

het communicatieve dorp (*)

gert martens

INLEIDING

Gemeenten en steden hebben een belangrijke maatschappelijke functie bij het informeren van de burger. Ze produceren en verspreiden informatie die de burger helpt bij het oplossen van allerlei problemen. Daarbij bedienen ze zich van een waaier aan communicatiemiddelen. Denk maar aan gidsen, balies en brochures. Bij communicatie tussen overheid en burger wordt er zowel bij ons als bij de ons omringende landen (Nieuwenhuis, 1991; Van der Bauwhede, s.a.) meer en meer gebruik gemaakt van openbare communicatieterminals. De definitie van dit communicatiemiddel luidt als volgt. Openbare communicatieterminals staan opgesteld op openbare plaatsen, richten zich tot iedereen en kunnen door eenieder die dat wil, geconsulteerd worden. De consultatieprocedure ervan heeft een 'reactief' (1) karakter en de vergemeenschappelijkte bewustzijnsinhouden zijn van mededelende, informerende en wervende aard. Belangrijker dan de communicatietechnologie, zijn de contexten er omheen. Ontwikkelingen in het veld van massacommunicatie zijn immers geen neutrale, geen autonome processen. Ze worden bepaald door een complexe dynamiek van maatschappelijke determinanten, bijvoorbeeld wetten, en mediaspecifieke determinanten, bijvoorbeeld andere communicatiemiddelen (Punie, 1992; Drijvers, 1990-1991). In dit artikel zullen we trachten deze dynamiek te schetsen door nader in te gaan op bepaalde actoren en factoren met betrekking tot deze informatieterminals. In eerste instantie wordt de macrocontext, of de maatschappelijke determinanten, beschreven. Daarna wordt dieper ingegaan op de mediaspecifieke determinanten, of de microcontext.

MACROCONTEXTEN

Openbare communicatieterminals verschenen voor het eerst in 1989 in het Belgische straatbeeld. Tot nog toe speelden een tiental constructeurs en een dertigtal gemeenten een rol in de geschiedenis van het nieuwe communicatiemiddel. Diverse initiatieven werden hierbij los van elkaar en door elkaar genomen. Grote constructeurs en overheden bleven te lang aan de kant staan. Kleine constructeurs maakten van deze gelegenheid gebruik om hun produkten op de markt te brengen.

Kleine constructeurs zonder ervaring in de sector richtten zich vanaf de tweede helft van de jaren tachtig op de markt van het nieuwe communicatiemiddel. De negatieve afloop van menig elektronisch avontuur kon dan ook niet uitblijven. De constructeurs A.P.-Matic, Deduco en Hard & Soft verdwenen van de markt. Ook Telepoint (2), de constructeur van de Leuvense terminals, is vrijwel volledig van de markt verdwenen. Met de constructeurs verdween in Dour, Péruwelz, Bastenaken, Nieuwpoort, Brugge, Knokke en De Panne ook de motor achter het project. De geschiedenis van de openbare communicatieterminals werd dus niet enkel door het bedrijfsleven bepaald. Overheden speelden een minstens even belangrijke rol. De meesten van hen stonden nog niet eens in voor de ontwikkeling van de inhoud van de terminal databank. Slechts enkele instanties, de stad Antwerpen, het OPT (3) en het Ministerie van Binnenlandse Zaken, bestudeerden het communicatiemiddel voor ze het in gebruik namen (4). Het gros van de overheden ging daarentegen met de eerste de beste constructeur in zee. De periode waarin de diverse terminals in het straatbeeld verschenen, was meestal van vrij korte duur. Na enkele jaren verdwenen de meeste terminals weer. Dat duidt erop dat de openbare communicatieterminals al die tijd geen onverdeeld succes geweest zijn.

De geschiedenis van de openbare communicatieterminals mag dan bepaald zijn door een wirwar van primaire feiten, secundaire gevolgen en dies meer, ze is toch verklaarbaar. Drie logica's bepalen op macrocontextueel vlak ontwikkeling, maatschappelijke implementatie én toepassing van nieuwe media en communicatietechnologieën. Het zijn

1. een economische logica;
2. een staats- of politieke logica;
3. een sociaal-culturele dynamiek.

Met de toepassing van de theorie op de geschiedenis van terminals worden enkele belangrijke macrocontextuele determinanten in kaart gebracht.

De economische logica

Een economische logica gaat de ontwikkeling en de werking van nieuwe media na in het licht van overwegingen die gebaseerd zijn op een streven naar winstmaximalisatie en rentabiliteit. Het is vooral deze economische determinant die de ontwikkeling van nieuwe media aanzwengelt. Momenteel is de economische logica de meest dominante, om niet te zeggen de exclusieve factor in de ontwikkeling van communicatietechnologieën.

Het winststreven wordt duidelijk in de houding van de grote constructeurs. Omdat ze menen dat terminalparken slechts haalbaar zijn voor gemeenten met minimum 25.000 inwoners, zijn niet meer dan 300 van de 589 Belgische gemeenten en steden potentiële klanten voor hen of de reden waarom grote constructeurs in het begin voor de dienst bedankten. De bedrijfseconomische logica bracht ook reclame op en in de terminals. Omdat niet alle steden en gemeenten geld op tafel leggen voor de terminalparken, pogen bepaalde constructeurs hun terminals namelijk te financieren met reclamegelden. De financiering van terminalparken via de verkoop van advertentieruimte aan adverteerders en van supplementaire informatiepakketten aan de gemeenten werkt echter niet altijd. Adverteerders zijn namelijk vaak niet geïnteresseerd om via de terminals 'aandachtskansen' (Van Kaam, 1991) aan te kopen, omdat het gebruik van de terminals vaak ondermaats is of omdat de netwerken te klein zijn. Economische determinanten bepalen dus blijkbaar niet alleen de terminals, ze bepalen ook elkaar.

De juridisch-politieke logica

Via de respectieve media-instellingen zoekt een staats- of politieke logica naar politieke controle, hegemonie en regulering van de samenleving ten dienste van de vigerende machtsverhoudingen. Door middel van een politieke analyse kunnen de interne beleidscontradicties blootgelegd worden. De politieke logica is zeer belangrijk, omdat zij vaak de katalysator is van en voor de juridische logica. Wetgeving en politiek worden dan ook samen beschouwd. Wat de politieke logica betreft, is het momenteel in de meeste westerse staten zo dat de wetten van vraag en aanbod de plaats hebben ingenomen van de traditionele na-oorlogse opvattingen over de welvaarts- en verzorgingsstaat (Hamelink, 1988).

Terecht kunnen er vragen gesteld worden bij het laattijdige overheids-optreden omtrent de openbare communicatieterminals in concreto en bij de laattijdige informatisering van de overheid in globo. Overheden blijken niet steeds bereid om structurele investeringen te doen op het vlak van informatietechnologie ten nadele van arbeidsplaatsen, omdat jobvoorzie-

ning een belangrijke vorm van politiek dienstbetoon is voor de overheid. Daarenboven worden nieuwe media vaak beregeld met een inadequaat jargon. Ze worden beschreven in termen van 'net zoiets als'. Zo duidde de nationale overheid de 'Admi-Contact'-terminals uit haar proefproject aan met de term 'elektronische loketten' (Looze, 1992). Het probleem is dus de inadequate terminologie die de wetgever ertoe brengt nieuwe media in wettelijke kaders onder te brengen, die ofwel ontworpen zijn voor oudere media, ofwel zo dicht mogelijk in de buurt ervan liggen. Voor een nieuw medium betekent dat vaak een start met een handicap. De vraag naar welke ontwikkelingen in welk juridisch kader de beste voorwaarden bieden voor het scheppen van communicatievrijheid, wordt dus niet of te laat gesteld. Pas in september 1988, een goed jaar na de start van haar proefproject met openbare communicatieterminals (Tobback, 1989), kwam de overheid op de proppen met een geïntegreerd informatiseringsplan om de dienstverlening aan de bevolking en de werking van de overheidsdiensten te verbeteren.

De sociaal-culturele logica

Binnen de sociaal-culturele dynamiek kunnen nieuwe media en nieuwe communicatietechnologieën gezien worden als middelen voor bewustzijnsverruiming, voor culturele democratisering, of als een instrument tot emancipatie, individuele expressie en consumptie (Burgelman, 1988). In de ontwikkeling van nieuwe communicatietechnologieën van de tweede generatie, dat zijn informatietechnologieën en telematica, speelt de sociaal-culturele logica een ondergeschikte rol (Miles, 1986).

De ontwikkeling van de openbare terminalparken gebeurde tot nog toe veelal los van herdefiniëring, modernisering of integratie van traditionele informatiecentra als de stadhuisbalie, de culturele centra en de bibliotheek met betrekking tot het nieuwe communicatiemiddel. Het ontbreekt namelijk al te vaak aan een geïntegreerd informatiseringsplan. Daardoor bestaat het risico dat traditionele informatiecentra op termijn zodanig verouderen dat er een communicatiekloof ontstaat tussen burgers met een grote communicatiecompetentie en zwak communicatievaardige burgers. Met andere woorden, een doorzichtige mediastructuur en communicatievrijheid zijn vaak geen produkten van een integratief communicatieplan, maar daarentegen bijprodukten van de economische en de politiek-juridische logica. Omdat de overheid naliet om als drijvende kracht op nationaal vlak initiatieven te ontwikkelen, en ook omdat grote constructeurs zich te lang afzijdig hielden, is nu zelfs de fysische drempel, de behuizing van de terminals, niet meer eenduidig voor de gebruiker. Nochtans is dat de eerste drempel die genomen moet worden in vulgariserende telematicaprojecten. Stel dat de behuizing van openbare telefooncellen verschilt van stad tot

stad. Wie herkent er dan nog een telefooncel in het straatbeeld? En dan hebben we het hier enkel over de verpakking van de systemen en laten we de implementatie van nieuwe communicatieprotocollen of nieuwe communicatiecircuits via dergelijke systemen nog buiten beschouwing. Bovendien wordt er ten gevolge van conceptuele denkfouten slechts sporadisch vooruitgang geboekt op het vlak van de communicatievrijheid of de mediastructuur. Via RiTT (5) wordt het mogelijk om de terminal databanken in huis te brengen via de televisie. De televisie is voor de meeste kijkers tot nog toe echter een amusementsmedium (Roe, 1991-1992). Toch wil men dat amusementsmedium gebruiken voor informatieve doeleinden, los van de amusementsfunctie. De mate waarin de televisiekijker zijn tv zal herdefiniëren als amusementsmedium én informatie-technologisch communicatiemiddel, zal dus cruciaal zijn voor het welslagen van dit experiment.

MICROCONTEXTEN

Net als er in de macrocontext drie types maatschappelijke determinanten zijn, zijn er in de microcontext drie groepen mediaspecifieke determinanten omheen de terminals. Dat zijn

1. de communicatiemiddelen uit de gemeentelijke communicatiemix;
2. alternatieven, equivalenten en complementen van en voor de terminals;
3. de communicatiecircuits die de gebruikers van de terminals er op na houden.

De gemeentelijke communicatiemix

De initiatieven die door de gemeentelijke administraties in hun communicatie met de burger in het recente verleden genomen werden, hebben op z'n minst geleid tot een drukker communicatieverkeer tussen overheid en burger. In die zin gaat het om een evolutie die met de tijd is meegegaan. Anderzijds is de huidige constellatie van de communicatiemix niet gebaseerd op een geïntegreerd communicatieplan. De redundantie en de hiaten in de dienstverlening, zijn eerder resultanten van een factuele historische ontwikkeling dan van een gepland communicatiebeleid (Rombouts en De Graeve, 1992; Van Wallendael, 1992).

De openbare communicatieterminals blijken bij nadere beschouwing letterlijk en figuurlijk in de marge van de gemeentelijke communicatie te staan. Omdat gebruiksfrequentiecijfers niet, nauwelijks of slecht gemeten en dito geïnterpreteerd worden, heeft men doorgaans geen idee van de toegevoegde waarde van de terminals voor de gemeentelijke communica-

tiemix. Bovendien zijn de terminals vaak incompatibel met de bestaande gemeentelijke informatietechnologie, waardoor hun databank nauwelijks kan worden gebruikt als bron voor andere media en communicatiemiddelen.

Om de burger volwaardige telematicadiensten te bieden, dient in de opbouw van de communicatiemix, om redenen uit de socio-culturele logica, het standpunt van de burger verrekend te worden. Dat is moeilijk, omdat de communicatiemix tegelijkertijd complexer en herverkaveld wordt, telkens wanneer er een communicatiemiddel, de terminals bijvoorbeeld, aan toegevoegd wordt (Roe, 1991-1992). De communicatiemiddelen herschikken zich namelijk als elkaars equivalenten, complementen en alternatieven. Dat brengt wrijvingen met zich mee op het vlak van de programmatorische organisatie van de media, de media-economie en het mediumgebruik.

Alternatieven, equivalenten en complementen

Wat het mediumgebruik betreft, is het vooralsnog niet duidelijk in welke mate het gebruik van verschillende 'nieuwe' media en mediadiensten zich complementair of concurrerend zal ontwikkelen. De behoeften aan service zijn tot nog toe niet nauwkeurig vastgelegd, omdat de wensen van de burger dienaangaande nauwelijks gemeten werden. De technologie die de dienstverlening moet ondersteunen, is mede daardoor nog volop in beweging. Dat bemoeilijkt dan weer het vastleggen van een mediumstrategie voor de opzet van vulgariserende telematicadiensten met nieuwe communicatietechnologieën. Het is de vraag of er in de nabije toekomst op dit vlak verbetering te verwachten valt voor de openbare communicatieterminals.

Wat de programmatorische organisatie van de media betreft dient men in de mate van het mogelijke het publiek op te delen in groepen die in zichzelf homogeen zijn, maar onderling heterogeen. Een dergelijke publieksegmentatie is uiteraard het gemakkelijkst te realiseren met media die mekaar zo min mogelijk inhoudelijk overlappen. Een communicatiemix waarvan de diverse communicatiemiddelen niet complementair maar concurrerend tegenover elkaar staan, leidt enkel tot publieksfragmentatie of opdeling van het publiek in groepen die in zichzelf heterogeen zijn maar onderling grotendeels homogeen. Een mediabestel waarin door een gelijkaardig media-aanbod van diverse media het publiek gefragmenteerd wordt, maakt een coherente strategie met betrekking tot publiekssegmentatie bijna onmogelijk. De inplanting van meerdere terminalparken binnen één enkele gemeente kan dan ook enkel overwogen worden op basis van een duidelijke functionele differentiatie tussen de systemen. Antwerpen nam

de handschoen op en nam, naast het bestaande terminalpark met toeristische gegevens, in januari 1993 een tweede terminalpark met administratieve informatie in gebruik.

Tenslotte dreigt een sterke mediaconcurrentie ook te leiden tot een specifiek media-economisch probleem. In een mediabestel waar verschillende media als concurrenten tegenover elkaar staan, werkt het vrije marktprincipe zodanig dat er voor elk medium afzonderlijk niet alleen een kostenopdrijvend effect is, omdat men moet investeren om zich te handhaven en omdat er een geringer mediumgebruik is, maar dat er daarenboven ook efficiency verlies en dus een inkomstendalend effect optreedt voor die terminals die op commerciële basis geëxploiteerd worden. Via het RiTT experiment van Belgacom ondervangt de overheid, wat de openbare communicatieterminals betreft, dit probleem door de televisie te ontwikkelen tot een complementaire informatietechnologie naast de terminals.

Communicatiecircuits

Ondanks de interdependentie tussen communicatietechnologie en dienstverlening, kan er een mouw worden gepast aan de problemen die die interdependentie met zich meebrengt door te letten op verkeerspatronen en door te bepalen wat de desiderata zijn qua dienstverlening.

Letten op verkeerspatronen wil zeggen, de sociale communicatiecircuits bepalen. Sociale communicatiecircuits zijn 'werelden', waarin mensen leven en waarbinnen informatieverkeer plaatsvindt. Het gaat om relaties tussen mensen die iets gemeen hebben en waartussen zich informatieverkeer voltrekt (Roe, 1991-1992). Van belang is dat mensen uit dezelfde informatiebron putten. Wat we hier eigenlijk willen stellen is het volgende: de waarde van een terminal is groter naarmate hij deel uitmaakt van een knooppunt waarin meerdere communicatiecircuits samenkomen. De mensen die de circuits bemannen zijn van belang als doelgroepen voor de dienstverlening die men via de terminals wil aanbieden. Beschouwd vanuit sociale communicatiecircuits, is het zo dat de woning een bedeutend groter knooppunt van communicatiecircuits is dan de straat. In de woning komen de volgende circuits samen: het gezin, familie, vrienden en kennissen, de woonbuurt of wijk (Van Kaam, 1991).

Wie wil letten op verkeerspatronen, moet ook de twee volgende vragen beantwoorden: 'Wie bepaalt onderwerp, tijdschema en bestemming van de informatie?' en 'Uit wiens gegevensverzameling wordt geput?' De bal ligt daarbij in het kamp van de overheid, die op het vlak van de openbare communicatieterminals moet bepalen wat de dienstverlening inhoudt. Op de keper beschouwd is het onderwerp dan niet langer openbare communica-

tieterminals. Het onderwerp wordt dan wel telematische dienstverlening door de overheid, die zichzelf onder invloed van die digitalisering radicaal zal moeten herdenken. Deze stelling wordt gesteund door de evoluties die zich de afgelopen decennia in de banksector voorgedaan hebben. De banksector informatiseerde omdat men de vaste onkosten wilde drukken en om het cliënteel een betere dienstverlening te bieden. Het resultaat van die informatisering was niet enkel een digitalisering van de communicatie, maar ook en vooral een bankhervorming (Blockx, 1992). De overheid is zich bewust van die problematiek, maar wil er niets aan doen (Van den Eynde, 1992; Vanbellingen, 1992). Informatisering is een structurele operatie met verregaande organisatorische en bestuurlijke gevolgen (Nieuwenhuis, 1991). De overheid blijkt vooralsnog niet bereid te zijn om het mes in eigen vlees te zetten.

NAWOORD

Beschouwingen bij nieuwe media en communicatiemiddelen gaan al te vaak voorbij aan de vraag wat belangrijke determinanten zijn bij de ontwikkeling ervan. Dat leidt tot een verkeerd begrip en foute beschrijvingen van de actuele stand van zaken, met als gevolg dat de daarop gebaseerde inschattingen van toekomstige ontwikkelingen gebrekkig zijn. Ontwikkelingen in het veld van massacommunicatie zijn immers geen neutrale, geen autonome processen. Ze worden bepaald door een complexe dynamiek van interdependente maatschappelijke en mediaspecifieke actoren en factoren.

We hopen dat deze bijdrage de lezer een zicht heeft gegeven op belangrijke communicatie-extrinsieke en communicatie-intrinsieke determinanten omheen de openbare communicatieterminals.

Inmiddels blijven de openbare communicatieterminals in opmars. Afgelopen zomer nam het OPT te Brussel de eerste terminals in gebruik die deel uitmaken van een grensoverschrijdend netwerk tussen Frankrijk, Engeland en België. En dat het niet enkel bestuurlijke overheden zijn die initiatieven nemen op het vlak van de openbare communicatieterminals, zal de spoorreiziger over enkele jaren duidelijk worden. De spoorreiziger zal het tastbare resultaat kunnen ervaren van een op stapel staand project van de NMBS. De NMBS werkt momenteel aan een studie over communicatieterminals voor Belgische spoorwegstations. Er zijn tevens plannen om de luchthaven van Zaventem met dergelijke terminals uit te rusten. En laatst maar niet in het minst heeft ook de K.U. Leuven plannen om een netwerk van communicatieterminals over de campussen uit te bouwen.

(*)Dit artikel is gebaseerd op zijn eindverhandeling *Contexten om openbare communicatieterminals*, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, september 1992, 149 blz. Promotor: Prof. Dr. D. De Grooff.

NOTEN

- (1) Niettegenstaande consultatie van elektronische terminals in de omgang als interactief - 'elkaar wederzijds beïnvloedend, op elkaar inwerkend' - beschouwd wordt, spreken we hier dus niet van interactiviteit. Van Kaam, B. (1991) *Het taai leven van de dode letter*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever, blz. 96: 'Het kunstbrein is met name niet bij machte zelfstandig informatie te genereren, vrij te selecteren of om vrij te beslissen over het al dan niet afgeven van informatie. We hebben het dan ook over teleconsultatie met een reactief karakter omdat een centraal informatiebestand door de gebruiker op basis van individuele keuze van onderwerp en tijdschema van op afstand geraadpleegd wordt. Consultatie treedt dus op wanneer een kunstgeheugen geraadpleegd wordt.'
- (2) De Telepoint terminals staan op de volgende sites: aan de St.-Pieterskerk, aan de ingang van Gasthuisberg, aan het Station. Een demonstratietoestel staat in de inkomhal van het Mediacentrum.
- (3) OPT staat voor 'l'Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles', en is de Waalse tegenhanger van het 'Vlaamse Commissariaat Generaal voor Toerisme', het VCGT.
- (4) Helaas was het denken van die overheden die bij wijze van uitzondering toch een reflexieve houding aannamen, te eng.
- (5) RiTT staat voor Regionale Interactieve Teletekst.

LITERATUURLIJST

- Blockx, J. (1992) Interview. Brussel.
- Burgelman, J.-C. (1988) 'Voorspelde en te Verwachten Ontwikkelingen van Interactieve Media', in H. Bouwman & N. Jankowski (eds.), *Interactieve Media op komst*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.
- Drijvers, J. (1990-1991) *Communicatiepolitiek*. Leuven: Dep. Communicatiewetenschap.
- Finkelkraut, A. (1988) *La Défaite de la Pensée*. Amsterdam: Contact.
- Hamelink, C.J. (1988) 'Nieuwe Media: Oude Problemen. Geen Oplossingen', in L. Heinsman & J. Servaes (eds.), *Hoe nieuw zijn de Nieuwe Media*. Leuven: Acco.
- Horwitz, R.B. (1986) 'Understanding Deregulation', *Theory and Society*, 15 (2): 139-147.

- Miles, I. & Gershuny, J. (1986) 'The Social Economics of Information Technology', in M. Ferguson (ed.), *New Communication Technologies and the Public Interest*. Beverly Hills: Sage.
- Nieuwenhuis, M.A. (1991) *Dienstencentra in het Buitenland*. Utrecht: BSO Artificial Intelligence.
- Punie, Y. (1992) Interview. Hasselt.
- Roe, K. (1991-1992) *The Sociology of Mass Communication. Communicators and Audiences. Lecture 2. The Information Revolution*. Leuven: Departement Communicatiewetenschap.
- Rombouts, J. & De Graeve, W. (1992) Interview. Antwerpen.
- Tobback, L. (1989) *Actieprogramma voor de Modernisering van de Openbare Diensten. Een Jaar Later*. Brussel: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Modernisering van Openbare Diensten.
- Vanbellingen, J. (1992) Telefonisch interview. Hasselt.
- Van den Eynde, L. (1992) Telefonisch interview. Hasselt.
- Van der Bauwhede, J. (s.a.) *Videotex: Sleutel tot de Lokale Informatiemaatschappij?* Gent: onuitgegeven document.
- Van Kaam, B. (1991) *Het Taaie Leven van de Dode Letter*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.
- Van Wallendaël, T. (1992) Interview. Antwerpen.

De bijdragen in dit nummer zijn van:

Bart FIEREMANS, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Gert MARTENS, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Esther MEULEMANS, werkleider aan het Departement Politieke Wetenschappen van de Katholieke Universiteit Leuven

Kurt VAN DEN VONDER, assistent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven