

feiten uit de media- wereld

W. VAN DER BIESEN

Uit een KIJKONDERZOEK uitgevoerd door de Nederlandse Omroepvereniging AVRO, is gebleken dat men in Nederland meer naar buitenlandse TV-zenders kijkt dan doorgaans wordt vermoed. Zo zou een vierde van de Nederlanders wel eens naar de BRT kijken, terwijl de helft af en toe op een Duitse zender afstemt.

In het zuiden en het oosten van het land liggen deze cijfers duidelijk hoger en bedragen respectievelijk 65 % en 83 %.

Op 14 juni 1975 werd tijdens een buitengewone algemene vergadering van de Beroepsunie van de Belgische Pers, de oprichting geëist van een NATIONALE PERSRAAD. Alleen dergelijke Raad is, aldus de Beroepsunie, bij machte de problemen waarmee alle media bij het vervullen van hun informatieopdracht geconfronteerd worden, te bestuderen en op te lossen. Een samenhangende politiek voor de gehele informatiepers, zowel gesproken als gefilmd en geschreven, wordt als onontbeerlijk aangezien. In deze Nationale Persraad moeten ten minste worden opgenomen: de vertegenwoordigers van de beroepsjournalisten van alle media, de uitgevers van informatiebladen en de directies van de nationale omroepinstituten. De Beroepsunie dringt er bij de openbare macht op aan dat in de toekomst geen enkele beslissing betreffende de informatiemedia meer zou worden genomen zonder het advies te vragen van deze Nationale Persraad en, in afwachting van z'n oprichting, van de betrokken beroepsorganisaties.

Op 16 juni hechtte de ministerraad z'n goedkeuring aan het ontwerp van decreet betreffende HET STATUUT VAN RADIO EN TV voor de Nederlandstalige cultuurgemeenschap. Hoewel de algemene beginselen van de omroepwet van 18 mei 1960 gehandhaafd blijven, bevat het nieuwe decreet toch enkele innovaties en verduidelijkingen, zoals 1) de invoering van het recht op antwoord; 2) de oprichting van een ereraad om «advies uit te brengen over klachten of betwistingen inzake objectiviteit van de nieuwsuitzendingen»; 3) de oprichting van «organismen aan dewelke in radio en TV zendtijd wordt verleend». Deze

zendgemachtigde verenigingen hebben uitsluitend tot doel programma's te maken die rechtstreeks afgestemd zijn op het verschaffen van informatieve en educatieve duiding en opiniëring van de actualiteit, vanuit representatieve, sociale economische, culturele en maatschappelijke stromingen in de daarvoor toegekende zendtijd. Het statuut en de werking van deze organismen zal door een decreet geregeld worden, terwijl de koning jaarlijks de zendtijd zal bepalen; 4) oprichting van een adviserende programmaraad; 5) de koning kan het instituut machtiging verlenen om audiovisuele programma's door te geven via een kabelnet; 6) voortaan mag de omroep inkomsten verwerven, bv. door verkoop of verhuring van producties en programma's.

Bovendien werd ook een ontwerp van wet goedgekeurd waardoor het Instituut van de Gemeenschappelijke Diensten ontbonden wordt en de culturele autonomie volledig verwezenlijkt wordt. Zowel dit wetsontwerp als het ontwerp van decreet moeten evenwel nog aan het parlement worden voorgelegd.

Van 21 juni tot 27 juni 1975 voerden de twee BRT-vakbonden ACV en ACOD samen met de Bond van Radio- en TV-journalisten een stakingsactie waarbij de nieuwsuitzendingen slechts in zeer korte vorm gepresenteerd werden. De actie had een drievoudig doel: 1) opschorting van alle benoemingsprocedures van hoofdredacteurs (de Raad van Beheer had de intentie zes nieuwe hoofdredacteurs te benoemen); 2) inspraak van de hoofdredacteurs; 3) aanvaarding van het beginsel van «één hoofdredacteur per redactie». Op 27 juni werd de staking opgeschort nadat de journalisten de verzekering hadden gekregen dat de Raad van Beheer van de BRT bereid was tot een nieuw overleg, waarin de taakomschrijving van de nieuwsdiensten centraal zou staan.

Begin juli werd bekendgemaakt dat Jean Prouvost, de voornaamste aandeelhouder van «LE FIGARO», het merendeel (80 %) van z'n aandelen heeft verkocht aan een andere Franse persmagnaat: Robert HERSANT. De redactie van Frankrijks oudste dagblad reageerde hierop onmiddellijk met een staking van

vierentwintig uur. Zij protesteerde zowel tegen de persoon van de nieuwe eigenaar als tegen de manier waarop de verkoop plaatsvond (andere kandidaten kregen geen tijd om hun bod bekend te maken).

Robert Hersant is 55 jaar, vader van acht kinderen, oud-burgemeester en gemeenteraadslid van Liancourt, en sinds 1956 volksvertegenwoordiger van het Oise-departement. Z'n persoon wordt fel omstreken omdat hij na de oorlog veroordeeld werd wegens zijn activiteiten onder het Vichy-regime, doch in 1956 amnestie kreeg. Nu is hij de eigenaar van een belangrijk persconcern dat een tiental provinciale dagbladen en een twaalfal weekbladen omvat. Zijn voornaamste publikaties zijn: het invloedrijke regionale dagblad «Paris-Normandie» (Rouen) dat hij in 1972 opkocht en het weekblad «L'Auto-Journal» dat hij in 1950 zelf heeft opgericht.

Hersant staat ook bekend als iemand die z'n stempel wil drukken op de bladen die hij opkoopt. Zo werden o.m. de redacties van «Paris-Normandie» en van «Nord-Matin» onder sterke druk gezet. De journalisten van «Le Figaro» vrezen dan ook dat Hersant een einde zal maken aan het — in 1971 afgedwongen — statuut van de redactie, waarbij de scheiding tussen kapitaal en de redactionele lijn van de krant gegarandeerd bleef. Tevens vermoedde men dat de nieuwe eigenaar heel wat personeelsleden zou afdanken. (Intussen liet Hersant op 6 september weten dat hij de bedoeling heeft 115 werknemers van «Le Figaro» te ontslaan, nl. 70 journalisten en 45 bedienden). Ten slotte vraagt eenieder zich af wie er in felte achter Hersant staat... of vanwaar het geld komt (meer dan tien miljard oude Franse franken), dat nodig was om «Le Figaro» op te kopen. Om al deze redenen protesteerden niet alleen de journalisten, maar ook de directeur, Jean d'Ormessan, die overwoog af te treden en Denis Perrier-Daville, voorzitter van de «Société de Rédacteurs» van «Le Figaro» die zelf vrij scherp reageerde in... «Le Monde».

De journalistenstaking, die veeleer een symbolisch karakter had, werd na vierentwintig uur stopgezet om met de nieuwe eigenaar te kunnen onderhandelen over de toekomst van de krant, en meer bepaald over haar «morele, intellectuele en materiële onafhankelijkheid». Met dit al heeft Robert Hersant zich op korte tijd een kranten-imperium opgebouwd, dat in Frankrijk wordt

bestempeld als «une concentration qui n'ose pas dire son nom!».

Volgens de officiële cijfers van het Comité voor Toezicht bedroegen de netto-ontvangsten van de Belgische OMROEPBIJDRAGEN (kijk- en luistergeld) in 1974 4,180 miljard frank. De TOELAGE die tijdens hetzelfde jaar door de regering aan de omroep werd toegekend, bedroeg 3,860 miljard voor de drie omroepinstituten samen. Dit betekent dus een positief saldo van 320 miljoen frank. Na aftrek van de werkingskosten van de Dienst voor Kijk- en Luistergeld (\pm 190 miljoen) komt men tot een netto-overschot van 130 miljoen. Hierbij dient nog aangestipt dat de staat jaarlijks ook enkele miljoenen (tussen 300 en 500) uittrekt voor de bouw van het nieuwe omroepcentrum. Dit is een investering die echter totaal buiten de werkingskosten van de omroep valt en uiteindelijk resulteert in een blijvend (staats)patrimonium.

Op 27 september 1975 vierde het frans-talig katholieke dagblad «LA CITE», orgaan van de Waalse Christelijke arbeidersbeweging (M.O.C.), zijn 25ste verjaardag. Het eerste nummer verscheen inderdaad op 1 oktober 1950. «La Cité» was dan ook gedurende een kwart eeuw het jongste Belgisch dagblad tot op... 1 oktober van dit jaar te Hasselt «DE KRANT» werd uitgebracht. Dit nieuwe dagblad is een uitgave van de P.V.B.A. Agenda, die reeds gedurende drie jaar het advertentieweekblad «Koerier» verspreidt. Louis Croonen (voorheen o.a. directeur bij «Het Belang van Limburg») is de verantwoordelijke uitgever en het brein achter het initiatief, terwijl de gekende cursiefjesschrijver en kleinkunstenaar Louis Verbeeck, hoofdredacteur is.

«De Krant» wordt (voorlopig ?) — zoals «Koerier» — alleen verspreid in de provincies Limburg, Antwerpen en Vlaams-Brabant. Het blad wordt in Hasselt opgesteld, in Roosendaal (Ned.) gezet en in Hoogstraten gedrukt (op de persen van de nieuw opgerichte drukkerij van de Nederlander Jack Van Poll die in Roosendaal aan het hoofd staat van de «Koninklijke Van Poll»-drukkerij). De startoplage bedroeg 32.000 exemplaren en men hoopt op een regelmatigte oplage van ongeveer 26.000

exemplaren (Voor meer informatie over «De Krant», zie elders in dit nummer).

De crisis in de pers is, mede onder invloed van de economische recessie en de inflatie, een internationaal verschijnsel. Toch lijken de moeilijkheden in de BRITSE PERS nog iets groter te zijn dan elders. Zo worden zelfs twee prestige-kranten, het befaamde zondagsblad «THE OBSERVER» (730.000 ex.) en de gewaardeerde «FINANCIAL TIMES» (190.000 ex.) in hun bestaan bedreigd.

Tijdens het voorjaar werden er van «The Observer» gemiddeld ongeveer 72.000 exemplaren minder verkocht dan in 1974 en het blad zou dit jaar een verlies lijden van ongeveer 750.000 pond (60 miljoen frank). Volgens de directie zal het zondagsblad weldra verdwijnen indien niet spoedig een derde van het personeel (nl. meer dan 200 van de 700 werknemers) ontslagen wordt. Dit chronisch teveel aan personeel wordt trouwens reeds lang aangezien als een van de voornaamste oorzaken van de financiële moeilijkheden bij de Britse en vooral bij de Londense kranten. De onderhandelingen met de vakbonden over de ontslagen zullen nu bepalend zijn voor het voortbestaan van «The Observer». Deze delicate besprekingen worden met grote belangstelling gevolgd door «The Financial Times», wier financiële moeilijkheden voor velen — zelfs in Fleet Street — een verrassing waren. Alan Hares, president-directeur van «The Financial Times», verklaarde zelfs dat nauwelijks twee-derde van het huidige personeel (1.400 werknemers) kan behouden blijven, wil het blad over zes maand nog bestaan. In combinatie met de afdankingen heeft de directie van het blad — dat 80% van z'n inkomsten uit reclame put — de bedoeling over te schakelen op het gebruik van de computer, zowel voor de produktie (fotografisch zetten) als voor de administratie (boekhouding, abonnementen, enz.). Hares noemt zijn plan «de meest radicale en gedurfde wijziging, die de Britse krantenindustrie tot dusver heeft gekend, met een kostenbesparing die absoluut noodzakelijk is».

De Franse uitgeverij Hachette, die hoofdaandeelhouder was van het Belgisch

vrouwenweekblad «HET RIJK DER VROUW» (en haar franstalig zusterblad «Femmes d'Aujourd'hui»), verkocht begin september meer dan de helft van het aandelenpakket (396.000 van de 720.000 aandelen) aan drie Belgische groepen. De groep Hoste (die o.a. het «Laatste Nieuws» uitgeeft en sinds lange tijd nauwe banden met de N.V. Rijk der Vrouw heeft), de groep Astra-Sparta (uitgeverij van «De Post») en Maurice Brébart (eigenaar van «La Dernière Heure» en van 70 % van het kapitaal van «La Libre Belgique») kochten ieder een derde van de 396.000 te koop gestelde aandelen voor een totaal bedrag van 11.800.000 frank. Dit betekent nog geen 30 frank per aandeel. In 1969 haalde «Het Rijk der Vrouw» op de beurs nog een notering van 4.520 frank en dit jaar was de hoogste koers nog 508 frank en de laagste 344 frank. Hachette zelf behoudt nog ongeveer 30 % van de aandelen, terwijl de rest ($\pm 15\%$) in handen is van particulieren. Deze aandelenverkoop houdt ongetwijfeld verband met de slechte financiële toestand van het blad (in 1974 een verlies van honderd miljoen frank). Een ernstige sanering is dan ook de eerste taak van de nieuwe aandeelhouders, die tevens eigenaar zijn geworden van de grootste Belgische hellodrukkerij, de N.V. A.S.A.R. «Het Rijk der Vrouw» bestaat sinds 1932 en had in 1974, samen met haar franstalige uitgave een oplage van 394.079 exemplaren.

●
Op een persconferentie over het nieuwe R.T.B.-seizoen verklaarde de directeur-generaal, Robert Wangermée, dat het TWEEDE R.T.B.-NET in de lente van 1977 een feit zal zijn. Het huidige programmaschema wordt zelfs reeds helemaal afgestemd op dit tweede net, nl. door de verdere uitbouw van twee regionale productiecentra (Luik en Charleroi). Met deze regionalisering hoopt men zowel de verstarring van de centrale diensten (Brussel) als de scherpe buitenlandse concurrentie (RTL en de drie Franse zenders) tegen te gaan. Daarom wordt nu reeds vanuit Luik (wekelijks op zondag) en vanuit Charleroi (twee-wekelijks op dinsdag) een eigen nationaal programma uitgezonden. In de toekomst is het echter de bedoeling regionale programma's te maken die uitsluitend voor de kijkers van de eigen regio bestemd zijn.

Nieuwe uitgaven op het domein van de massacommunicatie :

— SOCIOLOGIE VAN DE MASSACOMMUNICATIE

door Alphons SILBERMANN / Udo Michael KRUEGER
153 blz., 162 fr. (Aulareeks)

— JEUGD ALS LADING

Levensfasebeleving en de bruikbaarheid van het image jeugd voor reclame en marketing
door G. W. MARSMAN
262 blz., 435 fr.

— DE KRONKELWEGEN VAN DE INFORMATIE

door Karel DE GOEYSE
86 blz., 110 fr. (Horizonreeks)

— DE TELEVISIE EN DE IJSBERG

Het verhaal van een televisieuitzending
door René BODSON
38 blz., 50 fr.

— ENTSCHIEDUNGSORIENTIERTE WERBETRAEGERPLANUNG

Am Beispiel ausgewählter Massenmedien
door L. KNUEPPEL
170 blz., 432 fr. (reeks 'Schwerpunkt Marketing')

— DIE ROLLE VON PRODUKT UND VERPACKUNG IN DER MARKT-KOMMUNIKATION

door H.G. KALTENBACH
165 blz., 360 fr. (reeks 'Schwerpunkt Marketing')

— MEDIENBUCH 1

Ein kritisches Jahrbuch
door Hans JANKE / Werner van TREECK (Hrsg.)
220 blz., 266 fr.

— PUBLIKUM UND PROGRAMM

door Matthias F. STEINMANN
272 blz., 722 fr. (reeks 'Communicatio publica', Schriftenreihe zur Schweizerischen Publizistikwissenschaft)

deze uitgaven zijn verkrijgbaar bij

WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL

a c c o

tiensestraat 134 - 136
3000 LEUVEN
tel. 016/23.35.20