliteitscriteria en publieke waarde, biedt de mogelijkheid de webpresence in de analyse op verschillende niveaus met elkaar te vergelijken. Deze inrichting van het analyseschema dient de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek te waarborgen, en mogelijk het onderzoek te reproduceren op basis van het theoretisch kader en de methodische verantwoording, waar het laatste volgens Boeije et al. (2009) van belang is in termen van de validiteit van het onderzoek (p. 278).

Tabel 1. Analyseschema Webpresence.

<i>Kwaliteitsdimensie</i>	<i>Kwaliteitscriteria</i>	<i>Publieke waarde</i>	<i>Resultaten</i>
Content	Onafhankelijkheid	1. (Neutrale) nieuwsvoorziening	
	Pluriformiteit	2. Nationale identiteit	
		3. Specifieke belangen	
	Variatie	4. Diversiteit in het programma-aanbod	
	Reclame	5. Audiovisuele commerciële communicatie	
Service	Interactie	6. Interactiemogelijkheden	
Technisch	Innovatie	Intern	7. Beschikbaarheid van innovatieve
		Extern	programma's en diensten

Bron: Iosfidis (2012), NPO (2010), Rocha (2012)

In het onderzoek is er gekeken naar (1) de wijze waarop er door de publieke omroepen wordt voorzien in nieuws, zij het in de vorm van (non-)lineaire nieuwsuitzendingen of tekstuele berichten als aanvullende content op het audiovisuele aanbod op de websites. De (2) nationale identiteit in het aanbod van de publieke omroepen en de wijze van aanbieden door deze omroepen komt naar voren in de manier waarop deze content geconsumeerd kan worden: is de content nationaal of internationaal gericht, en is het mogelijk deze content ook buiten de eigen landsgrenzen te bekijken? Hierop aansluitend is gekeken naar (3) de specifieke belangen die gediend worden met het aanbod; is het aanbod gericht een pluriforme groep consumenten, en voor allen bereikbaar? In termen van (4) diversiteit in het aanbod, welke deels voortkomt uit de hiervoor genoemde pluriformiteit, is er in dit onderzoek

gekeken naar op welke manieren de aangeboden content geconsumeerd kan worden; is het slechts een aanbod van voorheen lineair uitgezonden televisiecontent, of wordt er in aanvullende content voorzien?

Audiovisuele commerciële communicatie, in dit onderzoek geoperationaliseerd als (5) reclame, wordt door de Europese Unie omschreven als “beelden, al dan niet met geluid, welke dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden vergezellen of maken deel uit van een programma, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of ten behoeve van zelfpromotie. Vormen van audiovisuele commerciële communicatie zijn onder meer televisiereclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing” (Europese Unie, 2010, p. 12). Gezien de relevantie van de aanwezigheid van audiovisuele commerciële communicatie in dit onderzoek, is dit begrip in de analyse meegenomen. Audiovisuele commerciële communicatie wordt onderzocht door te kijken naar visueel aanwezigheid van reclameboodschappen op de websites, alsmede door middel van een selecte steekproef waarin gekeken wordt naar de aanwezigheid van reclameboodschappen in het programma-aanbod. Vervolgens is gekeken naar de geboden (6) interactiemogelijkheden door de websites van de publieke omroepen; is er slechts aanbod van televisiecontent, of biedt het de consument mogelijkheden tot interactie, bijvoorbeeld in de vorm van de mogelijkheid tot het voeren van discussies omtrent programma’s? Afsluitend is er gekeken naar (7) de wijze waarop de content op innovatieve wijze geleverd wordt; is het slechts het online aanbieden van zowel lineaire als non-lineaire reguliere televisiecontent, of wordt er een aanvullend aanbod content geleverd, zo mogelijk op andere wijzen dan het regulier via de website streamen van televisiecontent? De geanalyseerde websites en de wijze waarop de analyse van deze websites heeft plaatsgevonden staan beschreven in de hierna volgende alinea.

De keuze voor de geanalyseerde websites van de nationale publieke omroepen van het Verenigd Koninkrijk (BBC), Nederland (NPO) en Denemarken (DR) komt voort uit een initiële analyse van de beleidsdocumenten van de desbetreffende omroepen, waarin de omroepen aangeven via welke media zij voorzien in het online aanbieden van zowel non-lineaire als lineaire televisiecontent. Uit de initiële analyse van de beleidsdocumenten zijn de volgende websites geselecteerd:

Nederland	NPO	http://www.npo.nl
Verenigd Koninkrijk	BBC	http://www.bbc.co.uk
		http://www.bbc.co.uk/iplayer (iPlayer)
		http://www.bbc.com
Denemarken	DR	http://www.dr.dk

De geselecteerde websites van de NPO en DR zijn de centrale punten waar online televisiecontent wordt aangeboden, de BBC biedt haar content aan via meerdere portalen. Voor de inhoudsanalyse van de webpresence zijn de websites allereerst globaal bekeken om een overzicht te krijgen van het algemene aanbod en de functies van de websites. Hierna heeft er een systematische analyse van de websites plaatsgevonden aan de hand van de in Tabel 1. beschreven indicatoren van publieke waarde. Er is gekeken naar de wijze waarop en in welke mate deze indicatoren zijn terug te vinden op de websites van de publieke omroepen. Dit is systematisch gedaan door de wijze van aanbieden van zowel televisiecontent als overige content op de websites, alsmede alle functionaliteiten en de inrichting van de websites, te bekijken en op basis van de in Tabel 1. gegeven indicatoren te beschrijven. Deze resultaten zijn vervolgens aangevuld met voor dit onderzoek overige relevante bevindingen. Hierop volgend zijn de websites van de nationale publieke omroepen op basis van deze resultaten onderling met elkaar vergeleken.

De resultaten van de inhoudsanalyse van de webpresence moeten inzicht geven in de implementatie van Europees beleid in het aanbieden van televisiecontent en de onderlinge overeenkomsten en verschillen tussen Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk blootleggen. Zoals beschreven staat in paragraaf 2.2., wordt de overgang van PSB naar PSM volgens d'Haenens et al. (2011) gedreven door een toenemende mate van “fragmentatie, individualisatie en een predominante marktlogica” (p. 196) in het aanbod van televisiecontent, deze begrippen zullen derhalve meegenomen worden in de beschrijving van de resultaten van de analyse. Deze analyse dient antwoord te geven op de derde deel- en subvraag.

3.4. Resultaten van het onderzoek

De resultaten van het onderzoek worden als volgt gepresenteerd; allereerst zullen de resultaten van de inhoudsanalyse van Europees beleid gegeven worden, van waaruit de resultaten voor nationaal beleid zullen volgen. Deze zullen schematisch en systematisch vergeleken worden. De resultaten van de analyse van de webpresence zullen vervolgens worden gepresenteerd, welke onderling ook aan een schematische analyse onderworpen zullen worden. Van hieruit worden de algehele resultaten beschreven, geanalyseerd en becommentarieerd aan de hand van de in hoofdstuk 2. behandelde literatuur, en wordt

gevolgd door een discussie waarin aanbevelingen zullen worden gedaan ten aanzien van het online aanbieden van televisiecontent via non-lineaire diensten, met name gericht op de verschuiving van het door de Nederlandse Publieke Omroep gehanteerde model richting dat van de BBC.

4. Analyse & Resultaten

4.1. Europees beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten

De eerste analyse in dit onderzoek dient antwoord te geven op de vraag op welke manier Europees beleid ten aanzien van het online aanbieden van televisiecontent is ingericht. Voor deze analyse wordt er gekeken naar de *Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de raad, van 10 maart 2010, betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten)*, waarin de eerdergenoemde richtlijn Audiovisual Media Services Directive (AVMS) wettelijk wordt vastgelegd (Europese Unie, 2010). Deze hernieuwde Europese richtlijn heeft tevens geleid tot wijzigingen in het beleid op nationaal niveau, waar reeds enkele wijzigingen zijn doorgevoerd aan de hand van een eerder verschenen Europese richtlijn ten aanzien van de uitvoering van televisieomroepactiviteiten. In Nederland zijn beide richtlijnen samengekomen in de *Wet van 10 december 2009 tot wijziging van de Mediawet 2008 en de Tabakswet ter implementatie van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten* (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2009). Voor Denemarken is deze wetgeving doorgevoerd in de *Promulgation of the Radio and Television Broadcasting Act* (Danish Ministry of Culture, 2010), en voor het Verenigd Koninkrijk in *The Audiovisual Media Services Regulations 2009* (UK Parliament, 2009). De aangewezen nationale onafhankelijke toezichthouders voor het naleven van de wet- en regelgeving met betrekking tot de televisieomroepactiviteiten zijn *het Commissariaat voor de Media* in Nederland, *Radio- og TV-nævnet* (Radio & Television Board) in Denemarken en *the Office of Communications* (OFCOM) in het Verenigd Koninkrijk.

Wettelijke maatregelen, welke zijn opgelegd door de Europese Unie, worden omschreven als *rechtshandelingen van de Unie*, waar naast richtlijnen tevens besluiten, verordeningen, adviezen en aanbevelingen worden gerekend (Ministerie van Buitenlandse Zaken, n.d.). De wettelijke toepassing van een door de EU opgelegde richtlijn wordt door het Ministerie van Buitenlandse Zaken als volgt omschreven:

Een richtlijn is verbindend ten aanzien van het te bereiken resultaat voor elke lidstaat waarvoor zij bestemd is, maar aan de nationale instanties wordt de bevoegdheid gelaten vorm en middelen te kiezen (art. 288 derde alinea EU-Werkingsverdrag). Een richtlijn bevat een resultaatverplichting en is verbindend voor de lidstaten. Zij dienen hun nationale wetgeving zodanig aan te passen dat het doel van een richtlijn kan worden gerealiseerd. Richtlijnen zijn gericht tot de lidstaten ... Een richtlijn heeft voornamelijk tot doel

uiteenlopende wetgevingen op elkaar af te stemmen (harmonisatie).
(Ministerie van Buitenlandse Zaken, n.d.)

Zoals blijkt uit bovenstaand citaat geldt een richtlijn voor iedere lidstaat, maar wordt ter ruimte gelaten voor de lidstaten deze naar eigen keuze in te vullen. Voor de interpretatie van de richtlijn kan de lidstaat zich wenden tot de considerans van het wetsartikel, de inleidende paragraaf van het artikel, waarin de beweegredenen en overwegingen van het tot stand gekomen wetsartikel vermeld staan.

4.1.1. Analyse Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten

Als gezegd wordt in deze analyse gekeken naar de *Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de raad, van 10 maart 2010, betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten)*, kortweg Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten en in dit onderzoek reeds afgekort als AVMSD. Het doel van deze analyse is het abstraheren van concepten omtrent het aanbieden van non-lineaire televisiediensten via het internet, met inachtneming van de in Hoofdstuk 2 omschreven mediaconvergentie. Deze concepten dienen als basis voor de analyse van beleidsdocumenten van de nationale publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk, zoals beschreven in het voorgaande hoofdstuk. De vraag is in welke mate de onderlinge verschillen tussen de lidstaten te verklaren zijn aan de hand van de mediasystemen door Hallin en Mancini (2004), als beschreven in Hoofdstuk 2 van dit onderzoek.

De Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten wordt voorafgegaan door de considerans, waarin de beweegredenen en overwegingen van de Europese Unie bij het tot stand komen van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten staan beschreven. Deze wordt gevolgd door de uiteindelijke richtlijn, welke is opgedeeld in een dertiental hoofdstukken, waar op basis van categorie de bepalingen worden vermeld. In Tabel 6, in de bijlage op pagina 74, worden alle voor dit onderzoek relevante overwegingen en artikelen systematisch weergegeven, welke gecategoriseerd zijn naar een alomvattend concept. De - voor dit onderzoek - relevante of noemenswaardige artikelen en overwegingen worden uitgelicht en beschreven, op basis van de in Tabel 6. gegeven resultaten. Zoals vermeld in de methodische verantwoording in het derde hoofdstuk van dit onderzoek, zijn de overkoepelende thema's mede bepaald aan de hand van het concept van algemeen belang in Europese omroepactiviteiten als beschreven door Iosfidis (2012). Omwille van de duidelijkheid met betrekking tot het refereren aan de desbetreffende overwegingen en artikelen, zal er gerefereerd worden aan de richtlijn als vermeld in het *Publicatieblad van de Europese Unie, L095* (Europese Unie, 2010).

4.1.1.1. Doelstellingen Europese Unie (EU)

Het eerste thema dat voortkomt uit de analyse behelst overwegingen en artikelen die betrekking hebben op de doelstellingen van de Europese Unie, waarin één Europese interne markt voor de productie en distributie van programma's als belangrijkste concept naar voren komt. Dit komt reeds tot uiting in de tweede overweging van de considerans:

Grensoverschrijdende audiovisuele mediadiensten met behulp van de diverse technologieën vormen één van de middelen om de doelstellingen van de Unie te verwezenlijken. Er zijn bepaalde maatregelen nodig om de overgang van de nationale markten naar een gemeenschappelijke markt voor de productie en distributie van programma's te waarborgen en om eerlijke concurrentieverhoudingen te garanderen, zonder daarbij afbreuk te doen aan de functie die de audiovisuele mediadiensten in het algemeen belang te vervullen hebben. (Europese Unie, 2010, p. 1)

De functie van audiovisuele mediadiensten waar deze overweging op doelt, worden vermeld in de twaalfde overweging in de considerans, waarin wordt gesteld dat de regelgeving betreffende audiovisuele mediadiensten “bepaalde algemene belangen dient te waarborgen, zoals de culturele verscheidenheid, het recht op informatie, mediapluralisme, de bescherming van minderjarigen en de bescherming van de consument” (Europese Unie, 2010, p. 2).

Vrij verkeer van goederen en diensten binnen de Europese Unie dient als basis voor het creëren van één Europese interne markt voor televisieprogramma's. Hiervoor zijn er in de richtlijn enkele bepalingen opgenomen die dienen ter stimulering van de Europese televisiemarkt, waarbij televisieomroepen geacht worden een deel van hun zendtijd of mediadiensten op aanvraag te wijden aan Europese producties¹. Door middel van het stellen van minimumeisen met betrekking tot het produceren en distribueren van Europese producties “dient het ontstaan van markten van voldoende grootte voor televisieprogramma's in de lidstaten te worden bevorderd om de noodzakelijke investeringen rendabel te maken” (Europese Unie, 2010, p. 8). Dit willen zij bewerkstelligen door zowel gepaste regelgeving met betrekking tot het consolideren van nationale markten door te voeren, als ook “door er, voor zover mogelijk en met passende middelen, zorg voor te dragen dat Europese producties het grootste aandeel krijgen in de televisie-uitzendingen van alle lidstaten” (Europese Unie, 2010, p. 8). Hierin is een belangrijke rol weggelegd voor audiovisuele mediadiensten op aanvraag, waarvan door de Europese Unie wordt gezegd dat deze in de toekomst als potentieel substituut voor traditionele televisieomroepen kan worden gezien. De promotie van

¹ Europese producties worden in de richtlijn omschreven als uit de Europese lidstaten afkomstige producties, of als producties afkomstig uit derde landen onder bepaalde voorwaarden. (Europese Unie, 2010, p. 12, 13)

Europese producties door audiovisuele mediadiensten op aanvraag dient, volgens de Europese Unie (2010) ter bevordering van de culturele verscheidenheid (p. 8). Als mogelijke manieren van ondersteuning van Europese producties door audiovisuele mediadiensten op aanvraag noemen zij “financiële bijdragen van zulke diensten aan de vervaardiging van en de verwerving van de rechten op Europese producties, een minimumaandeel Europese producties in catalogi van video’s op aanvraag of een aantrekkelijke presentatie van Europese producties in elektronische programmagidsen” (Europese Unie, 2010, p. 8), zoals zij benoemen in overweging 69 van de considerans. De overwegingen aangaande de genoemde doelstellingen zijn doorgevoerd in Artikelen 3, 13, 16 en 17 van de richtlijn.

4.1.1.2. Naleving van de richtlijn

De regelgeving met betrekking tot het naleven van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten en de wettelijke bevoegdheid in uitvoering van deze richtlijn, is een tweede thema dat voortkomt uit de analyse. De lidstaten dienen de richtlijn in te passen in hun huidige wetgeving, de wijze van invulling in het naleven van de richtlijn is echter aan de lidstaten zelf, zoals blijkt uit overwegingen 18 en 19 uit van de considerans. Een eerder door het Europees Parlement en de Raad opgestelde richtlijn laat “de maatregelen onverlet die op het niveau van de Unie of op nationaal niveau zijn genomen voor de verwezenlijking van doelstellingen van algemeen belang, in het bijzonder voor wat betreft regulering van de inhoud en audiovisueel beleid” (Europese Unie, 2010, p. 3). Er wordt nogmaals gerefereerd aan de eerdere richtlijn door te stellen dat “de bevoegdheid van de lidstaten en hun lagere overheden tot regeling van de organisatie, met inbegrip van het stelsel van concessies, administratieve vergunningen of belastingen, de financiering en de inhoud van de programma’s” (Europese Unie, 2010, p. 3) hierin tevens onverlet gelaten wordt. Op deze wijze tracht de Europese Unie de “autonome culturele ontwikkelingen in de lidstaten en het behoud van het culturele pluralisme in de Unie” (Europese Unie, 2010, p. 3) te blijven waarborgen.

Audiovisuele mediadiensten op aanvraag genieten een bijzondere status in het naleven van de richtlijn, zoals wordt gesteld in overweging 58 van de considerans:

Audiovisuele mediadiensten op aanvraag verschillen van televisieomroep in de keuze en de invloed van de gebruiker en in de gevolgen ervan voor de samenleving ... Dit rechtvaardigt dat minder strenge wetgeving wordt vastgesteld voor audiovisuele mediadiensten op aanvraag, die uitsluitend aan de basisvoorschriften van deze richtlijn hoeven te voldoen. (Europese Unie, 2010, p. 7)

De basisvoorschriften van deze richtlijn zijn echter niet duidelijk vermeld. De wijze van uitvoering van de richtlijn aangaande audiovisuele mediadiensten op aanvraag is bijgevolg open voor interpretatie voor de lidstaten en de bevoegde toezichthouders van de lidstaten. De algemene overwegingen betreffende de naleving van de richtlijn zijn doorgevoerd in Artikelen 3 en 4 van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Bepalingen aangaande audiovisuele mediadiensten op aanvraag betreffen Artikelen 12 en 13, deze worden in deze analyse echter behandeld onder het volgende thema.

4.1.1.3. Innovatie

Het derde thema dat naar voren komt uit de analyse van de richtlijn is innovatie. De Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten is mede tot stand gekomen door toedoen van constante technologische ontwikkelingen en de bijkomende veranderingen in de markt, zoals vermeld wordt in de vierde overweging van de considerans:

In het licht van nieuwe transmissietechnologieën voor audiovisuele mediadiensten moet een wettelijk kader inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten rekening houden met de effecten van structurele veranderingen, de verbreiding van informatie- en communicatietechnologie (ICT) en technologische ontwikkelingen op businessmodellen, in het bijzonder de financiering van commerciële omroep, en moet worden gezorgd voor optimale concurrentievoorwaarden en rechtszekerheid voor Europese informatietechnologie en Europese mediabedrijven en -diensten, alsmede voor eerbiediging van de culturele en taalkundige verscheidenheid. (Europese Unie, 2010, p. 1)

In dit kader is er een bijzondere rol weggelegd voor de publieke omroep, waarbij de Europese Unie stelt dat deze “bij het vervullen van zijn opdracht voordeel moet blijven halen uit de technologische vooruitgang” (Europese Unie, 2010, p. 2). De wijze waarop dit dient te gebeuren is echter niet geheel duidelijk, en het is derhalve aan de lidstaten zelf dit op een zo efficiënt mogelijke wijze te realiseren. De eerdergenoemde versoepelde regelgeving met betrekking tot de audiovisuele mediadiensten op aanvraag kan hieraan een positieve bijdrage leveren. De Europese Unie stelt echter, in het geval van uitzendingen van nieuwsprogramma's, het volgende in overweging 57 van de considerans:

Er dient voor te worden gezorgd dat de praktijk van aanbieders van mediadiensten om hun rechtstreekse televisie-uitzendingen van nieuwsprogramma's na de rechtstreekse uitzending op aanvraag aan te

bieden, mogelijk is zonder dat individuele programma's behoeven te worden bewerkt waarbij fragmenten moeten worden weggelaten. Deze mogelijkheid dient te worden beperkt tot de aanbidding op aanvraag van identieke televisieprogramma's door dezelfde aanbieder van mediadiensten, zodat zij niet kan worden benut om nieuwe businessmodellen op aanvraag te creëren op basis van fragmenten. (Europese Unie, 2010, p. 7)

Aan de hand van deze bepaling tracht de Europese Unie het uitbaten van nieuwsfragmenten tegen te gaan, waarmee ze het algemeen belang van het recht op informatie beoogt te waarborgen. Deze bepaling biedt echter wel de ruimte voor aanbieders van audiovisuele mediadiensten op andere vlakken een innovatief aanbod te kunnen verzorgen in nieuwsvoorziening.

4.1.1.4. Pluriformiteit

Pluriformiteit is het vierde thema dat naar voren komt uit de analyse. De Europese Unie tracht door middel van wet- en regelgeving actief en proactief bij te dragen aan de culturele diversiteit en verscheidenheid in de media. De Europese Unie steunt een verdrag “betreffende de bescherming en de bevordering van de diversiteit van cultuuruitingen, waarin met name bepaald is dat culturele activiteiten, goederen en diensten zowel een economisch als een cultureel aspect hebben omdat zij dragers zijn van identiteiten, waarden en betekenissen, en bijgevolg niet mogen worden behandeld alsof zij uitsluitend een commerciële waarde hebben” (Europese Unie, 2010, p. 2). Deze overweging dient ter bevordering van pluriformiteit in de media, zoals blijkt uit overwegingen 6 en 7 van de considerans. De wijze waarop dit gehandhaafd wordt is aan de lidstaten en haar toezichthouders. Naast pluriformiteit in de media, acht de Europese Unie tevens pluralisme op informatiegebied van groot belang, daar zij stelt dat dit een “fundamenteel beginsel van de Unie dient te zijn” (Europese Unie, 2010, p. 4), als gesteld in overweging 34 van de considerans. Zij wil dit, blijkens overweging 48 van de considerans, bewerkstelligen door “de diversiteit van de nieuwsproductie- en -programmering in de gehele Unie te bevorderen” (Europese Unie, 2010, p. 6). Enkele bepalingen die mogelijk hieraan bij kunnen dragen komen aan bod in de hiernavolgende paragrafen.

4.1.1.5. Onafhankelijkheid

Het vijfde thema in de analyse van de richtlijn Audiovisuele Mediadiensten is onafhankelijkheid. Het waarborgen van de onafhankelijkheid van de media komt in de richtlijn op twee manieren aan bod; enerzijds door een bepaling omtrent persvrijheid en vrijheid van meningsuiting, anderzijds door bepalingen omtrent het waarborgen van

sponsorafhankelijkheid in de inhoud van de aangeboden programma's. Persvrijheid en vrijheid van meningsuiting worden gezien als een fundamenteel recht binnen de Unie, en lidstaten zijn derhalve vrij "hun grondwettelijke regels inzake persvrijheid en vrijheid van meningsuiting in de media toe te passen" (Europese Unie, 2010, p. 3). Om de onafhankelijkheid van de media kracht bij te zetten dienen nieuws en actualiteitenprogramma's te allen tijde gevrijwaard te zijn van sponsoring, blijkens Artikel 10, lid 4 van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Artikel 10, lid 4, sub a stelt: "de inhoud en, in het geval van televisie-uitzendingen, de programmering, mogen nimmer dusdanig worden beïnvloed dat de verantwoordelijkheid en de redactionele onafhankelijkheid van de aanbieder van mediadiensten worden aangetast" (Europese Unie, 2010, p. 16). Op deze wijze tracht de Europese Unie de onafhankelijkheid van de inhoud en programmering van het media-aanbod te beschermen.

4.1.1.6. Toegankelijkheid

Toegankelijkheid is het zesde thema dat naar voren komt in de analyse van de richtlijn. Naast het beschermen van de onafhankelijkheid van de inhoud en programmering in het media-aanbod, is ook de toegankelijkheid tot informatie en evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving opgenomen in de richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. Lidstaten en hun toezichthouders dienen er op toe te zien dat het publiek kosteloos toegang heeft tot informatie of evenementen van algemeen belang voor de samenleving, dat wil zeggen dat deze informatie gevrijwaard is van een additionele betaling door de consument om toegang te krijgen tot deze informatie (Europese Unie, 2010, p. 6). De regelgeving met betrekking tot de toegankelijkheid is doorgevoerd in Artikelen 14 en 15 van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten.

4.1.1.7. Reclame

In de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten is een aanzienlijk deel ingeruimd voor bepalingen omtrent audiovisuele commerciële communicatie, en is derhalve het zesde thema in de richtlijn. Audiovisuele commerciële communicatie, in dit onderzoek geoperationaliseerd als reclame, wordt door de Europese Unie omschreven als "beelden, al dan niet met geluid, welke dienen om rechtstreeks of onrechtstreeks de goederen, de diensten of het imago van een natuurlijke of rechtspersoon die een economische activiteit verricht, te promoten. Dergelijke beelden vergezellen of maken deel uit van een programma, tegen betaling of een soortgelijke vergoeding of ten behoeve van zelfpromotie. Vormen van audiovisuele commerciële communicatie zijn onder meer televisiereclame, sponsoring, telewinkelen en productplaatsing" (Europese Unie, 2010, p. 12). Audiovisuele commerciële communicatie dient aan uiteenlopende eisen te voldoen; van een maximale uitzendtijd tot regelgeving met

betrekking tot sponsoring van programma's. De regelgeving heeft echter voornamelijk betrekking op programma- en reclame-inhoudelijke eisen en voorwaarden, en niet op audiovisuele commerciële communicatie in audiovisuele mediadiensten op aanvraag. Dit betekent dat publieke omroepen zich slechts op programma-inhoudelijke wijze dienen te houden aan bepaalde regels omtrent reclame, en het vanuit Europees beleid vrij is in iedere andere vorm van reclame-uitingen te voorzien, bijvoorbeeld door middel van reclame-uitingen op de websites zelf, buiten de aangeboden televisiecontent. Het is echter mogelijk dat verdere regelgeving met betrekking tot audiovisuele commerciële communicatie op nationaal niveau is vastgelegd. De Europese regelgeving aangaande audiovisuele commerciële communicatie is beschreven in Artikelen 9, 10, en 19 tot en met 26 van de richtlijn.

4.1.1.8. Overige bepalingen

De overige bepalingen in de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten beslaan een aantal artikelen met uiteenlopende onderwerpen, welke in mindere mate aan bod komen in de richtlijn; toegankelijkheid tot mediadiensten voor gehandicapten en ouderen (Artikel 7), uitzendrechten (Artikel 8), bescherming van minderjarigen en de menselijke waardigheid (Artikelen 6, 12 en 27) en een bepaling omtrent het programma-aanbod van lokale televisie (Artikel 18). In Artikel 28 van de richtlijn wordt gesproken over het recht op weerwoord ten aanzien van televisie-uitzendingen, wat voortkomt uit overwegingen 102 en 103 van de considerans. In overweging 103 wordt een voor dit onderzoek relevante bepaling vermeld:

Het recht op weerwoord is een geschikt rechtsmiddel voor televisieomroep en zou ook kunnen worden gebruikt in de online-omgeving. De aanbeveling betreffende de bescherming van minderjarigen en de menselijke waardigheid en het recht op weerwoord behelst reeds passende richtsnoeren voor de tenuitvoerlegging van maatregelen in de nationale wetgeving of praktijken om het recht op weerwoord of gelijkwaardige rechtsmiddelen met betrekking tot de online-media voldoende te verzekeren. (Europese Unie, 2010, p. 11)

Er zal derhalve voor het onderzoek gekeken worden naar eventuele mogelijkheden tot een weerwoord via de aangeboden online diensten. Ook zal er, terugkomend op het eerdergenoemde Artikel 7, betreffende de toegankelijkheid tot deze diensten voor gehandicapten en ouderen, gekeken worden naar de wijze waarop aanbieders van mediadiensten de toegankelijkheid voor deze groep verbeteren. Deze definitie van toegankelijkheid behelst een meer technische definitie van het begrip, daar waar het nu bedoeld wordt als het ook mogelijk maken tot het kunnen bekijken van de reeds toegankelijke

content voor gehandicapten en ouderen. De Europese Unie vereist minimaal “gebarentaal, ondertiteling, audiodescriptie en gemakkelijk te begrijpen menunavigatie” (Europese Unie, 2010, p. 6) als middelen ter ondersteuning voor deze groep.

4.1.2. Conclusie Analyse Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten

De Europese Unie heeft als doelstelling het creëren van één grensoverschrijdende, interne markt voor audiovisuele mediaproducties, waarin technologische ontwikkelingen een belangrijke rol spelen. Om een wettelijk basis te kunnen bieden voor deze doelstelling is de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten opgesteld, waarbij wet- en regelgeving dermate is aangepast dat het mogelijk is een antwoord te bieden op de snelle technologische ontwikkelingen waaraan het medialandschap onderhevig is. In deze richtlijn genieten audiovisuele mediadiensten op aanvraag een bijzondere status, waarbij het opvallend is dat zij alleen aan de basisvoorschriften van deze richtlijn dienen te voldoen. Hierdoor is er voor aanbieders van audiovisuele mediadiensten op aanvraag veel speelruimte in de wijze van het aanbieden van content, en is er ruimte voor variatie in de wijze van aanbieden en de inhoud van deze content op nationaal niveau. De vraag is echter wat deze basisvoorschriften zijn, dat wordt in de richtlijn geenszins duidelijk, slechts wanneer er een enkele keer over bepalingen betreffende audiovisuele mediadiensten op aanvraag wordt gesproken. De wet- en regelgeving met betrekking tot innovatie komt slechts summier aan bod, daar waar er louter over wordt gesproken in de considerans van de richtlijn; de overige bepalingen zijn vooral inhoudelijk van aard. Het doel van dit onderzoek is antwoord te geven op de vraag op welke manier nationale publieke omroepen omgaan met het online aanbieden van televisiecontent, wanneer er gekeken wordt naar de invulling van de richtlijn door de lidstaten is er mogelijk te concluderen dat zij slechts beperkt zijn op inhoudelijke gronden in het online aanbod van televisiecontent, en niet in de wijze van aanbieden.

4.2. NPO en beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten

De tweede analyse van dit onderzoek betreft het beleid van de Nederlandse Publieke Omroep ten aanzien van het aanbieden van non-lineaire videodiensten. Dit beleid staat beschreven in het *Concessiebeleidsplan 2010-2016* (NPO, 2010). De Nederlandse Publieke Omroep heeft recentelijk diverse ontwikkelingen doorgemaakt, waaronder naamswijzigingen van de televisie- en radionetten en de ontwikkeling van een nieuwe online portal als vervanger van de vroegere website Uitzending Gemist (NPO, 2014c). Daar waar deze hervormingen niet staan vermeld in het Concessiebeleidsplan 2010-2016, is dit beleidsplan op het moment van schrijven mogelijk achterhaald als zijnde onderzoeksobject. Om deze reden zal er, ter aanvulling en waar nodig, eveneens gekeken worden naar de Meerjarenbegroting 2014-2018 (NPO, 2013), omwille van de volledigheid van het onderzoek naar de Nederlandse Publieke

Omroep. Deze analyse zal voorafgegaan worden door een korte beschrijving van het Nederlandse publieke omroepbestel.

4.2.1. De Nederlandse Publieke Omroep

De organisatie van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) is tweeledig, bestaande uit zowel de omroepen als de Stichting NPO. De Stichting NPO is het overkoepelende bestuursorgaan binnen het publieke bestel, en voert een aantal kerntaken uit. Zo zorgt zij - in haar uitvoering van de publieke mediaopdracht als gesteld in Artikel 2.1. van de Mediawet (NPO, 2013) - naar eigen zeggen voor:

Het bevorderen van de samenwerking en cohesie tussen de landelijke omroepen, de programmering van het media-aanbod, het verdelen van de budgetten voor de verschillende omroepen, het verzorgen van distributie, het ondersteunen van omroepen bij de ondertiteling, aankoop en verkoop van programma's en tot slot het uitvoeren van zelfstandig onderzoek naar de kwaliteit en het imago van de platforms radio, televisie en internet. (NPO, 2014a)

De genoemde landelijke omroepen betreffen de bij wet bepaalde programmaorganisaties, ledenomroepen of omroepverenigingen en 2.42-omroepen. Deze omroepen dragen zorg voor het programma-aanbod binnen de Nederlandse Publieke Omroep. De NPO kent momenteel een tweetal programmaorganisaties of taakomroepen, 12 ledenomroepen en acht 2.42-omroepen. Het bestaansrecht van de taakomroepen en 2.42-omroepen is vastgelegd in de Mediawet en zijn organisaties zonder leden. Voor ledenomroepen geldt dat zij "aanspraak maken op zendtijd mits zij genoeg leden telt, een maatschappelijke, culturele, godsdienstige of geestelijke stroming vertegenwoordigt en een toegevoegde waarde kan leveren aan het Nederlandse omroepbestel" (NPO, 2014b). In de periode 2014-2016 vinden er binnen de Nederlandse Publieke Omroep diverse hervormingen plaats, als reactie op door de Nederlandse overheid doorgevoerde bezuinigingen op het mediabudget. Een van de gevolgen van deze bezuinigingen is het fuseren van een enkele omroeporganisaties, waardoor het aantal van 21 publieke omroepen in 2016 afgenomen moet zijn tot een maximaal van acht omroepen. Door deze fusies wordt de versnippering in het omroepbestel tegengegaan, en leidt het tot een meer coherente publieke omroep (Rijksoverheid, n.d.).

4.2.2. Analyse NPO Concessiebeleidsplan 2010-2016

Het *Concessiebeleidsplan 2010-2016* (NPO, 2010) beschrijft de ambities en doelstellingen van de Nederlandse Publieke Omroep in het aanbieden, ontwikkelen en programmeren van

publieke audiovisuele diensten op televisie, radio en op aanvraag. Als gezegd, ligt de nadruk in dit onderzoek op het online aanbod van televisiecontent. De analyse van het beleidsplan zal, als beschreven in de methodische verantwoording in het derde hoofdstuk, deels plaatsvinden aan de hand van de in paragraaf 4.1.1. gevonden resultaten. Er valt hierbij op te merken dat de belangrijkste conclusie van de analyse van Europees beleid stelt dat de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten vooral gesteld is op de inhoud van de aangeboden televisiecontent, en niet zozeer op de wijze van aanbieden van deze content. Tevens ligt er een nadruk op het realiseren doelstellingen van de Europese Unie, waar beleidsdocumenten door nationale publieke omroepen mogelijkwerijs in mindere mate aan zullen refereren. De thema's die - mede aan de hand van het eerder genoemde concept van algemeen belang in Europese omroepactiviteiten van Iosfidis (2012) - uit de analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten naar voren komen zijn: de doelstellingen van de Europese Unie; naleving van de richtlijn; innovatie; pluriformiteit; onafhankelijkheid; toegankelijkheid; reclame; en overige bepalingen. Daar waar enkele van deze thema's in de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten voornamelijk betrekking hebben op programma-inhoudelijke aspecten van het media-aanbod, zullen deze concepten in de analyses van beleidsdocumenten van nationale publieke omroepen, waar mogelijk, ook meegenomen worden in analyse van de webpresence van de nationale publieke omroepen als aanvulling op het analyseschema in Tabel 1.

In het *Concessiebeleidsplan 2010-2016* (NPO, 2010) worden een viertal door de Nederlandse Publieke Omroep geformuleerde ambities aangevoerd waar zij zich in de jaren 2010-2016 op zal richten. Zo wil zij meegaan in het veranderende mediagebruik door technologische ontwikkelingen, een evenwichtig en onderscheidend aanbod creëren, en wil zij het bereik en de impact van de publieke omroep verbeteren als wel vergroten (NPO, 2010, pp. 10-11). Vanuit deze ambities heeft zij een aantal doelstellingen geformuleerd, welke verder zijn uiteengezet in het concessiebeleidsplan. Deze doelstellingen hebben betrekking op zowel de inhoud van de aangeboden content, als de manier waarop de content wordt aangeboden. Dit aanbod wordt door de Nederlandse Publieke Omroep gecategoriseerd naar een zestal maatschappelijke domeinen, in uitvoering van haar publieke taak. De geproduceerde content binnen de domeinen nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement worden beschikbaar gemaakt via de door haar geschikt geachte uitzendkanalen (NPO, 2010, pp. 13-15). Met name online wil zij zich duidelijk profileren in het aanbod van specifieke domeinen via gerichte kanalen, waarmee zij wil zorgen “voor sterke, herkenbare profielen in het digitale domein” (NPO, 2010, p. 15), met als doel het voorkomen van “versnippering van middelen” (NPO, 2010, p. 15).

Digitalisering draagt ertoe bij dat technologische innovaties en nieuwe diensten elkaar in snel tempo opvolgen. We bevinden ons in een overgang van een wereld gedomineerd door (lineaire) analoge media, naar een wereld waarin daarnaast ook nieuwe (non-lineaire) digitale media een rol van betekenis spelen. (NPO, 2010, p. 18)

Om aan te sluiten bij het veranderende mediagebruik en toenemende mediaconvergentie, heeft de NPO haar strategie dermate aangepast dat zij zich niet meer richt op in de invulling en uitvoering van content op basis van platforms – via televisie, radio en internet, maar volgens de concepten audio en video. Op deze wijze tracht zij het non-lineaire aanbod beter af te stemmen op dat het lineaire aanbod. Om dit te bewerkstelligen heeft zij verschillende paletten ontwikkeld, gespecificeerd voor bepaalde doelgroepen, waarvoor tevens aanbodsinhoudelijke ambities geformuleerd zijn. Een van deze ambities is het verhogen van de journalistieke kwaliteit en pluriformiteit (NPO, 2010, pp. 21-31).

Het journalistieke aanbod is in de afgelopen decennia niet alleen gegroeid maar ook van aard veranderd. Van een verzuimd en ideologisch of religieus getint aanbod heeft het zich ontwikkeld naar een aanbod dat vooral wordt gemaakt vanuit een professionele beroepsethiek die neutraliteit en objectiviteit voorop stelt. (NPO, 2010, p. 32)

Zij stelt dat deze ontwikkelingen geleid hebben tot een afgenomen pluriformiteit in de aangeboden nieuws- en opinieprogramma's. Zowel inhoudelijk als in de wijze van aanbieden wil zij de pluriformiteit vergroten door voor ieder specifieke publieksgroep via ieder relevant platform in nieuws en opinie te voorzien, wat tevens moet leiden tot een centrale portal voor dit aanbod (NPO, 2010, pp. 31-33). Haar ambitie de pluriformiteit te vergroten komt niet slechts tot uiting in de doelstellingen omtrent het journalistieke aanbod, maar ook in de poging het algehele bereik en impact van het aanbod te vergroten. Dit probeert zij te verwezenlijken door - onder andere - het aanbieden van content via verschillende distributieplatforms, waaronder het internet. Een herinrichting van reeds actieve websites en themakanalen tot een meer effectieve en overzichtelijker geheel, dient te leiden tot "meer kwaliteit, impact en samenhang" (NPO, 2010, p. 42) van het non-lineaire aanbod.

De televisienetten Nederland 1, 2 en 3 stonden de afgelopen jaren altijd centraal in onze strategische overwegingen. Daar brengen we verandering in door de schotten tussen televisie, internet en nieuwe media weg te halen. We

willen ons publiek een completer videoaanbod voor kunnen zetten, waar en wanneer het daarvan gebruik wil maken. (NPO, 2010, p. 47)

Waar in het *Concessiebeleidsplan 2010-2016* (NPO, 2010) ambities en doelstellingen in grote mate herhaald worden in een andere verwoording en zonder een concrete wijze van realisatie te vermelden, is het duidelijk dat de NPO zich wil richten op een meer online of non-lineair aanbod. Zij wil dit doen zowel via haar eigen kanalen, als via derden. Haar ambities ten opzichte van het non-lineaire aanbod zijn: het versterken van het reeds bestaande aanbod; een zo vrij mogelijke keuze in het bekijken van haar aanbod; het ontwikkelen van nieuwe online jongerenmerken; en de algehele betrokkenheid van het publiek bij het non-lineaire aanbod te versterken. Hiervoor wil zij tevens gebruik maken van online diensten via mobiele telefonie, of het gebruik van platforms als YouTube en video-on-demand diensten (NPO, 2010, p. 47-60). Zij heeft hier aandacht voor de mogelijke problemen die zich voor kunnen doen in termen van uitzendrechten. Zij zegt hier het volgende over:

In overleg met de gehele audiovisuele branche wordt een nieuwe, structurele manier van efficiënte, transparante rechtenclearing op redelijke grondslagen ontwikkeld om publiek media-aanbod via alle beschikbare platforms, diensten of technieken mogelijk te maken. (NPO, 2010, p. 61)

Hiermee toont de NPO dat zij actief bezig is met de toekomst van het online aanbieden van televisiecontent, en tracht een innovatieve bijdrage te kunnen leveren aan de sector als geheel, waarin zij zichzelf een voortrekkersrol toedicht. Zij wil leidend zijn in innovaties en standaarden op de audiovisuele markt, en wil door middel van experimenten zichzelf en andere marktpartijen laten profiteren van haar werkzaamheden:

We streven naar een klimaat dat prikkelt tot creatieve ideeën en de ontwikkeling van nieuwe technologieën, waarvan succes niet bij voorbaat vaststaat en waarin we kunnen leren van fouten. De structuur van ons bestel met veel omroepen die ieder vanuit hun eigen expertise aanbod en diensten ontwikkelen, is een vruchtbare en inspirerende omgeving voor een zeer uiteenlopend aanbod aan nieuwe diensten en kanalen. (NPO, 2010, p. 64)

Naast de genoemde doelstellingen en ambities met betrekking tot haar publieke taak, innovaties, pluriformiteit en toegankelijkheid, benadrukt de NPO haar (redactionele) onafhankelijkheid ten aanzien van de overheid en commercie onder de noemer *good governance*. In termen van toezicht noemt zij de verantwoordelijke minister, het

Commissariaat voor de Media en haar eigen Raad van Bestuur. Deze zien toe op zowel de onafhankelijkheid van de NPO, als een juiste inrichting en gebruik van beschikbaar gestelde middelen in het uitvoeren van haar publieke taak. De onafhankelijkheid wordt extra benadrukt in het benoemen van het sponsorbeleid, wat zij als essentieel onderdeel ziet in de financiering van de uitvoering van de taakopdracht. Zij stelt dat zij grote waarde hecht aan transparantie in het sponsorbeleid om de (redactionele) onafhankelijkheid te waarborgen (NPO, 2010, pp. 72-76).

Daar waar er in het *Concessiebeidsplan 2010-2016* (NPO, 2010) niet wordt gesproken over de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten – dit mogelijk vanwege het enigszins gelijktijdig verschijnen van het beleidsplan en de richtlijn – heeft de NPO in grote lijnen dezelfde ambities en doelstellingen uiteengezet als dat wat de Europese Unie met haar richtlijn voor ogen heeft. Er wordt in het beleidsplan van de NPO, zoals reeds vermeld, in ruime mate aandacht geschonken aan de mogelijkheden die technologische ontwikkelingen bieden in het aanbieden van online televisiecontent. Er is tevens in grotere mate aandacht voor de thema's pluriformiteit, onafhankelijkheid en toegankelijkheid, zoals deze ook beschreven staan in de analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten. De vraag die hierbij opkomt is echter in hoeverre deze thema's niet direct een afgeleide zijn van de publieke taken van het concept publieke omroep. Een antwoord op deze vraag kan gegeven worden door te stellen dat de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten een wettelijk kader is ten behoeve van het waarborgen van de publieke taken van de nationale omroepen.

In het *Concessiebeidsplan 2010-2016*, zoals is gebleken in de analyse, beschrijft de NPO haar ambities met betrekking tot de uitvoering van haar publieke taak, in het aanbieden van audiovisuele mediadiensten. Zij besteedt in het beleidsplan in ruime mate aandacht aan het veranderend mediagebruik door technologische ontwikkelingen en innovaties. De NPO heeft een aantal doelstellingen uiteengezet waar zij zich in deze periode op wil richten. Naast aansluiting zoeken op het veranderend mediagebruik, waarin zij voor zichzelf een voortrekkersrol ziet weggelegd, heeft zij tevens de ambities haar bereik en impact te vergroten, alsmede in een meer evenwichtig en onderscheidend aanbod te voorzien. Non-lineaire mediadiensten spelen hierin een belangrijke rol, waar zij tevens gebruik wil maken van online diensten van derden. Blijkens het concessiebeidsplan blijven lineaire diensten leidend in het aanbieden van televisiecontent. De ambitie het non-lineaire aanbod meer veelzijdig en sterker te maken wordt meermaals uitgesproken in het beleidsplan, ondersteund door ambitiespecifieke doelstellingen. Deze ambities en doelstellingen zijn echter meer normatief van aard, om met enige regelmaat geen concrete plannen of uitwerkingen van deze doelen te benoemen. Deze ambities en doelstellingen sluiten echter op thema's als de invulling van de publieke taak, innovatie, pluriformiteit en toegankelijkheid aan op het door de Europese Unie opgezette wettelijke kader in de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten.

4.3. BBC en beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten

Het derde deel van de analyse van dit onderzoek is gericht op het beleid van de BBC ten aanzien van het aanbieden van non-lineaire videodiensten, zoals beschreven staat in het *BBC Executive summary workplan for 2013/14* (BBC, 2013). De British Broadcasting Corporation (BBC) is de Britse publieke omroep, tevens de oudste publieke omroep ter wereld. Zij beheert een aantal publieke televisienetten en radiostations, alsmede een uitgebreid online aanbod van televisie-, radio- en nieuwscontent. In het *BBC Executive summary workplan for 2013/14* heeft de BBC Trust – het bestuurlijke orgaan van de BBC – een viertal doelstellingen geformuleerd, waar de uitvoering van het beleid op afgestemd is: het leveren van een meer onderscheidend en meer kwalitatief aanbod; een betere besteding van inkomsten door *license fees*; meer doen om iedere doelgroep te dienen; en nieuwe standaarden creëren op het gebied van openheid en transparantie (BBC, 2013, p. 4). Van hieruit vloeien wederom vier doelstellingen en ambities voort, welke summier worden beschreven in het werkplan. Zo wil zij kwalitatief hoogstaande programma's en diensten creëren en leveren; haar impact en bereik verbeteren; voordeel halen uit nieuwe distributiemogelijkheden door het internet; en zorg dragen voor een degelijke organisatie van de BBC (BBC, 2013, p. 4).

In haar beleidsplan heeft de BBC een nadrukkelijke rol toegekend aan de online mogelijkheden in het aanbieden van (televisie-)content, als ook in de inhoud van deze content. Door te investeren in het stimuleren van creatieve ideeën omtrent distributie en inhoud van online televisiecontent, willen zij meegaan in de creatieve kansen die technologische ontwikkelingen als het internet te bieden heeft. Mede door samenwerkingen met het publiek wil zij zorgen voor een meer gepersonaliseerd en meer interactief aanbod van content en diensten (BBC, 2013, p. 6). Dit heeft geresulteerd in de ontwikkelingen van een online platform voor online aanbieden van televisiecontent: de BBC iPlayer. De strategie van de BBC, in de uitvoering van haar publieke taak en met inachtneming van de eerder genoemde doelstellingen, wordt als volgt verwoord:

The universal nature of the licence fee brings with it an obligation to strive to deliver all the BBC's services, and the same quality of service, to all parts of the audience. The BBC seeks to ensure that every household has convenient access to each relevant service, free at the point of use. It must do so in a way that safeguards easy, accessible, open routes to BBC content; sustains quality, free-to-air platforms; represents value for money; secures baseline standards of quality, brand attribution and due prominence; meets legal obligations; and is technically feasible. (BBC, 2013, p. 8)

Het realiseren van deze doelstellingen wordt echter niet verder uitgewerkt in het beleidsplan, wanneer het aankomt op de ontwikkelingen omtrent het online aanbieden van televisiecontent. De focus ligt hierin voornamelijk op lineaire televisie- en radiodiensten, waar tevens concrete plannen uitblijven. In het licht van (redactionele) onafhankelijkheid, reclame-inkomsten en sponsoring is het interessant om op te merken dat de publieke diensten van de BBC uitsluitend inkomsten genereren uit *license fees* (kijk- en luistergeld), zoals blijkt uit de budgettering van de BBC in het beleidsplan (BBC, 2013, pp. 11-15). De motieven voor het verbod op audiovisuele commerciële communicatie via de publieke kanalen zijn uiteenlopend. Het verbod dient enerzijds ter bescherming van de (redactionele) onafhankelijkheid van de BBC, zodat zij puur vanuit publiek belang kan dienen in uitvoering van haar taken, anderzijds dient het ter bescherming van inkomsten voor commerciële zenders. Door de license fees kan de BBC voorzien in een hoog kwalitatief aanbod, welke toegankelijk is voor iedereen en kan zij investeren in datgene zij belangrijk acht in uitvoering van haar publieke taak. De commerciële activiteiten die de BBC ontplooit zijn onafhankelijk van de publieke diensten van de BBC. De inkomsten die hieruit gegenereerd worden, worden gebruikt om de license fees zo laag mogelijk te houden (BBC, n.d.).

Het beleidsplan van de BBC sluit op enkele vlakken aan bij de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten van de Europese Unie, waarbij vermeld dient te worden dat er – evenals in het *Concessiebeleidsplan 2010-2016* van de NPO (2010) – geen melding wordt gemaakt van Europese wet- en regelgeving met betrekking tot de omroepactiviteiten van de BBC. Er is in het beleidsplan van de BBC in ruimere mate aandacht voor het thema innovatie; ook zij erkent de mogelijkheden die technologische ontwikkelingen met zich meebrengen in het aanbieden van non-lineaire televisiecontent. Concrete handelingen blijven echter onbeschreven. In lijn met de publieke taken van de publieke omroepen worden ook de thema's onafhankelijkheid, pluriformiteit en toegankelijkheid summier belicht. Het thema reclame krijgt echter meer aandacht, vanwege de motieven in het waarborgen van de onafhankelijkheid van de BBC, zoals is gebleken in de voorgaande alinea. De BBC benoemt enkele punten welke een afspiegeling zijn van de wet- en regelgeving in de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, echter blijkt ook hier geen directe koppeling te vinden tussen Europees beleid en het beleid van de publieke omroep BBC.

Evenals het *Concessiebeleidsplan 2010-2016* van de NPO, zoals is gebleken in deze analyse, beschrijft het *Executive summary workplan for 2013/14* van de BBC de strategieën in het uitvoeren van de publieke taak, met het oog op het aanbieden van televisie- en radiocontent - zowel lineair als non-lineair. In haar geformuleerde doelstellingen is er in ruime mate aandacht voor de (toekomstige) online activiteiten van de BBC, echter worden de ambities uitsluitend beschreven en niet concreet uitgewerkt. Zij benadrukt echter meermaals

haar functie en bijkomende verplichtingen in het uitvoeren van de publieke taak, met inachtneming van de verantwoordelijkheden tegenover de betalers van de *license fees*, als zijnde de enige bron van financiering van de publieke tak van de BBC Trust. Er komen in het beleidsplan echter wel enkele thema's terug uit de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, waar de BBC in haar uit te voeren beleid extra nadruk legt op thema's als innovatie, (redactionele) onafhankelijkheid en toegankelijkheid in de uitvoering van haar publieke taak.

4.4. DR en beleid ten aanzien van non-lineaire videodiensten

Het vierde deel van de analyse betreft het beleid ten aanzien van non-lineaire mediadiensten door de Deense publieke omroep. De onafhankelijke publieke omroep DR bestaat sinds 1925 en is daarmee het oudste Deense mediabedrijf, wat een zestal televisiezenders, een elftal nationale radiozenders en online- en mobiele platforms beslaat. DR wordt, evenals de BBC, gefinancierd door *license fees* (DR, 2013). De doelstellingen van DR omtrent het aanbieden van haar mediadiensten zijn vastgelegd in de *DRs virksomhedsstrategi 2015-18* (DR, 2015). Uit de in het document beschreven visie van DR blijkt een duidelijke blik gericht op de toekomst, waarin zij stelt dat zij content wil aanbieden "wat het delen waard is - originele en hoogstaande content, op de relevante platforms" (DR, 2015, p. 2). Om deze visie uit te voeren in de veranderende mediaomgeving waarin publieke omroepen acteren, stelt DR dat zij diverse veranderingen zal moeten doorvoeren en nieuwe markten zal moeten aanboren, om de content voor iedere Deen beschikbaar te maken via de gewenste platforms. Hierop aansluitend ziet DR door het gebruik van digitale media tevens meer mogelijkheden in de ondersteuning van het publieke debat en het versterken van de culturele identiteit (DR, 2015,

2). In het kader van de publieke taken van de omroep, schetst DR in het bedrijfsplan een aantal sterke punten van de omroep: zo is zij politiek en commercieel onafhankelijk; acht zichzelf een belangrijk en zichtbaar cultureel instituut die ruim vertegenwoordigd is in de maatschappij; is zij actief op diverse platforms; en is zij de grootste werkgever in de Deense journalistiek met een sterke organisatie, die ondersteuning geniet van een grote achterban in het land (DR, 2015, p. 3).

Om de organisatie en de ontwikkeling ervan verder te versterken, heeft DR een vijftal speerpunten opgesteld in het uit te voeren beleid. Het eerste speerpunt is het aanbieden van hoogwaardige, innovatieve en originele content, waarbij de publieke taak en het algemeen belang van de omroep als leidraad dient. Naast de inhoud van content en de manier waarop het wordt aangeboden, wil zij zich ook richten op een verhoogde professionalisering van de organisatie in de wijze van communicatie. Dit wil zij, naar eigen zeggen, deels bewerkstelligen door zich vast te blijven houden aan haar journalistieke onafhankelijkheid (DR, 2015, p. 4).

Een tweede speerpunt is een focus op het digitale aanbod van deze content. DR ziet dat er naast het traditionele lineaire televisieaanbod meer vraag is naar digitale en non-lineaire content; online of via apps voor smartphone, tablet en Smart TV. Zij stelt dat zij zich meer zal gaan richten op het aanbieden van content via andere platforms dan via reguliere televisie-uitzendingen, zonder afbreuk te doen aan de kwaliteit van het aanbod en haar publieke taak (DR, 2015, p. 4). In het verlengde hiervan ligt, bij het derde speerpunt, de specifieke nadruk op het aanbieden van content voor kinderen en jeugdigen, die zij omschrijft als *digital natives*. Het gaat hier om zowel de inhoud als de wijze van aanbieden van content, waar educatie en plezier beide een belangrijke rol spelen, afgestemd op de wensen en behoeften van kinderen en hun ouders (DR, 2015, p. 5).

Ten vierde wil DR haar positie als meest betrouwbare nieuwsbron van Denemarken behouden en waar mogelijk versterken. Zij wil op innovatie wijze - door zich extra te richten op nieuwe media – haar publieke taken blijven vervullen, waarin pluriformiteit en culturele diversiteit, alsmede onafhankelijkheid in het aanbod gewaarborgd dienen te blijven. Het aanbod moet tevens toegankelijk zijn voor de gehele maatschappij (DR, 2015, p. 5). Om voorgaande speerpunten in de praktijk te brengen, heeft DR een aantal prioriteiten opgesteld in de vorm van het vijfde en tevens laatste speerpunt. Deze prioriteiten zijn gericht op een zowel sociale als organisatorische ontwikkeling, om enerzijds aan de wensen en behoeften van de maatschappij te voldoen en anderzijds vooruitstrevend te zijn in technologische vooruitgang in het aanbieden van content, waar voor beide punten input uit en medewerking met de gemeenschap een belangrijke rol spelen (DR, 2015, p. 5).

Evenals de Nederlandse en Britse publieke omroepen, spreekt DR in haar beleidsplan niet over Europese invloed in de uitvoering van haar publieke taken. Er zijn echter wel een aantal thema's die in haar beleid naar voren komen. Het thema innovatie wordt in ruime mate besproken, waarmee de erkenning van de mogelijkheden door technologische ontwikkelingen in het aanbieden van online televisiecontent gedeeld wordt met de Europese Unie. Terugkerende thema's in de analyses zijn pluriformiteit, onafhankelijkheid en toegankelijkheid, waar ook het Deense DR aandacht voor heeft, in lijn met de publieke taken van de nationale publieke omroepen.

Zoals blijkt uit de analyse beschrijft DR in haar beleidsplan, evenals de NPO en BBC in de voorgaande analyses, toekomstplannen voor het genereren en aanbieden van mediacontent. In het beleidsplan heeft zij in ruime mate aandacht voor de veranderende mediaomgeving waarin publieke omroepen acteren, waar zij nadrukkelijk vermeldt zich te gaan richten op andere platforms dan lineaire televisie. Deze platforms zijn smartphones, tablet en Smart TV. Een belangrijke pijler in het beleidsplan is het afstemmen van de content en de manier waarop het wordt aangeboden aan jongeren, waar DR oog heeft voor de veranderde manier van mediagebruik bij de jongere generaties. De beschreven speerpunten

zijn echter - evenals bij voorgaande analyses van NPO en BBC - normatief van aard en blijven concrete voorbeelden uit. De thema's uit de analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten waar DR zich op richt in haar beleid zijn innovatie, pluriformiteit, onafhankelijkheid en toegankelijkheid. Er is hier, tevens, geen directe koppeling te ontdekken tussen Europees en nationaal beleid, en kunnen deze belichte thema's eerder toegeschreven worden aan de kerntaken van de publieke omroep, zoals beschreven door Iosfidis (2012).

4.5. Conclusie analyse beleid NPO, BBC & DR

De Europese Unie heeft in de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten getracht wet- en regelgeving door te voeren met oog op een alsmaar veranderende mediaomgeving, wat gestuurd wordt door technologische ontwikkelingen. Uit de analyse van deze richtlijn zijn een aantal thema's en concepten naar voren gekomen, welke als leidraad hebben gediend voor de analyse van beleidsdocumenten van de publieke omroepen NPO (Nederland), BBC (Verenigd Koninkrijk) en DR (Denemarken). De belangrijkste thema's uit de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten voor deze analyse zijn: de doelstellingen van de Europese Unie; naleving van de richtlijn; innovatie; pluriformiteit; onafhankelijkheid; en reclame. De voornaamste doelstelling van de EU voor het opstellen van de richtlijn is het stimuleren van de Europese televisiemarkt; één Europese markt waar goederen vrij verhandeld kunnen worden. In de richtlijn wordt de nadruk gelegd op het stimuleren van de markt voor audiovisuele mediadiensten op aanvraag, gezien de voortgaande technologische ontwikkelingen waar publieke omroepen mee te maken hebben in het aanbieden van hun content. Audiovisuele mediadiensten op aanvraag genieten een bijzondere status in de richtlijn, omdat deze gevrijwaard zijn van strikte wet- en regelgeving. De onthouding van wettelijke beperkingen in het aanbieden van online televisiecontent, dient ter bevordering van de technische innovatie door publieke omroepen in het aanbieden van audiovisuele mediadiensten. In de toekomst mogelijk virtueel grenzeloos, zoals de Europese Unie voor ogen heeft met haar richtlijn.

Zowel de Nederlandse, Britse als Deense publieke omroep spreekt in haar beleidsplan over de mogelijkheden van de hedendaagse technieken in het aanbieden van televisiecontent, en de daarmee samenhangende verantwoordelijkheden ten aanzien van hun publieke taak. De omroepen hebben meerjarige doelstellingen geformuleerd om deze technologische ontwikkelingen – zoals online televisiediensten op aanvraag via smartphone of tablet – verder uit te putten, echter worden er geen concrete voorbeelden gegeven van de markten die zij willen aanboren. Er lijkt hier dan ook geen sprake van innovatief beleid, echter meer voldoen aan de vraag zoals deze op het moment wordt gesteld. De voordelen van een actieve online benadering van het aanbieden van televisiecontent worden echter wel gezien, daar waar deze volgens de omroepen bijdragen aan een meer pluriform aanbod en een hogere (culturele)

diversiteit in het aanbod, wat specifiek gericht kan worden aan verschillende doelgroepen. De omroepen streven alle naar een hoge mate van pluriformiteit, blijkens de beleidsplannen, waardoor er geen onderscheid te maken is in mate van pluriformiteit op basis van de theorie van mediasystemen van Hallin en Mancini (2004). De drie omroepen spreken tevens over een hoge mate van (journalistieke) onafhankelijkheid en professionaliteit, waar op basis van de gepresenteerde teksten wederom geen onderscheid in te maken is tussen de verschillende landen.

Wanneer er gekeken wordt naar de koppeling tussen het Europees beleid – zoals is opgesteld in de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten – en het beleid van de nationale publieke omroepen, is er een aantal terugkerende thema's te benoemen. Het centrale thema is innovatie; de nationale publieke omroepen kennen dezelfde waarde toe aan technologische ontwikkelingen in het aanbieden van online televisiecontent als de Europese Unie, zoals beschreven in de voorgaande alinea. De gedachten over de mogelijkheden door technologische ontwikkelingen en innovatie zijn eensluidend en worden uitgebreid besproken. Naast het thema innovatie, worden door de nationale publieke omroepen ook de thema's pluriformiteit, toegankelijkheid en onafhankelijkheid benoemd en uitgewerkt in de beleidsplannen. Alleen de BBC spreekt in haar beleid over het thema reclame. Opvallend is dat er enkele thema's uit de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten onbenoemd blijven: zo wordt er niet gesproken over de doelstellingen van de Europese Unie en de naleving van de richtlijn, en worden de onderwerpen uit de overige bepalingen niet benoemd. Een reden voor de huidige uitwerking van het beleid is mogelijk dat de nationale publieke omroepen zich in het beleid voornamelijk richten op de uitvoering van haar publieke taken, gericht op het binnenland. Hieruit kan worden opgemaakt dat de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten slechts een wettelijk kader schetst omtrent de uitvoering van de kerntaken van de publieke omroepen, echter met een door de Europese Unie achterliggend motief een eensgezinde interne Europese markt te creëren. In het kader van de wettelijke mogelijkheden van de nationale publieke omroepen is op dit vlak ruimte om zich verder te ontwikkelen.

4.6. Webpresence NPO

Het derde onderdeel van het onderzoek beslaat de webpresence van de publieke omroepen, in dit onderzoek geoperationaliseerd als de wijze van het aanbieden van online televisiecontent door deze nationale publieke omroepen. Er wordt gekeken naar de online mogelijkheden die de publieke omroepen bieden in het bekijken van non-lineaire televisiecontent, alsmede naar de mate van aanvullende content en de wijze waarop deze geboden wordt. In de analyse wordt gebruik gemaakt van het in hoofdstuk 3 beschreven analyseschema, waarin de kwaliteitsdimensie, kwaliteitscriteria en de publieke waarden worden gedefinieerd aan de hand van een drietal dimensies en onderliggende categorisering van - voor dit onderzoek -

relevante kenmerken. Allereerst zal een inleidende analyse van de webpresence van de NPO aan bod komen, gevolgd door inleidende analyses van de webpresence van respectievelijk DR en BBC. Hierna volgt een vergelijking van de webpresence van de onderlinge publieke omroepen, aangevuld met overige bevindingen uit het onderzoek. Afsluitend volgt een algehele conclusie van dit onderdeel van het onderzoek.

De Nederlandse Publieke Omroep heeft haar aanbod van televisiecontent verzameld op de website <http://www.npo.nl> (hierna: NPO.nl). Op deze overzichtspagina is het mogelijk de drie lineaire televisiezenders, alsmede een achttal lineaire digitale themakanalen, live te bekijken. De website biedt naast het aanbod live online televisie-uitzendingen, tevens een programmagids en de mogelijkheid tot het live beluisteren van radio-uitzendingen. NPO.nl is het online portaal van de NPO voor het aanbod van non-lineaire televisiecontent. Het biedt de mogelijkheid alle reeds lineair uitgezonden televisieprogramma's online te herbekijken; content van zowel de nationale publieke omroep als een selectie van content van regionale publieke omroepen. Hiernaast bevat het een selectie van fragmenten van eerder uitgezonden televisieprogramma's.

Het aanbod televisiecontent op NPO.nl beslaat, zoals reeds aangegeven, eerder uitgezonden lineaire televisiecontent, afkomstig van de verschillende omroepen en omroepverenigingen binnen de NPO. Gezien de grote diversiteit aan omroepen en omroepverenigingen, is het mogelijk te stellen dat er een grote mate van pluriformiteit en diversiteit in het programma-aanbod op NPO.nl te vinden is. Het door verzuiling gekenmerkte omroepenbestel in Nederland (Hallin & Mancini, 2004) biedt de basis voor een grote verscheidenheid aan meningen en invloeden in de inhoud van het programma-aanbod, waarmee specifieke belangen kunnen worden bediend. Deze specifieke belangen – en wensen – komen tevens terug in de diverse themakanalen van de NPO, welke gethematiseerd zijn als onder andere kinderen, cultuur, nieuws en politiek. Echter, het aanbod aan televisiecontent op NPO.nl kenmerkt zich door het beperkte aanbod in termen van innovatieve programma's en diensten, daar waar het slechts een online portaal is naar reeds lineair uitgezonden televisieprogramma's. Deze beperkingen worden opgevangen door een immens versplinterd aanbod van websites van de afzonderlijke themakanalen, alsook de websites van de omroepen en omroepverenigingen. In het verlengde hiervan ligt de nieuwsvoorziening, door een themakanaal wat de gehele dag nieuwsprogramma's uitzendt. De mate van onafhankelijkheid mag hoog worden geacht, waar volgens Hallin en Mancini (2004) in het *civiel of corporatief* model, waaronder de NPO gerekend mag worden, de professionele autonomie veelal hoog is (p. 74).

Het verschil tussen de portaal NPO.nl en de websites van de afzonderlijke omroepen en themakanalen – waarbij de themakanalen een prominente doorverwijzing krijgen vanaf de website – is voornamelijk te vinden in de verstrekking van (achtergrond-)informatie

aangaande en rondom televisiecontent, wat op NPO.nl nagenoeg ontbreekt. Er wordt tevens op meer innovatieve wijze non-lineaire content aangeboden, welke niet via het lineaire aanbod beschikbaar is. Er lijkt hier, om die reden, een grote afstand te zitten tussen hetgeen de NPO als organisatie tracht uit te stralen – als zijnde één platform voor de gehele publieke omroep – en datgene wat de overige publieke omroepen en themakanalen in aanbod verzorgen. Van de eerder door de NPO genoemde cohesie tussen landelijke omroepen (NPO, 2014a) lijkt hier derhalve geen sprake. Dit gegeven bevestigt echter de invloed van de verzuiling op de inrichting van het mediabestel, waar iedere afzonderlijke omroep haar eigen content aanbiedt, waarvan slechts het lineaire aanbod terug te vinden is op NPO.nl. Er is hier tevens sprake van een hoge mate van fragmentatie en individualisatie in het aanbod, als gesteld door d’Haenens et al. (2011) in de beschrijving van de overgang van PSB naar PSM. Deze fragmentatie en individualisatie is, in het geval van de NPO, tweeledig: enerzijds in het algehele aanbod van online content, mede door de beschikbaarheid van verschillende digitale themakanalen; en anderzijds in de inrichting van het mediabestel, die zijn oorsprong vindt in de verzuiling.

NPO.nl kenmerkt zich, naast het eerdergenoemde beperkt innovatieve aanbod van programma’s en diensten, door een tekort aan interactiemogelijkheden. Deze tekortkomingen tracht zij teniet te doen door de mogelijkheid van het aanmaken van een account op de website, waarna het mogelijk is een gepersonaliseerd programma-aanbod te doen ontvangen, onder andere door middel van sociale media. Hiernaast biedt de NPO een *app*, waarmee het mogelijk is de televisiecontent op tablet of smartphone te bekijken. Door de beschikbaarheid van deze app voldoet zij aan haar doelstelling content te leveren via een verschillend aantal distributiekkanalen.

Een tweede dienst die zij leveren is het concept NPO Plus, waar de gebruiker toegang heeft tot dezelfde televisiecontent in een hogere kwaliteit, en exclusieve series en films. NPO Plus is echter onderdeel van een samenwerkingsverband met commerciële televisiezenders, en biedt haar content slechts aan tegen betaling. De beschikbaarheid van meer innovatieve en hoogwaardige televisieprogramma’s komt in dit geval tot uiting in een aanbod van content van hogere resolutie, wat echter niet vrij toegankelijk is voor de bezoeker, waarmee het indruist tegen het gegeven van de Europese Unie, dat stelt dat het publiek toegang moet hebben tot informatie of evenementen van belang, zonder additionele betaling (Europese Unie, 2010, p. 6). De vraag is hier in welke mate de content op NPO.nl onder deze noemer te plaatsen valt. Door de content van de publieke omroep te benoemen als publiek goed, welke grotendeels gefinancierd is door middel van belastinggeld, wordt door middel van het aanbieden van televisiecontent tegen betaling het argument van het faciliteren van een oneerlijke concurrentiepositie ten aanzien van commerciële omroepen (Debrett, 2009, p. 807) in stand gehouden, mede gezien de audiovisuele commerciële communicatie die na een

steekproef getoond blijkt te worden voorafgaand aan enkele programma's. Gezien de beperkte Europese regelgeving met betrekking tot audiovisuele commerciële communicatie, is het mogelijk dat nationale regelgeving hierop van toepassing is.

Uit de analyse is gebleken dat de Nederlandse Publieke Omroep zowel lineaire als non-lineaire televisiecontent online verzamelt op NPO.nl. De vroegere verzuiling binnen het Nederlandse mediabestel zorgt voor een zeer divers en pluriform aanbod aan zowel televisiecontent als beschikbare mediakanalen. Thematisering in het aanbod, afgestemd op specifieke doelgroepen, zorgt eveneens voor een hoge mate van fragmentatie en individualisatie van de beschikbare online diensten. Reguliere lineaire televisiecontent is terug te vinden op één centraal punt - namelijk de portaal NPO.nl - wat na uitzending tevens te bekijken is in non-lineaire vorm. De programma's worden sporadisch voorafgegaan door audiovisuele commerciële communicatie, waar het mogelijk alleen getoond wordt wanneer programma's gesponsord worden door de aanbieders van de reclames, in lijn met de Europese regelgeving omtrent audiovisuele commerciële communicatie, zoals blijkt uit paragraaf 4.1.1.7. van dit onderzoek. De hoge mate van versplintering in het algehele aanbod aan mogelijkheden voor het bekijken van televisiecontent van de NPO - daar waar alle omroepen en themakanalen gebruik maken van ieder hun eigen website - maakt het aanbod onoverzichtelijk voor de gebruiker. Dit geldt niet per definitie voor de digitaal beschikbare lineaire content; de afzonderlijke omroepen en themakanalen bieden - naast eveneens de mogelijkheid tot het terugkijken van deze lineaire content - een aanvullend aanbod videocontent en achtergrondinformatie. Innovatieve diensten en programma's blijven echter uit, zij het summier in de vorm van het aanbieden van content in hogere resolutie tegen betaling, en *apps* voor mobiele apparaten als smartphones en tablets. De gevonden en besproken resultaten uit deze analyse zijn schematisch weergegeven in Tabel 2., om deze later in het onderzoek te vergelijken met de resultaten uit de analyses van de webpresence van de Britse en Deense publieke omroepen:

Tabel 2. Analyse digitale mediasystemen - Nederland

<i>Kwaliteitsdimensie</i>	<i>Kwaliteitscriteria</i>	<i>Publieke waarde</i>	<i>Resultaten</i>
Content	Onafhankelijkheid	1. (Neutrale) nieuwsvoorziening	Beperkte nieuwsvoorziening, hoge mate van onafhankelijkheid
	Pluriformiteit	2. Nationale identiteit	Internationaal grotendeels vrij toegankelijk Nationaal gericht aanbod, alleen televisiecontent
		3. Specifieke belangen	Hoge mate van pluriformiteit (verzuiling, themakanalen)
	Variatie	4. Diversiteit in het programma-aanbod	Grote diversiteit in programma-aanbod Versplinterd aanbod content
	Reclame	5. Audiovisuele commerciële communicatie	Beperkt reclame in online programma's
Service	Interactie	6. Interactiemogelijkheden	Hoge toegankelijkheid
Technisch	Innovatie	Intern	7. Beschikbaarheid van innovatieve programma's en diensten
		Extern	Gemiddelde aandacht innovatieve programma's en diensten Standaard gemiddelde technische kwaliteit, hogere kwaliteit mogelijk (abonnement)

4.7. Webpresence DR

De Deens publieke omroep, DR, heeft haar online activiteiten verzameld op de website <http://www.dr.dk> (hierna: DR.dk). De website biedt een uitgebreid nieuwsoverzicht op de hoofdpagina en een ruim aanbod aan lineaire en non-lineaire televisie- en radiocontent op vervolgpagina's, inclusief achtergrondinformatie betreffende deze content. DR.dk geeft een overzicht van alle programma's van de omroep, gecategoriseerd naar zender of thema. Van hieruit is het mogelijk deze programma's te herbekijken. Het is tevens mogelijk, voor in Denemarken woonachtige bezoekers van de website, de lineaire zenders online te bekijken. Hiernaast biedt de website een programmagids, met korte informatie omtrent de uitgezonden televisieprogramma's.

DR.dk opent met een uitgebreide nieuwspagina. Gezien de ambitie van DR om de positie als meest betrouwbare nieuwsbron van Denemarken te behouden, met nieuws dat toegankelijk is voor iedereen – zoals aangegeven in de *DRs virksomhedsstrategi 2015-18* (DR, 2015) – kan de plaatsing van het nieuwsoverzicht op de hoofdpagina worden verklaard. Daar waar mogelijk bieden de artikelen begeleidende videobeelden of radiofragmenten, afkomstig van DR zelf. DR hecht grote waarde aan haar journalistieke onafhankelijkheid – het wordt tevens als versterking gezien voor een toekomstgerichte, verdere

professionalisering van de organisatie (DR, 2015, p. 4) – waarmee zij, mede door het voorzien in een neutrale nieuwsvoorziening en algemene of universele verslaggeving, voldoet aan enkele door Iosfidis (2012) gestelde basisprincipes van Europese publieke omroepen.

De website van DR.dk biedt een overzicht van alle op de reguliere televisiezenders uitgezonden programma's; zowel eigen producties als aangekochte programma's. Op DR.dk is het mogelijk de lineaire als non-lineaire programma's te bekijken. Daar waar voor niet in Denemarken woonachtige bezoekers het non-lineaire aanbod volledig toegankelijk is, is het voor deze groep niet mogelijk de live uitzendingen van het lineaire aanbod online te bekijken. Deze beperking komt voort uit een conflict op basis van rechten voor het uitzenden van enkele mogelijk uit te zenden programma's, waar er alleen rechten zijn aangekocht voor het binnenlands vertonen van deze content. Dit gegeven staat haaks op de in paragraaf 4.1.1.1. genoemde doelstelling van de Europese Unie, waarin zij pleit voor één grensoverschrijdende, interne markt voor Europese mediaproducties. Een mogelijke reden hiervoor zijn contractuele afspraken met producenten of distributeurs van buiten de Europese Unie. Als niet in Denemarken woonachtige bezoeker is de overige televisiecontent te bekijken, bovenal wanneer dit een door DR geproduceerde televisieproductie is.

Het online portaal van DR bevat alle doorverwijzingen naar interne pagina's betreffende haar zenders en programma's, met ieder extra informatie en (video-)content. In termen van pluriformiteit en variatie biedt DR.dk content voor uiteenlopende doelgroepen en belanghebbenden, waarmee zij naast de basisprincipes van publieke omroepen tevens voldoet aan haar eigen doelstellingen. De videocontent is eveneens beschikbaar via *apps* voor smartphone en tablet, waardoor de content beschikbaar is voor iedereen op ieder gewenst platform en waarmee zij de stelling van Debrett (2009) aangaande de mogelijkheden in het aanbieden van innovatieve content via verschillende kanalen door toedoen van convergerende media bevestigen.

Op basis van deze analyse blijkt dat de website van de Deense publieke omroep, DR.dk, een uitgebreid en divers aanbod televisiecontent biedt, wat zowel lineair als non-lineair bekeken kan worden. Hiernaast wordt er nieuws verzorgd en geeft het uitgebreide programma-informatie, waarmee zij aan zowel hun eigen doelstellingen als de publieke taak van de publieke omroepen voldoen. Problemen doen zich echter voor wanneer men vanuit het buitenland bepaalde content wil bekijken, daar waar een deel – waaronder het streamen van lineaire televisiecontent – niet beschikbaar is vanwege al dan niet verkregen rechten tot uitzenden buiten de eigen landsgrenzen. De resultaten van deze analyse zijn schematisch weergegeven in Tabel 3. en komen verder aan bod in paragraaf 4.9.:

Tabel 3. Analyse digitale mediasystemen - Denemarken

<i>Kwaliteitsdimensie</i>	<i>Kwaliteitscriteria</i>	<i>Publieke waarde</i>	<i>Resultaten</i>
Content	Onafhankelijkheid	1. (Neutrale) nieuwsvoorziening	Uitgebreide nieuwsvoorziening, hoge mate van onafhankelijkheid
	Pluriformiteit	2. Nationale identiteit	Internationaal grotendeels vrij toegankelijk Nationaal gericht aanbod, alle content
		3. Specifieke belangen	Hoge mate van pluriformiteit
	Variatie	4. Diversiteit in het programma-aanbod	Grote diversiteit in programma-aanbod Centraal aanbod content
	Reclame	5. Audiovisuele commerciële communicatie	-
Service	Interactie	6. Interactiemogelijkheden	Hoge toegankelijkheid
Technisch	Innovatie	Intern 7. Beschikbaarheid van innovatieve programma's en diensten	Hoge aandacht innovatieve programma's en diensten
		Extern	Standaard hoge technische kwaliteit

4.8. Webpresence BBC

De BBC, de Britse publieke omroep, maakt gebruik van meerdere websites voor het aanbieden van (televisie-)content. De reguliere webpagina <http://www.bbc.com> voorziet in een nieuwsoverzicht, verwijzingen naar pagina's met door BBC gegenereerde nieuwscontent op basis van diverse thema's, alsmede verwijzingen naar themapagina's gericht op specifieke doelgroepen, zoals kinderen. De sectie gericht op televisie behelst (na een automatische doorverwijzing) een voor de Benelux Nederlandstalig overzicht van programma-informatie en een programmagids. Het platform voor non-lineaire televisiecontent is de BBC iPlayer, via <http://www.bbc.co.uk/iplayer>.

De iPlayer verzorgt de streaming van de non-lineaire televisiecontent van de BBC, in combinatie met een programmagids en informatie over de desbetreffende programma's, gecategoriseerd naar zender of thema. De televisiecontent is echter alleen beschikbaar voor en te bekijken door inwoners van het Verenigd Koninkrijk, naar eigen zeggen in verband met de kosten voor de rechten van het wereldwijd verspreiden van het materiaal (BBC Europe, n.d.). De televisiecontent, ongeacht de producent van de televisiecontent, is slechts gericht op de binnenlandse markt. Een verklaring hiervoor zou te vinden kunnen zijn in het feit dat het Verenigd Koninkrijk zich, volgens Hallin en Mancini (2004) kenmerkt door een hoge mate van autonomie in de publieke mediasector. De BBC ontplooit buiten het Verenigd Koninkrijk

commerciële activiteiten welke onafhankelijk zijn van de publieke diensten die zij verleent. Onder deze activiteiten valt ook het aanbieden van een zevental zenders van de BBC via digitale televisie, welke tegen betaling buiten het Verenigd Koninkrijk te ontvangen zijn. In dit geval is de keuze voor het niet beschikbaar maken van content voor kijkers buiten het Verenigd Koninkrijk te zien als een financiële overweging. Dit gegeven bevestigt de stelling van Küng (2000), dat publieke omroepen door het veranderende medialandschap nieuwe markten hebben moeten aanboren voor het genereren van inkomsten. Het is de vraag in welke mate het mogelijk moet zijn de content binnen de Europese Unie beschikbaar te maken voor de niet in het Verenigd Koninkrijk woonachtige kijkers, in lijn met de doelstellingen van de Europese Unie voor één interne televisiemarkt.

De BBC biedt, als gezegd, de mogelijkheid buiten het Verenigd Koninkrijk een aantal zenders te ontvangen via digitale televisie, door middel van een abonnement via de service provider. Voor niet in het Verenigd Koninkrijk woonachtige bezoekers van de website van de BBC is er een automatische doorverwijzing naar een Nederlandstalige pagina met een programmagids met programma-informatie. Deze pagina's omtrent programma's bevatten naast programma-informatie ook beeldmateriaal als previews en extra's. Er zijn tevens doorverwijzingen naar interactieve content als sociale media. Het online bekijken van volledige televisieprogramma's, zowel lineair als non-lineair, wordt hier echter niet aangeboden.

In de analyse komt naar voren dat de BBC haar televisiecontent heeft verzameld in de BBC iPlayer, een portaal voor het non-lineair streamen van programma's. De BBC iPlayer is afzonderlijk van de hoofdpagina van de BBC, waar overige content als nieuws en achtergrondvideo's worden aangeboden. De iPlayer is echter niet beschikbaar voor niet in het Verenigd Koninkrijk woonachtige bezoekers van het portaal, waardoor het vanwege rechten en financiële motieven onmogelijk is buiten het Verenigd Koninkrijk de op deze pagina aanwezige televisiecontent te bekijken, wat in strijd is met de eerdergenoemde doelstellingen van de Europese Unie. Er wordt echter wel voorzien in een Nederlandstalige pagina met informatie omtrent in Nederland te ontvangen lineaire televisiezenders van de BBC. Gezien de afwezige mogelijkheid tot van het bekijken van televisiecontent van de BBC, wordt het vergelijkend onderzoek tussen de drie nationale publieke omroepen in deze ernstig beperkt. De beschreven en genoemde resultaten van deze analyse zijn schematisch weergegeven in Tabel 4.:

Tabel 4. Analyse digitale mediasystemen – Verenigd Koninkrijk

<i>Kwaliteitsdimensie</i>	<i>Kwaliteitscriteria</i>	<i>Publieke waarde</i>	<i>Resultaten</i>
Content	Onafhankelijkheid	1. (Neutrale) nieuwsvoorziening	Uitgebreide nieuwsvoorziening, hoge mate van onafhankelijkheid
	Pluriformiteit	2. Nationale identiteit	Internationaal zeer beperkt toegankelijk (financiële motieven) Deels internationaal gericht aanbod buiten televisiecontent
		3. Specifieke belangen	Hoge mate van pluriformiteit
	Variatie	4. Diversiteit in het programma-aanbod	Grote diversiteit in programma-aanbod Deels versplinterd aanbod
	Reclame	5. Audiovisuele commerciële communicatie	-
Service	Interactie	6. Interactiemogelijkheden	-
Technisch	Innovatie	Intern 7. Beschikbaarheid van innovatieve programma's en diensten	Gemiddelde aandacht innovatieve programma's en diensten
		Extern	-

4.9. Vergelijkende analyse webpresence NPO, DR & BBC

4.9.1. Kwaliteitsdimensies content, service en technisch

De drie publieke omroepen hebben op verschillende wijze hun aanbod ingericht. Er is in deze een onderscheid te maken tussen drie manieren van aanbod van content; de NPO richt zich met haar portaal <http://www.npo.nl> uitsluitend op het aanbieden van zowel lineaire als non-lineaire televisiecontent, aangevuld met een programmagids; DR biedt met <http://www.dr.dk> een totaalaanbod van zowel nieuws als lineaire en non-lineaire televisiecontent, met een ruim aanbod aan achtergrondinformatie en gethematiseerde (televisie-)content op achterliggende websites; BBC biedt met <http://www.bbc.com> een aanbod nieuws en overige nieuwswaardige thema's, met zowel een verwijzing naar de BBC iPlayer voor non-lineaire content als een programmapagina gericht op de Benelux.

De NPO onderscheidt zich in deze door slechts reeds lineair uitgezonden televisiecontent beschikbaar te maken op haar website. Dit gegeven wordt mede veroorzaakt door, als eerder vermeld, de grote versplintering binnen de organisatie door een veelvoud aan onafhankelijke omroepen en omroepverenigingen. Daar waar dit gegeven de pluriformiteit en diversiteit in het aanbod ten goede komt, is men echter gewezen op de websites van de afzonderlijke omroepen voor meer innovatieve televisiecontent – met andere woorden niet voorheen lineair uitgezonden televisieprogramma's, of overige informatie omtrent

programma's en nieuws. Daar waar de nieuwsvoorziening op de portalen van de drie nationale publieke omroepen in mindere mate beeldmateriaal en dus in hogere mate geschreven tekst is, al dan niet begeleid door videomateriaal, kan het voor de NPO als tekortkoming worden gezien in het aanbieden van een degelijke nieuwsvoorziening, en derhalve een beperkter aanbod aan nieuws- en televisiecontent op één centrale plaats. De neutraliteit van de nieuwsvoorziening door nationale publieke omroepen is in dit onderzoek moeilijk te meten, echter spreken Hallin en Mancini (2004, p. 67) over een hogere mate van autonomie van de mediasystemen waaronder NPO, DR en BBC gerekend mogen worden.

Van het beperkte aanbod televisiecontent buiten de voorheen lineair uitgezonden televisieprogramma's van de NPO is ook sprake bij de BBC. De BBC vangt dit echter op door een meer uitgebreide, gethematiseerde nieuwsvoorziening, alsmede door Nederlandstalige informatie en interactiemogelijkheden te verschaffen omtrent door haar uitgezonden televisieprogramma's. Deze informatie en interactiemogelijkheden blijven echter beperkt door tekstuele informatie en previews voor televisieprogramma's. De grootste beperking in het aanbieden van zowel lineaire als non-lineaire televisiecontent komt voort uit het feit dat het onmogelijk is voor niet in het Verenigd Koninkrijk woonachtige bezoekers gebruik te maken van de BBC iPlayer. Zowel de NPO als DR hebben slechts een beperking op het live streamen van lineaire content, dit, zoals reeds aangegeven, in verband met het ontbreken van rechten op het digitaal uitzenden van enkele televisieprogramma's. Bij zowel de portalen van DR als de NPO is het mogelijk non-lineaire content in het buitenland te bekijken. De nationale identiteit komt bij de drie publieke omroepen nadrukkelijk naar voren in het gegeven dat de portalen slechts in de nationale taal te bekijken zijn. Een uitzondering hier is de pagina met Nederlandstalige programma-informatie van de BBC.

Specifieke belangen en diversiteit in het programma-aanbod en overige content worden door de drie nationale publieke op verschillende wijzen gediend. De omroepen staan naar eigen zeggen voor een hoge mate van pluriformiteit in het aanbod van televisiecontent, een gegeven dat op basis van de online beschikbare content bevestigd kan worden, zij het in het geval van de BBC slechts gericht op het Verenigd Koninkrijk. De NPO draagt bij aan het dienen van specifieke belangen door het aanbieden van themakanalen met lineaire content, waar DR zich onderscheidt door een veelvoud aan achtergronden en extra content door middel van specifieke pagina's omtrent televisieprogramma's. Dit is ook het geval bij de NPO als gehele organisatie, daar waar de aangesloten omroepen en omroepverenigingen zorg dragen voor deze content, wat – zoals reeds beschreven – enerzijds zorgt voor een hoge diversiteit in het aanbod, maar ook voor een hoge mate van versnippering, en los gezien moeten worden van datgene wat NPO aanbiedt. Het gegeven dat het op de pagina's van de afzonderlijke omroepen eveneens mogelijk is reeds uitgezonden content te herbekijken, draagt in deze niet positief bij aan de versplintering binnen de organisatie van de NPO. In zijn

algemeenheid, bevestigen deze gegevens de stelling van Bardoel en d'Haenens (200b), Iosfidis (2012) en Küng (2000) dat er door toedoen van de convergerende media een groter aanbod voor de consument beschikbaar is. In het beschikbare aanbod televisiecontent is er slechts in het geval van de NPO sprake van audiovisuele commerciële communicatie door derden, voorafgaand aan een select aantal programma's. Zoals is gebleken in paragraaf 4.1.1.7., biedt de richtlijn Audiovisuele Mediadiensten de wettelijke ruimte om de consument op deze wijze te voorzien in audiovisuele commerciële communicatie, en is de NPO mogelijk gewezen op nationale wetgeving omtrent reclame en sponsoring van televisiecontent. DR onthoudt zich van iedere vorm van audiovisuele commerciële communicatie van derden op haar websites en in programma's. Gezien de beperkte mogelijkheden in het bekijken van televisiecontent van de BBC via de iPlayer, is het niet mogelijk onderzoek te doen naar audiovisuele commerciële communicatie in de iPlayer.

Volgens de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, is minstens “gebarentaal, ondertiteling, audiodescriptie en gemakkelijk te begrijpen menunavigatie” (Europese Unie, 2010, p. 6) vereist in het aanbod van non-lineaire content, ter ondersteuning van gehandicapten en ouderen. De door de Europese Unie vermelde “gemakkelijk te begrijpen menunavigatie” is in deze een subjectieve ervaring, de overige diensten met betrekking tot toegankelijkheid zijn bij het portaal van zowel de NPO als DR in ruime mate aanwezig, en dragen hierin bij aan een hoge mate van interactie en toegankelijkheid in uitvoering van de publieke taak. Vanwege de beperkte mogelijkheid tot het bekijken van televisiecontent via de iPlayer, zoals vermeld in de voorgaande alinea, is het onmogelijk de iPlayer op deze functionaliteiten te onderzoeken.

In het aanbod technische of innovatieve diensten zijn de publieke omroepen vergelijkbaar. Naast de beschreven portalen maken zij ook gebruik van apps voor smartphone en tablet en leveren zij digitale televisie. In het geval van digitale televisie is BBC een uitzondering, daar waar zij deze dienst ook in het buitenland leveren. NPO biedt naast het reguliere portaal het platform NPO Plus, wat als samenwerking met commerciële zenders als NLZiet een breder aanbod televisiecontent verzorgd, waar het tevens mogelijk is content reeds voor de lineaire uitzending online te bekijken, zij het tegen betaling. Daar waar dit enerzijds ingaat tegen de publieke taak van de omroep, krijgen de publieke omroepen de ruimte om binnen het framework Broadcasting Communication uit 2001 hun kerntaken uit te voeren naar eigen invulling van (online) distributie, mits het binnen de wettelijke kaders valt (Harrison & Woods, 2007; Just et al., 2012). In de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten wordt echter gesproken over de toegankelijkheid voor informatie en evenementen van aanzienlijk belang voor de samenleving, welke kosteloos tot het publiek dienen te komen. De vraag in deze is in hoeverre de content onder deze noemer valt, mede gezien het gegeven dat dezelfde content, zij het in lagere kwaliteit, via het reguliere portaal beschikbaar is. De BBC

hanteert een soortgelijke handelswijze, door content voor niet in het Verenigd Koninkrijk woonachtige kijkers slechts tegen betaling en uitsluitend via digitale televisie beschikbaar te maken. In tegenstelling tot de Britse en Nederlandse publieke omroep, maakt het Deense DR geen gebruik van inkomstenwerving in het aanbieden van de reguliere of aanvullende televisiecontent. Deze vergelijkende analyse heeft geleid tot de volgende resultaten, welke schematisch zijn weergegeven in Tabel 5.:

Tabel 5. Analyse digitale mediasystemen – Vergelijking

	Nederland (NPO)	Denemarken (DR)	Verenigd Koninkrijk (BBC)
Content	1. Beperkte nieuwsvoorziening, hoge mate van onafhankelijkheid	Uitgebreide nieuwsvoorziening, hoge mate van onafhankelijkheid	Uitgebreide nieuwsvoorziening, hoge mate van onafhankelijkheid
	2. Internationaal grotendeels vrij toegankelijk Nationaal gericht aanbod, alleen televisiecontent	Internationaal grotendeels vrij toegankelijk Nationaal gericht aanbod, alle content	Internationaal zeer beperkt toegankelijk (financiële motieven) Deels internationaal gericht aanbod buiten televisiecontent
	3. Hoge mate van pluriformiteit (verzuiling, themakanalen)	Hoge mate van pluriformiteit	Hoge mate van pluriformiteit
	4. Grote diversiteit in programma-aanbod Versplinterd aanbod content	Grote diversiteit in programma-aanbod Centraal aanbod content	Grote diversiteit in programma-aanbod Deels versplinterd aanbod
	5. Beperkt reclame in programma's	Geen reclame	Geen reclame
Service	6. Hoge toegankelijkheid	Hoge toegankelijkheid	-
Technisch	7. Gemiddelde aandacht innovatieve programma's en diensten Standaard gemiddelde technische kwaliteit, hogere kwaliteit mogelijk (abonnement)	Hoge aandacht innovatie programma's en diensten Standaard hoge technische kwaliteit	Gemiddelde aandacht innovatieve programma's en diensten -

4.9.2. Webpresence en de (online) mediasystemen

Ondanks het gegeven dat de nationale publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk zich binnen dezelfde Europese wettelijke kaders begeven, zijn er, als beschreven in de voorgaande paragrafen, grote onderlinge verschillen in de wijze van het aanbieden van audiovisuele mediacontent. Dit ondanks de sterke overeenkomsten in het door hun gevoerde beleid omtrent het aanbieden hiervan, gericht op een digitale toekomst. In het oorspronkelijke framework van Hallin en Mancini (2004) worden Nederland en Denemarken gerekend tot het *Northern European or Democratic Corporatist Model*, en het Verenigd Koninkrijk tot het *North Atlantic or Liberal Model*, zij het met enige overlap tussen bepaalde karakteristieken van deze mediasystemen. Enige bevindingen uit de voorgaande paragraaf zijn te herleiden vanuit de door Hallin en Mancini gestelde kenmerken van mediasystemen en politieke systemen. Zo is er in Nederland, gezien de onafhankelijke status van de Nederlandse

Publieke Omroep en haar afzonderlijke omroepen, sprake van een hoge mate van zelfregulering en professionalisering binnen de publieke omroep. Hiernaast kenmerkt de inrichting van de Nederlandse publieke omroep zich door de vroegere verzuiling, waardoor een groot aantal afzonderlijke omroepen en omroepverenigingen – ontstaan vanuit een pluriforme gedachte - content creëren, opererend onder één overkoepelend orgaan: de Nederlandse Publieke Omroep. Dit zorgt er tevens voor dat er geen cohesie is in het algehele aanbod van content en beperkt zich in het portaal NPO.nl slechts tot lineair en non-lineaire televisiecontent, in tegenstelling tot Denemarken en het Verenigd Koninkrijk. Het is hier dat de *governance of public broadcasting* en wijze van politieke invloed, waar Nederland door Hallin en Mancini gerekend wordt tot het *civiele of corporatieve model* (p. 31), nog steeds zijn weerslag heeft op de inrichting van het publieke bestel.

Denemarken kenmerkt zich in de wijze van aanbieden eveneens in een hoge mate van pluralisme, alsmede zelfregulering en professionalisering, zoals gebleken is uit de analyse van het beleid van de nationale publieke omroep DR. Het is hier dat er mogelijk een verschuiving plaatsvindt, binnen de modellen van *governance of public broadcasting* van Hallin en Mancini (2004, pp. 30-31), van het *parlementaire- of proportionele representatie model* naar het professionele model, in de wijze van aanbieden van content. Deze content wordt, in tegenstelling tot de NPO, wel centraal beheerd, inclusief uitsluitend online beschikbare videocontent gericht op specifieke doelgroepen. De audiovisuele mediadiensten zijn internationaal grotendeels vrij toegankelijk, wat het mogelijk maakt deze content buiten Denemarken te bekijken. Dit geldt, evenals bij de NPO, niet voor lineair uitgezonden televisieprogramma's. De hoge mate van professionalisering leidt er tevens toe dat er in hoge mate aandacht is voor innovatieve programma's en diensten. De professionalisering leidt in het geval van de BBC tot deels andere resultaten, daar waar de professionalisering zich tevens uit op financieel vlak, door ervoor te kiezen content zeer beperkt toegankelijk te maken voor niet-Britten. Dit gegeven wordt in het framework van Hallin en Mancini benoemd als een meer marktgeoriënteerd systeem. Daar waar de marktgeoriënteerde karakteristiek in dit framework niet specifiek benoemd wordt voor het Verenigd Koninkrijk, blijkt uit het beleidsplan van de BBC dat hier wel degelijk sprake is voor internationale activiteiten van de publieke omroep.

In termen van technische aspecten, is het de NPO die als enige dezelfde content in een andere wijze aanbiedt, door de mogelijkheid een betaald abonnement af te sluiten, waarmee de televisiecontent in een hogere resolutie bekeken kan worden. Door in deze abonnementsvorm te voorzien, neigt de NPO in lichte mate richting een meer marktgeoriënteerd systeem, als beschreven bij de BBC in voorgaande alinea. Het is DR echter, die een hogere standaard hanteert in de technische aspecten in de wijze van aanbieden – een standaard hoge resolutie – en derhalve geen noodzakelijke mogelijkheid dient te bieden

in het verkrijgen van hoogwaardiger content. Gezien de beperkingen opgelegd voor kijkers uit het buitenland, is het in deze niet mogelijk geweest deze technische aspecten van de BBC iPlayer te onderzoeken. De aandacht voor innovatieve programma's en diensten, uit zich voornamelijk in het gegeven dat de omroepen zich bewust zijn van de mogelijkheden van de technologische ontwikkelingen in het aanbieden van hun content via verschillende platforms. Naast de erkenning van dit gegeven in de beleidsplannen van de omroepen, vindt dit tevens zijn weerslag in de verschillende platforms die zij hanteren, wat zich uit in het gebruik van zowel een online platform, als het aanbieden van apps voor smartphone en tablet.

Wanneer er gekeken wordt naar het schema in Tabel 5. in de voorgaande paragraaf, is te zien dat er op verschillende vlakken overlap plaatsvindt, maar zijn er tevens grote verschillen in aan te duiden. Op basis van de gevonden resultaten is te concluderen dat de verschillen tussen Nederland en Denemarken het kleinst zijn in termen van content, al is het grootste verschil de meermaals aangegeven versplintering in het algehele aanbod van de NPO. De definitie van Public Service Media, zoals beschreven door Iosfidis (2012) en Murray (2013), is het meest evident in het geval van de Deense publieke omroep DR. Op basis van de bevindingen mag gesteld worden dat, gekeken naar zowel de publieke taak van de omroepen, aandacht voor technologische ontwikkelingen en het aanbieden van digitale content, de Deense publieke omroep een nieuwe standaard zet, waar deze rol voorheen was weggelegd voor de BBC volgens Debrett (2009) en Küng (2008). Afgaande op de gevonden resultaten, vinden er in het framework van Hallin en Mancini (2004) omtrent mediasystemen geen verschuivingen plaats binnen het *Northern European or Democratic Corporatist Model* en het *North Atlantic or Liberal*, maar blijft de diversiteit op dit niveau behouden.

4.10. Conclusie webpresence NPO, DR & BBC

De wijze waarop de drie nationale publieke omroepen NPO, DR en BBC zowel hun lineaire als non-lineaire televisiecontent aanbieden, verschillen op diverse vlakken. Naast de reguliere televisiecontent, bieden DR en BBC meer diverse content in lijn met de publieke taak van deze omroepen. Deze content onderscheidt zich door het bieden van nieuws en overige gethematiseerde content. In de wijze van aanbieden alsmede de aangeboden content is er op enkele plaatsen overlap, alsook grote verschillen in de aangeboden content. Het is met name de NPO die tekortschiet in het aanbieden van nieuws en overige informatie, dit wordt echter opgevangen door het aanbieden van lineaire themakanalen. Waar de NPO tekort schiet in haar nieuwsvoorziening en achtergrondinformatie, door zich op NPO.nl te beperken tot het aanbieden van reeds lineair uitgezonden televisiecontent, is het BBC die haar televisiecontent slechts beschikbaar maakt voor inwoners van het Verenigd Koninkrijk, waardoor het niet mogelijk is deze content nader te onderzoeken. De nationale publieke omroep DR voldoet echter aan alle gestelde punten in uitvoering van haar publieke taak, zowel nationaal als

internationaal. Op het gebied van innovatieve diensten en programma's zijn de resultaten van de publieke omroepen relatief eensluidend.

Binnen het door Hallin en Mancini (2004) opgestelde framework van mediasystemen, is er ruwweg een tweedeling te maken tussen enerzijds het *Northern European or Democratic Corporatist Model*, waaronder Nederland en Denemarken gerekend worden, en anderzijds het *North Atlantic or Liberal Model*, waaronder het Verenigd Koninkrijk valt. Gezien de resultaten is er geen absolute conclusie te trekken dat er binnen deze systemen een verschuiving plaatsvindt, daar waar de onderlinge verschillen tussen de landen uit beide modellen hiervoor te groot zijn in termen van het aanbieden van content. Het is Denemarken echter die het voortouw neemt in de transformatie van Public Service Broadcasting naar Public Service Media, waar zij zich op innovatieve wijze een volledig aanbod aan content levert in lijn met de publieke taak van de nationale omroepen.

5. Conclusie & Discussie

In het laatste hoofdstuk van het onderzoek zal, naar aanleiding van de gevonden resultaten, antwoord worden gegeven op de gestelde hoofd- en deelvragen. De vraag, als gesteld in de inleiding, is in welke mate de publieke omroep levensvatbaar en relevant kan blijven, en of dit mogelijk is in meer online gerichte activiteiten in het aanbieden van televisiecontent, zonder af te doen aan de kerntaken en doelstellingen van de publieke omroep. De reden hiervoor is de mogelijke herstructurering van het huidige bestel van de overkoepelende Nederlandse Publieke Omroep, dat zich kenmerkt door een veelvoud aan afzonderlijke omroepen en omroepverenigingen, naar het model van de BBC. De onderzoeksvraag die hier beantwoord dient te worden is als volgt:

Op welke manier geven publieke omroepen in Europese landen invulling aan de online televisieactiviteiten om de Europese en nationale wettelijke en maatschappelijke doelstellingen van de publieke omroepen vorm te geven?

Antwoord op deze vraag wordt gegeven door allereerst de afzonderlijke deelvragen te behandelen, gevolgd door een algehele conclusie en discussie in de hiernavolgende paragrafen. Waar de deelvragen reeds uitgebreid zijn behandeld en geconcludeerd in de resultaten in het vierde hoofdstuk, volgen hier de beknopte beschrijvingen van deze resultaten en conclusies.

5.1. Deelvragen

Deelvraag 1. Op welke manier is Europees beleid ten aanzien van het online aanbieden van televisiecontent ingericht?

Het eerste deel van het onderzoek besloeg een analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, om antwoord te geven op de vraag op welke wijze Europees beleid is ingericht ten aanzien van het online aanbieden van televisiecontent. Uit de analyse valt op de maken dat de Europese Unie als voornaamste doelstelling heeft het creëren van één grensoverschrijdende, interne markt voor audiovisuele mediaproducties, waarin technologische ontwikkelingen een voorname rol spelen, zoals ook wordt onderkend door Burri-Nenova (2007). De richtlijn dient als wettelijke basis voor deze doelstelling, als reactie op de technologische ontwikkelingen die de mediaconvergentie drijven. Een gegeven waar nationale publieke omroepen in grote mate mee te maken hebben. Zoals is gebleken uit de analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, genieten audiovisuele mediadiensten op aanvraag een andere status dan reguliere media. In termen van televisiecontent betekent dit

dat er andere regels van toepassing zijn op het aanbieden van non-lineaire televisiecontent dan van de lineaire variant. Dit gegeven zou het voor aanbieders van non-lineaire content, in dit onderzoek de Nederlandse Publieke Omroep, de Deense publieke omroep DR en het Britse BBC, makkelijker moeten maken op meer innovatieve wijze in hun content te voorzien via digitale kanalen. In de richtlijn wordt aangegeven dat de aanbieders van audiovisuele mediadiensten op aanvraag zich slechts aan de hoofdlijnen binnen de richtlijn dienen te houden, de vraag is echter wat hiermee bedoeld wordt, gezien het ontbreken van een duidelijke uitleg van deze hoofdlijnen. Gezien het feit dat de richtlijn bedoeld is wettelijke kaders te creëren als reactie op een steeds doorontwikkeldende mediaconvergentie, is het ontbreken van een concrete focus op innovatie en ontwikkeling een manco in dit beleid. Dit komt tot uiting in de aard van de richtlijn, waar deze zich voornamelijk richt op de inhoudelijke kenmerken van de aangeboden content, en niet zozeer in de wijze waarop deze wordt aangeboden. De wet- en regelgeving omtrent het aanbieden van non-lineaire content is derhalve interpretatief van aard voor de aanbieders als wel de toezichthouders. Dit resultaat sluit aan bij de stelling van Ancion et al. (2011), dat de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten beleid bemoeilijkt, mede vanwege de brede definitie van aanbieders van mediacontent, als gesteld in hoofdstuk 2.

Deelvraag 2. Op welke manieren voeren publieke omroepen in Nederland, Denemarken en Het Verenigd Koninkrijk beleid omtrent het online aanbieden van televisiecontent en hoe verhouden deze zich tot elkaar?

In het tweede deel van de analyse wordt antwoord gegeven op de vraag op welke manieren de drie nationale publieke omroepen audiovisuele mediadiensten benaderen in hun beleid. Uit de resultaten blijkt dat de omroepen zich in sterke mate de mogelijkheden en voordelen realiseren die technologische ontwikkelingen en de hierop volgende mediaconvergentie met zich meebrengen. Op basis van deze kennis hebben zij allen doelstellingen geformuleerd, waarin een duidelijke blik op de toekomst is gericht. De voordelen van de ontwikkelingen in het aanbieden van audiovisuele mediacontent worden door allen erkend, met name op het gebied van pluriformiteit en diversiteit in het aanbod en de mogelijkheid op meerdere platforms te acteren. Hiermee trachten zij te voldoen in hun publieke taak, daar waar, zoals ook Bardoel en d'Haenens (2008b, p. 352) van spreken, de veranderingen in mediaconsumptie duidelijk zichtbaar zijn. Er wordt echter uit het beschreven beleid niet geheel duidelijk op welke concrete manieren zij hier invulling aan willen geven. Dit geldt tevens voor de manier waarop zij hun journalistieke onafhankelijkheid willen bekrachtigen en behouden. Uit de analyse van de beleidsdocumenten van de nationale publieke omroepen blijkt eveneens dat er geen benoemde aandacht is voor beleid van Europees niveau, waaruit is

op te maken dat het gevoerde beleid omtrent het aanbieden van lineaire en non-lineaire televisiecontent een nationale aangelegenheid is en Europees beleid slechts handvatten biedt in de uitwerking en uitvoering van dit beleid op nationaal niveau. Alhoewel er een aantal thema's uit de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten - met als voornaamste het thema innovatie - meermaals worden benoemd door de nationale publieke omroepen valt er te concluderen dat deze thema's zich voornamelijk baseren op de door Iosfidis (2012) beschreven kerntaken van de publieke omroepen.

Deelvraag 3. Op welke manieren maken de publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk gebruik van het internet in het aanbieden van online televisiecontent en hoe verhouden deze zich tot elkaar?

Om de derde deelvraag te beantwoorden, is er gekeken naar de wijze waarop de drie nationale publieke omroepen hun televisiecontent online aanbieden. Op basis van de analyse valt te stellen dat er grote verschillen zijn tussen de drie omroepen, zowel op basis van televisiecontent als wel aanvullende content in uitvoering van de publieke taak. De Nederlandse Publieke Omroep kenmerkt zich door het online aanbieden van uitsluitend lineaire en non-lineaire televisiecontent, voornamelijk op basis van programma's die reeds analoog lineair zijn uitgezonden. Hiernaast biedt zij enkele lineaire digitale themazenders. Voor aanvullende content is men aangewezen op de pagina's van de afzonderlijke omroepen en omroepverenigingen, waar eveneens dezelfde content te vinden is als via het portaal van de NPO. Daar waar Hallin en Mancini (2004) spreken over een proces waarbij de verzuiling in het omroepbestel in Nederland wordt afgebouwd (p. 263), is dit op basis van de gevonden resultaten in dit onderzoek niet te bevestigen. Er mag voorzichtig gesteld worden dat de vroegere verzuiling nog steeds zijn weerslag heeft op de inrichting van het bestel, al lijkt de inrichting van de NPO als overkoepelend orgaan in het aanbieden van online televisiecontent dit gegeven terug te dringen, waarmee zij de ambitie uitstraalt zich van het *civiel* of *corporatief* model richting het professionele model te willen organiseren. De BBC daarentegen, biedt een completer aanbod content. Naast aanvullende programma-informatie, deels verkrijgbaar in verschillende talen, vindt men hier tevens een uitgebreide nieuwsvoorziening. Geheel tegenstrijdig met de doelstellingen van de Europese Unie, is de non-lineaire televisiecontent niet beschikbaar voor bezoekers van buiten het Verenigd Koninkrijk. Dit gegeven komt voort uit de internationale bedrijfsvoering van de BBC, gericht op commerciële activiteiten buiten de eigen landsgrenzen. Hallin en Mancini (2004) bevestigen dit gegeven door te stellen dat Europese publieke omroepen zich steeds meer marktgeoriënteerd opstellen (pp. 231-232), wat in dit onderzoek slechts terug te zien is in de commerciële activiteiten die bedreven worden door de Britse publieke omroep. De

webpresence Deens DR kan gezien worden als een combinatie van de uitvoering door eerdergenoemde landen, daar waar zij in ruime mate voorziet in zowel lineaire als non-lineaire televisiecontent, inclusief een ruime nieuwsvoorziening en achtergrondinformatie. Met enige voorzichtigheid mag gesteld worden dat het gegeven dat de verschuiving niet direct richting het liberale model plaatsvindt, maar de verschillen tussen de twee modellen vergroot zijn door veranderingen in de markt, zoals gesteld is door Hallin en Mancini (2004, p. 295).

Op basis van de analyse van het beleid en de webpresence van de nationale publieke omroepen NPO, DR en BBC is er antwoord te geven op de vraag op welke manier het online aanbieden van audiovisuele mediadiensten door deze publieke omroepen past binnen het framework van mediasystemen van Hallin en Mancini (2004). Met name binnen de modellen van *governance in public broadcasting* en politieke invloed op de publieke omroepen is het *civiel* of *corporatief* model nog duidelijk zichtbaar in de inrichting van de Nederlandse publieke omroep, en kan gesteld worden dat in het beleid van de Deense publieke omroep er een verschuiving plaatsvindt van het *parlementaire*- of *proportionele representatie model* naar het professionele model, waaronder ook de BBC gerekend mag blijven worden. Dit mede op basis van het gegeven dat er geen zichtbaar maatschappelijke of politieke invloeden te zien zijn in het omschreven beleid en in de manier waarop de content wordt aangeboden, maar gekenmerkt wordt door een autonome organisatie, met oog voor diversiteit en pluriformiteit. Een specificatie van het online mediasysteem, op basis van het aanbieden van hun content, zowel televisiecontent als overige informatie, leidt tot de conclusie dat de ontwikkelingen van een publieke omroep als Public Service Broadcasting naar Public Service Media, zoals beschreven door Iosfidis (2012) en Murray (2013), het meest zichtbaar zijn in het geval van de Deense omroep DR. Op basis van de resultaten mag geconcludeerd worden dat, met inachtneming van de publieke taken van de omroepen, het Deense DR in het kader van het online aanbieden van content als leidend mag worden beschouwd. Dit wordt verder beargumenteerd in de volgende paragraaf.

5.2. Hoofdvraag

Op welke manier geven publieke omroepen in Europese landen invulling aan de online televisieactiviteiten om de Europese en nationale wettelijke en maatschappelijke doelstellingen van de publieke omroepen vorm te geven?

Voor dit onderzoek zijn er, om antwoord te geven op de hoofdvraag, diverse analyses uitgevoerd, welke gericht zijn op Europese wetgeving met betrekking tot audiovisuele mediadiensten, het beleid van drie nationale publieke omroepen omtrent en de wijze waarop

zij audiovisuele mediadiensten online aanbieden. Gezien het feit dat de Europese wetgeving met betrekking tot deze diensten vrij ruim en grotendeels interpreteerbaar is uitgewerkt en in het geval van concrete richtlijnen voornamelijk inhoudelijk van aard zijn, mag er worden verwacht dat de publieke omroepen ruim binnen de wettelijke kaders acteren. Beleidsmatig worden de technologische ontwikkelingen omarmd, en worden deze in ruime mate geïmplementeerd in het uitgevoerde beleid. In de meeste gevallen is vrijwel alle reeds lineair uitgezonden televisiecontent online aanwezig, om deze op aanvraag terug te kijken. Grote verschillen doen zich, op internationaal niveau, echter voor in de beschikbaarheid ervan. De BBC maakt het voor niet-Britse bezoekers onmogelijk de non-lineaire televisiecontent te bekijken. Daar waar beleid omtrent het aanbieden van televisiecontent een nationale aangelegenheid is, en de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten hierin slechts handvatten biedt, staat dit gegeven, als opgemaakt uit de analyse van de Richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, haaks op de doelstelling van de Europese Unie voor het creëren van één interne markt voor de distributie en productie van televisiecontent, met het oog op het vrije verkeer van goederen. Daar waar deze doelstelling losstaat van de mogelijkheid door publieke omroepen te kiezen voor het al dan niet beschikbaar te maken van deze content – in het geval van de BBC vanuit financiële motieven, zou de Europese Unie, met het oog op het stimuleren van de Europese televisiemarkt en in het bijzonder audiovisuele mediadiensten op aanvraag, alsmede de publieke taak van (Europese) publieke omroepen, er zorg voor moeten dragen dat alle door de Europese publieke omroepen gegenereerde content, ongeacht de beschikbare rechten van deze content, beschikbaar is voor alle in de Europese Unie woonachtige kijkers. Dit zou gerealiseerd kunnen worden door het verschaffen van subsidies voor het afkopen van de rechten. In het geval van af te kopen rechten van niet-Europese producties, zal er verdere onderzoek noodzakelijk zijn.

De nationale publieke omroepen BBC, NPO en DR voorzien alle in een ruim aanbod content, zowel lineair als non-lineaire televisiecontent, aanvullende televisiecontent en nieuws. De non-lineaire diensten beslaan voornamelijk de mogelijkheden tot het bekijken van reeds uitgezonden lineaire televisieprogramma's. De lineaire diensten worden verzorgd door de mogelijkheid van het live streamen van analoog uitgezonden televisieprogramma's, alsmede themazenders. De aanvullende content bestaat achtergrondinformatie rondom televisiecontent, inclusief unieke, voorheen niet lineair uitgezonden videocontent. Hiermee wordt de vraag van Just et al. (2012), in hoeverre het online aanbod van publieke omroepen "zich moet beperken tot een aanvulling van het reeds bestaande televisieaanbod, of dat het gezien mag worden als een volwaardig en uniek media-aanbod" (p. 52), beantwoord door de beschikbare alternatieve content. De nieuwsvoorzieningen bestaan voornamelijk uit tekstuele nieuwsberichten, eventueel voorzien van videobeelden. Binnen de drie publieke omroepen bestaan verschillen in mate van beschikbaarheid van de genoemde typen content. De NPO

zich kenmerkt door de afwezigheid van aanvullende content en nieuws, maar een ruime beschikbaarheid van non-lineaire televisiecontent. Dit gegeven komt voort uit het versplinterde aanbod afzonderlijke omroepen en omroepverenigingen, die ieder via hun eigen portaal in hun eigen content voorzien. De BBC kenmerkt zich door een groot aanbod in nieuwsvoorziening, echter de beschikbaarheid van de non-lineaire diensten in het buitenland is nihil. Het Deens DR voldoet in ruime mate aan de beschikbaarheid van de genoemde typen content, en kan derhalve, op basis van dit onderzoek, als leidend in het aanbieden van online (televisie-) content worden gezien, waar deze rol voorheen toebedeeld was aan de BBC.

Gezien de discussie omtrent de herinrichting van de Nederlandse publieke omroep, kan er op basis van dit onderzoek geconcludeerd worden dat wanneer deze plannen daadwerkelijk ten uitvoer worden gebracht, het model en de wijze van het aanbieden van content van DR als maatstaf gebruikt dient te worden. Waar de modellen van BBC en DR organisatorisch weinig verschillen, is het commentaar dat een vergelijkend model voor de Nederlandse Publieke Omroep niet mogelijk is zonder de juiste content en de manier waarop het wordt aangeboden, bevestigd door beide omroepen. In het commentaar dat de Nederlandse Publieke Omroep een meer commerciële richting uit zal gaan, pleiten de inkomstenwervingen van de BBC en DR buiten de reguliere televisiediensten in het voordeel van de Nederlandse Publieke Omroep. Dit gegeven behelst echter verder onderzoek, daar waar het in dit onderzoek slechts gericht is op de implementatie van beleid in het aanbieden van televisiecontent, en niet op de financiële motieven erachter.

Naar aanleiding van dit onderzoek is tevens te concluderen dat er een minimale verschuiving plaatsvindt binnen het framework van mediasystemen door Hallin en Mancini (2004), in termen van de positie van publieke omroepen binnen de geschetste modellen in hoofdstuk 2. Wanneer gekeken wordt naar de *governance in public broadcasting* en de mate van politieke invloed, mag geconcludeerd worden dat op basis van het gevoerde beleid en de digitale uitwerking hiervan de Deense publieke omroep zich richting een meer professioneel model ontwikkelt. Er is invulling gegeven aan de ontbrekende empirische data omtrent het aanbieden van online televisiecontent door de nationale publieke omroepen van Nederland, Denemarken en het Verenigd Koninkrijk. Hiermee is aangetoond dat het internet verschillende rollen speelt binnen de mediasystemen, zoals gesteld in het artikel van Moe en Sjøvaag (2008), zowel tussen de ideaaltypen als de hieronder te rekenen actoren.

Dit onderzoek biedt mogelijk een theoretische basis voor vervolgonderzoek naar de rol van het internet binnen de theorie van mediasystemen van Hallin en Mancini (2004), als ook naar de wijze waarop publieke omroepen Europees en nationaal beleid implementeren in de uitwerking en uitvoering van hun eigen beleid. Dit onderzoek biedt tevens een basis voor onderzoek naar de wijze waarop publieke omroepen gebruik kunnen maken van technologische ontwikkelingen in het online aanbieden van televisiecontent. Gezien de

beperkte tijd en middelen is er in dit onderzoek slechts gekeken naar een drietal landen, en heeft dit onderzoek zich beperkt tot de implementatie van Europees beleid door nationale publieke omroepen. Om een beter beeld te krijgen van de wettelijke mogelijkheden in het aanbieden van online televisiecontent, dient onderzoek gedaan te worden naar de manier waarop nationaal beleid op dit vlak is ingericht. Onderzoek naar de rol van het internet binnen de mediasystemen van Hallin en Mancini heeft zich in dit onderzoek beperkt tot het aanbieden van content via de belangrijkste websites van de drie publieke omroepen. Verder onderzoek, op grotere schaal, is echter nodig om een completer beeld te schetsen van de toepassingen van het internet door Europese publieke omroepen binnen het kader van de mediasystemen van Hallin en Mancini.

6. Literatuurlijst

- Ancion, P., Blokhuis, F., Doorman, L., Van Eijk, N., Evelein, K., Helberger, N., ... Van Der Straaten, R. (2011). *Mediadiensten op aanvraag en audiovisuele commerciële communicatie: eerste rapport van de Studiegroep Audiovisuele Commerciële Communicatie van de Vereniging voor Reclamerecht*. Geraadpleegd op <http://dare.uva.nl/en/record/445391>
- Bardoel, J. & d'Haenens, L. (2008a). Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems. *Media, Culture & Society*, 30, 337-355. doi:10.1177/0163443708088791
- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2008b). Public service broadcasting in converging media modalities: Practices and reflections from the netherlands. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(3), 351-360. doi:10.1177/1354856508091086
- BBC. (n.d.). Advertising. Geraadpleegd op <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/policiesandguidelines/advertising.html>
- BBC. (2013). BBC Executive summary workplan for 2013/14. Geraadpleegd op <http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/reports/pdf/workplan300513.pdf>
- BBC Europe. (n.d.). FAQ. Geraadpleegd op <http://www.bbceurope.com/benelux/faqs>
- Bernard, H. R. (2000). *Social research methods. qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks: Sage.
- Boeijs, H., 't Hart, H., & Hox, J. (2009). *Onderzoeksmethoden* (8ste druk). Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Burri-Nenova, M. (2007). The New Audiovisual Media Services Directive: Television Without Frontiers, Television Without Cultural Diversity. *Common Market Law Review*, 44(6), 1689-1725.
- Coppens, T., & Saeys, F. (2006). Enforcing performance: New approaches to govern public service broadcasting. *Media, Culture & Society*, 28(2), 261-284. doi:10.1177/0163443706061684
- Danish Ministry of Culture. (2010). Promulgation of the Radio and Television Broadcasting Act. Act no 477 of 06-05-2010. Geraadpleegd op http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/radio_og_tv/Engelsk_side/Promulgation_of_the_Radio_and_Television_Broadcasting_Act_2010.pdf
- Debrett, M. (2009). Riding the wave: Public service television in the multi-platform era. *Media, Culture & Society*, 31(5), 807-827. doi:10.1177/0163443709339466
- d'Haenens, L., Sousa, H., & Hultén, O. (2011). From public service broadcasting to public service media. In J. Trappel, W. Meier, L. d'Haenens, J. Steemers & B. Thomass (Eds.), *Media in Europe today*, (pp. 186-218). Bristol: Intellect
- Dommering, E. (2008). The ever growing complexity of regulating the information society. Geraadpleegd op:

- <http://www.ivir.nl/publicaties/dommering/Richard%20de%20Mulderbundel.pdf>
- DR. (2013). DR in brief. Geraadpleegd op http://www.dr.dk/Om_DR/About+DR/articles/2013/09/20093640.htm
- DR. (2015). DRs virksomhedsstrategi 2015-18. Geraadpleegd op http://www.dr.dk/NR/ronlyres/FD89D085-650C-4032-91E0-075F1DB0E613/6091011/DR_Strategi_20152018_ekstern_101.pdf
- Europese Commissie. (2011). *Green paper: on the online distribution of audiovisual works in the European Union: opportunities and challenges towards a digital single market*. Geraadpleegd op: http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2011/audiovisual/green_paper_COM2011_427_en.pdf
- Europese Unie. (2010). Publicatieblad van de Europese Unie, L095. Geraadpleegd op <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:FULL:NL:PDF>
- Gunter, B. (2000). Chapter 3 Overview of media research methodologies: media output. In *Media research methods*, (pp. 55-93). London, England: SAGE Publications, Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9780857028983.d3>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hardy, J. (2012). Comparing Media Systems. In: F. Esser & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Comparative Communication Research*, (pp. 185-206). Routledge: New York.
- Harrison, J. & Woods, L. (2007). *European Broadcasting Law and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press
- Howitt, D., Cramer, D. (2011). *Introduction to research methods in psychology, 3rd ed*. Essex: Pearson Education Limited
- Iosifidis, P. (2012). Mapping digital media: digital television, the public interest, and European regulation (Report No. 17). New York, USA: Open Society Foundations. Geraadpleegd op: http://openaccess.city.ac.uk/1768/1/mapping_digital_media.pdf
- Just, N., Latzer, M. & Saurwein F. (2012). Public Service Broadcasting Put to Test: Ex-Post Control of Online Services. *International Journal of Media and Cultural Politics. Volume 8; Issue 1*.
- Küng, L. (2000). Exploring the link between culture and strategy in media organisations: the cases of the BBC and CNN. *Journal of Media Management*, 2, 100-109. doi:10.1080/14241270009389927
- Küng, L. (2008). *Strategic management in the media. Theory to practice*. London: Sage.
- Ministerie van Buitenlandse Zaken. (n.d.). *Soorten besluiten*. Geraadpleegd op <http://www.minbuza.nl/ecer/eu-essentieel/soorten-besluiten.html>
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (2009). *Wet van 10 december 2009 tot wijziging van de Mediawet 2008 en de Tabakswet ter implementatie van de richtlijn Audiovisuele mediadiensten*. Geraadpleegd op <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2009-552.pdf>
- Moe, H. & Sjøvaag, H. (2008). The Challenges of Comparing Media Systems – An Interview With

- Daniel C. Hallin. *Journal of Global Mass Communication*, Vol. 1, Nos. 3/4 (Summer/Fall 2008).
- Murray, A. (2013). Rationalizing Creativity—Rationalizing public service: Is scheduling management fit for the digital era? *International Journal on Media Management*, 15(2), 119-136.
doi:10.1080/14241277.2013.782500
- NPO. (2010). Concessiebeleidsplan 2010-2016. Geraadpleegd op
<http://www.publiekeomroep.nl/system/files/28/original/concessiebeleidsplan20102016.pdf>
- NPO. (2013). Meerjarenbegroting 2014-2018. Geraadpleegd op
<http://www.rijksoverheid.nl/bestanden/documenten-en-publicaties/rapporten/2013/10/01/meerjarenbegroting-npo-2014-2018/meerjarenbegroting-npo-2014-2018.pdf>
- NPO. (2014a). Welke rol speelt de NPO als organisatie binnen het Nederlandse omroepbestel? Geraadpleegd op <http://help.npo.nl/faqs/welke-rol-speelt-de-npo-als-organisatie-binnen-het-nederlandse-omroepbestel>
- NPO. (2014b). Welke typen omroepen zijn er? Geraadpleegd op <http://help.npo.nl/faqs/welke-typen-omroepen-zijn-er>
- NPO. (2014c). Radio en tv-zenders Nederlandse Publieke Omroep vindbaar onder één naam. Geraadpleegd op <http://www.npo.nl/overnpo/pers/radio-en-tv-zenders-nederlandse-publieke-omroep-vindbaar-onder-een-naam-1>
- OECD. (2012). The Development and Diffusion of Digital Content. *OECD Digital Economy Papers*, No. 213. OECD Publishing. doi: 10.1787/5k8x6kv51z0n-en
- Rijksoverheid. (n.d.). Hervorming publieke omroep. Geraadpleegd op
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/hervorming-publieke-omroep>
- Rocha, Á. (2012). Framework for a global quality evaluation of a website. *Online Information Review*, 36(3), pp. 374 – 382.
- Schalken, J. (2015, 4 mei). maar npo, wat doet u nu? Geraadpleegd op
<http://www.vpro.nl/mag-dat/ongecoördineerd-media-aanbod/maar-npo-wat-doet-u-nu.html>
- SVT. (2014). Sveriges Televisions public service-redovisning 2013. Geraadpleegd op
<http://www.svt.se/omsvt/article1882447.svt/binary/SVT:s%20public%20service-redovisning%202013>
- UK Parliament. (2009). The Audiovisual Media Services Regulations 2009, SI 2009/2979. Geraadpleegd op http://www.legislation.gov.uk/uksi/2009/2979/pdfs/uksi_20092979_en.pdf
- Van Dijk, M., Nahuis, R., & Waagmeester, D. (2006). Does Public Service Broadcasting Serve The Public? The Future Of Television In The Changing Media Landscape. *De Economist*, vol. 154(2), p. 251-276.
- Van Soest, T. (2015, 23 april). NPO doet greep naar de macht in omroepland. *De Volkskrant*. Geraadpleegd op <http://www.volkskrant.nl>
- Verhoeven, K. (2015, 8 mei). Maak van de publieke omroep geen commercieel gedrocht. Geraadpleegd op <https://d66.nl/maak-van-de-publieke-omroep-geen-commercieel-gedrocht/>

7. Bijlagen

Bijlage 1. Tabel 6. Resultaten Analyse Europees beleid

1. Thema	3. Overweging	2. Artikel	4. Concept
I. Definities	Overwegingen 5, 21 tot en met 32, 39, 53, 96 tot en met 98	Artikel 1, leden 1 tot en met 4	Definities
1. Doelstellingen EU	Overwegingen 1, 12 en 47 Overwegingen 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74 en 75 Overweging 69	Artikel 16, leden 1 en 2 Artikel 17 Artikel 13	Doelstellingen EU, algemeen Doelstellingen EU, stimuleren Europese televisiemarkt Doelstellingen EU, stimuleren Europese televisiemarkt, audiovisuele mediadiensten op aanvraag Europese interne markt en vrij verkeer van goederen
2. Naleving richtlijn	Overwegingen 18, 50, 51 en 52 Overwegingen 57, 58 en 79 Overwegingen 17, 19, 20, 38, 42, 44, 45, 54, 78, 94, 95, 104 en 105 Overweging 35	Artikel 3, leden 1 tot en met 6 Artikel 4, leden 1 tot en met 8 Artikel 2, leden 1 tot en met 6	Naleving richtlijn, algemeen belang Naleving richtlijn, audiovisuele mediadiensten op aanvraag Naleving richtlijn, overige bepalingen Bevoegdheid
3. Innovatie	Overweging 4 Overweging 13		Technologische veranderingen Technologische vooruitgang en de publieke omroep
4. Pluriformiteit	Overwegingen 6 en 7 Overwegingen 34 en 48		Culturele diversiteit Pluralisme van de media
5. Onafhankelijkheid	Overweging 16	Artikel 10, lid 1, onderdeel a Artikel 10, lid 4	Persvrijheid en vrijheid van meningsuiting Onafhankelijk van sponsoring Sponsoring nieuws en actualiteitenprogramma's
6. Toegankelijkheid	Overwegingen 49, 55 en 56	Artikel 14, leden 1 tot en met 3 Artikel 15, leden 1 tot en met 6	Beschikbaarheid evenementen van aanzienlijk belang
7. Reclame	Overwegingen 80 tot en met 90, 99 tot en met 101 Overwegingen 91 tot en met 93	Artikel 9, lid 1 Artikel 19 tot en met 26 Artikel 9, lid 2 Artikel 10, lid 1, onderdelen b en c Artikel 10, lid 2 en 3 Artikel 11, leden 1 tot en met 4	Eisen audiovisuele commerciële communicatie Gedragscodes Voorwaarden sponsoring en productplaatsing
8. Overige bepalingen	Overwegingen 76 en 77 Overweging 46 Overwegingen 59, 60, 61 en 62 Overwegingen 102 en 103	Artikel 8 Artikel 7 Artikel 6 Artikel 12 Artikel 27, leden 1 tot en met 3 Artikel 28 Artikel 18	Uitzendrechten Toegankelijkheid gehandicapten en ouderen Bescherming minderjarigen en menselijke waardigheid Recht op weerwoord ten aanzien van televisie-uitzendingen Variatie lokale televisie