

Nanne Adriaans en
Anita M.J. van Hoof

Publiek programmeren in een commerciële context

In dit artikel wordt de vraag beantwoord welke programmeringsstrategieën de Nederlandse publieke omroepen hebben gehanteerd in de periode 1989-2000. De meeste publieke omroepen hebben hun programmeringsstrategie in deze periode aangepast aan de opgekomen externe concurrentie, echter in een andere richting dan verwacht.

Inleiding

Vanaf september 2006 zullen de programma's van de publieke omroepverenigingen op de Nederlandse televisie op een andere manier geprogrammeerd worden. Het zogenaamde *thuisnetmodel*, waarbij een publieke omroepvereniging of -stichting vrijwel al haar programma's op één net uitzendt, zal worden verlaten. Het thuisnetmodel werd in 1991 ingevoerd vanuit de achterliggende gedachte dat hiermee een duidelijke en herkenbare programmering ingevoerd kon worden, waarmee de publieke omroep zich zou kunnen wapenen tegen de concurrentie van commerciële omroepen die vanaf 1989 op de Nederlandse markt togetreden waren.

Vijftien jaar na de invoering van het thuismodel meent de Raad van Bestuur van de publieke omroep dat een ander programmeringsmodel betere kansen biedt om het publiek zo goed mogelijk te bedienen. Dat de concurrentie hevig is, is duidelijk. Vergeleken met andere EU-landen heeft Nederland in absolute zin de meeste algemene (analoge, open) televisiezenders, en dus een van de meest competitieve televisiemarkten in Europa (Leurdijk, 2004, p. 5).

Bij het nieuw in te voeren programmeringsmodel wordt per net aansluiting gezocht bij het profiel van verschillende kijkersgroepen, waarbij programma's van de verschillende omroepen over de drie publieke netten verdeeld worden. De herkenbaarheid van de netten wordt in het nieuwe model dus gevormd door de aard van de individuele programma's en niet meer door de aard van de individuele omroepen.

In het licht van het voorgaande is het interessant te weten hoe de verschillende publieke netten de afgelopen jaren geprogrammeerd hebben. Bood het thuisnetmodel de gewenste herkenbare programmering? Over de veranderingen die er sinds de opkomst van commerciële televisie hebben plaatsgevonden op het gebied van genreprogrammering op de verschillende publieke netten, zijn weinig gegevens bekend. De vraag van dit artikel luidt daarom als volgt: welke programmeringsstrategieën hebben de Nederlandse publieke omroepen gehanteerd in de periode 1989-2000?

De auteurs zijn verbonden aan de Vrije Universiteit Amsterdam, afdeling Communicatiewetenschap. Correspondentie naar de tweede auteur: De Boelelaan 1081, 1081 HV Amsterdam. E-mail: amj.van.hoof@fsw.vu.nl.

Publiek programmeren: de taak van publieke omroepen

In vrijwel alle West-Europese landen veranderde het televisiebestel eind jaren 1980 of begin jaren 1990 van de vorige eeuw ingrijpend. De publieke omroepen hadden tot dan toe een monopoliepositie bekleed, maar nu kregen zij met concurrentie van commerciële omroepen te maken. In Nederland leverden de publieke omroepverenigingen onderling al strijd om het behoud van kijkers, vanaf 1989 moest de publieke omroep als geheel voor het eerst ook concurreren met 'buitenstaanders'. De publieke omroepen dienden zich daardoor opnieuw te bezinnen op hun functie en betekenis voor de samenleving.

De legitimering van publieke omroepen wordt traditioneel gevonden in waarden als informatievoorziening en overdracht van cultuur en educatie. De opdrachten die publieke omroepen van hun respectievelijke regeringen meekregen, lagen dan ook in die richting. Blumler en Hoffman-Riem (1992) laten echter zien dat de grondslag voor alle West-Europese publieke omroepen weliswaar op culturele waarden gebaseerd was, maar dat er op Europees niveau geen duidelijke overeenstemming bestond over wat die waarden precies inhielden. De individuele lidstaten hadden relatief veel vrijheid met betrekking tot de inrichting van hun omroepbestel en het stellen van inhoudelijke richtlijnen betreffende de programmering. Dat gaf hen ook de mogelijkheid divers te reageren op de komst van commerciële omroepen.

Ondanks de diverse posities die in het debat over de taak van de publieke omroep worden ingenomen, is er één model dominant in het denken over de taak van de publieke omroep, zowel in de bedrijfstak als onder wetenschappers en critici: het pluralistische model. In een pluralistisch model gaat het niet primair om het aantal kijkers dat bereikt wordt, maar om de diversiteit of de breedte van het bereikte publiek. Diversiteit geldt als het centrale kwaliteitscriterium waarin publieke omroepen zich moeten onderscheiden van commerciële omroepen. In een pluralistisch model moeten publieke omroepen ook voor een publiek programmeren dat door de commerciële omroepen niet in voldoende mate bediend wordt. Met andere woorden: ze moeten niet alleen concurreren met de commerciële omroepen, zij moeten ook een complementair programma-aanbod brengen.

Publiek programmeren in een commerciële context

De vraag is nu hoe publieke omroepen in West-Europa in deze nieuwe fase invulling hebben gegeven aan hun opdracht. Met andere woorden: welke programmeringsstrategie hebben zij gevolgd en hoe divers was hun genre-programmering? Diverse auteurs in diverse Europese landen hebben zich met deze vraag beziggehouden (Aslama, Hellman & Sauri, 2004; De Bens, 1991; Van Cuilenburg & McQuail, 2003; Hellman, 2001; McQuail, 1992; Pfetsch, 1996; Van der Wurff, 2004; Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001). Over het algemeen verwachten deze auteurs dat publieke omroepen hun programmeringsstrategie zullen aanpassen, met als gevolg dat de kijker een minder divers programma-aanbod heeft om uit te kiezen (de diversiteitshypothese). Andere auteurs gaan een stap verder en veronderstellen dat door de afname van diversiteit publieke en commerciële omroepen qua programmering meer op elkaar gaan lijken. Dit wordt aangeduid als de

convergentiehypothese (Hellman, 2001; Pfetsch, 1996; Tsourvakas, 2004). De geldigheid van de diversiteitshypothese varieert per land. In Vlaanderen (De Bens, 1991) en Zweden (Machill, 1999) hebben de publieke omroepen aanvankelijk gereageerd met een verhoging van het aandeel amusementsprogramma's. In Finland (Aslama e.a., 2004) en Duitsland (Pfetsch, 1996) valt het mee met de afname van diversiteit. In Nederland is er sprake van een afname van diversiteit in het programma-aanbod, terwijl het aantal netten waaruit kijkers kunnen kiezen, sterk is toegenomen. Door actief te selecteren uit het grote aanbod weten kijkers eind jaren 1990 voor zichzelf toch een even divers aanbod van televisieprogramma's te creëren als eind jaren 1980 (Van der Wurff, 2004).

Verschillen tussen landen in programmeringsstrategie blijken onder andere te verklaren door verschil in financiering van de publieke omroep (Sepstrup, 1989). Landen waarbij de publieke omroep uitsluitend met overheidsmiddelen gefinancierd wordt, zijn minder gevoelig voor de invloed van commercie op hun programmeringsstrategie, dan landen waarin de publieke omroep door een *mixed revenue*-systeem gefinancierd wordt, waarin zij tevens reclamegelden ontvangt. Hoe meer een publieke omroep (mede)afhankelijk is van advertentie-inkomsten, des te meer zal ze haar programmeringsstrategie aanpassen aan die van de commerciële omroepen waarmee ze concurreert (De Bens, Kelly & Bakke, 1992; Sepstrup, 1989). Veelal gebeurt dit door een versterking van het gehalte aan entertainment en andere lichtere genres. Publieke omroepen die het minst afhankelijk zijn van commerciële financiering, blijken het hoogste gehalte aan informatieve programmagenres te programmeren (zie ook Blumler, Brynin & Nossiter, 1986). Ook Van der Wurff en Van Cuilenburg (2001) concluderen dat een gematigd concurrentieklimaat betere omstandigheden creëert voor een divers programma-aanbod dan een medialandschap waarin veel zenders sterk met elkaar concurreren.

Programmeringsstrategieën bij Nederlandse publieke omroepen 1972-2000

De vraag is nu: wat weten we qua programmeringsstrategie van de Nederlandse publieke omroep en welke ontwikkelingen kunnen we verwachten? De Nederlandse publieke omroep wordt gefinancierd volgens een *mixed revenue*-model. In de lijn van Sepstrup (1989) zouden we daarom veronderstellen dat de Nederlandse publieke omroepen in hun programmeringsmodel meer zijn gaan lijken op de commerciële omroepen en dat de inhoudelijke diversiteit afgenomen is na de komst van de commerciële omroepen. Dat leidt tot de volgende verwachting:

Na de komst van commerciële concurrentie zijn Nederlandse publieke omroepen minder divers gaan programmeren, waarbij het aandeel amusementsprogrammering toegenomen is ten koste van het aandeel informatieve programmering.

Om verandering in diversiteit ten gevolge van de komst van commerciële concurrentie te kunnen bepalen, moeten we weten hoe divers de programmering vóór 1989 was. In Nederland verzamelt de afdeling Kijk en Luisteronderzoek van de NOS al vanaf 1972 gegevens over het soort programma's dat uitgezonden wordt. Manschot (1993) heeft over de periode

1972-1988 onderzocht tot welke programmeringsmodellen dat heeft geleid. Alle programmacategorieën werden door Manschot teruggebracht tot drie basiscategorieën: (1) zware informatie en kunst (2) lichte informatie en (3) drama en amusement. De verhouding tussen deze basiscategorieën levert verschillende programmeringsmodellen op. Manschot onderscheidde vier programmeringsmodellen: het commercieel model, het quasicommercieel model, het public-servicemodel en het complementaire model. Een complicerende factor in de Nederlandse situatie is dat we niet alleen te maken hebben met meerdere publieke netten, maar dat die netten door verschillende publieke omroepverenigingen gevuld worden. De inhoudelijke diversiteit kan dus zowel op het niveau van de omroep als op het niveau van het net beschouwd worden. De vier modellen zijn door Manschot toegepast op de verschillende omroepverenigingen in de periode 1972-1988 (zie tabel 1). Omdat de omroepverenigingen tot 1988 verspreid over de twee publieke netten hun programma's uitzonden, waren de modellen niet toepasbaar op de dan nog twee publieke zenders Nederland 1 en Nederland 2. De inhoudelijke diversiteit werd in de periode 1970-1988 dus bepaald door de omroepverenigingen en niet door de netten. Het beleid waarin de omroepverenigingen de programmeringsstrategie

Tabel 1 *Ideaaltypische programmeringsmodellen naar genreverdeling en gevonden programmeringsmodel bij publieke omroepverenigingen in de periode 1972-1988 volgens Manschot*

ideaaltypisch programmeringsmodel	genre			programmeringsmodel bij omroep
	zware informatie en kunst	lichte informatie	drama en amusement	
commercieel (cm)	10	20	70	TROS, VOO
quasicommercieel (qc)	20	20	60	AVRO, NCRV, VARA
public service (ps)	40	20	40	KRO, VPRO
complementair (cp)	60	20	20	EO

Bron: Manschot (1993)

bepalen, wordt in de jaren 1990 verlaten. Net als in Vlaanderen (De Bens & Paulussen, 2005) wordt *netprofilering* een adequaat middel geacht om de concurrentie met commerciële televisiezenders aan te gaan. Iedere omroepvereniging krijgt hiervoor dan ook een thuisnet, waarbij zij geacht wordt een programmering te brengen die voldoet aan het profiel voor dit net. Dat leidt tot de volgende verwachting:

De publieke omroepen hebben zich qua genreprogrammering geconformeerd aan de identiteitsvorming van hun thuisnet.

Bij de centrale organisatie van de publieke omroep worden de volgende uitgangspunten voor de drie publieke netten geformuleerd:

'Nederland 1 is vertrouwd, stelt de mens centraal en brengt verdieping aan in levensbeschouwelijke en maatschappelijke ontwikkelingen. Nederland 2 is de toegankelijke, familiale zender. Nederland 3 is progres-

sief cultureel, verdiepend en grensverleggend (...) voor de kijker met grote maatschappelijke, politieke en culturele interesse.' (www.publiekeomroep.nl, 2004).

Vertaald naar de programmeringsmodellen van Manschot, betekent dit een public-servicemodel voor Nederland 1, een commercieel model voor Nederland 2 en een complementair model voor Nederland 3. AVRO, KRO en NCRV gaan in deze periode de programmering op Nederland 1 verzorgen, terwijl Nederland 2 het thuisnet voor EO, TROS en VOO wordt, en de programmering van Nederland 3 gevuld wordt door VARA, VPRO en vanaf 1995 ook door de NPS. De plaatsing van de EO op Nederland 2 is in dat opzicht een vreemde keuze, omdat de EO in de jaren 1970 en 1980 een complementaire programmering gebracht heeft. Voor de VARA geldt eveneens dat zij een flinke overstap zou moeten maken, van een quasicommercieel aanbod vóór 1989 naar een complementair aanbod in de periode erna.

Methode

In dit artikel wordt onderzocht of de programmeringsmodellen (inhoudelijke diversiteit) van de publieke omroep veranderd zijn na de komst van commerciële concurrenten. De inhoud van elk programma wordt geoperationaliseerd als het programmagenre. Het programmeringsmodel is de verhouding tussen de verschillende programmagenres. Om een vergelijking tussen de periodes vóór en na de komst van commerciële concurrentie mogelijk te maken, worden de ideaaltypische programmeringsmodellen in navolging van Manschot geoperationaliseerd als de verhouding tussen zware informatie en kunst, lichte informatie, en drama en amusement (zie tabel 1). In dit onderzoek beperken we de genre-indeling daarom tot deze drie basisgenres. De gegevens over de genres van de uitgezonden programma's zijn in de loop der jaren verzameld door NOS Kijk- en Luisteronderzoek. Dit geldt zowel voor de periode waarop het onderzoek van Manschot zich richt (1972-1988) als voor het te verrichten dataonderzoek over de periode 1989-2000. De indelingscriteria zijn echter in de loop van de tijd veranderd. De gegevens uit de eerste periode zijn geïndexeerd volgens het CIP-schema, terwijl de gegevens uit de tweede periode ingedeeld zijn via het ESCORT-model. Vanaf 2001 zijn de gegevens wederom volgens een andere indeling bijgehouden, namelijk de MJB-indeling. Omdat hiervan de meeste gegevens niet beschikbaar waren, loopt het onderzoek tot en met het jaar 2000. De genre-indeling volgens het CIP-model en volgens het ESCORT-model zijn teruggebracht tot de basisgenre-indeling die ten grondslag ligt aan de programmeringsmodellen van Manschot, om een vergelijking tussen de perioden mogelijk te maken (Adriaans, 2005). In dit onderzoek is gebruikgemaakt van de kwartaalgegevens van de dienst Kijk- en Luisteronderzoek in de periode 1989-2000.

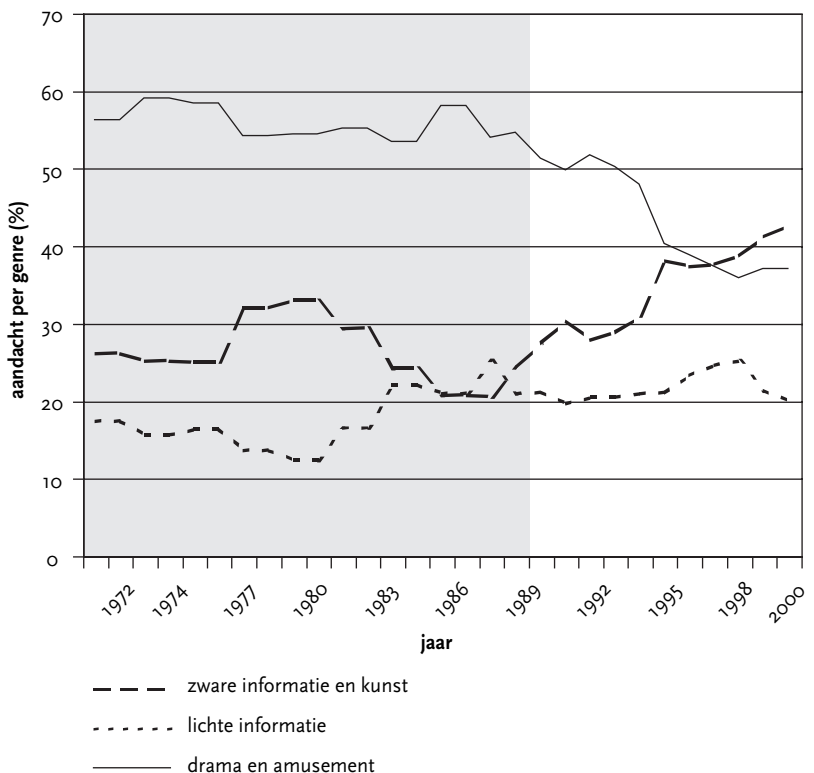
In de analyse wordt het programmeringsmodel (verhouding tussen basisgenres) per omroep en per jaar berekend. De mate van overeenkomst tussen de gevonden programmeringsmodellen en de verwachte ideaalmodellen wordt vastgesteld met de formule voor afspiegelingsgraad¹ (Van Cuilenburg, Scholten & Noomen, 1984). De uitkomst van de formule voor afspiegelingsgraad kan elke waarde tussen 0 en 1 aannemen. Hoe dichter de uitkomst bij 1 ligt, hoe dichter de gevonden verdeling overeenkomt met

het ideaalmodel. Wanneer de formule voor afspiegelingsgraad uitwijst dat een gevonden verdeling over de complete periode 1989-2000 voor minimaal 0,9 overeenkomt met het ideaalmodel, wordt verondersteld dat de gevonden verdeling samenvalt met het ideaalmodel.

Resultaten

Figuur 1 laat zien hoe de verschillende programmagenres zich tussen 1972 en 2000 ontwikkeld hebben. Tussen 1972 en 1988 schommelde het aandeel van de verschillende programmagenres weliswaar enigszins per jaar, maar was er geen sprake van een sterke trend. Tot 1988 daalde zowel het aandeel zware informatie en kunst als het aandeel drama en amusement licht, terwijl het aandeel lichte informatie iets sterker steeg. Na 1989 worden de trends veel scherper. Bij lichte informatie zet de trend van een lichte stijging door. De grootste veranderingen zijn echter te zien bij drama en amusement en bij zware informatie en kunst. Het aandeel drama en amusement is drastisch gedaald in de periode 1989-2000. De categorie zware informatie en kunst kent juist een forse stijging in de jaren 1990, zoezer dat deze categorie vanaf 1997 een groter aandeel in de totale programmering inneemt dan drama en amusement. De publieke omroepen hebben dus duidelijk gereageerd op de komst van de commerciële omroepen door hun programmering aan te passen. Maar de richting van die verandering is tegengesteld aan onze verwachting.

Figuur 1
Ontwikkeling van het aandeel van de drie basisgenres in de programmering van alle publieke omroepen in de periode 1972-2000



Tabel 2 biedt een overzicht van het aandeel van de verschillende programmacategorieën die de verschillende publieke omroepverenigingen of -stichtingen in de periode 1989-2000 hebben uitgezonden. Het aandeel van de verschillende programmacategorieën per omroep varieert behoorlijk. Met name in de categorie zware informatie en kunst zijn de verschillen groot. De EO en de NPS besteden meer dan de helft van hun zendtijd aan deze categorie, terwijl VOO slechts 11% van haar zendtijd aan zware informatie en kunst besteedt. Het aandeel lichte informatie varieert veel minder sterk tussen de verschillende omroepen (met een minimum van 15% voor de NPS tot een maximum van 27% voor de AVRO). De verschillen tussen de omroepen met betrekking tot de categorie drama en amusement zijn weer groter. Voor de meeste omroepen is dit in de periode 1989-2000 de grootste categorie (dat geldt voor AVRO, KRO, NCRV, TROS, VOO en VARA). De EO besteedt echter slechts 21% van haar zendtijd aan drama en amusement.

Tabel 2 Programmering van publieke omroepen volgens de genre-indeling als percentage van de totale programmering over de periode 1989-2000, alsmede het gemiddelde van deze omroepen per thuisnet

genre-indeling	omroep en net											
	AVRO	KRO	NCRV	NI 1	EO	TROS	VOO	NI 2	VARA	VPRO	NPS	NI 3
zware informatie en kunst	28	27	34	30	61	26	11	36	21	43	54	39
lichte informatie	27	24	22	24	18	25	22	18	23	17	15	18
drama en amusement	45	49	44	46	21	49	67	46	57	39	32	43

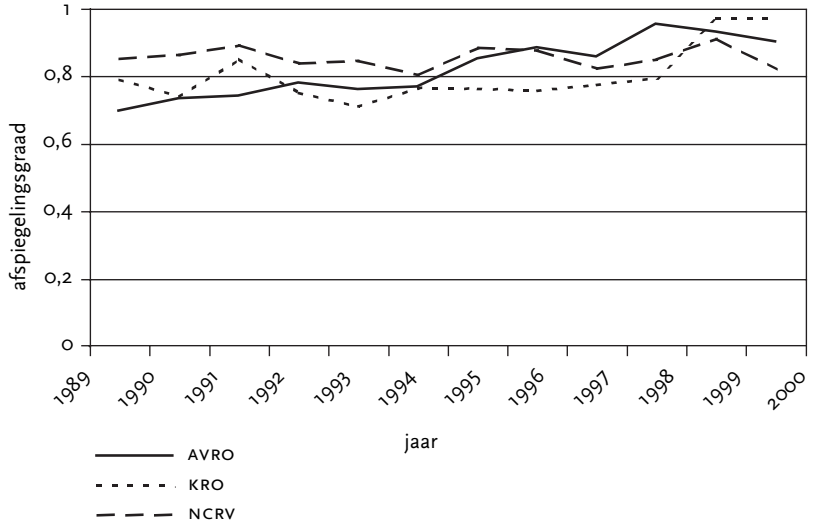
De gemiddelde verschillen tussen de drie netten per genre zijn minder groot dan de verschillen tussen de omroepen. Nederland 3 besteedt gemiddeld de meeste tijd aan de categorie zware informatie en kunst en de minste tijd aan de categorie drama en amusement. Nederland 1 kent het grootste aandeel aan lichte informatie. Maar omdat de verschillen tussen de omroepen per thuisnet vrij groot zijn, krijgen de verschillende netten geen duidelijk onderscheidend profiel ten opzichte van elkaar. Een beter beeld van de ontwikkeling in programmeringsstrategie krijgen we als we de programmering van de verschillende omroepen afzetten tegen de verwachte thuisnetmodellen per net over de periode 1989-2000.

In figuur 2 staan de drie omroepen die op Nederland 1 uitzenden. De verschillen tussen de drie omroepen zijn relatief klein. De AVRO en KRO bewegen pas aan het eind van de jaren 1990 richting public-servicemodel (de gemiddelde afspiegelingsgraad van de AVRO bij het public-servicemodel is 0,852; die van de KRO 0,834), terwijl bij de NCRV de genreprogrammering over de gehele periode vrij consistent aan het public-servicemodel voldoet (gemiddelde afspiegelingsgraad 0,925).

De programmering van de Nederland 2-omroepen staat hiermee in groot contrast. De genreprogrammering van de EO is in zeer grote mate tegengesteld aan de programmering van de TROS en VOO, en deze omroepen groei-

Figuur 2

Afspiegelingsgraad van AVRO, KRO en NCRV op Nederland 1 ten aanzien van het public-servicemodel in de periode 1989-2000



en ook niet verder naar elkaar toe. Bij de TROS zijn er wel vrij forse wijzigingen in de programmeringsstrategie vanaf de tweede helft van de jaren 1990, want deze wordt beduidend minder commercieel. VOO verlaat in deze tijd ook het publieke bestel, maar doordat de EO nog nadrukkelijker complementair gaat programmeren, blijven de verschillen op Nederland 2 zeer groot.

Figuur 3

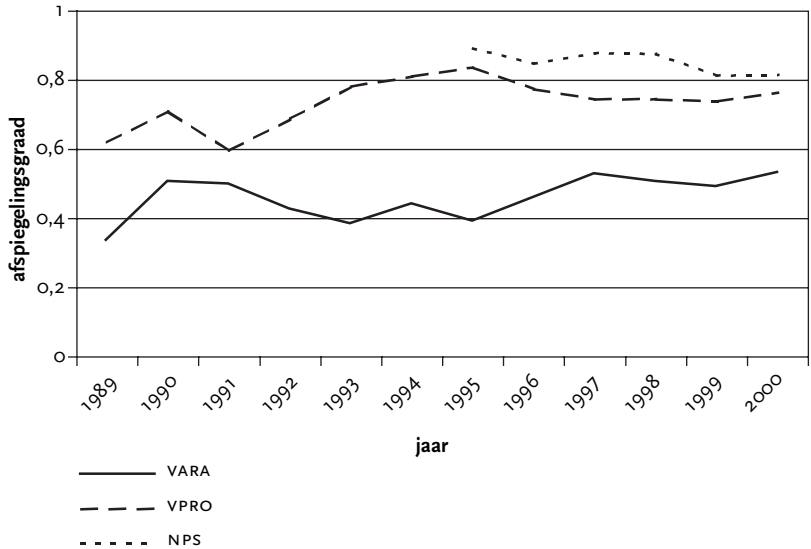
Afspiegelingsgraad van EO, TROS en VOO op Nederland 2 ten aanzien van het commerciële model in de periode 1989-2000



Ook bij de Nederland 3-omroepen zijn de verschillen bijzonder groot. De omroepen op dit net voldoen op geen enkel moment aan de voorwaarden voor een complementaire genreprogrammering. Doordat de VARA een groot aandeel aan drama en amusement blijft uitzenden, worden ook hier

de verschillen tussen de afzonderlijke omroepen niet kleiner. De komst van de NPS in 1995 betekent wel dat de totaalbalans op Nederland 3 iets meer richting het complementaire model opschuift (de gemiddelde afspiegelingsgraad van de NPS ten aanzien van het complementaire model is 0,865).

Figuur 4
Afspiegellingsraad van VARA, VPRO en NPS op Nederland 3 ten aanzien van het complementaire model in de periode 1989-2000



Samenvattend blijkt uit deze figuren dat de publieke omroepen in de periode 1989-2000 hun programmeringsstrategie niet zodanig hebben aangepast dat zij zouden voldoen of bijdragen aan het veronderstelde netprofiel voor hun thuisnet. De profilering van de omroepen bleek sterker dan de profilering van de thuisnetten.

Een vijfde model van genreprogrammering

De terminologie die Manschot gebruikt om de programmering van de publieke omroepen in de jaren 1970 en 1980 te typeren, blijkt voor enkele omroepen niet bruikbaar in de periode 1989-2000. De programmering van de NPS wijkt dermate af van de overige omroepen, dat zij niet in een van de bestaande modellen van programmering in te delen is. Ook de programmering van de AVRO, KRO en TROS kan volgens de gehanteerde normen niet ingedeeld worden in een complementair, public service, quasicommercieel of commercieel model. Er lijkt echter een model met nieuwe verhoudingen te zijn ontstaan, dat de genreprogrammering van de laatste drie publieke omroepen over de periode 1989-2000 weergeeft. Deze omroepen hebben zich na de opkomst van commerciële televisie toegelegd op het brengen van een substantieel aandeel zware informatie en kunst, en daarnaast heeft men het aandeel lichte informatie in de programmering verhoogd. In de categorie drama en amusement heeft zich in de meeste gevallen een flinke daling voorgedaan, maar deze categorie is ook in de periode 1989-2000 nog altijd het prominentst vertegenwoordigd. De introductie van een nieuw model lijkt daarom op zijn plaats, een model met de verhouding 30% zware informatie en kunst, 25% lichte informatie en 45% drama en

amusement. Hiermee wordt het *infotainmentmodel* geïntroduceerd: een model dat het midden houdt tussen het quasicommerciële en het public-service-model. Een verschil met alle vier bestaande modellen is dat voor het eerst de categorie lichte informatie aan invloed gewonnen heeft.

De gemiddelde genreprogrammering van AVRO, KRO en TROS over de periode 1989-2000, bleek niet onderverdeeld te kunnen worden in een van de eerdere categorieën. Zij voldoen echter alle drie wél aan een genreprogrammering volgens het infotainmentmodel. Daarnaast valt ook de programmering van de NCRV over deze periode binnen het infotainmentmodel. Omdat de programmering van de NCRV sterker het infotainment-ideaalmodel dan het public-service-ideaalmodel benadert, kennen we voor de NCRV in deze periode ook een programmering volgens het infotainmentmodel toe.

Tabel 3

Programmering van publieke omroepen volgens genre-indeling (als percentage van totale programmering over de periode 1989-2000) afgezet tegen de afspiegelingsgraad passend bij het infotainmentmodel

genre-indeling	omroep			
	AVRO	KRO	NCRV	TROS
zware informatie en kunst	28	27	34	26
lichte informatie	27	24	22	25
drama en amusement	45	49	44	49
programmeringsmodel	it	it	it	it
afspiegelingsgraad	0,972	0,949	0,943	0,949

Noot: it = infotainment

Samenvattend kan geconcludeerd worden dat de omroepen vrijwel allemaal een trend neergezet hebben naar meer zware informatie en kunst, en minder drama en amusement in de jaren 1990. De stijgingen en dalingen van de verschillende categorieën vinden in grotendeels gelijke mate plaats bij de verschillende omroepen. Hierbij lijkt het thuisnet waarop een omroep haar programma's uitzendt, niet een bepalende rol te spelen.

Conclusie

De wijze waarop de publieke omroepen invulling dienen te geven aan hun programmering is een onderwerp van voortdurende maatschappelijke discussie. Waar de omroepen enerzijds informatieve en culturele programma's dienen uit te zenden omdat dit als een onderdeel van hun publieke taak gezien wordt, spelen ook amusementsgenres een belangrijke rol om een breed publiek aan te kunnen spreken. Door beleid vanuit de overheid zijn verwachtingen gewekt die zouden duiden op een duidelijker profilering van de publieke netten na de opkomst van commerciële televisie. Een versterking van het profiel van de drie Nederlandse publieke televisiezenders zou betekenen dat de rol van de afzonderlijke omroepen, die in Nederland invulling geven aan de publieke televisieprogrammering, verzwakt zou worden. Het tegendeel bleek echter het geval.

De meeste publieke omroepen hebben in de periode van externe concurrentie (1989-2000) inderdaad een andere programmering op de publieke televisienetten gebracht dan in de daaraan voorafgaande periode van interne concurrentie (1972-1988). In vele gevallen hebben deze veranderingen echter niet op de door het veronderstelde netprofiel verwachte wijze plaatsgevonden. Om de programmering van de Nederland 1-omroepen AVRO, KRO

en NCRV over de gehele periode 1989-2000 te kunnen duiden, is in dit onderzoek een nieuw programmeringsmodel gepresenteerd: het *infotainmentmodel*. Hierin is meer dan voorheen een rol voor de informatieve genres weggelegd, maar zijn drama en amusement nog altijd het prominentst vertegenwoordigd. Van de Nederland 2-omroepen is ook de programmering van de TROS volgens dit model te typeren. De EO en VOO bleven hun programmeringsmodellen uit de periode 1972-1988 behouden, respectievelijk het complementaire en commerciële model. Ook de Nederland 3-omroepen hebben hun programmering niet gewijzigd ten opzichte van de eerdere periode, want de VARA bleef volgens het quasicommerciële model programmeren, terwijl de VPRO een public-serviceomroep bleef. De enige omroep die op Nederland 3 meer dan de helft van haar programmering aan zware informatie en kunst heeft besteed, is de in 1995 toegevoegde NPS. De afzonderlijke omroepen blijken op eenzelfde thuisnet qua genreprogrammering niet naar elkaar toe te groeien. De programmering verandert wel, maar de verschillen tussen de afzonderlijke omroepen blijven ongeveer even groot. De verwachting was dat de Nederlandse publieke televisiezenders zich duidelijker ten opzichte van elkaar zouden profileren, en dat de omroepen hierbij een meer 'dienende' rol tegenover het netprofiel zouden vervullen. Dit is overduidelijk niet gebeurd. Aan de hand van de onderzoeksresultaten valt te concluderen dat de netprofilering binnen de Nederlandse publieke omroep is mislukt.

Over de gehele linie zien we wel een drastische afname in de categorie drama en amusement. In tegenstelling tot wat eerder onderzoek (Blumler e.a., 1986; Sepstrup, 1989) aangetoond heeft over het verband met de ontwikkeling naar een commerciële context, heeft de publieke omroep in Nederland als geheel juist haar aandeel in het informatieve segment versterkt. De veelgehoorde kritiek op de almaar 'platter' wordende programmering van de publieke omroepen lijkt daarmee niet terecht. Waar de kijker in de jaren 1970 en 1980 door de grote omroepen in grote mate voorzien werd van drama en amusement, wordt hij sinds de opkomst van commerciële televisie voorzien van een diverser programma-aanbod bij de publieke omroep als geheel. Door een gevarieerde programmering van zware informatie, kunst, lichte informatie, drama en amusement ontstaat in de periode 1989-2000 een publieke omroep die zowel informeert als amuseert, en daarmee een *infotaining* rol in het Nederlandse televisielandschap op zich neemt.

Noot

1 De afspiegelingsgraad wordt berekend met de formule $A = 1 - (Y^2 / Y_{i,max}^2)$, waarbij geldt:

A = afspiegelingsgraad

Y_i = het verschil tussen frequentieverdeling in het medium en die in het ideaalmodel, per continuïteitpositie $i = 1, 2, \dots, k$

$Y_{i,max}$ = het verschil tussen de frequentieverdeling in het medium in een situatie van maximale niet-afspiegeling en die in het ideaalmodel, per continuïteitpositie $i = 1, 2, \dots, k$

Literatuur

- Adriaans, N.** (2005). *Publiek programmeren in een commerciële context: een onderzoek naar ontwikkelingen in het programma-aanbod van de Nederlandse publieke omroepen sinds de opkomst van commerciële televisie*. Doctoraalscriptie BCO, faculteit Sociale Wetenschappen. Amsterdam: Vrije Universiteit.
- Aslama, M., Hellman, H. & Sauri, T.** (2004). Does market-entry regulation matter? Competition in television broadcasting and program diversity in Finland, 1993-2002. *Gazette*, 66, nr. 2, 113-132.
- Bens, E. de** (1991). Flanders in the spell of commercial television. *European Journal of Communication*, 6, 235-244.
- Bens, E. de, Kelly, M. & Bakke, M.** (1992). Television content: Dallasification of culture? In K. Siune & W. Truetschler (Eds.), *Dynamics of media politics: broadcast and electronic media in Western Europe*. Londen: Sage.
- Bens, E. de & Paulussen, S.** (2005). Hoe anders is de vrt? De performantie van de Vlaamse publieke omroep. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 33, nr. 4, 365-386.
- Blumler, J., Brynin, M. & Nossiter, T.** (1986). Broadcasting finance and programme quality: an international review. *European Journal of Communication*, 1, nr. 3, 343-364.
- Blumler, J.G. & Hoffman-Riem, W.** (1992). New roles for public television in Western Europe: challenges and prospects. *Journal of Communication*, 42, nr. 1, 20-35.
- Cuilenburg, J. van & McQuail, D.** (2003). Media policy paradigm shifts: towards a new communications policy. *European Journal of Communication*, 18, nr. 2, 181-207.
- Cuilenburg, J. van, Scholten, O. & Noomen, G.** (1984). *Communicatiewetenschap*. Bussum: Coutinho.
- Hellman, H.** (2001). Diversity – an end in itself? Developing a multi-measure methodology of television program variety studies. *European Journal of Communication*, 16, nr. 2, 181-208.
- Leurdijk, A.** (2004). *Quick scan beleid publieke omroep in Europa, Nieuw Zeeland en de Verenigde Staten*. Delft: TNO.
- Machill, M.** (1999). The effect of the commercialization of Swedish television on journalistic culture. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 4, nr. 2, 103-111.
- Manschot, B.** (1993). *Het zijn de programma's die het 'm doen. Normen en feiten over de televisie-programmering in Nederland 1972-1992*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.
- McQuail, D.** (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Londen: Sage.
- Pfetsch, B.** (1996). Convergence through privatization? Changing media environments and televised politics in Germany. *European Journal of Communication*, 11, nr. 4, 427-451.
- Sepstrup, P.** (1989). Implications of Current Developments in West European Broadcasting. *Media, Culture and Society*, 11, nr. 1, 29-54.
- Tsourvakas, G.** (2004). Public television programming strategy before and after competition: the Greek case. *Journal of Media Economics*, 17, nr. 3, 193-205.
- Wurff, R. van der** (2004). Supplying and viewing diversity. The role of competition and viewer choice in Dutch Broadcasting. *European Journal of Communication*, 19, nr. 2, 215-237.
- Wurff, R. van der & Cuilenburg, J. van.** (2001). Impact of moderate and ruinous competition on diversity: the Dutch television market. *Journal of Media Economics*, 14, nr. 4, 213-229.

Abstract

Nanne Adriaans and Anita M.J. van Hoof

Public service programming strategies in a competitive environment

This article answers the question of which programming strategies were used by Dutch public service broadcasters, facing the rise of commercial television since 1989. Data gathered by NOS Kijk- en Luisteronderzoek to capture the ratings of program genres in the period 1989-2000 were used. Trends in programming strategies by the different Dutch public service broadcasting organizations and public broadcasting channels were analyzed. Furthermore comparisons with the previous

period and with ideal program models were drawn.

The results show that, contrary to our expectations, the proportion of information-oriented program categories increased in Dutch public service broadcasting during the nineties, while the proportion of entertainment program categories decreased over the same period. Program strategies are applied more at the level of individual public service broadcasting organizations than at the level of public-service channels. Three of the Dutch public broadcasting organizations did not follow a programming strategy based on one of the expected ideal models. Therefore the authors introduce a new model, the infotainment model.

Keywords

public service broadcasting, television programming, diversity, competition