



BRUUT'S BROADCAST BELEVINGEN

Tekst: Edwin Valent

JAPAN ALS TESTLAB VOOR TOEKOMST TELEVISIE

In Nederland wordt de toekomst van televisie vaak gezien als een somber, aflopend verhaal en door sommigen zelfs al dood verklaard. De dominante gedachte bij dit doemdenken is dat streamingdiensten, social media en digitale platforms de traditionele rol van televisie steeds verder onder druk zetten.



EDWIN VALENT

is manager en mediastrateeg met jarenlange ervaring in de (inter) nationale media-, sport- en cultuurindustrie. Voor BM schrijft hij al jaren over innovatie in het medialandschap onder de titel Bruut's Broadcast Belevingen. Wil je meer weten over of een keertje sparren met Edwin, check dan EdwinValent.com

Juist daarom is het interessant om eens te kijken naar landen waar die ontwikkeling fundamenteel anders wordt benaderd. Voor deze editie maak ik daarom de oversteek naar Japan. Daar ziet de publieke omroep NHK televisie niet als een medium in verval, maar als een platform in transitie. Ze zien het zelfs als hét medium van de toekomst. NHK investeert daarom al jaren in interactieve televisie, geïntegreerde broadcast- en online omgevingen en in nieuwe vormen van content-distributie. Daarmee positioneert de organisatie zich niet alleen als omroep, maar ook als technologisch innovatie-laboratorium voor de toekomst van media. Met televisie in het bijzonder. Dat roept de inspirerende vraag op: wat zegt deze 'andere' visie over de toekomst van televisie en (wat) kunnen Nederlandse broadcasters daarvan eventueel leren?

NHK

Voor degenen die minder bekend zijn met het Japanse medialandschap: NHK (afkorting voor Nippon Hōsō Kyōkai, oftewel Japan Broadcasting Corporation) is de nationale publieke omroep van Japan die dit jaar zijn eerste centennium viert. Deze organisatie staat inmiddels bekend als een partij die traditionele radio- en televisie-uitzendingen combineert met innovatie en een sterke onderzoeksfunctie via hun eigen R&D-laboratorium NHK STRL (Science & Technology Research Labs). Ook goed om te weten: in Japan speelt NHK een bredere rol dan alleen contentproductie en -distributie. Door de combinatie van vergrijzing en de hoge frequentie van natuurrampen wordt publieke informatievoorziening er sneller een kwestie van veiligheid, waardoor de rol van NHK soms urgenter en van levensbelang is dan

die van publieke omroepen in Nederland. NHK neemt ook internationaal een positie in als een van de meest vooruitstrevende publieke broadcasters.

Breed verankerd

In Japan wordt smart-tv, of connected televisie, niet gezien als vervanger van traditionele televisie, maar als een volgende fase in de ontwikkeling ervan. In een land met een hoge adoptie van deze connected televisies, mede door de sterke traditie in consumentenelektronica, is die ontwikkeling breed verankerd en makkelijk(er) uitvoerbaar. Televisie blijft het centrale scherm en wordt verrijkt met internetfunctionaliteit, personalisatie en interactieve lagen. Opvallend, want in veel Europese discussies wordt televisie vaak tegenover streaming gezet, terwijl in Japan beide juist steeds vaker binnen één geïntegreerde kijkervaring samenkomen.

NHK ontwikkelt dus al geruime tijd technologie met als uitgangspunt het zogenaamde *integrated broadcasting*, waarbij context (zoals tijd en locatie) een steeds grotere rol speelt in de kijkervaring. Het broadcastdoel van NHK is tweeledig: de hoge televisie-adoptie behouden en tegelijkertijd technologische adoptie stimuleren. En die dus ook intuïtief geschikt maken voor de grotere groep ouderen die het land rijk is. De doorontwikkeling van televisie is in die context niet alleen technologisch van aard, maar ook maatschappelijk van levensbelang.

Hybridcast en NHK One

Door al deze investeringen en duidelijk aangebrachte focus van het researchlab, zijn recentelijk twee grote projecten gelanceerd. Allereerst introduceerde NHK de afgelopen jaren gefaseerd een technische laag, Hybridcast genaamd. Deze 'backbone'

combineert traditionele televisie-uitzendingen met internet-gebaseerde datalagen en interactieve functies. Een programma wordt zodoende via broadcast uitgezonden, terwijl via internet aanvullende informatie wordt toegevoegd. Kijkers met een connected-tv kunnen daardoor extra content ontvangen, zoals tekst, grafieken, nieuwsupdates of aanvullende video's, zonder de uitzending te onderbreken. Laat ik met een voorbeeld illustreren hoe zo iets kan worden ingezet bij een noodsituatie. Bij een aardbeving in een Japanse stad kan een live-nieuws-uitzending worden aangevuld met real-time informatie via de interactieve laag, zoals waarschuwingen en lokale updates. Via dezelfde laag kunnen gebruikers in andere regio's ook toegang krijgen tot aanvullende regionale informatie die voor hen van belang is en advies over wat te doen. Daarnaast kan deze backbone extra gebruiksopties toevoegen, zoals immersive audio of gebarentaalvoorzieningen, waardoor nog meer mensen alle informatie goed kunnen ontvangen en verwerken. Met andere woorden: de contentvoorziening is maximaal en persoonlijk. Dit technische platform vormt daarmee het fundament voor de ontwikkeling van toepassingen rondom nieuws-, sport- en educatieve programmering en maakt daarnaast verdieping naast lineaire uitzendingen mogelijk. Zo komen we bij het tweede en meest recente product: NHK One. Dit is de consumentenlaag bovenop het technische hart die begin dit jaar op de markt werd gebracht. Deze app wordt nu in fases uitgerold en vormt uiteindelijk een geïntegreerde omgeving voor alle Japanners waarin alles samenkomt op basis van Hybridcast-technologie. Eén

Televisie blijft het **centrale scherm** en wordt verrijkt met **internetfunctionaliteit, personalisatie** en **interactieve lagen**





gebruikersomgeving zonder dat allerlei losse apps of websites nodig zijn. Televisie verschuift hiermee van eindpunt naar startpunt van interactie, waarbij content contextueel wordt aangeboden. De centrale vraag binnen dit concept is hoe publieke content optimaal toegankelijk blijft op het grote scherm, terwijl tegelijkertijd flexibiliteit voor andere schermen wordt behouden. Het antwoord ligt vooral in het ontwerp van de gebruikersinterface, waarin televisie het startpunt is dat vervolgens wordt vertaald naar die andere, kleinere schermen.

Vertaling naar Nederland

In Nederland bestaat interactieve televisie (zoals rode knop-functionaliteit en catch-updiensten op smart-tv) via de Europese open standaard HBBtv natuurlijk ook al jaren. Toch wordt dit vooral versnipperd toegepast door commerciële partijen en heeft ook de NPO een beperkte rol. Laat ik het zo

stellen: er is hier in ieder geval geen uniforme, geïntegreerde ervaring over de volledige contentketen heen. Er is structureel gebrek aan gezamenlijke content-investeringen geweest. Daarnaast blijft een succesvolle implementatie van zoiets vaak afhankelijk van externe platforms, tv-fabrikanten en losse applicaties, in plaats van één samenhangend nationaal systeem. Daardoor is de mate van integratie aanzienlijk lager dan in Japan en dit maakt het 'kopiëren' van een voorbeeld als NHK One een stukje ingewikkelder. Daarbij: hoe wij als mediasector, met in het bijzonder de publieke omroep, innovatie hebben georganiseerd, verschilt enorm van Japan. Binnen de Nederlandse publieke omroep vinden innovatie en research plaats binnen de NPO, maar ook bij de verschillende omroepen, online platforms en commerciële technologiepartijen. Waar NHK technologie, research en innovatie integreert binnen één

nationaal broadcastmodel, ontwikkelt Nederland zich eerder modulair en platformgedreven. Dat maakt het lastig om zo'n groots project succesvol te implementeren.

Kans of exotisch voorbeeld

Komen we vanzelf bij de volgende vraag: is dit een exotisch voorbeeld dat niet op onze Nederlandse situatie te plakken is of kan deze aanpak ook op onze markt werken? Ik denk het laatste. Zeker als je de inmiddels ingezette herstructurering van de publieke omroep in ogenschouw neemt. Als er in 2029 daadwerkelijk drie of vier Omroephuizen zijn én tegen die tijd NPO Start en NPO Luister geïntegreerd zijn tot één platform, heb je misschien een basis om te komen tot ook een meer samenhangende en overkoepelende digitale infrastructuur. En stel dat dit lukt, dan kan je binnen zo'n nieuwe structuur ook makkelijker een centrale innovatie-omgeving opzetten, want dat is strategischer, efficiënter, goedkoper en impactvoller. Dan vervul je een soortgelijke rol die NHK voor zijn rekening neemt. Want vergeet niet: uiteindelijk moeten alle omroepen nog steeds samen met de NPO een toekomstbestendig beleid opstellen ten aanzien van belangrijke vraagstukken als AI, fake news, personalisatie, verhouding ten opzichte van Big Tech en nieuwe interactieve ontwikkelingen. Waarom het dan niet eens op deze manier structureel goed aanpakken? Het moment lijkt er in 2029 uitermate geschikt voor. Dan is dit ineens niet meer een ver-van-mijn-bed-voorbeeld, maar misschien wel net die inspiratie die nodig is om ons in de juiste *mindset* te krijgen om ook onze televisie verder te laten evolueren. ●

