

Op 28 februari en 1 maart 1978 gaf dr. Joan HEMELS, wetenschappelijk medewerker aan de Katholieke Universiteit te Nijmegen, op uitnodiging van het Departement Communicatiewetenschappen twee gastlezingen. De eerste lezing vindt men hieronder, terwijl de tweede voor een volgend nummer gereserveerd wordt.

mediabeleid als toetssteen voor een veranderende verhouding overheid-massamedia

joan hemels

In de periode van 1972 tot 1977 werd 'mediabeleid' in Nederland een veelgebruikt trefwoord voor politici, communicatiewetenschappers en beleidsmedewerkers met opdrachtgevers in de sfeer van de centrale overheid, de massamedia en de belangenorganisaties van uitgevers, beroepscommunicatoren en zendgemachtigden. Via boek, krant, tijdschrift, radio en televisie werd telkens weer aandacht gevraagd voor wat aanvankelijk nog werd aangeduid met programmatische termen als 'geïntegreerd mediabeleid', 'alomvattend mediabeleid', 'structureel mediabeleid', 'algemeen massacommunicatiebeleid', 'multimediabeleid', 'integraal mediumbeleid' en 'samenhangend mediabeleid'.

Nu aan de stroom van rapporten en andere publikaties en aan de vele discussies een einde is gekomen, kan men vragen stellen die een grondiger evaluatie op een later tijdstip kunnen vergemakkelijken.

Bij de burens

Wie zoals schrijver dezes in een vroeg stadium en nog heel onwennig het nieuwe woord 'mediabeleid' in de mond nam of uit de pen liet vloeien, was niet onwetend van wat er in de Bondsrepubliek aan de hand was. Van de daar al

eerder in zwang geraakte 'Medienpolitik' ging met name een voorbeeldwerking uit, voorzover men de aan de orde te stellen thematiek helder voor ogen wilde krijgen. De 'Themenkatalog' ging ook in de BRD vooraf aan definities van mediabeleid. Het ontwerp voor een 'Presserechtsrahmengesetz' (1974) vormde tegelijkertijd een hoogtepunt en een eindpunt van een inmiddels als heet hangijzer aan te duiden discussie. Het ontwerp ligt nu nog zwaar op de Duitse maag: ook politici weten er geen raad mee. Toen mijn collega van het Ce-CoWe, dr. W. van der Biesen, op 21 december 1976 de Jan en Marie Huygheprijs 1975 in ontvangst mocht nemen, sprak hij in zijn dankwoord vrijmoedig over de discrepantie die er in België zou bestaan 'tussen de theorie en de praktijk, en meer bepaald tussen de verworvenheden van het communicatiewetenschappelijk onderzoek enerzijds en het mediabeleid anderzijds (...) of beter: de afwezigheid van een ernstig mediabeleid'.(1)

Het ontbreken van resultaten van onderzoek dat speciaal is afgestemd op beleidsvraagstukken in de sfeer van massacommunicatie heeft in Nederland, de Bondsrepubliek en België de overheid er niet van weerhouden voor het massamediabestel ingrijpende beleidsbeslissingen te nemen. Op dezelfde

wijze heeft het voorhanden zijn van dergelijke resultaten de overheid in de genoemde landen niet zonder meer geactiveerd. De ratio van het overheidshandelen lag en ligt nog primair in een veranderend en veranderd denken over de relatie overheid-mediabestel. (2) In dit veranderingsproces kon de overheid ook leren door 'trial and error' en wijzer worden van ervaringen die werden opgedaan. Eén 'ontdekking' is mijns inziens illustratief; wanneer een ingrijpen van de overheid een bepaald medium bevoordeelde, maar concurrerende media niet deerde, bleef het ongenoegen beperkt. Voorbeelden hiervan zijn echter door de onderlinge samenhang in het mediabestel vrij zeldzaam. Men kan misschien denken aan de rechtstreekse staatssteun aan de Belgische pers (over 1973 100 miljoen frank, over 1974 185 miljoen frank en over de daarop volgende jaren telkens 200 miljoen frank (3)). Nu recentelijk besloten is de financiering van deze rechtstreekse steun aan de pers veilig te stellen door te putten uit de inkomsten van de aanmerkelijk verhoogde kijk- en luistergelden, raakt de omroep meer dan in het verleden verwickeld in de problematiek van de perssubsidie. De overheid heeft in de periode waarin het mediabeleid een grote, ook politieke interesse genoot, het streven om zo spoedig mogelijk tot een wettelijke re-

geling met betrekking tot vraagstukken van de pers te komen afgewogen tegen de voor- en nadelen van improviseren en experimenteren. In de BRD is niet geïmproviseerd, maar (vergeefs) toegewerkt naar een raamwet. In Nederland is de incidentele steunverlening aan individuele persorganen niet wettelijk, maar statutair in de statuten van de Stichting Bedrijfsfonds voor de Pers (4) geregeld. De rechtstreekse subsidie aan de Belgische dagbladpers heeft door de Wet van 27 december 1974 een voorlopige wettelijke regeling gekregen. Verder is er een toepassingsbesluit dat de criteria en modaliteiten voor de uitvoering van deze 'wet tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers' regelt. De wet is jaarlijks verlengd en in 1977 in die zin gewijzigd, dat ook bepaalde weekbladen met een regionaal karakter voor rechtstreekse hulp in aanmerking komen. Het door J. van Elewijck, lid van de Kamer van Volksvertegenwoordigers, op 9 juni 1977 ingediende 'Wetsvoorstel tot instelling van een Fonds tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers' heeft nog niet tot een wet geleid en daardoor is een definitieve wettelijke regeling van de rechtstreekse steun aan de pers nog niet verwezenlijkt. (5) Uit het jaarverslag over 1977 van de NV Holdingmaatschappij De Telegraaf in Amsterdam blijkt, dat dit concern via de h.a.h.-bladen van de Koerier (overgenomen in 1976) Belgische perssteun zal gaan ontvangen: een gevolg van internationalisering van uitgeversactiviteiten.

Karakteristiek van mediabeleid

Een hoge ambtenaar van het ministerie van binnenlandse zaken in Bonn, dr. Bernhard Wilhelm, heeft geprobeerd mediabeleid te omschrijven als het geheel van maatregelen die er op gericht zijn de massamedia die noodzakelijke vrijheidsmarges en onafhankelijkheid van de staat, van andere beïnvloedende maatschappelijke instituties of van particuliere monopolies te garanderen, die ze nodig hebben om hun massacom-municatieve taken naar behoren en ongehinderd te kunnen vervullen. (6) In deze omschrijving zijn mijns inziens twee punten vatbaar voor kritiek. In de eerste plaats wordt nogal sterk de klemtoon gelegd op staatsonthouding -een verworvenheid van de negentiende

eeuw- en het scheppen van vrijheidsmarges. Voorzover met 'particuliere monopolies' bedoeld wordt op de problematiek van de ondernemingsge-wijze produktie en de negatieve gevolgen daarvan voor de verscheidenheid van de pers, is een opening naar de nu aan de orde zijnde problematiek gemaakt. In de tweede plaats wordt mediabeleid in de omchrijving van Wilhelm te eenzijdig beschouwd als beleid van

de overheid ten aanzien van de pers. De massamedia zelf, de organisaties van uitgevers, beroepscommunicatoren en grafici alsmede politieke partijen, vakbonden en kerken kunnen ook een beleid ten aanzien van de massamedia voeren of een bepaald beleid ten aanzien van de massamedia voorstaan. Men hoeft slechts acht te slaan op de reacties naar aanleiding van de Nederlandse **Nota over het massamediabeleid** uit

(ADVERTENTIE)

BELANGRIJKE BOEKEN

DE INTELLECTUELEN EN DE STAAT

door Noam Chomsky.

Twee fundamentele kwesties worden ter sprake gebracht in deze aantekeningen. De eerste is vrij abstract, de tweede meer op de actualiteit geënt.

155 Fr.

HET RECHT OP NUTTIGE WERKLOOSHEID

door Ivan Illich.

In dit essay neemt Illich enkele van de sterkste economische principes onderhanden.

255 Fr.

DE KEIZER NAAKT

door Frans van Isacker.

Met dit geschrift bewijst Frans van Isacker dat de hedendaagse schrijver zich niet inmetstelt in zijn eigen verbeeldingswereld, dat hij zich ook op zijn maatschappelijke taak moet bezinnen en dat hij, als het werkelijk te gortig wordt, zijn stem mag en moet verheffen.

75 Fr.

MIJN LAND IN DE KERING 1830-1980

Deel 1/1830-1914

door Karel van Isacker.

Een boeiend en meeslepend verhaal over de jaren wanneer onze vaders en grootvaders nog klein waren

tot 1.1.79 1.600 Fr.

daarna 1.850 Fr.

THE HISTORY OF BROADCASTING IN THE UNITED KINGDOM

Volume 4 : Sound and Vision

door Asa Briggs, e.a.

This book is profusely illustrated and can be read either as complete in itself or as one phase in the unfolding history of British broadcasting to which Asa Briggs has already devoted three volumes.

2.200 Fr.

STANDAARD BOEKHANDEL

Naamsestraat 57, 3000 Leuven



1975 (7) en de passages over mediabeleid in de verkiezingsprogramma's van de dertien politieke partijen - de Nederlandse kiezer heeft keuze voor de Tweede Kamer-verkiezingen van 25 mei 1977. (8)

Verstaat men onder 'beleid' een min of meer weloverwogen streven bepaalde **doeleinden** met bepaalde **middelen** in een bepaalde **tijdsvolgorde** te bereiken, dan is mediabeleid niet uitsluitend een zaak van de overheid, maar ook van de massamedia zelf alsmede van andere maatschappelijke instituties die medeverantwoordelijk zijn of willen zijn voor de wijze waarop openbare communicatie in een samenleving zich voltrekt. Daardoor zijn de uitgangspunten en doelstellingen enerzijds en de instrumenten waarmee men wil trachten de gestelde doeleinden te bereiken anderzijds omgeven door in die samenleving bestaande waarden en normen. Bij de interpretatie en toepassing van de regelingen - binnen het kader van de doeleinden die men zich gesteld heeft - en bij de keuze van de middelen spelen de bewuste waarden en normen een rol. Als belangrijkste karakteristiek van mediabeleid zie ik het reageren dan wel het anticiperen op in- of externe probleemsituaties die zich voordoen, ongeacht of dat gebeurt door de overheid of de massamedia zelf.

Visie van de overheid

Een gezonde democratie en een levende cultuur kunnen niet zonder levensvatbare media. In deze visie van de Nederlandse overheid die in allerlei variaties verwoord is, heeft mediabeleid een zelfstandige, maar bepaald niet geïsoleerde plaats in het cultuurbeleid gekregen. In de politieke sfeer heeft mediabeleid niet alleen een cultureel aspect, waarin normen en waarden bij uitstek een rol spelen. Het economische aspect manifesteert zich ook, met name wanneer niet meer de uitgangspunten en doeleinden, maar de middelen aan de orde zijn. Wat mij in de doelstelling van het mediabeleid van de Nederlandse overheid bijzonder aanspreekt is de bewuste keuze voor het veilig stellen van een **leescultuur**. Daarbij bekommert de overheid zich er niet (meer) om **wat** er gelezen wordt, maar **dat** er gelezen kan worden. (9) In dit verband is het bijvoorbeeld belangrijk, dat de ruim 22 miljoen boeken van de Nederlandse openbare

bibliotheken in 1976 meer dan 128 miljoen uitleningen aan 3.336.374 ingeschreven gebruikers (23,8 procent van de Nederlandse bevolking) mogelijk maakten. Lezen is een inspanning vergende bezigheid die mensen met een minder goede opleiding eerder mijden dan zoeken. Wie een betere opleiding heeft gehad leest gemakkelijker en méér. In de Bondsrepubliek heeft het 'Institut Infratec' het image van het boek onderzocht en als kenmerken gevonden: 'introvertiert', 'nicht aktuell', 'langfristig verwertbar' en 'schwer zugänglich'. De kenmerken van televisie, radio en dagblad zijn er precies het tegendeel van: 'extrovertiert', 'aktuell', 'kurzfristig' en 'leicht zugänglich'. (10) Het image en daarmee de drempel van het boek mag dan hoger zijn dan die van het dagblad, het gevaar dreigt, dat ook het dagblad en het opinieweekblad op de tocht zullen komen te staan door de sterk gestegen prijzen en verschuivingen in het keuzepatroon van lezers. Bij dit laatste denk ik aan de grote belangstelling voor op verstrooiend lezen mikkende weekbladen als Story, Weekend, Privé en -binnenkort- Wereld dat nochtans de pretentie heeft ook te willen informeren. In achterstandsgezinnen is het gratis verspreide huis-aan-huisblad met agenda's, sportberichten en andere nuttige en gewaardeerde rubrieken een vervanging voor dagbladen aan het worden. Tegenover een veranderde instelling van het lezerspubliek kijkt de overheid bepaald moeilijk aan en niet zonder goede redenen. Het resultaat is echter wel, dat het mediabeleid van de overheid steeds meer afgestemd lijkt te worden op een voorwaardenbeleid dat typisch zender-georiënteerd is. Het beleid ten aanzien van de pers is daarmee op hetzelfde spoor gezet als het beleid ten aanzien van de omroep sinds 1965, toen de periode van het open bestel in Nederland begon. Een verschilpunt blijft de in de Omroepwet -in werking getreden op 29 mei 1969- geformuleerde eis dat omroeporganisaties een geestelijke of maatschappelijke stroming moeten vertegenwoordigen.

Door het indienen bij de Tweede Kamer, in januari 1977, van een voorstel tot wijziging van de Omroepwet heeft de overheid duidelijk gemaakt, dat de hier bedoelde kwalitatieve eis door het getalscriterium niet op de achtergrond of in het vergeetboek mag raken. Voor de regionale omroep, door 60 procent van de Nederlanders al te beluisteren, wordt

overigens slechts culturele representativiteit geëist en bestaan geen inhoudelijke criteria. Hij hoeft in tegenstelling tot de Hilversumse omroeporganisaties ook geen zogenaamd totaalprogramma te brengen. Zonder zich inhoudelijk met de omroep te bemoeien, zal de overheid voorwaarden blijven scheppen voor een zo goed mogelijk functioneren ervan. Kijkt men naar de pers, dan moet men opnieuw vaststellen dat in de laatste jaren de overheid een aan de eisen van deze tijd aangepaste visie op de doeleinden van een persbeleid van haar kant heeft ontwikkeld. Wat betreft de middelen is ze tot nu toe echter niet erg gelukkig geweest. Deze discrepantie wordt des te schrijnender, wanneer men ziet dat de middelen specifiek **zender-** en de doelstellingen juist **ontvangergeoriënteerd** zijn. Om de keuzemogelijkheden van de ontvangers van gedrukte, grafische media veilig te stellen, werkt de overheid aan het bevorderen van een pluriform aanbod. Het steunen van individuele persorganen met zachte kredieten e.d. blijft een andere activiteit dan het invoeren van een subsidie op het lezen van bepaalde bladen, ook al wordt in het eerste geval uiteindelijk ook beoogd een bepaald persorgaan ten gerieve van het lezende deel van de natie op de markt te houden.

Om concreet te zijn: de Nederlandse overheid heeft wel laten studeren -tot nu toe overigens zonder enig resultaat- op een werkbaar systeem van advertentiecompensatie, maar wil niets weten van een lezerssubsidie ten gunste van economische zwakkere, maar inhoudelijk meer geprofileerde kranten. De door de overheid gekoesterde strikte scheiding tussen profit- en nonprofitsystemen, waardoor regionale kranten op geen enkele manier bij de exploitatie van regionale omroep betrokken kunnen worden, roept de vraag op, of diezelfde overheid te gelegener tijd niet tegen een hoge prijs de toekomst van de regionale dagbladpers zal moeten veilig stellen. Terugkomend op wat hiervoor over de actoren van mediabeleid gezegd is, zij hier aangetekend dat in de regeringsperiode van het Cabinet-Den Uyl (1973-1977) de Vereniging der Nederlandse Dagbladpers als vereniging van belanghebbende dagbladondernemingen steeds meer buiten de meningsvorming binnen het ministerie van cultuur, recreatie en maatschappelijk werk gehouden is. Het mislukken van het persbeleid zoals dat de overheid voor ogen

stond, is mijns inziens voor een groot deel aan deze afstandelijkheid te wijten.

Nieuw adviesorgaan ?

Zorgvuldigheid in het overheidshandelen, een alerte en ook in mediazaken deskundige volksvertegenwoordiging, een coöperatieve instelling bij de verschillende massamedia en hun belangorganisaties en daarbij bovendien meer kritische ontvangers van massacommunicatieve boodschappen : aan deze voorwaarden moet voldaan zijn, wil mediabeleid in de komende jaren meer vorm en inhoud krijgen en geen modieus trefwoord blijven. Ieder initiatief kan een stap in de goede richting betekenen. Zo'n lichtpuntje is misschien het bericht van begin 1978, dat de Vereniging De Nederlandse Dagbladpers (NDP) en de Nederlandse Omroep Stichting (NOS) gezamenlijk de problemen gaan inventariseren die zijn verbonden aan de nieuwe technieken op het gebied van de telecommunicatie. Daarbij wordt speciaal gedacht aan **teletext**, waarbij men grafische informatie op het met een speciaal apparaat aangepast televisietoestel zal kunnen oproepen en ontvangen, en aan **viewdata** waarbij het televisietoestel gebruikt wordt als monitor om gegevens af te lezen die met behulp van de telefoon op het scherm geroepen worden. Viewdata en teletext waren mede aanleiding voor de Omroepraad om in een dringende brief met bijlage d.d. 27 januari 1978 (11) bij de nieuwe bewindsvrouw van het ministerie van cultuur, recreatie en maatschappelijk werk, mevr. M. Gardeniers, opnieuw aan te dringen 'op het instellen van een instituut, adviesorgaan of werkgroep, waaraan zou moeten worden opgedragen het adviseren over de coördinatie

tussen de technische ontwikkelingen, de actuele behoeften op het gebied van massa- en telecommunicatie alsmede de maatschappelijke, culturele en economische belangen van ons land en de bevolking'. De commissie of werkgroep, waarin eventueel de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid een rol zou kunnen spelen, zou zo samengesteld moeten zijn, dat de volgende gezichtspunten tot hun recht zouden komen : de omroep en andere media, het onderwijs, 'consumerism', de wetenschappelijke gezichtspunten (technisch en sociaal), het terrein van de productie van hardware en software, het staatsbedrijf der PTT enz.'. Aldus de Omroepraad die hiermee voortborduurde op de in de beginperiode van de discussie over mediabeleid gehouden pleidooien voor een Mediaraad. Intussen is de kans op een nieuw adviesorgaan geringer dan ooit, omdat een sanering van raden en commissies van advies meer prioriteit lijkt te hebben. Dat met pers, radio en televisie jaarlijks veel overheidsgeld gemoed is, blijkt uit de volgende staat. (12). Hierbij zij aangetekend, dat van het grote bedrag dat voor steun aan de pers was uitgetrokken voor 1977, in dat jaar slechts een lening van f 85.000 via het Bedrijfsfonds voor de Pers verstrekt is aan De Streek in Gemert. De Streek is een gratis verspreid huis-aan-huis-blad, uitgegeven door de Stichting De Nieuwe Krant, met het karakter van een wekelijks verschijnend nieuwsblad zonder winstoogmerk.

Dagbladpers door een dal

In de laatste tien à vijftien jaar zijn **mediuminterne** en **mediumexterne** factoren van verandering en stabilisatie van invloed geweest op de structuur van de Nederlandse pers (dag-, nieuws-, opinieweek- en h.a.h.-bladen alsmede

tijdschriften). Hieronder volgt meer een opsomming dan een bespreking van de verschillende factoren. Voor een uitwerking verwijs ik naar een dit najaar te publiceren boek over de Nederlandse pers in heden en verleden. (13)

Mediuminterne factoren :

- De invloed op de dagbladpers van veranderingen bij andere grafische media.
- De technische ontwikkelingen ten dienste van de administratieve en grafische sectoren en het duurder worden van de arbeidsintensieve distributie van persorganen.
- De tendens van schaalvergroting, zich uitend in het proces van persconcentratie en te beschouwen in het licht van de ondernemingsgewijze productie van de pers.
- De structurele verbetering van de verhouding tussen abonnementen- en advertentie-opbrengst.
- De hoge vlucht van gratis advertentiebladen met redactionele en commerciële functies en de opkomst van opinieweekbladen in de vorm van magazines met advertenties in diepdruk.
- De uitbreiding van de advertentiecombinaties waardoor dagbladuitgevers onder meer op de regionale markt een volledig produktaanbod van dag-, nieuws- en h.a.h.-bladen alsmede reclaimedrukwerk dat in kranten wordt ingestoken, creëren.
- De versterking van de marktorientatie, mede mogelijk geworden door een verbetering van het management, de planning en de marketing.
- De verzelfstandiging van de redactionele functie van het persorgaan.
- De tendensen van professionalisering en specialisatie in de journalistiek.

Mediumexterne factoren :

- De bevolkingsaanwinst na de Tweede Wereldoorlog en de betere opleidingsmogelijkheden voor meer mensen.
- De sociaal-culturele veranderingsprocessen in de laatste decennia met onder meer de toename van de vrije tijd en de grotere mobiliteit.
- De veranderde instelling van een deel van het traditionele lezerspubliek en de veronderstelde behoeften van de nieuwe lezers.
- De gestegen koopkracht na de Tweede Wereldoorlog en de daarmee samenhangende toename van het advertentievolume.

Beleid in geld	in miljoenen guldens				
	1973	1974	1975	1976	1977
Pers	0.1	0.1	6.1	6.5	25.6
Radio	331.6	484.0	514.1	531.0	577.8
Televisie					
Totaal	331.7	484.1	520.2	537.5	603.4

- De invoering van de etherreclame met een van de pers onafhankelijke exploitatie.
- Het prijsbeleid van de overheid, zowel wat betreft de prijzen van abonnementen als die van advertenties.
- Fiscale tegemoetkomingen en lasten voor de pers.
- De ontwikkeling van het mediabeleid van de overheid ten aanzien van de pers.
- Veranderingen in de sociale en economische sfeer die ook hun invloed hadden op de arbeidsvoorwaarden van journalisten.
- De opkomst van de televisie en de uitbreiding van de radio- en televisiezendtijd.

Zoals uit de globale aanduidingen van de verschillende factoren al blijkt, is het beleid van de uitgevers in verband te brengen met de mediuminterne factoren. De overheid daarentegen heeft er zich niet mee bemoeid. Bij de mediumexterne factoren speelt de overheid zelf een rol of kan zij althans sturend optreden. Van de drie grote groepen uitgeverijen (dagbladen, tijdschriften en boeken) met een gezamenlijke omzet in 1976 van drie miljard gulden en 18000 werknemers, namen de dagbladuitgeverijen anderhalf miljard gulden voor hun rekening en boden zij werk aan 9800 werknemers. Uitgevers van dagbladen, tijdschriften en boeken voeren een eigen beleid, zodat het mogelijk is het beleid van de eerstgenoemde categorie afzonderlijk te beschouwen.

Na een aantal moeilijke jaren voor de dagbladpers -die zich in een proces van herstructurering bevindt- verbeterde haar economische positie zich in 1976. Deze verbetering zette zich in 1977 door. Doordat de dagbladondernemingen op twee markten, namelijk die van de abonnees en die van de adverteerders, werken, ontvangen zij daaruit ook hun inkomsten. Het belangrijkste kenmerk van het beleid van de dagbladuitgevers in de jaren zeventig is de verbetering van de verhouding tussen inkomsten uit abonnementen (incl. losse verkoop) en die uit advertenties. Deze ontwikkelde zich voor dag-, nieuws- en h.a.h.-bladen tezamen van 28 : 72 in 1970 tot 46 : 54 in 1975. Voor uitsluitend de dagbladen ontwikkelde deze verhouding zich van 36 : 64 in 1970 tot 45 : 55 in 1975. In 1976 was de verhouding 43,7 : 65,3 en in 1977 42 : 58. In het licht van het streven van

de dagbladpers naar een groter dekking van haar vaste lasten door de relatief stabiele abonnementsinkomsten lijken de verhoudingscijfers van de laatste twee jaar op een verkeerde ontwikkeling te duiden. De gewijzigde verhouding is echter toe te schrijven aan het feit dat het advertentievolume sterker is gestegen dan de betaalde oplage. Vooral door de zeer geringe advertentieprijsverhogingen zijn de abonnementsinkomsten per verkocht exemplaar sterker omhoog gegaan dan de advertentie-inkomsten per verkochte millimeter. De door de dagbladpers beoogde structurele verbetering wordt hiermee voortgezet. In 1967 waren de dagbladen nog voor bijna 64 % van hun inkomsten afhankelijk van advertenties en daardoor ook conjunctuurgevoeliger. Het prijsbeleid van de overheid en de concurrentie van de etherreclame spelen ook een rol bij het zoeken naar de oorzaken van de stijging van de abonnementsinkomsten sinds 1970 met 161 % en de advertentie-inkomsten sinds hetzelfde jaar met 107 %. In 1970 ligt het begin van het voor de bedrijfstak zo belangrijk gebleken collectieve prijsbeleid. (14). De gemiddelde betaalde oplage van de Nederlandse dagbladen steeg tussen 1970 en 1977 met 3 %, deze stijging ontstond door het gemiddelde van een daling van de landelijke avondbladen van 42 %, een stijging van de landelijke ochtendbladen van 24 % en een stijging van de regionale dagbladen van 9 %.

Naar mijn mening is het herstel van dagbladpers in haar geheel primair te danken aan het beleid van de dagbladondernemingen zelf. Het prijsbeleid, gecorrigeerd of goedgekeurd door de overheid, is hiervoor als voorbeeld genomen. Een ander voorbeeld is de technische innovatie. Het beleid van de overheid ten aanzien van de pers heeft slechts tot het herstel bijgedragen, in zoverre dit gericht was op klimaatverbetering voor de pers. Men kan hierbij denken aan de generieke, voor alle dagbladen gelijkelijk geldende maatregelen en aan het beperken van de zendtijd voor etherreclame. Het op individuele steun aan dagbladen gerichte overheidsbeleid heeft gefaald. Het aantal zelfstandige dagbladondernemingen daalde van 36 tot 27 tussen 1969 en 1978 en in dezelfde periode daalde het aantal dagbladen met eigen hoofdredactie van 56 tot 48. Noch het beleid van de overheid noch het beleid van alle dag-

bladondernemingen tezamen is in staat geweest deze ontwikkeling te keren. Aangezien het aantal verliesgevende dagbladuitgaven nog 'verontrustend groot' (15) is, wordt het hoog tijd dat het beleid van de overheid en dat van de dagbladpers op elkaar afgestemd worden tot een geïntegreerd persbeleid. Deze integratie dient vooraf te gaan aan een afstemming van het overheidsbeleid ten aanzien van de pers op dat ten aanzien van de omroep. En dan nog blijft de pers, als een boer van het weer, afhankelijk van de ongewisse advertentiemarkt die zich -in tegenstelling tot de verwachtingen- in de laatste twee jaar van een zeer goede zijde heeft laten zien. Op een herverdeling van advertentie-inkomsten over de dagbladen afzonderlijk wordt nog steeds gestudeerd.

Noten

1. Jan en Marie Huygheprijs 1975, in : *Onze Alma Mater* (Leuven), 31/1977, nr. 1.
2. Zie voor een uitwerking : Joan Hemels, *Persvrijheid ? Antwoord aan uilen en valken*, Amsterdam 1975.
3. Een overzicht van de aan Belgische dagbladen verleende staatssteun in : Stuk 27 (B.Z. 1977), nr. 4, p. 6 (bijlage).
4. Vgl. Joan Hemels, Het Bedrijfsfonds voor de Pers in Nederland. Vergif of medicijn voor een verziekt medium ?, in : *Informatiebulletin* (Leuven), 4/1974, nr. 4, pp. 1-7.
5. Stuk nr. 15/1 van de B.Z. 1977.
6. 'Medienpolitik', in : Peter Schiwj & Walter J. Schütz (Hrsg.), *Medienrecht. Stichwörter für die Praxis*, Neuwied/Darmstadt 1977.
7. Vgl. Joan Hemels, Der Regierungsbericht über die Medienpolitik in den Niederlanden : leichte Dünung oder kräftige Woge ?, in : *Publizistik* (Konstanz), 19-20/1974-1975, nr. 3, pp. 760-769.
8. I. Lipschits, *Verkiezingsprogramma's*, Den Haag 1977.
9. Verder uitgewerkt in : Joan Hemels, De strijd om de leescultuur, in : Ad Kooyma (red.), *Bouwstenen voor een mediabeleid*, Alpen aan den Rijn 1977, pp. 18-38.
10. Meer gegevens in : Ulrich Saxer, *Literatur in der Medienkonkurrenz*, in : *Media Perspektiven* (Frankfurt am Main), 1977, nr. 12, pp. 673-685.
11. Afgedrukt in de Nederlandse Staatscourant d.d. 15 februari 1978 (nr. 33).
12. Ontleend aan : Mediabeleid in het front van de cultuurpolitiek, in : *Trefpunt* (Den Haag), 1977, nr. 4, pp. 126-128, hier p. 128.
13. Hoofdstuk 18 in : Maarten Schneider & Joan Hemels, *De Nederlandse krant 1618-1978*. Van 'nieuwstydinghe' tot dagblad, Baarn 1978 (ter perse).
14. Jaarverslag van de NDP 1977, Amsterdam 1978, pp. 19-25.
15. *Ibidem*, p. 9.