

MASSA COMMUNICATIE

winter
1975

winter 1975, jaargang 3, no. 1

Ten geleide (pag. 1)

Dr. H. van Pelt
Kabeltelevisie in België (pag. 3)

F. Crone en P. de Kroon
Video: een medium in ontwikkeling (pag. 11)

Werkgroep Redactionele Medezeggenschap
Redactionele medezeggenschap in 5 Europese landen (pag. 25)

J. Haasbroek
Radio-ontkoppeling: kiezen tussen zuilen en zenders (pag. 32)

Onderzoeksverslag (pag. 38)

Kroniek (pag. 40)

Boekbesprekingen (pag. 43)

MASSACOMMUNICATIE

wordt uitgegeven onder auspiciën van de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE

Redactie: Dr. E. Diemer (VU, Amsterdam)
Prof. Dr. G. A. J. Fauconnier (KU, Leuven)
Drs. P. M. Hendriksen (NOS, Hilversum)
Prof. Dr. G. van Parys (VU, Brussel)
Dr. J. G. Stappers, (KU, Nijmegen)
Drs. F. E. Wermer (Teleac, Utrecht)
Drs. E. Willems (GU, Amsterdam)

Sekretariaat: Drs. H. J. Smets
Postbus 258, Nijmegen
tel. 080 - 512372

Aanwijzingen voor auteurs en aanwijzingen voor het recenseren van boeken zijn op dit adres verkrijgbaar.

Abonnementen:	gewoon abonnement	f 34,00	BFrs 495
	studentenabonnement	f 22,50	BFrs 315
	losse nummers	f 10,00	BFrs 145

Men abonneert zich voor een gehele jaargang. Deze loopt van januari tot en met december. Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men voor het einde van de jaargang opzegt.

Uitgave: Drukkerij Uitgeverij H. Gianotten B.V.
Bredaseweg 61
Tilburg
tel. 013 - 423036; giro 1085553

Opgave van nieuwe abonnementen en adreswijzigingen uitsluitend te richten aan dit adres.

Advertenties: 1/1 pagina f 220,—
1/2 pagina f 140,—

TEN GELEIDE

Met ingang van het eerste nummer van de 3e jaargang van het tijdschrift "Massacommunicatie" is de uitgave van dit tijdschrift overgegaan van de "Stichting tot Bevordering van de Studie van Massacommunicatie" naar de "Stichting Onderzoek Massacommunicatie". Deze overname werd noodzakelijk gemaakt door het feit, dat eerstgenoemde Stichting het blad niet langer op een verantwoorde wijze kon exploiteren, terwijl anderzijds de door alle betrokkenen zo gewenste bundeling van krachten op het terrein van massacommunicatie-onderzoek het wenselijk maakte de uitgave van dit tijdschrift onder te brengen bij de "Stichting Onderzoek Massacommunicatie", wier activiteiten zich over een breder terrein uitstrekken dan alleen het uitgeven van een wetenschappelijk tijdschrift.

De genomen stap is in ieder geval in overeenstemming met datgene, wat de redactie van "Massacommunicatie" schreef als Ten Geleide bij het allereerste nummer (herfst 1972): "Gelukkig kan worden geconstateerd dat de wetenschappelijke bemoeienis met massacommunicatie groeiende is... Eén van de voorwaarden om deze ontwikkeling verder te bevorderen is een goede onderlinge communicatie tussen degenen die zich op enigerlei wijze op dit gebied bewegen". (1972, I, 2).

Juist deze "goede onderlinge communicatie" is het voornaamste oogmerk van de "Stichting Onderzoek Massacommunicatie", die immers wil fungeren als een platform voor allen die bij studie en onderzoek van massacommunicatie betrokken zijn, teneinde de uitwisseling van kennis en kunde op dit terrein zoveel mogelijk te bevorderen. Het uitgeven van een wetenschappelijk tijdschrift, dat dezelfde doeleinden nastreeft, is een logische aanvulling op het pakket van taken dat de SOM zichzelf gesteld heeft.

Wij prijzen ons gelukkig dat de redactie in ongewijzigde samenstelling bereid is gevonden haar werk voort te zetten. Als kader voor het redactionele werk dient een door de redactie en het Bestuur van de SOM aanvaard redactiestatuut, dat ontworpen werd door Prof. Dr. M. Rooij. Dit statuut garandeert de ongewijzigde voortzetting van het tot dusver gevoerde redactiebeleid.

Wel bestond helaas, terwille van een gezonde exploitatie, de noodzaak wijziging aan te brengen in de abonnementsprijzen van het tijdschrift. Een gewoon abonnement kost thans f 34,00 per jaar, een studentenabonnement f 22,50 en de losse nummerprijs moest op f 10,00 worden gesteld. Wij vertrouwen erop, dat u begrip zult hebben voor het aan-

brengen van deze verhogingen, die vooral voortvloeien uit stijging van kosten.

Tenslotte willen wij graag de hoop uitspreken dat het tijdschrift een nog ruimere verspreiding mag krijgen dan tot nu toe. Wij menen dat het tijdschrift voorziet in een grote behoefte en wij verwachten dat velen deze behoefte ook werkelijk zullen vertalen in een abonnement.

STICHTING TOT BEVORDERING VAN
DE STUDIE VAN MASSACOMMUNICATIE

Dr. J. G. Stappers
voorzitter

Drs. P. M. Hendriksen
secr.-penningmeester

STICHTING ONDERZOEK
MASSACOMMUNICATIE

Drs. A. C. H. Kuijpers
voorzitter

C. Eweg
secretaris

KABELTELEVISIE IN BELGIË

Reeds voor de tweede wereldoorlog kenden belangrijke Belgische steden (o.a. Antwerpen, de Brusselse agglomeratie, Gent, Kortrijk, Leuven, Luik) de toepassing van radiodistributie. De televisiedistributie - het opvangen van omgeroepen televisieuitzendingen en het verdelen ervan, door middel van kabels, vanuit een centraal distributiecentrum in de woningen van derden die zich op het net laten abonneren - is in België aan het einde van de jaren vijftig en in het begin van de jaren zestig (amper enkele jaren na de start van de televisieuitzendingen) ontstaan en nadien in snel tempo tot ontwikkeling gekomen.

Toen in de late jaren vijftig in België de verspreiding van de huistelevisie langzaam op gang kwam, werden door ondernemende technici en verkopers op diverse plaatsen in het land collectieve antennes geïnstalleerd om op die manier de medebewoners van appartementsgebouwen of de burens in een wijk van signalen te voorzien en tegelijk om een argument méér te hebben om hun toestellen te verkopen. Die groepsantennes werden in de eerste plaats opgericht in de Ardennen (Namen 1961) waar de ontvangst met een eigen antenne van de binnenlandse zenders wegens het heuvelachtige terrein bepaald slecht was. Kort daarna volgden een aantal gemeenten uit de Luikse en de Brusselse agglomeratie (waar op talrijke plaatsen een normale televisieontvangst bemoeilijk werd door de hoogbouw) en in de Maasvallei. Daarna was het de beurt aan het Antwerpse, Mechelen, Leuven, Oostende, Kortrijk, Gent en Brugge. Langzaam maar zeker breidden de kabelnetten zich uit over het ganse land.

De "boom" van de kabeltelevisie dateert van kort vóór 1970. Rond die periode breiden sommige elektriciteitsmaatschappijen hun activiteiten tot de kabeltelevisie uit; nieuwe firma's proberen vaste voet te krijgen op de kabelmarkt; bestaande maatschappijen voor radiodistributie bieden ook televisiedistributie aan en gemeenten of intercommunales van gemeenten willen zelf hun burgers deze dienst aanbieden. De spoedige aanleg van een kabelnet met de verzekering naast de nationale uitzendingen (BRT en RTB) zoveel mogelijk programma's van vreemde zenders rechtstreeks én vooral goed te ontvangen, is een belangrijk element in de propagandacampagne voor de gemeenteraadsverkiezingen van 1970. De aanleg van de kabelnetten is bovendien sterk gestimuleerd door de zeer welwillende houding van de regering.

Op het ogenblik is in ongeveer 220 Belgische gemeenten de kabeltelevisie een feit. Daarbij zullen zich spoedig de bijna 250 gemeenten voegen waarvoor bij de RTT een vergunning is aangevraagd. (Alleen de provincie Limburg heeft geen enkel net van kabeltelevisie). Als men vaststelt dat het Gemeentekrediet tijdens het eerste trimester van

1974 aan intercommunales voor teledistributie leningen toestond ten belope van 1 miljard 160 miljoen fr., dan begrijpt men hoe belangrijk de ontwikkeling van het televisiedistributienet in België aan het worden is. Die kabelmaatschappijen hebben samen zowat 500.000 abonneementen of ongeveer 20% van het totaal der televisiekijkers.

Op het gebied van de kabeldichtheid is België daarmee buurland Nederland aardig vooruit en wordt in Europa alleen dicht benaderd door Engeland, Ierland en Zwitserland. Op lange termijn, schrijft de — (intussen ook al jammerlijk ter ziele gegane) — Vlaamse Elsevier (13 augustus 1973, nr. 28, 1ste jaargang, blz. 30) zal echter moeten blijken wie van de twee — België of Nederland — de verstandigste is geweest. "Het is immers niet voldoende een recordaantal kilometers kabel aan te leggen om een goed kabelnet te hebben. Aan kabeltelevisie zijn niet alleen zware technische eisen maar ook politieke en culturele problemen verbonden. Die vormen juist de kern van de discussie in Nederland en wanneer daar de beslissing zal vallen, is de kans groot dat onze burens een beter doordacht, een beter gestructureerd en van conceptie moderner kabelnet zullen bezitten dan wij".

Op de meeste netten worden zeven tot elf binnen- en buitenlandse programma's verdeeld (BRT, RTB, Nederland I en II, Frankrijk I, II en III, Duitsland I, II en III en Luxemburg). Sommige maatschappijen werken met een goedkoop basisabonnement van zes programma's en een supplement voor de overige vier of vijf. Sommige "verdeelhuizen" bieden via hun net ook twaalf à vijftien programma's van de FM-radio aan met bijkomende mogelijkheid van een paar populaire zenders uit de lange en de middengolf. Op korte termijn kunnen daar een tiental TV-programma's bijkomen (BRT III, RTB II, Nederland III, BBC I en II, ITA I en II...) zodat de theoretische capaciteit van een kabel (26 televisiekanalen) binnen weinige jaren reeds volledig bezet dreigt te zijn. Men moet daarbij immers ook rekening houden met de mogelijkheid van rechtstreekse ontvangst van satellietprogramma's, een plan waar o.a. in de Duitse Bondsrepubliek aan wordt gewerkt. Voor dit programma-aanbod betaalt een aangesloten abonnee een éénmalige aansluitingsprijs van 1.000 à 2.000 fr en een jaarabonnement van ongeveer 2.000 fr. plus zijn kijk- en luistergeld (radio 390 fr., zwart-wit televisie 1.470, kleuren-tv 2.295 fr. De gekombineerde taks op radio en tv bedraagt 1.680 en 2.505 fr.).

De beslissing om in een gemeente al of niet een tv-kabelnet aan te leggen en de keuze van de exploitatievorm ligt bij de gemeentelijke overheid. Deze kan, na het fiat van de minister die de PTT onder zijn bevoegdheid heeft, de exploitatie toevertrouwen aan een private maatschappij (a), of daartoe toetreden tot een gemengde (b) of een zuivere intercommunale (c). In het eerste geval neemt de maatschappij de volledige investeringslast op zich en staat in voor alles wat het doorzenden van de programma's betreft. De maatschappij betaalt

jaarlijks aan de gemeente de vooraf overeengekomen vergoeding. Maatschappijen die zowel voor eigen rekening als in samenwerking met derden televisiekabelnetten aanleggen en exploiteren zijn o.a. Coditel, Radio-Public-TVD, Cablevision Belgium. Zij exploiteren ongeveer 50% van alle kabelaan sluitingen.

Indien het volume van bepaalde vaste uitgaven (bijv. antenne-station, primaire kabels) een aansporing vormt om de exploitatie over het grondgebied van verschillende gemeenten te spreiden, dan is dit vaak een stimulans voor de "intercommunalisering" van de exploitatie. In zo een geval verstrekt een groep van gemeenten de kapitalen, verzekert samen de inrichting en het beheer van de kabeltelevisie-exploitatie, draagt de risico's en bekomt de eventuele exploitatieresultaten. Wenst de openbare sektor de risico's, lasten en/of baten te delen met een privé partner, dan ontstaat een gemengde intercommunale. Wanneer de gemeenten geopteerd hebben voor zo een vorm van kabelexploitatie, dan gaan zij gewoonlijk scheid met een particulier energiebedrijf (bijv. Intercom, Ebes, Esmalux, Electrogaz) aan wie dan het aanleggen van het net en het doorzenden van de beelden wordt toevertrouwd. Nagenoeg 600 gemeenten hebben zich gegroepeerd in een veertiental gemengde intercommunales voor de exploitatie van een kabeltelevisienet. De oprichting van ongeveer de helft van die maatschappijen is vrij recent. Meestal werden zij speciaal opgericht met het doel kabeltelevisienetten in bedrijf te nemen. De andere helft omvat reeds bestaande intercommunales die hun activiteit hebben uitgebreid.

Een zuivere intercommunale is dan die uitbatingvorm waarin alleen overheidspersonen participeren en een groep gemeenten het beheer verzekert. Zowat 300 gemeenten hebben zich tot een zestal zuivere intercommunales verenigd voor de aanleg en de exploitatie van de kabeltelevisienetten op hun grondgebied. Daarbij is het gebruikelijk dat deze exploitanten (Brutelle, Ale, WVM, Integan) samen werken met het openbaar nutsbedrijf in het betrokken gebied. Begin mei 1974 deed de Intercommunale Teledistributiemaatschappij voor het gewest Antwerpen (Integan) van zich spreken door de uitgave van een nieuw programma- en informatieblad dat gratis in de bus viel bij de 60.000 abonnees van het distributienet. Na amper zes maanden besloot de uitgever van het fel omstreden gratis verstrekt onroeprogrammablad met de uitgave te stoppen ingevolge de campagne die door groepen en personen tegen het blad in die periode is gevoerd. De intergemeentelijke vorm van kabeltelevisie-exploitatie oefent een gunstige invloed uit op de bekabeling van gebieden die op grond van geringe bevolkingsdichtheid en verwachte lagere aansluitdichtheid niet in de eerste plaats door particuliere maatschappijen in exploitatie worden genomen. Men spreekt tenslotte van een gemeentelijke regie wanneer de gemeentelijke overheid zelf de exploitatie ter hand neemt op haar eigen grondgebied. Meestal gaat het dan hierbij om een grote verstedelijkte localiteit.

Wettelijk wordt in België het doorgeven van televisieprogramma's via een kabelnet geregeld door het Koninklijk Besluit van 24 december 1966 "betreffende de netten voor distributie van radio-omroepuitzendingen in de woningen van derden" (Staatsblad, 24 januari 1967).

Dit Koninklijk Besluit werd getroffen in uitvoering van de wet van 14 mei 1930 op de radiotelegrafie, de radiotelefonie en andere radio-verbindingen. Het vervangt het Koninklijk Besluit van 12 november 1934 en het uitvoerend M.B. van 13 november 1934 betreffende de distributie aan huis van radio-omroep, samen met nog een drietal andere (R.B. 27.12.1944; K.B. 25.10. 1963 en M.B. 28.12.1944).

Het hier besproken Koninklijk Besluit regelt alleen het verdelen, via kabelnetten, van zgn. openbare televisieuitzendingen van omroeporganisaties die een zendmachtiging bezitten in het land waar ze gevestigd zijn (de "eerste generatie" van de kabeltelevisie). Het verbiedt in artikel 22 uitdrukkelijk het verzorgen en/of distribueren van speciale kabeltelevisieprogramma's door de verdeler en niet-zendgemachtigde derden (tweede generatie). De distributiemaatschappijen mogen volgens artikel 25 niet eens beschikken over de middelen (toestellen) daartoe.

Uit de bepalingen blijkt, dat de wetgever er vooral op uit was de kijkers een technisch zeer goede weergave te waarborgen van de bestaande programma's. Het besluit voorziet daartoe in een reeks technische voorwaarden — soms details — waaraan en de aansluiting op het net en het doorgegeven signaal moeten voldoen. De RTT oefent controle uit op het naleven van alle opgelegde voorwaarden. De maximum toegestane tarieven voor aansluiting en abonnement worden vastgelegd door de minister die de RTT onder zijn bevoegdheid heeft. Het Koninklijk Besluit bepaalt voorts dat de verdeler geen uitzendingen mag doorgeven die het karakter van handelsreclame dragen. Bij het doorgeven van buitenlandse programma's dient daarom het uitzenden van publiciteit te worden onderdrukt. De wet wordt op dat punt niet nageleefd. De televisiedistributiemaatschappijen halen een ganze reeks argumenten aan om hun houding te rechtvaardigen. De abonnees, zo redeneren zij, willen de programma's integraal ontvangen zonder storende onderbrekingen. Indien zij zich geabonneerd hebben dan was het om een betere ontvangst te genieten (om ver afgelegene zenders toch bij de abonnee te brengen hebben sommige maatschappijen zelfs een aantal particuliere straalzenders geïnstalleerd). Door het weglaten van de reclamespots worden zij benadeeld ten aanzien van diegenen die de buitenlandse zenders ontvangen via een eigen of een gemeenschappelijke antenne. Die kijkers kunnen bovendien niet uitmaken of de onderbreking in het programma te wijten is aan een defect bij het doorzenden ofwel door de TV-distributiemaatschappij zelf werd veroorzaakt. Ten derde, zeggen zij, is het wegsnijden van reclamespots voor de verdelers een dure aangelegenheid waarvoor een uitgebreide technische staf is vereist. En tenslotte noemen de maatschappijen het gewild weglaten

van de reclameuitzendingen een mogelijke belemmering van de handelsbetrekkingen met de landen van herkomst en een vorm van censuur. In dat laatste geval wijzen zij naar de, mede door België ondertekende, Europese Conventie voor de Bescherming van de TV-uitzendingen van 22 juni 1960. Krachtens die overeenkomst mogen buitenlandse televisiezenders de wederuitzending verbieden van "gewijzigde" programma's.

Ook het verbod speciaal voor kabeltelevisie vervaardigde programma's uit te zenden en te distribueren werd in België al meer dan eens overtreden. De overtredingen worden in de hand gewerkt door de ontoereikendheid van de sankties: een maximale geldboete van 15.000 fr. of een tijdelijke of definitieve intrekking van de vergunning (waardoor men de abonnee treft). De exploitatie van de kabeltelevisie in België is bovendien voor het belangrijkste deel tot grote wasdom gekomen na 1966, zodat de reglementering niet langer rekening houdt met de opgedane ervaringen en de nieuwe ontwikkelingen in deze tak van de communicatietechniek. Het besluit dat de kabeltelevisie regelt is dan ook aan een grondige revisie toe, zowel met betrekking tot de technische als de programmatische aspecten ervan.

Een interdepartementele werkgroep is daar ook sinds april 1973 mee bezig. Daarnaast bestaat er nog een zuivere technische commissie die zich inlaat met het opstellen van de technische normen.

De eerste werkgroep is tijdens de voorgaande legislatuur met een aantal voorstellen gekomen met betrekking tot het belangrijkste punt: de eigen lokale of regionale uitzendingen via de kabel. Die uitzendingen zouden mogen bevatten: mededelingen over technische storingen in het net, mededelingen van openbaar belang voor de inwoners van het bestreken gebied, programma's op het gebied van onderwijs en vorming. Dit alles mits het doorgeven van de nationale programma's er niet door in het gedrang komt. Ook mag de distributie van een eigen lokaal of regionaal programma geen abonnementsprijsverhoging tot gevolg hebben. Een commissie, waarin vertegenwoordigers van de verschillende godsdienstige of filosofische stromingen in gelijke aantallen zitting hebben, zal de vergunningen regelen. De leden ervan worden — aldus het voorstel — aangewezen door de ministers van Nationale Opvoeding, van Cultuur en van Binnenlandse zaken. De commissie zal eveneens belast worden met het toezicht op de programma's (ook tijdens de uitzendingen) en kan vooraf de normen vaststellen waaraan de programma's moeten voldoen.

Wat het tweede knelpunt betreft, de reclameuitzendingen, heeft de werkgroep de overheid drie keuzemogelijkheden voorgesteld: onbeperkte toelating om alle erkende uitzendingen over te nemen en te verdelen met inbegrip van alle soorten van publiciteit; toelating tot overname en uitzending van alle programma's ook van in blokken gegroepeerde reclamespots maar met uitsluiting van commercieel gepatroneerde programma's; of toelating tot verdeling van alle pro-

gramma's van erkende stations met uitsluiting van alle programma's met een commercieel karakter. De werkgroep heeft dus zelf geen standpunt ingenomen maar laat de beslissing aan de politieke autoriteiten.

Terzelfdertijd is men bezig met het uitwerken van nieuwe kwaliteitsnormen voor de kabeltelevisie (beeldkwaliteit) en met het zoeken naar een regeling voor het aanbrengen van kabels aan gevels van derden. (Volgens de bepalingen van artikel 8 van het Koninklijk Besluit van 24 december 1966, is het eenieder verboden kabels aan de huisgevels te hechten zonder uitdrukkelijke toestemming van de eigenaars. De meeste installateurs bekommeren zich daar evenwel weinig om!). Volgens de genoemde commissie zouden alle moeilijkheden dienaangaande verdwijnen bij het toekennen van het statuut van openbaar nut aan de kabels en bijbehorende inrichtingen van de netten voor de distributie van radio-omroepuitzendingen in woningen van derden. Behalve de regeling van het bezit en het beheer van de zend- en distributieinstallaties, de toestemming om programma's te produceren en te distribueren, de financiering van die operaties etc., zijn er nog andere belangrijke problemen die om een bevredigende oplossing vragen. Er is, om iets te noemen, de verhouding kabeltelevisie-omroep-pers en de kwestie van de auteursrechten.

De val van de regering Leburton-Tindemans-De Clercq, begin 1974, heeft de behandeling van de voorstellen van de werkgroep en het werk aan het nieuwe ontwerp op de lange baan geschoven.

Is de parlementaire behandeling van het onderwerp kabeltelevisie dus eigenlijk verzand, in dezelfde periode is de discussie erover ook opgebloeid. Vooral de Liberalen hebben van de rustperiode gebruik gemaakt om enige eigen standpunten van stal te halen.

Het Liberaal Radio en Televisie Instituut (LIRTI) congresseerde in de Lente van 1974 over het onderwerp in het Steenokkerzeelse Kasteel van Ham en formeerde er een werkgroep die een liberaal standpunt terzake heeft voor te bereiden. Op de eerste liberale culturele dagen te Dworp, waar medio november 1974 de krachtlijnen van een liberale visie op het cultuurbeleid werden besproken, besteedde PVV-voorzitter F. Grootjans grote aandacht aan het omroepbeleid. In verband met de kabeltelevisie waarschuwde hij met grote nadruk voor het gevaar van een nieuw monopolie. Vrije ondernemingen, zei hij, moeten aan de kabeltelevisie kunnen deelnemen, eventueel in een structuur van het gemengde type, zowel wat de exploitatie als wat de programmering betreft. Plaatselijke uitzendingen moeten worden voorafgegaan door het nodige aantal experimenten, zowel in ruimte als in tijd beperkt. Ze moeten gebeuren met wetenschappelijke en deskundige begeleiding. Wel kunnen experimenten met overheids gelden worden gefinancierd, maar in een definitief stadium mag de kabeltelevisie geen bijkomende last voor de schatkist zijn. Daarenboven dient z.i. overconsumptie van audiovisuele middelen vermeden, aangezien zij

alleen kan leiden tot vervlaking en de gebruiker van de echte cultuurbeleving weghoudt.

Een paar weken eerder congresseerde het Leuvense Centrum voor Communicatiewetenschappen, in samenwerking met de vereniging van Belgische steden en gemeenten, over hetzelfde onderwerp te Hasselt. De algemene conclusies en vaststellingen van het congres zijn door de initiatiefnemers als volgt samengevat:

1. De TV-distributiemaatschappijen zijn van oordeel dat de conceptie en de produktie van de programma's *niet* tot hun rol behoren.
2. De interministeriële werkgroep door de vorige regering in het leven geroepen om het probleem kabeltelevisie te bestuderen, moet haar werk kunnen voortzetten. De wens wordt dus uitgedrukt dat het reeds bestaande permanent contact tussen de overheid en de belanghebbende partijen in de toekomst zou voortgezet worden.
3. Men aanvaardt het principe dat, binnen de grenzen van het economisch en technisch haalbare, elke landgenoot gelijke kansen moet krijgen om door de distribuerende instellingen bediend te worden.
4. Met de voorbereiding van de tweede generatie dient zo vlug mogelijk gestart te worden. Hierbij dient men echter met de meeste omzichtigheid te werk te gaan en in geen geval tot de uitvoering te besluiten zonder grondige wetenschappelijke studie en overleg op pluralistische basis.
5. Het congres spreekt zich uit voor het opzetten van een experiment voor lokale televisie in Vlaanderen.
6. Het verdient aanbeveling de mogelijkheid te onderzoeken of een dergelijk experiment voor lokale televisie, in het kader van het culturele overleg tussen Nederland en Vlaanderen, niet terzelfdertijd in een Nederlandse en een vergelijkbare Vlaamse gemeente zou kunnen doorgevoerd worden. Het Ministerie van Nederlandse Cultuur en het Ministerie voor Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk werk (Nederland) worden uitgenodigd om in gemeenschappelijk overleg en eventueel in samenwerking met andere ministeries, en in elk geval met alle betrokken partijen, de nodige maatregelen te nemen om een dergelijk opzet ter studie te leggen. Een zuiver technische (niet inhoudelijke) begeleiding door de bestaande omroepinstellingen wordt hierbij onontbeerlijk geacht.
7. Wat de medewerking van de Universiteiten aangaat, wordt uitgegaan van de gedachte dat één of meerdere universitaire onderzoekscentra, door studie en research, het experiment moeten helpen voorbereiden en het begeleiden.

De conclusie na een bijna eindeloze reeks consultaties en discussies her en der moet evenwel luiden dat de hoofdpijnen nog niet zo gauw voorbij zullen zijn. Het in België te voeren kabelbeleid maakt nog altijd de indruk van een reusachtige legpuzzel, waarvan de bewindslieden en dat deel van de wetenschappers dat zich met de studie

van de massacommunicatie bezig houdt, slechts een paar stukjes in elkaar hebben weten te passen. De minst breekbare. Intussen houdt het nationale omroepinstituut het kruit droog voor de verdediging van het oude bolwerk. Ook wanneer er de verf van de muren bladert en het oude strijdlied geen zin meer heeft.

Het is begrijpelijk, maar uit een oogpunt van democratie niet vlekkeloos.

VIDEO: EEN MEDIUM IN ONTWIKKELING

Technologische innovaties op communicatiegebied, de een nog meer belovend dan de ander, volgen elkaar in ras tempo op. Thans, nu radio en televisie gemeengoed zijn, worden we geconfronteerd met het gebruik van computers en satellieten op dit terrein. De verschillende types van kabeltelevisiesystemen die toepassing vinden en de introductie van de videocassette en binnenkort de beeldplaat¹⁾ completeren het scala van nieuwe mogelijkheden van audiovisuele (massa) communicatie. Deze ontwikkelingen presenteren zich bijna als vanzelfsprekend. Echter, zo kan men zich afvragen, zijn dergelijke technologische innovaties inderdaad zo spontaan, noodzakelijk en vanzelfsprekend als zij zich aan ons voordoen?

Om antwoord op deze vraag te kunnen vinden, lijkt het ons zinnig kort in te gaan op de kenmerken van het maatschappelijk systeem dat een dergelijke stormachtige ontwikkeling voortbrengt. Wat voor functie hebben wetenschap en techniek in deze? Van waaruit wordt bepaald wat geproduceerd wordt? Welke zijn de gevolgen van dergelijke structurele gegevens op het cultuurpatroon als geheel en de media in het bijzonder?

EEN SCHETS VAN DE HOOG-INDUSTRIËLE SAMENLEVING

Wetenschap en techniek vormen belangrijke pijlers van het economisch en sociaal-cultureel functioneren van de hoog-industriële samenleving. Niet alleen is er sprake van een vertechnologisering van het productieproces zelf, maar ook van het gehele menselijk bestaan dat het industriële complex omringt; hiertoe behoren o.a. onderwijs, vrije-tijdsbesteding en informatievoorziening: de cultuur als geheel. In steeds toenemende mate vallen menselijke behoeften, met name op instigatie van het bedrijfsleven, ten prooi aan de aandacht van deskundigen, die zich, op zoek naar markten voor (nog te ontwikkelen) producten, van steeds professionelere technieken voor planning, ontwikkeling en marketing van die producten bedienen. In dit gehele proces nemen de massamedia een specifieke plaats in. Aan de ene kant (en dit is een facet dat o.i. overbenadrukt wordt) zijn zij de voortbrengers van immateriële producten, informatie, die mede de openbaarheid²⁾ constitueren.

Aan de andere kant echter zijn deze geestesproducten marktwaar, die op economische grondslag geproduceerd en geconsumeerd worden. Gezien de economische gebondenheid, het warenkarakter der informatie, is het een illusie de openbaarheid te zien als een autonoom bewegend krachtenveld. Niets is minder waar. Met name in de industriële maatschappij, waar de informatieverschaffing langs

groot-industriële weg tot stand komt, draagt het aanbod en de verspreiding van informatie (een essentieel onderdeel der openbaarheid dus) de stempel van de maatschappelijke verhoudingen waaronder die informatie geproduceerd wordt. Horkheimer en Adorno hanteren in hun 'Dialektik der Aufklärung' (1947), wat dit betreft, voor het eerst het begrip cultuurindustrie om aan te geven dat in de hoog-industriële samenleving geestelijke scheppingen meer en meer het voorwerp van het winstmotief zijn geworden.

Het gaat er niet om door manipulatie mensen valse behoeften op te dringen; veeleer worden ware behoeften — behoeften aan goederen om het leven meer leefbaar te maken, behoeften aan informatie en ontwikkeling — vervalst in dienst van het winstmaken. De cultuur is tot amusement geworden, tot tijdverdrijf. Daarbij wordt de vrijheid van het individu gereduceerd tot consumptievrijheid.

Het begrip cultuurindustrie heeft in de eerste plaats betrekking op het warenkarakter dat de bevrediging van geestelijke behoeften heeft aangenomen. Weliswaar voert de cultuurindustrie op deze wijze het individu binnen in een bepaald soort werkelijkheid, in die zin dat zij het individu een bepaald patroon oplegt, volgens welk het immateriële behoeften kan en blijkbaar ook wil bevredigen; doch anderzijds dekt de cultuurindustrie niet het gehele scala van mechanismen, dat in de hoog-industriële samenleving werkzaam is, en dat in haar totaliteit de directe identificatie van het individu met de samenleving als geheel bewerkstelligt. Om aan te geven dat er in de hoog-industriële maatschappij sprake is van een totaliteit van controlemechanismen, die het doen en laten (en daarmee het bewustzijn) van het individu zodanig omspant en doortrekt dat hij het als eigen ervaart en dat het hem de wens en mogelijkheid tot ontsnapping uit dit systeem ontnemt, is het gebruik van de term 'bewustzijnsindustrie' wellicht accurater.

Met de term bewustzijnsindustrie, die door Enzensberger³⁾ geïntroduceerd werd, wordt het geheel van industrieën (instituten) bedoeld, die bewustzijnsinhouden — meningen, oordelen en vooroordelen — creëren. Bij het begrip bewustzijnsindustrie gaat het, in tegenstelling tot de cultuurindustrie à la Adorno, in de eerste plaats om de verbreiding van bewustzijnsinhouden. De materiële verschijningsvormen die deze inhouden kunnen hebben, zoals boeken, tijdschriften, platen etc., zijn in de visie van Enzensberger slechts bijzaak. Hij situeert, met de opkomst van de elektronische media, de bewustzijnsindustrie als gangmaker van het hele sociaal-economische gebeuren. Zij is een der belangrijkste en meest ontwikkelde productiefactoren geworden, die steeds meer sectoren van de productie doordringt: zij neemt steeds meer controle- en besturingsfuncties over en is beslissend voor de heersende technologie.

Ondanks de manier waarop de media thans gestructureerd zijn, ziet Enzensberger voor de nieuwe elektronische media mogelijkheden tot emancipatoir gebruik.⁴⁾ Daarbij baseert hij zich op een aantal struk-

turele kenmerken van die nieuwe media zelf. Zo zijn zij in aanleg egalitair, iedereen kan via deze media in principe actief aan de communicatie deelnemen. Dit wil niet zeggen dat de manipulatie, het ingrijpen in gegeven materiaal, wordt opgeheven, doch dat iedereen tot manipulator kan worden gemaakt. Het is onjuist de nieuwe media als louter consumptiemiddelen te beschouwen; met behulp van de elektronische media zou iedereen in de toekomst producent kunnen worden.

De inlossing der beloften die in de structuur der elektronische media besloten liggen, is evenwel afhankelijk van een aantal condities die niet automatisch voortvloeien uit de huidige sociaal-economische en politieke constellatie. Het kunnen beschikken over de (nieuwe) media is iets anders dan het ter beschikking hebben van een hele batterij apparatuur met bepaalde technische mogelijkheden. Beschikken over media betekent, het kunnen gebruiken van die media, het kunnen uitbuiten van alle gebruiksmogelijkheden, niet alleen in technisch opzicht, maar ook wat b.v. hun inzetbaarheid betreft. Om deze gebruiksmogelijkheden optimaal te kunnen benutten is organisatie noodzakelijk. Een socialistische strategie voor de media nu, waar Enzensberger op doelt, moet organisatie bewerkstelligen en is er in de eerste plaats op gericht de geïsoleerdheid van de afzonderlijke deelnemers aan het maatschappelijk leer- en productieproces op te heffen.

Tot zo ver een aantal begrippen die wellicht als referentiekader kunnen dienen bij de 'plaatsing' van de technologische ontwikkeling, de functie die zij vervult in de industriële maatschappij en de stempel die zij drukt op het cultuurpatroon. In het onderstaande zullen we ons betoog ten aanzien van technologische ontwikkeling verbijzonderen door in te gaan op de ontwikkeling en introductie van een nieuw stuk communicatie-technologie, dat in video wordt belichaamd; we zullen ingaan op de wijze waarop dit geschiedt en de gevolgen die dit mogelijkwijs zal hebben voor (bestaande) patronen van media-gebruik.

ONTWIKKELING EN INTRODUKTIE VAN VIDEOSYSTEMEN DOOR DE INDUSTRIE

Bezien we ontwikkeling en introductie van video, zoals deze thans hun beslag krijgen, dan vallen ons een drietal zaken op:

- A. Men kan een koortsachtige activiteit constateren van de kant van de elektronische industrie. Er worden van die zijde een groot aantal te onderscheiden videosystemen ontwikkeld, die al dan niet berusten op fundamenteel verschillende technologische principes. Een veelheid van systemen is het resultaat.
- B. Er worden ten aanzien van de toepassing van video cijfers en verwachtingen uitgesproken die, hoewel vaak in tegenspraak met elkaar, een aardige indicatie geven van de 'big business' waar het

hier om gaat (om nog maar niet te spreken van de implicaties die dit mogelijk kan hebben voor gevestigde patronen van media-gebruik).

- C. Mede door de hoge kosten die de ontwikkeling van het nieuwe medium vergt, is er sprake van fusies en samenwerkingsverbanden op het gebied van elektronika (hard ware) en uitgeverwereld met het oog op ontwikkeling en marketing van soft ware voor de toekomstige audiovisuele markt.

*Ad A: een veelheid van systemen*⁵⁾

Sinds het einde van de jaren '60 is er sprake van een hausse wat betreft de ontwikkeling en introductie van non-professionele elektronische apparatuur, die, gekoppeld aan een (kleuren)televisie, het weergeven van op tape of plaat vastgelegde programma's mogelijk maakt. In een ras tempo stelt de elektronische industrie het ene type video-apparatuur na het andere aan het publiek voor.

Sommige cassettesystemen bevatten naast de mogelijkheid om zelf op het gewenste moment een programma weer te geven, ook de mogelijkheid om beeld en geluid zelf te registreren, hetzij door televisie-uitzendingen over te nemen, hetzij door het zelf hanteren van elektronische camera en microfoon.

Het gaat bij de videocassette en de beeldplaat om een groot aantal systemen, die, hoewel ze vaak gebaseerd zijn op een zelfde grondprincipe, zelden uitwisselbaar zijn. Geluids- en beeldmateriaal dat voor of door een bepaald type video-apparatuur opgenomen is, kan in de meeste gevallen niet door een ander type apparatuur, gekoppeld aan een tv-apparaat, afgespeeld worden.

De reden van dit niet uitwisselbaar zijn ligt voor de hand. Een nieuw 'medium' als videocassette en beeldplaat is op veel plaatsen gelijktijdig ontwikkeld door verschillende industrieën die stuk voor stuk greep willen krijgen op de markt die braak ligt voor deze nieuwe audiovisuele media.

Hieronder zullen we voor de duidelijkheid eerst enige lijn trachten te brengen in de warwinkel van verschillende types video-apparatuur, die in de afgelopen jaren ontwikkeld zijn.

I SYSTEMEN OP MAGNETISCHE BASIS waarbij beeld- en geluidsimpulsen op een elektromagnetische (cassette)band worden vastgelegd. De meeste van deze systemen zijn geschikt voor zowel zwart/wit als beeldmateriaal in kleur en kunnen worden toegerust met opname-apparatuur.

Voornaamste producenten van dergelijke apparatuur zijn:

- The Ampex Corporation met het Instavision systeem;
- Arvin Industries met het CVR XII systeem;
- AVCO dat in de Verenigde Staten het Cartrivision systeem introduceerde;
- The Victor Corporation met het Video-Cartridge systeem;
- Sony dat het Sony-Umatic systeem uitbracht; daarnaast zijn er nog een aantal andere Japanse systemen, waaronder die van Akai, Matsushita en Nipon Victor;

- Philips die het VCR-systeem introduceerde (waarvan de cassettennorm overigens is overgenomen door een groot aantal andere Europese elektronische industrieën zoals Grundig, Siemens, AEG-Telefunken, Blaupunkt, Loewe Opta en Zanussi).

II SYSTEMEN DIE GEBRUIK MAKEN VAN EEN OPTISCH PRINCIPE (FILM)

Het gaat hierbij om apparatuur die de traditionele super-8 zwart/wit of kleurenfilm op elektronische wijze aftast en op een gewoon beeldscherm reproduceert. Van dit type introduceerde Nordmende (BRD) het Spectra-Colorvision systeem, en Vidicord Holdings Ltd. het Vidicord systeem. Vooral van de kant van de filmindustrie bestaat belangstelling voor dit soort systemen (Technicolor, Kodak).

III SYSTEMEN DIE GEBRUIK MAKEN VAN PLATEN

Het gaat hier om systemen die langs mechanische weg een snel draaiende plaat met daarin geperste groeven met informatie aftasten (met een snelheid van ongeveer 1500 omwentelingen p/m).

- AEG-Telefunken en Decca ontwikkelden het zogenaamde TED-systeem (ook wel Teldec genoemd) waarbij dunne flexibele platen langs mechanische weg, met een naald worden afgetast. Het apparaat en de platen met een speelduur van 10 à 12 minuten hadden in januari 1974 op de markt moeten komen.
- Philips ontwikkelde de VLP (Video Long Play) die gebaseerd is op een optisch principe. Een laserstraal tast de plaat af en kan naar believen worden stilgezet. De speelduur van de VLP is drie kwartier (VLP komt op zijn vroegst in 1976 op de markt).

Eenzelfde principe, als bij de VLP gehanteerd wordt, treffen we aan bij het Discovision-systeem van MCA en bij het Franse Optidisq.

Daarnaast zijn er nog een aantal andere videosystemen, die gebruik maken van een optisch systeem van beeldplaat, in ontwikkeling, zoals die van Thomson en Zenith.

Beeldplaatsystemen op magnetische basis zijn verder ontwikkeld door Bogen in Berlijn en Sony, met haar Mavica-systeem (Magnetic Video Card). Op fotografische basis zijn er bovendien nog twee systemen in ontwikkeling door I/O Metrics in Californië en bij SEPO in Frankrijk.

IV EEN TWEETAL SYSTEMEN DIE IEDER OP EEN EIGEN SPECIFIEK PRINCIPE GEBASEERD ZIJN

- Het Selectavision systeem van RCA, waarbij met gebruikmaking van laser, beeld en geluid op matrijzen wordt gezet en van daaraf geperst op pvc-tape. Deze tapes worden in de afspeelapparatuur door laserstralen afgetast en weer in beeld en geluid vertaald en doorgegeven aan het aangesloten tv-scherm. Het systeem biedt niet de mogelijkheid om zelf uitzendingen of programma's te registreren.
- Het EVR-systeem van CBS inc., dat beeld en geluid op een specifieke wijze elektronisch op speciale film vastlegt en weer reproduceert. Ook dit systeem biedt niet de mogelijkheid om zelf programma's op te nemen.

Welke van de genoemde systemen uiteindelijk greep op de markt zal krijgen en een blijvende positie zal veroveren, is afhankelijk van een scala van factoren, waarvan we er een aantal (die thans te voorzien zijn) willen noemen:

1. Op de eerste plaats zijn in dit verband de specifieke kwaliteiten van de verschillende systemen en types van belang. Afhankelijk van het doel waarvoor men de apparatuur wil gebruiken zal het al dan niet belangrijk zijn dat men zelf programma's kan opnemen, of men het beeld stil kan zetten, of het systeem de mogelijkheid biedt beeld en geluid op te nemen en tegelijkertijd te reproduceren, etc.
2. Een ander belangrijk punt is de prijs van zowel de apparatuur als de cassettes en beeldplaten (de specifieke kwaliteiten, de prijs en het doel waarvoor men de apparatuur wil gebruiken zullen tegen elkaar op moeten wegen).
3. Evenzo is het belangrijk (eveneens afhankelijk van het doel dat de apparatuur moet dienen) of er een gevarieerd aanbod is van programma's (software) die op de apparatuur kan worden afgespeeld; dit is met name van belang voor systemen, die niet de mogelijkheid bieden om zelf programma's over of op te nemen.
4. Veel zal ook afhangen van het tijdstip en de wijze waarop de marketing der systemen plaatsvindt en of men hierbij de beschikking heeft over een goed georganiseerd commercieel apparaat, dat zorgt voor de distributie: de penetratie-capaciteit.

Ad B: cijfers en verwachtingen

De belangrijkste types video-apparatuur die in de afgelopen 3 jaar op de markt zijn gebracht, omvatten videotaperecorders (VTR), videocassetterecorders, benevens het Amerikaanse EVR-systeem en het Duitse Selectavision. Beeldplaatspelers werden tot op heden nog niet op de markt gebracht.

Verkoopcijfers, voor zover deze te achterhalen zijn, geven geen eenduidig beeld van het totaal aantal videosets die zijn afgezet (op de Amerikaanse, Europese en Japanse markt). Evenmin maken zij duidelijk welk type tot nu toe het meest in trek was. De weinige cijfers die beschikbaar zijn, zijn afkomstig van de kant van de industrie, vrijwel zeker om marktpolitieke redenen geflatteerd en moeilijk verifieerbaar. Hoewel dergelijke cijfers uit verschillende bron nog al eens met elkaar in tegenspraak blijken te zijn, geven zij wel als algemene indruk dat de explosieve marktontwikkeling die voor het begin van de jaren '70 was voorspeld, geen werkelijkheid is geworden. De orde van grootte van de afzetcijfers voor de verschillende types van hard ware ligt niet hoger dan in de tienduizenden stuks.

Redenen voor deze vertraagde opmars zijn waarschijnlijk te zoeken in het technische vlak en in het minder gunstige economische klimaat van de afgelopen paar jaar.⁶⁾ Een andere zeer belangrijke oorzaak is ongetwijfeld gelegen in het feit dat door de veelheid van videosystemen, het ontbreken van standaardisatie en de gevolgen hiervan voor de productie van soft ware, de consument een afwachtende houding heeft aangenomen. De consument is blijkbaar eerst dan

bereid apparatuur aan te schaffen, wanneer hij er zeker van kan zijn dat hij deze ook kan gebruiken voor het doel dat hij voor ogen heeft, d.w.z. dat voor een bepaald type hard ware ook de gewenste programma's voorhanden zijn (dit geldt niet zozeer voor apparatuur met opnamemogelijkheid zoals VTR en VCR). Anderzijds zullen er pas programma's geproduceerd worden wanneer er op voldoende vraag gerekend kan worden van bezitters van een bepaald type hard ware. Deze wederzijdse afhankelijkheid van hard en soft ware vormt een van de grootste knelpunten in de marktontwikkeling van video. Toch zijn er redenen om aan te nemen dat wat video betreft het moment niet ver meer is dat massale productie van hard ware en de daarbij te gebruiken soft ware voor de consumentenmarkt goed op gang komt. Belangrijk in dit verband zijn verwachtingen die van verschillende kanten zijn uitgesproken ten aanzien van de toekomst van audiovisuele hard ware en soft ware, waarbij de beeldplaat als de grote overwinnaar uit de bus komt voor wat betreft de massamarkt.

De videocassetterecorder (met opnamemogelijkheid) zou daarentegen op beperktere schaal toepassing vinden in de semi-professionele sfeer (onderwijs, vorming).

Zo wordt in het Prognos-rapport⁷⁾ — dat ingaat op de marktkansen voor verschillende types audiovisuele hard en soft ware in elf Europese landen — de verwachting uitgesproken dat van de verschillende videocassette-systemen VCR van Philips de beste kans maakt. EVR en Selectavision zullen, mede omdat zij geen mogelijkheid tot opname bieden, slechts voor zeer specifieke doeleinden toepassing vinden (informatieterminals, demonstraties in handelssfeer).

Wat betreft de massamarkt, met name voor entertainment, wordt ook door Prognos de beeldplaat het hoogst getipt (waarbij vermeld zij dat de VLP betere kansen maakt dan de Teldec-plaat vanwege de langere speelduur). Het Prognos-rapport maakt ten aanzien van het mogelijke succes van de beeldplaat wel het voorbehoud, dat een succesvolle marktontwikkeling van afspeelapparatuur voor beeldplaten veronderstelt dat er een grote dichtheid van kleuren-tv's is en dat er voldoende soft ware voorhanden is.

Dat de beeldplaat ook inderdaad als de grote winnaar naar voren zal komen is des te waarschijnlijker nu steeds meer producenten van soft ware zich uitspreken voor dit systeem; althans nu producenten van hard ware en soft ware de handen ineen slaan met het oog op het openbreken van de massamarkt voor de beeldplaat (zie Ad C). Uit cijfers die in het genoemde rapport worden gepresenteerd, blijkt verder dat met name na 1975 een sterk expanderende markt wordt voorzien. Tegen 1980 zou deze zo'n 3,7 miljard belopen wat betreft de uitgaven aan hard ware. De omzet aan tapes en cassettes door privé-huishoudens zou daarbij nog eens 1,8 miljard belopen. Prognos verwacht dat bovendien zo'n 5 miljard aan semi-professionele hard en soft ware zal worden uitgegeven (met name onderwijs). Voor deze laatste markt maakt zoals gezegd VCR de beste kans, dit ondanks

het feit dat (voorbespeelde) soft ware voor een systeem als dit (vanwege de hoge copieerkosten) duur is.

Ad C: Concentratie-tendenzen

Komende gebeurtenissen werpen hun schaduwen vooruit. Dit is een zegswijze die met betrekking tot de ontwikkeling en toepassing van nieuwe technologieën een hoog waarheidsgehalte heeft. De geldigheid van deze stelling wordt in meer specifieke zin onderstreept door de industriële ontwikkeling van videocassette en beeldplaat: toen zowel hard ware als soft ware nog maar nauwelijks het operationele stadium bereikt hadden, aan het eind van de jaren '60, bestonden er reeds tal van plannen voor hun toekomst en werden er verwachtingen uitgesproken die er niet om logen. De potentiële omzet voor de Amerikaanse markt werd op korte termijn op 4 miljard gulden geschat. De Japanse producenten van soft ware rekenden met een omzetcapaciteit van 200 miljoen binnen 5 en van 500 miljoen binnen 10 jaar. Het effect van dergelijke voorspellingen is, dat zij de neiging hebben om zichzelf waar te maken. Vanuit met elkaar samenhangende overwegingen van bedrijfseconomische aard, zoals bedrijfscontinuïteit en toekomstige concurrentiepositie, worden dergelijke verwachtingen als doelstellingen geprojecteerd. Met als gevolg een 'investeringsdrang' gericht op een specifieke politiek van research en development met het uiteindelijke doel als eerste te kunnen 'doorbreken' en de nieuwe (audiovisuele) markt te beheersen.

Zich verzekeren van een dergelijke 'first-to-the-market positie' betekent echter ook investeren in de ontwikkeling van het nieuwe produkt. Evenwel de investeringen die moeten worden gedaan in een nieuw medium als video, zijn zo astronomisch hoog dat zij slechts opgebracht kunnen worden door mammoet-concerns en samenwerkingsverbanden, die tevens genoeg reserves hebben om eventuele risico's te kunnen dragen.

Hoe hoog deze investeringen zijn en hoe groot de risico's, mag blijken uit de strop de Ullstein AV behaalde met haar Medicolloc-project. Deze dochtermaatschappij van Springer produceerde een 40-tal informatieve programma's voor artsen, die, nadat realisatie op super-8 cassettes op onoverkomelijke moeilijkheden gestuit was, zouden worden vastgelegd op TED-beeldplaten. Echter door de vertraging die Teldec aankondigde vanwege technische onvolkomenheden zag Ullstein (producent van de programma's) verder voorlopig af van dit project, aangezien veel van het geproduceerde materiaal verouderd zou zijn tegen de tijd dat de technische mankementen zouden zijn verholpen. De financiële schade voor Ullstein (resp. Springer) door het mislukken van dit project beliep zo'n 50 miljoen mark.⁸⁾

Een voorbeeld als dit leert dat de prijs die er betaald moet worden voor een 'first-to-the-market positie' hoog is door de grote investerin-

gen die men moet doen en het risico dat daarmee gelopen wordt. Het gevolg ligt voor de hand: het veiligstellen van een toekomstige marktpositie van betekenis op het gebied van de nieuwe audiovisuele media impliceert het opzetten van joint-ventures die dergelijke hoge investeringen kunnen opbrengen en het risico kunnen dragen. Tevens, en alleen op deze wijze, kunnen dergelijke ondernemingen (concerns die zich reeds op het gebied van technologie en informatievoorziening bewegen) hun huidige machtspositie in dit opzicht in de toekomst continueren, zo niet versterken. Voorbeelden die deze tendens tot concentratie kunnen adstrueren zijn er legio.

Zo werken in de hard ware sfeer (ontwikkeling van apparatuur en informatie-dragers) Telefunken en Decca samen aan het zogenaamde TED-beeldplaatsstelsel. CBS ontwikkelde samen met ICI en CIBA het EVR-systeem, een partnership waarin, nadat CBS eruit stapte, thans ook 5 Japanse ondernemingen participeren. Ook op het gebied van de audiovisuele soft ware kan men deze tendens tot bundeling constateren. Zo richtte een 7-tal grote Europese uitgeverijen (hun aantal is inmiddels uitgebreid) een samenwerkingsverband op met het oog op een toekomstig aandeel in de produktie van audiovisuele soft ware: IPAA (International Publishers Audiovisual Association).

Een andere bundeling van belangen op het gebied van produktie en distributie van video soft ware is te vinden in Polytel. In dit samenwerkingsverband zijn Philips en Siemens tesamen met een twaalfstal Europese produktie maatschappijen verenigd. Ook een tweetal Nederlandse AV-producenten, Cinecentrum en Toonderstudio's, werken o.a. via Polyscoop met Polytel samen.

Het meest recente voorbeeld van internationale verstrengeling van zowel soft ware als hard ware belangen is de, in het afgelopen najaar aangekondigde, samenwerking tussen Philips en de Music Corporation of America (MCA). Doel van deze samenwerking is een afgestemd beleid in de ontwikkeling van de consumentenmarkt voor de beeldplaatsystemen (Discovision en de VLP) die door de beide industrieën onafhankelijk van elkaar werden ontwikkeld, en de daarvoor te gebruiken soft ware. Het ligt in de bedoeling dat Philips een standaardtype MCA/VLP beeldplaatspeler gaat produceren voor zowel de Europese als de Amerikaanse markt. MCA van haar kant zal primair zorg dragen voor de produktie en distributie van soft ware voor dit video-systeem. Hiertoe kan zij beschikken over bestaand materiaal (tv-films en de Universal Pictures Filmotheek), daarnaast zullen er programma's vervaardigd gaan worden specifiek afgestemd op de mogelijkheden van de beeldplaat.

Bovendien zij vermeld dat de beide concerns een licentie-organisatie zullen oprichten via welke met derden kan worden onderhandeld over licenties onder octrooien betreffende de MCA/Philips beeldplaat.

Tot zover een paar voorbeelden die de (internationale) tendens tot concentratie adstrueren. Beperken we ons tot de Nederlandse situatie,

dan geven de ontwikkelingen op het videofront een beeld te zien dat evenzeer wijst op een bundeling van belangen.

Het meest in het ooglopend zijn — als we even afzien van de reeds aangestipte politiek van Philips — de activiteiten van (groepen van) uitgeverijen die een graantje mee willen pikken van de toekomstige audiovisuele markt. Wij doelen hierbij op de Verenigde Nederlandse Uitgeversbedrijven (VNU), de Informatie en Communicatie Unie (ICU) en de Stichting Moderne Media.

In het kader van het streven tot diversificatie en internationale expansie van haar activiteiten heeft de VNU zich geïnteresseerd in de toekomstige markt voor AV-soft ware. De belangstelling voor deze markt heeft op tweeërlei wijze concreet vorm gekregen. Enerzijds houdt zij zich nu, door 50% participatie in Polysathe, bezig met de ontwikkeling van de infrastructuur voor kabeltelevisie en de exploitatie daarvan (Multicom en Multivisie). Daarnaast verkent zij de mogelijkheden om audiovisuele soft ware (programma's) te gaan produceren. Daartoe is een werkmatschappij opgericht, die aangesloten is bij de reeds genoemde IPAA. Voor de afzet van de te produceren soft ware (op beeldplaat waarschijnlijk) wordt in de eerste plaats gedacht aan de consumentenmarkt en afzet aan omroepen. In (two-way) kabel-tv wordt een additionele afzetmogelijkheid gezien. Dit laatste verklaart mede de deelname van VNU in Polysathe en de waarnemerspost die wordt ingenomen in Stichting Sarnet Zaltbommel, dat een experiment op beperkte schaal behelst met two-way kabel-tv (kiestelevisie).

In ICU bundelden drie uitgeverijen (Sijthoff, Wolters-Noordhof en Samsom) hun interessen in de audiovisuele onderwijsmarkt. Tot concrete resultaten heeft dit samenwerkingsverband nog niet geleid, daartoe beperkt zij zich op het ogenblik nog te veel tot het verzamelen van 'onderwijskundige know-how'. In een later stadium, wanneer de tijd rijp is voor een verantwoord gebruik van gecompliceerde AV-media in het onderwijs, zal op grond van die know-how op de ontwikkeling worden ingesprongen.

De warme belangstelling van de Nederlandse uitgeverijwereld voor de audiovisuele markt blijkt ook uit de nota 'De Moderne Media en de Pers' die in 1972 door de Stichting Moderne Media werd uitgebracht. In deze Stichting hebben dagblad-, boek- en tijdschriftuitgevers aangesloten bij de NDP, KNUB en de NOTU hun interesse in de audiovisuele media gebundeld. In genoemde nota bepleiten zij in de eerste plaats vrijheid van exploitatie van kabel-tv voor iedereen met als argumentatie dat commerciële exploitatie van een dergelijk medium kostenbesparend werkt en dat zij een stimulans zou kunnen inhouden voor de ontwikkeling van andere communicatiemediën (waaronder videocassette en beeldplaat).

TOEPASSING

Er zijn verschillende opvattingen over de implicaties van de toepassing van nieuwe communicatie-technologieën, zoals het gebruik van computers, satellieten, kabel-tv en video. Enerzijds hoort men wel de opvatting dat deze nieuwe verworvenheden van de techniek een optimum aan communicatiemogelijkheden beloven en een verkleining van de zogenaamde informatiekloof. Anderzijds wordt wel gesteld dat nieuwe communicatie-technologieën, ondanks de overload aan informatie die zij bewerkstelligen of misschien juist daardoor, de informatiekloof niet kunnen overbruggen. Sterker nog, volgens deze visie neigen de nieuwe media er eerder toe achterliggende patronen van ongelijke verdeling van kennis en macht te bevestigen en te versterken. Of zoals een panel van massacommunicatie-deskundigen in een Unesco-rapport stelde: Hoewel de nieuwe technologische mogelijkheden een grote toename in het aantal beschikbare kanalen suggereren, resulteren zij vaak slechts in een 'multi-channel unanimity at the lowest level of content'.⁹⁾

Het hoeft o.i. geen verder betoog wanneer we stellen dat de nieuwe communicatie-technologieën die recentelijk ontwikkeld zijn en binnenkort op grote schaal toepassing zullen vinden, geen automatische garantie vormen voor democratisering der informatievoorziening. Of zij een rechtvaardiger verdeling van relevante informatie kunnen en zullen bewerken zal in de eerste plaats afhangen van de kaders waarbinnen zij toepassing zullen vinden en de doelstelling van waaruit dit geschiedt.

Wat de impact zal zijn van AV-media als beeldplaat en cassette is op dit moment dan ook nog niet helemaal duidelijk. Wel is het zo, dat men, gegeven de achtergrond van waaruit deze media ontwikkeld zijn (niet vanuit maatschappelijke behoefte, maar vanuit commerciële overwegingen die meespelen in het onderzoeksbeleid der elektronische industrie) kan voorzien op welke wijze en schaal zij toegepast zullen worden.

Hierbij doelen we met name op de ontwikkeling van de consumentenmarkt voor videoprogramma's en de toepassing daarvan voor kies-televisie. Het bedrijfsleven voert wat dit betreft een agressieve politiek in het ontwikkelen van de infrastructuur voor en het verkennen en claimen van de toekomstige markten voor audiovisuele soft ware. Het is internationaal georganiseerd en beschikt over de know-how en financiële reserves om dergelijke activiteiten te ontplooiën, markten af te tasten en eventueel te annexeren.

De belangstelling van die kant gaat uit naar de ontwikkeling van een massamarkt voor audiovisuele soft ware, speciaal op het gebied van entertainment. Hierbij wordt de beeldplaat als het meest geëigende systeem gezien.

De toepassing van videocassette wordt door soft ware-producenten op kleinere schaal toebedacht aan meer specifieke markten en doel-

groepen, zoals het onderwijs. Door de entertainmentindustrie wordt in kabeltelevisie, en dan vooral in de kiestelevisie, een additionele afzetmogelijkheid voor soft ware gezien. Dit verklaart mede de interesse van die kant in de ontwikkeling van de technische infrastructuur voor kabeltelevisie.

Gezien de gretigheid waarmee het bedrijfsleven zich op commerciële aanwending van video voor de massamarkt stort, en de plannen die er van die zijde bestaan, is het duidelijk dat dit zijn stempel zal drukken op de wijze waarop de omroepen in de toekomst hun taak zullen en kunnen vervullen.

Het is zo dat er een consumentenmarkt voor audiovisuele producties gecreëerd zal worden, zodat iedereen in principe vrij is zich het programma van zijn of haar keuze aan te schaffen, waardoor de directe band met de omroep mogelijk nog verder zal verslappen. Daarnaast is het niet denkbeeldig, dat met name de verstrooiende taak die de omroep is toebedacht (en in de praktijk vaak de hoofdschotel vormt, ongeacht de 'kleur' van de verschillende omroepen) voor een groot gedeelte overgenomen gaat worden door commerciële produktiemaatschappijen, die programma's zelf produceren en via hun eigen kanalen distribueren. Ditzelfde gevaar laat zich, zij het in mindere mate, ook denken bij andere onderdelen van het programma-pakket van de omroepen.

Een belangrijk aspect, dat de hierboven gesignaleerde verschuiving ten nadele van de omroepen in de hand zou kunnen werken, is gelegen in het feit dat de markt voor talent en deskundigheid voor de realisering van audiovisuele producties, afgeroomd wordt door commerciële producenten, die in een veel kapitaalcrachtiger positie verkeren dan de omroepen. Bovendien beschikken zij over een goed toegerust commercieel apparaat dat wendbaarder is en daardoor sneller kan inspringen op lucratieve projecten.

Uit het bovenstaande mag blijken dat, indien de ontwikkelingen zich voortzetten, dit een aantasting van de monopoliepositie der omroepen zal betekenen, een aantasting die wel eens fataal voor hen zou kunnen zijn. De vraag is of de omroepen zich bij voorbaat bij deze ontwikkelingen zullen neerleggen, of juist op die ontwikkelingen zullen inspringen, b.v. door het zelf op de markt brengen van (reeds uitgezonden) programma's, hetgeen sterk kostenbesparend zou kunnen werken.

In schril contrast met de niet mis te verstane plannen van de industrie staan de aarzelende initiatieven voor een 'georganiseerd' alternatief gebruik van video. Op verschillende plaatsen zijn in de afgelopen paar jaar videoprojekten en -centra opgezet, die op het eerste gezicht een invulling schijnen te zijn van hetgeen Enzensberger bedoelt met emanciperend gebruik der massamedia.

De werkelijkheid is, naar ons idee althans, anders; er is slechts tot op zekere hoogte voldaan aan een aantal voorwaarden die men als

noodzakelijk kan zien voor een dergelijk mediumgebruik. Hoewel er sprake is van decentralisatie ten aanzien van het maken van programma's via dergelijke videoprojekten, en het aantal 'zenders' in vergelijking met andere media-situaties (omroepstructuur) is uitgebreid, is er geen sprake van mobilisering van de massa.

In het ongunstigste geval gaat het om initiatieven waarbij video gebruikt wordt voor louter bevordering van creativiteit en (individuele) expressie met als gevolg een soort 'culturele vrijblijvendheid'.

In andere gevallen is er weliswaar sprake van maatschappelijk engagement en achterliggende politieke doelstellingen, doch door de wijze waarop gewerkt wordt en door de hoge eisen die vaak gesteld worden in b.v. programmatisch en esthetisch opzicht, wordt een mediumgebruik voor en door de massa verhinderd. Er is geen sprake van deprofessionalisering en ontmythologisering van mediagebruik; veeleer komt hier het gevaar van het ontstaan van een nieuwe elite om de hoek kijken.

Een mediapraktijk die eisen zoals hierboven omschreven stelt, verhindert ook collectieve produktie in de maatschappelijke werkelijkheid door de betrokkene zelf. Dit heeft ook als nadelig gevolg, dat de organiserende werking en het politieke leerproces dat van mediumgebruik door de massa zelf kan uitgaan, wordt gefrustreerd.

Recentelijk zijn echter een aantal initiatieven van videogroepen ontplooid, die, in tegenstelling tot de meeste van de thans lopende projekten, wèl een emancipatoir mediumgebruik schijnen te kunnen vormen.

Overigens moet men hierbij wel het voorbehoud maken, dat het onzeker is, of deze experimenten zich in de toekomst zullen kunnen handhaven. In de eerste plaats is het een open vraag of het emancipatoir rendement van dergelijke projekten wel zo groot zal zijn, gezien de kleine marge waarbinnen zij gedwongen zijn te werken. Het tegenwicht dat zij kunnen bieden tegen de heersende mediapraktijk van de bewustzijnsindustrie is slechts een druppel op een gloeiende plaat. Ten tweede is de effectiviteit en vooral ook de continuïteit van deze initiatieven onzeker, omdat zij goeddeels afhankelijk zijn van overheidssubsidies. Dit zou op een gegeven moment een rem kunnen gaan betekenen op het creëren van een tegenopenbaarheid in de werkelijke zin van het woord.

Noten:

- 1) Als werkdefinitie voor video hebben we aangehouden, dat daarmee bedoeld worden die systemen voor audiovisuele communicatie, waarbij gebruik wordt gemaakt van (non-professionele) elektronische apparatuur, die, gekoppeld aan een tv-apparaat (monitor), het weergeven van op tape of plaat vastgelegde audiovisuele informatie mogelijk maken. Sommige types van video-systemen bezitten naast de mogelijkheid tot weergave, ook de mogelijkheid om beeld en geluid zelf vast te leggen, hetzij door tv-uitzendingen over te nemen, hetzij door het zelf hanteren van microfoon en elektronische camera.
- 2) Het begrip 'openbaarheid' dat we hier gebruiken, is een vertaling van de Duitse term 'Oeffentlichkeit', die door Habermas gehanteerd wordt. Het begrip heeft in zijn oudste betekenis betrekking op gebeurtenissen en regelingen die voor iedereen toegankelijk zijn. Het begrip slaat ook op publiek en publiciteit en heeft een uitgebreider betekenis gekregen met de opkomst der massamedia. Het is vooral met het oog op deze laatste betekenis van het woord, dat we het begrip 'openbaarheid' hanteren.
- 3) Enzensberger, Hans Magnus: *Einzelheiten I Bewusstseins-Industrie*, Frankfurt am Main 1962.
- 4) Enzensberger, Hans Magnus: *Bouwdoos voor de theorie van de massamedia*, Katernen 2000/5/1970.
- 5) Zie hiervoor o.a.: Batz, J. C.: Council of Europe for out of school Education and Cultural Development: *The Video Cassette: Television, New Broadcasting Techniques and Cultural Development*, Strassbourg 1972.
Zimmer, Dieter I.: *Ein Medium kommt auf die Welt*, Hamburg 1970.
Lier, Frans van: 'Videonieuws' wekelijkse kolom in *Adformatie*, weekblad voor reclame en marketing vanaf nr. 1 jaargang 1: 13-9-1973.
- 6) Klaver, F.: *Verslag Vidcom 1974*, Cannes 16-21 september.
- 7) Prognos-rapport: Een 2000 pagina's tellend survey over de toekomst van audiovisuele hard ware en soft ware, en voor eenieder verkrijgbaar voor het luttele bedrag van f 30.000,—. We hebben ons dan ook maar beholpen met een uiterst beknopte samenvatting in *Intermedia* nr. 2, 1973.
- 8) Lier, Frans van: 'Videonieuws', wekelijkse kolom in *Adformatie*, weekblad voor reclame en marketing, 7-2-1974.
- 9) Unesco Document Com/MD/20: *Proposals for an international programme of communication research*, Paris 1971.

REDACTIONELE MEDEZEGGENSCHAP IN 5 EUROPESE LANDEN

Persconcentratie, fusie, technische en redactionele samenwerking hebben niet alleen in Nederland de afgelopen jaren voor de nodige beroering gezorgd.

Er kan rustig gesproken worden van een crisis binnen met name de dagbladers. De oorzaken van financiële en technische aard even buiten beschouwing latend, kun je zeggen dat de ontwikkeling binnen de journalistieke professie in alle liberaal-kapitalistische landen geleid heeft tot een discussie over de maatschappelijke status, de rol en verantwoordelijkheden van de professionele informatieverschaffers. De tegenstelling tussen enerzijds de waarden van de heersende media-ideologie (denkbeelden over functie van en meest wenselijke organisatorische structuur voor de media) en de beperkingen die opgelegd worden door de beheers- en eigendomsverhoudingen binnen de pers, vormt daarbij de hoofdschotel.

Journalisten hebben zich bij de concentratieverschijnselen heel duidelijk zowel materiële als ideële slachtoffers gevoeld. Niet alleen werd hun werkgelegenheid bedreigd, ook werden zij in hun beroepsmotivatie aangetast, doordat hun arbeid louter werd gezien in het licht van produktiviteit en rendement.

Eén van de reacties op de tweeledige aantasting van de journalistieke status n.l. het streven naar redactionele medezeggenschap, vormt het onderwerp van een onder leiding van drs. F. Kempers en drs. J. Wieten aan het Instituut voor Perswetenschap in Amsterdam verricht vergelijkend onderzoek.

De werkgroep redactionele medezeggenschap, waaraan vijf doctoraalstudenten (V. Bartmans, A. van Dijk, A. Hofland, J. Spanjer, J. Tromp) meededen, begon haar werkzaamheden in het studiejaar 1972-73 en voltooide in juni 1974 een uit twee delen bestaand rapport. Het was de bedoeling er achter te komen hoe het begrip redactionele medezeggenschap is ontstaan, wat de inhoud precies is, wat er nagestreefd wordt, met welke middelen en welke de kans van slagen genoemd mag worden.

Hoewel de ontwikkelingen in ons eigen land centraal staan, zijn West-Duitsland, Frankrijk, Tsjechoslowakije en Joegoslavië ter vergelijking bestudeerd. De motivering van de samenstellers luidt: "Op West-Duitsland viel de keuze onder meer, omdat de persconcentratie in dat land heeft geleid tot een zeer sterke machtspositie van één concern (Springer). De Franse situatie is vooral interessant wegens het model van redactionele medezeggenschap dat is ontwikkeld bij Le Monde en de beweging die daaruit is voortgekomen. In Tsjecho-

slowakije werd in 1945 een persstelsel ingevoerd, waarin niet het economisch belang maar de publieke taak van de pers kon prevaleren. Joegoslavië tenslotte kon niet worden gemist in een onderzoek naar redactionele medezeggenschap, omdat in dat land ook de persondernemingen zijn georganiseerd op basis van de beginselen van het arbeiderszelfbestuur".

Het eerste gedeelte van het rapport besteedt per land aandacht aan enkele meer algemene problemen als:

- de concrete economische en politieke voorwaarden waaronder de pers functioneert;
- de media-ideologische waarden met betrekking tot de maatschappelijke functie van de pers;
- historische factoren die voor elk land specifiek zijn geweest voor de discussie over de status van journalisten;
- ervaringen opgedaan tijdens de tweede wereldoorlog met de "legale" pers en de invloed op latere ontwikkelingen.

En dan, waar het oorspronkelijk om begonnen was, een aantal aspecten van de redactionele medezeggenschap, een term die gehanteerd wordt voor zowel nagestreefde als reeds verwikkelijkte vormen van journalisteninvloed op één of meer aspecten van het beleid van persondernemingen. Dit omdat in de journalistiek deze term als zodanig is ingeburgerd.

Om terminologische verwarring te voorkomen zijn drie vormen van redactionele medezeggenschap gedefinieerd, die bij de conclusies verwerkt worden:

"Onder *inspraak* van de redactie in het redactionele en/of commerciële beleid verstaan wij die situatie waarin de redactie bij regeling in enigerlei vorm het recht heeft, gekend te worden in besluiten van, dan wel zijn mening kenbaar te maken aan, organen die bevoegd zijn tot beslissingen op redactioneel en/of commercieel terrein". De term *inspraak* slaat dus op situaties waarin de redactie geïnformeerd moet worden over bepaalde besluiten, zekere vormen van overleg zijn voorgeschreven, een recht van advies bestaat, voordrachten mogen worden gedaan, etc.

"Onder *medezeggenschap* van de redactie in het redactionele en/of commerciële beleid verstaan wij die situatie waarin de redactie participeert, in de daartoe bevoegde organen, in het voorbereiden, nemen en effectueren van besluiten betreffende het redactionele en/of commerciële beleid, dan wel kan verhinderen dat dergelijke besluiten worden genomen en/of geëffectueerd".

Medezeggenschap, in deze engere zin, omvat dus iedere vorm van participatie van de redactie in beslissingsorganen die minder inhoudt dan volledige zeggenschap, alsmede het recht van veto in enigerlei vorm.

"Onder *zeggenschap* van de redactie met betrekking tot het redactionele en/of commerciële beleid verstaan wij die situatie waarin de redactie een doorslaggevende invloed heeft op het voorbereiden,

nemen en effectueren van iedere beslissing betreffende het redactionele en/of commerciële beleid".

Zeggenschap van de redactie slaat dus op de situatie variërend van het beschikken over een gekwalificeerde meerderheid in beslissingsorganen op redactioneel en/of commercieel terrein tot absolute beslissingsbevoegdheid van de redactie op deze gebieden, onder uitsluiting van andere personen of groepen binnen de onderneming. In kort bestek volgen hieronder enige *algemene conclusies* van het rapport.

De ervaringen tijdens de tweede wereldoorlog opgedaan met de "legale" pers onder de nationaal-socialistische bezetting, leidde tot een principiële discussie over een herstructurering van de pers. Voor Joegoslavië moet op dit punt een uitzondering worden gemaakt aangezien een direct na de oorlog ingevoerde nieuwe structuur van het perswezen ter-discussie-stelling overbodig maakte. Voor de andere landen geldt als gemeenschappelijk kenmerk van de discussies dat door velen het stelsel van particuliere commerciële exploitatie van de pers werd opgevat als één van de belangrijkste oorzaken van het falen van de "legale" pers — dat dit stelsel daarom door een ander vervangen moest worden.

Daarvan is, althans in de drie onderzochte westerse landen in de praktijk niets terecht gekomen. Na een periode van zuivering al dan niet gevolgd of gepaard gaande met een vergunningstelsel voor het uitgeven van persorganen, zien we dat langzamerhand de vooroorlogse particuliere ondernemingsgewijze productie gerestaureerd wordt.

Een structurele hervorming is echter tot stand gebracht in de beide Oosteuropese landen. Het massacommunicatiesysteem in Joegoslavië is na de oorlog op geheel andere leest geschoeid. Voortaan golden de massamedia als publieke instellingen met een duidelijk omschreven taak: het opvoeden van de bevolking tot de communistische waarden en doelstellingen. Daarbij werden alle mogelijke controlemechanismen van partij en staat ingebouwd. Ook Tsjechoslowakije breekt met het vooroorlogse stelsel, ook daar geldt dat het uitgeven van persorganen moet worden gezien als een publieke dienstverlening, met als gevolg dat dit uitgeven wordt beperkt tot instellingen als partijen, vakbonden e.d. onder uitbanning van het winststreven. Na 1948 wordt de pers politiek gelijkgeschakeld, en het systeem van controlemechanismen daarop uitgebouwd.

Persconcentratie

Praten over herstructurering van de pers komt weer aan de orde als in de jaren zestig het verschijnsel persconcentratie grote vormen begint aan te nemen. In *Frankrijk* wordt dat praten vooral beïnvloed door wat er bij het blad *Le Monde* was gebeurd in de jaren vijftig. Uit een conflict tussen uitgevers en hoofdredacteur over de redac-

tionele lijn van de krant, waarbij de gehele redactie en ook lezers betrokken raakten, ontstond een "société des rédacteurs", die via aandelenbezit commerciële medezeggenschap verwierf binnen het bedrijf. Buiten medeweten en zonder toestemming van de redactie zou de krant in het vervolg niet meer kunnen worden verkocht aan een uitgever, wiens opvattingen onverenigbaar worden geacht met het redactionele karakter van het blad.

Dit streven naar commerciële medezeggenschap wordt niet gecompliceerd door een gelijkelijk streven naar redactionele medezeggenschap. De "comités des rédacteurs" hebben in principe slechts adviserende bevoegdheden.

In de door het succes bij Le Monde ontstane ideologie wordt ernaar gestreefd eventuele conflicten tussen eigenaren en redactie uit te bannen door een zodanige hervorming van de structuur van de pers, dat de belangentegenstelling tussen beide groepen wordt opgeheven en beide op grond van een gemeenschappelijke roeping meewerken aan de publieke informatieverschaffing.

Journalisten worden door aandelenbezit mede-eigenaren van de onderneming, maar anderzijds, nl. door invoering van "sociétés à lucrativité limitée", leidt dit tot een beperking van het winststreven. Kortom, de eigenaren worden gedwongen zich een beetje journalist te voelen, zoals de journalisten een bepaalde mate van medeverantwoordelijkheid dragen voor het commerciële beleid. De hoofdredacteur behoudt zijn traditionele taak: bewaken van de maatschappelijk-politieke oriëntatie van het blad, wel met inspraak van de redactie. In *Duitsland* is het veel meer dan in Frankrijk de concentratie in de pers die de gemoederen weer interesseert in vragen als: hoe kan de tendens tot concentratie worden tegengegaan. De Duitse journalisten lijken in tegenstelling tot hun Franse collega's juist geneigd te komen tot een "Kompetenzabgrenzung" tussen beide polen van de onderneming, d.w.z. zij streven naar een duidelijke afbakening van de gebieden waarop uitgever en redactie ieder hun eigen verantwoordelijkheid hebben.

De uitgever houdt de organisatorisch-commerciële verantwoordelijkheid, terwijl de redactie een relatieve (nadat de uitgever nl. de lijn van het blad heeft uitgestippeld) autonomie op redactioneel terrein. De "Deutsche Journalisten Union" en het "Deutsche Journalisten Verband" kunnen niet ontzegd worden voorstander te zijn van een zekere mate van redactionele autonomie; de laatste zonder enige aandacht voor niet-journalisten, de eerste ziet meer in "geschlossene Macht aller Werktätigen" als het om conflicten tussen kapitaal en loonarbeid in de onderneming gaat.

De hoofdredacteur neemt een tweeslachtige positie in de Duitse discussie in, is gebonden aan beide partijen. Acties om hieraan een einde te maken (benoeming en ontslag niet dan na goedkeuring door de redactie) wordt door de uitgevers krachtig van de hand gewezen. In *Nederland* spelen beide elementen, commerciële zowel als redac-

tionele invloed, een rol. Op commercieel terrein wil men inspraak in gevallen waarin het voortbestaan van de krant in het geding is, zoals bij fusies, een recht van veto wanneer er sprake is van wijziging in redactionele samenwerkingsverbanden en benoeming van een hoofd-redacteur.

De ondernemingsraad moet zich met alle andere vormen van beïnvloeding van het zakelijk beleid bezighouden. De nadruk ligt echter, net zoals bij de Duitse journalisten, op een duidelijke afbakening van bevoegdheden, teneinde aldus, binnen het kader van de bestaande eigendomsverhoudingen, een zo groot mogelijke mate van redactionele onafhankelijkheid te verwerven.

Het middel daartoe is het (hoofd)redactiestatuut, waarover net na afsluiting van dit rapport overeenstemming werd bereikt tussen de onderhandelingsdelegaties van organisaties van journalisten en uitgevers, resp. NVJ en NDP.

In *Joegoslavië* en *Tsjechoslowakije* heeft de positie van de journalisten en de manier waarop die geregeld is, niets met het verschijnsel persconcentratie in de westeuropese zin te maken.

Wat is er bereikt en wat wilde men eigenlijk? Droom en werkelijkheid in medezeggenschap

In *Duitsland* is er van de ooit eens gesuggereerde alternatieve organisatievormen bitter weinig gerealiseerd. Er zijn voorstellen geweest tot wijziging van de ondernemingsstructuur, bijvoorbeeld via omvorming tot een stichting. Een voorbeeld daarvan is de "Frankfurter Allgemeine Zeitung". Wildere ideeën als drukfabrieken lijken vooralsnog weinig kans op verwerkelijking te maken.

In enkele uitgeverijen zijn redactiestatuten van betrekkelijk beperkte reikwijdte aanvaard. *Frankrijk* spant, althans gemeten naar de mate waarin originaliteit, inventiviteit en praktische uitvoerbaarheid van alternatieve organisatievormen met elkaar verenigd zijn, voor westeuropese landen voor zover ze werden onderzocht, ongetwijfeld de kroon.

De Franse journalisten hopen dat de "sociétés des redacteurs" die bij *Le Monde* in ieder geval reële medezeggenschap heeft verwezenlijkt, het begin is van een ontwikkeling die moet uitlopen op de oprichting van een "Fondation nationale de l'information".

Dit is een stichting, met een goed gewaarborgde onafhankelijkheid, waaraan de overheid het nodige kapitaal zou moeten geven om persorganen te kunnen uitgeven. De situatie in *Frankrijk* is nu zo, dat er hoe langer hoe meer "sociétés des redacteurs" ontstaan, die echter, niet zoals bij *Le Monde*, meer zeggenschap claimen op redactioneel terrein.

In *Nederland* is men, zoals het tweede deel van het rapport duidelijk laat zien aan de hand van een in 1923 en '24 gevoerde discussie over medezeggenschap (wanneer tenminste het redactiestatuut heelhuids

door de beide verenigingen NVJ en NDP komt, en verplicht in de CAO wordt opgenomen) precies vijftig jaar bezig geweest om enigerlei vorm van medezeggenschap voor journalisten te realiseren. Die medezeggenschap door middel van een statuut komt in concreto hier op neer:

- bij structuurwijzigingen krijgt de redactie — via de door haar gekozen redactieraad — inspraak, de hoofdredactie medezeggenschap;
- bij de benoeming van een hoofdredacteur of bij wijziging in het karakter van de krant krijgen de journalisten enige medezeggenschap, dwz. het advies van de redactieraad is niet geheel vrijblijvend;
- de hoofdredactie heeft zeggenschap over de redactionele inhoud van een dagblad.

Radicalere voorstellen tot invoering van drukfabrieken maken geen schijn van kans op zelfs maar een begin van uitvoering.

Joegoslavië zowel als *Tsjechoslowakije* bieden voorbeelden van een werkelijkheid geworden alternatieve structuur. Dat geldt voor de individuele onderneming, maar ook voor het persbestel als geheel.

In *Tsjechoslowakije* kan de huidige situatie als volgt worden omschreven: het winstmotief is sinds 1945 uitgebannen; de pers is een instelling die publieke diensten verleend. Daarbij komt de restrictieve bepaling (uit 1948) dat de primaire taak is de socialistische samenleving te dienen. Publieke instellingen geven derhalve persorganen uit. Journalisten hebben nauwelijks enige invloed op commerciële of redactionele aspecten van het beleid. Dat wordt door een politiek-ideologisch basisprogramma dat de identiteit van ieder persorgaan vastlegt, feitelijk onmogelijk gemaakt. Wel bestaan er bepaalde inspraakrechten ten aanzien van de uitvoering van het redactionele beleid, en de uitgever kan redactieraden zelfs vormen van medezeggenschap verlenen. De bond van journalisten heeft de taak de ideologische belangen van pers en van haar leden te verdedigen, en heeft daartoe een recht van inspraak bij de uitgevers.

Joegoslavië kent, als enige van de in dit rapport bestudeerde landen een officieel gesanctioneerd systeem van werknemersbeheer van zowel ondernemingen als overige massamedia. Ondernemingen moeten volgens de heersende ideologie, waarin zij fungeren ten behoeve van informatieverbreding, uitwisseling van meningen en leveren van kritiek en derhalve een relatief autonome positie moeten hebben, financieel op eigen benen staan.

Massamedia zijn arbeidersorganisaties en derhalve is het beheer een zaak van werknemerscollectieven.

Binnen elke onderneming hebben de centrale organen van het arbeiderszelfbestuur (raad, beheerscomité en directeur) het recht om verstrekkende besluiten te nemen. Deze besluiten beïnvloeden de financiële en organisatorische mogelijkheden en verhoudingen van

de binnen die onderneming werkzame redactie(s). Voor het overige werken de redactie(s) als relatief autonome en intern vrij democratisch gestructureerde "arbeidseenheden". "Relatief" slaat op het feit, dat de redactionele autonomie ook nog beperkt wordt door de bevoegdheden die de "oprichter" en de "uitgeversraad" inzake de vastlegging van de doelstelling van de onderneming hebben. Het standskarakter — zo typerend voor een groot deel van het streven naar redactionele medezeggenschap in de westeuropese landen — ontbreekt in de regeling van de posities van de Joegoslavische redacties. Daarentegen wordt in het Joegoslavische model duidelijk erkend, dat de materiële positie van de niet-journalistieke werknemers even nauw verbonden is met de bedrijfseconomische resultaten van de onderneming als die der journalisten.

Alle categorieën werknemers participeren in het ondernemingsbeleid als geheel en daarmee indirect dan wel direct in het redactionele beleid.

RADIO-ONTKOPPELING: KIEZEN TUSSEN ZUILEN EN ZENDERS

De omroep in Hilversum gaat de radiozendentijd uitbreiden. De manier waarop dat zijn beslag zal krijgen, is in zekere zin bepalend voor de toekomst van de Nederlandse radio. Want het gaat dit keer niet om een beperkte uitbreiding van de reeds bestaande programma's, maar om de geleidelijke opzet van een geheel nieuw vierde programma, naast Hilversum I, II en III. Dat vereist een min of meer principiële discussie over de bestemming die dit nieuwe programma moet krijgen. Maandenlang is er in besloten kring over gesproken; binnenkort zal de omroep-gezamenlijkheid tot een definitieve uitspraak moeten komen.

Voor het zover is, kan het geen kwaad om een breder publiek wat meer inzicht te geven. Dat zal niet eenvoudig zijn. De hele gedachte-wisseling staat stijf van het omroepjargon. "Radiozenderontkoppeling", het is de negen-lettergrepige kolos, die vele redacties van zinnige bladen heeft doen besluiten dat hun lezersbestand daar niet tegen opgewassen kon zijn. Vrije-tijdsbestuurders in de omroep, die straks de besluiten moeten fiatteren, hebben het hoofd vaak al ontmoedigd in de schoot gelegd en zelfs minister Van Doorn heeft zich wel eens laten ontvallen, dat hij "dit soort bêta-achtige affaires" graag aan de deskundigen overlaat. Toch scheppen die deskundigen uitsluitend technische randvoorwaarden, waarop volstreekte analfabeten op het gebied van stralingdiagrammen en kristalontvangers binnenkort hun beleid gaan baseren. Voor de luisteraar die er praktisch achter elke bewindsman, bestuurder of lezer schuil gaat, telt over enige tijd vooral het signaal dat zijn ontvanger verlaat. Daarom lijkt elk verlamdend defaultisme misplaatst.

"Radiozenderontkoppeling" is alleen maar een woord. Het geeft aan dat het mogelijk is om programma's die nu nog zowel via de middengolf als via de FM-band te beluisteren zijn, ook uitsluitend over de middengolf of alleen maar via FM uit te zenden. Daardoor kun je van één programma, twee programma's maken. Technisch is dat al jaren lang mogelijk, maar zolang nog te weinig mensen een dure FM-ontvanger bezaten, heeft de omroep ze steeds 'dubbel' bediend. Inmiddels heeft een overgrote meerderheid van de bevolking FM en is het derhalve mogelijk geworden om een doelmatiger gebruik te gaan maken van het beschikbare zenderareaal. Dat is het hele eieren eten. Binnenkort heeft ons land niet alleen de beschikking over drie landelijke FM-netten, maar ook over drie — tamelijke krachtige — middengolfzenders, die alleen 's avonds en 's nachts veel hinder ondervinden van sterke buitenlandse stations. Daarom wil de omroep

voorlopig alleen overdag gaan 'ontkoppelen'. Verder zal het vrij algemeen bekend zijn dat FM-toestellen wel stereo bieden en middengolfapparaten niet, terwijl de FM het nadeel biedt dat ze nog weinig toepassing vindt in draagbare transistors en autoradio's. Niet omdat het niet al zou kunnen, maar vooral omdat het nog vrij prijzig is.

Het mag geen wonder heten dat de omroep gekozen heeft voor uitbreiding van de radiozendtijd door middel van die zogenaamde zenderontkoppeling. Immers, Hilversum III was al 24 uur per etmaal in de lucht, Hilversum I en II konden alleen nog in de dun bevolkte nachturen verruimd worden en de bouw van hele nieuwe zendinstallaties is een kostbare aangelegenheid.

Er bestonden voor de omroep afgelopen zomer twee aanleidingen om een uitbreiding van de radiozendtijd te overwegen. De onderhandelingspositie van Nederland op de internationale conferentie, waar de middengolf lengten voor de komende 25 jaar worden verdeeld, zou worden versterkt als we onze zenders zouden ontkoppelen, omdat de huidige toestand eerder van verkwisting blijk gaf dan van een onduurbare onderbedeling.

Dit argument heeft inmiddels aan betekenis ingeboet. Veel belangrijker was de groei van de TROS, die — met een gelijkblijvende zendtijd — tot gevolg zou hebben, dat de reeds bestaande A-omroepen nog verder in het nauw zouden geraken. Vooral voor de VARA, de KRO en de NCRV was het moeilijk te verteren, dat zij hun programma-pakket — met name op Hilversum I en II — sinds 1967 zo zeer hadden zien slinken. Wat bleef er over van het vermaarde pluriforme bestel, zo luidde de redenering, als de meest gezichtsbepalende omroepen steeds minder tijd overhielden om zich duidelijk te profileren?

Het is duidelijk dat de VPRO, op straffe van totale zelfverloochening, niet bereid was deze zienswijze te onderschrijven. Maar even helder is, dat de VPRO de dienst niet uitmaakt in het Gooise. Wel vroeg men zich daar heimelijk af of het verstandig was — om zonder voldoende kijk op de financieringsvooruitzichten en de wensen van het radiopubliek — de zendtijd vrij aanzienlijk uit te gaan breiden, sinds bekend was dat het aandeel van Hilversum I en II in het totale luistervolume — tussen 1965 en 1974 — met 20% gedaald was. Te meer daar de belangstelling voor de radio in zijn geheel min of meer constant gebleven was.

De hele kwestie van de ontkoppeling is te herleiden tot een waanzinnig verdelingsprobleem. Tientallen zendgemachtigden, talloze soorten programma's en vier zenders; hoe maak je het daarbij iedereen naar de zin? Dat lukt alleen als je het met elkaar eens kan worden over de distributiecriteriën. Daarvoor is het noodzakelijk dat men terug kan vallen op een programma-filosofie die door iedereen gedeeld wordt. Aan deze vitale voorwaarde wordt in het Hilversumse compromis-bestel niet voldaan. In grote lijnen zijn er twee visies:

de zuilenvisie

Luisteraars stellen het op prijs om zich te laten stichten door een omroep, die zoveel mogelijk zaken vanuit hun eigen levensbeschouwelijke gezichtshoek benadert. Die levensbeschouwing klinkt niet alleen door in de informatieve uitzendingen, maar als het goed is evenzeer in de muziekkeuze, de amusementsprogramma's en via de eigen schoolradio. Daarom is het van belang dat de favoriete omroep makkelijk te vinden is en over zoveel mogelijk aaneengesloten zendtijd beschikt. De autonomie van de zuilen moet zo min mogelijk aangetast worden door gezamenlijke afspraken, want daardoor gaat het eigen gezicht van de zuilen teloor.

de zendervisie

De verzuiling loopt op zijn laatste benen. De zuilen vormen voor de luisteraars geen relevant referentiekader meer. Een aanzienlijk aantal programma's leent zich niet voor een levensbeschouwelijke benadering. Of de popmuziek door de VARA of de KRO gebracht wordt, zal de luisteraar een zorg zijn. Daarom leidt meer zendtijd niet langer tot betere profilering van de verschillende identiteiten. De luisteraars zoeken niet meer naar bepaalde omroepen maar vertrouwen erop dat ze voor hun informatie op de ene zender terecht kunnen en voor hun favoriete muziek op een andere zender. Alles liefst op vaste tijdstippen. Zenders die volledige programma's brengen — dan weer informatie, dan weer cultuur, dan weer sport en dan weer cultuur — werken de verwarring in de hand. Daarom moeten er categorale zenders komen, waarvan je bij voorbaat weet wat je krijgt: klassieke muziek op de ene, popmuziek op de andere, educatie op een derde zender etc. Omroepen moeten in deze visie hun eigen gezicht ondergeschikt maken aan dat van de zender.

De KRO, de NCRV, de VARA en de EO hellen nog steeds duidelijk over naar de 'zuilenvisie' en ook minister Van Doorn heeft daar geen moeite mee; de NOS, de AVRO en de VPRO neigen meer naar de 'zendervisie'. Dat kan nooit goed gaan en dat doet het dan ook niet. Het compromis ligt voor de hand: Hilversum I en II blijven voorlopig ouderwetse 'huiszenders' met familiale programma's: voor elk wat wils, en de categorale zenders blijven voorlopig beperkt tot die programma's, waar met een minimum aan financiën een maximum aan publiek uit gesleept kan worden: overwegend popmuziek of makkelijk beluisterbare klassieken. Over sociale zenders of politieke zenders behoeft voorlopig niet gedacht te worden; de educatieve zender is — in afwachting van de commissie Open School — op de lange baan geschoven.

Als het hierboven geschetste compromis in de toekomst geëffectueerd wordt, is de veronderstelling misschien op zijn plaats, dat de luisterdichtheid van Hilversum I en II, voor zover dat mogelijk is, nog verder zal afnemen. Zéker is dat de wettelijk voorgeschreven redelijke verhouding tussen de educatieve, informatieve, culturele en verstrooiende

programma-elementen nog moeilijker gehandhaafd kan worden. Hilversum III verstrooit dagelijks 24 uur, een nieuwe zender met veel klassiek muziek zal al gauw 6 uur verstrooiing brengen en ook op de beide familiale zenders zal men de muzikale verbindingen niet kunnen missen. Als we daar elk nog eens drie uur voor rekenen, zal de radio voor meer dan de helft verstrooiing brengen en dat moet de minister van CRM — met een melige woordspeling — een doorn in het oog zijn. Vooral omdat amusementsprogramma's verhoudingsgewijs toch al een veel breder publiek bereiken dan de zwaardere programma's. Hilversum III neemt op het ogenblik 3/4 van de luisteraars voor zijn rekening.

Bij een praktische doordinking van verschillende ontkoppeling-alternatieven, gaat het er steeds om of men vast kan stellen of het ene nadeel groter is dan het andere. Want Hilversum I en II worden nu nog ongeveer voor de helft via de middengolf en voor de andere helft via de FM-band beluisterd. Ontkoppeling van één van beide, of van beide programma's leidt dus steeds tot verlies van de helft van het luisteraarspotentieel. Uit andere gegevens zijn nauwelijks conclusies te trekken. De piratenzenders zonden uitsluitend via de middengolf uit, terwijl Hilversum III voor 3/4 via de FM beluisterd wordt. Er zijn 'deskundigen' die menen dat je Hilversum moet ontkoppelen, omdat de groep luisteraars, die daar niet door gehinderd wordt toch nog aanzienlijk genoeg blijft, tegenover andere 'experts' die vinden dat je het beste Hilversum I of II kunt ontkoppelen, omdat daar toch nog maar zeer weinig mensen op afstemmen.

Maar de grootste tragiek is, dat er nog allerlei ongewisse factoren in het spel zijn. Wat vindt het publiek er van? Hoeveel geld komt er beschikbaar? Moeten de kleine zendgemachtigden ook meedoen op de ontkoppelde programma's, die dus uitsluitend óf via de middengolf óf via de FM te bereiken zijn? Wat doe je met de muziek? Sluit je de stereoliefhebbers uit, of de automobilisten? Moeten de luisteraars zich tot ware frequentiemaniakken ontwikkelen, die voortdurend de schaal van de radio afzoeken om het spoor niet bijster te raken? Vragen te over.

Het is niet voorzienbaar dat de ontkoppelingvariant die binnenkort gekozen gaat worden, enige betekenis zal hebben voor een beleid op langere termijn. Dat kan alleen als zowel de afnemende verzuiling, als de toenemende vertrouwen effectief te lijf worden gegaan. Zo iets ziet er, mede gezien de concept-nota voor een nieuw mediabeleid van minister Van Doorn, voorlopig niet in. Zowel aan de maximaal geprofileerde zenders als aan de maximaal geprofileerde omroepen kleven nadelen, aan de tweede meer dan aan de eerste. Omroep-identiteiten hebben voor het merendeel van de radioconsumenten geen zin meer; zender-identiteiten bevoorrecht steeds die categorale zenders die het minste van de luisterklant vragen, maar die

ook het minste met hem vóór hebben. Vanuit een vormingsbehoefte is dat jammer; wie de mediagebruikers als volwassen mensen ziet, die zelf wel bepalen waar ze de meeste behoefte aan hebben, zal daar anders over denken.

Misschien is die vrije keuze schijn. Als men de radio bewust als verpozingsmiddel gebruikt, is daar geen enkel redelijk bezwaar tegen in te brengen. Neemt de luisteraar zijn toevlucht tot de verstrooiing, omdat allerlei informatieve en educatieve programma's hem boven de pet gaan, dan doen de omroepen het fout. Dat laatste zal wel het geval zijn. Steeds meer onderzoek bevestigt het vermoeden dat de reportages van kamerdebatten, loononderhandelingen en acties voor de derde wereld, op geen enkele manier appeleren aan de verwerkingsmogelijkheden van een meerderheid van de luisteraars.

Beter dan vast te houden aan allerlei overleefde zuilenhobbies, zou de radio zijn energie moeten richten op een verkleining van de mogelijkheden in kennisverwerving in een maatschappelijke setting die de ongelijkheid tussen de mensen vaak eerder groter dan kleiner maakt. Een bestel dat de toegankelijkheid van zijn programma's tot uitgangspunt neemt, in plaats van de conservering van hartverwarmende levensvisies, is nog een eind van ons verwijderd. Maar de huisbakken huiszenders gaan wel hun laatste jaren tegemoet. Tenzij ze mogen blijven uitzenden, als er niemand meer luistert.

Aanvulling op het overzicht van studiemogelijkheden (zie: Massacommunicatie, 1974, jrg. 2, no 4, zomer, pag. 228-243).

Door een vergissing is deze tekst in genoemd zomernummer weggevalen. Hij sluit aan op de tekst van pag. 237.

Landbouwhogeschool Wageningen

Vakgroep Voorlichtingskunde, "De Leeuwenborch", Hollandseweg 1, Wageningen.

Leeropdracht: Voorlichtingskunde (prof. dr. ir. A. W. van den Ban).

Voorlichtingskunde komt als verplicht onderdeel voor bij sommige kandidaatsstudies, maar kan daarnaast ook vrij worden gekozen. In de doctoraalstudie (ingenieursstudie) komt voorlichtingskunde voor als 3-, 6- of verzaard 9-maands vak, naar keuze van de student. Het onderdeel kan worden afgerond met een onderzoek of scriptie.

Thema's van de colleges, seminars en praktika: inleiding tot de voorlichtingskunde, beïnvloeding van het menselijk gedrag, planmatige kennisoverdracht, massacommunicatie, schriftelijke voorlichting, communicatie en besluitvormingsprocessen, opstellen van een voorlichtingsprogramma, gespreksvoering en gesprekstaining in de voorlichting.

Staf: prof. dr. ir. A. W. van den Ban, dr. ir. N. G. Röling, drs. F. R. Oomkes, Ir. A. J. M. Corten, drs. C. M. J. van Woerkum.

Rijksuniversiteit Utrecht

Werkgroep Massacommunicatie, Boothstraat 6, Utrecht.

Leeropdracht: Leer der massacommunicatie (dr. A. van der Meiden, docent).

Het vak komt voor als bijvak of onderdeel van een bijvak voor doctoraal examens.

Thema's van colleges en werkgroepen: algemene inleiding in de massacommunicatie, vrije meningsuiting, openbaar bestuur, mensbeeld en reclame, persconcentraties, public relations.

Staf: dr. A. van der Meiden (docent), drs. G. de Bruyn (privaat-docent Publiciteitsleer).

ONDERZOEKSVERSLAG

DE REGIONALE OMROEPEN *)

Begin 1973 werd door de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS een onderzoek gehouden, waarvan de gegevens een bijdrage zouden kunnen leveren aan de discussie rond de problematiek van de regionale omroep. Het onderzoek werd uitgevoerd onder de volgende 3 steekproeven van de bevolking van 12 jaar en ouder:

- a. een landelijk representatieve steekproef (n=1527),
- b. een steekproef, representatief voor de bevolking van de provincie Groningen van 12 jaar en ouder (n=738),
- c. een steekproef, representatief voor de bevolking van de provincie Limburg van 12 jaar en ouder (n=703).

In dit onderzoek werden aan de respondenten woonachtig in de drie noordelijke en twee oostelijke provincies o.a. een aantal vragen m.b.t. de RONO, en aan de respondenten woonachtig in Limburg o.a. een aantal vragen m.b.t. de ROZ voorgelegd.

In het eerste rapport, dat medio november 1973 n.a.v. dit onderzoek gepubliceerd werd, wordt achtereenvolgens ingegaan op het potentiële bereik van RONO en ROZ, de beluistering van beide regionale zenders in totaal, per tijdsperiode en per programma, en op enige bestaande meningen ta.v. de regionale omroep.

Enkele van de belangrijkste conclusies uit dit eerste rapport zijn:

1. Meer dan 75% van de ondervraagden in de resp. verzorgingsgebieden van RONO en ROZ zijn op de hoogte van het bestaan van deze omroepen.
2. In de drie noordelijke provin-

cies en Limburg geeft ca. 75% van de respondenten te kennen de programma's van de RONO/ROZ te kunnen ontvangen. In de provincies Overijssel en Gelderland bedraagt dit percentage ca. 50%. Dit laatste hoeft niet te betekenen dat de feitelijke ontvangstmogelijkheid van de RONO in de oostelijke regio in die mate geringer zou zijn dan in de drie noordelijke provincies; wel is de onbekendheid met de ontvangstmogelijkheid aanzienlijk groter (21% versus 7%).

3. Op de vraag "luistert u wel eens naar de RONO/ROZ" gaf in de drie noordelijke provincies 50% een bevestigend antwoord, in het oosten 28% en in Limburg 55%. De overige ondervraagden gaven te kennen óf nooit te luisteren, óf de RONO/ROZ niet te kennen óf nooit naar de radio te luisteren.

4. De gemiddelde netto-luisterfrequentie, m.a.w. de luisterfrequentie van hen, die te kennen gaven wel eens naar de regionale omroep te luisteren, bedroeg in Limburg 2.5 dagen per week, in Groningen 2.6, in de drie noordelijke provincies tezamen 2.3 en in de twee oostelijke provincies gemiddeld 2.0 dagen per week.

Zowel in het noorden als in Limburg verklaarde ongeveer een kwart van de ondervraagden de afgelopen week wel eens naar de regionale omroep te hebben geluisterd. In Overijssel en Gelderland had ca. 1 op de 10 ondervraagden de afgelopen week geluisterd.

Het aantal luisteraars, dat gemiddeld per dag korter of langer

naar de regionale omroep luistert, bedroeg in het Noorden en Limburg ca. 10% en in Overijssel en Gelderland 4%.

De luisterdichtheid van de regionale omroepen in de noordelijke provincies en in Limburg is op de meeste tijdstippen beduidend hoger dan die van enig ander programma dat op hetzelfde moment wordt uitgezonden.

In het tweede rapport, dat werd gepubliceerd in oktober 1974 wordt ingegaan op het publiek van de regionale omroepen. Afzonderlijke hoofdstukken worden gewijd aan het kumulative bereik van de regionale omroep, het gemiddelde luisterbereik per dag en de publieksamenstelling. Het rapport is voorzien van een uitvoerige tabellenbijlage.

In dit tweede rapport wordt uitgegaan van het publiek dat te kennen gaf wel eens naar de programma's van de regionale omroep te luisteren. Dit wordt genoemd het "kumulatief bereik". Deze groep vormt het potentiële luisteraarspubliek van de regionale omroepen, waaruit het publiek van dag tot dag wordt gerekruteerd.

In dit tweede deel wordt via twee ingangen een profiel geschetst van

het publiek van de RONO in de provincie Groningen en de ROZ in de provincie Limburg.

a. Een belangstellingsprofiel

Bij deze analyse is uitgegaan van de verschillende te onderscheiden sub-groepen in het luisterpubliek, waarna werd vastgesteld in hoeverre het gemiddelde dagelijkse bereik van de Regionale Omroep bij deze groepen als relatief hoog, laag of "normaal" kon worden beschouwd.

b. Een publieksprofiel

Voor deze analyse vormde het publiek dat dagelijks door de regionale omroep wordt bereikt het uitgangspunt. Dit publiek werd vervolgens beschreven naar zijn samenstelling voor een groot aantal kenmerken.

Het verschil tussen beide analyses ligt in het feit dat in het eerste geval de verschillende subgroepen op 100% zijn gesteld, en in het tweede geval het publiek in zijn totaliteit. De gegevens van de regio noord en oost werden niet in deze analyse betrokken, omdat de resp. deeltsteekproeven daarvoor te klein werden geacht (165, resp. 302).

Drs. A. M. Overste

**) De Regionale Omroepen I: beluistering, waardering, opinies (november '73) en De Regionale Omroepen II: profiel van het luisterpubliek (oktober '74) - NOS, Afdeling Kijk- en Luisteronderzoek. Samenstelling: Drs. P. M. Hendriksen.*

KRONIEK

GEVOLGEN VAN PERSCONCENTRATIE VOOR JOURNALISTEN

Het Instituut voor Perswetenschap (Seminarium voor de Leer der Communicatiemiddelen) aan de Universiteit van Amsterdam verricht met medewerking van N.V.J., N.D.P. en NOTU een onderzoek onder Nederlandse journalisten naar hun ervaringen met en opinies over persconcentratie, medezeggenschap en redactiestatuut. Van de deze zomer verstuurd 4000 enquêteformulieren zijn er inmiddels 1000 terug ontvangen, die voor 95,6% betrekking hebben op N.V.J.-leden. Enige voorlopige resultaten zijn ondertussen bekend.

Van de respondenten had 44% persoonlijk een of meer gevallen van persconcentratie meegemaakt. Voor bijna één op de tien journalisten resulteerde dit in een directe beëindiging van het dienstverband. Binnen twee jaar na de concentratie gingen nog eens 42 journalisten weg en na meer dan twee jaar 20. In 108 gevallen was er sprake van vrijwillig ontslag, in 35 gevallen van onvrijwillig.

Voor degenen met wie het dienstverband voortgezet is, lijken de gevolgen voor de arbeidsvoorwaarden klein geweest. Wat betreft promotiekansen, onkostenvergoedingen en secundaire voorwaarden veranderde de situatie niet. En wat betreft salaris en pensioen was er voor velen zelfs een verandering ten goede. In iets meer dan een kwart van de gevallen was er wel verandering van functie, in 54 gevallen niet-vrijwillig.

De samenstelling en de werkwijze van de redactie blijkt naar de mening van 60% der respondenten wel veranderd. Verslechtering wordt gekonstateerd door bijna 33% der respondenten en verbetering door

iets meer dan 21%. Bovendien menen ruim 31% van de betreffende journalisten dat de positie van de hoofdredactie tegenover de directie zwakker is geworden. 11,4% ziet daarentegen een versterking. Ook in de verdeling van de werktijd is ten gevolge van concentraties nogal wat veranderd. Organisatorische en administratieve bezigheden vragen volgens 58,5% van de respondenten meer tijd. En naar het oordeel van 46,6% wordt er ook meer tijd uitgetrokken voor leidinggevende bezigheden.

Over persconcentratie, redactiestatuut en medezeggenschap zijn, in afwijking van het voorgaande, vragen gesteld aan alle journalisten. Uit de voorlopige resultaten blijkt dat van degenen die zelf betrokken zijn geweest bij een persconcentratie 38,6% kostenstijgingen en 27,5% het winststreven van de ondernemingen als oorzaak van de concentraties zien. Van degenen die geen persconcentratie heeft meegemaakt meent 32,7% dat winststreven de oorzaak is en 32% de kostenstijgingen.

De persconcentratie kan door de overheid tegengegaan worden, vindt meer dan de helft van de respondenten, door verbetering van het economisch klimaat (faciliteiten op belastingsgebied, verlaging van de posttarieven e.d.). Het creëren van een niet-commerciële pers naast de huidige wordt door 10% als oplossing gesuggereerd.

Over het al of niet zelfstandig voortbestaan van een blad behoort volgens 33% van de journalisten beslist te worden door eigenaren en/of directie. Daarentegen meent 22,9% dat deze beslissing thuis hoort bij het voltallig personeel,

13,1% denkt deze beslissing toe aan de ondernemingsraad en 13% aan de voltallige redactie. Over het geestelijk eigendom van een blad bestaat minder verdeeldheid. 76% vindt dat dit berust bij de redactie. Voorts worden nog genoemd: lezers (16,9%), voltallig personeel (14,9%) en eigenaren/directie (8,5%).

De vraag werd ook gesteld, welke personen of instellingen invloed behoren te hebben op de redactionele koers en journalistieke aard van een blad. Op deze vraag was een meervoudig antwoord mogelijk. Genoemd worden: hoofdredactie (64,7%), plenaire vergadering van redactieleden (60,1%), redactieraad (58,9%), lezers (35,8%), directie (16,4%), voltallig personeel (9,3%) en ondernemingsraad (7,5%). Uitsplitsing naar functie blijkt dat eige-

naren/directie relatief vaak worden genoemd door hoofdredacteuren en adjunct-hoofdredacteuren en door respondenten met niet-journalistieke functies (resp. 36,1 en 30,5 procent). Van de respondenten vindt 85,4% dat er overal een redactiestatuut ingevoerd moet worden. Van ieder tien journalisten vinden er 8 à 9 dat in zo'n redactiestatuut in ieder geval zaken als identiteit van het blad, benoeming en ontslag van de hoofdredacteur en redactionele structuurwijzigingen geregeld moeten worden. Van ieder tien vinden er 5 à 6 dat de beslissing over het voortbestaan van het blad en de aanstelling en het ontslag van overig redactioneel personeel opgenomen moeten worden.

Bron: persbericht IPW

COMMUNICATIEWETENSCHAP: TOEKOMST VAN ONDERWIJS EN BEROEP

Onder deze titel organiseerde het Interacademiaal Overleg Communicatiewetenschappen (I.O.C.) op 18 december 1974 een studiedag over opleiding en onderwijs in de communicatiewetenschap, die plaats vond in Utrecht.

In zijn openingswoord wees de voorzitter van het I.O.C., dr. J. G. Stappers, op de achterstand en achterstelling van de communicatiewetenschap in ons land in vergelijking met het buitenland. Deze situatie is des te problematischer omdat de maatschappelijke ontwikkelingen op het terrein van de communicatie zich in een stroomverveling bevinden. Het is noodzakelijk op de maatschappelijke behoefte aan inzicht in communicatieverschijnselen in te gaan door het uitbouwen van het onderwijs op dit gebied en dan vooral, maar niet alleen, het universitaire onderwijs.

De eerste inleider, dr. C. P. M. van der Haak, hoofd afdeling studie en

documentatie van de NOS, inventariseerde de behoefte aan communicatiewetenschappers vanuit de vragen en problemen die zich voordoen met betrekking tot het functioneren van de massacommunicatie en niet vanuit de arbeidsmarkt. In dezelfde lijn stelde hij dat de opleiding in de communicatiewetenschap probleemgericht moet zijn, georiënteerd op de praktijk en verbonden met het beleid.

De tweede inleider, prof. dr. W. B. Lerg, hoogleraar te Münster, gaf een brede schets van de voorwaarden waaraan de opleiding in de communicatiewetenschap zou moeten voldoen. Deze zijn onder te brengen onder de hoofden exploratie, analyse en ontwerp. Deze voorwaarden moeten binnen de opleiding gerealiseerd worden als kennisoverdracht, methodologische scholing en praktijkervaring. Aandacht moet ook besteed worden aan het ontwikkelen van een beroepshouding.

Na deze inleidingen volgden enkele korte uiteenzettingen waarin afzonderlijke punten belicht werden door deelnemers. Dr. E. Diemer sprak over het belang van goed gepland onderzoek voor het beleid; prof. L. Boone behandelde in een ironisch

betoog de beoefening van wetenschap en beroep in België; drs. H. Hoekstra stelde het onderwerp communicatietraining aan de orde. De bijeenkomst werd besloten met een discussie.

Smets

STUDIEBIJEENKOMST VAN DE SOM TE UTRECHT

Op uitnodiging van de Stichting Onderzoek Massacommunicatie kwam op maandag 21 oktober 1974 een groep van 38 Nederlandse onderzoekers op het terrein van de massacommunicatie bijeen te Utrecht. Doel van de bijeenkomst was een inleidende bespreking over een nota die was gepresenteerd door de SOM-projectgroep 25. Deze groep werkte in de volgende samenstelling: prof. dr. G. M. van Veldhoven (Tilburg), dr. J. G. Stappers (Nijmegen) en drs. P. E. V. de Bruin (Eindhoven). In de betreffende nota wordt een referentiemodel ontwikkeld voor massacommunicatief onderzoek dat tevens zou kunnen dienen als een inventarisatieschema en als basis voor het coördineren van projecten en het integreren van onderzoeksresultaten. Aangezien het model zich zowel richt op onderzoek van meer fundamentele aard

alsook open staat naar onderzoek dat meer gericht is op beleid en praktijk, was het interessant dat onder de deelnemers medewerkers waren van universiteiten, overheid, bureaus, instellingen en bedrijven. Ter vergadering werd algemeen besloten het gepresenteerde model als een eerste gespreksbasis te aksepteren. De aanwezigen verklaarden zich bereid aan de projectgroep een rapport te verstrekken over hun lopend en voltooid onderzoek en inzicht te geven in het onderzoek dat ze algemeen van belang achten en zelf zouden willen uitvoeren. De resultaten van deze inspanningen, die bovendien rapportage in termen van het model omvatten, zullen onderwerp van gesprek zijn op een tweede vergadering in het voorjaar van 1975.

Smets

AUTEURSRAAD VOOR HET REPRODUKTIERECHT

Op 1 juli 1974 werd een wijziging van de Auteurswet 1912 van kracht, op grond waarvan in bijna alle gevallen een "billijke vergoeding" betaald dient te worden voor het maken van kopieën uit auteursrechtelijk beschermd werk. De auteurs- en uitgeversorganisaties dragen ter uitvoering van deze wet het incasseren op aan een zg. Centraal Orgaan. Auteurs en uitgevers worden via een georganiseerde belangenbehartiging vertegenwoordigd in dit orgaan. De Auteursraad voor het Reproductie-

recht treedt op als gesprekspartner van de uitgeversorganisaties.

De schrijvers van wie massaal werk wordt gekopieerd — de wetenschappelijke en educatieve auteurs — zijn voor wat hun auteursrechtelijke positie betreft niet georganiseerd. Binnen de Auteursraad zijn met dat doel opgericht de Groep Wetenschappelijke Auteurs en de Groep Educatieve Auteurs. Het adres van de Auteursraad is: Marius Bauerstraat 30, Amsterdam 1017.

Bron: persbericht

BOEKBESPREKINGEN

S. Feshbach and R. D. Singer, TELEVISION AND AGRESSION. An experimental field study; uitg.: Jossey-Bass Inc., San Francisco, 1971, 186 pp.

Feshbach heeft al eerder van zich doen horen als een verdediger van het standpunt dat de vertoning van geweld op de beeldbuis (althans van het geweld dat in **fictionele** programma's vertoond wordt) geen negatieve effecten heeft op het gedrag van de (jeugdige) kijkers, maar eerder moet gewaardeerd worden als een middel dat de kijkers in staat stelt zijn agressieve neigingen af te reageren of althans te beheersen. In de omvangrijke publicatie (vijf delen!) van het "Report of the Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior: **Television and Social Learning**, Washington 1972 (over het mogelijke effect van de tv-programma's met een geweldadige inhoud) komt o.a. een vergelijkend overzicht voor van achttien afzonderlijke onderzoeksrapporten. In zestien daarvan komt men tot de conclusie dat het kijken, vooral van jeugdige personen, naar tv-programma's met veel geweld het agressief en gewelddadig gedrag van deze kijkers doet toenemen. In slechts twee van deze onderzoeken was de conclusie dat het effect eerder een vermindering van agressief gedrag inhield. En deze twee onderzoeken waren uitgevoerd door Feshbach.

In het onderhavige boek, dat eveneens een verslag inhoudt van een experimenteel onderzoek, proberen Feshbach en Singer nog meer argumenten naar voren te brengen voor hun nogal revolutionair klinkende stelling dat het geweld op de beeldbuis eerder kathartisch dan mimetisch werkt. Aan het eigenlijke onderzoeksverslag gaat een uitvoe-

rige beschouwing vooraf over "agressieve fantasies". Daarin wordt nagegaan hoe psychologen, psychiaters en pedagogen van naam oordelen over de rol die de verbeelding speelt ten opzichte van het menselijk gedrag. TV-programma's, zoals speelfilms en feuilletons, verschaffen de verbeelding voedsel; vandaar dat de auteurs willen weten of fantasieën een substituut zijn voor gedragingen die wij wel wensen maar niet kunnen uitvoeren, of ze emotionele spanningen verminderen door plaatsvervangend die wensen te bevredigen die in werkelijkheid niet ingewilligd kunnen worden, of ze functioneren als een controle-mechanisme dat ons beschermt tegen het uitvoeren van sociaal onacceptabele handelingen en dat ons helpt over onze frustraties heen te komen, of dat ze juist allerlei verlangens in ons opwekken in plaats van deze af te reageren. In een tweede hoofdstuk geven de auteurs een overzicht van de heersende opvattingen over de invloed van de voorstelling van geweld in tv-programma's en bioscoopfilms, opvattingen die, zoals gezegd, vrijwel zonder uitzondering tot een veroordeling van deze programma's leiden. Het is niet de geringste verdienste van de onderhavige auteurs dat zij erin geslaagd zijn de problematiek scherp en duidelijk te formuleren (o.a. door uiteen te zetten wat er allemaal wel te verstaan valt onder "agressief gedrag") en dat zij de gebruikelijke argumentatie weten te ontdoen van heel wat onwetenschappelijke franje. Hun eigen onderzoek onderscheidt

zich in zoverre gunstig van dat van vele anderen doordat zij geprobeerd hebben hun proefpersonen — 625 jongens, voor het merendeel middelbare scholieren — niet in de zo artificieel aandoende laboratorium-situatie te testen, maar in een zo natuurlijk mogelijke "setting". De wijze waarop het onderzoek werd uitgevoerd en de soms ingenieuze tests waaraan de proefpersonen werden onderworpen, verdient o.i. zeer veel waardering. Maar misschien mag men toch wel enige kritiek uitoefenen op het feit dat de 625 jongens **zes weken lang minstens zes uur per week** naar de tv moesten kijken. Niet dat dit voor Europese kinderen abnormaal zou zijn, maar men vraagt zich af of de auteurs er bij hebben stilgestaan dat zoveel televisie en (dus) zoveel tv-geweld in een zo beperkte tijdspanne de kijker ook gewoon **murw**

kan maken voor alle agressiviteit; zodat het effect van dit overdadige tv-kijken minder aan de programma's valt toe te schrijven dan aan de overdadigheid van de programmaconsumptie!

De algemene conclusie uit het onderzoek is, dat zes weken tv-geweld bekijken **niet** resulteerde in een toename van agressief gedrag. Wel worden de fantasieën van de proefpersonen, althans van de "experimental group", rijker aan geweld. De auteurs interpreteren deze uitkomsten voorzichtig en genuanceerd en proberen er ook verklaringen voor te vinden, waarbij opnieuw wordt teruggerepen op het feit dat het bij deze tv-programma's om **fantasie**producten gaat, die de meeste jongelui best weten te onderscheiden van wat zich in de realiteit afspeelt.

J. M. Peters

Van Pelt H., DE OMROEP IN REVISIE. Ontwikkeling van het radio- en televisiebestel in Nederland en België, Uitg. Acco, Leuven, 1974, pp. 400.

Deze doctoraats thesis maakt tevens deel uit van een serie boeken die verschenen zijn in de Bibliotheek voor Communicatiewetenschappen van het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de Universiteit te Leuven.

De auteur heeft zich tot doel gesteld het Nederlands en het Belgische omroepmodel met elkaar te vergelijken ten aanzien van de filosofieën waaronder beide stelsels van start gingen, de mogelijkheden en de grenzen van de huidige organisatie en de perspectieven.

In het eerste deel wordt een poging gedaan om vanuit historische achtergronden, actuele gegevens en eigen reflectie, te komen tot een aantal samenhangende informatieën en overwegingen welke kunnen dienen tot nader begrip van de orga-

nisatie, de opbouw, de functies, de kansen en de mogelijkheden van de omroep in Nederland.

Het tweede deel bevat een overzicht van de hoofdlijnen van de ontstaansgeschiedenis van de omroeporganisatie in België: een geannoteerde analyse van de in 1960 gekozen regeling en informatiegegevens over de bijsturing van het omroepsbeleid sinds 1970.

In het derde deel worden aan de hand van een schetsmatige beschrijving van de algemene karakteristieken en de functies van de omroep in een pluralistische en democratische samenleving, vanuit de eigen oriëntatie en achtergrond enige aanbevelingen met betrekking tot de toekomstige ontwikkeling en organisatie van de omroep in Vlaanderen gedaan.

Het eerste en het tweede deel vormen wel de hoofdbrok van het hele werk. Nauwgezet heeft de auteur vele geschiedkundige bronnen nagegaan en zo een ruime documentatie ontworpen om zijn vergelijkende studie een gefundeerde basis te verlenen. Vooral de beschouwing over de zuilvorming in de ether geeft een duidelijk zicht op de historische ontwikkeling van de Nederlandse omroep(en). Ook de religieuze achtergronden worden duidelijk in het licht gesteld bij deze ontwikkelingsanalyse.

Alhoewel de verdeling in het kader van voor en na de Tweede Wereldoorlog wat artificieel kan aandoen heeft ze toch een gemakkelijke confrontatie met het Belgische bestel in de hand gewerkt, waar de chronologische benadering synthetischer is opgevat. Kwantitatief en ook kwalitatief is duidelijk dat de auteur

het Nederlandse omroebestel grondig heeft ontleed.

In het derde deel, de epiloog, worden voor de BRT vijf krachtlijnen vastgelegd op grond van de oorzaken van de crisisachtige moeilijkheden: de wijze waarop de methode wordt toegepast, het dwangmatig gebruik van bureaucratische technieken, het tekort aan "gastuitzendingen", het ontbreken van het prestatie-motief en concurrentieprincipe, en het bedrijfsorganisatorisch mank lopen van de eenheidsomroep.

Niettegenstaande de schrijfstijl een aandachtige leeshouding vergt en de gedachtengang soms zwaar op de hand weegt, geeft het boek na lezing toch ruime voldoening vooral door zijn degelijke documentatie en vooral om zijn duidelijke stellingname die bepaalde sympathieën niet uit de weg gaat.

N. Breuval

A. W. van den Ban, INLEIDING TOT DE VOORLICHTINGSKUNDE. Uitg.: Boom, Meppel, 1974, 254 blz., ISBN 90 6009 133 7. Prijs: f 19,90.

Tien jaar na de opnemings van het vak voorlichtingskunde in het studieprogramma van de Landbouwhogeschool is de in Wageningen ontwikkelde collegestof, waar ook studenten van andere universiteiten op af kwamen, in boekvorm gepubliceerd. Achter in het boek is als kleine handreiking aan de recensent, een evaluatieformulier opgenomen, dat ik hier dus maar zal volgen.

VRAAG 1. Heeft U dit boek bestudeerd of gelezen in het kader van een onderwijs- of cursusprogramma, of op andere wijze?

ANT.: Voor een recensie in "Massacommunicatie". Maar het boek is uitstekend geschikt als cursusboek. O.a. door de logische en didactische opbouw, de vele samenvat-

tingen, de beredeneerde literatuurverwijzing (bij elk hoofdstuk en achter in het boek) en de begrippenlijst die tevens als register te gebruiken is. De opbouw is als volgt: Na inleiding, begripsbepaling en plaatsbepaling van voorlichting en voorlichtingskunde (hfdst. 1, 2 en 3) komen onmiddellijk de ethische aspecten (hfdst. 4) ter sprake. Bij gebruik in onderwijs-situaties heeft dit het didactische voordeel, dat men zich door discussies over manipulatie e.d. heengewerkt heeft voordat begonnen wordt met het aanleren van de eigenlijke vakken. Dat vervolgens eerst het gebruik van voorlichting door de cliënten behandeld wordt (hfdst. 5) en daarna pas het scala van voorlichtingsmethoden (hfdst. 6), is geheel

in overeenstemming met de theorie: "Om goed voorlichting te kunnen geven, lijkt het dan ook gewenst een duidelijk inzicht te hebben in het proces van besluitvorming" (pag. 50). De onderwerpen van de volgende hoofdstukken veronderstellen al min of meer een teamverband waarin de voorlichter optreedt: het opstellen van een voorlichtingsprogramma (hfdst. 7), evaluatie en actieonderzoek (hfdst. 8), leiding geven en organisatiestructuur (hfdst. 9). Het slothoofdstuk (10) over de rol en de taak van de voorlichter vat de inhoud van het boek nog eens samen.

VRAAG 2. Heeft U het boek geheel of gedeeltelijk gelezen?

ANTW.: Geheel.

VRAAG 3. Bent U werkzaam als voorlichter?

ANTW.: Nee. Ik kan me overigens lezers voorstellen die op deze vraag enigszins knarsetandend "ja" zullen antwoorden. Dat zijn dan de voorlichters die hun beroepsbezigheid niet met de hand op het hart kunnen omschrijven als: "opzettelijke hulp bij besluitvorming door middel van communicatie" (pag. 12). Deze categorie voorlichters, waarvan elke middelgrote en grote organisatie en onderneming er wel één of méér in dienst heeft, wordt wel erg snel afgescheept met de volgende passage: "Behalve in bovenstaande betekenis, waarvan we in dit boek uitgaan, komt men het woord **voorlichting** echter **ook** in een **andere betekenis** tegen en wel in de sfeer van de public relations, bijv. bij de Rijksvoorlichtingsdienst. Hierbij tracht men enerzijds zijn publiek objectieve informatie te verschaffen omtrent nieuwe ontwikkelingen en anderzijds onderling begrip te bevorderen tussen de organisatie waarvoor de voorlichter werkt en de groepen van mensen

wier oordeel van belang is voor de optimale verwezenlijking van het beleid van deze organisatie. Veel van wat we in het volgende schrijven lijkt ook van belang voor deze vorm van voorlichting, maar zeker niet alles" (pag. 13/14).

VRAAG 4. Heeft U een sociaal-wetenschappelijke opleiding?

ANTW.: Ja. Die heb je overigens niet nodig om deze inleiding tot de voorlichtingskunde te kunnen begrijpen. "Dit boek is ontstaan uit een dictaat voor de kandidaatscolleges in dit vak. Het is daarmee in de eerste plaats gericht op lezers, die een vaktechnische en geen sociaal-wetenschappelijke opleiding hebben" (pag. 7). Wel kun je je er als socioloog over verbazen, hoe goed een toegepaste, decisie-gerichte wetenschap als de voorlichtingskunde zich heeft kunnen ontwikkelen op de schrale grond die de conclusie-gerichte sociale wetenschappen op het terrein van de communicatie vormen.

VRAAG 5. Kunt U Uw oordeel over de verschillende hoofdstukken aangeven? (Bedoeld is: in termen van "duidelijk" en "belangrijk voor U").

ANTW.: De duidelijkheid lijkt me in geen enkel hoofdstuk een probleem. De schrijver beheerst de stof zo volledig dat hij in staat is, alle uitkomsten van wetenschappelijk onderzoek in gewone-mensen-taal glashelder en genuanceerd weer te geven. Wel heb ik moeite met de figuren op pag. 79, 134/5 en 158. Hoe belangrijk de verschillende hoofdstukken voor de individuele lezer zijn, hangt helemaal af van zijn beroep en interesse. Persoonlijk vind ik bijv. hoofdstuk 5 belangrijk, al is het alleen maar vanwege uitspraken als: "Op het moment is er minder behoefte aan een 276ste onderzoek naar de samenhang tussen adoptie-index en genoten on-

derwijs dan aan een theoretische interpretatie van de resultaten van de bestaande onderzoeken" (pag. 82).

VRAAG 6. Wat ziet U als goede kanten van dit boek?

ANTW.: Naast de reeds genoemde punten (opbouw, taalgebruik, praktijk-gerichtheid) zou ik nog de volgende aspecten willen noemen: Het is niet alleen een wetenschappelijk, maar ook een wijs boek. Er is een enorme hoeveelheid ervaring met voorlichting, voorlichtingsonderzoek en onderwijs in de voorlichtingskunde in samengebond. Je merkt het op elke bladzijde, aan de voorbeelden, de praktische raadgevingen. Voorts verdient vermelding dat de verbreding en generalisatie vanuit de landbouwvoorlichting tot een algemene voorlichtingskunde geslaagd is, al komen de meeste voorbeelden nog wel uit de landbouwvoorlichting.

VRAAG 7. Wat als zwakke kanten?

ANTW.: De definitie van voorlichting als "opzettelijke hulp bij besluitvorming door middel van communicatie" (pag. 12) omvat welis-

waar alle activiteiten van voorlichtingsdiensten met een agogische inslag, maar voldoet m.i. niet als afgrenzing van voorlichting tegen andere activiteiten, alle vormen van advisering, het hele commissie- en vergaderwezen.

VRAAG 8. Aan welke onderwerpen is naar Uw mening te weinig aandacht geschonken?

ANTW.: Aan de voorlichting in de p.r.-sfeer, gezien de ook voor deze mensen aantrekkelijke titel van het boek. Maar ik begrijp dat dit rechtstreeks samenhangt met de opvatting van voorlichtingskunde waarvan hier wordt uitgegaan. Voor het overige geloof ik, dat eerder een compliment op zijn plaats is voor de strikte beperking tot het behandelen van voor de praktijk relevante en voldoende betrouwbaar geachte informatie uit wetenschappelijk onderzoek.

Ziezo, ik hoef mijn evaluatieformulier niet uit te knippen en op te sturen naar de Vakgroep Voorlichtingskunde in Wageningen. U moet dat zeker wél doen.

C. P. M. van der Haak

C. H. M. Verhaak, ASPECTEN VAN DE PERS IN OOST-AFRIKA. Uitgave: Drukkerij Verhaak BV, Postbus 1, Grave (1974); 184 blz.; Prijs: f 20,—.

De pers in Afrika wordt gekenmerkt door een fundamentele zwakheid en geplaagd door een gebrek aan vrijheid van meningsuiting. Bedreiging van de persvrijheid en een zwakke pers horen als een Siamese tweeling bij elkaar. Deze samenhang blijkt weer eens duidelijk uit de feiten zoals die opgesomd worden in het **Press Freedom Report 1974** van het International Press Institute in Zürich (gepubliceerd in IPI Report, vol. 24, januari 1975, nr. 1, pp. 14-17). Wanneer regeringen in

Afrika kranten overnemen die oorspronkelijk toebehoorden aan Europeanen, dan worden deze getransformeerd tot spreekbuizen van de overheid. De verspreiding van deze gouvernementele (in letterlijke en figuurlijke zin) kranten die vriendelijk en onderdanig zijn ten aanzien van de gevestigde machten, heeft de persvrijheid uitgehold. Kranten die vóór het verkrijgen van de onafhankelijkheid fel nationalistisch waren, hebben die uitdagende houding verloren.

Kranten die kritisch willen schrijven, hebben geen bestaansmogelijkheid bij gebrek aan inkomsten uit advertenties. Persvrijheid, hoewel gegarandeerd in de grondwetten, bestaat in feite niet, omdat militaire regimes de constituties negeren of zelfs buiten werking gesteld hebben. Journalisten doen daarbij op grote schaal aan zelfcensuur. Hun sociale aanzien is erg laag: men kijkt op hen neer en ze worden slecht betaald. Wie zich met de situatie van de pers in zwart-Afrika bezighoudt, wordt herhaaldelijk herinnerd aan de verwickelingen rond persvrijheid en journalistiek in West-Europa in de laatste drie eeuwen. Dat goedwillende journalisten, dagbladuitgevers en politici in Afrika om allerlei redenen met de rug tegen de muur staan, beseft men bij het lezen van Verhaaks monografie over de pers in Oost-Afrika. De auteur heeft vijftien jaar praktische ervaring in het moeizaam van de grond helpen tillen van de pers in Afrika en elders in de Derde Wereld. Uit het boek spreekt dan ook een oprecht doorleefd engagement-in-de-ware-zin-van-het-woord en een groot begrip voor het "anders zijn" van de Afrikaan en zijn leef- en denkwereld. Drs. Verhaak heeft zich — behoudens in enkele inleidende passages — beperkt tot de pers in Oeganda, Tanzania en Kenya. De stof is als volgt over de hoofdstukken verdeeld: een historische introductie, een beschrijving van de contemporaine pers, het verschijnsel religieuze pers, de problemen bij de produktie en vervolgens met de verspreiding en de ontvangst van de kranten, het vraagstuk van de persvrijheid en ten slotte twee beschouwingen over de betekenis van de pers in ontwikkelingslanden en de specifieke taak daarin van de christelijke pers. Vanuit het oogpunt van compositie

zouden wij ons, in aansluiting op de aanhef van deze bespreking, ook kunnen voorstellen, dat het thema vrijheid versus onvrijheid een meer centrale plaats had gekregen. Sommige hoofdstukken c.q. paragrafen (over de regeringspers, de partij-pers, de particuliere pers, de geïmporteerde pers, de religieuze pers, de positie en opleiding van journalisten, de nieuwsgaring en nieuwsverwerking) zou men ook graag gelezen hebben in combinatie met het zesde hoofdstuk over de problemen met betrekking tot de vrijheid. Thematisch hadden ze daarin verwerkt kunnen worden. Een systematische analyse van de tien rapporten van het International Press Institute over de persvrijheid in de wereld voorzover deze de situatie in Oost-Afrika betreffen, zou voor alle genoemde onderwerpen aanvullende en misschien wel fundamentele gegevens opgeleverd hebben. In de overigens voorbeeldig volledige literatuuropgave hadden de intussen wel bekende januari-nummers van IPI-Report niet mogen ontbreken. Het genetisch-beschrijvende gedeelte van "De pers in Oost-Afrika" geeft de lezer op overzichtelijke wijze informatie die niet altijd even gemakkelijk bereikbaar was. Waar de (statistische of andere) bronnen geen eensluitende gegevens opleverden, wordt dat kritisch vermeld. Ook bij de gebruikte literatuur worden ter zake doende kanttekeningen geplaatst. Wie al veel gekregen heeft wil nog meer: bijvoorbeeld een per land geordend repertorium van de pers in het betrokken gebied als bijlage. De auteur heeft nu — ongetwijfeld op praktische en niet op principiële gronden — gekozen voor een (bepaalde) paragraaf, waarin elf kranten worden besproken. In een uitstekende paragraaf over de nieuwsgaring en nieuwsvoorzie-

ning spreekt drs. Verhaak zijn twijfels uit over de haalbaarheid van een Pan-afrikaans persbureau om minder afhankelijk te worden van de vijf internationale nieuwsagentenschappen. Meer binnen het bereik zou volgens hem een aantal bilaterale uitwisselingsovereenkomsten tussen de nationale bureaus liggen. Tijdens het lezen van de paragraaf over kapitaal, materiaal en techniek heeft men het verrassende gevoel de auteur te horen vertellen over zijn ervaringen als technisch adviseur in landen van de Derde Wereld. Uit een opmerking krijgt men de indruk, dat Verhaak zelf de bedoelde paragraaf ook wat te beknopt vindt. De twee laatste hoofdstukken boeien door de persoonlijke stellingname. De auteur **gelooft** in de mentaliteitsveranderende rol van de pers temidden van andere massamedia en andere beïnvloedende factoren. De kranten zullen, zo betoogt hij, niet belerend geredigeerd, maar ontspannend én informatief moeten zijn. Een specifieke taak voor de christelijke pers in de ontwikkelingslanden ziet Verhaak alleen nog, wanneer de kerken en de gespecialiseerde hulporganisaties (die bij de lezer geïntroduceerd worden) erin zullen slagen hun verantwoorde-

lijkheid niet alleen in hulpprogramma's, maar ook in daden om te zetten. De enige ambitie van de kerken zou mogen zijn "dat zij zich bij de uitvoering van deze taak volledig en zonder voorbehoud conformeren aan de samen met de anderen opgestelde doeleinden en er van afzien hierbij enig ander (eigen) doel na te streven" (blz. 167). Wat het verwaarloosde platteland aangaat, zou Verhaak graag op korte termijn een nieuw blad, multinationaal van opzet, geschreven in Swahili en bedoeld voor plattelanders met een basisopleiding, opgericht zien.

Zo heeft dit wetenschappelijk verantwoorde boek toch ook een praktisch voorstel van een met praktijkervaring toegeruste en tegelijkertijd beschouwend ingestelde auteur te bieden. We wensen de auteur, die in internationale organisaties reeds bekendheid en waardering heeft gekregen, toe, dat hij met de in eigen studeerkamer en drukkerij vervaardigde publikatie in Nederland bij de "general reader" belangstelling zal weten te wekken voor de problematiek van de pers en andere communicatiemediën in de ontwikkelingslanden.

J. M. H. J. Hemels

TER RECENSIE ONTVANGEN PUBLICATIES

Rapport van de Werkgroep "REDACTIONELE MEDEZEGGENSCHAP" (2 delen).
Instituut voor Perswetenschap; Universiteit van Amsterdam; juni 1974.

Zöchbauer F. & H. Hoekstra,
KOMMUNIKATIONSTRAINING. Ein Erfahrungsbericht.
Verlag Quelle & Meyer, Heidelberg, 1974. 155 blz. Prijs DM 18,50.

Stappershoef G., e.a.
WERKEN MET VIDEO
Uitg. Wolters-Noordhoff, Groningen, 1974. ISBN 9001806708, 358 blz., Prijs
f 45,—.

Korswagen, C. J. J.
MONDELINGE COMMUNICATIE IN THEORIE EN PRAKTIJK.
Deel 1, Algemene communicatie, discussie en vergadertechniek.
Uitg. H. D. Tjeenk-Willink, Groningen. ISBN 900149420X. Prijs: ing. f 30,—.

Peters, J. M.
PRINCIPES VAN BEELDCOMMUNICATIE
Uitg. H. D. Tjeenk-Willink, Groningen. ISBN 900170743 2 125 blz. Prijs: ing.
f 16,—.

Vogel, A.
DE FILM ALS TABOEBREKER
Uitg. W. Gaade Den Haag, 1974, 336 blz. ISBN 90 60174046.

Sola Pool I. de (Ed.)
TALKING BACK: CITIZEN FEEDBACK AND CABLE TECHNOLOGY
Uitg. MIT Press, Cambridge USA, 1973. ISBN 269160560. £ 4,50.

Rodenburg, N.
DE MACHT VAN DE DESKUNDIGE
Een onderzoek over machteloosheid en deskundigheid.
Uitg.: Van Gorcum & Comp. B.V. - Assen, 1974. 220 blz., paperback f 44,—.

de Meyer, G. de
HET ADVERTENTIEBLAD IN BELGIË. Een verkennend onderzoek.
Uitg. Acco, Leuven. 139 blz.

Vlaemynck, F. & G. Fauconnier,
HET VRAAGSTUK 'LEUVEN' (1968) IN DE SPIEGEL VAN DE BELGISCHE
PERS.
Uitg. Acco, Leuven. 80 blz.

GEGEVENS OVER DE AUTEURS

Dr. H. van Pelt is als eerst aanwezend assistent verbonden aan de Sociale Faculteit van de Universitaire Instelling te Antwerpen.

F. Crone en P. de Kroon zijn doctoraal-studenten sociologie aan de Rijksuniversiteit Utrecht met als hoofdvak massacommunicatie, wat zij volgen aan het Seminarium voor de Leer der Massacommunicatiemiddelen (Universiteit van Amsterdam).

J. Haasbroek is hoofd radio van de VPRO. Was en is medewerker van diverse bladen.

selectiviteit in de massacommunicatie

Opstellen aangeboden aan prof. mr. dr. M. Rooij ter gelegenheid van zijn afscheid als hoogleraar aan de universiteit van Amsterdam.

Samengesteld onder redactie van H. Daudt, F. Bergsma, F. Kempers en E. Z. R. Cohen.

Een aantal unieke artikelen over selectiviteit in massacommunicatie-research, psychologische aspecten van de selectiviteit, de selectiviteit van de communicator, informatieselectie van de lezer, selectiviteit in de omroep, belangstellingspatronen en mediaselectie en selectiviteit bij het recenseren van kunst. Daarnaast zijn van andere auteurs actuele beschouwingen opgenomen over hedendaagse en historische facetten van de pers.

Van f 20,75 nu voor f 9,50

Van Loghum Slaterus

Postbus 23, Deventer, 05700-74411

In de serie **Communicatie** zal binnenkort verschijnen

Principes van beeldcommunicatie

Prof. dr. J.M. Peters
128 pag., ing. ca. f 15,00.
ISBN 90 01 70743 2

Via de televisie, de bioscoop, de geïllustreerde pers en andere kanalen ontvangen of verschaffen we tegenwoordig een groot deel van de informatie en voorlichting, de ontspanning en het amusement, de culturele bagage en de esthetische ervaring, waaraan de hedendaagse mens behoefte blijkt te hebben.

In dit boekje probeert de auteur antwoord te geven op de vraag, welke eigenschappen het beeld zo bijzonder geschikt, althans aantrekkelijk maken voor het vervullen van al deze toch nogal uiteenlopende communicatieve functies.

Hij onderzoekt o.m. hoe de vele communicatieve mogelijkheden van het beeld in allerlei communicatievormen — bijvoorbeeld in de beeldjournalistiek, in het beeldonderwijs, in de beeldreklame, in het beeldamusement — worden toegepast. De principes die in deze toepassingen steeds weer naar voren komen, worden in een afzonderlijk hoofdstuk als beeldcodes gesystematiseerd.

Ook verkrijgbaar bij de boekhandel.



H. D. Tjeenk Willink Groningen

4856 9 74