

Hoewel de regionale omroepen geen voorstanders zijn van regionale etherreklame is het zuur te moeten bedenken dat de nauwelijks informerende huis-aan-huis-bladen inmiddels een reclamebudget van 400.000.000 gulden hebben opgebouwd⁴⁾ en de landelijke bedekking met regionale omroep ca. 50.000.000 gulden per jaar zal vergen. In het mediabeleid van deze regering is de ondernemingsgewijze productie van de gedrukte media kennelijk aanzienlijk belangrijker dan de vrijheid van maatschappelijk representatieve instellingen om informatie en communicatie aan hun regio te bieden.

Noten:

1) *Nederlandse Staatscourant*, 19 april 1977.

2) Symposium Regionale Omroep, Verslag rede Hofstede blz. 8.

3) *Report of the Committee on the future of broadcasting*, blz. 471: "Conclusion and Summary".

4) *Adformatie*, 23 december 1976.

Gegevens over de auteurs:

Dr. J. M. H. J. Hemels is wetenschappelijk hoofdmedewerker voor massacomunicatie aan het Psychologisch Laboratorium van de Katholieke Universiteit te Nijmegen.

M. Barton is algemeen directeur voor lokale omroep van de BBC te Londen.

Mr. P. Kuypers is directeur van het Provinciaal Opbouworgaan Noord Brabant te Tilburg.

Drs. G. J. Kemme is algemeen adviseur van de STAD te Amsterdam en sekretaris van de ROOS (Regionale Omroep Overleg en Samenwerking).