

Het nieuwe mediadecreet

Geert Sellschlag

Redactielid en SEVI-stafmedewerker

Het nieuwe mediadecreet dat minister Van Rompuy hoopt goedgekeurd te krijgen voor het einde van dit jaar is een onderdeel van een waar legistiek media-offensief. Uitgangspunten zijn: een verdere liberalisering o.i.v. de Europese wetgeving, het terugtreden van de overheid, een verduidelijking van de regelgeving, de versterking van de controle en sanctie.

De codex, niets dan de codex

De mediawetgeving werd in april 1995 ge-coördineerd. Alle mediadecreten werden niet zonder moeite in een zogenaamde 'codex' gegoten. Iedereen tevreden: eindelijk een overzichtelijk gestructureerd instrument waar alle regels bij elkaar staan. Twee en een half jaar later echter is al meer dan de helft van die fameuze codex aangepast. Artikels zijn geschrapt, vervangen, toegevoegd. *Geen kat vindt zijn jongen* erin terug. Maar de codex is de codex en niets gaat boven de codex blijkbaar, want ook het huidige offensief van wijzigingen in de mediawetgeving moet perse in de codex ingepast worden. Eigenlijk was deze chaos te voorzien. De mediawereld wijzigt voortdurend en de wetgeving moet volgen en regelen. Dat de mediawetgeving niet voor de eeuwigheid wordt geschreven is dan ook geen wonder. Het is maar de vraag of de formule van een allesomvattende codex de meest geschikte en vooral duidelijkste manier is om aan wetgevend werk te doen. Een goede wetgeving is pas toepasbaar als zij duidelijk, verstaanbaar en doorzichtig is en weinig of geen interpretatie toelaat.

Er valt natuurlijk een verzachtende omstandigheid in te roepen: een dergelijke chaos is eigen aan een overgangperiode waarin vele regels aangepast moeten worden (maar het mag niet te lang duren). Logica zit er in de aanpassing

van de mediawetgeving anders wel: eerst de openbare omroep slagvaardig maken (mini- en maxi-decreet), de vrije markt echt vrij maken voor de commerciële omroepen (het 18-jarig reclamemonopolie van VTM opheffen), een efficiëntere adviesverlening (de hervorming van de mediaraad), de uitwassen opsporen en sanctioneren (de oprichting van een onafhankelijk controle- en sanctioneringsorgaan), de specifieke regeling van de overige media (aanpassing decreet lokale radio's, regionale televisies, decreet op de vrije nieuwsgaring, herbekijken perssteun).

Europa, Europa

Het nieuwe mediadecreet is voornamelijk een aanpassing aan de Europese wetgeving en veroordelingen. Maar "om van de gelegenheid gebruik te maken", om met de woorden van Van Rompuy te spreken, worden tegelijkertijd nog een aantal andere zaken geregeld "met de bedoeling te komen tot een eenvoudige en controleerbare wetgeving". "Bepalingen die aanleiding geven tot voortdurende betwisting of niet worden toegepast, worden geschrapt. Voorbeelden hiervan zijn de bepalingen inzake streekgebonden reclame, de niet-commerciële reclame en de invoering van een heffing op reclame. Een eenvoudige en controleerbare wetgeving is een behatenswaardige bekommernis. Maar ook

hier weer worden dingen geregeld in verband met bijvoorbeeld lokale radio's en regionale televisies, die goed zijn op zich, maar die beter geformuleerd kunnen worden in de decreetswijzigingen die daarvoor specifiek voorzien zijn in de komende maanden. Dat zou de duidelijkheid ten goede komen.

Zoals bekend is de Vlaamse mediawetgeving niet aangepast aan de Europese. België werd daarvoor reeds meer dan eens terecht gewezen. Het Hof van Justitie veroordeelde België omdat de Vlaamse mediawetgeving bij de toekenning van een erkenning aan buitenlandse omroepen uit de EG een voorafgaandelijke meldingsplicht voorziet. De Europese Commissie sprak zich uit tegen het reclamemonopolie van de commerciële omroep en tegen de omschrijving van de aandeelhoudersstructuur van VTM (51% in handen van Nederlandstalige uitgevers). Verder vult het mediadecreet de ook al nieuwe Europese Richtlijn 'Televisie zonder grenzen' (zie het artikel van Jan Velleman verderop in dit nummer) concreet in.

Reclame, sponsoring en zelfpromotie

Het nieuwe mediadecreet schaft het reclamemonopolie van VTM af. Meerdere Vlaamse commerciële omroepen kunnen voortaan een erkenning krijgen voor negen jaar. VT4 kan dus 'Vlaams' worden, wat ze ook reeds aangekondigd hebben te zullen doen. In dit scenario zullen ze de Vlaamse wetgeving moeten volgen: dus twee volwaardige journaals uitzenden en 5 minuten voor en na kinderprogramma's geen reclame. De fameuze concurrentievervalsing op vlak van reclameregels tussen VTM en VT4 is daarmee uit de wereld geholpen. Een situatie waartegen VTM reeds luidkeels geprotesteerd heeft omdat de Vlaamse overheid volgens haar contractbreuk pleegt, want de overheid had die merkwaardige regeling uitgedokterd en VTM in 1989 voor 18 jaar het reclamemonopolie toegekend. VTM eist ter compensatie 15 miljard frank schadevergoeding voor gedeelde reclame-inkomsten of een eigen landelijk, commercieel radiostation. Dat de aanpassing aan de Europese Richtlijn ook de versoepeling van de reclame-regels inhoudt wordt niet vermeld.

Minister Van Rompuy is zeker van zijn stuk: de kans dat de Vlaamse overheid schadevergoeding zal moeten betalen schat hij als "minimaal" in. Ter verdediging roept hij de onwettigheid van de situatie in en verschuift hij zich achter een hoger wetgevend orgaan (de Europese wetgeving gaat boven de Vlaamse). Bovendien is de reden die aan de basis ligt van het monopolie niet meer geldig. De argumentatie om het reclamemonopolie te verdedigen ging er van uit dat de uitgevers, die aandeelhouders werden in VTM, via de commerciële omroep een compensatie zouden krijgen voor het veronderstelde verlies aan advertentie-inkomsten. Momenteel is er slechts nog één krantenuitgever aandeelhouder van VTM en gaat deze redenering niet meer op. Een tweede, merkwaardig, argument voor een monopolie was dat er in Vlaanderen maar plaats zou zijn voor één commerciële omroep. Door het opstarten van Kanaal2 heeft VTM die stelling zelf doorbroken. Bovendien is het erg moeilijk vast te stellen of VTM wel degelijk schade ondervindt door het opheffen van het reclamemonopolie, omdat in de praktijk nu al meerdere commerciële omroepen op onze kabel te ontvangen zijn. En ten slotte heeft Europees commissaris Van Miert Van Rompuy uitdrukkelijk verklaard dat VTM geen schadevergoeding van de Vlaamse overheid kan eisen.

Het mediadecreet verdeelt de reclamevormen op een duidelijke manier: commerciële omroepen mogen reclame uitzenden, de openbare omroep sponsoring en boodschappen van algemeen nut. De radio van de openbare omroep mag reclame uitzenden. Nieuw is dat commerciële omroepen telewinkelprogramma's mogen uitzenden en dat prijsvermeldingen toegelaten worden. De 5-minutenregel (geen reclame en telewinkelen 5 minuten voor en na kinderprogramma's) blijft behouden. Verder worden tijdsduur en voorwaarden bepaald waaraan reclame, sponsoring en zelfpromotie moeten voldoen. Zo mag de totale zendtijd van reclame op de landelijke commerciële omroepen niet meer bedragen dan 15% van de dagelijkse zendtijd en mag de zendtijd voor reclame binnen een periode van een uur niet meer bedragen dan 20%. Dit is weliswaar de letterlijke tekst van de Europese

Richtlijn en dezelfde regeling als vroeger, maar het is en blijft maximaal 12 minuten per uur! Bovendien mogen alle programma's behalve de journaals één of meerdere keren onderbroken worden. Films werden/worden onderbroken. Sportprogramma's werden/worden onderbroken... Nieuw is dat ook documentaires en actualiteitsprogramma's van meer dan 30 minuten voortaan onderbroken mogen worden. Ook dat is de tekst uit de Europese Richtlijn. Het breidt de oude regeling uit, al heeft de minister het niet aangedurfd om ook de journaals van meer dan 30 minuten te laten onderbreken, zoals eveneens voorzien wordt in de Europese Richtlijn.

Deze nieuwe reclameregeling met onderscheid naargelang van de programmasoort, met percentages en tijdslimieten, is al bij al een vrij ingewikkelde bepaling die inventieve geesten voldoende ruimte laat om, zoals vroeger, de wetgeving jolig te omzeilen. De definities van de programmasoorten zijn niet sluitend geformuleerd (wat is een actualiteitenprogramma?, wat is een kinderprogramma?) en laten nogal wat interpretatieruimte over. Een eenvoudiger kader zou de controle vergemakkelijken. Met de huidige stand van zaken zijn we opnieuw vertrokken voor programmatorische en juridische spitsvondigheden. Je voelt met de ellebogen aan dat dit niet voldoende is om de reclamestroom op televisie te stoppen. Laten we hopen dat het op te richten commissariaat voor de media snel respect afdwingt en de controle op deze wetgeving daadwerkelijk hard kan maken. Want met de invoering van het telewinkelen en de uitbreiding van de sponsormogelijkheden bestaat wel degelijk het gevaar dat het van het goede te veel wordt.

Ook het onderdeel over telewinkelen werd overgenomen uit de Europese Richtlijn. De totale duur van de telewinkeluitzendingen is maximaal drie uur per dag en moet uitgezonden worden in blokken van minimaal 15 minuten. Het maximaal aantal blokken per dag bedraagt acht. Dergelijke uitzendingen moeten door visuele en auditieve middelen duidelijk herkenbaar worden gemaakt als uitzendingen voor telewinkelen. Ook voor de reclame geldt een dergelijke aan-

kondiging, al is die in de praktijk soms zo subtiel dat de kijker ze niet altijd opmerkt. Er wordt geen mogelijkheid voorzien om aparte telewinkeloproepen uit te bouwen. De telewinkelprogramma's moeten op de algemene, commerciële zenders uitgezonden worden.

De regels voor sponsoring worden gespecificeerd en uitgebreid. Ook hier zal een nauwkeurig toezicht op het gebruik van sponsorvermeldingen nodig zijn. De sponsorvermelding mag aan het begin en/of het einde van een programmaonderdeel voorkomen. Bij sportwedstrijden en "soortgelijke evenementen en opvoeringen" mogen sponsorvermeldingen voortaan tijdens de pauze. Bij sportwedstrijden zijn sponsorvermeldingen toegelaten bij het tonen van de tijdsaanduiding en de weergave van de stand. Deze vermelding mag niet langer dan 5 seconden duren. Dit is een aanpassing aan de gangbare praktijk, met dien verstande dat bijvoorbeeld het gedurende enkele seconden wegflitsen van de sponsorvermelding voldoende is om de laatste regeling te omzeilen.

Geweld en seks

"De omroepen mogen geen programma's uitzenden die de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen ernstig zouden kunnen aantasten, inzonderheid programma's met pornografische scènes of met noodeloos geweld", stelt de Vlaamse mediawetgeving. Ook in andere landen vinden we gelijkaardige regelingen in de wetgeving terug. Met de huidige evolutie naar meer geweld en seks op televisie worden verdere stappen gezet om de minderjarigen te beschermen. In Frankrijk voerde de overheid naar aanleiding van een dubbele tienermoord door leeftijdsgenoten, die mede beïnvloed zou zijn geweest door geweldfilms, een nieuwe geweldcode in op de belangrijkste televisiezenders (bij een groen cirkeltje moeten de kinderen toelating vragen aan hun ouders, een oranje driehoek betekent verboden onder de twaalf jaar en noodzakelijke toestemming van de ouders, een rood vierkantje betekent verboden onder de zestien jaar; de TV-bladen worden aangemaand om deze tekens in hun programmabladzijden op te nemen). Op het Eu-

ropees niveau werd de discussie n.a.v. de aanpassing van de Europese Richtlijn in alle hevigheid gevoerd. De verplichte invoering van de zogenaamde V-chip werd niet aanvaard (in de Verenigde Staten wordt de V-chip tegen het eind van deze eeuw verplicht). De nieuwe richtlijn stelt dat 'schadelijke' programma's moeten worden voorafgegaan door een akoestische waarschuwing of gedurende de hele uitzending herkenbaar moeten zijn door een visueel symbool. De Vlaamse regering kiest voor het permanente visuele symbool. Het is de veelbesproken terugkeer van het witte vierkantje uit de jaren zeventig. Vraag is of zo'n maatregel veel zoden aan de dijk zet. Gaat de verboden vrucht in de vorm van een permanent zichtbaar vierkantje, of wat het zijn mag, de jongeren juist niet aantrekken om zulke programma's te bekijken? Deze maatregel schiet zijn doel voorbij, vrees ik. Het is naïef te denken dat een technisch snufje of een visueel signaal het probleem van geweld op televisie eensklaps zal oplossen. Een symbool dat dan nog beperkt wordt tot de omroepen die onder onze wetgeving vallen. De buitenlandse omroepen hebben een andere of geen regeling en komen in sommige gevallen via de satelliet letterlijk uit de lucht gevallen. Vierkantje of niet, daar hebben wij geen enkele controle op.

Dé vraag is natuurlijk waarom zulke programma's gemaakt en uitgezonden worden op uren waarop jongeren voor het scherm zitten. Producenten, programmamakers en omroepbazen moeten beseffen waarmee ze bezig zijn [1]. Ze moeten hun verantwoordelijkheden opnemen en dringend werk maken van een 'ethische code' en een systeem van zelfregulering. Dat zal niet makkelijk zijn, want welke criteria hanteer je? Misschien moet minister Van Rompuy de Vlaamse omroepen hiervoor een niet te missen voorzet geven.

Quota's

De nieuwe regeling wat betreft het aandeel van de Europese producties, recente Nederlandstalige producties en producties vervaardigd door onafhankelijke producenten is sterk voorwaardelijk opgesteld. Er is sprake van "streven naar", "een aanzienlijk deel", "voldoende ruimte"

en "de Vlaamse regering kan terzake quota's opleggen". Dit is een duidelijke afzwakking t.a.v. de vorige regeling, die waarschijnlijk ingegeven is door nuchtere voorzichtigheid. Voor kleine cultuurgemeenschappen is het immers erg moeilijk om een respectabel aandeel eigen programma's te halen. Dergelijke voorwaarden kan men bovendien erg moeilijk afdwingen.

Overige regelingen

Het nieuwe mediadecreet bevat een niet onbelangrijke uitbreiding van de zogenaamde 'must carry-regeling', de omroepen die de kabelmaatschappijen verplicht moeten doorgeven. Voortaan zullen in Vlaanderen ook de drie Nederlandse openbare kanalen verplicht doorgegeven moeten worden (in Nederland worden dan de twee netten van de VRT verplicht doorgegeven). Dit mag een kleine overwinning genoemd worden op een aantal Brusselse kabelmaatschappijen die enige tijd terug Nederland 3 zonder boe of ba van de kabel gooiden.

De betaalomroepen zullen volgens het mediadecreet voortaan drie uur per dag ongecodeerd uitzenden. In principe mag dit niet tussen 19u en 22u, tenzij de Vlaamse regering hiervoor de toestemming geeft. Deze uitzendingen op open net mogen geen reclame bevatten. Waarom deze versoepeling t.a.v. de oude regeling wordt toegestaan, ontgaat mij compleet. Het principe van een betaalomroep is juist dat je ervoor betaalt om hem gecodeerd in huis te krijgen.

De regionale televisies zullen tevreden zijn. Voortaan mogen ze 100 uur per jaar meer uitzenden met een maximum van 300 uur per jaar. Ook de beperking dat de uitzendingen voor 19u30 moeten worden doorgegeven vervalt. Tijdens de herhalingen mogen de regionale zenders zelfs een nieuwsitem toevoegen of aanpassen, zodat ze hun journaals werkelijk actueel kunnen houden. De nodige inkomsten kunnen de regionale televisies voortaan halen uit reclame tout court - dus niet langer alleen streekgebonden reclame - telewinkelen en sponsoring. De mogelijkheid van financiering door overheden, intercommunales en kabelmaatschappijen blijft bestaan. Uit deze bepalingen blijkt dat de

overheid zijn vrees voor dit 'nieuwe' medium heeft afgelegd. Voorheen kregen de regionale televisies beperkingen opgelegd uit schrik voor de gevolgen op VTM en BRTN. Die fase zijn we gelukkig voorbij, maar het is een steeds terugkerende koudwatervrees die de overheid moet overwinnen bij het ontstaan van nieuwe ontwikkelingen in de mediawereld. Hopelijk geven de nieuwe financieringsmogelijkheden de regionale zenders wat meer ademruimte, al lijkt mij de mogelijkheid van telewinkelen hier overbodig te zijn. In verhouding tot de schermvervuiling brengt dit momenteel eigenlijk te weinig op. Maar zulke afwegingen moeten de televisiezenders maar zelf maken.

Ook voor de lokale radio's wordt de beperking van streekgebonden reclame opgeheven. Dit is net zoals bij de regionale televisies vooral ingegeven door de situatie in de praktijk. Het kan waarschijnlijk de leefbaarheid van de lokale radio's vergroten. Maar er is duidelijk meer nodig. Een nieuw, werkbaar frequentieplan en een realistischer opvatting over de functie en rol van de lokale radio's. Daarvoor is een grondige aanpassing van het decreet op de lokale radio's nodig. In al zijn gulheid laat minister Van Rompuy deze moeilijke taak over aan de wijsheid van het parlement. Omdat zijn eigen ontwerpen waaronder het mediadecreet voorgaan en omdat de discussie over de technische mogelijkheden en de invulling van het frequentieplan nog steeds doorgaan, laat een afronding van dit dossier nu al een tijd op zich wachten.

Tijdsdruk

In tegenstelling tot wat velen denken is dit nieuwe mediadecreet nog niet van kracht. Een dergelijke misverstand zien we meer en meer bij

politieke besluitvorming en wetgeving. Het ontstaat steeds op een gelijkaardige manier: de (Vlaamse) regering keurt een (voor)ontwerp goed waarna de pers hierover bericht alsof alles al in kannen en kruiken is. Niets is minder waar. Heel de adviesprocedure met voor wat media betreft adviezen van de mediaraad, de raad voor lokale radio's, de raad voor reclame en sponsoring, de SERV, de Raad van State moet dan nog aanvragen. En pas daarna start de bespreking in het parlement. Bijna altijd wordt het ontwerp van de regering gewijzigd, meestal op details, soms op essentiële punten en een enkele keer wordt het ook teruggestuurd voor herwerking. Wat dit mediadecreet betreft, is de bespreking in de commissie media van het Vlaams parlement gepland begin december. De bedoeling is dat het nog goedgekeurd wordt voor het einde van dit jaar... omdat het contract van VT4 als 'Britse' omroep vervalt op 1 januari 1998.

[1] Tot wat ongebreidelde concurrentie en creativiteit leiden kan, bleek uit het nieuwe programmavoorstel van de Nederlandse commerciële omroep SBS6. Er werden programma's bedacht zoals *Love* waarin jongeren voor de camera aan hun nietsvermoedende ouders hun homoseksualiteit zouden bekend maken, of *Dumpbus*, een rondrijdende bus waarin mensen die zopas hun relatie hebben verbroken hun 'gedumpte' partner kunnen afzetten, of *Ben jij de lekkerste thuis?*, een aantrekkelijk gepland onderdeel van de talkshow van Goedele Liekens, waarin 10.000 gulden wordt uitgereikt aan de vrouw die op de meest originele manier uit de kleren gaat. Directeur Van Westerloo hield deze programma's op het laatste nippertje tegen omdat hij dit "wat plat" vond worden. Dit wil niet zeggen dat SBS6 een "brave" zender wordt, want programma's als *De Nachtrijder*, waarin 'kinky parties' worden bezocht, en *De Wallen op stap*, waarin de hoerenbuurten van Nederland worden bezocht, en *De Bevallings*, waarin zwoegende bevallende moeders te zien zijn en *Brutale Meiden*, waarin "grensverleggend gedrag" vertoond wordt, blijven bestaan.