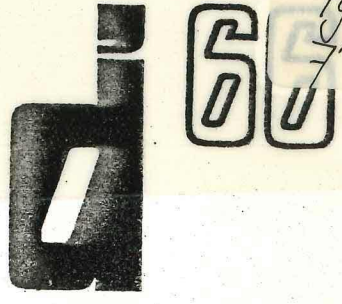


1978

D'66
1978



STICHTING WETENSCHAPPELIJK BUREAU

INTERIM NOTA VAN DE WERKGROEP KUNSTEN EN MEDIA

OMROEP IN DE SAMENLEVING

CRM 7 mei 1978

AMSTERDAMSE CENTRUM
NEDERLANDSE BOEKEN
VERENIGING

Motto: de omroepwet dient niet
langer een omroepbladenwet
te zijn ...

OMROEP IN DE SAMENLEVING

"Kunsten en media in de samenleving". De formulering van een niet mis te verstaan partijstandpunt over de onder dat hoofd te vatten problematieken, is de taakstelling van de werkgroep Kunsten Media, opererend onder de vleugels van de Stichting Wetenschappelijk Bureau D'66.

De werkgroep begon haar werk in december 1976 en besloot al direct het omvangrijke terrein om praktische redenen te verkavelen. Zonder te ontkennen dat de gebieden "kunsten" en "media" elkaar vaak overlappen en in onderlinge samenhang beschouwd dienen te worden, werd toch de voorkeur gegeven aan een splitsing. Zo kon reeds in mei 1977 (nog net voor de voor D'66 zo belangrijke Tweede Kamerverkiezingen) de nota KUNST IN DE SAMENLEVING gepresenteerd worden. x)

Sindsdien werkte de werkgroep gestaag verder aan het tweede deel van het tweeluik, de nota "Media in de Samenleving". Daarbij dient media dan gedefinieerd te worden als alle middelen tot massacommunicatie, dat wil zeggen: al die communicatiemiddelen waarmee door aanbieders boodschappen gericht worden op ontvangers, terwijl de kanalen waardoor die boodschappen verscheept worden, in handen zijn van beherende instanties. Bij die driedeling past dan wel de aantekening dat vooral in de omroep de "aanbieders" en de "beherende instanties" nogal eens samenvallen.

Geconstateerd mag worden dat in onze maatschappij-ordening één van de drie partijen in het proces van massacommunicatie (de beherende instantie) een zodanig overwicht heeft, dat de andere twee (de aanbieders en de ontvangers, m.a.w. de individuele burgers) bescherming behoeven.

Het beleidsprogramma van D'66 stelt individuele ontplooiingsmogelijkheden van de burger centraal. Het door ons voorgestane mediabeleid is dan ook op deze individuele beleving gericht. In de tegenstelling collectief versus individu, macht versus kwetsbaarheid, staat D'66 aan de kant van de

x) Kunst in de Samenleving, uitg.: Wetenschappelijk Bureau D'66, Javastraat 6, Den Haag, tel. 070-453271

OMROEP IN DE SAMENLEVING

In deze nota vindt U:

- . In het proces van massacommunicatie hebben beheerders van media een zodanig overwicht, dat de consumenten bescherming behoeven. (pag.1)
- . Macht van het grote getal en macht door concentratie van mediabeheerders dient gecorrigeerd en gecompenseerd te worden. (pag.2)
- . Bewaken van normen van integriteit van degenen die zeggenschap hebben over het gebruik van de media. (pag.3)
- . Waken tegen misbruik van macht door mediabeheerders. (pag.4)
- . Omroep volgt diktaat van het grote getal. (pag.4)
- . Verschraling en verpaupering van programma aanbod door toepassing resultaten kijk- en luisteronderzoek. (pag.4)
- . Culturele uitzendingen teruggedrongen en zelfs verdrongen. (pag.5)
- . Levensbeschouwelijk onverschillige zuilen in zendtijd oververtegenwoordigd. (pag.5)
- . Geen "nationale" omroepstructuur. (pag.5)
- . Verhoging principiëel soortelijk gewicht van omroeporganisaties. (pag.6)
- . Openen van het bestel door zgn. GROTE ONTKOPPELING. (pag.6)
- . Herziening organisatiestructuur omroepcomponenten. Aangenomen amendement dienaangaande op omroepwet dient snel in praktijk gebracht. (pag.7)
- . Zendgedigden moeten kunnen kiezen: òf radio, òf TV. (pag.8)
- . Zenderkleuring vraagt van omroepen verantwoordelijkheidsgevoel en normbesef. (pag.8)
- . Geen invloed commercie op programmasamenstelling. Beteugeling van "plugging" en "hying". (pag.8)
- . Neveninkomsten uit programma's moeten toevloeien aan programmabudgetten. Geen particuliere winsten uit merchandising van met gemeenschapsgeld gefinancierde programma's. (pag.9)
- . Meer kansen voor meer mensen in een open bestel. (pag.10)

kwetsbaren, hier degenen die boodschappen verzenden en ontvangen. Een verantwoord mediabeleid dient zich daarom voortdurend bezig te houden met het openhouden van de kanalen, hetgeen voor de werkgroep als consequentie heeft dat zijn nota zich in de allereerste plaats richt op de problemen die zich voordoen bij het beheer van de kanalen.

Mediapolitiek is in die zin het werk van een typisch Nederlands polderbestuur: zorgen dat de oevers niet afkalven, de vaargeul niet verzandt, de waterpest niet om zich heengrijpt en fosfaten de waterkwaliteit niet zo aantasten dat de algen elk ander leven verstikken.

Bij het woord "media" denkt de werkgroep daarbij niet alleen aan elk gebruik dat gemaakt wordt van de ether, inclusief sateliet- en kabeltransport, maar ook aan alle vormen van drukpersgebruik en van toepassing van meervoudige reproductiesystemen, inclusief geluid- en beeldregistratie. Zulks dan uiteraard voor zover dit gebruik gericht is op massacommunicatie en ongeacht het feit of de uitgangspunten van de beheerders van deze media op verstrooiend dan wel voorlichtend, op commerciëel dan wel idealistisch terrein gezocht moeten worden.

Problemenzee

Niet ontkend kan worden dat deze probleemstelling voor het tweede deel van het tweeluik, een "mer à boire" genoemd mag worden en dat de werkgroep er dan ook meer dan de mond vol aan heeft. Het leegdrinken van een zee kost tijd en in de politiek heeft men niet altijd een zee van tijd.

Vandaar dat we tussentijds met deze deelnota komen, waarin de omroepproblematiek tijdelijk wordt losgemaakt uit het complex van problemen inzake massacommunicatiemiddelen. Tijdelijk, want deze deelnota zal t.z.t. onderdeel uitmaken van de eindnota "Media in de Samenleving".

Maar zelfs binnen de omroepproblematiek behandelt deze nota slechts een deelgebied, en wel dat van de "landelijke omroep". In onze eindnota zullen in de omroepparagrafen nog tal van zaken aan de orde komen, waaraan we hier voorbijgaan. Zonder uitpuddend te willen schijnen noemen we slechts zaken als educatieve en open school televisie, kabel- en sateliettelevisie, opleiding en sociale positie van omroepmedewerkers, een mogelijk redactiestatuut voor mediawerkers, de positie van de NOS, etc. Ook zult U in deze deelnota niets vinden over een voor D'66 - principiëel voorstander van kleinschaligheid en hantering van de menselijke maat- zo belangrijk onderwerp als de regionale omroep.

In het totale pakket massacommunicatiemiddelen is de invloed van de overheid het grootst op het terrein van de omroep. Dit tussentijds rapport komt daarom tegemoet aan de roep om concrete D'66-uitspraken inzake die omroep, waar politiek behoefte aan bestaat. Het omroepstandpunt van de partij was tot nu toe meer gevoelsmatig bepaald dan theoretisch onderbouwd. Wij vertrouwen erop dat deze nota een fundament zal leggen onder tal van gevoelsmatige standpunten, maar deze ook - waar nodig - zal herzien.

Samenhangend beleid

Het publiceren van deelnota's betekent geenszins dat D'66 af zou zien van het voor haar principiëel zo belangrijke "samenhangende beleid". Voorzover dat in het nu volgende schijnbaar onvoldoende aan de orde komt, zal dat gecorrigeerd worden in de t.z.t. te publiceren eindnota. Vele, niet alle, van de hierna te formuleren stellingen hebben niet alleen betrekking op het omroepbeleid, maar op het mediabeleid in ruimer zin. Dat geldt met name voor onze uitgangstellingen.

Uitgangspunten van het mediabeleid behoort de vrijheid van meningsuiting te zijn. In onze samenleving komt het marktmechanisme daaraan weliswaar tegemoet, maar slechts ten dele en gebrekkig. D'66 meent dat het streven gericht dient te zijn op het opheffen van de nadelen die het vrije-markt-principe met zich meebrengt voor minderheidsgroepen. Bij dat woord minderheidsgroepen dienen we dan te bedenken dat het om minderheden van variabele samenstelling gaat. Vrijwel iedereen behoort op zijn tijd wel tot een minderheidsgroep.

De beperking van keuze als gevolg van de macht van het grote getal of de macht van de concentratie van mediabeheerders, dient in het samenhangend mediabeleid gecorrigeerd en gecompenseerd te worden met alle ten dienste staande middelen. Op het ogenblik wordt het mediabeleid - en vooral ook het omroepbeleid - in steeds toenemende mate bepaald door de wet van vraag en aanbod. De directe invloed van de commercie op dit beleid dient daarbij als een uitwas gekenschetst te worden. Met begrip voor de rol van de reclame in het marktmechanisme en ook met waardering hiervoor als bron van informatie, meent D'66 dat het consumentenbelang vereist dat de rol van de reclame in de media zorgvuldig wordt vastgesteld en begrensd.

Degenen die de via de omroep verspreide boodschappen vormgeven hebben uiteraard een grote invloed op de inhoud van

die boodschappen. Maar ook zij zijn op hun beurt weer afhankelijk van degenen die de omroepen beheren en die uiteindelijk de criteria hanteren. Verder mag gesteld worden dat de omroep in zoverre niet autonoom is, dat deze beïnvloed wordt en aangevuld door de andere bestaande media. Tijdschriften, boeken, gramfoonplaten en andere geluidsdragers, films en andere beelddragers, presenteren zich met een groter "eeuwigheids-waarde" en oefenen over langere termijnen invloed uit op vorm en inhoud van de omroepboodschappen, beter gezegd op de makers daarvan.

Maar ondanks het bestaan van dit zelfcorrigerend mechanisme van de media onderling meent D'66 dat het ter voorkoming van inteelt in het vaderlandse mediadorp, die het gevolg kan zijn zowel van functiecumulatie bij mediabeheerders als bij professionele vormgevers van de te verzenden boodschappen, van belang is dat het mediabeleid zich richt op het bewaken van de normen van integriteit van degenen die zeggenschap hebben over het gebruik van de media.

De rol van de ontvanger van de boodschappen is t.a.v. het bepalen van vorm en inhoud van het ontvangende hoogstens secundair. De positie van de aanbieder, als gezegd in omroepkringen veelal dezelfde als de mediabeheerder, is zo overheersend, dat steeds gewaakt moet worden tegen misbruik - al dan niet opzettelijk - van verzendersmacht. Dat misbruik kan bestaan zowel uit aantasting van algemeen menselijke waarden als uit het verhinderen van nieuwe ontwikkelingen, waardoor verstar-ring bevorderd wordt en slechts het bestaande geconserveerd. Het spreekt vanzelf dat D'66 vanuit zijn vooruitstrevende be-ginselen deze vorm van conservatisme afwijst.

Dictaat van de cijfers ?

In vrijwel de gehele sector van de door het particulier initiatief gedomineerde media constateren we een beperking van keuze als gevolg van een meedogenloosheersend marktmechanisme. In tegenstelling tot wat de Omroepwet ongetwijfeld bedoeld heeft, zien we ook in omroep-land het dictaat van het grote getal.

De toepassing van de resultaten van het onderzoek naar kijk- en luisterdichtheid beheerst de samenstelling van het pro-grammapakket. Daardoor werkt die, vooral bij TV, verschrallend op het aanbod aan steeds wisselende minderheden, die tesamen in feite toch weer het gehele publiek vormen. We zien over de hele linie een vervlakking en verpaupering van het aanbod.

Programmacomponenten die voor het begin van de grote cijferdansen gemeengoed waren: programma's over beeldende kunst, poëzie, toneel van enige diepgang en niet behorend tot het genre "familieserie" en tal van andere met de vage term "cultureel" aan te duiden programma's, zijn steeds verder teruggedrongen en vaak geheel verdrongen. Deze ontwikkeling is in strijd met de pluriforme taak van de uitzender, zoals die in artikel 35 sub 2 van de omroepwet wordt aangegeven. D'66 meent dat het kijk- en luisteronderzoek zoals het op het ogenblik wordt uitgevoerd, tenminste gericht dient te worden op een andere bestemming. Zowel onderzoek als interpretatie van de uitkomsten dient zich bij voorkeur te richten op het functioneren van de media in de samenleving. Samenstelling van de programmapakketten op basis van de kwantitatieve uitkomsten van dergelijke peilingen is in strijd met de bedoelingen van de wetgever.

Schijndemocratie

De huidige omroeporganisatie, tot stand gekomen op voornamelijk getalsmatige criteria, is slechts in schijn democratisch. De "levensbeschouwelijk onverschillige" zuilen zijn in zendtijd oververtegenwoordigd. De natuurlijke beperking van de zendtijd (vooral bij de televisie) maakt dat een te groot aandeel van de zogenaamde "neutrale" omroepen hierin, naast de plaats die opgeëist wordt door de verschillende "grote" levensbeschouwelijke stromingen, een bedreiging is voor de uitingsmogelijkheden van kleinere doelgroepen, die er toch in een democratie op dienen te kunnen rekenen dat de meerderheid hun minderheidspositie beschermt. D'66 stelt in zijn beleidsprogramma dat pluriformiteit de voornaamste bron is van gewenste maatschappelijke vernieuwing. Pluriformiteit, te definiëren als veelvormigheid en verscheidenheid, als middel om de keuzevrijheid van de burger te bewaken en te bevorderen. Daarbij streeft D'66 naar een maatschappij en naar organisatievormen op menselijke maat.

Een monopolistische omroepstructuur zou noch met die menselijke maat noch die gewenste pluriforme trekken vertonen. Daarom is de werkgroep na uitgebreide discussie en na bestudering van praktijksituaties in het ons omringende buitenland, van mening dat het eerder door D'66 ingenomen - maar zoals reeds gesteld eerder emotionele dan onderbouwde - standpunt pro een "nationale" omroepstructuur verlaten dient te worden.

Dit betekent evenwel geenszins dat D'66 voorstander zou zijn van onverkorte conservering van het huidige systeem. D'66 pleit voor een zodanige reorganisatie van het omroepbestel, dat de democratie in omroepland niet langer opgeofferd wordt aan de macht van grote budgetten, vierkleurendruk en eenzijdige publiciteit.

Het mechanisme van de vervlakkings van het programma aanbod, in gang gezet door de zogenaamde "neutrale" omroepverenigingen in hun jacht op de in de omroepwet ex artikel 27 sub 2 genoemde ledentallen, heeft sinds lang ook de levensbeschouwelijke omroepen in de houdgreep. Het is onbillijk om slechts over "verTROSSing" te spreken als er evenzeer sprake is van verNCRVlakkings, verKROtting en verVARAmsjing.

Geen omroepbladenwet

Het bestrijden van de vervlakkende macht van de logge getallen is alleen mogelijk wanneer de werkelijke aanhang van de diverse omroepcomponenten weer meetbaar wordt en niet langer "opgepept" door grote aantallen mensen die slechts zijn toegestroomd om prijs en kwaliteit van het omroepblad. Deze constatering is niet nieuw en D'66 heeft er ook allerm minst het primaat van. Om eens een zeer subjectieve en daarom in dit geval des te objectiever bron te citeren: in zijn geschiedschrijving van de VARA "Een klein mannetje met een klein potloodje" schreef VARA-man van het eerste uur Meyer Sluizer reeds in 1965: "Massa-organisaties hebben de neiging te gaan lijken op een zeer brede, maar ook zeer ondiepe rivier. De reusachtige groei van de VARA heeft ertoe geleid dat het principiële soortelijk gewicht te klein geworden is.

Voor ons kan anno 1978 de conclusie duidelijk zijn: de omroepcomponenten moeten terug naar een hoger principiële soortelijk gewicht. Dat kan alleen door een totale ont koppeling van het lidmaatschap van een omroeporganisatie en het abonnement op een tot nu toe bijbehorende omroepblad. De omroepwet mag niet langer een omroepbladenwet zijn en dient in die zin op tal van punten herzien en aangepast te worden.

In het algemeen zal dit betekenen dat de ledentallen van omroeporganisaties zullen dalen en dat de getalscriteria uit de omroepwet ex art. 27 sub 2-5 aan een nieuwe realiteit aangepast zullen dienen te worden. Daarmee wordt dan een zuiverder beeld opgeroepen en wordt de kans op een waarlijk open bestel waarin de verschillende in ons volk levende

culturele, politieke en levensbeschouwelijke stromingen een behoorlijke kans zullen hebben om zich via de ether te uiten, sterk vergroot. De uitingen van die diverse stromingen dienen we niet in te enge zin te zien: er kan wel degelijk verschil zijn in de keuze zelfs van amusement in diverse levensbeschouwelijke kringen.

Het opener maken van het bestel op bovengeschetste wijze kan alleen slagen wanneer ook de organisatiestructuur van de diverse aan het omroepverkeer deelnemende groepen herzien wordt. We verwijzen daarbij naar het D'66 actiebegin-sel: "verouderde machtsstructuren moeten worden afgebroken en nieuwe organisatievormen moeten worden opgebouwd, waar-door de burgers meer bij de besluitvorming worden betrokken en waarin naast de technisch-economische ook de sociale doelmatigheid tot zijn recht komt."

Hoewel de overheid zich dient te onthouden van bemoeiingen met de inhoud van massacommunicatieve boodschappen en haar taak beperkt dient te blijven tot toezicht op naleving van de wet, kan zij wel positief bijdragen tot een systeem van democratische contrôle op de organisatie van de omroep. Op voorstel van D'66 is in de Tweede Kamer reeds een amendement ad art. 13 lid 2 van de Omroepwet aangenomen. Ten 9e dient daaraan toegevoegd te worden: "Zij moeten ten ge-noege van onze minister aantonen dat hun leden of contri-buanten op een democratisch aanvaardbare wijze invloed kun-nen uitoefenen op het beleid." Er dient krachtig naar ge-streefd te worden dat dit amendement ook in de praktijk tot uitvoering komt.

Radio en TV, geen eeneijge tweeling

De historisch gegroeide twee-eenheid radio-televisie is in feite onlogisch. Radio en TV hebben elk hun eigen, speci-fieke karakter. Ze mogen dan toevallig het transportmiddel, de ether, gemeen hebben, er zijn zeer grote verschillen in de eisen die gesteld worden aan de vormgeving van de bood-schappen die ze uitzenden, alsook aan de kosten van die vormgeving. Het feit dat in Nederland moeder radio-omroep ooit het kind TV-organisaties baarde, kan geen reden zijn moeder en kind ook na de meerderjarigheid van de laatste tot blijvend samenwonen te veroordelen. De omroepwet is in deze inconsequent. Enerzijds laat zij in art. 13 sub. 2, 2e en 3e lid wel degelijk de mogelijkheid open dat omroeporga-nisaties zich uitsluitend op TV danwel uitsluitend op radio

richten: "ten doel hebben radio of televisie-uitzendingen te doen." en "zij moeten zich de uitzending ten doel stellen van een volledig radio- of televisieprogramma ...", anderzijds wordt in art. 27 sub 3 bij het vaststellen van een onderlinge verdeelsleutel slechts gesproken over "de voor de omroeporganisaties beschikbare zendtijd" zonder onderscheid tussen radio en TV. Daarentegen wordt in art. 28 m.b.t. aspirant-omroeporganisaties weer wèl gesproken over zendtijd voor radio of televisie of beide. Bij het verder openen van het bestel is het wenselijk zeer expliciet de mogelijkheid te openen dat zendgegadigden zich uitsluitend met radio dan wel televisie bezighouden.

De huidige onderlinge concurrentiestrijd tussen de omroeporganisaties maakt bij de radio een werkelijke "zenderkleuring" tot een illusie. De consument is gediend bij een zenderkleuring die de overzichtelijkheid bij het kiezen van programma's bevordert. D'66 is van mening dat een zenderkleuring waarbij de uitzender verantwoordelijkheidsgevoel toont t.o.v. de vaak weerloze en zelfs onvrijwillige ontvanger (we denken aan het verplichte luisteren naar Hilversum - 3 in fabrieken en ateliers en op bouwplaatsen), door tegen smaakbederf gerichte normen te hanteren, gerealiseerd dient te worden. Daartoe is het onvermijdelijk dat bij programmering en de macht van het grote getal wordt uitgeschakeld als enige norm, en de grote invloed van de commercie op de programmasamenstelling (we doelen hier met name ook op met technische termen als "plugging" en "hying" aangeduide vormen van omkoperij) met alle toelaatbare middelen wordt beteugeld.

Merchandising als privé winstbron

Wat hierboven staat over commerciële invloed op de programmering brengt ons automatisch op het momenteel zo in de kritische belangstelling staande onderwerp "merchandising". In het algemeen dienen we daaronder te verstaan het secundair gebruik van elementen uit programma's ten behoeve van commerciële doelen. Dit kan zowel zijn de commerciële uitgave van boeken en platen n.a.v. uitgezonden programma's als het gebruik van door de media gepopulariseerde figuren en karakters t.b.v. reclamedoeleinden, speelgoed- en snoepgoedindustrie e.d. Een groot gedeelte van deze onder merchandising samen te vatten activiteiten is de uitzendende instanties op grond van art. 11 van de Omroepwet verboden.

Dit heeft evenwel tot direct gevolg gehad dat genoemde activiteiten, die toch plaats vinden, nu in sterke mate worden beheerst door particuliere belangen van buiten de omroep. Deze vinden aldus een privé-winstbron n.a.v. programma's die met gemeenschapsgeld gefinancierd zijn. D'66 acht deze ontwikkeling ontoelaatbaar. Wanneer we zo realistisch zijn het bestaan van merchandising als gegeven feit te accepteren dan dient toch tenminste gesteld te worden dat winsten (opbrengsten) die voortvloeien -zowel direct als indirect- uit financiering met gemeenschapsgelden, ook aan de gehele gemeenschap ten goede dienen te komen of, met andere woorden, dat nevenopbrengsten uit programma's toegevoegd dienen te worden aan de programmabudgetten.

Hierbij dienen een paar kanttekeningen geplaatst te worden. In de eerste plaats zien we zeer recent de ontwikkeling dat omroepverenigingen, al dan niet in samenwerking met ondernemers buiten de omroep, de merchandising gaan exploiteren. Juridisch doen ze dat dan niet als uitzendende instantie, maar via apart daarvoor opgerichte rechtspersonen, waardoor ze ontkomen aan de werking van art. 11 Omroepwet. Wanneer de opbrengst dan toevloeit aan de verenigings- of stichtingskassen en niet aan de programmabudgetten, is de merchandising voor de omroepverenigingen evenzeer een "privé-winstbron", zodat het gekozen middel de kwaal verergert.

Daarnaast dient aangetekend te worden dat neveninkomsten uit programma's juridisch toekomen aan degene die het auteursrecht op de programmastof bezit. Dat is vaak niet de uitzendende instantie, maar wel de free lance auteur van het programma. Deze free lance auteur draagt op het ogenblik per contract slechts het uitzendrecht aan de omroep over. Bestudering van het probleem merchandising vergt dus ook Bestudering van de contractuele relatie tussen free lance medewerkers en omroep, een zaak die trouwens ook om andere redenen urgent genoemd mag worden. Hierop komen we in de eindnota over de media nog uitgebreid terug.

Op dit moment worden de omvangrijke problemen rond de merchandising in geheel Europa bestudeerd door de bij de Internationale Auteursrechtfederatie CISAC aangesloten auteursrechtbureaux. Alleen in Engeland heeft de BBC er voorlopig een op het eerste gezicht aanvaardbare oplossing voor gevonden met de oprichting van BBC-Enterprises, een instantie die alle nevenrechten m.b.t. programma's controleert. Het lijkt

ons te vroeg om deze oplossing onverkort als model voor de Nederlandse situatie aan te bevelen. Wij bevelen evenwel snelle bestudering van het gehele commerciële problemencomplex aan, op basis van de hiervoor gegeven maatstaven en richtlijnen. Direct daarna zal de omroepwet aan de realiteit en aan de uitkomsten van deze studie aangepast dienen te worden.

Samenvattend...

Het pleidooi dat wij in deze nota geleverd hebben voor een "opener bestel" houdt geenszins in dat wij van mening zijn dat er geen grenzen aan die openheid gesteld dienen te worden. Juist voor de landelijke omroep geldt dat tegen versnippering gewaakt dient te worden. De aard van de media radio en televisie vraagt al om redelijke technische eisen en kwaliteitsnormen waaraan de aanbieders van boodschappen en de beheerders van de kanalen dienen te voldoen. Op die normatieve kant komen wij in onze eindnota terug. Daarnaast mag bedacht worden dat de openheid t.a.v. al diegenen die zich (willen) richten tot voor landelijke omroep te kleine doelgroepen, het best gewaarborgd wordt door een regionale omroep met een hoge bedekkingsgraad. Voorts zal de openheid zeer gediend zijn met opheffing van de verschraling van het programma aanbod, door het beëindigen van de race op leden-abonnés.

De werkgroep staat zich er niet op voor in deze tussentijdse nota veel gloednieuwe ideeën gepresenteerd te hebben. Met name de "grote ontkoppeling" als middel om (weer) tot zilverder omroepverhoudingen te geraken, is de laatste jaren al door tal van roependen in de woestijn bepleit. De argumenten die er van omroepzijde tegen aangevoerd werden (worden), zijn minder principiëel dan opportunistisch. Het houden-wat-we-hebben speelt er een nogal grote rol in. Het is evenwel geen vraag of zelfs die status quo nu zo goed beschermd wordt door het systeem dat abonnees en principiële leden tot evenwaardig uitroept. Het zijn juist de omroepverenigingen met een eigen gezicht, die onder invloed van dat systeem het meeste gezichtsverlies geleden hebben. De beleidsuitgangspunten van D'66: pluriformiteit, kleinschaligheid, menselijke maat, bescherming van de individuele burger, behartiging van consumentenbelangen enz. laten in elk geval politiek geen andere keuze toe dan die voor een open bestel waarin meer mensen meer kansen krijgen.

april 1978

werkgroep kunsten en media

Van de werkgroep maakten tijdens de samenstelling van deze nota deel uit:

Milo Anstadt - auteur, TV-maker

Jetteke Bolten-Rempt - kunsthistorica

Saskia Bos - kunsthistorica

Ymetje Cluysenaar - juriste

Herman Cohen Jehoram - hoogleraar auteursrecht en industriële eigendom, Universiteit van Amsterdam

P. Hans Frankfurter - filmer, redacteur "Film- en TV-maker"

Gerard Hulshof - omroepmedewerker

Geert-Jan Kemme - medewerker locale omroep

Chel Mertens - onderwijspublicist, lid Tweede Kamer-fractie D'66

Lex Overdiep - voorlichtingsfunctionaris

Gerri Stout - redactrice uitgeverij

Leen Timp - TV-maker

Ernst van Altena - auteur/vertaler (eindredacteur van deze nota)