

In zijn totaliteit beschouwd leidt een aanvaarding van de low involvement theorie ertoe dat de effecten van reclame veel hoger ingeschat moeten worden. Ook die advertenties en andere reclameboodschappen die de ontvanger zich niet kan herinneren kunnen door passief leergedrag toch zijn aangeleerd en toch effect sorteren. Dat betekent dat ook mediabudgetten herzien kunnen worden.

# naar een samenhangend mediabeleid?

## voorstudies massamediabeleid in nederland

### NOTEN

(1) JELLUMA Ulbe, *Low involvement theorie als verklaringsmodel voor reclamewerking*, juli 1982.

(2) SCHRAMM W., *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana, 1955

KOSZYK K., PRUYS K.H., *Wörterbuch zur Publizistik*, München, 1969

MALETZKE G., *Psychologie der Massakommunikation*, Hamburg, 1963

(3) VAN RIEL, C.B.M., *Ontwikkelingen in het denken over de effecten van massacommunicatie*, In: Meiden, A. van der e.a., *Consument, hoort u mij?*, Spruyt, Van Mantgem & De Does, Leiden, 1980.

(4) VAN RIEL, C.B.M., *op. cit.*, blz. 23.

(5) BAUER R.A., *The Obstinate Audience*. In: *American Psychologist*, 19 (May 1964), blz. 319-328.

(6) BLUMLER J.B., *The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies*. In: *Communication Research*, Vol. 6 (januari 1979), blz. 9-36

(7) HOLZHAUER F.F.O., en MINDEN J.J.R., van *Psychologie in theorie en praktijk*, Stenfert Kroese, Leiden, 1978.

(8) RAY M.L., *Marketing Communication and the Hierarchy of Effects* In: Clarke, P. (ed), *New Models for Mass Communications Research*, Sage, Publ., Beverly Hills, 1973, blz. 147-176.

(9) KRUGMAN H.E., *The Impact of Television Advertising: Learning without Involvement*. In: *Public Opinion Quarterly*, 29(1965), 3, blz. 349-356.

(10) DIXON N.F. & HENLEY S.H.A., *Without Awareness*, In: JEEVES M.A., (ed), *Psychology Survey 3*, George Allen & Unwin, Boston, 1980.

(11) HANSEN F., *Hemispherical Lateralization: Implications for Understanding Consumer Behavior*. In: *Journal of Consumer Research*, 8 (june 1981), blz. 23-36.

(12) CIALDINI R.B., PETTY R.T., & CACIOPPO J.T., *Attitude and Attitude Change*. In: Rosenzweig, M.R. & Porter, L.W. (ed), *Annual Review of Psychology*, 1981, 32, blz. 357-404.

(13) ZAJONC R.B., *Feeling and Thinking: «References Need No Inferences*. In: *American Psychologist*, 35(1980), 5, blz. 151-175.

rik adriaens

In de voorbije zomermaanden verschenen 13 voorstudies en achtergrondverkenningen in verband met mediabeleid gepubliceerd door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR).

De studies moeten dienen om het rapport van de Regering over een samenhangend massamediabeleid te inspireren en te stofferen. Dit rapport "Samenhangend Mediabeleid" werd inmiddels op 7 september gepubliceerd en aan de minister overhandigd. We zullen in een later 'Communicatie' nummer hier meer aandacht aan besteden.

Aan de hand van dit rapport moet de minister van CRM beleidsvoorstellen formuleren in een medianota waarover het parlement zal oordelen. De medianota wordt niet vóór begin 1983 verwacht zodat het uiteindelijke oordeel van de Nederlandse Tweede Kamer ten vroegste in het late voorjaar van '83 te verwachten valt.

### Oorsprong en opzet

Op 22 maart 1979 richtte de toenmalige minister van CRM, mevrouw Gardeniers, een verzoek aan de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid om een rapport samen te stellen ten behoeve van een geïntegreerd overheidsbeleid in-

zake massamedia. De WRR heeft toen een aantal personen en instituten verzocht om voorstudies te maken. De rapporten die deze zomer verschenen zijn bevatten zeer uiteenlopende onderwerpen. In grote lijnen zijn er vier categorieën te onderscheiden: studies betreffende beginselen van beleid, technische vernieuwingen, institutionele aspecten en ontwikkelingen op sociaal-cultureel beleid. De betekenis van de serie 'Voorstudies en achtergronden mediabeleid' is te zien in het licht van de taakstelling van de WRR: ten behoeve van het regeringsbeleid wetenschappelijk gefundeerde informatie verschaffen over ontwikkelingen op langere termijn.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud en voor de ingenomen standpunten berust bij de respectieve auteurs. Voor zover de voorstudies standpunten bevatten geven deze geen aanwijzing omtrent de positiebepaling van de WRR in zijn definitief mediaraapport.

Met de publikatie van deze serie laat de WRR een ruim publiek kennis nemen van een grote en interessante hoeveelheid materiaal die bijeengebracht is en die voor de oordeelsvorming op dit complexe beleidsterrein van belang kan zijn. Een dergelijke samenhangende serie met wetenschappelijke bijdragen over

media-zaken mag als een verdienstelijke primeur beschouwd worden in ons taalgebied. Hoewel de reeks uiteraard specifiek op de Nederlandse mediawereld gericht is, bevat ze zeker elementen die voor een betere kennis en situering van Belgische mediaproblemen inspirerend kunnen zijn.

Hieronder volgt een korte typering van de reeds verschenen voorstudies.

#### **Studie 1:**

##### *Overheid en uitingvrijheid.*

Door Mr. J.M. de Meij, hoofdmedewerker aan het Instituut voor Staats- en Administratiefrecht van de Rijksuniversiteit Utrechts. (132 p.)

Deze voorstudie biedt een inventarisatie van het geldend recht ten aanzien van de verschillende media alsmede enkele actuele voorstellen. Worden behandeld: de beschermingsmiddelen die het recht de burgers biedt tegen publikaties en uitzendingen, de taak van de overheid bij bevordering van de uitingvrijheid en het recht op informatie van de burgers (een zorgfunctie).

Hoe mediabeleid in bepaalde gevallen de media-vrijheid kan beknotten wordt onderzocht van de hand van enkele recente ontwikkelingen en voorstellen op het terrein van massacommunicatie.

#### **Studie 2:**

##### *Kleinschalige massacommunicatie: lokale omroepvormen in West-Europa.*

Door Drs. E.H. Hollander, wetenschappelijk medewerker aan het Instituut voor Massacommunicatie van de Katholieke Universiteit Nijmegen. (135 p.)

Deze literatuurstudie inventariseert ervaringen met kleinschalige omroepvormen in West-Europa. Een vergelijking tussen de landen is zinvol gezien de experimenten zijn gehouden tegen de algemene achtergrond van maatschappelijke (decentralisatie, schaalverkleining, en participatie) en mediapolitieke (kabeltelevisie, satelliet-televisie, tweewegverkeer, e.d.) ontwikkelingen.

Eén toepassingsvorm schijnt constant in de verscheidenheid van kleinschalige omroepvormen; radio en televisie dienen zich aan als gemeenschapsmedia. Dit houdt het gebruik van radio en televisie door en onder verantwoordelijkheid van de lokale gemeenschap in.

#### **Studie 3:**

##### *De Culturele betekenis van de instroom van buitenlandse televisieprogramma's in Nederland.*

Door Drs. L.J. Heinsman, wetenschappelijk medewerker bij de afdeling beleidsontwikkeling van de NOS. (140 p.)

Deze literatuurstudie gaat van de vaststelling uit dat meer dan driekwart van de series en films op de Nederlandse televisie uit het buitenland komt, vooral uit de V.S. en Groot-Brittannië. De nieuwe technische ontwikkelingen zullen het aandeel van deze buitenlandse programma's nog doen toenemen. De studie biedt een verklaringsmodel en een ontwikkelingsverwachting voor de eenzijdige stroom van media(-inhouden) op mondiaal niveau en belicht de vraag naar de invloed van de media. Hier zouden nog veel lacunes in onderzoek en theorievorming zijn.

Een te ontwikkelen Nederlands overheidsbeleid wordt voorgesteld met mogelijkheden voor restrictieve en/of stimulerende maatregelen.

Als voorbeeld wordt de Canadese situatie besproken omdat de Canadese overheid al jaren een beleid tracht te ontwikkelen tegen de "ver-Amerikanisering" van de media en de versterking van een eigen nationale identiteit wil bewerkstelligen. Zo wordt van de omroep geëist dat het programma-aanbod gevarieerd en volledig moet zijn, gelegenheid moet bieden tot pluriforme meningsuiting, van hoge kwaliteit moet zijn en dat er overwegend gebruik moet worden gemaakt van Canadese bronnen.

Het Amerikanisme bleek echter moeilijk te bannen deels door de smaak van het publiek en deels door de druk van commerciële omroepen en kabelexploitanten.

Uit het Canadese voorbeeld trekt de auteur de les het niet-commerciële omroepstelsel te behouden als een bijdrage aan het beperken van negatieve effecten via buitenlandse programmering.

#### **Studie 4:**

##### *Mediagebruik bij verruiming van het aanbod.*

Door L.P.H. Schoonderwoerd en W.P. Knulst, wetenschappelijke medewerkers bij het Sociaal en Cultureel planbureau. (160 p.)

De auteurs richten zich op de vraag hoe de mediaconsument reageert of zou reageren op respectievelijk een uitbreiding van het aantal televisiekanalen, de opkomst van nieuwe omroepformules en de introductie van nieuwe media zoals video en viewdata. Bovendien onderzoeken zij wat voor gevolgen dit meer uitgebreide beeldscherm-aanbod kan hebben voor het gebruik van de reeds langer bestaande media als radio, dagbladen, tijdschriften en boeken.

De interessantste conclusies van een uitvoerige analyse van zowel Nederlandse als buitenlandse onderzoeksgegevens zijn de volgende:

- De mediaconsument zal lang niet zo gretig op meer media-aanbod reageren als vele berichten doen geloven. Noch de ontvangstmogelijkheid van buitenlandse kanalen, noch de aanschaf van een nieuw medium als video zal de media-gebruiker verleiden langer te kijken.

- Uit een ruimer aanbod kiest de consument in het algemeen de programma's die aansluiten bij de voorkeur die hij reeds had. Hierdoor worden amusement, m.n. film, sport, show in het kijkersmenu groter, ten nadele van meer beschouwende of opvoedende programma's, al blijft men de nieuwsuitzendingen van de landelijke netten trouw volgen.

- Uitbreiding van zendtijd heeft wel een langere kijktijd tot gevolg doordat personen zonder bezette dagindeling, ouden, niet werkenden of niet schoolgaanden ook overdag voor de televisie plaatsnemen.

- Buiten het schokeffect destijds bij de invoering van televisie, heeft de uitbreiding van het TV-aanbod daarna geen negatieve gevolgen meer gehad voor het gebruik van andere media.

- De huidige economische omstandigheden zijn ongunstig voor een snelle opmars van nieuwe media.

- Er bestaat geen reden om de eerste jaren met een evolutie in het leven van de modale TV-kijkers rekening te houden.

#### **Studie 5:**

##### *De omroep: wet en beleid: een juridisch-politologische evaluatie van de omroepwet.*

Door N. Boerma e.a. Dit onderzoeksteam van de subfaculteit politicologie van de Vrije Universiteit van Amsterdam heeft een analyse gemaakt van het functioneren van de omroepwet als beleidsinstru-

ment van de overheid in het licht van de door de wetgever nagestreefde doelen. Die doelen zijn openheid van het bestel, de samenwerking, een niet-commercieel bestel en programmatorische autonomie. Volgens de onderzoekers heeft de omroepwet niet die resultaten opgeleverd die de wetgever voor ogen had door de vele vage en niet geëxpliciteerde criteria. (108 p.)

#### **Studie 6:**

*Etherpiraten in Nederland.*

Door Intomart (studiebureau) (56 p.)

Deze studie vormt de neerslag van een onderzoek naar de omvang en aard van de etherpiraterij in Nederland. Het onderzoek werd in het najaar van 1981 uitgevoerd en bestond uit 3 delen:

- a. een peiling naar de meningen van het publiek.
- b. een luisteronderzoek naar aantallen en soorten piraten.
- c. interviews met piraten omtrent hun achtergronden en werkwijzen.

Deze 3 deelonderzoeken moeten de toekomst van de etherpiraterij helpen incideren.

#### **Studie 7:**

*Nieuwe technieken voor productie en distributie van dagbladen en tijdschriften.*

Door P.J. Kalff, wetenschappelijk medewerker aan het Instituut voor Grafische Techniek. (84 p.)

Het rapport beschrijft de mogelijkheden die het dagblad en tijdschrift vanuit de technologie geboden worden om te kunnen voldoen aan de veranderende eisen. Twee belangrijke eisen die behandeld worden hebben betrekking op de pluriformiteit en de kleinschaligheid.

Naast een sterk documentair gedeelte worden de rol van de toekomstige uitgever belicht en de invloed op enkele sociale ontwikkelingen.

#### **Studie 8:**

*Media en pluriformiteit: een beoordeling van de stand van zaken.*

Door Prof. Dr. J.J. van Cuilenburg en Prof. Dr. D. Mc Quail, Hoogleraren aan de Amsterdamse universiteit. (188 p.)  
Na een diepgaande analyse vanuit een gedegen theoretische basis concluderen de auteurs dat over de media-pluriformi-

teit in Nederland weinig te klagen valt. Zowel bij de landelijke dagbladpers, de regionale pers, de tijdschriftenpers en de omroep komen de verschillende stromingen goed aan bod.

#### **Studie 9:**

*De aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland.*

Door J.K. Alsem e.a., verbonden aan de economische faculteit van de Rijksuniversiteit van Groningen. (260 p.)

De studie richt zich op het beschrijven en verklaren van ontwikkelingen in de aanbodstructuur van de periodiek verschijnende pers in Nederland gedurende de jaren 1970-1981. Aan de hand van enkele econometrische modellen worden conclusies en aanbevelingen geformuleerd.

#### **Studie 10:**

*Mediabeleid en cultuurbeleid; een studie over de samenhang tussen twee beleidsvelden.*

Door Drs. W.P. Knulst, wetenschappelijk medewerker bij het Sociaal en Cultureel planbureau. (192 p.)

De studie is gericht op punten van overeenkomst en verschil tussen het media- en cultuurbeleid en op de normatieve uitgangspunten die aan beide vormen van overheidsbemoeiing ten grondslag liggen. Na een inventarisatie komen de normatieve aspecten van cultuurpolitiek, een vergelijkende analyse en perspectieven voor een samenhangend beleid aan de orde.

#### **Studie 11:**

*Het gebruik van glasvezelkabel in lokale telecommunicatienetten.*

Door Dr. ir. A.P. Bolle, adjunct-directeur van het Neher laboratorium van de P.T.T. (48 p.)

De auteur voorspelt de glasvezelkabeltechnologie een grote toekomst. Twee problemen staan een snelle doorbraak in de weg. Allereerst leert de ervaring dat de aanvaarding van nieuwe dienstverleningen door de gebruikers achterloopt bij de technische mogelijkheden. Op de tweede plaats zijn er in de bestaande infrastructures van het lokale kabelnet grote bedragen geïnvesteerd die nog niet zijn afgeschreven. Daarbij worden de mogelijkheden van de bestaande netten niet tenvolle aangewend.

#### **Studie 12:**

*Structuur en ontwikkeling van vraag en aanbod op de markt voor televisieproducties; een preadvies.*

Door P. te Nuyl, media-adviseur en oud-directeur van de VARA-televisie. (60 p.)

In deze voorstudie wordt het terrein van de omroep als aanbieder en afnemer op de markt van televisieproducties in kaart gebracht. Vervolgens wordt de Nederlandse audio-visuele industrie belicht en wordt een mogelijke vorm van samenwerking tussen beide aan de orde gesteld.

In een eerste deel wordt de omvang van het pakket aankoop-producties van de omroep aangegeven. Vervolgens wordt de buitenlandse markt geschetst en de wijze waarop de omroep op die markt opereert. Tenslotte wordt geconstateerd dat de omroep weinig afneemt van de audio-visuele industrie. Het BBC - voorbeeld kan volgens de auteur hierin een lichtend voorbeeld zijn.

**Studie 13:** nog niet verschenen.

#### **Studie 14:**

*Informatietechniek in beweging: consequenties en mogelijkheden voor Nederland.*

Door Dr. W.M. de Jong, fysicus. (164 p.)

In deze (technische) studie wordt naast een inventarisatie van de ontwikkelingen op informatiegebied, getracht een antwoord te geven op de vraag wat de gevolgen hiervan zullen zijn voor Nederland en ook welke mogelijkheden er liggen om actief eraan deel te nemen. Worden besproken: satellietcommunicatie, micro-elektronica, geheugens glasvezels, elektronische displaysystemen en de rol van papier bij informatie-overdracht. De auteur waagt zich een stap buiten de techniek en biedt enkele overwegingen en conclusies.

Dat in een dergelijke serie onvermijdelijk overlappingsen optreden doet niets af aan de volledigheid waarmee het huidige en toekomstige medialandschap in Nederland in kaart is gebracht.

De serie 'Voorstudies en achtergronden' wordt in een handig formaat uitgegeven door de Wetenschappelijk Raad voor het Regeringsbeleid. De werken zijn rechtstreeks te verkrijgen via de Staatsuitgeverij, Christoffel, Plantijnstraat 1, Postbus 20014, NL-2500 EA 's-Gravenhage of voor België via Het Nederlandse Boekenbedrijf N.V., Lange Leemstraat 383, B-2000 Antwerpen (tel. 03/2186540).