

# De niet-commerciële Televisie in de Verenigde Staten

In het hiernavolgend artikel geeft de auteur, die Directeur Programmering en Dienstverlening is bij de Belgische Radio en Televisie, een «status questionis» van de niet-commerciële televisie in de V.S.A. Het geheel is het resultaat van een reeks reisindrukken, ervaring en literatuurstudie.

jozef coolsaet

Als u denkt begrepen te hebben hoe de PUBLIC BROADCASTING SERVICE werkt, zeg het me dan. «I would like to know . . .» Fred FLAXMAN, Head of Development WETA/Washington, in oktober 1977.

Met slechts twee boeken kun je de hele «public television»-beweging begrijpen: «Alice in Wonderland» en Machiavelli's «Il Principe».

Henry LOOMIS, VOORZITTER CORPORATION FOR PUBLIC BROADCASTING (TV GUIDE, juli 23, 1977).

## Inleiding

Het is voor een buitenstaander (vooral voor een buitenlander) moeilijk binnen te dringen in de structuur en de werking van de PUBLIC TELEVISION (zoals de generieke naam van de niet-commerciële televisie in de V.S. luidt). De omstandigheden zijn echter gunstig om de PTV van nabij te bekijken:

1. Tien jaar geleden (1967) kwam, op voorstel van de **Carnegie Commission on Educational Television**, de 'Public Broadcasting Act' (voor radio en televisie) tot stand. De voornaamste bepaling van de wet was het oprichten van een CORPORATION FOR PUBLIC BROADCASTING. Dit particuliere, onafhankelijke en «non profit»-lichaam (géén federaal bureau!) kreeg o.m. tot taak «programs of excellence» te helpen produceren voor de niet-commerciële stations en de stations te vrijwaren voor alle druk van buitenaf.

2. In juli 1977 ging een nieuwe **Carnegie Commission on the Future of Public Broadcasting** aan het werk. Het onderzoek zal anderhalf jaar duren en 1 miljoen dollar kosten.

3. President Carter heeft in november 1977 bij het Congres een wetsvoorstel ingediend dat een financieel vijfjarenplan omvat. Eén miljard dollar wil de President ter beschikking stellen om de structuren aan te passen en nationale programma's te creëren. De bedoeling is de niet-commerciële omroepen meer financiële armslag en een grotere pro-

grammatorische bewegingsvrijheid te geven.

4. Voor de eerste maal in de geschiedenis daalde het aantal TV-kijkers in de V.S. De voormiddagcijfers lagen in 1977 8 % lager; tijdens de «kijkdichte» avonden keken 4 % minder kijkers. De populariteit van de Public Television-stations daarentegen groeide... 60 % van alle Amerikaanse TV-gezinnen kijken NU ten minste eens per maand naar de programma's, vergeleken met 14 % in 1970 (News & World Report, 3 okt. 1977).

## I. Belang van de studie

De studie - hoe elementair ook - van de niet-commerciële televisie in de V.S. is leerrijk voor Europese begrippen. In de Amerikaanse context verschijnen in een bijzonder daglicht problemen waarmee ook de meeste Europese omroepen te stellen hebben. O.m.:

- waarin bestaat de 'opvoedkundige' taak van een omroep? Omvat deze taak ook ontspannende programma's, b.v. speelfilms?
- welke rol spelen kijkcijfers in zulk een bestel (dwangidee, hulpmiddel bij programmering of controlemiddel)?
- hoe 'gedraagt' zich een omroep 'zonder winst oogmerk' in een door en door commerciële sfeer?
- welke moet de financieringsgrondslag van zulke omroep zijn? In hoeverre kan overheidsgeld aangewend worden (of particuliere geldmiddelen b.v. via prestige-spon-

soring) zonder dat de spreuk «Geld is de ziel van de negotie» bewaardheid wordt?

- hoe kan men regionale inbreng verzoenen met (of inschakelen in) nationale programmering?
- voor de Nederlandse omroepsituatie is de ontwikkeling in de V.S. van betekenis - aldus Suzanne Piët (NRC, 21.9.77)

«De commerciële programma's hebben op grond van kwantitatieve voorwaarden de overhand gekregen. Zij presenteren een wereldbeeld aan het publiek, dat er, aldus gevormd, om is gaan vragen. De constante onderschatting en miskenning van de mogelijkheid dat het publiek onder andere omstandigheden ook andere behoeften zou vertonen, kan alleen worden gebroken door de inzet van een organisatie die niet zo aan getalmatige wetten gebonden is, zoals de NOS.»

## II. Doelinden van de niet-commerciële TV

«Public Television» is de algemene benaming (1) van de 'non profit'-televisie die in de V.S. door een 260-tal stations (geëxploiteerd door 150 'licentiehouders') wordt vertegenwoordigd.

«Wat ziet de PTV als haar taak?» De vraag is wel een van de moeilijkste die men aan de niet-commerciële omroepen kan stellen. Les Brown, een gezaghebbend criticus van de Amerikaanse Televisie, gebruikte de formule: «A name without a concept»....

Weliswaar bestaan talrijke half-retorische en weinig zeggende omschrijvingen :

- positive alternative to commercialism ;
- all things to all people that commercial television is not (voor allen, alles zijn wat de commerciële televisie niet is) ;
- wegens mislukking van de TV-industrie 'to provide a wellrounded program service' ;
- to contribute significantly to the educational process of the nation (FCC 1952) ;
- a program philosophy which seeks to serve many different audiences instead of a single audience (N. Minow) ;
- both the mass audience and the many separate audiences (Carnegie Commission, 1967) ;
- to cater to **all** of the audience... **some** of the time (W. Schramm, 1972) ;
- to provide what commercial stations cannot or will not provide (C. Brodtrick, PTR-tijdschrift maart - april 77, p. 23) ;
- to address itself to the ideal of excellence, not the idea of acceptability (= kwaliteit gaat voor aanvaardbaarheid) (Carnegie Commission, 1967) ;
- special interest kinds of programming (CBS President Stanton, 1967) ;
- appeal to excellence in the service of diversity (Carnegie Commission, 1967).

In de jongste jaren werden de niet-commerciële omroepen daarenboven aangemaand ook de culturele en ethnische minderheden (zwarten, Portoricanen, Chicano's enz.) en vrouwen niet te vergeten. Tenslotte wordt thans druk uitgeoefend (o.m. door President Carter) om meer nationale programma's te produceren (in plaats van goedkope Britse import aan te kopen) en nieuw creatief talent aan te kweken.

### III. Soorten PTV-stations

De vaagheid van de doelstellingen is wellicht gedeeltelijk verklaarbaar als men weet dat de benaming stations dekt met een verschillende juridische basis (eigenaars) waaraan uiteenlopende taken werden gegeven.

De 260 stations kunnen ingedeeld worden in vier categorieën :

1. stations afhankelijk van een universiteit ;

2. stations die het bezit zijn van een lokaal schoolcomité (zeer invloedrijk in de V.S.) ;
3. stations waarvan de vergunning gegeven is aan een deelstaat (b.v. de Board of Education of Maryland) ;
4. stations die afhankelijk van een «community» (b.v. Metropolitan Pittsburgh Public Broadcasting Inc.).

De eerste drie soorten zijn de erfgenamen van de «educational television» (waarvan NET/New York destijds de grootste was). Hun normaal arbeids-terrein is de kleinschalige instructieve ('class room') televisie. Zij streven nauwelijks naar betere 'ratings'. Hun programma's zijn van het «veilige» type.

De onafhankelijke of «community owned» stations (meestal in de grote steden) moeten voor elke kijker vechten, zijn voortdurend op de bres om hun benarde financiële toestand te verbeteren. Ofschoon zij publiekgericht zijn, durven zij de vraag of zij betere 'ratings' naja-gen, niet met een gerust geweten beantwoorden. Toch durven zij wel controversiële programma's aanpakken.

Er is dus nauwelijks sprake van eenheid van doelstelling en actie bij de «public television»-stations. Vormt dit conglomeraat van lokale stations wél een «vierde network» (naast ABC, CBS en NBC) ? Betekent de Leuze «Localism as bedrock» (rots), **controle** door lokale stations of **dienstverlening** aan de plaatselijke gemeenschap ? Hoe kan dit lokale karakter samengaan met of uitmonden in een «nationwide» programmering (met o.m. centrale planning, toelevering en distributie van lokale, nationale en internationale programma's) ? Alleen deze vragen reeds houden de belanghebbenden sinds jaren bezig en veroorzaken 'a certain paranoia'...

Les Brown (in het klassieke werk : Television. The Business behind the Box) stelde reeds in 1971 dat het uitgangspunt van PBS verkeerd was. «Vrij van vrees voor de lokale stations, bevrijd van de 'edelmoedigheid' van de grote bedrijven en van regeringsinvloed» zou PBS een werkelijk populaire omroep - geen elitestation voor academici - moeten worden, gespijsd door een speciale belasting.....

### IV. CPB contra PBS

De Corporation for Public Broadcasting

werd in 1967 wettelijk opgericht (voor radio en televisie) o.m. als doorgeefkanaal voor de gelden die het Congres ter beschikking van de niet-commerciële omroepen stelt (één van de eerste giften kwam van de ... commerciële CBS. De één miljoen dollar waren «good Public Relations and enlightened self-interest» !).

De Raad van Beheer van de CPB bestaat uit 15 doctors in de rechten, financiers enz., aangeduid door de President. De invloed van de aan de macht zijnde partij is onloochenbaar (zeker onder Nixon).

Om de eigenlijke 'interconnection' tussen de diverse TV-stations te organiseren (of dit nu moest gebeuren via het opzenden van programma's over land- of luchtweg of via straalzenders) (2), was een andere organisatie nodig : de PBS (**Public Broadcasting Service**). De basis was hierdoor gelegd van het voortdurende getwist tussen beide organisaties. De PBS beschouwt zich als emanatie en spreekbuis van de beide stations, de CPB beschouwt de PBS als een eigen, uitvoerend lichaam. De PBS verwijt de CPB de onafgebroken inmenging in selectie- en programmeringsaangelegenheden, de CPB acht zich tegenover het Congres verantwoordelijk voor het verdelen van de ter beschikking gestelde gelden en eist derhalve inzage in voorstellen. PBS is verder van oordeel dat de CPB die het geld moet verdelen «zo ver mogelijk van de ontvanger» moet blijven.

In de loop van de jaren groeide de CPB uit tot een 'superstructuur' met 150 (deels duurbetaalde) medewerkers die praktisch, één voor één, dezelfde taken vervullen als hun «alter ego» bij de PBS (programmering, financiën, rechtszaken, research enz.). (Deze dubbele functies zullen wellicht de eerste slachtoffers worden wanneer de Carnegie Commission on the Future of Public Broadcasting, begin 1979, haar besluiten indient).

### V. CPB/PBS en geld

Zorgenpunt nr 2 van PBS is de voortdurende labiele financiële toestand van de stations. Zowat de helft van de totale begroting (400 miljoen dollar) van de hele niet-commerciële televisie kwam in 1975 van deelstaten en uit plaatselijke bronnen (25 % was afkomstig van het Congres). De vindingrijkheid van de lokale stations om aan geld te geraken is

typisch Amerikaans. In elk station zijn medewerkers speciaal belast om voor bepaalde projecten «underwriters» (inschrijvers) te vinden. Deze firma's maken de produkties mogelijk door ruime giften die het station op de programma-afdeling vermeldt (Exxon Corporation -

vroeger Esso geheten - subsidieert een reeks dansprogramma's voor WNET-New York. Gulf Oil Corporation geeft een toelage aan WOED/Pittsburgh voor de uitzending van de uitstekende documentaire «The Incredible Machine» over het menselijk lichaam enz. Deze

vermeldingen mogen uitsluitend vóór en na het programma komen (niet «in de loop van») en moeten discreet (sic) wijzen op de financiële hulp. Deze «filantropische» firma's (de «grants» of toelagen kunnen zij aftrekken van hun bruto-zakencijfer!) pakken op de **commerciële** netten uit met de steun die zij geven aan de niet-commerciële omroep! Firma's die het moeten hebben van de massa individuele consumenten (b.v. producenten van scheermesjes) laten de PBS links liggen. Maar de PBS kan nuttig zijn om het politieke klimaat te beïnvloeden als een nationale energie-politiek wordt aangekondigd.

De voorzitter van PBS, Larry Grossman, verdedigt dit samengaan van commercie en openbare dienst. «Het probleem bestaat er in, enerzijds/het bedrijfsleven te sensibiliseren voor de echte noden van de maatschappij en anderzijds de openbare dienst beter af te stemmen op het publiek in wiens dienst hij staat...»

(Broadcasting, 16 februari 1976)

Een tweede bron van het inkomen van de niet-commerciële omroep is het beroep op de vrijgevigheid van de kijkers (de begroting van WGBH/Boston - een van de voornaamste PTV-stations - bedroeg in 1975 14 miljoen dollar, waarvan 3 miljoen dollar afkomstig van de kijkers die gemiddeld ca 20 dollar per persoon overmaakten). Het geld wordt gestort op trimestriële geldinzamelingsacties en een jaarlijkse veiligheidsweek - tijdens welke allerlei voorwerpen en diensten (b.v. vakantieverblijven) verloot worden. (Een kijker gaf 1000 dollar om het volgende voorwerp op het scherm te mogen tonen. Een ander gaf 2000 dollar voor een feestmaal waarop hij bediend zou worden door een butler en een maid zoals in «Upstairs, Downstairs».) Het systeem is haast vernederend, maar plaatst het station in het centrum van de lokale belangstelling («exponent van de plaatselijke gemeenschap»), vestigt de aandacht van de rijke bedrijven (zie hoger) op een dynamisch en met zijn gemeenschap vergroeide omroep en bezorgt bijkomende subsidies vanwege de regering naar rato van 1 dollar voor elke 2.50 dollar die toevloeden vanuit niet-federale bronnen. Het gevaar is niet denkbeeldig dat het station op die wijze de gevangene wordt van het soort publiek dat kan bijdragen en dat de programma's juist deze kijkers zullen moeten ontzien...

Het op die wijze bijeengebedelde geld

(ADVERTENTIE)



# bijna een eeuw



## HET BELANG VAN LIMBURG

Herckenrodesingel 10, 3500 HASSELT - Tel. 011-25.09.11

wordt gebruikt om lokale producties te maken. De oproepen na de laatste episode van «Upstairs, Downstairs» brachten in Boston 1 miljoen dollar in het laatje. De reeks werd in de V.S. met acht Emmy's bekroond (één voor de Amerikaanse producer die de reeks deed aankopen). De serie liep twee jaar. Maar in de 'ratings' liet de uitzending geen belangrijk spoor na...

Een derde bron van inkomsten is de regeringstoelage (1977 : 103 miljoen dollar, 1978 : 107 en in 1979 : 120 miljoen). De annaliteit van de subsidie (een van de oorzaken van de voortdurende financiële onzekerheid) is nu gewijzigd in een driejaren-cyclus die misschien wel een vijfjaren-periode kan worden. (In het voorstel van president Carter wordt het jaarlijks bedrag daarenboven verbubeld). Tijdens de Nixonperiode werd het bedrag - naar wordt beweerd - met directe politieke bijbedoelingen uitgedeeld (50 % van de federale toelagen worden door CPB rechtstreeks aan de stations toegekend op basis van voorstellen, proefopnamen enz.). De rijks-toelage wordt verder aangewend voor de productie van programma's voor minderheden die anders niet aan hun trekken zouden komen bij PBS.

Toen in 1967 de CPB boven de doopvont werd gehouden, ontbrak een financiering op lange termijn. Dit was wellicht geen toeval. Volgens het Congres moest het een gedecentraliseerde omroep worden. Anderzijds is de gemiddelde Amerikaan doodsbang voor een omroep die «government-financed, state operated» is. Vandaar dat andere financiële bronnen voorgesteld worden :

- taks op verkoop van TV-apparaten ;
- percent op het gebruik van de satellieten door de commerciële omroepen ;
- percent op de winsten gemaakt door de commerciële omroepen, enz.

## VI. PBS en programma's

PBS zelf heeft praktisch geen financiële middelen om programma's te produceren of te kopen. Op het aangeboden schema (dat de individuele stations al dan niet in hun totaliteit overnemen en dit na voorafgaande keuring) komen zo vele Britse reeksen voor dat PBS de bijnaam kreeg : **Plenty of British Subjects** (een taxichauffeur in Washington verklaarde mij spontaan dat hij een fervent kijker was van «Upstairs, Down-

stairs»...). Enerzijds wordt de uitzending van Britse programma's beschouwd als een loffelijke poging om een netwerk op te bouwen dat zoveel mogelijk de vrij idealistisch opghemelde BBC zou navolgen, anderzijds wordt met lede ogen gezien dat belastingsgeld naar een buitenlands produkt gaat (soms afkomstig van een commercieel station !), terwijl eigen Amerikaanse programma's niet tot stand komen.

Deze buitenlandse series worden echter meestal aangekocht met de hogergenoemde toelagen van particuliere bedrijven. Deze mogen echter geen geld besteden aan programma's die handelen over de specifieke activiteiten van deze bedrijven. De programma's kunnen ook aangekocht worden door een consortium van stadsomroepen die samen een gewestelijk net vormen om programma's aan te kopen **buiten de PBS-toelevering**.

(Het aandeel van een groot station is uiteraard belangrijker dan dit van een klein). Vele Britse programma's (Nana, Monty Python's Flying Circus, Shades of Green...) komen zo op de schermen van de 50 stations die deel uitmaken van EEN (Eastern Educational Television Network). Indien deze EEN-stations niet gestemd hadden om samen de Watergate hearings uit te zenden (een week later sloot de PBS zich aan), dan ware deze historische gebeurtenis wellicht nooit over de hele V.S. en in het buitenland te zien geweest.

## De SPC (Station Program Cooperative)

Programma's waarvan verwacht wordt dat ze geschikt zijn om over het hele PBS-net te worden uitgezonden, kunnen aangeschaft worden door een vernuftig aankoopstelsel, geheten Station Program Cooperative. De «elektronische markt» bestaat sinds 1973. De 150 deelnemende stations «stemmen met dollars» via een computer op basis van een voorafverzonden catalogus. De aangeboden bedragen worden 'ingepot' om een programmaproject te ondersteunen. Indien 80 % van de stations een positieve stem (= dollars !) inbrengen, wordt het gekocht. Op elk ogenblik van de stemmingsronden kunnen de vereiste bedragen gewijzigd worden doordat de producer, een bedrijf of een stichting beslist geldelijke steun te verlenen of zich terugtrekt. De «markt» (die belangstelling heeft gewekt bij economen welke het systeem reeds zien

uitgebreid tot andere «computer-aankopen») werkt hoofdzakelijk voor binnenlandse producties die op het getouw worden geplaatst en is vooral afgestemd op programma's voor de massa. Theoretisch legt het de macht over de nationale programmering van PBS in de handen van de lokale stations, maar elk station wordt op zijn beurt afhankelijk van de meerderheid, net zoals bij de commerciële omroepen.....

## PBS : een soort Eurovisie ?

De vergelijking met de Eurovisie wordt graag door sommige PBS-mensen gemaakt. Er bestaan vergelijkingspunten. PBS verdeelt programma's, geeft soms adviezen aan stations die de programma's niet vooraf hebben gezien en kan eventueel beslissen (na onderzoek van wettelijke of opportuniteitsaspecten) een programma uit zijn zendschema te nemen en het slechts via land- of luchtweg op te zenden. De stations doen echter hun best om het ge-centraliseerde network-idee van PBS uit te hollen dat op een soort «tweede front», verder de strijd aanbindt tegen de CPB....

## Speelfilm

Overeenkomstig de orthodoxe leer van de vroegere educatieve stations zijn speelfilms geen academische onderwerpen en werden zij oorspronkelijk afgewezen. Ook protesteerden de commerciële stations langs gerechtelijke weg toen stations in Iowa in 1969 «to attract viewership» en «to win friends» er toe overgingen speelfilms uit te zenden. CBS werd afgewezen. De Federal Communications Commission legde nooit het verbod op ontspanningsprogramma's uit te zenden. (In hun charter worden de stations er zelf toe aangezet). Toch werden de eerste speelfilms (onder de reekstitel «Great Movies») voorzien van een inleiding door een bekend acteur. Vervolgens werden de films gerangschikt in «festivals» (Bogart, John Wayne, Clark Gable...) of volgens thema (musicals, literaire films enz.). De presentatie (bekende vedetten) werd een bijkomende attractie. De huidige opvatting - althans in het voornaamste station dat speelfilms uitzendt - is de volgende : «Word geen «movie station», maar denk er aan dat speelfilms nieuwe kijkers aanbrengen».

## VII. De vier groten van het noordoosten

In het noordoosten van de V.S. liggen vier van de voornaamste niet-commerciële stations (in het westen zijn KCET/Los Angeles en KUON/Lincoln zeer belangrijk).

**WGBH/Boston Educational Foundation** is (dank zij de nabijheid van Harvard in de met Amerikaanse geschiedenis doordrenkte stad?) het voornaamste station voor wetenschappelijke programma's. De serie NOVA werkt samen met HORIZON (BBC), de BRT enz. Zoals andere onafhankelijke stations durft het «hete hangijzers» aanpakken (al is het uiteraard moeilijker om geld van MOBIL OIL los te krijgen om de olieboringen te behandelen dan om concerten uit te zenden....).

WGBH/Boston wijdt ook zijn aandacht aan bepaalde sportevenementen in uitvoering van de algemene doelstelling datgene op het scherm te brengen waarvoor de commerciële networks en commerciële stations geen belangstelling tonen. Na met tennis te zijn gestart (tot deze sport de aandacht wekte van de commerciële omroepen), is het thans bezig reportages van Europese voetbal ('soccer') te brengen.

### **WETA/Greater Washington Educational Telecommunications Association**

is gespecialiseerd in «plaatselijk» - volgens Washingtonse begrippen! - nieuws en public affairs - onderwerpen. Het dagelijkse duidingsprogramma «The MacNeil Lehrer Report» is een coproductie met het New Yorkse station WNET/13 (MacNeil is Canadees en Lehrer, Texaan, hetgeen - beweert men - bijdraagt tot de evenwichtige benadering van nationale en internationale onderwerpen). De financiële middelen komen van Allied Chemical (500.000 dollar per jaar), Exxon Corporation, CPB en enkele stations. Het programma werd boven de doopvont gehouden na de Nixon-periode toen «anti-Administration programs» taboe waren. WETA versloeg ook de BRT Lance-hoorzittingen en voor deze hearings ontving het station 1 miljoen dollar vanwege de CPB, 500.000 dollar van de Ford Foundation en bijkomende gelden van de leden van WETA. In het seizoen 1975-76 hebben zowat 140 bedrijven en werkgevers- of werknemersorganisaties de radio- en TV-uitzendingen van WETA/Washington gesteund.

Een derde belangrijk station dat bijdraagt tot de PBS-programmering is **WOED/Greater Pittsburgh Public Broadcasting Inc** (de programma's worden over 160 kabelnetten verspreid). De interessantse bijdragen zijn de coproducties met de National Geographic Society, stuk voor stuk voortreffelijke reportages. «Underwriter» (lees: sponsor) is Gulf Oil, dat duizenden dollars heeft uitgegeven om na te trekken welke soort kijkers afstemmen op die programma's (hetgeen bewijst dat de financiële steun niet zo ongeïnteresseerd is). Net gelijk bij de andere niet-commerciële stations zijn concerten van klassieke en moderne muziek zeer in trek (het zijn niet-controversiële, dus ongevaarlijke «prestige builders» voor station en «underwriter»). De serie staat onder de leiding van André Previn (met het Pittsburgh Philharmonic Orchestra).

Aan de Oostkust is hét PBS-station **WNET/New York**, erfgename van de vroegere National Educational Television (NET). (3)

Vol grote verwachting publiceerde WNET «The Adams Chronicles» (door BRT in 1976 uitgezonden) met hulp van verscheidene stichtingen en.... Atlantic-Richfield Oil. (Zonder deze stichting zou er gewoon geen sprake zijn van PBS!) Dat de BBC van overname afzag was een pijnlijke verrassing voor WNET («ware paniek») die in de BBC het gedroomde model ziet....

Het station legt zich veel toe op balletprogramma's. Dat een dergelijk station dat vaak aan de rand van een financiële afgrond staat, controversiële programma's durft uitzenden bewees het door Felix Greene's film over Noord-Viëtnam uit te zenden nadat CBS hem had afgewezen.

## VIII. Besluit

Het totaalbeeld van wat PBS is en nastreeft en welke de impacht is op het totale Amerikaanse televisielandschap, is moeilijk op te maken.

1. Geldgebrek is de voornaamste hinderpaal voor de PBS, maar het bepalen van de doeleinden stelt even grote problemen.
2. De tweeslachtigheid van de opzet treedt b.v. aan de dag in de houding van de PBS tegenover de ratings. «De uitzendingen - aldus Newton Minow,

voorzitter van de FCC en verdediger van PBS- oogsten geen hoge kijkcijfers, omdat de programmafiosofie juist stoelt op kleine groepen kijkers in plaats van op een massapubliek.» Maar meer recent (feb. 76) verklaarde de voorzitter van PBS dat men niet beschaamd moest zijn «about going after audience». Het geld van de belastingbetaler dient gebruikt «to reach out to the widest possible number of people». Anderen zijn van oordeel dat PBS moet mikken op 5 % van het kijkerspotentieel (nu gewoonlijk tussen 1 en 5 %).

3. PBS is tot dusver weinig internationaal gericht geweest. Van de veelgenoemde «public relations»-openheid van een goed-geolied Amerikaans bedrijf merkt men vaak weinig of niets. PBS stelde pas in 1977 voor het eerst een jaarverslag samen.

## Nawoord

1. De verhouding van de **instructieve televisie** tot de CPB en de PBS vergt een afzonderlijke studie. Beide 'corporations' zijn verantwoordelijk voor het stimuleren van deze programma's ofschoon ze in werkelijkheid de vrije hand laten aan de individuele stations. De PBS-programma's mogen (met enkele uitzonderingen) door de scholen opgenomen worden voor gebruik binnen de 7 dagen.
2. De voornaamste promotor van de «public television» was «SESAME STREET». Het is echter een productie van een toeleveraar (CHILDREN'S TELEVISION WORKSHOP in New York) die in 1970 een onafhankelijke 'corporation' oprichtte en een groot deel van zijn begroting betreft uit de 'merchandizing' van de bijproducten, zoals spellen, albums, poppen, enz.

(1) de eigenlijke organisatie is de Public Television Service, waarover verder meer.

(2) vanaf 1986 d.m.v. een satelliet (gedeeltelijk bekostigd door de Ford Foundation).

(3) Het station telt 500 personeelsleden en heeft een jaarlijkse begroting van 21 miljoen dollar.