

Het mysterieuze voortbestaan van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN

Onvoorbereid en onbelangrijk

Bijna elke werkdag wordt op Nederland 1, vlak voor het NOS-journaal van zes uur 's avonds, een programma uitgezonden in de ZENDTIJD VOOR POLITIEKE PARTIJEN. Een korte uitzending waarin een politieke partij zich presenteert aan de kiezer, leden probeert te werven of, in verkiezingstijd, kiezers probeert over te halen op haar te stemmen. Een curieus oponthoud voor de argeloze kijker die het nieuws van de dag, het sportnieuws of het weerbericht tot zich wil nemen.

De ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN (of, zoals zij eerder nog heetten: Uitzendingen 'in het kader van de door de Regering ten behoeve van politieke partijen gevorderde zendtijd') is nooit een zeer populair genre van televisieprogramma's geweest. De kijkcijfers waren in de jaren zestig nog hoog – mede door de plaatsing van de uitzendingen na het achtuurjournaal of in de pauze van een voetbalwedstrijd voor de Europacup – maar deze daalden zo gauw de programma's op andere tijden werden geprogrammeerd en zodra kijkers meerdere zenders hadden om naar over te schakelen.¹ Daarbij komt dat, ook toen de kijkcijfers nog hoog waren, de waardering van de programma's onvoldoende was.² Partijen zelf waren ontevreden met het format, en de verkorting van de uitzendingen van tien minuten naar vijf of twee minuten, in 1989, veranderde daar helemaal niets aan.³

Men kan zich dus gerust afvragen hoe het mogelijk is dat een televisieprogramma dat niet of nauwelijks wordt bekeken, dat slecht wordt gewaardeerd en dat zelfs door de opdrachtgevers niet voor vol wordt aangezien zich al meer dan vijftig jaar weet te handhaven op de Nederlandse publieke televisie. Waarom is men er niet gewoon mee opgehouden? In dit artikel zal ik een poging doen om deze vragen te beantwoorden. Dat kan niet door alleen naar de uitzendingen zelf te kijken. Audiovisuele analyses van deze programma's zijn zeker interessant, omdat de uitzendingen een unieke inkijk bieden in de Nederlandse politieke cultuur; en zulke analyses zijn ook al een aantal maal uitgevoerd in relatie tot specifieke verkiezingscampagnes.⁴ Zij kunnen ons echter niet helpen met het beantwoorden van de kernvragen: Op basis van welke argumenten is de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN destijds in het leven geroepen? En wat zijn de argumenten op basis waarvan besloten is door te gaan met de uitzendingen, ondanks de lage kijkcijfers? Om deze vragen te beantwoorden, moeten we het discours rondom de uitzendingen onder de loep nemen: de krantenartikelen, commentaren en publicaties over de ZPP. Zulk een discours-analyse biedt ons inzicht in de manier waarop de ZPP publiekelijk werd besproken, verdedigd en bekritiseerd. Zij leert ons niet wat voor belang er (al dan niet) in wandelgangen en achterkamertjes aan

de zendtijd werd gehecht, maar hoe het (voort)bestaan van de ZPP in het openbaar werd gerechtvaardigd; iets wat gezien de beperkte populariteit van de uitzendingen nog veel interessanter is. Dit artikel begint met een beschrijving van de ‘prehistorie’ van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN – in het verzuilde medialandschap van de jaren dertig en vijftig van de vorige eeuw – om uit te leggen waar de ZPP vandaan komt. Vervolgens worden de eerste ervaringen – in de jaren zestig – met dit nieuwe communicatiemiddel beschreven. Het mogelijk verrassende beeld dat hierbij ontstaat is dat de politieke partijen niet voorbereid waren op de ZENDTIJD en dat deze voor gevestigde partijen ook niet van groot belang was. Een negatieve evaluatie na tien jaar ZENDTIJD weerhield hen er echter niet van gebruik te blijven maken van dit middel.

In een aparte paragraaf zal ik aantonen dat we bij kleine partijen een omkering van deze logica kunnen zien: zij waren – juist door de verzuiling van de samenleving en van het publieke bestel – afhankelijk van de ZPP om überhaupt in beeld te komen, maar hebben ook harder moeten strijden voor het recht op uitzendtijd (dit was onder andere het geval voor de CPN, verschillende extreem-rechtse partijen en, recentelijk nog, de Piratenpartij).

In 1989 werd het format van de ZPP gewijzigd; de uitzendingen werden korter. We kunnen deze wijziging begrijpen als een reactie op de algehele ontevredenheid onder politieke partijen over de ZPP, maar ik zal deze wijziging interpreteren in de context van een veranderend medialandschap, waarin commerciële omroepen en reclameboodschappen een rol gingen spelen. Verzet tegen de commercialisering van de politiek is ook een verzet tegen de toenemende invloed van *media logic*, waarbij politieke partijen steeds minder controle hebben over de agenda en de dynamiek van het politieke debat. De toenemende invloed van de media logic kan worden begrepen in relatie tot een breder proces van een *mediation* van de moderne cultuur, zoals beschreven door Peter Dahlgren en John B. Thompson, of het door Stig Hjarvard specifiek gedefinieerde concept *mediatization*.

Dit artikel is in eerste instantie een *verkenning* van het onderzoeksonderwerp ‘Zendtijd Politieke Partijen’. Het is gebaseerd op een beperkte set bronnen: voornamelijk kranten- en tijdschriftartikelen die al in 1993 zijn samengebracht door de toenmalige Stichting Film en Wetenschap, en de beperkte reeds bestaande academische literatuur over de ZPP. Verder onderzoek naar dit onderwerp zal ook andere perspectieven in ogenschouw moeten nemen, zoals dat van ‘insiders’ in politieke partijen. Dat zal daarom mede gebaseerd moeten zijn op andere soorten bronmateriaal, bijvoorbeeld notulen, offertes of orderbevestigingen, die ongetwijfeld nog op een nieuwsgierige mediawetenschapper liggen te wachten in de archieven van politieke partijen.

De ‘prehistorie’ van de ZPP

Al voordat de regering televisiezendtijd vorderde voor de politieke partijen deed zij dat met radiozendtijd. In 1925 bood het Hilversumsche Draadloze Omroepcomité (HDO) aan alle partijen de mogelijkheid om een verkiezingstoespraak te houden voor de radio – een aanbod dat door de meeste partijen werd aangenomen. Met het Zendtijdenbesluit van 1930 werd de radiozendtijd verdeeld onder vijf verenigingen die de verschillende zuilen in de samenleving representeerden. De liberale VVD was echter verbolgen; zij had met de algemene AVRO niet de sterke band die er wel bestond tussen de socialistische VARA en de SDAP, tussen de katholieke KRO en de KVP of tussen de protestantse NCRV en de ARP. Het Radio-reglement van 1932 bevatte weliswaar een passage

waarin expliciete propaganda werd beperkt, maar de formulering van deze passage was niet erg precies: ‘Mededeelingen van politieken aard mogen bovendien niet anders inhouden dan een stellige uiteenzetting van politieke beginselen’. Hierdoor kwam met name de VARA nog al eens in conflict met de censors van de Radio-Omroep-Controle-Commissie.⁵

Om de liberalen, en andere partijen die niet aan een omroepvereniging gebonden waren, tegemoet te komen werd er bij de verkiezingen van 1929 en 1933 zendtijd toegewezen aan alle aan de verkiezingen deelnemende partijen, een beleid dat na de oorlog zou worden voortgezet. De verkiezingen van 1937 vormden een uitzondering: vanwege de internationale situatie besloot minister De Wilde (Binnenlandse Zaken) dat het niet verantwoord was politieke uitspraken op de radio uit te zenden. Deze uitzondering maakt duidelijk dat zendtijd voor politieke partijen in deze tijd nog niet iets vanzelfsprekends was en dat deze nog niet wettelijk vastgelegd was. Hierin kwam ook na de oorlog niet direct verandering. Wel werd in 1947 de preventieve censuur afgeschaft. Dit leidde (weer) tot protesten van de VVD en de CHU, die vonden dat ARP, PVDA en KVP te veel toegang hadden tot de programma’s van respectievelijk de NCRV, VARA en KRO.⁶ Het VVD-Kamerlid Wendelaar klaagde dat hij op de radio, die voor hem in de bezetting een bron van troost en steun was geweest, zo vaak propaganda voor de PVDA hoorde.⁷ De regering antwoordde uiteindelijk in 1957 op deze klachten met het besluit om voor alle politieke partijen reguliere zendtijd te vorderen: tien minuten per twee weken.⁸

Toen begin jaren vijftig televisie werd geïntroduceerd in Nederland, werd het omroepbestel dat al bestond voor de radio uitgebreid naar dit nieuwe medium.⁹ Dit betekende niet alleen dat er op televisie programma’s kwamen van KRO, VARA enzovoorts, maar ook dat er door de regering televisiezendtijd werd gevorderd voor de politieke partijen; voor het eerst voor de verkiezingen van 1959, en vanaf 1962 ook op reguliere basis.¹⁰

Wat kunnen we leren van deze ‘prehistorie’ van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN? Ten eerste dat de ZPP het directe resultaat was van de verzuiling van de samenleving en de daaruit voortkomende verzuiling van het omroepbestel. Dit betekent niet dat er zonder verzuiling geen ZPP zou bestaan – het Verenigd Koninkrijk kent ook zogeheten ‘party election broadcasts’.¹¹ Maar in Nederland was de verzuiling wel de directe aanleiding tot het toekennen van televisiezendtijd aan politieke partijen. Immers, anders zouden de politieke partijen die niet aan een omroepvereniging gebonden waren ongelijk behandeld worden. Wat ten tweede opvalt, zeker in vergelijking met de houding tegenover ZPP op televisie in latere decennia, is als hoe belangrijk de zendtijd wordt gezien door de verschillende politieke partijen. Kamerlid Wendelaar gebruikte zelfs de vergelijking met de Tweede Wereldoorlog om zijn onvrede te uiten. Toen, tijdens de verschrikkelijke bezetting, vond hij troost en steun bij zijn radio. In 1946 was hij, in vrijheid, gedwongen om PVDA-propaganda aan te horen.



vvd-Tweede Kamerlid W.C. Wendelaar in 1936 of eerder.

Bron: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wendelaar,_W.C._-_SFA002019690.jpg

Eerste ervaringen

Na de introductie van televisie was er een debat over het al dan niet toelaten van televisiecamera's bij Kamerdebatten. In 1957 stelde vvd-Kamerlid mr. dr. Berkhouwer dat televisie- en radio-uitzendingen niet noodzakelijk waren voor de openbaarheid van het parlementaire debat, en dat zij het niveau van dat debat niet ten goede kwamen. Immers, sprekers in het debat zouden niet langer de andere parlementariërs aanspreken, maar het brede publiek.¹² Echter, de meeste aandacht in deze discussie ging niet uit naar de kwaliteit van het debat maar, net zoals eerder het geval was met de radiozendentijd, naar het principe van de eerlijke vertegenwoordiging. Kamervoorzitter dr. L.G. Kortenhorst was van mening dat dit probleem onoverkoombaar was, iets waarmee A.B. Roosjen (Kamerlid voor de ARP en voorzitter van de NCRV) het niet eens was, want 'de een komt, ook in de pers, beter aan zijn trekken dan de ander'.¹³ In 1966 kwam het onderwerp opnieuw ter sprake tijdens het Kamerdebat over het 'Nieuwe Reglement van Orde'. KVP, PVDA en CHU toonden zich voorstander van samenvattingen van debatten, maar – niet geheel onverwachts – de vvd zag liever integrale uitzendingen. Mr. Toxopeus stelde namens zijn partij: 'Och, mijnheer de Voorzitter, men zal van mij begrijpen als ik zeg – ik heb met geen omroep nauwe banden – dat ik hierbij wel graag de objectiviteit betracht wil zien'.¹⁴

De uitzending, integraal of in samenvatting, van parlementaire debatten is een andere zaak dan de uitbreiding van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN naar televisie. Echter het hierboven beschreven debat maakt wel twee zaken duidelijk: ten eerste speelden in de jaren vijftig en zestig nog dezelfde factoren een rol die ook al van belang waren in het eerdere debat over politieke uitzendingen op de radio. Ten tweede werd er over de politieke rol van televisie al langere tijd uitgebreid nagedacht en gedebatteerd.

Desalniettemin waren partijen in 1959 nog niet klaar voor hun zendtijd. KVP-prominent W.M. Perquin werd voor een uitzending van zijn partij geïnterviewd in zijn tuin. Hij geeft in deze uitzending toe dat er geen tijd was om een 'echte' film te maken, omdat zijn partij niet op tijd wist dat zij recht op zendtijd had.¹⁵ Ook bij de vvd was nog niet iedereen klaar voor of gewend aan het nieuwe medium, zoals blijkt uit de onbedoelde onhandigheid van het vvd-Kamerlid Mr.

Van Riel in een uitzending voor zijn partij in 1959. Van Riel was onderdeel van een uitvoerig van tevoren gerepeteerde uitzending maar verwarde blijkbaar de repetities met de daadwerkelijke opname, aangezien hij tijdens de opname, nog voordat de interviewer zijn vraag had afgemaakt, zei ‘ik weet wat u wilt vragen’ en vervolgens zijn antwoord gaf.¹⁶

Drie jaar later benadrukte Van Riel, midden in een volgende uitzending van de VVD, dat het zeer goed mogelijk was dat de kijker de uitzendingen van ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN helemaal niet op prijs stelde, en dat het voor de politicus zelf ook eerder een verplicht nummer was dan iets waarop hij zich verheugd had:

‘Op het ogenblik zit u allemaal gezellig in uw huiskamer – ik zit ook in mijn huiskamer – maar ik moet voor u spreken. Dat is nogal een opmerkelijk verschil natuurlijk: Ik heb een opdracht, en u kunt ook niet kijken, als u dat wenst. Ik kan mij best voorstellen dat het niet altijd een genoegen is naar een politieke uitzending te luisteren. Veel zullen dat ook niet altijd geregeld doen. Wij zijn tenslotte ongenode gasten in uw huiskamer’.¹⁷



Links: *Mr. Harm van Riel (1907-1980) in de ZPP-VVD-uitzending in 1962.*
Bron: <http://www.geschiedenis24.nl/speler.program.7060097.html>

Rechts: *Mr. Harm van Riel – inmiddels senator – in 1976.*
Bron: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Riel,_dhr._van_-_SFA008007236.jpg

In deze twee uitzendingen benadrukte Mr. Van Riel, bedoeld of onbedoeld, de experimentele vorm van de ZPP, waar zowel de politici als (zo mogen wij aannemen) het publiek nog niet aan gewend was. Wat de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN moest inhouden, welke vorm het zou moeten krijgen, dat alles was duidelijk nog open voor debat of experiment.

In 1961, naar aanleiding van de *Nota inzake televisie-uitzendingen politieke partijen* vroeg het weekblad *Elsevier* aan de fractievoorzitter van partijen in de Eerste en Tweede Kamer welke vorm deze uitzendingen moesten krijgen, hoe zij moesten worden bekostigd en of men vond dat partijen hiervoor professionals moesten inhuren. Alleen de KVP had bezwaren tegen dit laat-

ste punt, over de financiering waren de meningen verdeeld en wat de vorm betreft waren PVDA en VVD ervóór hierover geen voorschriften te geven, terwijl CHU, ARP en KVP voorstanders waren van toe- of samenspraken, indien noodzakelijk met illustraties.¹⁸ Interessant is echter het commentaar van *Elsevier* zelf: men verwelkomde de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN als een noodzakelijke toevoeging aan de politieke voorlichting en als een bron van controversie voor de o zo saaie en kleurloze Nederlandse televisie:

‘Dat de politieke televisieprogramma’s aanleiding zullen geven tot allerhand krakeel (...) achten wij alleen maar winst. Ook voor de televisie zelf, daar deze in ons land maar al te veel moeite pleegt te doen om vooral geen aanleiding tot actuele gesprekstof te geven’.¹⁹

Het enthousiasme van *Elsevier* werd niet gedeeld door de meeste andere commentatoren. In 1963 werd er door het *Algemeen Handelsblad* teruggekeken op de rol van de televisie in de verkiezingen van dat jaar. Men ondervroeg kijkers in Amsterdam en in de rest van het land en kwam tot de conclusie dat het effect beperkt was gebleven. De kijkcijfers waren hoog, maar men keek ‘als de televisie toch aanstond voor iets anders’. Slechts een vijfde van de geïnterviewden had het toestel speciaal aangezet voor de politieke uitzendingen. Kijkers herinnerden zich voornamelijk de uitzendingen van de partij waarvoor zij toch al een voorkeur hadden. De invloed van de uitzendingen op het stemgedrag waren niet duidelijk. Bij de herkenning en waardering van individuele politici speelde televisie wel een belangrijke rol; met name voor eerder onbekende politici. Zij, meer dan reeds bekende gezichten en namen, konden door middel van de televisie hun imago een ‘boost’ geven. Uiteindelijk concludeerde het *Algemeen Handelsblad* dat men nog geen idee had hoe gedachten moeten worden verkocht of overgebracht. Of ‘men’ in dit geval op de schrijver van het stuk sloeg of op de Nederlandse politici wordt in het midden gelaten.²⁰

In 1966 was H. Wigbold, in *Socialisme en Democratie*, veel meer uitgesproken. De televisie was een belangrijke oorzaak geweest voor het verlies van de grote partijen in de afgelopen verkiezingen. Dit had echter niet met het medium te maken, maar met het Nederlandse politieke bestel. De PVDA had de televisie ook verkeerd gebruikt: het medium was niet geschikt voor propaganda: ‘Wat op de radio nog kan, werkt op het scherm in zijn tegendeel uit.’ Vooral de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN moest het ontgelden: ‘Niets heeft zo bijgedragen aan het prestigeverlies van de grote politieke partijen en van de politiek in het algemeen als de wekelijkse politieke uitzendingen’. Dit kwam niet doordat de uitzendingen controversie of ‘allerhand krakeel’ boden, zoals *Elsevier* had gehoopt. Wigbold meldt slechts dat de uitzendingen ‘niet interessant’ waren. Hij raadt de partijen aan de reguliere uitzendingen zo snel mogelijk af te schaffen en in plaats daarvan langere uitzendingen te maken in de aanloop naar de verkiezingen.²¹

Ondanks Wigbolds advies werd de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN niet afgeschaft. Maar in 1969 kopte het *Algemeen Handelsblad*: ‘Partijen vinden het zelf ook niet leuk.’ Prominenten van verschillende partijen kwamen aan het woord over de televisie-uitzendingen. André van der Louw, van de PVDA, vond de uitzendingen onbevredigend, gezien de lage kijkdichtheid en waardering. ZPP-uitzendingen werden eigenlijk alleen nog maar door veel mensen bekeken als ze geprogrammeerd stonden na het nieuws of in de pauze van een belangrijke voetbalwedstrijd. En dan was het nog niet duidelijk hoeveel mensen daadwerkelijk keken en hoeveel de ZPP gebruikten als een welkome plaspauze.²²



*Het Algemeen Handelsblad van 18 juli 1969
bericht over de slechte ervaringen met de ZENDTIJD.*

Het eerste decennium van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN op televisie toont een ontluisterend beeld; de bestaande politieke partijen waren niet voorbereid op dit nieuwe communicatiemiddel. Het effect op het publiek was beperkt en de waardering, door commentatoren en politieke partijen zelf, was onvoldoende. De hoge verwachtingen die *Elsevier* van de uitzendingen had werden niet waargemaakt. De uitzondering op deze regel lijkt de uitzending van de nieuwe partij Democraten '66 te zijn, uit 1967, waarin oprichter en lijsttrekker Hans van Mierlo wordt getoond terwijl hij mijmerend langs de Amsterdamse grachten loopt en in een voice-over zijn gedachten en meningen deelt met de kijker. Het gaat hier niet zozeer om die gedachten, als wel om het einde van de uitzending. Daarin betreedt Van Mierlo een gebouw en meldt zich bij de receptie met de boodschap dat hij hier is om de uitzending van D66 op te nemen. Hij wordt een studio binnengeleid en gaat zitten achter een tafel met een microfoon terwijl wij hem horen zeggen 'ik moet het goed vertellen'.²³ Met dit laatste beeld benadrukken de makers van deze uitzending wat er over het algemeen verwacht werd van een uitzending in het kader van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN, terwijl zijzelf zojuist een heel ander soort uitzending hebben gemaakt. Heel even wordt de suggestie gewekt dat we zojuist *niet* naar de ZPP hebben zitten kijken.

Kleine partijen en grote belangen

Brants, Buurman en Ivens (2000) en Blanksma en Brants (2005) stellen dat de gevestigde partijen nooit groot belang hechtten aan de ZPP, dat die in hun campagnes een marginale rol speelde en eerder werd gezien als een overbodige luxe.²⁴ Die gevestigde partijen hadden al voldoende toegang tot de media. Deze uitleg lijkt op gespannen voet te staan met strijd van de VVD voor toegang tot radio en televisie buiten de omroepen om, maar het is ook mogelijk dat de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN voor de VVD geen bevredigende oplossing vormde voor het probleem van de onevenredige aandacht voor andere partijen. Die andere partijen, die wel een nauwe band met een omroep hadden, kregen immers ook zendtijd.

Echter, dat de ZPP een overbodige luxe mag zijn geweest voor de gevestigde politieke partijen, betekende niet dat zij door nieuwe en kleine partijen niet op waarde werd geschat, zoals het voorbeeld van de D66 al aantoonde. Voor kleine partijen was de ZPP van groot belang juist omdat zij via de omroepen en de conventionele media minder gemakkelijk hun boodschap aan

het publiek konden laten horen. De regel is immers: partijen die (al) een machtspositie innemen hebben een grotere en makkelijkere toegang tot de massamedia dan kleine partijen die nog geen rol van betekenis spelen.²⁵

Onder een 'kleine partij' verstaan we hier het volgende: niet zozeer een partij met een laag ledental, of met weinig zetels in het parlement, maar een partij die niet of nooit in het centrum van de macht heeft geopereerd (als coalitiepartner). 'Klein' kan een verwarrend adjectief zijn in dezen, maar het alternatief 'marge partij' doet op haar beurt geen recht aan het feit dat een partij als D66 (die geen regeringspartner was tot 1972) zichzelf expliciet als middenpartij positioneert, terwijl enkele extreem-rechtse partijen zich juist het verwarrende predicaat 'centrum' toedichten.

Nu doet het opmerkelijke feit zich voor dat de ZPP voor kleine partijen niet alleen van groter belang was, maar dat het voor enkele van hen ook moeilijker was om het – geclaimde – recht op deze uitzendingen te doen gelden. Oftewel, juist voor die partijen bij wie de ZPP daadwerkelijk een belangrijk element van de mediastrategie innam was de beschikbaarheid van deze zendtijd niet vanzelfsprekend. In deze paragraaf worden drie specifieke voorbeelden besproken: het intrekken van de ZPP van de Communistische Partij Nederland (CPN) in de jaren veertig, vijftig en zestig van de vorige eeuw, de wettelijke pogingen om zendtijd te ontnemen aan de extreem-rechtse Centruumpartij, Nederlandse Volksunie en Centrum Democraten in de jaren tachtig en negentig en, meer recentelijk en in een iets ander licht, een incident met betrekking tot de Piratenpartij.

Radiozendtijd voor politieke partijen werd na de oorlog inmiddels als vanzelfsprekend ervaren. En van een preventieve censuur, zoals die voor de oorlog al had bestaan en voor conflicten had gezorgd, was nauwelijks meer sprake. Echter, er waren grenzen aan de nieuwe openbaarheid. Toen de CPN in 1948 weigerde om de communistische machtsgreep (of Sovjet interventie) in Tsjecho-Slowakije te veroordelen – en deze zelfs aanmoedigde – besloot de Nederlandse regering om niet langer zendtijd ter beschikking te stellen aan de CPN.²⁶ Minister Gielen stelde het volgende:

'Men kan van een democratisch volk en een democratische Regering na de verklaring die de leider van de communisten naar aanleiding van de gebeurtenissen in Tsjechoslowakije heeft afgelegd, niet verwachten dat zij buiten de rechten, die in de Grondwet zijn gewaarborgd, aan een partij als de CPN, de gelegenheid geeft tot propaganda'.²⁷

Deze situatie, waarin aan de CPN de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN werd geweigerd zou voortduren tot 1965. De uitbreiding van de ZPP tot de televisie veranderde daar verder niets aan. Deze uitsluiting werd door parlementariërs van de CPN uitvoerig bestreden. In 1963 plaatste het Kamerlid Marcus Bakker een interpellatie waarin hij niet alleen zijn verontwaardiging uitsprak over de principiële uitsluiting van de CPN van enige zendtijd, maar ook de vermeende overbodigheid en hypocrisie van deze uitsluiting aan de orde stelde:

'Inmiddels heeft een reeks directe uitzendingen plaatsgevonden van Kamerdebatten, waarin mijn vriend De Groot en ik zijn opgetreden (...) Die uitzendingen hebben plaatsgevonden met medeweten en goedkeuring van de commissaris van het radiowezen, oog en

oor van de Regering in Hilversum en Bussum (..) Het zou nl. al te potsierlijk zijn geweest, indien men de microfoon en de radio had uitgeschakeld op het moment, waarop de CPN aan het woord kwam'.²⁸

Een argument dat, zoals wij hebben gezien, een belangrijke rol speelde in het debat over het al dan niet uitzenden van parlementaire debatten op televisie – komt iedereen wel in gelijke mate in beeld – wordt door Bakker hier ingezet om het recht op zendtijd te claimen. Immers, indien bij de integrale uitzending van Kamerdebatten de CPN niet wordt gecensureerd, waarom zou een uitzending in het kader van de zendtijd voor politieke partijen dan een bedreiging vormen voor de democratie? De rechtstreekse uitzending van Kamerdebatten en de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN mogen dan heel verschillende onderwerpen zijn geweest voor politici in de jaren vijftig en zestig – de CPN eiste het recht op de één op met een beroep op de ander. Het belang van de gelijke behandeling van alle politieke partijen door de media werd door de CPN ook betrokken op het onderwerp van de ZPP. In 1997 schreef Susan Top, terugkijkend op deze kwestie, dat het recht op zendtijd door de regering werd gezien als een voorrecht en – dit is essentieel – niet als een grondrecht. Daarmee werd de uitsluiting van de CPN wettelijk onderbouwd, maar de CPN zelf zag deze uitsluiting toch echt als een aantasting van het grondrecht op vrije meningsuiting, en in tegenspraak met het verbod op discriminatie.²⁹ In 1965 kwam, in stilte, een einde aan de uitsluiting van de CPN van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN. In het Radiobesluit en het Televisiebesluit van 1965 werd geen gewag meer gemaakt van een uitsluiting van de communisten, en vanaf dat jaar werd ook aan hen weer zendtijd toegekend.³⁰

Een tweede voorbeeld van kleine politieke partijen wier zendtijd (bijna) werd beperkt zijn de extreem-rechtse Centruumpartij en de Nederlandse Volks Unie (NVU). Begin jaren tachtig werd de zendtijd van deze partijen door de minister ingetrokken toen enkele ingediende kandidatenlijsten voor de verkiezing ongeldig werden verklaard. De Raad van State stelde de Centruumpartij en de NVU echter in het gelijk; volgens de letter van de wet waren de ingediende kandidatenlijsten voldoende om zendtijd te kunnen claimen. Dit besluit leidde tot veel maatschappelijk rumoer.³¹ Deze 'maas in de wet' werd dan ook gedicht in de Omroepwet van 1988.³²

Op 30 november 1995 berichtte *de Volkskrant* dat minister van Binnenlandse Zaken Hans Dijkstal de wet zodanig wilde veranderen dat 'partijen als de Centrumdemocraten' geen zendtijd meer zouden kunnen krijgen, ook omdat Europese wetgeving steun aan discriminerende partijen verbod. De inperking van het grondrecht op vrije meningsuiting die dit met zich mee zou brengen werd door oud-minister Ed van Thijn, die om commentaar werd gevraagd, niet als een onoverkomelijk probleem gezien.³³ Dijkstals voornemen werd in 1999 gerealiseerd met de invoering van de nieuwe Mediawet. Die bevatte een drietal bepalingen (artikel 39, lid 3 tot en met 5) die stelden dat zendtijd ontnomen zou worden aan partijen die tot een geldboete waren veroordeeld voor het zich schuldig maken aan discriminatie (of waarvan volksvertegenwoordigers hiervoor waren veroordeeld).³⁴ In de jaren tachtig en negentig werden de van de Centruumpartij afgesplitste Centrum Democraten (CD) en haar leider Hans Janmaat meerdere malen veroordeeld, maar tot een intrekking van haar uitzendingen in de ZPP heeft dit uiteindelijk niet geleid. Mogelijk speelde daarin het belang van het grondrecht op vrijheid van meningsuiting een rol. Laurens Dragtsma stelt dat de geldboete blijkbaar alleen als een proportionele straf werd gezien.³⁵



Links, Bron: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Hans_Janmaat,_fractievoorzitter_van_de_centrumpartij,_tijdens_een_televisieuitzending_in_de_zendtijd_voor_politieke_part._-_SFA002005216.jpg

Rechts: Hans Janmaat (1934-2002) in de ZPP-CD uitzending van 29 mei 1992
Bron: <http://www.youtube.com/watch?v=Yh6y4AtWGdo>

We zien in de redeneringen die ten grondslag liggen aan het al dien niet intrekken van de zendtijd voor politieke partijen twee belangrijke argumenten terugkomen. Enerzijds het grondrecht op de vrijheid van meningsuiting, en anderzijds de ontoelaatbaarheid van bepaalde uitingen (zeker in door de overheid mogelijk gemaakte zendtijd). In het geval van de CPN werd de toekenning van ZPP als een voorrecht gekenmerkt door de regering, en de intrekking ervan dus niet als een inbreuk op een grondrecht – al betoogde Marcus Bakker natuurlijk het tegenovergestelde. Maar de zendtijd van extreem-rechtse partijen is – ondanks de bestaande wettelijke instrumenten hiervoor – nooit ingetrokken, mogelijk met het belang van de vrijheid van meningsuiting in gedachten.

Het belang van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN voor kleine partijen is ook in de meer recente geschiedenis nog eens duidelijk geworden. Tijdens de verkiezingscampagne van 2010 voelde de Piratenpartij zich benadeeld. Op 14 mei 2005 werd een radio (!) spot van de nieuwe partij niet uitgezonden op Radio 5, zoals was gepland. Naar aanleiding van de vliegcrash in Tripoli op 12 mei, waarbij 71 Nederlandse passagiers omkwamen, hadden acht gevestigde partijen besloten de campagne een weekend lang stil te leggen, uit piëteit met de slachtoffers. De Nederlandse Publieke Omroep (NPO) paste vervolgens het uitzendschema van de ZPP aan, maar zonder in overleg te treden met de partijen die de campagnestop niet steunden.³⁶

Het is belangrijk om te benadrukken dat de incidentele afgelasting van de zendtijd van de Piratenpartij geen gevolg was van regeringsbeleid, zoals in het geval van de CPN, maar van een bureaucratische fout. Niettemin wijst deze fout op de kwetsbare positie van de zendtijd van kleine partijen. Bovendien blijkt uit dit incident dat de ZPP nog altijd zeer belangrijk is voor kleine partijen, die minder vaak aandacht krijgen van de massamedia, en dat beperken van de zendtijd heftige reacties blijft oproepen. Dit belang van de ZPP voor kleine politieke partijen zie ik als de eerste reden voor het voortbestaan van de ZENDTIJD, ondanks de lage kijkcijfers en waarderingen.

ZPP in een veranderend medialandschap

Ondanks de slechte ervaringen van de gevestigde partijen met de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN, is de ZPP eind jaren zestig niet opgeheven. Wel werd in 1989 (twintig jaar later!) de lengte van de uitzendingen ingekort van tien minuten naar vijf en twee minuten.³⁷ Die wijziging kan niet alleen worden verklaard vanuit de ontevredenheid over de uitzendingen, alhoewel die aanzienlijk was. John Wanders berichtte in *de Volkskrant* van 1 juli 1989 over een discussieavond in Amsterdam over de ZPP. Reclamemakers verweten daar politici dat ze geen juiste opdrachten gaven voor hun films, terwijl D66'er Gerrit Jan Wolffensperger de reclamemakers onbekwaam noemde. Hoe dan ook, de kijkcijfers van de uitzendingen – die inmiddels op het slecht bekeken Nederland 3 stonden geprogrammeerd – waren in de voorgaande twee decennia sterk gedaald en waren in de eerste helft van 1989 zo laag dat er niet eens meer een waardering aan de programma's werd gegeven. Een verkorting van de uitzendingen werd door velen als een mogelijke oplossing gezien voor de lage kwaliteit en populariteit van de ZPP.³⁸

De verkorting van de uitzendingen die in de tweede helft van 1989 werd doorgevoerd moet ook worden begrepen in de context van grote veranderingen in het medialandschap. Eind jaren tachtig maakte Nederland namelijk voor het eerst kennis met commerciële televisie, toen via de kabel het in Luxemburg gevestigde *RTL-Véronique* voor het eerst te ontvangen was. De daaropvolgende toename in zenders bracht een versnippering van het televisiepubliek met zich mee en maakte het nog belangrijker om kijkers aan te trekken en vast te houden.³⁹ CDA-voorlichter (en tegenwoordig RTL-correspondent) Frits Wester vertelde *HP/De Tijd* in 1993 dat hij probeerde de spotjes 'zapbestendig' te maken met 'clipachtige filmpjes'.⁴⁰ Ongetwijfeld zagen de politieke partijen de bui al hangen in 1989, en besloten ze op tijd om kortere – en andersoortige – uitzendingen te produceren.



Wim Kok in een PvdA uitzending uit 1989, geregisseerd door Theo van Gogh.
Bron: Instituut voor Beeld en Geluid
<http://www.beeldengeluid.nl/media/6708/zendtijd-voor-politieke-partijen-pvda-1989>

Niet dat ze daarin nu erg succesvol waren. Henk van Gelder recenseerde op 12 augustus 1989 voor *NRC Handelsblad* de eerste korte uitzendingen van de kleinere partijen. 'Korter, maar nog steeds even knullig' was zijn conclusie.⁴¹ Ook de uitzending van de PVDA, waarvoor de partij nota bene de jonge en omstreden filmmaker Theo van Gogh had ingehuurd, viel niet goed. Sietske van der Hoek stelde in *de Volkskrant* dat Wim Kok voor dit 'goedkope toneelspel' te fatsoenlijk en

te verstandig was. Jan Blokker legde in dezelfde krant op dezelfde dag (22 augustus) de schuld bij de politieke partij, en niet bij Van Gogh: 'Ik vrees dat de filmmaker toch weer meer naar zijn opdrachtgevers dan naar zichzelf heeft mogen luisteren'. Anderen waren bezorgd over het format. Henk van Gelder noemt niemand bij naam, maar stelt wel dat 'er hier en daar nog politici te vinden zijn die menen dat zulke korte uitzendingen te dicht in de buurt van de reclamespot komen'.⁴²

Met de komst van de commerciële tv-zenders werd dat plots voorstelbaar: dat een politieke partij gewoon reclametijd zou inkopen en daarin haar spotjes zou tonen. In andere landen heel gewoon, maar in Nederland in het begin van de jaren negentig een noviteit. In 1994 besloot RTL in eerste instantie deze mogelijkheid aan te bieden aan politieke partijen, maar later krabbelde het bedrijf terug omdat het zijn neutrale gezicht niet wilde verliezen en – mogelijk belangrijker – omdat het vreesde dat andere sponsors niet met de politieke partijen in één reclameblok wilden zitten. In 1998 besloten SBS en – verrassenderwijs – de STER om hun reclameblokken open te stellen voor politieke partijen. Alleen D66 en de Socialistische Partij maakten van deze mogelijkheid gebruik.⁴³ In 2002 hadden verschillende partijen grote plannen met reclames in de laatste week van de campagne, maar die plannen moesten de ijskast in toen op 6 mei Pim Fortuyn vermoord werd en de campagne werd stopgezet. En in 2003 was de kas bij veel partijen te leeg voor het op grote schaal inkopen van reclamezendtijd.⁴⁴ Maar in de laatste tien jaar zijn reclamespots van politieke partijen – in tijden van verkiezingscampagnes – gemeengoed geworden. De zappende kijker is ook een zwevende kiezer. Nu trouw aan de zuil – al vanaf de jaren zeventig niet meer vanzelfsprekend – geen garantie meer is voor een stem, moet de marketing het werk doen.

De zeer langzame opkomst van de politieke reclamespot kan worden begrepen in relatie tot de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN – men had immers al gratis en gesubsidieerde zendtijd ter beschikking – maar ook door te wijzen op de terughoudendheid waarmee Nederlandse politici vernieuwingen in het medialandschap benaderden. Zoals we in een eerdere paragraaf hebben gezien waren uitzendingen van debatten in het parlement niet onomstreden. Mr. Berkhouwer was van mening dat zij de kwaliteit van het debat aantastten. En al in de jaren zestig bestond er een vrees dat televisie de politiek zou veranderen, en tot een ander type politicus zou leiden. H. Wigbold stelde: 'Er bestaat onder politici een zekere angst voor televisie. Zij zou immers de politicus dwingen te acteren.'⁴⁵ Eind jaren tachtig en begin jaren negentig was men echter vooral huiverig om, in de woorden van minister van Cultuur Hedy d'Ancona 'temidden van wasmiddelen, voorverpakte etenswaren en glanzende auto's' terecht te komen.⁴⁶ Politiek mocht niet verworpen tot een oppervlakkig product in een aantrekkelijke verpakking. Dat politici mediatraining kregen was dan vooral ook een ongemakkelijke waarheid: 'Politici voelen zich overigens wel een beetje ongemakkelijk wanneer al te zeer van de toren wordt geschreeuwd dat zij trainingen volgen voor televisieoptredens'.⁴⁷

Dergelijke opmerkingen kunnen worden begrepen als incidentele momenten van verzet tegen het oprukken van de *media logic* in het politiek debat, ten koste van de *party logic*: de ontwikkeling waarbij de agenda en de dynamiek van het politieke debat en de verkiezingscampagnes niet meer worden bepaald door de partijen, maar dat partijen en politici hun acties afstemmen op de werking en het effect van de (massa)media.⁴⁸ Breder beschouwd kan de opkomst

van de media logic worden begrepen in de context van wat Peter Dahlgren, in navolging van Thompson, beschrijft als de *mediation of modern culture*:

‘Mediation (...) points explicitly to that historical process in modernity where more and more of our social relations are dependent on various forms of media, and where a large portion of our lived time within everyday life is filled by the use of both mass media and more selective and even personalized “minimedia”’.⁴⁹

Stig Hjarvard gebruikt het gerelateerde concept *mediatization*, meer recentelijk, om naar een specifiek historisch moment te verwijzen:

‘a given phase or situation in the overall development of society and culture in which the logic of the media exerts a particularly predominant influence on other social institutions’.⁵⁰

Dahlgren en Hjarvard stellen beide dat het, meer en meer, de media zijn die ons dagelijks leven, en onze politieke debatten, vormgeven. En wanneer onze sociale relaties en ons dagelijks leven steeds meer in het teken staan van media; wanneer politici en politieke partijen steeds meer afhankelijk worden van de media en steeds minder in staat zijn zelf de agenda en de dynamiek van het debat te bepalen is het niet verrassend dat zij zich af en toe, schoorvoetend, verzetten tegen deze ontwikkelingen.

Juist in deze context bieden de ZPP-uitzendingen aan de politieke partijen de mogelijkheid om tegenwicht te bieden aan de toenemende druk van media logic en mediation. Immers, de uitzendingen bieden een ruimte voor zogenaamde *gecontroleerde publiciteit*.⁵¹ Een uitzending in het kader van de ‘door de Regering ten behoeve van politieke partijen gevorderde zendtijd’ biedt een partij de unieke mogelijkheid om zichzelf aan het publiek te presenteren, zonder tussenkomst van lastige journalisten. Bovendien is de ZENDTIJD gratis (partijen ontvangen zelfs subsidie om de uitzendingen te produceren), wat weer een groot voordeel is ten opzichte van gekochte reclامتijd.

Vanaf eind jaren negentig heeft een verandering in het medialandschap plaatsgevonden waarbij de introductie van commerciële televisie in het niet valt. Ik doel natuurlijk op de opkomst van nieuwe digitale media. De Nederlandse politieke cultuur waarin, zoals wij hebben gezien, zo’n huiverige houding bestond ten opzichte van televisie, lijkt op het eerste gezicht veel meer open te hebben gestaan voor het internet en alle toepassingen daarvan. Al in 1994 hadden de PVDa en GroenLinks websites. In 1998 waren 20 van de 22 aan de verkiezingen deelnemende partijen ‘online’.⁵² De eerste Tweede Kamerverkiezingen waarin het internet een belangrijke rol speelde waren die van 2002, met onder andere de introductie van de Stemwijzer.⁵³ In de jaren daarna opende onder anderen Jan-Peter Balkenende een profiel op het sociale netwerk Hyves, *tweette* minister van Buitenlandse Zaken Maxime Verhagen vanuit de Trêveszaal en gebruikte Geert Wilders datzelfde medium om Kamervragen aan te kondigen. De Nederlandse politiek lijkt de nieuwe media met open armen te hebben verwelkomt. Zelfs de Staatkundig Gereformeerde Partij (SGP), die uit principiële overtuiging geen gebruik maakt van haar recht op televisiezendtijd, heeft een website (al gaat die op zondagen wel op ‘slot’).⁵⁴

Er zijn echter ook hoeken van het internet die door politici wel degelijk met argusogen werden bekeken. De videosite YouTube, bijvoorbeeld, leverde politici onverwachte problemen op. Al vroeg tijdens de verkiezingscampagne in 2006 doken er op de website filmpjes op die gemaakt waren door aanhangers van CDA en PVDA – niet door de partijen zelf – die erg negatief waren. In één filmpje werd gesuggereerd dat PVDA-leider Wouter Bos het geld van bejaarden wilde afpakken om het aan criminele, Marokkaanse jongeren te geven. Het CDA – dat niets met de productie van het filmpje te maken had – werd wel met de film geassocieerd. ‘Dat is internet: volstrekte anarchie’ meldde een woordvoerder van de partij aan *de Volkskrant*. Oud PVDA-campagnestrateeg Jacques Monasch stelde in diezelfde krant: ‘Het is net of er op internet geen normen en waarden meer zijn. Als alle beschuldigingen die ik heb zien langskomen op tv waren geuit, hadden we hier Amerikaanse toestanden gehad’.⁵⁵

Wat betreft de digitale media zien we dus een dubbele houding onder Nederlandse politici: enerzijds omarmden zij de nieuwe technologieën, die het contact met (jonge) kiezers makkelijker maakten. Aan de andere kant wordt het gebrek aan controle over wat er online gebeurt als negatief ervaren. We mogen dus aannemen, ook met in gedachten nog de hierboven beschreven processen van media logic en mediazation, dat het niet de introductie van nieuwe technologieën in het politieke debat *per se* is die weerstand oproept onder politici en politieke partijen, maar het verlies van controle over de eigen representatie. Dat dient dan ook als tweede reden te worden aangevoerd voor het voortbestaan van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN. De ZPP voorziet, zelfs als zijn daadwerkelijke effectiviteit zeer beperkt is, toch in een belangrijke behoefte van de politieke partijen: controle over de eigen boodschap. In een uitzending van de ZPP toont de politieke partij zich zoals deze denkt dat ze gezien zou moeten worden, zoals deze gezien zou willen worden, of – in een iets minder cynische verwoording – zoals deze denkt te zijn.

Overbodig en onmisbaar

In 1997 voorspelde Susan Top dat we over tien jaar geen ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN meer zouden hebben.⁵⁶ Wij zijn nu zestien jaar verder en nog steeds kan de argeloze kijker, zo vlak voor het midweekse NOS-journaal van zes uur ‘s avonds, door een ZPP uitzending worden ‘overvallen’. In dit artikel heb ik getracht te verklaren waarom we eigenlijk ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN hebben, en waarom wij deze nog steeds hebben, ondanks de slechte rapportcijfers. Op het eerste gezicht lijkt de ZPP een, zeker voor de grote partijen, onnodige erfenis uit het verzuilde verleden. Wij hebben de ZPP omdat politieke partijen nu eenmaal niet minder op televisie willen zijn dan andere politieke partijen, en niet elke partij een goede band met een omroepvereniging had. Het hielp voor het imago van de ZPP dan ook niet dat politieke partijen vanaf het allereerste begin niet goed wisten wat ze met de hen geboden zendtijd aanmoesten, ook omdat er altijd een wat terughoudende, huiverige of zelfs angstige houding was ten opzichte van televisie. Dat dit niet alleen koudwatervrees was kunnen we zien als we naar het debat in 1989 kijken: de filmpjes werden slechter bekeken dan ooit, de kwaliteit stelde teleur en men vreesde dat uitzendingen teveel op reclames gingen lijken of – nog erger – dat politieke partijen daadwerkelijk reclamezendtijd gingen vullen.

Maar dit is slechts één zijde van de medaille. Hier zijn namelijk ook twee argumenten aangevoerd die het voortbestaan van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN op een positieve wijze verklaren.

Ten eerste betekende de ZPP voor kleine partijen een niet te missen mogelijkheid om überhaupt op televisie te komen. D66 wist zich bijvoorbeeld te presenteren als een alternatief; als een nieuw type politieke partij, met een uitzending die het bekende format van de ZPP met een knipoog aan de kaak stelde. Het belang van zendtijd voor kleine en nieuwe partijen werd ook door de gevestigde politiek erkend. Nadat het boycot van de CPN afliep in 1965 is geen enkele partij meer zendtijd ontzegd. Zelfs de zendtijd van de Centrum Democraten is nooit ingetrokken, ook al waren daar wel de wettelijke mogelijkheden toe. Het grondrecht op vrije meningsuiting bleek doorslaggevend in dit geval.

Het tweede argument dat het voortbestaan van de ZPP verklaart, betreft de controle die een politieke partij in deze uitzendingen over haar boodschap heeft. Terwijl in de relaties tussen media en politiek de *party logic* vanaf de jaren zestig stukje bij beetje plaats maakte voor een *public logic* en vervolgens een *media logic*, bleven de ZPP-uitzendingen bastions van gecontroleerde, en bovendien gratis, publiciteit voor de partijen.

De uitzendingen in het kader van de ZENDTIJD POLITIEKE PARTIJEN bieden een bijzonder en uniek inkijkje in de Nederlandse politieke cultuur en in de ziel van de politieke partijen. Alleen al daarom mogen we blij zijn dat deze programma's bestaan, en mogen we hopen dat ze blijven bestaan. De ZENDTIJD bevindt zich op een punt waar de weg van de mediageschiedenis zich kruist met die van de Nederlandse politieke geschiedenis. En uit die ontmoeting komt een bijzonder en paradoxaal beeld naar voren van een tv-genre dat tegelijkertijd ongewenst, overbodig en toch onmisbaar is.

Noten

- 1 F. Hoogendijk, *Partijpropaganda in Nederland*. Agon Elsevier, Amsterdam 1971, pp. 143-144.
- 2 C. Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen: politieke propaganda op de Nederlandse televisie*. Stichting Film en Wetenschap, Amsterdam 1993, p. 4.
- 3 'Partijen vinden het zelf ook niet leuk', *Algemeen Handelsblad (AH)*, 18 juli 1969, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 41; J. Wanders, 'Kok staan schandalen niet, maar sandalen wel', *de Volkskrant (VK)*, 1 juli 1989, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 70; A. Blanksma & K. Brants, 'De uitgestelde doorbraak van de politieke spot', in: K. Brants & P. van Praag (red.), *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes van het lange jaar 2002*. Het Spinhuis, Amsterdam 2005, p. 177.
- 4 D.J. den Boer e.a., 'Politieke communicatie in een plaspauze. Tv-spots in de marge van de verkiezingstijd', in: K. Brants & P. van Praag jr. (red.), *Verkoop van de politiek. De verkiezingscampagne van 1994*. Het Spinhuis, Amsterdam 1995, pp. 193-210; K. Brants, M. Buurman & L. Ivens, 'De aarzelende maar onweerstaanbare opkomst van de politieke spot', in: P. van Praag & K. Brants (red.), *Tussen beeld en inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998*. Het Spinhuis, Amsterdam 2000, pp. 174-192; Blanksma & Brants, 'De uitgestelde doorbraak van de politieke spot', pp. 173-194.
- 5 L. Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', *Mediaforum*, jg. 18, nr. 11-12, 2006, pp. 346-347.
- 6 Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', pp. 347-348.
- 7 'Zendtijd en papier voor de politieke partijen', *Het Parool*, 8 mei 1946, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 8.
- 8 Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', p. 348.
- 9 R. Vliegthart, *U kletst uit uw nek. Over de relatie tussen politiek, media en de kiezer*. Bert Bakker, Amsterdam 2012, pp. 33-34.
- 10 Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', pp. 348-349.

- 11 M.D. Kandiah, 'The Conservative Party's 1997 party election broadcasts in historical perspective', *The historical journal of film, radio and television*, jg. 17, nr. 4, 1997, pp. 459-463.
- 12 Mr. dr. C. Berkhouwer, 'Tegen televisie in het parlement', *Elseviers Weekblad*, 23 november 1957, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, pp. 23-30.
- 13 Mr. A.B. Roosjen, 'Radio en Televisie in ons parlement', *Elseviers Weekblad*, 25 januari 1957, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 9.
- 14 NTS, afdeling pers en publiciteit, 'Televisie en Parlement', 2 september 1966, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 10.
- 15 M. van Dongen, 'Een kwart eeuw partijpolitieke propaganda op de Nederlandse buis', in: M. van Dongen (red.), *Televisieuitzendingen in het kader van de zendtijd voor politieke partijen, 1962-1986*. Nederlands Audiovisueel Archief, Amsterdam 1993, p. vii.
- 16 Hoogendijk, *Partijpropaganda in Nederland*, p. 150.
- 17 UITZENDING IN DE ZENDTIJD VOOR POLITIEKE PARTIJEN, VVD (1962); fragment terug te vinden op <http://www.geschiedenis24.nl/speler.program.7060097.html> (geraadpleegd 10-06-2013).
- 18 'Politieke uitzendingen', *Elseviers Weekblad*, 30 december 1961, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, pp. 11-12.
- 19 'Politieke uitzendingen', p. 12.
- 20 'Spiegeltje aan de wand, wie was de schoonste van het land? Het verkopen van gedachten', *Algemeen Handelsblad*, 13 en 20 juli 1963, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, pp. 19-22.
- 21 H. Wigbold, 'Politiek en Televisie', *Socialisme en Democratie*, jg. 23, 1966, pp. 715-720.
- 22 'Partijen vinden het zelf ook niet leuk', p. 41.
- 23 UITZENDING IN DE ZENDTIJD VOOR POLITIEKE PARTIJEN, D66 (1967); fragment terug te vinden op <http://www.geschiedenis24.nl/speler.program.7060055.html> (geraadpleegd 10-06-2013).
- 24 Brants, Buurman & Ivens, 'De aarzelende maar onweerstaanbare opkomst van de politieke spot', p. 174; Blanksma & Brants, 'De uitgestelde doorbraak van de politieke spot', pp. 176-177.
- 25 Vliegthart, *U kletst uit uw nek*, p. 133.
- 26 S. Top, 'Politieke uitzending of commercieel reclamespotje. Het bestaansrecht van de zendtijd voor politieke partijen', *Jaarboek 1996*, Stichting Film en Wetenschap, Audiovisueel Archief (SFW-AVA), Amsterdam 1997, p. 102.
- 27 Minister van Onderwijs Jos Gielen geciteerd in: Top, 'Politieke uitzending of commercieel reclamespotje', p. 102.
- 28 M. Bakker, *Waarom geen zendtijd voor C.P.N.? Omdat zij de waarheid vrezden: interpellatie van het Communistische Tweede Kamerlid over de weigering van de regering om voor de komende verkiezingen zendtijd te verstrekken aan de Communistische Partij van Nederland*. CPN, Amsterdam 1963, pp. 5-6.
- 29 Top, 'Politieke uitzending of commercieel reclamespotje', p. 102.
- 30 Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', p. 346-347; Top, 'Politieke uitzending of commercieel reclamespotje', p. 103.
- 31 Top, 'Politieke uitzending of commercieel reclamespotje', p. 95.
- 32 Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', p. 350.
- 33 'Dijkstal wil extreem-rechtse partijen tv-zendtijd ontnemen', *de Volkskrant*, 30 november 1995; terug te vinden op <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2844/Archief/archief/article/detail/401925/1995/11/30/Dijkstal-wil-extreem-rechtse-partijen-tv-zendtijd-ontnemen.dhtml> (geraadpleegd op 10-06-2013).
- 34 Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', p. 351.
- 35 Dragtsma, 'Zendtijd voor politieke partijen, 1925-2006', p. 353.
- 36 'Piratenpartij teleurgesteld in NPO: "Wij hebben recht op zendtijd"', *de Volkskrant*, 18 mei 2010; terug te vinden op <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2694/Tech-Media/archief/article/detail/1000377/2010/05/18/Piratenpartij-teleurgesteld-in-NPO-Wij-hebben-recht-op-zendtijd.dhtml> (geraadpleegd op 10-06-2013).
- 37 Blanksma & Brants, 'De uitgestelde doorbraak van de politieke spot', p. 177.
- 38 Wanders, 'Kok staan schandalen niet, maar sandalen wel', p. 70.
- 39 Brants, Buurman & Ivens, 'De aarzelende maar onweerstaanbare opkomst van de politieke spot', p. 175.
- 40 Den Boer e.a., 'Politieke communicatie in een plaspaauze', pp. 193-195.
- 41 J.H. van Gelder, 'Reclamespots voor politieke partijen: korter maar nog steeds even knullig', *NRC Handelsblad*, 12 augustus 1989, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 71.
- 42 S. van der Hoek, 'Kok in PvdA-film niet, in Brandpunt wel op zijn plaats', *de Volkskrant*, 22 augustus 1989, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 74; J. Blokker, 'Zendtijd 2', *de Volkskrant*, 22 augustus 1989, heruitgegeven in: Berkhouwer, *In de zendtijd voor politieke partijen*, p. 75; Van Gelder, 'Reclamespots voor politieke partijen', p. 71.

- 43 Brants, Buurman & Ivens, 'De aarzelende maar onweerstaanbare opkomst van de politieke spot', pp. 180-181.
- 44 Blanksma & Brants, 'De uitgestelde doorbraak van de politieke spot', pp. 178-180.
- 45 Wigbold, 'Politiek en Televisie', p. 719.
- 46 Den Boer e.a., 'Politieke communicatie in een plaspauze', p. 193; Blanksma & Brants, 'De uitgestelde doorbraak van de politieke spot', p. 173.
- 47 K. Brants & P. van Praag jr., 'Inleiding', in: Id., *Verkoop van de politiek*, p. 5.
- 48 Brants & Van Praag, 'Inleiding', p. 6. Het is voor de volledigheid van belang aan te geven dat er tussen de periodes van *party logic* en *media logic* nog een korte periode (in en rond de jaren zeventig) was van een zogeheten *public logic*, waarin het algemeen belang, zoals verwoord door onafhankelijke journalisten, de toon zette van het publieke debat.
- 49 P. Dahlgren, *Television and the Public Sphere*. Sage, London 1995, p. 83.
- 50 S. Hjarvard, 'The Mediatization of Society. A theory of the media as agents of social and cultural change', *Nordicom Review*, jg. 29, nr. 2, 2008, p. 110.
- 51 Blanksma & Brants, 'De uitgestelde doorbraak van de politieke spot', p. 173.
- 52 G. Voerman, 'Elektronisch folderen: de digitale campagne', in: Van Praag & Brants (red.), *Tussen beeld en inhoud*, p. 193.
- 53 G. Voerman & M. Boogers, 'Digitaal informeren en personaliseren. De opkomst van de website als campagne-instrument', in: Brants & Van Praag (red.), *Politiek en media in verwarring*, p. 195.
- 54 T. van der Kolk, 'Hip kent zijn grenzen, ook op Hyves', *de Volkskrant*, 16 juni 2011; terug te vinden op <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2694/Tech-Media/article/detail/2445838/2011/06/16/Hip-zijn-kent-zijn-grenzen-ook-voor-Hyves.dhtml> (geraadpleegd 10-06-2013). ANP, 'Balkenende berispt Verhagen om Twitter-foto uit Trêveszaal', *de Volkskrant*, 13 februari 2009; terug te vinden op <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/316250/2009/02/13/Balkenende-berispt-Verhagen-om-Twitter-foto-uit-Trêveszaal.dhtml> (geraadpleegd op 10-06-2013). Vliegthart, *U kletst uit uw nek*, p. 40.
- 55 M. Misérus, 'Negatieve campagne vindt plaats op internet', *de Volkskrant*, 24 oktober 2006; terug te vinden op <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/790457/2006/10/24/Negatieve-campagne-vindt-plaats-op-internet.dhtml> (geraadpleegd op 10-06-2013).
- 56 Top, 'Politieke uitzending of commercieel reclamespotje', p. 105.