

# Baas op eigen buis?

Column

Caroline Pauwels

Docente Communicatiewetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel

Niet zovele jaren geleden blokletterde een Vlaamse kwaliteitskrant de volgende aanklacht: "de wetgever wikt, de kabelmaatschappij beschikt". Onderwerp van ergernis was het arbitraire karakter waarmee de kabelmaatschappijen bepaalde zenders, in dit geval Nederland 3, van de kabel plukten. Op de verplichte doorgifte van de *must-carry* zenders na, kan iedere kabelmaatschappij inderdaad allerlei - legitieme en minder legitieme - redenen inroepen om bepaalde zenders uit haar aanbod te weren. Protest van bepaalde kijkers vermag niets tegen deze kabelpotentaten. Trouwens, is protest van kijkers die feitelijk toegang hebben tot een dertigtal zenders - een vrij geprivilegieerde situatie tot voor kort in Europa - überhaupt wel serieus te nemen? Dat de kabelmaatschappijen het goed met ons menen, blijkt bovendien uit een aantal recente verklaringen en intenties. Zo krijgt de kabelkijker binnenkort de keuze uit een dunner aantal zenders waarvoor hij in ruil ook minder abonnementsgeld zal moeten betalen. Uiteindelijk bedoeling is ruimte te creëren voor digitale pakketten met extra zenders voor kijkers die, en daar komt het, daarvoor willen bijbetalen (*De Morgen*, 1 februari 1999).

Minder betalen dus bij aanvang, om feitelijk meer te betalen aan het einde. Het is eens te meer een voorbeeld van de eigenaardige manier waarmee in de audiovisuele sector met het zo gevierde principe van de consumentensoevereiniteit wordt omgesprongen. Een soevereiniteit die zich m.a.w. beperkt tot de keuze tussen betalen, meer betalen of niet betalen. Voor het overige heeft de 'soevereine' consument in dit audiovisueel El Dorado niet zo veel in te brengen.

Het arbitraire karakter van bepaalde beslissingen aan de kant van de kabelmaatschappijen wordt alvast niet opgeheven. Sommige zen-

ders zullen verplicht in een beperkt basispakket worden opgenomen. Vervolgens is het een kwestie van een intelligent aangepakte marketingstrategie om andere publiek-aantrekkelijke zenders over zoveel mogelijk optiepakketten te spreiden. Bedoeling is de kijker niet tot één maar verschillende extra-abonnementen te verleiden. Verlangens van de kijker zullen hierbij nauwelijks in overweging worden genomen. De wetgever van zijn kant zal lijdzaam moeten toezien, ook al heeft Minister Van Rompuy al onmiddellijk op de plannen van de

**De macht van de kijker blijft ondergeschikt aan de economische en politieke macht van mediabedrijven en overheden.**

kabelmaatschappijen gereageerd. Hij hoopt dat de distributeurs zich bij de verdeling basis/optiepakketten niet uitsluitend zullen laten leiden door kijkcijfers. Wishful thinking, want uiteindelijk is het de kabelmaatschappijen om winst te doen en niet om één of andere cultuurpolitieke opdracht.

Blijkt bovendien dat we gaandeweg meer zullen betalen voor ons audiovisueel vertier. Cijfers in Frankrijk hebben aangetoond dat het bedrag dat daar uitgegeven wordt voor vormen van betaaltelevisie en kabelabonnementen al hoger ligt dan het bedrag besteed aan het kijk-en luistergeld. Monopolisering van programmarechten reserveert de toegang tot een televisie-aanbod nog meer, met een navnante stijging van de huishoudelijke uitgaven voor televisie tot gevolg. Door het exclusiviteitscontract dat de Britse betaalzender BSkyB met de Premier League heeft afgesloten, wordt de Britse voetballiefhebber verplicht iedere maand 1140 frank te spenderen om toch bepaalde voetbalwedstrijden rechtstreeks via de buis te kunnen volgen. Het Britse bureau voor eerlijke concurrentie heeft op deze hoge toe-

gangsprijs kritiek geleverd, maar de reactie van BSkyB laat op zich wachten. Of toch niet: ondertussen heeft de zender aanstalte gemaakt om maar meteen Manchester United zelf op te kopen. Betaaltelevisie blijkt inderdaad een vrij lucratieve bezigheid, althans voor sommigen.

Andere anekdotes illustreren eveneens dat de consument deze groeiende tendens naar vormen van betaaltelevisie nauwelijks onder controle zal hebben. Zo zal hij bijvoorbeeld weinig zicht hebben op onduidelijke of ondoorzichtige facturen en tariefverhogingen. Een voorbeeld ter illustratie. Toen enkele jaren geleden in Vlaanderen de betaalzender Filmnet met een tweede zender, een sportkanaal, startte, werd aan de abonnees een gratis proefperiode van drie maanden aangeboden. Hierdoor ontving hij twee zenders, de oude en de nieuwe. Na afloop hiervan moest de abonnee laten weten of hij beide zenders wou blijven ontvangen. Wie niet of positief reageerde bleef de zenders ontvangen, mits tariefverhoging. Dit systeem van stilzwijgende toestemming, inclusief tariefverhoging bleek een totaal onwettige taktiek die echter slechts toevallig aan het licht kwam en geenszins het gevolg was van een georganiseerd verzet vanwege de mondige en alerte Filmnetabonnees.

In de hele evolutie blijven de consumentenorganisaties trouwens opvallend afwezig. *Testaankoop* formuleert op geregelde tijdstippen pertinente aanklachten, ondermeer aan het adres van de kabeldistributeurs. Een structurele bijsturing van de monopoliseringstendenzen in de audiovisuele sector kunnen dergelijke organismen evenwel niet bewerkstelligen. Dit is de taak van de politieke overheid. Wanneer blijkt dat precies de overheden zelf bepaalde monopolietoestanden creëren of in stand houden, wordt de situatie voor de 'soevereine' consument zo mogelijk nog hopeloziger. De willekeur die de kabeldistributeurs bij het al dan niet doorseinen van bepaalde zenders tentoonspreiden, zijn een direct gevolg van het monopolie dat deze maatschappijen genieten. En dat we zo lang van een alternatieve distributie verstoken bleven (bijvoorbeeld via satelliet) heeft alles te maken met het feit dat precies de politiek via de gemengde

intercommunales in de kabelexploitatie participeert en er dus ook de vruchten van plukt. Idem dito voor het Britse voorbeeld: dat BSkyB dermate hoge bedragen aan de voetbalfanaat kan factureren, vloeit voort uit de monopoliepositie die de zender op de Britse markt heeft. Dit monopolie is opnieuw met goedkeuring van de politieke overheid tot stand kunnen komen. Toen Sky zoveel jaren terug BSB overnam, bepaalde de Britse wetgeving dat de eigenaar een EG-ingezetene moest zijn en maximum 20% van de nationale krantentitels in handen mocht hebben. Murdoch, de Australisch-Amerikaanse eigenaar van Sky overtrad beide bepalingen. Toch ging de overname door... De media zijn voor de politieke klasse niet alleen van financieel maar ook van electoraal belang.

In deze context lijkt het principe van de consumentensoevereiniteit een steeds hollere slogan: de macht van de kijker blijft ondergeschikt aan de economische en politieke macht van media-ondernemingen en overheden om bepaalde keuzemogelijkheden al dan niet op de agenda te plaatsen en er desgevallend het prijskaartje voor te bepalen. De enige manier waarop de kijker momenteel in het audiovisuele programma-aanbod wordt betrokken, zijn de talrijke *reality television*-shows waarbij de kijker als het ware de regisseur van zijn eigen levensverhaal wordt. En natuurlijk wordt het publiek in de studio uitgenodigd om zijn favoriete programma rechtstreeks bij te wonen en 'op commando' op te luisteren door een geënceneerd applaus. Al krijgt Andy Warhol dan postuum gelijk dat iedereen één seconde in zijn leven beroemd zal zijn, toch lijkt een Jerry Springer-achtige invulling van de consumentensoevereiniteit een bedenkelijke evolutie.