

Aan regionaal nieuws in de Vlaamse dagbladen is er tot hiertoe nog weinig aandacht besteed in de communicatiewetenschap. Als regio-journalist bij *Gazet van Antwerpen* werd Jos Huypens dagelijks geconfronteerd met de enorme nood aan wetenschappelijke gegevens over lokaal en regionaal nieuws in Vlaanderen. Eerst sporadisch, daarna meer en meer systematisch, begon hij aan het verzamelen van gegevens over de regio-journalistiek in Vlaanderen. Dit resulteerde in een doctoraal proefschrift (promotor Prof. Dr. L. Boone). In de rand van dit werk maakt hij in deze bijdrage enkele bedenkingen.

een onderzoek naar het hart van de krant? plaatselijke nieuwsfabriekjes in vlaanderen

jos huypens

De plaatselijke nieuwsfabriek is een bedrijfje zoals er een paar tientallen zijn in Vlaanderen en waar ongeveer 24 uren op 24 nieuws wordt gemaakt, geschreven en verwerkt. Soms zijn het zelfs maar onooglijke eenmansbedrijfjes.

Op de eerste plaats produceren deze fabriekjes krantennieuws voor regionaal gebruik. Artikels, reportages en nieuwtjes die elke dag 237 regionale bladzijden moeten vullen in de Vlaamse dagbladen. Nieuws dat meestal noch het radionieuws, noch de televisieberichtgeving haalt, maar dat toch door ongeveer 90% van de krantenlezers dagelijks wordt verslonden. Een cijfer dat heel wat hoger ligt dan bijvoorbeeld voor de binnen- en buitenlandse politieke berichtgeving, die «slechts» door 52% van de krantenkopers wordt gelezen.

De plaatselijke nieuwsfabriek is ook een erg productief bedrijfje. Niet minder dan 121 beroepsjournalisten — 30% van het aantal beroepsjournalisten bij de Vlaamse kranten — zorgen (weliswaar samen met een aantal deeltijdse medewerkers) voor 70% van het dagelijks aantal klaargestoomde redactionele bladzijden in de Vlaamse dagbladen. De communicatiewetenschap in ons land heeft het fenomeen van deze plaatselijke nieuwsbedrijfjes lange tijd totaal verwaarloosd. Nog steeds hoort men de opvatting dat een krant slechts een goed dagblad is in de mate dat zij het nationaal en internationaal — vooral politiek — nieuws weet te brengen; een intellectualistische opvatting, die ijverig gevoerd wordt door dagelijkse «overzichten van de Belgische pers», waar rubrieken, die door nauwelijks 10% van de dagbladkopers worden gelezen, uit-

voerig worden uiteengerafeld, vooral — en dikwijls haast uitsluitend — tot meerdere eer en glorie van de editorialisten, die deze rubriek volschrijven, en van de acteurs die er «mogen» in optreden. Dat men daarbij achteloos kon voorbijgaan aan de regionale berichtgeving, die van 15 tot 30% van de dagelijkse redactionele oppervlakte in een Vlaamse krant uitmaakt, is dan ook maar alleen vanuit deze optiek te begrijpen, te meer daar men zich niet kan verschuilen achter onwetendheid. In de buitenlandse wetenschappelijke literatuur noteert men op het ogenblik al ongeveer duizend bijdragen over het regionieuws.

Kloof

Bij de kranten was de groeiende belangstelling voor regionaal en lokaal nieuws de laatste jaren daarentegen opvallend. Meteen een bewijs van de grote kloof die er nog steeds bestaat tussen de communicatiewetenschap en de -praktijk. In het oog springende voorbeelden van de interesse van uitgevers voor het regionale nieuws zijn het stijgend aantal pagina's dat zowel aan politiek, cultureel en sociaal regionaal en lokaal nieuws, als aan het plaatselijk sportgebeuren wordt besteed; het steeds meer voorkomen van regionale gebeurtenissen op «algemene» bladzijden — bepaalde kranten maken er zelfs een erezaak van om elke dag een «regionaal» nieuwsfeit op de eerste bladzijde te brengen — en de investeringen in mensen en materiaal die deze kranten zich getroosten om de regionale en lokale berichtgeving in optimale omstandigheden te brengen.

Zelfs de dooernstige, internationaal zo gewaardeerde *Le Monde* ontsnapt niet aan deze tendens.

Tussen 1976 en 1979 groeide het regionaal gedeelte van alle Vlaamse kranten, behalve bij *Het Laatste Nieuws*. Nu is deze groei van het regionaal redactioneel volume geen absoluut gegeven. Ook technische elementen hebben deze uitbreiding in de hand gewerkt. Door het invoeren van grotere en snellere rotatiepersen werd het voor bepaalde kranten interessanter de bladzijden met plaatselijk nieuws voor verschillende aaneengesloten regio's samen te brengen in één drukeditie. Hierdoor kon het stilleggen van de gigantische persen 's avonds voor het inlassen van pagina's met ander regionaal nieuws tot een minimum beperkt worden, waardoor men later kon drukken, en tijd — en geld — kon winnen. Meteen kon men voor de — vooral potentiële — lezers uitpakken met indrukwekkende aantallen regionale bladzijden, alhoewel het aanbod voor een gemeente of streek eigenlijk niet veranderd was.

Andere kranten pakten het probleem totaal anders aan. Ze probeerden zoveel mogelijk min of meer interessante regionale nieuwsfeiten dermate op te vijzelen dat ze een plaatsje «waardig» waren op de algemene bladzijden. Op deze wijze kon het aantal echt regionale pagina's beperkt worden.

Wat echter ook de aanpak was, met het her-ontdekken van het regionaal nieuws deden ook de regionale advertentie- en promotiecampagnes hun intrede. Door het hoge aantal contactmogelijkheden voor een advertentie met een lezer was een regionale bladzijde immers een

ideale plaats voor het inlassen van advertenties.

Promotionele acties werden toegespitst op regio's, soms zelfs op dorpen en steden. Sommige kranten verlagen zich hierbij tot het uitbouwen van speciale bladzijden over een streek, enkel en alleen maar om een advertentieactie op te kunnen zetten bij de handel en nijverheid uit deze regio. De redactionele teksten bij een dergelijke actie dienen alleen maar om de advertenties wat op te fleuren en om de adverteerders hogere tarieven te kunnen aanrekenen vermits hun reclametekst wordt neergezet op een «redactionele» bladzijde. Het opzetten van dergelijke advertentieactie is trouwens geen exclusief voorrecht van het regionaal nieuws. Bepaalde tijdschriften bestaan er van.

Niet recent

Uit het voorgaande zou men kunnen afleiden dat het verschijnsel van het regionaal nieuws in kranten erg recent is. Niets is minder waar. Reeds in de 18de eeuw werden zowel in Groot-Brittannië als in Duitsland pogingen ondernomen om regionaal en lokaal nieuws in kranten in te lassen. Toch moet men tot het einde van de 19de eeuw wachten om lokale en regionale berichten systematisch aan bod te zien komen. In dorpen en kleine gemeenschappen volstond de mondelinge communicatie meestal om zich op de hoogte te houden van de gebeurtenissen die zich rondom de mens afspeelden. Het nieuws over de stormwind die heel wat schade aan bepaalde woningen had aangericht was veel sneller rondverteld dan een plaatselijke krant — die om de week verscheen — dit zou kunnen doen. Bovendien was er in deze gemeenschappen weinig of geen «groot» nieuws dat de moeite van het drukken waard was. «Too few men bit dogs», te weinig mensen beten daar honden.

In België houdt het ontstaan van regionaal nieuws in de bladen nauw verband met de politieke bewustwording van de massa. Omstreeks 1880-1890 zien heel wat lokale (week-) bladen het levenslicht, op een ogenblik dat het belangrijk werd om de massa politiek te (kunnen) geïnvoeden. Door het invoeren van het meervoudig stemrecht in 1893 werd het aantal stemgerechten meteen van 137.772 opgetrokken tot niet minder dan 1.370.687.

Een ander niet te onderschatten aspect voor de populariteit van de kranten was

echter het toenemend aantal kinderen dat de lagere school bezocht. In de tweede helft van de 19de eeuw liep het aantal analfabeten in ons land terug van 39% tot 10%.

De belangstelling voor het regionaal nieuws bleef latent aanwezig tot na de eerste wereldoorlog en werd mede veroorzaakt door de verstedelijking, waardoor naast een toenemende anonimiteit er ook een grotere lezerskring kwam op een beperkter gebied.

Na de eerste wereldbrand ontstond er een heropbloei voor het regionaal en lokaal nieuws, vooral door de opkomst van de elektronische media, die een heel stuk sneller (kunnen) zijn met hun berichtgeving dan de kranten.

Regionaal nieuws bleek voor vele dagbladen het enig overblijvend alternatief te zijn dat men na het invoeren van de elektronische media de lezers nog kon aanbieden. Radio en televisie konden (en kunnen) de lokale berichten (nog) niet geven. Bovendien is de regio zowat de laatste plaats waar tussen de kranten nog kan geconcurrereerd worden, waar de nieuwsgaring nog dient te gebeuren door de eigen redactie. Op nationaal — en zeker op internationaal — vlak kan de nieuwsgaring al te veel overgelaten worden aan persagentschappen. In de regio niet.

376 regionale bladzijden

Om aan de regionale nieuwshonger van de lezers te voldoen werden in België daarom een hele reeks regionale edities op de markt gebracht. In Zuid-België brengen de 13 krantengroepen dagelijks 43 regionale edities op de markt met in totaal 139 regio-bladzijden. In Vlaanderen zorgen de zes krantengroepen dagelijks voor 49 regionale edities waarin niet minder dan 237 regionale bladzijden voorkomen. Dit betekent voor België 92 regio-edities met dagelijks 376 regionale bladzijden.

In welke mate deze structuur stabiel is valt af te wachten. Sinds de voorbereidingen van dit doctoraat in 1975 is de evolutie alleszins onrustbarend. Al tijdens dat jaar verscheen aan het Vlaamse krantenfirmament een nieuw dagblad «De Krant», die het echter slechts volhield van 31 oktober 1975 tot 15 maart 1976. Nog in 1976 stortte de Standaardgroep als een kaartenhuisje in elkaar en op 8 juni 1976 sprak de rechtbank van Koophandel te Brussel het faillissement uit van de verschillende maatschappijen van de Stan-

daardgroep, waarvan de vijf kranten later werden overgenomen door de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (V.U.M.). Begin juli 1978 gaat Volksgazet over kop en het wordt december 1978 voor De Morgen op de markt wordt gooid. Ondertussen verdwenen ook nog twee krantentitels van de Nieuwsbladgroep, namelijk De Landwacht, die regionaal nieuws bracht uit Oost-Vlaanderen, en in februari 1979 Het Handelsblad in het Antwerpse. Nog maar pas was dit doctoraat verdedigd of in Wallonië werd Le Peuple gedegradeerd tot een regionale uitgave van Le Journal et Indépendance.

Een regionale structuuranalyse van de Belgische kranten is dan ook een hachelijke zaak, waarbij voortdurend moet bijgestuurd worden, te meer daar de uitgevers hun regionale editiestructuur nogal eens wijzigen. Toch konden we — ondanks de tegenkanting van een paar kranten — voor het eerst vrij nauwkeurig deze regionale structuur voor Vlaanderen vastleggen en de oplage per editie uitdokteren. Hierbij moet — helaas — vastgesteld worden dat het bekomen van dergelijke cijfers voor bepaalde uitgevers functie blijkt te zijn van de ideologie van de vraagsteller. Bij geen enkele katholieke krant bleek het verstreken van gegevens voor deze K.U.Leuven-studie een probleem te zijn. Bij een aantal socialistische en liberale bladen daarentegen wel, alhoewel ook hier — gelukkig — een vlotte samenwerking met de meeste uitgevers kon bekomen worden.

Meer dan ooit kwam uit deze regionale structuuranalyse tot uiting dat de krantenstructuur in Vlaanderen en in Zuid-België fundamenteel van elkaar verschilt.

Waar de samenwerking met bepaalde uitgevers niet altijd optimaal verliep, bleek dit met de regio-journalisten weinig of geen problemen te stellen. Van de 121 regio-journalisten bij de Vlaamse dagbladen beantwoordden bijna 60% spontaan onze enquête. Eigenlijk een fenomenaal resultaat, wanneer men weet dat de enige andere recente enquête in België over beroepsjournalisten slechts een response-rate van 17% haalde. De auteur kreeg er de persprijs Frans Theelen voor.

Uit onze enquête bij de Vlaamse regio-journalisten blijkt dat deze redacteurs nog maar vaag gehoord hebben dat er zoiets bestaat als een collectieve arbeidsovereenkomst voor hun be-

roepstak. Er worden heel wat meer uren geklopt per week dan nodig, de vrije weekends bestaan voor de regio-journalist alleen op papier, overuren zijn legio, en vakanties worden genomen als dat per toeval kan. Bijna 10% van de Vlaamse regio-journalisten verklaarde wekelijks meer dan 60 uren te werken!

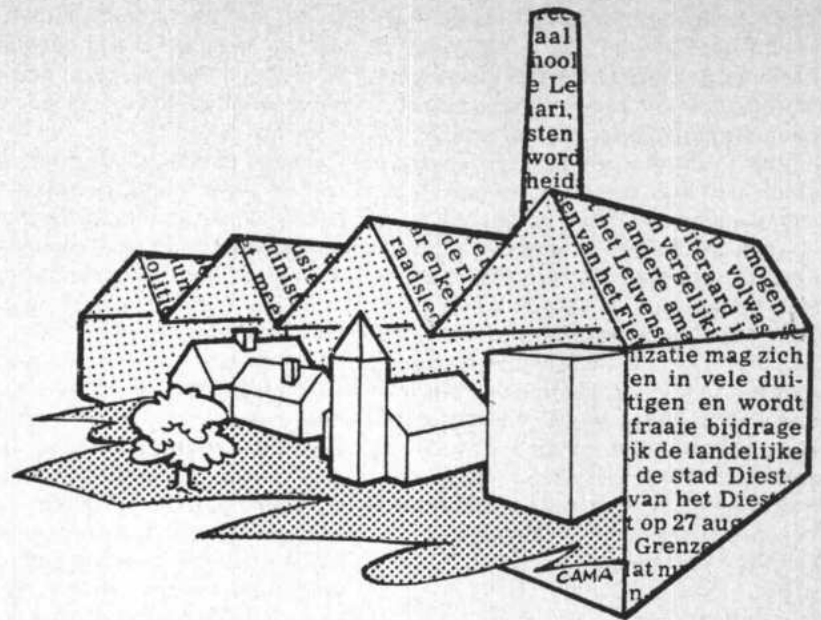
Relaties

Uit een buitenlandse studie blijkt evenwel dat de regio-journalist toch niet die rondtoerende razende reporter is die men dikwijls voor ogen heeft, en waarvoor hij zichzelf soms zo graag uitgeeft. Uit deze studie blijkt dat 31% van de arbeidstijd volledig was vastgelegd, dat 85% van de werkzaamheden van de lokale redacteur zich op de redactie zelf afspeelt en dat meer dan 47% van het regionale nieuws bekomen wordt door passieve nieuwsgaring, nieuws dat direct op de redactietafels wordt neergelegd en waarvoor de redacteur zich niet hoeft te verplaatsen.

Toch zijn voor een regio-journalist relaties met personen uit de regio enorm belangrijk. Het uitbouwen van het noodzakelijk relatienet, het lidmaatschap van verenigingen en de talrijke formele en informele contacten maken dat het voor de regio-journalist zeer moeilijk is om zijn beroepsleven en zijn privé-leven uit elkaar te houden. De meeste redacteurs spreken thuis dan ook uitvoerig over hun beroep en over de gebeurtenissen en activiteiten die ze beleven.

Het gevaar is dan ook niet denkbeeldig dat door de grotere sociale nabijheid van de journalist met zijn lezers en met de plaatselijke elite de kritische zin ten overstaan van deze groepen vermindert. Uit een — alweer buitenlandse — studie blijkt dat regio-journalisten zowel redactioneel als sociaal hindernissen ondervinden indien ze controle willen uitoefenen op de regionale machthebbers of kritiek willen spuien op (wan)toestanden. Eigenaardig hierbij is wel dat de grootte van de hindernissen afhankelijk is van de grootte van de regio waarin dient gewerkt te worden.

Hoe kleiner de regio hoe gemakkelijker het is om redactioneel de "watchdog"-functie van de journalist uit te oefenen. Wordt de regio groter dan worden de problemen en de taakverdeling bij de machthebbers ingewikkelder, gespecialiseerder en gedifferentieerder en is het moeilijker om «zicht» te krijgen op alle problemen.



Omgekeerd zijn in een grotere gemeenschap de sociale verhoudingen met de machthebbers minder direct, zodat er ook minder problemen rijzen om kritiek uit te oefenen op het beleid en op de lokale elite, terwijl in een kleinere regio het uitoefenen van deze kritische functie dan weer bemoeilijkt wordt door de sociale druk waaraan de redacteur — en zijn familie (!) — wordt blootgesteld. Opmerkelijk bij onze enquête bij de Vlaamse regio-journalisten was wel dat «de» regio-journalist niet bestaat en dat er een fundamenteel onderscheid is tussen de regio-redacteur die werkzaam is op een centrale krantenredactie, de regio-journalist die op een lokale of regionale redactie werkt, en de «veldwerkers» die verantwoordelijk zijn voor een gebied, zonder directe binding met een redactie.

De veldwerkers kloppen bijvoorbeeld heel wat meer uren dan de redacteurs op een regionaal kantoor, en die presenteren dan weer langer dan de regio-journalisten op een centrale redactie. Vraagt men of de journalistiek een «vrij beroep» is dan bevestigen 62,5% van de individuele regio-journalisten dit, tegenover maar 42% van de redacteurs op een centrale redactie, en 31% van de journalisten op een regionaal kantoor. Anderzijds beweren «alle» veldwerkers dat men journalistiek niet kan leren, maar dat men «het» moet hebben. De regio-journalisten op een lokale redactie zijn gematigder in hun uitspraak en

de redacteurs op een centrale redactie nog voorzichtiger.

50% van de individuele regio-journalisten wil de journalistiek in geen geval verlaten, en 67% wil de regio niet wisselen voor een andere rubriek. Op een centrale redactie wil 42% de journalistiek niet verlaten, en verkiest 66% de regio-rubriek, en op een lokale redactie wil 33% van de regio-redacteurs de journalistiek niet verlaten, en 49% wil de lokale berichtgeving in geen geval missen.

Job Satisfaction

De «job satisfaction» is het hoogst bij de regio-journalisten op een centrale redactie, nipt gevolgd door de individuele regio-journalisten, terwijl de redacteurs op een lokale redactie de kleinste "job satisfaction" hebben.

Dat de regio-journalisten op een lokale of regionale redactie een lagere job satisfaction hebben dan hun andere collega's is te verklaren door het feit dat ze enerzijds langer — en onregelmatiger — werken dan de «jongens van de centrale redactie», terwijl ze anderzijds niet beschikken over eenzelfde grote vrijheid als de individuele journalisten omdat ze meer gebonden zijn aan hun bureel. Dat de regio-journalist op een lokale redactie minder beroepsvoldoening heeft kan ook verklaard worden doordat deze de nadelen dient te ondergaan van de redacteurs op een centrale redactie

(meer bureelwerk, minder vrijheid) gecombineerd met de nadelen van de individuele journalisten (meer uren, onregelmatiger werk).

In de enquête werd niet nagegaan wat de invloed is van de leeftijd van de regio-journalisten op de job satisfaction. Het is bijvoorbeeld helemaal niet onmogelijk dat vooral jonge regio-journalisten laag scoren voor deze job satisfaction, omdat deze de sociale omstandigheden waarin in een regio dient gewerkt te worden niet langer aanvaarden. De regionale redacties bij alle Vlaamse kranten zijn inderdaad onderbezet zodat te veel en te lang dient gearbeid te worden in vergelijking met het journalistieke werk in de andere dagbladrubrieken. Een ernstige bezinning van de krantenuitgevers over dit fenomeen zal dan ook dringend noodzakelijk worden.

Tegenover de 121 regio-journalisten bij de Vlaamse dagbladen staan meer dan 2000 lokale correspondenten die eveneens meewerken aan de regionale berichtgeving. Dit zijn mensen die na hun dagtaak en op vrije dagen en weekends stukjes schrijven voor één of meerdere dagbladen. Over deze medewerkers is tot hertoe zeer weinig bekend. Wel werden een paar studies gemaakt, maar deze zijn erg partieel. Toch blijkt uit de beschikbare gegevens dat deze correspondenten hun mede-werking van de krant niet zuiver beschouwen als een bij-verdienste, maar als een betaalde ontspanning.

1766 artikels

Uit de inhoudsanalyse die werd doorgevoerd van 1766 artikels op de regionale bladzijden van de Vlaamse dagbladen, die een editie Leuven hadden, bleek dat het aantal artikels in de kranten op de regio-bladzijden duidelijk functie is van het aantal inwoners — en dus ook van het potentieel lezerspubliek — in die gemeenten. Maar ook de beruchte communicatietheorie over «de dode per kilometer» blijkt in de regio op te gaan. Niet dat er veel doden worden geteld in de regionale berichtgeving, maar wel dat binnen een socio-grafisch geheel — en onafgezien van de grootte van de gemeente — het aantal artikels per gemeente afneemt, naarmate deze gemeente verder verwijderd is van de centrumgemeente, in het onderzochte geval Leuven. Eigenaardig is wel dat dit fenomeen zich in het Leuvense niet schijnt voor te doen voor de gemeenten

Aarschot, Diest en Tienen, die blijkbaar worden beschouwd als afzonderlijke entiteiten, die zelf het centrum zijn van een socio-grafisch gebied.

Ook de combinatie van beide voorgaande vaststellingen gaat perfect op. Uit de inhoudsanalyse blijkt dat ook het aantal artikels dat een bepaalde krant over een bepaalde gemeente brengt dikwijls afhankelijk is van het al dan niet beschikken over een degelijke medewerker voor deze gemeente. Anderzijds blijkt ook dat bepaalde kranten er niet altijd op uit zijn om veel nieuws uit bepaalde gemeenten te brengen en dit bijvoorbeeld omdat ze moeilijkheden ondervinden met de distributie van de krant in bepaalde streken. Anno 1980 blijkt ook dat bepaalde kranten er niet lijken — tenzij met de postbedeling, die alsmaar later wordt — om kranten in bepaalde streken verdeeld te krijgen. De distributie van de kranten zal trouwens in de volgende jaren waarschijnlijk het meest acute probleem voor onze dagbladen worden.

Bovendien is het duidelijk dat de oplage van een krant niet alleen functie is van het redactioneel aanbod van die krant over die streek. Ook promotionele elementen en de distributiemogelijkheden of -moeilijkheden spelen een belangrijke, vaak doorslaggevende rol. Het samenspel van verkoop, promotie, distributie en redactie werd in ons land tot hertoe nog nauwelijks wetenschappelijk onderzocht. Al te veel spitst men zich — exclusief — toe op het onderzoek van het redactionele aspect. Toch kan het «systematisch promotioneel bewerken» van een bepaalde gemeente door een bepaalde krant een invloed hebben op de hoeveelheid kopij die in een bepaalde tijdspanne over deze gemeente wordt gepubliceerd. Dit inspelen van de redactie op de promotie, en omgekeerd, is trouwens in de perswereld geen exclusiviteit van het regionaal nieuws.

Te moeilijk

Een andere merkwaardige vaststelling uit de inhoudsanalyse van het regionaal nieuws in het Leuvense is dat liberale kranten meer nieuws brengen uit gemeenten waar liberalen in het schepencollege zetelen, katholieke bladen uit gemeenten waar katholieken mee de bestuurscoalitie uitmaken, en socialistische bladen uit gemeenten waar socialisten mee het gemeentelijk politiek beleid bepalen. Eigenaardig is evenwel

dat dit niet alleen opgaat voor het politiek nieuws uit deze gemeenten, maar voor het totale nieuwsaanbod. De conclusies moeten met de nodige voorzichtigheid worden gehanteerd, gezien de onderzoeksperiode erg kort was (één maand), maar toch zou een mogelijke verklaring voor dit fenomeen kunnen gevonden worden in het feit dat burgemeesters en schepenen informatie over de gemeente bij voorkeur doorspelen aan medewerkers van «gelijkgezinde» kranten.

Dat ideologie een rol speelt bij de nieuwsgaring en -selectie is trouwens niet te ontkennen. Bij een opsplitsing naar rubrieken blijkt uit de doorgevoerde inhoudsanalyse dat alle katholieke kranten — ook in de regio — artikels brachten die onder de noemer «godsdienst» zouden gebracht dienen te worden. Bij de liberale en socialistische dagbladen ontbreken deze artikels.

Hoever deze ideologische invloed gaat mag bijvoorbeeld ook blijken uit het gebruik van bepaalde woorden in bepaalde kranten. Zo zullen sommige niet-katholieke kranten nooit het woord «minnares» gebruiken, maar steeds «vriendin», terwijl «kerk»-hof steevast «begraafplaats» wordt. Een fenomeen dat zeker de moeite van een onderzoek waard is.

In onze enquête werd ook nagegaan hoe moeilijk — of gemakkelijk — het regionaal nieuws werd opgesteld. Uit dit onderzoek bleek dat de berichtgeving over de binnen- en buitenlandse politiek het moeilijkst te lezen is in de vlaamse dagbladen. De editoriaal en het regionaal nieuws zijn voor de lezers ongeveer even moeilijk te verteren, terwijl de sportberichtgeving het eenvoudigst is opgesteld. De vraag of krantenkopers bepaalde rubrieken lezen omdat ze gemakkelijk zijn opgesteld, of dat rubrieken gemakkelijk zijn opgesteld omdat ze door velen worden gelezen, is door dit onderzoek meteen opgelost. Het editoriaal dat slechts door ongeveer 5% van de krantenkopers worden gelezen, en het regio-nieuws, met 90% lezers, zijn immers ongeveer even moeilijk opgesteld. De moeilijkheidsgraad van de berichtgeving is dus blijkbaar secundair indien de lezer echt interesse heeft voor een bepaalde rubriek.

Toch stellen we in de praktijk dagelijks vast dat onze kranten eigenlijk te moeilijk zijn opgesteld voor heel wat lezers, een fenomeen waaraan talrijke bladen achteloos voorbij schijnen te gaan.

Al het voorgaande is slechts een beperkte, losse greep uit de talrijke gegevens en resultaten die naar voren kwamen uit het onderzoek naar het regionaal nieuws in de Vlaamse kranten, een studie die maar explorerend en partieel kon zijn omdat zij de eerste van die aard was in Vlaanderen. Talrijke onder-

werpen en aanzetten wachten op verder onderzoek.

Het merkwaardige is evenwel dat de gegevens uit onze studie haast alle buitenlandse studies over regionaal nieuws bevestigd hebben, soms zelfs tot één procent na. Een fenomeen dat moeilijk te verklaren is gezien de ver-

schillende regionale krantenstructuur in diverse landen. Tenzij een onderzoek naar het regionaal nieuws — over de structuurverschillen heen — een onderzoek is naar het hart van een krant, zoals een van de Vlaamse regio-journalisten opmerkte bij het beantwoorden van onze enquête.

De stipulering en realisering van de objectiviteitseis in de berichtgeving is een oud discussiethema op theoretisch en praktisch vlak, zowel binnen als buiten de journalistieke «gemeente». Gevallen van werkelijke of vermeende inbreuken op de pluridimensionale objectiviteitsverplichting werpen niet zelden de lont in het debatskruitvat. Doelwit van kritiek is eerder de omroep dan de pers: het audiovisuele medium kan meer mensen tezelfdertijd bereiken en dus mogelijk ook meer mensen beïnvloeden. Om deze reden en omdat de meeste westerse omroeporganisaties over een monopolie beschikken om hun publieke informatietaak te realiseren, wordt er scherp op toegezien dat zij de objectiviteitsverplichting strikt vervullen. Probleem hierbij is dikwijls de Babelse verwarring omtrent de gehanteerde termen en begrippen.

In haar licentiaatsverhandeling heeft ondergetekende een poging ondernomen om het kaleidoskopisch objectiviteitsbegrip, zoals het in de communicatiewetenschappelijke literatuur voorkomt, te omschrijven. (*Het theoretisch principe objectiviteit als proeve tot begripmatig en procesmatig definiëren van een controversieel maxime in Westeuropese monopolistische omroepen*, Fac. Soc. Wet., Dep. Com. Wet., K.U. Leuven, 1979, 145p., promotor: Prof. dr. L. Boone) In dit artikel passeren enkele kernideeën uit dit werkstuk de Communicatie-revue.

Objectiviteit in de berichtgeving: een (proeve tot) definiëring

Lieve Clymans

Contextuering van de journalistieke objectiviteitseis

Een odyssee langs de verschillende eilandjes van de objectiviteitsarchipel is geen probleemloze onderneming. De journalistieke objectiviteitseis in een monopolistisch omroepbestel is met vele aspecten binnen, maar ook buiten zulk medium verbonden. «Objectiviteit» moet gezien worden als het resultaat van complexe en dynamische «Gesamtkonstellationen» van verschillende betrokken partijen, nl. «Publizist», «Publizierte» en «Publikum» (1).

Dat informatie «objectief» moet zijn, is voor de Westeuropese, doorgaans publiekrechtelijke en monopolistische omroepen een specifieke verplichting, geformuleerd door de overheden in een ruim legaal kader van oprichting, organisatie en werking van deze media.

Een klassiek democratische redenering ligt aan de basis van deze gestelde eis.

In een parlementaire democratie is de meningsvrijheid een fundamenteel recht, toegekend aan de burgers en gewaarborgd in de grondwet. Iedereen is (theoretisch) vrij zijn mening te uiten en zich een eigen mening te vormen. Dit betekent enerzijds dat een vrije markt van ideeën met meningen en tegenmeningen essentieel bestaansrecht heeft en anderzijds dat de burgers, om zich een eigen mening te vormen, over maatschappijtoestanden, de gewenste informatie kunnen inwinnen.

In dit geheel worden - naast de pers - de omroepen beschouwd als werktuigen om deze democratische grondregels te stabiliseren. De dubbele opdracht is bijgevolg de verschillende meningen in de

samenleving aan bod te laten komen, en de burgers een zo volledig mogelijke informatie te verstrekken. De realisering van deze tweevoudige taak heeft in een monopoliesituatie slechts kans op slagen wanneer de omroeppraktijk «objectief» is. Objectiviteit (wisselmunt voor onafhankelijkheid) is hierbij een vlag die verschillende ladingen dekt zoals onpartijdigheid, neutraliteit, «Überparteilichkeit», evenwicht, «Chancengleichheit», zakelijkheid, waarheidsgetrouwheid, nauwkeurigheid, volledigheid en neutrale presentatie. Naast de inflatie van gebruikswijzen van «objectiviteit» in juridische bepalingen, maar ook in huishoudelijke omroepreglementen, is het niet altijd duidelijk wat met deze bepalingen bedoeld wordt, zodat de realisering ervan er niet gemakkelijker op wordt. Een intrigerende stap in ophelderende