Nederlandse mediaconsument centraal in Toezichtbrief 2019

11-02-2019 14:10



Jaarlijks publiceert het Commissariaat voor de Media de toezichtsbrief. In deze brief zetten zij uiteen welke thema's, naast de reguliere toezichtstaken, speciale aandacht zullen hebben. Zo wil men kunnen inspelen op actuele ontwikkelingen in het medialandschap.

Het Commissariaat heeft ervoor gekozen om in 2019 de Nederlandse mediaconsument centraal te stellen, door extra aandacht te besteden aan de toekomstbestendigheid van de informatievoorziening. Gezien de bedreigingen waarmee de Nederlandse mediasector zich geconfronteerd ziet is het belangrijk ervoor te waken dat de Nederlandse mediaconsument ook op langere termijn geïnformeerd blijft worden via een onafhankelijk, toegankelijk en pluriform media-aanbod.

Het media-aanbod moet voor de Nederlandse mediaconsument onafhankelijk zijn, het moet toegankelijk zijn en het moet pluriform zijn. Het Commissariaat waarborgt met zijn werk deze kernwaarden van het bestel, en draagt daarmee bij aan de verwezenlijking van het principe van de vrijheid van informatie, een van de pijlers onder de democratische rechtsstaat.

Onafhankelijkheid van het media-aanbod betekent onder meer dat publieke omroepen volledig vrij moeten zijn om programma's al dan niet uit te zenden. Ze mogen zich daarbij niet dienstbaar maken aan derden. Zowel bij publieke als commerciële omroep mag geen sprake zijn van niet-toegestane beïnvloeding en moet, voor zover

binnen de grenzen van de wet (commerciële of politieke) beïnvloeding plaatsvindt, dit voor de kijker glashelder zijn.

Toegankelijkheid van het media-aanbod betekent dat alle inwoners van Nederland tegen redelijke kosten en met zo min mogelijk beperkingen toegang hebben tot informatie, en dat aanbieders van media-aanbod toegang hebben tot platforms waarop deze verspreid kan worden. Media-aanbod kan echter ook té toegankelijk en daarmee onveilig zijn. De wetgever heeft willen voorkomen dat minderjarigen blootgesteld worden aan ernstig schadelijke beelden.

Pluriformiteit van het media-aanbod betekent dat een grote verscheidenheid aan onderwerpen op verschillende manieren aan bod moet kunnen komen. Er moet ruimte zijn voor afwijkende meningen. Alleen dan kan de mediaconsument goed geïnformeerde keuzes maken en blijven (onder meer in het geval van consumptie van nieuws en andere informatie) de risico's van filterbubbels en echokamers beperkt.

Lees hier de Toezichtbrief 2019

David Huijzer