

Melding experiment aanbodkanaal NPO Net in Nederland

Artikel 2.21a Mediawet 2008 creëert de mogelijkheid om door middel van een experiment te onderzoeken of een nieuw aanbodkanaal een bijdrage kan leveren aan de verwezenlijking van de landelijke publieke media-opdracht. Het Mediabesluit bevat nadere regels.

De NPO heeft besloten om een experiment, zoals bedoeld in de Mediawet en het Mediabesluit 2008 te starten voor een aanbodkanaal dat nieuwkomers in Nederland online een beeld geeft van de Nederlandse samenleving tijdens hun eerste verblijf in Nederland.

Voorafgaande aan de start maakt de NPO dat experiment bekend volgens de regels van het Mediabesluit 2008. Deze bekendmaking geschiedt hierbij en betreft het voorgenomen aanbodkanaal NPO Net in Nederland dat op 25 april 2016 zal starten.

De looptijd van dit experiment is 1 jaar.

1. Korte omschrijving van de dienst

De NPO start een experiment met een online aanbodkanaal voor nieuwkomers in Nederland, in eerste instantie met name gericht op de groep vluchtelingen, met als doel hen kennis te laten maken met de Nederlandse cultuur en gebruiken met behulp van programma's van de NPO tijdens hun eerste verblijf in Nederland. Het kanaal bevat bestaand Nederlandstalig media-aanbod dat via ondertiteling in het Nederlands, Arabisch en Engels toegankelijk wordt gemaakt voor mensen die de Nederlandse taal nog niet of onvoldoende machtig zijn.

Het biedt op een toegankelijke wijze een impliciete introductie in zaken als de Nederlandse geschiedenis, gebruiken, taal, regels, volksaard en eigenaardigheden vanuit een pluriform perspectief. De dienst kan mogelijk ook impliciet bijdragen aan het ontstaan van een sociaal-maatschappelijk informatief platform, waarin vele initiatieven, organisaties en nieuwkomers zich onderling verbinden. Ook kan de dienst wellicht door organisaties en vrijwilligers worden ingezet als vertrekpunt voor gesprekken in azc's en in taalklassen en in bijvoorbeeld bibliotheken waarbij het contact met de doelgroep gelegd.

De kenmerken van de dienst leiden ertoe dat deze in beginsel toegankelijk kan zijn voor alle anderstalige nieuwkomers.

2. Aanleiding voor start van het experiment

Het grote aantal vluchtelingen dat Europa heeft bereikt en nog zal bereiken is een directe aanleiding voor het initiatief. Uit gesprekken met externe partijen zoals COA, Vluchtelingenwerk Nederland en het Rode Kruis blijkt dat de eerste informatievoorziening voor vluchtelingen en asielzoekers aanvulling behoeft. Dit experiment heeft tot doel te onderzoeken of de NPO met bestaand media-aanbod hierin kan voorzien.

Naar verwachting zal het een bredere doelgroep (anderstalige nieuwkomers) bedienen zoals hierboven al is aangegeven.

3. Publiek

Het experiment richt zich op anderstalige nieuwkomers, met name vluchtelingen die in de opvang wachten op de uitkomst van hun aanvraag voor een verblijfsvergunning en vluchtelingen die recent een verblijfsvergunning hebben gekregen, een inburgeringstraject volgen of door gezinshereniging recent in Nederland zijn aangekomen. De doelgroep is daarmee divers wat betreft herkomst, leeftijd, opleiding etc.

Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) gaat uit van 200.000-250.000 vluchtelingen in Nederland. Dit aantal gaat de komende jaren stijgen als gevolg van de vluchtelingenstromen die Europa binnenkomen.

De experimenteerregeling stelt als eis dat experimenten een beperkt publieksbereik hebben. Door de beoogde doelgroep wordt hieraan voldaan.

4. Relatie met ander media aanbod

4.1 Positionering nieuw aanbodkanaal binnen NPO portfolio

Uitgangspunt van het experiment is hergebruik van bestaand materiaal, dat voor de beoogde doelgroep zal naast de bestaande Nederlandse ondertitels worden voorzien van ondertitels in Engels en Arabisch. Het media-aanbod zal grotendeels bestaan uit een vast basisaanbod.

Het aanbod op het experimentele aanbodkanaal wordt zorgvuldig samengesteld door een ter zake kundige redactie die is ondergebracht bij de omroep NTR. De RvB mandateert via een daartoe op te stellen protocol aan deze redactie voor de duur van het experiment de operationele verantwoordelijkheid van de selectie, ervan uitgaande dat hierbij wordt aangesloten bij de behoefte van de doelgroep. De RvB blijft eindverantwoordelijk voor profilering, positionering, distributie, budgettering en programmering van dit experimentele aanbodkanaal.

4.2 Bestaand aanbod op de markt

Er zijn in Nederland diverse organisaties zoals COA, Vluchtelingenwerk Nederland en het Rode Kruis die de opvang van asielzoekers en vluchtelingen begeleiden bij de asielprocedure en maatschappelijke ondersteuning bieden bij de opbouw van een nieuw bestaan in Nederland. Deze organisaties bieden wel informatie, maar geen media-aanbod aan op hun eigen sites. Er is geen vergelijkbaar initiatief in Nederland beschikbaar.

In Duitsland en Oostenrijk bieden de publieke omroepen ARD, ZDF en ORF diensten aan nieuwkomers met online media-aanbod gericht op het vergroten van kennis over het land en de taal en met specifieke, speciaal gemaakte, informatie. Dit is bij de ARD toegankelijk door nasynchronisatie of met een presentator die Engels, dan wel Arabisch spreekt. De ZDF biedt nieuws en nieuws voor kinderen aan met Engelse en Arabische ondertitels.

In Nederland zijn via de schotel en kabel ook buitenlandse zenders te ontvangen. In sommige gevallen zijn er ook zenders uit het land van herkomst beschikbaar, zoals Oriënt News uit Syrië. Eveneens zijn er internationale zenders die zich, onder andere met nieuwsaanbod, specifiek richten op mensen in het buitenland. Bekende voorbeeld hiervan zijn BBC World News en de Arabische

nieuws- en actualiteitenzender Al Jazeera, die inmiddels is uitgegroeid tot een netwerk van meerdere zenders, internet en specialistische tv-kanalen in meerdere talen en meerdere regio's ter wereld. Het media-aanbod van al deze zenders heeft gemeen dat het zich nu juist niet richt op Nederland, de Nederlandse taal of cultuur en ook niet de Nederlandse blik op de wereld laat zien.

Hiermee verwachten wij dat er met een dergelijk aanbodkanaal in een behoefte kan worden voorzien.

5. Wijze van distributie en financiering

5.1 Distributie

Het experimentele aanbodkanaal wordt verspreid via internet en is dus te ontvangen via aan internet verbonden devices w.o. smartphone, tablets en laptops.

5.2 Financiering

Het aanbod bestaat uit programma's die voor de lineaire kanalen NPO 1, 2 en 3 zijn gemaakt en reeds bestaande online activiteiten op sites van omroepen zoals de portal NPO SchoolTV. Al deze activiteiten zijn reeds gefinancierd.

De totale kosten voor dit eenjarige experiment bedragen 633.750 euro. De eenmalige kosten bedragen daarbinnen 313.750. Dit bedrag wordt voornamelijk ingezet voor het voorzien van het basisaanbod voor deze experimentele fase van ondertitels in de talen Engels en Arabisch. De Nederlandse ondertitels zijn reeds gemaakt en kunnen kosteloos worden toegevoegd.

De verwachte kosten op jaarbasis zijn 320.000 euro. Deze kosten bestaan voornamelijk uit vertalingen, redactie en productie, inclusief distributie.

De totale kosten worden gefinancierd uit de eigen middelen van de deelnemende omroepverenigingen AVROTROS, BNN-VARA, KRO-NCRV, VPRO, EO, MAX en HUMAN. De NOS levert vertaalde nieuwsbulletins. De NTR faciliteert de omroepbrede redactie. Beeld en Geluid adviseert en ondersteunt bij het zoeken naar programma's. Ook de NPO-organisatie financiert mee uit eigen middelen.

6. Bijdrage aan verwezenlijking publieke media-opdracht

Met het experimentele aanbodkanaal wordt een bijdrage geleverd aan de verwezenlijking van de publieke media-opdracht, omdat het aanbodkanaal voor een specifieke doelgroep, die nog geen aansluiting heeft in de samenleving waar hij een bestaan wilt opbouwen en het bestaande media-aanbod tevens nog niet overziet, op evenwichtige wijze een beeld van de samenleving geeft en de pluriformiteit van onder de bevolking levende overtuigingen, opvattingen en interesses op maatschappelijk, cultureel en levensbeschouwelijk gebied weerspiegelt, teneinde de beoogde integratie te bevorderen. Door aanbod te bieden aan nieuwkomers via anderstalige ondertitels wordt beoogd het aanbod van de NPO ook voor deze groep toegankelijk te maken..

Het experimentele aanbodkanaal maakt een selectie van het totale media-aanbod meer toegankelijk voor een doelgroep die nu nog nauwelijks gebruik kan maken van het aanbod van de NPO vanwege de taalbarrière zijn de programma's voor deze doelgroep op deze kanalen nu niet te volgen.

7. Evaluatie

De NPO zal het experiment tijdig voorafgaand aan het aflopen hiervan evalueren door middel van onderzoek. In het kwantitatieve deel van dit onderzoek, dat wordt uitgevoerd door NPO Publieksonderzoek, wordt gedurende de looptijd van het experiment met behulp van tellers op de website het bereik van aanbodkanaal gemeten.

Daarnaast worden onder supervisie van NPO Publieksonderzoek via kwalitatief onderzoek de kwaliteit en relevantie van het aanbod, het feitelijke gebruik en de distributievorm geëvalueerd onder gebruikers en partijen in het veld.

In het onderzoek wordt een uitsplitsing gemaakt tussen het vaste basisaanbod in de drie verschillende talen en indien beschikbaar ook het actuele nieuwsaanbod. Op die manier komt er meer inzicht in de behoefte van de doelgroep en de verhouding tussen de verschillende typen media-aanbod.