

rolverschuivingen bij de uitgevers, journalistiek kaderpersoneel en journalisten

luk boone

Dit betoog bestaat in feite uit een bundel hypothesen. De verschuivingen die het probeert aan te stippen, te ontleden en te duiden zijn inderdaad tot nog toe weinig onderzocht, laat staan empirisch vastgesteld. Hier en daar werden sommige aspecten van de te schetsen evolutie wel in het licht gesteld of vermoed. Deze uiteenzetting kan dan ook het best worden betiteld als een poging om een aantal van elkaar losstaande onderzoeksresultaten en een stel waarnemingen in een globale diagnose te bundelen (1).

De uitgever : van journalist tot manager

Tot voor een paar decennia werd de overgrote meerderheid van de dagbladen uitgegeven door traditionele familiebedrijven. Sommige ervan waren weliswaar als N.V. «vermomd», maar dit deed er principieel weinig toe. De dagelijkse leiding werd waargenomen door een (of meer) patriarchale eigenaar(s). Hij verenigde vaak in zijn persoon de functies van directeur en van hoofdredacteur. Hij beschouwde zich als belast met een

«zending», die hij zeer ernstig nam en uit hoofde waarvan hij een absolute macht opeiste en uitoefende.

Sinds een paar decennia komt daarin een min of meer geleidelijke wijziging. De schaalvergroting en de toenemende complexiteit van de hedendaagse krantenbedrijven brengen een groeiende werkverdeling mee tussen commercieel/technisch en redactioneel beleid. De aanpassing van de voortollende technische evolutie stelt financiële eisen, die de mogelijkheden van sommige traditionele krantenfamilies te boven gaan. Deze worden verplicht bij sterkere concurrenten aan te leunen, c.q. samen te werken.

De paternalistische «Schippers naast God» van weleer worden in meer en meer bedrijven opgevolgd door professionele managers. Deze bemoeien zich minder met de ideologische «zending» van de krant; ze laten die aan de hoofdredactie over.

De persconcentratie brengt daarenboven mee, dat sommigen kranten bezitten die op honderden kilometers van hun hoofdkwartier worden gedrukt. De Amerikanen noemen dit het fenomeen van het «**absentee ownership.**»

De Münchense hoogleraar in de com-

municatiewetenschap en zelf uitgever, Otto B. ROEGELE, resumeert de zo juist geschetste evolutie op treffende wijze :

«Bij ons (= in de Bondsrepubliek, L.B.) vindt bijvoorbeeld een duidelijke afwisseling van de wacht plaats bij de uitgeversgeneratie (...). De opvolgers, de erfgenamen, het management dat nu de macht grijpt, zijn niet meer zo door de impulsen van die mensen van het eerste uur bepaald; de meesten beschouwen het ondertussen groot geworden uitgeversbedrijf met dezelfde ogen als de tweede of derde generatie een handelsonderneming kijkt, nl. als een bedrijf. Daardoor worden de economische elementen in de strategie van de uitgeverij steeds belangrijker. Ik zou graag spreken van een nieuw type uitgever, een uitgever die in eerste instantie het rendement voor ogen heeft, die daarvoor ook met een geheel andere mentaliteit de redactie tegemoetreedt en ook heel anders staat tegenover de eisen van de redactie wat betreft bijvoorbeeld inspraak. De uitgeverspatriarchen die wij na 1945 weer gerestaurereerd en opnieuw geïnstalleerd hebben, vonden de redactie belangrijk. Zij lazen hun eigen krant. Zij hielden

zich daarom ook vaak bezig met de belangen van de redactie. En ze maakten de redactie met al hun bemoeienissen soms wel eens kregelig. Maar de journalisten waren er in ieder geval altijd van verzekerd dat de bezitter zich liever zou laten scheiden van zijn privé-villa dan van zijn krant. Daarvoor was hij té gepassioneerd. Hiervan kan men bij de jonge generatie, die langzamerhand de overhand krijgt, niet zo zeker zijn. Misschien zullen de aanwijzingen uit het bureau van de uitgever om iets zus of zo te doen zeldzamer worden, maar de journalisten zullen de uitgever niet meer zo vaak zien. Hij is nl. in gesprek met zijn marketing-adviseurs en die rekenen de redactie dan in koele cijfers voor wat de lezer wel en wat hij niet lezen wil. Ik zeg niet, dat de situatie zich al volledig in deze richting heeft verschoven, ik constateer alleen een verschuiving in deze richting». (2)

Veranderende en toenemende bevoegdheden van het journalistiek kaderpersoneel

Zoals in de meeste bedrijven en organisaties speelt het zogenaamde kaderpersoneel ook in de communicatie-ondernemingen een steeds belangrijker rol. Het neemt in toenemende mate sommige functies van het klassieke patronaat aan. Bij de uitoefening van de hun opgelegde taken, waarvoor ze steeds maar beter worden opgeleid, genieten kaderpersoneelsleden vaak een grote zelfstandigheid. Welke positiebekleders precies tot het kaderpersoneel behoren is bijzonder moeilijk uit te maken. In sociologische encyclopedieën en handboeken zoekt men trouwens tevergeefs naar een definitie van «kaderpersoneel». Onder verwijzing naar Max WEBER wordt het doorgaans tot de rationeel-bureaucratische elite gerekend, en soms vindt men een onderscheid tussen lagere, midden- en hogere «kaders». Verder dan deze elementaire classificatie wagen de auteurs zich echter niet. In dit betoog wordt (journalistiek) kaderpersoneel bepaald als leden van de hoofdredactie.

De verschuivingen in de rol van de kranten- en omroepdirecties brengen wijzigingen mee in de taken van het redactioneel kaderpersoneel en m.n.

van de hoofdredacteurs. Tot nog toe worden die wijzigingen, evenals trouwens de globale problematiek van het cultureel (dus : niet technisch en niet commercieel) kaderpersoneel in de communicatiebedrijven, door het empirisch onderzoek (vrijwel) volslagen verwaarloosd. Een aantal redactionele kaderleden wordt wel ondervraagd in het kader van b.v. enquêtes over journalisten, maar het percentage van dergelijke respondenten valt zo gering uit dat hun antwoorden nooit apart worden geanalyseerd. De volgende overwegingen dienen dan ook eerder als min of meer waarschijnlijke hypothesen te worden aangezien dan als empirisch 'bewezen' realiteiten.

De door ROEGELE en ook door Amerikaanse auteurs aangestipte trend naar een toenemende greep van het management op de krantendirecties heeft o.m. tot gevolg dat het redactionele kaderpersoneel gedeeltelijk de traditionele journalistieke functies van de vroegere uitgevers overneemt. Daardoor speelt het in de persbedrijven eeuwenoude conflict tussen (commercieel) profijtdeel en (journalistiek) prestatiedoel zich niet meer binnen de bevoegdheid van de éne uitgever af. De tegenstelling tussen «communicator» en «mercator» (3) verloopt nu tussen management enerzijds en redactie anderzijds.

De vraag is of het rollenconflict in de nabije toekomst niet aan de éne hoofdredacteur of aan de collegiale hoofdredactie zal worden opgedrongen. De werkverdeling en de door de concentratie in de hand gewerkte uitbreiding van vele redacties brengen immers mee dat een aantal hoofdredacteurs tot een soort van redactionele managers of personeelsdirecteurs uitgroeien. Daarbij komt nog dat het topmanagement ook in de redacties bekwame managers wil aanstellen.

Op deze wijze krijgt het ambt van hoofdredacteur een nieuw uitzicht en het risico bestaat dat de aldus gedefinieerde positie nu een ander soort kandidaten gaat aantrekken dan voordien, want «De meest succesvolle professional - die men dan toch in de leiding van de dagbladorganisatie wil zien - voelt doorgaans geen aandrang om bestuurder te worden. Zijn binding aan de professie is zo groot, dat hij veelal niet in staat zal zijn een ten dele bureaucratische (managers-) rol

adequaat te vervullen.» Daarenboven zal de hoofdredacteur die «...geneigd is bureaucratische of gezagsstructuren te ontwikkelen binnen de redactie, gemakkelijk met conflicten geconfronteerd worden. Hij zal moeten bekenen dat hij (...) een grote hoeveelheid bureaucratische oriëntatie in zich heeft ; hij heeft zijn referentiekader meestal in het management. Hij ontwikkelt gemakkelijk de attitude van een bestuurder in plaats van die van een specifieke professional, op welke titel hij doorgaans in de hoofdredactionele positie is gekomen». (4)

De toenemende macht van het journalistiek kaderpersoneel van kranten (en ook van omroepen) blijkt uit volgende lijst van de machtsposities die door hen worden bekleed.

1. Naarmate de directierol een grotere managers-inslag vertoont, zal het journalistieke kader zowel de pers als publikatie en de informatie-uitzendingen van de omroepen beheersen.

2. Veel leden van het kaderpersoneel (vooral uit de geschreven pers) spelen een belangrijke rol als voorzitter of bestuurslid van de beroepsorganisaties van journalisten of journalistensyndicaten.

3. De redactionele inspraakstructuren kennen, vooral in de Westduitse krantenondernemingen, aan de kaderleden een geprivilegieerde inspraak toe, m.n. een, in vergelijking met hun aantal, hoog aantal mandaten in de inspraakorganen.

4. Vergeleken met de redacteurs die geen hiërarchische posities bekleeden, zijn de kaderleden sterk oververtegenwoordigd onder de journalisten die doceren aan de centra voor Communicatiewetenschappen aan de Universiteiten, en aan de Instituten voor opleiding van aspirant-journalisten en voor recyclage van redacteurs.

5. Ze bezetten de sleutelposities, in België m.n. de voorzitterszetels, in de instanties die de titel van beroepsjournalist, de perskaart, enz. toekennen.

6. In de meeste kranten redigeren of althans controleren ze alle informaties en commentaren over de pers, de omroep, enz. kortom alles wat over het communicatiewezen en de communicatiepolitiek verschijnt.

7. Voor het imago van de pers en de omroep naar buiten zijn zij een essentiële factor, omdat :

a. zij uitsluitend of hoofdzakelijk op-

treden in de radio- en televisieprogramma's over de pers, enz. alsmede in politieke of andere debatten met verantwoordelijken voor het beleid ; b. zij, samen met de journalistieke 'vedetten', de markt beheersen van de boeken en tijdschriften over de problemen van de massamedia.

De voorgaande beschouwingen kunnen de indruk wekken, dat een dergelijke concentratie van macht bij het kaderpersoneel door steller als potentieel onrustbarend wordt beschouwd. Een dergelijke interpretatie lijkt, op zijn minst, voorbarig. Gevaarlijk zou een dergelijke evolutie slechts worden wanneer het kaderpersoneel zelf een homogeen blok zou vormen. Of dit zo is, werd voornog niet onderzocht, laat staan vastgesteld. Hoewel het derhalve gewaagd lijkt terzake uitspraken te doen, blijken tekenen voorhanden waaruit af te leiden valt, dat deze homogeniteit nog niet bestaat. Veeleer schijnen drie soorten kaderpersoneelsleden te ontstaan, respectievelijk gericht op de normen van de manageriale directies, op die van het (politieke) establishment en op die van de journalistieke professie. (5) Zolang de evolutie c.q. de concentratie van macht in het voordeel van de derde categorie verloopt, lijkt bezorgdheid niet gewettigd.

De journalistenkeuze tussen radicalisering en integratie

Uit de doorgaans recente, maar snel aangroeiende wetenschappelijke literatuur over de journalisten komen op het eerste gezicht tegenstrijdige 'trends' naar voren. Enerzijds blijkt een onloochenbare onzekerheid te bestaan, zoniet te groeien. Ze wortelt vermoedelijk in een groot aantal factoren waaronder de economische moeilijkheden van de drukpers en de daarmee gepaard gaande bedreiging van de betrekking ; de toenemende bureaucrativering van de journalistische activiteit, die een vermindering meebrengt van de «job satisfaction» ; de technische evolutie die eisen zal stellen waarvan men zich nog geen duidelijk beeld kan vormen ; de ondertussen afgeëbde contestatie, die de journalisten als handlangers van het establishment heeft gebrandmerkt, enz.

Door dit alles hebben de journalisten het gevoel dat ze hun bevoorrechte positie of «splendid isolation» in de persbedrijven zullen moeten opgeven, wat duidelijk tot uiting komt in de onzekerheid om zichzelf sociaal te localiseren, de vrij geringe «alter images».

Daar staat dan weer een toenemende professionalisering en zelfs radicalisering tegenover.

De professionaliseringsgraad van de diverse journalistieke activiteiten en, a fortiori, van de individuele journalisten werd tot nog toe slechts fragmentarisch bestudeerd. Op het eerste gezicht schijnt men evenwel - althans hypotetisch - te mogen aannemen, dat die professionaliseringsgraad min of meer aanzienlijk kan verschillen in tijd en ruimte, bv. van land tot land, van streek tot streek, naargelang het juridisch statuut der media, van concreet bedrijf tot concreet bedrijf, van individuele journalist tot individuele journalist, enz. Empirisch zijn dergelijke differentiële professionaliseringsstadia of -graden natuurlijk moeilijk vast te stellen, en m.n. omdat onderzoek van dit slag slechts zeer recent ter beschikking kwam en derhalve niet geconfronteerd kan worden met vergelijkbare enquêtes van tien, laat staan twintig jaar geleden. Een tweede moeilijkheid is van eerder methodologische aard, nl. de formulering van betrouwbare indicatoren (dit zijn representatieve variabelen) voor de empirische meting van een differentiële in plaats van een dichotomische professionalisering.

Wat meer bepaald de tijdsdimensie aangaat, nemen de meeste bevoegde auteurs aan dat de professionaliseringsgraad van de journalistiek en van de journalisten (of van een groot aantal onder hen) sinds zowat het einde van de Tweede Wereldoorlog aanzienlijk toeneemt, althans in de V.S.A. Als oorzaken van deze evolutie worden genoemd :

- het ontstaan van grotere kranten (meestal via concentratie) ;
- het volwassen worden van het beroepnieuws ;
- de hogere eisen van het publiek t.o.v. de informatiemedia ;
- de aantrekkingskracht van de (veranderingsformule der) media op betere studenten aspirant-journalisten ;
- aanzienlijke stijgingen van de salarissen en de werkzekerheid, met

name ook door toetreding tot beroepsorganisaties en/of vakbonden ;

- de toenemende vraag naar journalistiek talent vanuit andere sectoren.

De toenemende professionalisering van journalistiek en journalisten wordt afgeleid uit factoren zoals :

- de hogere scolariseringsgraad van de journalisten. In een recent onderzoek bij Vlaamse journalisten uit de geschreven pers stelde L. MAES bv. vast, dat 64 % van de respondenten die jonger waren dan 30 jaar hoger onderwijs hadden gevolgd, tegenover slechts 32 % van hen die ouder waren dan 30 jaar (6) ;
- een betere organisatie van de journalisten (massale toetreding tot de beroepsorganisaties) en een efficiënter deontologie («Press Councils») ;
- verbreking van de identificatie met het mediapatronaat. Dit stelt de journalisten in de mogelijkheid om het zgn. «prestatiedoel» te laten prevaleren op het «profijtdoel» ;
- de verwerving van meer professionele autonomie via o.a. inspraakbewegingen («Le Monde» - «Der Stern», enz.)

Uit recent onderzoek blijkt inderdaad een overwicht van professionele over niet-professionele dimensies bij de meerderheid der Amerikaanse en Westduitse journalisten. Een aantal Amerikaanse onderzoekers ondervroegen een representatieve steekproef van journalisten uit dit land over hun beroepswaarden («professional values»). Mediafuncties zoals kritiek op de overheid («Watergate-functie»), analyse en interpretatie van complexe problemen haalden het op de loutere «doorgeefluik»- en ontspanningsfuncties. Indicatoren van een professioneel rollenbeeld bleken te zijn : een hogere formele scolarisering (de belangrijkste van alle variabelen) ; de localisering van de journalist in grote steden, grote media-organisaties en prestige-media ; een hoog inkomen ; intensief lidmaatschap van intra-journalistieke verenigingen ; een op het conflict georiënteerde opvatting van nieuwswaarde.

De aanhangers van een minder professioneel rollenbeeld worden daartegen gekenmerkt door : een lagere scolariteit ; een vorming op de redactie zelf ; een hogere leeftijd en anciënniteit ; het wonen in minder grote

steden ; minder hoge lonen ; het lidmaatschap van extra-journalistieke organisaties ; een meer op consensus gerichte opvatting over nieuwswaarde (7).

De toenemende radicalisering van sommige journalistenverenigingen én individuele journalisten, m.n. in Duitsland en Frankrijk, vindt haar aanhangers vooral bij de eerste categorie van journalisten. Zij zijn het vooral die menen dat hun organisaties moeten aansluiten bij machtiger verenigingen, zoals de vakbonden van drukkers, zettters, enz.

Zij willen de traditionele beroepsorganisaties voor journalisten doen opgaan in of doen vervangen door een globale «mediavakbond».

Of en in welke richting de geschetste ontwikkelingen verder kunnen verlo-

pen, kan niet met zekerheid worden voorspeld. Toch lijkt het noodzakelijk om de evolutie op de voet te laten volgen door aandachtige observatie en wetenschappelijk onderzoek. Het betreft immers verschijnselen die van een nauwelijks te overschatten belang zijn voor een concrete ontwikkeling van een democratisch bestel.

(1) Bij deze uiteenzetting werd gedeeltelijk gebruikgemaakt van : BOONE, L. ; Het kaderpersoneel in een nieuwe rol in kranten en omroepen, in «Kultuurleven» juli 1976, blz. 537-543 ; en van *Professionalisering van de journalist en wijzigende objectiviteitsopvatting*, uiteenzetting van de auteur te Brussel op 8-12-1975 voor de leden van de P.R.-groep van het VBO.

(2) ROEGELE, O.B., *Konzentration und Struktur der Pressebetriebe*, in *Katholiek Instituut voor Massamedia*. Discussieverlag, Nijmegen, 18-12-1973, blz. 7-8.

(3) FISCHER, H.D., *Der Presseverleger zwischen Kommunikator und Mercator*, in FISCHER, H.D. (ed.), *Deutsche Presseverleger des 18 bis 20. Jahrhunderts*, Pöschel/München, Documentation, 1975, blz. 11-39.

(4) WENTINK, A., *De journalist in de dagbladorganisatie: semiprofessionalisme in een bureaucratische structuur*, in *Massa-communicatie*, Jrg. 1, nr. 2, Tilburg, 1972, 97-98.

(5) De heterogeniteit van de identificaties van de journalistieke kaderpersoneelsleden heb ik in mijn artikel in *Kultuurleven* onvoldoende in het licht gesteld.

(6) MAES, L., *De journalisten van de geschreven pers in België. Een sociologisch onderzoek*, licentiaatsverhandeling, R.U.G., 1972-1973, blz. 87.

(7) JOHNSTONE, J. & SLAWSKI, E. & BOWMAN, E., *The professional values of the American newsmen*, in «*Public Opinion Quarterly*», vol. 36, 1972, blz. 539. Cf. ook HOFFMANN, R., *Rundfunkorganisation und Rundfunkfreiheit*, Berlin, Volker Spiess, 1975, blz. 159-160

Nieuwe CeCoWe-publicatie

Als nr. 6 in de reeks «Werkdocumenten» van het Centrum voor Communicatiewetenschappen is verschenen :

Dr. L. Van Poecke,

Het Trouweloze Medium. Een onderzoek naar de correctieve retoriek van het leesbaarheidsonderzoek.

Deze tekst van 127 blz. kan tegen de prijs van 210 fr. (●) besteld worden bij het Centrum voor Communicatiewetenschappen

E. Van Evenstraat 2A
3000 Leuven
Tel : 016/22.10.70

● Verzendingskosten niet inbegrepen