

Fiche 2: Witboek inzake een Europees Communicatiebeleid

Titel:

Witboek inzake een Europees Communicatiebeleid

Datum Raadsdocument: 3 februari 2006
Nr Raadsdocument: 5992/06
Nr. Commissiedocument: COM(2006) 35
Eerstverantwoordelijk ministerie: Buitenlandse Zaken i.o.m. AZ, BZK, DEF, EZ, FIN, JUS, LNV, OCW, SZW, V&W, VROM, VWS

Behandelingstraject in Brussel: Raadswerkgroep Informatie, Raad Algemene Zaken en Externe Betrekkingen.

Achtergrond, korte inhoud en doelstelling van het voorstel:

Onder het motto “Samen praten over Europa” heeft de Commissie een witboek over EU-communicatiebeleid gepubliceerd. Nauwere samenwerking met de lidstaten is daarbij een van de prioriteiten.

Naast voor de hand liggende voornemens over het beter laten participeren van burgers in het debat over Europa, transparantie van het besluitvormingsproces, inzet van nieuwe media, verhoogde zichtbaarheid in de traditionele massamedia, opinieonderzoek, actie op lokaal niveau en het belang van onderwijs, stelt de Commissie ook voor een gemeenschappelijke gedragscode t.a.v. Europacommunicatie af te spreken (zie hieronder).

Het witboek volgt op het eerdere Actieplan Communicatie (medio 2005), dat gericht was op het communicatiebeleid van de Commissie zelf en op Plan D (september 2005) dat zich richtte op de communicatie van de instellingen. De Commissie zet met dit witboek de vervolgstap en nodigt nu ook nationale, regionale en lokale autoriteiten en het maatschappelijk middenveld uit zich te mengen in het debat over Europacommunicatie.

Het Actieplan Communicatie betrof een opsomming van concrete maatregelen die de Commissie gaat nemen om haar eigen communicatiestrategie te verbeteren. Een van de voornaamste maatregelen die daarin werd voorgesteld was het vergroten van de rol van de vertegenwoordigingen van de Commissie in de lidstaten. Het budget dat de Commissie voor dit actieplan, dat loopt tot en met 2009, uittrekt, is € 109.185.000. Het totale communicatiebudget voor de periode 2006-2013 is € 231.965.000. Het grootste deel van het budget gaat naar acties op het gebied van audiovisuele media en co-financieringsprojecten met de lidstaten.

De additionele kosten voor plan D bedragen in totaal € 6 miljoen (2006). Op 24 april 2006 sluit een zgn. call for proposals van de Commissie voor indiening van projecten door Europese organisaties in het kader van plan D.

De bedoeling van de Commissie is om samen met nationale overheden en non-gouvernementele belanghebbenden het Europa-debat verder te ontwikkelen. Hiertoe stelt zij een aantal zaken voor:

- Gedragscode: de Commissie stelt voor gemeenschappelijke principes te definiëren, zoals vrijheid van meningsuiting, bereikbaarheid van informatie voor iedereen, bevorderen van burgerparticipatie. Deze principes zouden alle actoren (nationale en regionale overheden, instellingen) moeten toepassen ten einde zo goed mogelijk aan de belangen van burger tegemoet te komen. De consultatie-fase moet uitwijzen of er behoefte is aan dit instrument.
- Inspraak voor burgers: door onderwijs- en bezoekersprogramma's, openbare debatten e.d. te organiseren, kunnen de instellingen burgers dichterbij de EU brengen.
- Media: er wordt slechts beperkt verslag gedaan van Europese onderwerpen op televisie en in andere (massa)media, ondanks de grote hoeveelheid geaccrediteerde journalisten in Brussel. De Commissie stelt derhalve voor om zelf meer berichtgeving te verzorgen, o.a. via nieuwe media en het opwaarderen van *Europe by Satellite* (EBS). Ook stelt de Commissie dat “A European

communication policy should encourage public bodies at European, national and regional level to supply the media with high-quality news and current affairs material”.

- Publieke opinie: beter inzicht in de houding van de burger kan volgens de Commissie bereikt worden door samen te werken bij het opzetten en uitvoeren van de Eurobarometer-onderzoeken en eventueel samen met de lidstaten een onafhankelijk ‘Observatorium voor de Publieke Opinie’ op te zetten.
- Samenwerking: Alle actoren in de Europese en nationale arena zouden beter moeten samenwerken, o.a. door politieke partijen te stimuleren hun leden meer te laten discussiëren over Europese onderwerpen.

De EU-instellingen kunnen op het voorstel reageren via de normale procedures. Burgers en andere belanghebbenden kunnen via een website reageren of deelnemen aan een debattenreeks. Daarnaast zal een speciale Eurobarometer in het voorjaar van 2006 worden uitgevoerd. De consultatieperiode duurt 6 maanden tot juni/juli 2006, waarna de Commissie conclusies zal trekken en “met alle belanghebbenden zal samenwerken om actieplannen op te stellen”.

Hoewel het witboek is gepresenteerd in de bezinningsperiode en hier ook een bijdrage aan vormt, betreft het een lange-termijnstrategie die verder reikt dan juni 2006.

Rechtsbasis van het voorstel: n.v.t., het betreft een witboek.

Besluitvormingsprocedure en rol Europees Parlement: n.v.t., het betreft een witboek.

Instelling nieuw Comitologie-comité: n.v.t., het betreft een witboek.

Subsidiariteit en proportionaliteit:

Subsidiariteit:

Strikt genomen niet van toepassing, het betreft een witboek. Voor zover tot een beoordeling dient te worden overgegaan, luidt het oordeel: positief.

Naast activiteiten die individuele lidstaten kunnen ontplooien op dit terrein ziet de Commissie voor zichzelf met name een faciliterende rol. De activiteiten van de Commissie vormen dus een nuttige aanvulling op het beleid van de lidstaten.

Proportionaliteit:

Strikt genomen niet van toepassing, het betreft een witboek. Voor zover tot een beoordeling dient te worden overgegaan, luidt het oordeel: positief.

Eventuele implementatie van de ideeën die in dit witboek worden ontfouwen, zullen niet resulteren in algemeen verbindende regelingen. De voorstellen zijn pragmatisch en relatief bescheiden. Er wordt bovendien voldoende ruimte aan de lidstaten gelaten.

Consequenties voor de EU-begroting:

De kosten die gemoeid zijn met dit plan bedragen € 1,28 miljoen en blijven beperkt tot het begrotingsjaar 2006. Voor de begroting is dit voorstel verenigbaar met de bestaande financiële programmering. De uitvoering van de voorgenomen acties zal worden gedekt door middel van een herschikking van bestaande kredieten.

Financiële, personele en administratieve consequenties voor de rijksoverheid, decentrale overheden en/of bedrijfsleven en burger: geen.

Consequenties voor nationale en decentrale regelgeving/beleid, (informatie over het inschakelen van nationale agentschappen / zelfstandige bestuursorganen e.d., implementatie en uitvoering, notificatie en handhaving en/of sanctionering): geen

Voorgestelde implementatietermijn (bij richtlijnen) dan wel voorgestelde datum inwerkingtreding (bij verordeningen en beschikkingen) met commentaar t.a.v. haalbaarheid: n.v.t.

Consequenties voor ontwikkelingslanden: geen.

Nederlandse belangen en eerste algemene standpuntbepaling:

Het witboek is te karakteriseren als pragmatisch en relatief bescheiden. Een positief-kritische houding is gepast. De inhoud van het witboek komt redelijk overeen met de Nederlandse zienswijze t.a.v. Europacommunicatie in het algemeen en de Nederlandse zienswijze t.a.v. de Europese bezinningsperiode in het bijzonder: bottom-up, ruimte voor burgers, niet dwingend. Het witboek verdient waardering in zijn poging de communicatie te verbeteren en burgers beter te betrekken.

Gedragscode

Tijdens de behandeling van dit onderwerp in de Raad is het van belang erop toe te zien dat bijvoorbeeld de ideeën over een vrijwillige gedragscode niet tezeer een eigen leven gaan leiden en uitmonden in onnodige en ongewenste coördinatie in Brussel van een beleidsterrein (EU-communicatie) dat bij uitstek op de lokale omstandigheden in de lidstaten moet zijn toegesneden.

Dit des te meer van belang aangezien Nederland eigen uitgangspunten heeft vastgesteld voor overheidscommunicatie. In deze uitgangspunten is in algemene zin vastgelegd dat het hoofddoel van communicatie is om te voldoen aan het recht van de burger op communicatie met en informatie van de rijksoverheid en het ondersteunen van goed democratisch bestuur.

Dit algemeen uitgangspunt is vertaald in tien concrete handvatten voor overheidscommunicatie. Deze zijn vastgesteld door de ministerraad. Deze uitgangspunten zijn:

- 1) herkenbaarheid
- 2) overheidscommunicatie gaat over beleid en organisatie
- 3) actieve voorlichting
- 4) in relatie tot beleidsfase
- 5) interactieve beleidsvoorbereiding
- 6) recht op communicatie
- 7) voldoende en juiste informatie
- 8) toegankelijk, begrijpelijk en passend
- 9) proportionaliteit
- 10) geen vermenging

Eurobarometer

De voorstellen om de samenwerking te verbeteren tussen Commissie en lidstaten t.a.v. de Eurobarometer opinieonderzoeken verdienen ondersteuning. Nederland kan aanbieden de eigen ervaringen met de beleavingsmonitor te delen met Commissie en lidstaten. Dit is weliswaar een instrument op nationaal niveau, maar gezien de breedte van het onderzoek zijn deze ervaringen ook relevant voor Commissie en lidstaten. Het instrument is recentelijk geëvalueerd.

Budget

De kosten die gemoeid zijn met dit plan bedragen € 1,28 miljoen in 2006. In het algemeen is er veel kritiek op de kosten die gemoeid zijn met het Europees communicatiebeleid (zie ook hierboven): opgeteld is de budgettaire impact van het Actieplan, plan D en dit witboek ruim € 238 miljoen voor de periode tot 2013: bijna een halve euro per EU-burger. Dat geld wordt overigens voornamelijk besteed aan de voorlichtingsbureaus die in het witboek nauwelijks aan de orde komen; over de voorlichtingsbureaus handelt het vorig jaar gepresenteerde Actieplan.

Inspraak voor burgers

Het voorstel om via onderwijs burgers meer te betrekken is in lijn met het Nederlandse beleid om meer aandacht aan het thema Europa in het onderwijscurriculum te besteden. De Commissie zegt verder uitwisselingsprogramma's te willen verbeteren. Vraag is wat de geconstateerde tekortkomingen zijn. Daar geeft het witboek geen duidelijk inzicht in.

Media

De Commissie stelt voor om meer eigen kanalen op te zetten bij gebrek aan mediabelangstelling. Een kritische noot is hier op zijn plaats, aangezien dit grote investeringen impliceert, terwijl geen inzicht bestaat in streefcijfers voor bijvoorbeeld aantallen gebruikers. Aanbod van informatie aan reguliere media verdient de voorkeur.