

**Van: Prof. dr. José van Dijck, Universiteit Utrecht, j.f.t.m.vanDijck@uu.nl**  
**Voor: OCW rondetafelgesprek over Toekomst Medialandschap**  
**Datum: woensdag 21 november 2018, 14 uur.**

Aandachtspunten tijdens het rondetafelgesprek: 1. Wat betekenen digitale ontwikkelingen voor ons publiek bestel? 2. Hoe garanderen we een pluriform medialandschap? 3. Hoe houden we de kwaliteit en pluriformiteit van ons medialandschap op peil ondanks teruglopende reclame-inkomsten? 4. Hoe zorgen we, ook in de toekomst, voor sterke lokale en regionale media?

#### **Ad 1 (en 4).**

Digitale ontwikkelingen betekenen een toenemende invloed van data- en algoritme-gestuurd internetverkeer en een groeiende dominantie van Amerikaanse globaal opererende platformen (Google, Facebook, Amazon, Apple, Netflix). Nederlandse omroepen kunnen voor distributie van content verder afhankelijk raken van deze platformen, met name mbt wereldwijde distributie. De audiovisuele kanalen van grote platforms werken via een data-gedreven model van gepersonaliseerd aanbod; algoritmische advertentiemodellen maken deel uit van de digitale infrastructuur die beheerd en gecontroleerd wordt door de platformbedrijven. Er is geen publieke ruimte in deze infrastructuur; deze platformen zijn duidelijk op commerciële en libertaire waarden geschoeid. Dit betekent dat het belangrijk is voor de PO om publieke waarden te articuleren en die te vertalen naar algoritmische principes. Voorbeelden daarvan zijn: diversiteit in programmering, aandacht voor accurate informatie; een kwalitatief hoogstaand nieuwsaanbod; aandacht voor lokale, regionale en nationale cultuur; evenwichtig aanbod van informatie en nieuws (met het oog op democratisch burgerschap).

#### **Ad 2.**

Een pluriform medialandschap in het digitale tijdperk betekent:

- dat er voldoende diversiteit en kwaliteit in media-aanbod moet zijn (zorg om content)
- dat het aanbod voldoende toegankelijk en vindbaar is (zorg om de digitale infrastructuur en publieke distributiemogelijkheden)
- dat het aanbod wordt gestuurd door publieke waarden in plaats van door louter commerciële mechanismen (zorg om waarden zoals privacy, veiligheid, nondiscriminatie, gelijkheid etc)
- dat succes van publieke content en distributie niet alleen gemeten wordt in kwantitatieve termen zoals clicks, likes, retweets, etc (zorg om kwaliteit)
- dat digitale innovatie en technologische vernieuwing juist ook in de publieke sector gestimuleerd wordt (zorg om innovatie van publieke domein, aantrekken gekwalificeerd personeel)
- dat nonprofit en publieke uitingen op internet voldoende ruimte krijgen om zich te uiten en om gehoord te worden (zorg om burgerschap)

#### **Ad 3.**

Teruglopende reclame-inkomsten zijn natuurlijk zorgelijk, maar tegelijkertijd zien we dat voor de grote platformen reclame-inkomsten niet noodzakelijk direct gekoppeld zijn aan het medialandschap: Google kan door cross-sectorale dataverbindingen en via algoritmische personalisering op andere platformen winst maken (bv. advertenties in Search, in Maps, etc). Een flink aantal digitale diensten en applicaties die in de afgelopen tien jaar zijn ontwikkeld, zijn volledig in handen van grotendeels niet-Europese afkomstige particuliere partijen die niet primair het maatschappelijk belang voor ogen hebben.

Het publieke domein is slecht vertegenwoordigd op internet en kan dus onvoldoende tegenwicht bieden.

Daarom is het belangrijk dat publieke instellingen (niet alleen omroepen en media, maar ook andere bv educatieve of culturele instellingen) coalities vormen om hun netwerken te verbinden; zo kunnen zij vanuit hun publieke opdracht en gegeven hun eigen relatie met hun publiek zoeken naar de beste manier om burgers te verbinden in de digitale samenleving. Dit zoeken naar alternatieve systemen van internet-gedreven publieke diensten kan binnen Nederland maar ook binnen Europa plaats vinden. Zie bijvoorbeeld het manifest van Tim Berners-Lee en het W3 consortium waarin gepleit wordt voor een andere inrichting van het internet:

<http://webfoundation.org/docs/2018/11/The-Case-For-The-Web-Report.pdf>