

# MASSA

## COMMUNICATIE '83

HOUD NR. 1, JAARGANG 11, 1983

Pag. 2

**Prof. Dr. J.J. van Cuilenburg**

Zuinig met, zuinig op informatie  
'Een beschouwing over informatisering en de  
informatiesamenleving'

Pag. 15

**M. Jenke**

Medien und Märkte  
Was Bürger brauchen und was Konsumenten wünschen

Pag. 24

**Prof. Dr. J.H.J. van den Heuvel**

Samenhangend mediabeleid moet oude structuren doorbreken  
Commentaar op het voorontwerp van een nieuwe perswet

Pag. 37

**Boekbesprekingen**

# MASSA

## COMMUNICATIE '83

uitgegeven door de

**STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)**

**Onder redactie van:**

drs. W.J.M. Asselbergs, prof. dr. E. de Bens, prof. dr. J.J. van Cuilenburg \*,  
prof. dr. G. Fauconnier, drs. P.M. Hendriksen \*, prof. dr. J.H.J. van den Heuvel \*,  
drs. H.J. Smets, prof. dr. J.G. Stappers \*, drs. J. Wieten, dr. C.M.J. van Woerkum

\* leden kernredactie

**Sekretariaat:**

C.F.A. Crone

Postbus 258, 6500 AG Nijmegen, tel. 080-512372

Auteurs die kopij willen toezenden wordt verzocht vooraf contact met het sekretariaat op te nemen.

**Administratie en druk:**

Drukkerij-Uitgeverij H. Gianotten bv

Bredaseweg 61 5038 NA Tilburg, tel. 013-425050, giro 1085553

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

**Abonnementen:**

- Gewoon abonnement : f 70,—
- Abonnement buitenland : f 90,—
- Studentenabonnement : f 50,—
- Los nummer : f 13,50
- Dubbel nummer : f 27,—

**Advertenties:**

prijzen: 1/1 pag.: f 300,—; 1/2 pag. f 165,—; drukspiegel 12,9 x 19 cm  
korting bij herhaalde plaatsing

Jan van Cuilenburg

## Zuinig met, zuinig op informatie \*)

Een beschouwing over informatisering en de 'informatiesamenleving'

Misschien heeft elke generatie het idee, zich op een keerpunt in de geschiedenis te bevinden. Het besef dat het nooit meer wordt, zoals het was, is tegenwoordig wijd verbreid. Wie daarvan nog niet doordrongen is, heeft zich in ieder geval weinig gelegen laten liggen aan de vele discussies en congressen over het einde van de industriële samenleving. Men spreekt tegenwoordig wel van een 'post-industriële samenleving'.<sup>1)</sup> Deze benaming is wat ongelukkig, omdat zij alleen aangeeft, wat onze samenleving niet meer, althans steeds minder is. Naarmate echter ons inzicht in de huidige maatschappelijke ontwikkelingen groeit, zal zonder twijfel het aantal positieve omschrijvingen toenemen. Een serieuze kanshebber lijkt nu-al de term 'informatiesamenleving' te zijn. Temidden van de algemene neergang van de economie is de 'informatie-industrie'<sup>2)</sup> één van de weinige groeisectoren. Sommigen menen dat de komst van de informatiesamenleving het einde kan betekenen van de economische malaise, waarin wij ons thans bevinden. In ieder geval mogen de informatica en in mindere mate ook de communicatiewetenschap zich in een groeiende belangstelling verheugen. De werkgelegenheid voor informatici lijkt de komende jaren gewaarborgd. Of dat ook voor communicatiewetenschappers zal gelden, valt echter nog te bezien.

### De groei in de informatievoorziening

De groei in de professionele en publieke informatievoorziening kan men zon-

der veel overdrijving explosief noemen. Op informatie-technologisch gebied lijken de ontwikkelingen de zgn. Wet van Moore te volgen.

Die Wet stelt dat het aantal componenten dat in elektronische schakelingen – integrated circuits – kan worden opgenomen, jaarlijks ongeveer verdubbelt.<sup>3)</sup> Dat onze technische mogelijkheden tot communicatie daarmee gelijke tred houden, behoeft hier weinig betoog. De ontwikkelingen op het gebied van computers en telecommunicatie enerzijds, en de groei en toenemende differentiatie in de sector van radio, televisie en pers anderzijds, doen een "information affluent society" ontstaan. Wij leven in een samenleving met een overvloed aan informatie die ook steeds sneller en langs meer wegen kan worden opgeroepen.<sup>4)</sup> Het is hier niet de plaats om uitvoerig cijfermateriaal te presenteren. Laat ik volstaan met een enkel getal om de orde van grootte van het verschijnsel der informatisering<sup>5)</sup> van onze samenleving aan te geven. De jaarlijkse boekproductie in de wereld bedroeg in 1960; 314.000 titels; vijftien jaar later – in 1975 – verschenen 568.000 verschillende titels. Het aantal wetenschappelijke artikelen in tijdschriften bedroeg in 1964: 800.000 artikelen; tien jaar later (1974) was dit aantal verdubbeld tot 1.6 miljoen artikelen jaarlijks.<sup>6)</sup> Nog sneller is de groei in de sector van de telecommunicatie: de internationale telecommunicatie groeit jaarlijks met 18%, wat neerkomt op een verdubbeling eens in de 4 jaar.<sup>7)</sup> En tenslotte een "sprekend getal" uit eigen land: een globale telling van het aantal ver-

\* Door de auteur uitgesproken rede op 5 november 1982 bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar in de communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit Amsterdam.

Met dank voor hun commentaar aan B. van Kaam, drs. J. Kleijnijenhuis, dr. G.W. Noomen, prof. dr. J. van Putten en dr. O. Scholten.

schillende tijdschriften in ons land komt uit op circa 5000 verschillende titels.<sup>8)</sup> Voor nagenoeg elke informatiewens – hoe eigensoortig ook – is wel een tijdschrift beschikbaar; althans het is moeilijk nog informatiewensen voor te stellen die niet door het bestaande aanbod van tijdschriften kunnen worden vervuld.

### **Wat heet 'informatiesamenleving'?**

Het valt buiten mijn betoog, uitvoerig bij de oorzaken van deze explosieve informatie-groei stil te staan. Een OECD-studie van enkele jaren geleden wijst als voornaamste oorzaak de technologische ontwikkelingen op het gebied van computers en telecommunicatie aan.<sup>9)</sup>

Daarnaast kan echter gewezen worden op de gestegen arbeidsproductiviteit en welvaart, die steeds meer geld en tijd vrijmaken voor productie en behoeftenbevrediging buiten de strikt fysieke sfeer. De explosieve groei in de informatie-productie en -consumptie weerspiegelt zich ook in de samenstelling van de beroepsbevolking. Volgens de eerder genoemde studie werkt van de Amerikaanse beroepsbevolking nu al meer dan 50% in de informatie-sector. Daarbij wordt het begrip 'informatie-sector' ruim genomen: van onderwijs tot journalistiek, van de computerbranche tot de wetenschap.<sup>10)</sup> Op basis van zo'n gegeven zou men kunnen zeggen dat de Verenigde Staten nu reeds een informatiesamenleving vormen. Immers, een informatiesamenleving zou men kunnen omschrijven als een samenleving "( ) waarin de belangrijkste sociale, economische en productie-activiteiten op het gebied van de communicatie en informatieverwerking liggen ( )".<sup>11)</sup> Kortom, een samenleving waarin informatie een rol speelt die vergelijkbaar is met de rol van materiële goederen in de industriële samenleving.<sup>12)</sup> Maar wat is 'informatie', die centrale grondstof in onze huidige en toekomstige samenleving, eigenlijk? Wellicht dat de informatica en de communicatiewe-

tenschap ons op dit punt verder kunnen helpen. De eerste heeft het woord 'informatie' in haar naam, terwijl de communicatiewetenschap haar object wel definieert als het proces van informatie-overdracht in de samenleving.

### **Informatie, informatica**

Dat computers in een bepaalde zin informatie verwerken is nauwelijks voor bestrijding vatbaar. Toch is een speurtocht door de informatica-literatuur naar het begrip 'informatie' een tamelijk teleurstellende onderneming. Het lijkt niet al te gewaagd te stellen dat dit begrip in de informatica nauwelijks of niet wordt gedefinieerd. Zo treft men in het recente, vrij algemene boek van Arbib over computers en samenleving nergens een omschrijving van het begrip 'informatie' aan. Arbib komt niet veel verder dan een omschrijving van het begrip 'data': data ofwel gegevens zijn stukjes informatie waarmee gewerkt wordt om een probleem op te lossen.<sup>13)</sup> Kennelijk wordt de term 'informatie' beschouwd als iets dat voor zichzelf spreekt. Maar is dat zo? En zijn er geen risico's verbonden aan het ongedefinieerd-laten van het begrip 'informatie'? Om met de laatste vraag te beginnen, het gevaar is niet denkbeeldig dat de opvatting post vat, dat informatica zich met informatie bezighoudt en dat computers als informatiesystemen ons van informatie voorzien. De macht van het apparaat moet niet worden onderschat.<sup>14)</sup> Vroeger was het zo dat iets waar was, omdat het in de krant stond. Tegenwoordig hoort men eerder dat iets waar is omdat de computer het zegt, en dat het volgens de computer zo is. Toegegeven, men zal het informatici niet horen zeggen. Wel is echter met name in de toegepaste informatica-sfeer de onjuiste gedachte vrij hardnekkig, dat gegevens – en dus ook computer-data – per definitie gelijk te stellen zijn aan informatie.<sup>15)</sup> Maar data en informatie zijn twee verschillende zaken; gegevens kunnen informatie opleveren, maar lang niet altijd zal dat het geval zijn. Van een

natuurwetenschappelijke noodzakelijkheid is op dit punt geen sprake. Wie 'informatie' zegt, zegt 'communicatie'. Misschien gaat het tever om te zeggen dat informatie pas informatie wordt als er een ontvanger aan te pas komt. Wel is duidelijk dat 'informatie' en 'communicatie' zo verwante begrippen zijn, dat bij een beschouwing over informatie en informatisering van de samenleving de ontvanger niet mag ontbreken. Het woord 'informatie' stamt van het Latijnse 'informare', dat oorspronkelijk betekende: in vorm brengen. Buiten de sfeer van de automatisering is de meest gangbare betekenis van het woord 'informatie': verrijking van kennis bij de ontvanger van die informatie.<sup>16)</sup> En daarmee komen we op het terrein van de gamma-wetenschappen, meer in het bijzonder op het terrein van de communicatiewetenschap. Deze wetenschap houdt zich bij uitstek bezig met wat zich tussen informatie-zenders en informatie-ontvangers afspeelt, namelijk in meer of mindere mate geslaagde informatie-overdracht. Het begrip 'informatie' is dan ook één van de sleutelbegrippen van de communicatiewetenschap.

### **Drie begrippen 'informatie'**

Helaas moet ik voor mijn verdere be-toog enig jargon gebruiken. Binnen de communicatiewetenschap wordt 'informatie' over het algemeen opgevat als een samenstel van enerzijds signalen en anderzijds symbolen. Bij signalen kan men denken aan geluidsgolven die onze mond bij het spreken voortbrengt, en aan elektrische golven bij radio en televisie. Signalen zijn dragers van informatie; zij zijn op zichzelf betekenisloos. Signalen kunnen echter symbolen worden, en wel op grond van sociale afspraken en conventies. Een voorbeeld daarvan is de kleur 'rood' van het verkeerslicht. Op grond van een sociale afspraak is die kleur symbool voor "stopgebod". Met dit al heb ik inmiddels twee informatie-begrippen geïntroduceerd.<sup>17)</sup> Ten eerste, het begrip 'syntactische informa-

tie'; daarbij gaat het om een bepaalde opeenvolging van signalen, zoals schrift, tonen en elektrische golven. Ten tweede, het begrip 'semantische informatie', d.w.z. de betekenis die op grond van sociale conventies aan signalen kan worden gehecht. Die sociale conventies zijn vaak zo deel van onszelf geworden, dat we meestal niet meer beseffen dat ze bestaan.

Het is raadzaam deze twee begrippen – syntactische en semantische informatie – goed uit elkaar te houden. Laten we eens de computer bezien, en wel uitdrukkelijk vanuit de positie van de ontvanger. Computers kunnen grote hoeveelheden data uitvoeren. Vanuit de positie van de ontvanger, van het gebruikerspubliek, zijn die data slechts stukjes syntactische informatie, d.w.z. informatiedragers die pas na interpretatie en verwerking door de ontvanger semantische informatie kunnen opleveren.<sup>18)</sup> Anders gezegd, semantische informatie wordt door het ontvangerspubliek gewonnen uit syntactische informatie. Het semantische informatiebegrip is uiteraard veel "rijker" dan het syntactische.<sup>19)</sup> Bij semantische informatie gaat het om kennis. Wie zich met semantische informatie bezighoudt, zal de vraag moeten beantwoorden, wat berichten en gegevens de ontvanger vertellen over de wereld waarin hij leeft. Tenslotte het derde en meest rijke informatiebegrip, namelijk dat van de 'pragmatische informatie'. Bij dat begrip gaat het om de vraag, wat mensen met informatie doen, welk effect gegevens en berichten hebben op hun doen en laten. De pragmatiek is als het ware het eindstation van de informatie-overdracht van een zender naar een ontvanger. Gegevens en berichten die dat eindstation niet bereiken, verdienen nauwelijks de naam 'informatie'. En daarmee ben ik terug bij wat eerder door mij werd gesteld: informatie en communicatie zijn zo verwante begrippen, dat zij zich nauwelijks zinvol los van elkaar laten bestuderen. Informatie wordt pas ten volle informatie als er een ontvanger aan te pas komt.

## Twee stellingen

Deze vaststelling lijkt op zoiets als een open deur, maar wellicht is zij zo triviaal dat er niet meer aan gedacht wordt. Hoe vaak gebeurt het niet dat ons allerlei zegeningen van de zgn. 'informatie-samenleving' worden voorgehouden, zonder dat met een woord gerept wordt over de ontvanger. Het publiek is in veel hedendaagse beschouwingen over informatisering de grote afwezige. De druk van de technologie en de economie is zo groot, dat de vraag naar de gebruikswaarde van informatie voor de ontvanger nauwelijks aan de orde komt. En wat te zeggen over de sector der informanten: de journalisten, de beleidsvoorbereiders, de statistici en de onderzoekers? Het heersende dogma lijkt daar te zijn: informatie is altijd goed, meer informatie is altijd beter. Daarbij zou ik hier een kanttekening willen plaatsen. Het zou wel eens kunnen zijn dat de toename van het informatie-aanbod leidt tot minder semantische informatie, in plaats van meer.

Waartoe leidt de informatisering van onze samenleving? Hoe zal die informatiesamenleving eruit zien? Zullen inderdaad de maatschappelijke problemen zijn opgelost als we ons continu, snel en in de meest brede zin kunnen laten informeren? Niemand weet het, maar enige scepsis temidden van hooggespannen verwachtingen kan geen kwaad. Zonder spelbreker te zijn, wil ik hier twee stellingen op tafel leggen die het optimisme enigszins zouden moeten kunnen temperen. Het zijn twee stellingen van tamelijk algemene aard. Zij hebben het karakter van prognoses, en beogen een schets te geven van mogelijke problemen in de komende zgn. 'informatiesamenleving'. De eerste stelling zou men die van "de nagenoeg constante pragmatiek van informatie" kunnen noemen, de tweede die van "informatie als blindganger".

*Stelling I: de nagenoeg constante pragmatiek van informatie*

Mijn eerste stelling luidt: de hoeveel-

heid informatie in een samenleving neemt over het algemeen syntactisch exponentieel toe, semantisch minder dan proportioneel en is pragmatisch nagenoeg constant.<sup>20)</sup> Wat bedoel ik daarmee? Het lijkt moeilijker dan het is. We zagen al dat de informatiesector in onze samenleving explosief is gegroeid. De computerindustrie, de universiteiten, de massamedia, vormingsinstituten, de overheidsbureaucratie, het uitgevers- en bibliotheekwezen, en wat al niet tot de informatiesector in de meest brede zin kan worden gerekend, hebben zich de laatste decennia vertwee- en vaak vermeervoudigd. Het aanbod van informatie vertoont een curve die vergelijkbaar is met bijvoorbeeld die van de groei van de wereldbevolking: een verdubbeling op verdubbeling per generatie. Wij kunnen vandaag de dag vele malen meer informatie genereren, verwerken en distribueren dan tien, twintig jaar geleden. En onze mogelijkheden zullen op dit punt nog verder toenemen. De vraag is wel, waartoe het leidt. Daarmee kom ik op het tweede aspect van mijn stelling: de semantische informatie daarentegen neemt minder dan proportioneel toe. De hoeveelheid kennis waarover een samenleving beschikt neemt veel minder snel toe dan de productie en distributie van informatie. Het algemene kennisniveau in een samenleving stijgt niet evenredig met de omvang van het informatieaanbod. Er zijn verschillende oorzaken van dit verschijnsel. Een belangrijke factor is de overlapping in informatie-garing en -productie. Zo blijkt uit media-onderzoek van de VU – om een voorbeeld te noemen – dat de landelijke kranten van het politieke gebeuren in Den Haag vaak hetzelfde selecteren, en bijgevolg in hun berichtgeving elkaar niet veel ontlopen.<sup>21)</sup> Anders gezegd, deze verschillende informatieproducenten doen in sterke mate hetzelfde werk, bieden dezelfde informatie aan. Overigens zeg ik hier niet mee, dat ons land met minder kranten even goed zou zijn geïnformeerd. Het maakt echter wel duidelijk waardoor

de hoeveelheid semantische informatie in een samenleving niet altijd proportioneel met het informatie-aanbod toeneemt. En dat geldt ook op andere terreinen. Zo kan men onmogelijk stellen dat de eerder gesignaleerde verdubbeling van wetenschappelijke output over de laatste decennia ook geleid heeft tot een verdubbeling van kennis in de samenleving. Veel wetenschappelijk onderzoek overlapt met onderzoek elders of is een geheel of gedeeltelijke herhaling van eerder gepleegd onderzoek. Naast deze overlapping leveren ook oorzaken in de sfeer van de presentatie, distributie en consumptie van informatie een verklaring op voor het genoemde verschijnsel. Zo kunnen aan de ontvangerszijde factoren als bijvoorbeeld selectieve aandacht, selectieve perceptie en "information overload" een proportionele groei van kennis in de weg staan. Overigens, als mijn stelling juist is, betekent dit ook dat op het niveau van de samenleving over het algemeen sprake is van stijgende marginale kosten van semantische informatie: meer kennis verwerven kan alleen door onevenredig veel meer informatie produceren, aanbieden, verwerken en zoeken. Meer-kennis kan kennelijk alleen worden verkregen tegen onevenredig stijgende meer-kosten.

Het derde aspect van mijn prognose geldt de pragmatiek van de informatie. Die is nagenoeg constant, d.w.z. dat het handelen van mensen en organisaties in hoge mate informatie-ongevoelig is. Neem bijvoorbeeld het overheidsapparaat. Een Amerikaans onderzoek naar de goedkeuring van nieuwe geneesmiddelen door de overheid laat zien dat een Amerikaanse fabrikant in 1950 per aanvraag met 100 pagina's documentatie kon volstaan, terwijl hij tegenwoordig gemiddeld 72.000 pagina's aan afscheiden e.d. moet overleggen.<sup>22)</sup> Daarbij gaat het vandaag de dag nog steeds om dezelfde beslissing als dertig jaar geleden: wel of geen toelating van dat nieuwe medicijn tot de pharmaceuti-

sche markt. Departementen, politici en ministers beschikken tegenwoordig over heel wat meer beleidsinformatie dan ooit tevoren. Bijna tien jaar geleden is zelfs een speciaal college opgericht, de WRR, om het overheidsbeleid van een wetenschappelijk verantwoord fundament te voorzien. Toch is het de vraag of dit alles tot andere en betere besluiten leidt. Van Schendelen merkt in dit verband terecht op dat de relatie tussen gegevensverwerking door de overheid enerzijds en onzekerheidsreductie en effectieve besluitvorming anderzijds niet rechtlijnig is.<sup>23)</sup> Het is uiteraard moeilijk één en ander precies te onderzoeken: men kan niet experimenteren of de geschiedenis overdoen. Maar Van Puttens vinding in zijn Haagse Machten dat van al het werk van adviesraden en – commissies maar weinig aantoonbare invloed op het overheidsbeleid uitgaat, geeft zeer te denken.<sup>24)</sup>

#### *Stelling II: informatie als blindganger*

Nu zullen bestuurders en politici opmerken dat veel beleidsinformatie weinig beleidsrelevant is. Veel informatie zou onbruikbaar zijn, en niet of onvoldoende toegesneden op de beslissingen die moeten worden genomen. Hoe dat zij, het brengt mij op mijn tweede stelling: veel informatie gaat blind en de kans daarop neemt bij verdere informatisering toe, d.w.z. dat steeds meer informatie aangeboden zal worden die geen antwoord is op iemands vraag, maar een antwoord op een vraag die nog bedacht moet worden. Deze stelling verklaart wellicht ten dele waardoor het pragmatisch effect van het groeiend informatie-aanbod zo gering is. Te vrezen valt dat in de toekomst steeds meer informatie het karakter zal hebben van een blindganger, d.w.z. het karakter van informatie zonder duidelijk informatief doel. Iedereen kan dit verschijnsel nu al thuis waarnemen: de brievenbus ligt vol ongevraagd drukwerk en de radio en televisie bieden ons eindeloze voor-, tussen- en nabeschouwingen bij sportevenementen en een tussendoor-

weerbericht op Hilversum III. Maar niet alleen daar. Hoeveel wetenschappelijke rapporten verschijnen er niet met omvangrijke bijlagen met tabellen en statistieken, die waarschijnlijk nooit meer door iemand zullen worden bekeken. En hoeveel onderzoek wordt niet verricht zonder duidelijke vraagstelling, zodat onduidelijk blijft, waarop het onderzoek een antwoord tracht te geven.<sup>25)</sup> Veel informatie zou men eigenlijk "pseudo-informatie" moeten noemen, omdat zij zowel naar strekking als naar adres ongericht is en niet voorziet in vragen die bij de ontvanger leven.

De kans op blind-gaande informatie neemt eerder toe- dan af, stelde ik al. Hoe komt dat? Naast andere oorzaken lijkt mij een belangrijke factor, de min of meer autonome drang tot capaciteitsvulling. De maatschappelijke informatie-capaciteit is zowel in de technische als in de personele sfeer aanzienlijk uitgebreid: meer informanten, meer en snellere informatiekkanalen en grotere databanken. Wat staat daartegenover? Ten eerste, een relatief achterblijvende maatschappelijke informatiebehoefte: de vraag naar informatie groeit veel minder snel dan de capaciteit tot informeren. Ten tweede, een slechts langzaam groeiend maatschappelijk vermogen om de juiste informatie-vragen te stellen. Ten derde, het feit dat nieuwe informatie nooit in dat tempo kan worden "aangemaakt" als de informatietechnologie zich ontwikkelt. Het resultaat daarvan kan niet anders zijn dan een groeiende informatie-overcapaciteit in de samenleving. En die zal op haar beurt weer leiden tot een drang om die overcapaciteit weg te werken. Zo zullen informatiediensten binnen grote organisaties vrijwel altijd streven naar een volledige benutting van hun capaciteit, ongeacht of daar ook een navenante vraag tegenover staat. Hetzelfde geldt mutatis mutandis voor massamedia. Men kan de zendtijd en het aantal kanalen wel drastisch uitbreiden, maar de "aanmaak" van nieuwe informatie vol-

trekt zich nooit in zo'n tempo. En dat zal ertoe leiden dat de overcapaciteit zal worden benut voor herhaling van amusementsseries en voor programma's met een geringe informatieve kwaliteit.

### **Denken over de zgn. 'informatiesamenleving': een probleemstelling**

Mijn twee stellingen hebben hopelijk aannemelijk gemaakt, dat het zinvol is de vraag op te werpen, of toenemende informatisering zowel in de publieke als in de professionele sfeer onder alle omstandigheden gunstig is. Als het zo is, dat informatie steeds meer blind-ganger wordt, dan zal veel informatie-productie niet veel meer zijn dan werk-verschaffing om ledigheid te bestrijden. En als het zo is, dat het fors groeiend informatie-aanbod nauwelijks resulteert in meer publieke kennis, dan zal de geprezen informatiesamenleving een zeer dure samenleving zijn, waarin in het informatieve vlak met veel kosten maar weinig wordt bereikt. Uiteraard zijn mijn stellingen prognoses en behoeven zij bij verdere studie precisering en concretisering. Maar zij hebben mijns inziens reeds nu zoveel plausibiliteit, dat een maatschappelijke bezinning op de toenemende informatisering zinvol kan worden geacht.

Niet alles wat technisch kan, moet ook, stond recentelijk te lezen in een rapport van één van de grote politieke partijen over de toekomst van de media.<sup>26)</sup> Een verstandige opmerking: het enkele feit dat we technisch in staat zijn, alle buitenlandse tv-programma's in de huiskamer te brengen, impliceert nog niet dat we het ook zouden moeten doen. Hetzelfde geldt voor tweeweg-kabeltelevisie, elektronisch winkelen en computer-gestuurd onderwijs, om enkele zaken te noemen die technisch mogelijk zijn. Nieuwe informatiemogelijkheden zullen moeten worden afgewogen tegen de bestaande. Tegen de geschetste achtergrond zou het daarbij met name moeten gaan om de probleemstelling, of de



verdere informatisering van de samenleving, d.w.z. de groei naar een zgn. 'informatiesamenleving', ook betekent: de groei naar een meer, beter en efficiënter geïnformeerde samenleving.<sup>27)</sup>

Terecht kan worden opgemerkt dat deze probleemstelling voor de komende informatiesamenleving zeer ambitieus is, maar de maatschappelijke draagwijdte van de technologische ontwikkelingen is zo groot, dat bescheidenheid hier juist geen deugd is. Bij deze probleemstelling gaat het om een aantal vragen. Ten eerste, is de informatiesamenleving ook een meer-geïnformeerde samenleving, d.w.z. voegt de toename van informatie nog iets nieuws toe aan het bestaande? Of is het slechts "meer van hetzelfde"? Of doet zich zelfs de informatie-paradox voor van "meer is minder"? Zo'n situatie bestaat volgens sommigen reeds in de sector van de medische informatievoorziening.<sup>28)</sup> Hoe meer gegevens men verzamelt, hoe ontoegankelijker ze over het algemeen worden. Dus moeten gegevens worden geclassificeerd om bruikbaar te zijn. Maar elk classificatiesysteem onderstelt weer zijn eigen informatie, zodat de gebruiker het systeem ook kan hanteren. Als er één sector is waar overinformatisering dreigt, dan is het wel de medische sector.<sup>29)</sup> Uiteindelijk kan daar de situatie ontstaan dat meer gegevens de medicus minder informatie opleveren.

Als tweede vraag zou bij het denken over informatisering aan de orde moeten komen, of de informatiesamenleving ook een beter geïnformeerde samenleving is, d.w.z. gaat de toename van informatie ook gepaard met een verhoging van de kwaliteit van de bestaande informatievoorziening? Tenslotte, in de derde plaats de vraag, of de informatiesamenleving ook een efficiënter geïnformeerde samenleving is, d.w.z. blijft bij toename van informatie de verhouding tussen informatiekosten en informatie-opbrengsten gunstig? Uiteraard is met deze drie algemene vragen niet het hele probleem-

veld van de informatiesamenleving gedekt. Vanuit de optiek van de informatie-ontvanger zijn zij echter wel de belangrijkste vragen, immers wat is voor hem de winst van de informatiesamenleving als hij niet meer, en beter, en goedkoper wordt geïnformeerde dan nu al het geval is? Vragen stellen is vaak makkelijker dan antwoorden geven. Hopelijk verschaffen we onszelf de tijd, die vragen te onderzoeken. Laat ik hier volstaan met een aanzet tot beantwoording van dit soort vragen waar het de openbare informatievoorziening betreft via publieke informatiemedia, zoals pers, radio, televisie en publieke viewdata-systemen.<sup>30)</sup>

### **De informatiesamenleving: een meer-geïnformeerde samenleving?**

De informatiesamenleving is niet per definitie een meer-geïnformeerde samenleving. Bij de publieke informatievoorziening zal dat met name van twee vragen afhangen. Zal het meer-aanbod van informatie ook "anders meer" zijn? En, zal dat meer-aanbod niet leiden tot publieksverzadiging en "informatie overload"? Het eerste gezichtspunt lijkt nogal voor de hand te liggen, maar toch gaat men er vaak aan voorbij. Alleen wanneer het publiek tegelijkertijd meer en anders wordt geïnformeerd, kan men spreken van een "meer-geïnformeerde samenleving". In zo'n samenleving betekent informatisering niet: "meer van hetzelfde", maar: "meer van iets nieuws". Hier ligt – zoals eerder gesignaleerd – een probleem: de informatie-capaciteit ontwikkelt zich in ijltempo, de "aanmaak" van nieuwe informatie voltrekt zich slechts langzaam. Iedereen kan dat zien: tot nu toe voegen nieuwe media als Teletekst en viewdata nog weinig toe aan de al bestaande informatievoorziening. De informatie die zij verschaffen kunnen we ook vinden in kranten, op de beeldbuis, in encyclopedieën en kookboeken. Niet de informatie is anders, alleen het informatiekanaal.<sup>31)</sup> Waarschijnlijk verklaart dit gedeeltelijk ook het geringe succes

van nieuwe informatie-mogelijkheden bij het publiek. Het is niet al te gewaagd te stellen, dat de programma's, de informatie, de "soft ware", en niet de techniek het publiek de stap naar de nieuwe media zullen moeten laten maken.<sup>32)</sup> Fabrikanten als Philips zien dat ook in. Niet voor niets riep dit bedrijf enkele maanden geleden sollicitanten op voor een nieuwe functie, namelijk die van "product manager Video-Soft-ware".<sup>33)</sup>

Van een meer-geïnformeerde samenleving kan evenmin sprake zijn, indien informatisering leidt tot verzadiging of zelfs "informatie overload". Velen van ons zullen van de middelbare school nog de Eerste Wet van de econoom Gossen herinneren: bij voortgaande behoeftebevrediging neemt de intensiteit voortdurend af, tot tenslotte verzadiging intreedt. Het bekende voorbeeld is het drinken van water: het eerst glas lest de dorst, het tweede al minder en tenslotte gaat water ons tegenstaan. Geldt zoiets ook voor informatie? Er zijn natuurlijk grenzen aan de informatieconsumptie: een dag heeft maar 24 uur en er zijn verschillende soorten tijdsbesteding die onderling concurreren.<sup>34)</sup> Los daarvan kan echter gesteld worden dat Gossens verzadigingwet in principe ook op informatie van toepassing is. Er zijn al tekenen die op informatieve verzadiging wijzen. Zo blijkt uit onderzoek dat een uitbreiding van het aantal televisiekanalen niet betekent, dat er ook meer gekeken wordt: het publiek kijkt alleen anders, meer naar amusement en minder naar serieuze informatie.<sup>35)</sup> Informatieve programma's zijn bij een groter tv-aanbod vrij snel kind van de rekening. D.w.z. verzadiging in het informatieve vlak, naast een nog niet gestilde honger van het publiek naar amusement. De verdergaande informatisering kan naast verzadiging ook leiden tot 'informatie overload' bij het publiek. Het aanbod kan zo overweldigend worden, dat het publiek hulpeloos wordt en door de bomen het bos niet meer ziet bij gebrek aan geschikte selectiecriteria. In het ergste geval

leidt één en ander tot afstomping, tot het ongevoelig worden voor bepaalde informatie.

Waarschuwen tegen verzadiging en "overload" is een tamelijk abstracte bezigheid, omdat niemand precies weet, waar verzadiging bij het publiek begint. Toch komt het – nu de informatisering van de samenleving zich min of meer autonoom ontwikkelt – eens te meer aan op een reële peiling van publieke informatiebehoefte. "De praktijk" kan niet bij de constatering blijven stil staan, dat het meten van zulke behoeften wetenschappelijk zo'n moeilijke zaak is.<sup>36)</sup> Er zullen al in de zeer nabije toekomst keuzen gedaan moeten worden. Zoals bekend voltrekt in ons huidige mediabestel de peiling van maatschappelijke informatiebehoefte zich bij de pers globaal in de vrije markt en bij de omroep op basis van criteria gespecificeerd in de Omroepwet. Dit gemengde – half particuliere, half publiekrechtelijke – systeem van peiling heeft een bestel opgeleverd dat op alle niveaus en in alle sectoren een alleszins aanvaardbare mediapluriformiteit kent<sup>37)</sup> en dat in vergelijking met het buitenland de toets van de kritiek zeker kan doorstaan. Het bestaande mediastelsel stijgt ruimschoots uit boven het minimum-niveau dat van media mag worden verwacht voor het goed functioneren van onze politiek-maatschappelijke democratie.<sup>38)</sup> Deze laatste constatering is van belang bij de vraag naar de meest wenselijke rol van de overheid ten aanzien van nieuwe, extra-informatiemogelijkheden voor het publiek, zoals de kabel, viewdata en Teletekst. Als immers het bestaande, gemengde mediabestel vanuit democratisch oogpunt bevredigend functioneert, levert het algemeen belang steeds minder argumenten op voor intensieve overheidsbemoeienis en collectieve voorzieningen waar het nieuwe media betreft. De drang echter om nieuwe media onder collectieve besluitvorming te houden, is niet gering. Zo zijn er voorstellen voor een groot netwerk van 23 regio-

nale omroepen, liefst betaald uit algemene middelen of centraal geïnde omroepbijdragen.<sup>39)</sup> De behoefte daaraan wordt apriori ondersteld of gebrekkelijk afgeleid uit beschikbare luisterdichtheidscijfers. Gebrekkelijk, omdat aan dit soort cijfers geen criteria verbonden zijn, wanneer wel en wanneer niet in een maatschappelijke behoefte wordt voorzien. Juist nu we technisch zoveel meer kunnen en het verzadigingsverschijnsel niet irreeël is, verdient het aanbeveling, een prijskaartje aan nieuwe informatiemogelijkheden te hangen. En wel een herkenbaar prijskaartje, niet verscholen in algemene middelen of ondoorzichtige retributies. Daarmee voer ik een pleidooi voor een zwaarder accent op de marktsector bij de uitbreiding van bestaande en de introductie van nieuwe informatiekanalen.

Het complement van een herkenbare prijs is een individuele afrekening, waarbij de consument alleen betaalt voor informatie die hij daadwerkelijk afneemt. Juist om de behoefte aan extra-informatie goed te kunnen peilen dient voorrang gegeven te worden aan de ontwikkeling van een communicatieve infrastructuur die een individualiseerbare afrekening toelaat. Het kabelexperiment dat in Zaltbommel is gestart, is in dit verband bijzonder interessant. Van Kaam betitelt dit Bommelse kabelnet als een "alles-kan-en-niks-hoeft-net".<sup>40)</sup> Via dit net kunnen in principe alle vormen van elektronische informatievoorziening worden gerealiseerd, variërend van het doorgeven van omroepprogramma's tot het raadplegen van viewdata-systemen. De consument betaalt alleen voor diensten waar hij gebruik van maakt. Het is kortom een kabelnet zonder bestedingsdwang. Het zou goed zijn als regionale en lokale omroepplannen ook op dit Bommelse kabelspoor werden gezet.

### **De informatiesamenleving: een beter-geïnformeerde samenleving?**

De meest opvallende vernieuwingen in

de publieke informatiesfeer zijn zonder twijfel viewdata- en teletekstachtige informatiesystemen. Deze min of meer interactieve systemen worden wel 'consultatie-media' genoemd.<sup>41)</sup> Bij dit soort nieuwe media zoekt en selecteert het publiek zelf de gewenste informatie; in computertermen: zij hebben een "search"-karakter. Oude media zoals de pers en omroep hebben daarentegen meer een "display"-karakter: de informatie is reeds geselecteerd en wordt het publiek als "pakket" voorgeschoteld. Over de kwaliteit van de pers en de omroep is al veel geschreven.<sup>42)</sup> Maar hoe staat het met de kwaliteit van de informatievoorziening via de nieuwe consultatie-media? Dragen nieuwe consultatie-media ertoe bij dat een beter-geïnformeerde samenleving ontstaat? Ook hier geldt: niet per definitie. In de eerste plaats kunnen dit soort media een overmatige digitalisering van de informatie in de hand werken. In de tweede plaats kan een grootschalige introductie van deze media leiden tot een onaantvaardbare vergroting van de maatschappelijke ongelijkheid in informatie-kansen.

Het publiek heeft tot nu toe weinig belangstelling voor elektronische consultatie-media getoond. Een belangrijke barrière is wellicht – naast de kosten – het gebrek aan search-behoefte bij het grote publiek: consultatie-media onderstellen dat mensen actieve informatiezoekers zijn; je moet weten wat je wilt "searchen", en dat is natuurlijk vaak niet het geval. Hoe dat zij, elektronische consultatie-media kunnen een nuttige aanvulling op de bestaande informatie-kanalen zijn, vooropgesteld – zoals gezegd – dat zij niet leiden tot een overmatige digitalisering. Onder 'digitalisering' is in dit verband te verstaan: de toenemende afhankelijkheid van de samenleving voor haar informatie-voorziening van computersystemen. Die afhankelijkheid heeft in verband met onze probleemstelling twee relevante aspecten: afhankelijkheid van gegeven zoekstructuren en

overdaad aan bepaalde soorten informatie en tekorten elders. Wat bedoel ik daarmee? Viewdata-systemen combineren hoogwaardige telecommunicatie met geavanceerde computers. Juist in die afhankelijkheid van computers schuilen de beperkingen van viewdata-systemen. Zoals bekend kunnen computers alleen gegevens verwerken die definieerbaar en formaliseerbaar zijn, en die volgens een bepaald nauwkeurig omschreven programma kunnen worden bewerkt. Men zegt wel dat de wereld van de computer een "gedigitaliseerde wereld"<sup>43)</sup> is, een wereld die zich in getallen laat uitdrukken en modelleren. En dat geldt in zekere zin ook voor viewdata-systemen. De gebruiker kan alleen volgens vaste, nauwkeurig omschreven regels informatie aan het systeem ontlokken, d.w.z. volgens regels bedacht door de ontwerpers van het systeem. Associatief informatie-zoeken behoort niet tot de mogelijkheden. Hoe wij aan onze informatie kunnen komen bepaalt de gedigitaliseerde zoekstructuur van het systeem, beter gezegd, bepalen de ontwerpers van het zoekprogramma. Daar komt een tweede mogelijk onderdeel bij, dat computersystemen meestal nogal eenzijdige informatie verschaffen: een overmaat aan gegevens over wat is en wat was, aan feiten en meetbare zaken, en een schromelijk tekort aan informatie over moeilijk meetbare zaken zoals gevoelens, waarde-oordelen en principes. Of zoals Muller, emeritus-hoogleraar in de bestuurlijke informatica, recentelijk schreef: een overvloed aan informatie "in het platte vlak", zonder dimensie.<sup>44)</sup>

Van verschillende zijden – ook in de informatica – wordt tegenwoordig gewezen op het gevaar van overmatige digitalisering. Het voornaamste risico is dat bij het publiek de suggestie ontstaat dat wat op het beeldscherm verschijnt, informatie is, en de enige informatie is, en alle informatie is.<sup>45)</sup> Dit wordt versterkt door het dwingend karakter van de zoekprogramma's bij

consultatie-media: gemakkelijk ontstaat de indruk dat een gegeven zoekstructuur de enige weg naar Rome is. In dit verband lijkt mij zeer belangrijk, hoe publieke viewdata-systemen in de toekomst georganiseerd zullen zijn. Ook bij elektronische consultatie-media geldt dat pluriformiteit en openheid in informatievoorziening belangrijke culturele waarden zijn. En dat uitgangspunt pleit voor een zo vrij mogelijke concurrentie tussen publieke databanken, die technisch door de consument makkelijk met elkaar kunnen worden verbonden, vergeleken en uitgewisseld. Juist hier liggen belangrijke taken en mogelijkheden voor de particuliere uitgeverwereld. Berekeningen leren dan 75% van de media- en informatiesector in ons land gebaseerd is op particulier initiatief.<sup>46)</sup> Het laat zich raden, hoeveel "know how" in die sector ligt opgeslagen. Daarnaast toont onderzoek aan dat media-pluriformiteit en particulier initiatief in ons land geenszins tegengestelde begrippen zijn; dit laatste in weerwil van wat vroeger wel werd gesteld.<sup>47)</sup> Tegen deze achtergrond lijkt toegang van particuliere uitgevers tot viewdata- en teletekstachtige informatiesystemen dan ook alleszins verdedigbaar.

Een tweede aspect dat in het kader van de kwaliteit van nieuwe media aan de orde dient te komen, betreft de toegankelijkheid van die media voor brede lagen van de bevolking. Nieuwe media hebben sterk een "doe-het-zelf" karakter. Men kan de ontwikkelingen op dit gebied ook vergelijken met die in de doe-het-zelf-sector. In die sector ziet men dat het gereedschap steeds beter wordt – een kloppoor en cirkelzaag in elk huishouden –, maar anderzijds dat er geen loodgieter meer te krijgen is. De serviceverlening aan het publiek neemt af bij toenemende technische mogelijkheden. Zal zich dat ook in de informatiesector voordoen? Zal de selecterende rol van de journalist aan betekenis inboeten? En zullen we het straks moeten stellen zonder de helpende hand van de bibli-

othecaresse in de openbare bibliotheek? Als dat zo is, wordt een andere analogie relevant. Zoals iedere huisbezitter weet, zijn er mensen met gouden en mensen met twee linker handen die al blij zijn als zij het kraanleertje kunnen vervangen. Zo iets kan zich ook in het informatieve vlak voordoen. Per saldo kan verdere informatisering resulteren in een aanzienlijke vergroting van de maatschappelijke informatie-ongelijkheid. Waarom?

Het is vaker gezegd: nieuwe media zijn nog gebruiksvriendelijk. De apparatuur is vaak niet gestandaardiseerd, maar wat belangrijker is, de procedures om informatie te zoeken veronderstellen abstracte vaardigheden en een graad van doelgerichtheid, die lang niet bij het hele publiek aanwezig zullen zijn. Het is niet uitgesloten dat veel mensen zich meer en meer op uitsluitend amusement zullen gaan richten, wanneer een belangrijk deel van de publieke informatievoorziening alleen nog via elektronische consultatie-media zou worden verzorgd. En zo zou een samenleving kunnen ontstaan met globaal twee klassen, de "have's" en de "have's not",<sup>48)</sup> een samenleving met wel en met niet- of nauwelijks geïnformeerde mensen. Belangrijk zal in dit verband ons toekomstig onderwijs zijn. Als dat zich beperkt tot "( ) het geven van een antwoord op de vraag 'Hoe draai ik de knop om?'",<sup>49)</sup> moet het ergste worden gevreesd. Er worden tegenwoordig wel pleidooien gevoerd voor een schoolvak als 'burgerinformatica'. De leerlingen zouden algoritmisch en kwantitatief moeten leren denken. Zulke pleidooien zijn sympathiek, maar toch te beperkt. Het gaat om meer dan het leren omgaan met de computer. Er

zal in de toekomst een vak moeten komen als "burgerinformatieleer", waaronder begrepen burgerinformatica. Centraal daarin zou moeten staan het bijbrengen van "informatiebewustheid",<sup>50)</sup> leerlingen moeten leren inzien, dat informatie altijd selectief is, altijd een keuze is, en vaak ook in hoge mate onzeker is. Onderwijs in informatie biedt de beste kansen om een groeiende informatie-ongelijkheid te voorkomen.

### **Zuinig met, zuinig op informatie**

In de jaren zestig konden zonder veel commotie de kolenmijnen in Limburg worden gesloten. Er was immers een overvloed aan energie. Inmiddels weten we wel beter: de gordijnen gaan thuis weer dicht en de lichtknopjes op kantoor worden om vijf uur weer keurig uitgedraaid. Met stickers wordt campagne gevoerd voor "zuinig met energie". Er zit een moraal in deze geschiedenis. Futurologen voorspellen dat informatie straks economisch belangrijker zal zijn dan energie. Het aardige van informatie boven energie zou dan zijn, dat het nooit opdraakt en nooit schaars zal zijn.<sup>51)</sup> Op zo'n gedachtegang valt veel af te dingen. Weliswaar zal het aanbod nooit zo schaars worden als bij energie, maar er dreigt wel een ander soort schaarste te ontstaan: een schaarste aan de vraagzijde, een schaarste aan opnamecapaciteit. Er is lijkt mij alle reden voor een campagne als "zuinig met, zuinig op informatie". Zuinig met informatie: omdat informatisering kan leiden tot verzadiging, overload en een overvloed aan blind-gaande informatie. Zuinig op informatie: want informatie en communicatie zijn voor ons voortbestaan net zo wezenlijk als lucht, water, voedsel en energie.

### **NOTEN**

1. Term van D. Bell, *The coming of the post industrial society*, 1973.
2. D. Overkleef, *Informatie-industrie in de jaren tachtig*, 1980, p. 12: "( ) alle bedrijfsmatige activiteiten die betrekking hebben op het vergaren, verwerken en distribueren van informatie".
3. Idem, p. 29. Zie ook: *Maatschappelijke gevolgen van de micro-elektronica*, Rapport van de Adviesgroep Micro-Elektronica, 1980, p. 20.

4. Zie voor een algemeen overzicht: L.M. Branscomb, Trends and developments in computer/telecommunication technologies, OECD Informatics Studies, nr. 11, 1976, p. 57 - 77.
5. Een vertaling van het Amerikaanse "informationalization"; A. Toffler, The third wave, 1981, (1980), p. 362.
6. UNESCO-gegevens, ontleend aan A.O. Kouwenhoven, Inleiding tot de bibliografie, 1981, p. 28 - 30.
7. Het betreft hier het mediane groeipercentage; OECD Informatics Studies, nr. 11, 1976, p. 15.
8. Telling gebaseerd op het Handboek van de Nederlandse Pers en Publiciteit, 1981.
9. E.B. Parker, Background Report, OECD Informatics Studies, nr. 11, 1976, p. 95/96.
10. Idem, p. 91 e.v.
11. A.D. Little inc., The Netherlands in the information age, i.o.v. het Centrum voor Informatiebeleid (CIB), 1981, in de samenvatting in "Info '90", p. 10.
12. D. Overkleef, o.c. p. 14.
13. M.A. Arbib, Computers and the cybernetic society, 1977, p. 19.
14. Cf. D. Overkleef, o.c., p. 70. In dit verband kan ook gewezen worden op de ervaringen met het computerprogramma ELIZA; zie: J. Weizenbaum, Computer power and human reason: from judgment to calculation, 1976, p. 5 - 8.
15. Cf. Sj. Muller, Kennisleer en computers: een kritische verhandeling over informatie, 1982, p. 16. Tegen deze achtergrond moet de naamgeving van het vak 'informatica' worden betreurd. De status daarvan zou duidelijker geweest zijn, wanneer men zich van een meer bescheiden en duidelijker naam, zoals bijvoorbeeld computerwetenschap, had bediend. Daarnaast zou heel wat misverstand voorkomen kunnen worden, indien de automatiseringswereld het gebruik van woorden als 'informatiesysteem' en 'informatie management' vermeed. Het gaat in die wereld slechts om elektronische dataverwerking. Overigens zal dit pleidooi vergeefse moeite blijken te zijn: het kwaad is al geschied en de economische belangen die met dit taalgebruik zijn gediend, zijn te groot (cf. Sj. Muller, o.c., p. 143).
16. In sommige informatica-publicaties wint deze gedachte inmiddels ook veld: cf. D. Overkleef, o.c., p. 69 en Sj. Muller, o.c., p. 63.
17. Voor een beschouwing over het informatiebeprijp kan hier verwezen worden naar de nog altijd leesbare publicatie: C.A. van Peursen, C.P. Bertels en D. Nauta, Informatie: een interdisciplinaire studie, 1968.
18. Dit laat onverlet dat vanuit de positie van de aanbieder/zender de aangeboden/verzonden informatie tegelijkertijd reeds semantische informatie bevat. Wij zullen echter in het navolgende elk informatie-aanbod syntactisch noemen, zolang het de ontvanger nog niet heeft bereikt. Aldus is ons begrip 'syntactische informatie' iets ruimer dan het technische, dat zich tot 'signalen' beperkt.
19. Niet verbazigkend is het dan ook dat pogingen om de waarde van informatie te meten, wel succesvol waren in de sfeer van signalen (cf. Cl. E. Shannon en W. Weaver, The mathematical theory of communication, 1949), en niet in de sfeer van de semantiek. Een poging in deze sfeer is de zgn. lexicale informatie-theorie (cf. J.R. Pierce, Symbols en signalen, 1966, p. 275 e.v.). Zie hierover ook: J. Hintikka, On semantic information, in: J. Hintikka en P. Suppes, (red), Information and inference, 1970, p. 3 - 27.
20. Definities: syntactische informatie = informatie-aanbod; semantische informatie = kennisniveau; pragmatische informatie = effect op aard van het handelen; exponentieel = t.o.v. de tijd; proportioneel = t.o.v. omvang informatie-aanbod; constant = t.o.v. kennisniveau.
21. J.J. van Cuilenburg en D. McQuail, Media en pluriformiteit, M8 WRR-serie Voorstudies en achtergronden mediabeleid, 1982, p. 102.
22. H. van Tobien, Die manipulierte Information, 1980, p. 24.
23. M.P.C.M. van Schendelen, Parlementaire informatie, besluitvorming en vertegenwoordiging, 1975, p. 25.
24. J. van Putten, (red), Haagse Machten, 1980, p. 259 - 261.
25. Zie voor een beschouwing over het belang van een probleemstelling voor onderzoek: G. Kuypers, ABC van een onderzoekspzot, 1982.
26. CDA, Massa- of kassacommunicatie, 1981, p. 11.
27. Andere probleemstellingen zijn zeker denkbaar. Zie bijvoorbeeld: J.M. van Oorschot, Informatiemaatschappij: een poging tot probleemstelling, in: Informatie, 1981, (23), p. 745 - 750.
28. Ch. F. Muller, Economic aspects of information on health and health care, in: M. Galatin en R.D. Leites, (red), Economics of Information, 1981, p. 158.
29. Cf. H. von Tobien, o.c., p. 25.
30. Zie voor een vergelijkbaar betoog over bedrijfsinformatie: Sj. Muller, o.c. Voor informatie/informatisering en overheid en politiek, zie: D.M. Lamberton, (red), The information revolution, the Annals of the American Academy of Political and Social Science, 1974 (diverse artikelen).
31. Gesteld wordt wel dat permanente beschikbaarheid van informatie en snelheid de voornaamste voordeelen van Teletekst en viedata zijn. Het is echter de vraag, of deze voordelen buiten de bedrijfs sfeer belangrijke overwegingen zijn. Zo is in de publieks sfeer snelheid van informeren in extremu een drogreden: de automatisering verschaft het publiek steeds meer vrije tijd om informatie te verzamelen, terwijl het steeds minder tijd zal vergen om geïnformeerd te worden. Informatie-snelheid is een relatief begrip, wanneer een overvloed aan vrije-tijd voor de deur staat.
32. Zie over de ontwikkeling van de vraag naar en bestedingsruimte voor nieuwe media: SMM Stichting Moderne Media, Naar een samenhangend mediabeleid, 1982, p. 29 - 31.
33. Philips-advertentie in Intermediair, 5 februari 1982. Zie in dit verband ook: WRR Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, Samenhangend mediabeleid, Rapporten aan de Regering, nr. 24, 1982, p. 80.
34. L.P.H. Schoonderwoerd en W.P. Knuist, Mediagebruik bij verruiming van het aanbod, M4 WRR-serie Voorstudies en achtergronden mediabeleid, 1982, p. 36 - 54.
35. Idem, p. 67. Zie in dit verband ook: WRR, o.c., p. 168 e.v.

36. Zie over het belang en moeilijkheden van onderzoek in deze sfeer: F. Kempers, Mediabeleid en media-onderzoek, 1977, p. 31.
37. J.J. van Cuilenburg en D. McQuail, o.c., p. 46 e.v. en p. 172 e.v.
38. Voor mediabeleid is "democratie" naast uitingsvrijheid en pluriformiteit de belangrijkste toetssteen; cf. WRR, o.c., p. 16.
39. ROOS-plan voor 23 regionale omroepen, 1980. Zie voor een overzicht van verschillende standpunten terzake van financiering: WRR, o.c., p. 130 e.v.
40. B. van Kaam in VU-magazine, juli/augustus 1982. Zie over het financieringsvraagstuk ook: J.L. Bordewijk en B. van Kaam, Allocutie: enkele gedachten over communicatievrijheid in een bekabeld land, 1982, p. 60 - 64, p. 68 en p. 81.
41. Voor relevante begripsvorming zie J.L. Bordewijk en B. van Kaam, o.c., p. 22 - 34.
42. Cf. J.J. van Cuilenburg en D. McQuail, o.c., p. 56 - 91 en de daar aangehaalde literatuur, m.n. R. Geissler, Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie, 1973.
43. Term van D. Overkleef, o.c., p. 51.
44. S.J. Muller, o.c., p. 9. Zie ook zijn onderscheid tussen verschillende soorten kennis en de computer, p. 39 e.v. en p. 171.
45. Cf. D. Overkleef, o.c., p. 70/71. Zie hierover ook: C.A. van Peursen, De spanning tussen informatie en visie, Firato-lezing 1978; idem, Informatie: reikwijdte en grenzen, in: Informatie, maandblad voor gegevensverwerking, 1979, (21), p. 263 - 266; S.J. Muller, o.c., p. 159 en p. 171 e.v.
46. SMM, o.c., p. 37.
47. Zie onderzoek genoemd in noot 35.
48. J. Kist, De consument in de informatiemaatschappij, in: Intermediair, 20 augustus 1982, (18), p. 39. In dit verband is de kenniskloof-theorie uit de communicatiewetenschap relevant. Die theorie stelt dat media de kenniskloof eerder vergroten dan verkleinen: de geïnformeerden raken steeds beter geïnformeerd, de niet-geïnformeerden raken steeds verder achter. Eén en ander geldt mutatis mutandis nog sterker bij nieuwe media. Zie voor een recent overzicht: P.J. Tichenor, Structure, communication and social power: evolution of the knowledge gap hypothesis, in: Massacommunicatie, 1982, (10), p. 81 - 87.
49. J. Kist, o.c., p. 39.
50. Term van J.J. Davidse in interview in: Intermediair, 19 juni 1981, (17), p. 43.
51. Cf. A. Toffler, o.c., p. 361.

Manfred Jenke

## Medien und Märkte\*

### Was Bürger brauchen und was Konsumenten wünschen

Medien werden von Menschen für Menschen gemacht.

Diesem – zugegeben: sehr einfach klingenden – Satz wird hoffentlich niemand von Ihnen widersprechen wollen. Doch schon meine zweite Feststellung könnte auf Widerspruch stoßen:

Es ist ein großer Unterschied, ob ein Medium die Menschen, für die es gemacht wird, als willige Konsumenten adressiert oder als mündige Bürger: Ob das Medium diese Menschen – sein Publikum – nur als kaufkräftige Zielgruppe definiert, die es an sich binden möchte – möglichst regelmäßig, möglichst lange, möglichst dauerhaft –, um sie potentiellen Auftraggebern von Werbetreibenden als gut gebündelte Kontaktchance mit deren Produkten anbieten zu können oder ob das Medium diese Menschen – sein Publikum – zunächst einmal als Individuen gelten läßt, ob es sie als Interessenten an bestimmten Aussagen, Inhalten und Formen definiert, ob es seine Leser, Hörer, Zuschauer in ihren Erwartungen und Neigungen ernstnimmt und an ihre politisch-gesellschaftlichen Rechte und Pflichten erinnert? Um es noch präziser zu formulieren: Es macht einen großen, für die Bewertung der kommunikativen Qualität eines Mediums den entscheidenden Unterschied aus, ob dieses Medium sich zunächst einmal darum bemüht, die Menschen so zu nehmen wie sie sind, die Menschen kennenzulernen und etwas zu erfahren über ihre Gedanken und Gefühle, ihre Ängste und Wünsche, ihre Nöte und Probleme, um ihnen daraufhin solche Informationen anzubieten, die sie brauchen, damit sie sich zurechtfinden können, damit sie frei entscheiden und selbstverant-

wortlich handeln können – oder ob ein Medium sich die Menschen so schaffen möchten wie es sie braucht, um damit eigene Ziele zu verfolgen: das Medium als Mittel zum Zweck.

Dieser vom Medium selbst verfolgte Zweck kann ein bloß kommerzieller Zweck sein: mit der Ausbeutung von Zeit und Interesse des Publikums möglichst viel Geld zu verdienen. Es kann aber auch ein politischer Zweck sein: über die Beeinflussung von Meinung und Einstellung des Publikums Macht in Gesellschaft und Politik auszuüben – und das kann für manchen mehr Wert sein, als viel Geld zu verdienen. Beide Zwecke sind legal in unserer Gesellschaftsordnung, aber sind sie auch legitim im wohlverstandenen Interesse einer Demokratie, die sich nicht nur als formales System von Machtteilung und Machtwechsel versteht, sondern als ein Prozeß, der zu mehr Freiheit, mehr Gerechtigkeit und mehr Menschlichkeit in der Gesellschaft führen sollte?

Ich stelle die Frage ohne so vermessen zu sein, sie hier und jetzt beantworten zu wollen. Gleichwohl stelle ich sie, weil wir uns dieser Frage immer bewußt bleiben müssen, wenn wir über das Verhältnis von Medien und Politik nachdenken: ob (oder zumindest bis zu welchem Grade) die Gewinnerzielung und die Machtausübung mittels Massenmedien in einem demokratisch verfaßten Gemeinwesen wiewohl gesetzlich zugelassen und gesellschaftlich toleriert dennoch möglicherweise schädlich oder sogar gefährlich sein können?

Manche von Ihnen werden diese Frage für längst geklärt halten. Die einen durch die Antwort: Ja, gefährlich, die anderen durch die Antwort: Nein, un-

\* Het betreft hier de Duitse versie van een referaat, dat Jenke op het jubileumcongres van Massacommunicatie op 2 september 1982 in het Engels uitsprak.



gefährlich. Wir alle wissen, daß es eine umfangreiche wissenschaftliche Literatur über die Frage gibt, ob die Auslieferung eines Mediums an den freien Markt eher die Vielfalt innerhalb eines Mediums fördert oder die Konzentration auf wenige Träger des Mediums beschleunigt, und wir wissen auch, daß behauptet wird, die Konzentration vieler Kräfte eines Mediums auf einen Träger würde dessen Leistungsqualität nicht reduzieren, sondern im Gegenteil noch erhöhen. So sagen es erfolgreiche Zeitungsverleger, aber so sagen es auch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Wie Sie wissen, komme ich aus Deutschland und wir haben auf diesem Gebiet vor wie nach 1945 Erfahrungen hinter uns, die nicht nur uns selbst erschrecken. Doch geht es mir hier und jetzt weniger um die Antwort auf diese Frage als vielmehr um deren genauere Formulierung. Mir liegt daran, daß die Frage nicht aus der Diskussion verschwindet und daß diejenigen, welche – wie ich – die Medien "machen", sich ihr immer wieder stellen müssen.

Denn: Entscheidend für die kommunikative Qualität eines Mediums (und das heißt: für seine gesellschaftliche, politische Bewertung) ist nicht nur, wie das Medium seine Adressaten, sein Publikum, definiert, sondern auch wie diejenigen, die das Medium "machen", ihre Arbeit und sich selbst definieren.

Wie frei sind wir "Medienmacher" überhaupt, eine solche Definition ernsthaft und guten Gewissens zu versuchen? Wie befangen sind wir möglicherweise in den Begriffskategorien unserer Erziehung, den Denkschemata unserer Ausbildung, den Handlungsklischees unserer Praxis? Wie stark prägen uns die Gefühlserfahrungen unserer Herkunft und die im Laufe unserer Karrieren vollzogenen Kompromisse? Wie sehr versteht der einzelne sich als Star oder als Anti-Star, als Volkserzieher oder als Nonkonformist? Wie viele von uns sind heimlich oder offenkundig Zyniker geworden?

Wie weit sind wir uns noch dessen bewußt, daß die Menschen, die lesen (was wir schreiben), die hören (was wir sagen), die sehen (was wir zeigen) nicht bloße Objekte unserer Argumentation und Persuasion sein dürfen, sondern vielmehr Subjekte sind, welche, eigener Gedanken und Gefühle fähig, dazu ermutigt und ermuntert werden sollten, ihre eigenen kommunikativen Fähigkeiten zu nutzen und zu verbessern, um anhand der von uns gegebenen Anregungen im publizistischen, aber auch im künstlerischen Bereich untereinander intensiver zu kommunizieren? Welche Hilfen bieten ihnen dazu unsere Medien an? Medien, die doch in ihren besten Produkten nicht mit der Absicht gemacht werden, bestimmte Meinungen aufzunötigen, bestimmtes Verhalten für verbindlich zu erklären, sondern die ihrem Publikum zunächst einmal Material zu eigener Urteilsbildung vorlegen sollen – und das so breit und so vielfältig wie möglich –, um sodann Entscheidungskriterien und Handlungswissen zu vermitteln, das den einzelnen Menschen besser befähigen könnte, seine Situation zu beurteilen, seine Interessen zu definieren, sein Tun sinnvoll zu planen und zu verwirklichen.

Sie werden bemerkt haben, daß ich bis jetzt sehr allgemein von Medien gesprochen und es vermieden habe, diese Medien näher zu bezeichnen: als Zeitung oder Zeitschrift, als Buch oder Film, als Schall- oder Bildplatte, als Radio oder Fernsehen. Ein Grund dafür ist meine Abneigung gegen jene Art Medienkritik, die dem einzelnen Medium als solchem bestimmte negative Einflüsse oder Gefahren unterstellt. Es gibt, namentlich bei uns in Deutschland, eine lange zurückreichende Tradition solcher Allgemeinplätze: Zeitungen "lügen wie gedruckt", Filme kommen aus der "Traumfabrik", Schallplatten bringen "Schnulzen" unter die Leute, das Radio dient als "Geräuschtapete" und als neuestes haben wir die "Droge Fern-

sehen" entdeckt, die unsere Kinder angeblich süchtig und lebensuntauglich macht. Alle diese Klischees sind gewiß nicht ohne Anlässe entstanden, das wir niemand leugnen. Doch wäre es besser gewesen, nicht von einzelnen Anlässen her über die Medien insgesamt zu urteilen, sondern genauer nach den Ursachen zu fragen: warum bestimmte Produkte bestimmter Medien so negativ in Erscheinung treten? Hätte man daraufhin weniger die Medien als solche verurteilt, sondern nach den Entstehungsbedingungen bestimmter Produkte in den Medien gefragt, zum Beispiel nach den organisatorischen Voraussetzungen und nach den ökonomischen Zielsetzungen bestimmter Systeme oder bestimmter Unternehmen, dann wäre das Ergebnis sicherlich differenzierter ausgefallen.

Worauf will ich mit dieser Argumentation hinaus?

Auf eine weitere, sehr einfache These: Die Medien sind als solche wertfrei. Sie sind weder "gut" noch "schlecht", weder schädlich noch nützlich, weder progressiv noch konservativ, weder intelligenzfördernd noch verdummend. Es kommt allein darauf an, was die Menschen aus ihnen machen.

Welche Menschen?

Natürlich zählen jene Menschen, welche die Medien konsumieren, dabei etwas weniger als jene, welche für die Medien produzieren, doch um die Aufzählung gleich komplett zu machen, füge ich hinzu: noch etwas mehr zählen jene Menschen, welche die Medien kontrollieren und – so befremdlich das klingen mag – am allermeisten diejenigen, welche die Politik, also die Gesetze, machen, an denen die Kontrolle der Medien sich letzten Endes orientiert.

Nun wissen wir alle gut, daß Arbeitsbedingungen und gesetzliche Vorgaben nicht nur von Medium zu Medium, sondern auch von Staat zu Staat sehr unterschiedlich akzentuiert sind. Ich lasse hier bewußt alle Staaten außer acht, (und das fällt sehr schwer, weil es vielzuviele davon gibt), in denen die Me-

dien durchgängig der Selbstdarstellung des Staates und der herrschenden politischen Schicht oder Gruppen dienen, der Erziehung im Sinne eines ideologischen Dogmas, wo immer im politischen Spektrum dieses Dogma angesiedelt sein mag. Dabei verkenne ich nicht, daß es eine großes, – hier nicht zu vertiefendes – Thema ist, ob und wie Medien selbst unter solchen widrigen Bedingungen den Keim einer Entwicklung zur demokratischen Freiheit setzen und fördern können. Ich will mich vielmehr beschränken auf solche Staaten, in denen demokratische parlamentarische und gesellschaftliche Verhältnisse es gestatten, die gesetzlichen Voraussetzungen für freie und unabhängige Medien zu erhalten oder zu schaffen: Staaten wie die Niederlande, wie Frankreich, wie die Vereinigten Staaten von Amerika, wie die Bundesrepublik Deutschland.

Indem ich diese vier Staaten nenne, wird bereits erkennbar, wie unterschiedlich unsere jeweils historischen gewachsenen Freiheitsbegriffe auf die politischen Entscheidungen in Medienfragen einwirken. Unabhängig sollen die Medien in allen diesen Ländern sich entfalten dürfen, und doch gibt es vielfältige organisatorische Rückbindungen an die gesellschaftlichen Kräfte, an den kommerziellen Markt, an das Parlament, an die Regierung, an Institutionen und Kommissionen, die teils Regelungs-, teils Lizenzierungs-, teils Kontrollkompetenzen haben. Unmittelbare staatliche Einflußnahme wird, wo sie – wie in Frankreich – noch besteht allmählich abgebaut. Der Regierung werden nur die für den Notfall erforderlichen Einflußnahmen zugestanden: Warnungen im Katastrophenfall, Geheimhaltung bei kriegerischen Verwicklungen, Festlegung finanzwirtschaftlicher Rahmenbedingungen. Und doch bleiben wichtige Unterschiede erkennbar: während sozial-liberale Regierungen in der Bundesrepublik Deutschland es als ihr Ziel ansehen, zu verhindern daß privatwirtschaftliche Verlagsunternehmen

durch Fusion und Konzentration in eine Größenordnung hineinwachsen, die als Gefahr für die Vielfalt der Meinungen angesehen wird, und während sie bemüht sind, die Werbeeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf ein Maß zu begrenzen, das die Gefährdung der ökonomischen Grundlagen auch mittlerer und kleinerer Zeitungsunternehmen ausschließt, setzt sich in den Vereinigten Staaten von Amerika eine konservativ-liberale Regierung für den Abbau möglichst vieler der bisher geltenden Regelungen ein, weil sie von mehr Wettbewerb zwischen den Medien und innerhalb der Medien ein breiteres Angebot von Trägern, dadurch eine bessere Versorgung mit Informationen und letzten Endes sogar mehr Vielfalt der Meinungen erhofft.

Was die eine Denkschule mit vorsichtig gehandhabten Interventionen und durchaus locker gehaltenen Regelungen zu bewahren und weiterzuentwickeln hofft, meint die andere durch großzügiger gesetzte Freiräume, ja mit radikaler Abschaffung der bisher für unvermeidlich gehaltenen Restriktionen verbessern zu können.

Es erweist sich – worauf in der Bundesrepublik Deutschland Professor Eberhard Witte erst vor kurzem hingewiesen hat – daß weniger die Ziele der Medienpolitik sich unterscheiden als die Wege, auf denen man diesen Zielen näherzukommen hofft.

Welches sind diese Ziele? Für die Bundesrepublik lassen sie sich in zehn Punkten zusammenfassen, über deren Notwendigkeit offenbar ein breiter Konsensus besteht.

An erster Stelle aller von den medienpolitisch relevanten Kräften und Gruppen bei uns genannten Ziele steht das – wie Artikel 5 unserer Verfassung formuliert – "Recht des Bürgers, sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu informieren". Keine staatliche Zensur von Informationen – darüber sind sich alle einig. Doch wie diese Informationsfreiheit zu realisieren, abzusichern sei, darüber gehen

die Meinungen bereits weit auseinander: Gesetze, von denen die einen meinen, sie kanalisieren, behinderten den Informationsfluß (z.B. durch die ausschließlich öffentlichrechtliche Rundfunkveranstaltung) erscheinen den anderen als Schutz des Informationsflusses vor kommerziellem Wildwuchs, vor Niveauverlust, vor Reizüberflutung, vor Informationsverschmutzung.

Als *zweitwichtigstes* Ziel wird die publizistische Vielfalt genannt, also die Pluralität des Angebotes von Inhalten, Stoffen, Formen und Themen, aber auch die Existenz verschiedener institutioneller Träger der Medien. Doch läßt sich bei diesem Ziel ebenfalls eine starke Ambivalenz im Methodischen erkennen: Man fragt sich, ob neue und andere Angebotsformen durch zusätzlich in den Markt eintretende Anbieter die bisherigen Anbieter beeinträchtigen, verdrängen oder ganz beseitigen könnten? Werden neue weithin "populäre" Angebote den bisherigen hochqualifizierten publizistischen und künstlerischen Angeboten, die heute im Rahmen öffentlich-rechtlicher Institutionen wie Rundfunkanstalten, Bibliotheken, Theater gerade noch finanzierbar sind, in einer dann stärker liberalisierten Konkurrenzsituation größere Publikumsanteile entziehen, dadurch deren finanzielle Existenzgrundlage schmälern und schließlich das Gesamtangebot in der Weise nivellieren, daß "mehr von demselben", "Einfalt statt Vielfalt" geboten wird? Wir alle kennen die Untersuchungen, an denen am Beispiel der Programmentwicklung des belgischen Fernsehens unter dem Druck der von RTL gesendeten Kinofilme eine Tendenz zur Reduzierung publizistisch und künstlerisch hochqualifizierter Angebote bereits während der 70er Jahre ermittelt worden ist. Wir alle haben aber auch von den Kalkulationen gehört, die für Ende der 80er Jahre gerade auch anspruchsvollen Theater- und Musikproduktionen Absatzchancen im Markt der Videokassette und der Bildplatte einräumen; dies allerdings zu einem

weitaus höheren Preis für den Interessenten.

Auf solche Interdependenzen zwischen den Medien weist das *dritte* der in der Bundesrepublik am häufigsten genannten Ziele der Medienpolitik hin: die wirtschaftliche Situation der Presse darf durch neue Medienentwicklungen nicht beeinträchtigt werden. Wiederum tauchen Fragen auf: Geht es dabei in erster Linie um das Weitererscheinen der Zeitungen für die verschiedenen Städte und Kreise oder um das Überleben der Verlagshäuser? Von manchem Verleger vermuten Übelwollende seit langem, er würde sein Unternehmen lieber heute als morgen von der komplizierten und mit vielen Risikofaktoren behafteten Zeitungsproduktion auf die eher gewinnbringende elektronische Vermittlung von Information und Unterhaltung umstellen. Muß aber die Gesellschaft, müssen Kultur und Politik, muß das Publikum nicht dringend am Weiterbestehen des gedruckten Universalmediums Zeitung interessiert sein? Wird man dafür – unter Umständen – den Preis einer gesetzlich geregelten Abschöpfung anderswo erzielter Werbegewinne zahlen müssen, die dann zwischen den Medien umverteilt, d.h. von den "neuen" auf die "alten" Medien rücktransferiert werden würden? Über derartige staatliche Interventionen spricht niemand gerne, weil solchen Ideen gerade auf dem heiklen Feld von Information und Meinungsbildung ein Beigeschmack von Beeinflussung und Manipulation anhaftet. Doch erscheint mir die Erhaltung der Existenzgrundlage der einzelnen Zeitung oder Zeitschrift als ein zukünftig immer wichtiger werdendes Feld der Medienpolitik.

*Viertes* Ziel: die Selbstbestimmung im Sinne der Freiheit der Einzelnen gegenüber Einflüssen des Staates und anderer Institutionen. Hier handelt es sich um ein Abwehrrecht des Bürgers, das sich im übrigen nicht nur auf den Staat richtet, sondern auch gegen die Bevormundung durch Mächtige in der

Gesellschaft und (was nicht verwundert) in der Publizistik selbst. Kann, darf dieses Recht sich auch gegen die eben erwähnten Bemühungen richten, eine Zeitung oder Zeitschrift, die auf dem freien Markt nicht finanzierbar ist durch andere Finanzierungsmethoden zu retten? So fragen manche, für deren Begriff von Pressefreiheit die "Abstimmung am Kiosk" – also die tägliche Kauf- oder Nicht-Kauf-Entscheidung der Laufkundschaft – das ausschlaggebende Kriterium für die Qualität von Presseerzeugnissen ist. Demgegenüber verweisen die an *fünfter* und *sechster* Stelle genannten Ziele auf ein bereits weiter entwickeltes Medienverständnis: ebenso wichtig wie die Meinungsvielfalt – das heißt, der Anspruch, daß die in der Gesellschaft vorhandenen unterschiedlichen Meinungen, Einstellungen und Werthaltungen in den Medien zum Ausdruck kommen sollen – sei die Freiheit der Meinungsäußerung, das heißt, dem einzelnen Bürger sollen erweiterte Zugangsmöglichkeiten für die eigene Artikulation eröffnet werden.

Wie diese Ziele verwirklicht werden können, ist selbstverständlich ebenso umstritten: soll es bevorzugt durch interne Vielfalt in jedem einzelnen Medium, ja sogar in jedem einzelnen Träger geschehen, oder durch externe Vielfalt quer durch die Medien und deren Träger? Hierzu gehört auch die Frage der Dezentralisierung der bisher überwiegend auf der Ebene einzelner Bundesländer tätigen Rundfunkanstalten: wenn sie künftig mehr als bisher im Regionalen oder sogar im Lokalen tätig werden, könnte das zu Risiken für die regionale oder lokale Presse führen? Die Rundfunkanstalten verneinen dies mit dem Hinweis darauf, daß sie lokale Werbeeinnahmen dafür nicht in Anspruch nehmen wollten und im übrigen die Chronik-Funktion einer regionalen und lokalen Zeitung ohnehin nicht übernehmen könnten; sie verstehen sich im Regional- und Lokalbereich eher ergänzend und stimulierend als ersetzend oder verdrängend. Neben diese politisch-publizistischen

Ziele tritt mit *nächstniedriger* Priorität die Frage nach der *Stärkung oder besser: Nicht-Beeinträchtigung* von Nachbarschaft und Familie durch die Medien. Prof. Stappers von der Universität Nimwegen hat darauf bereits vor Jahren eine gute Antwort gegeben: Wenn man etwas für die nachbarschaftliche Kommunikation in den Städten und Gemeinden tun wolle, so hat Professor Stappers vorgeschlagen, dann solle man das vorhandene Geld nicht für Kabelversuchsprojekte, sondern lieber für gemütliche Bierlokale ausgeben. Bei uns in Deutschland ist diese Äußerung seither viel zitiert worden. Inzwischen haben wir zwar – zehn Jahre später – noch immer keine Kabelversuchsprogramme, aber wir haben einige Bürgerinitiativen gegen Kabelfernsehen und so konnten die Projekte noch vor ihrer Verwirklichung bereits etwas für die Intensivierung der Kommunikation unter den Bürgern der für die Versuche vorgesehenen Städte leisten.

Es wird Sie möglicherweise überraschen, daß in der Rangordnung von Zielen der Medienpolitik erst jetzt, an *achter* und *neunter* Stelle zwei Aspekte auftauchen, die jeder Kenner deutscher Verhältnisse gewiß für weitaus bedeutungsvoller angesehen hätte und deren Gewicht auch bei uns vermutlich größer ist als es in dieser Liste den Anschein hat.

Es solle dafür gesorgt werden, daß über die Medien die Beschäftigungsstruktur verbessert wird, indem Arbeitsplätze erhalten oder sogar neu geschaffen werden, und es müsse über Innovation im Medienbereich die Wettbewerbsfähigkeit der Bundesrepublik Deutschland auf den internationalen Märkten abgesichert und verbessert werden. Medienpolitik als Arbeitsmarkt- und Außenhandelspolitik, das ist in der gegenwärtigen Konjunkturlage unserer Wirtschaft (und nicht nur unserer) sicherlich ein berechtigter Wunsch. Doch auch ein erfüllbarer? Und um welchen Preis?

Hier komme ich zum *zehnten* und letzten Punkt der von Professor Witte er-

mittelten "Ziele deutscher Medienpolitik": es geht um die Sicherung der wirtschaftlichen Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, dessen Qualität – so umstritten einzelne Sendungen auch sein mögen – untrennbar mit einer aufgabengerechten, die Teuerungsrate zumindest ausgleichenden Finanzierung verbunden ist. Doch zeigt die jüngste Entwicklung, daß dies bereits mittelfristig nicht mehr der Fall sein wird.

An dieser Stelle müssen wir den unangenehmen Schritt von der medienpolitischen Theorie in eine überwiegend machtpolitisch bestimmte Praxis tun.

Wenn ich eingangs sagte, daß die Medien von Menschen für Menschen gemacht werden und wenn ich dies später mit dem Zusatz ergänzte, daß noch mehr als die Konsumenten und die Produzenten die Kontrolleure und die Gesetzesmacher über die Medien zu bestimmen hätten, dann muß jetzt nach dem medienpolitischen Bewußtseinsstand dieser Kontrolleure und Gesetzesmacher gefragt werden.

Mir scheint, dieser Bewußtseinsstand wird noch viel zu oft vorwiegend davon bestimmt, wie sich unsere Politiker von den Medien behandelt fühlen. Anders gesagt: eine leider noch immer zu große Zahl von Politikern – und Ausnahmen bestätigen diese Regel – bewertet die Medien nicht anhand der kommunikativen Qualität ihrer Produktion, sondern danach, ob und wo ihnen Gelegenheit zu (vermeintlich) positiver Selbstdarstellung in Interviews und durch "human interest stories" gegeben wird, wie dies in vielen Zeitungen, aber auch in einigen Rundfunkprogrammen mehr oder minder häufig geschieht. "Do ut des" heißt die leider weit verbreitete Verhaltensregel – mit dem Unterschied, daß gegenüber privaten Zeitungshäusern durch Wohlverhalten und gelegentlichem Entgegenkommen auf die Sympathie des Verlagsinhabers spekuliert wird, während man bei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf personalpolitische Einflußnahme und ökonomischen

Anpassungsdruck setzt.

Dies stelle ich frei von Aggressivität und ohne Larmoyanz fest. Wir haben es mit Menschen zu tun, die allesamt persönliche Interessen haben und nicht selten Empfindlichkeiten und Schwächen zeigen. Wer von uns ist ganz frei davon? Indessen zeigt sich, daß auf beiden Seiten – in der Politik wie in der Publizistik – die Stimmen sich mehren, welche dazu auffordern, die jeweils unterschiedlichen Positionen und Funktionen deutlicher als bisher wahrzunehmen, zu akzeptieren und beiderseits zu respektieren. Ich klage daher nicht, sondern ich hoffe: daß der Konflikt zwischen denen, die als Politiker handeln und denen, die als Publizisten informieren und kritisieren, von immer mehr Menschen als ein Wesenselement des Meinungskampfes erkannt wird, von dem unser höchstes Gericht, das Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe, sagt, dieser sei "konstituierend für die Demokratie. Daß der Rundfunk in diesem Meinungskampf – ebenso wie die Presse – nicht nur "Medium" der öffentlichen Meinungsbildung ist, sondern auch ein eminenter "Faktor" dieser Meinungsbildung – das ist eine weitere Erkenntnis, die sich zwar noch nicht in allen Politikerköpfen, zum Glück aber in den Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts findet. Wir haben also, wie ich meine, auf dem beschwerlichen Weg der Umsetzung medientheoretischer Erkenntnisse in medienpolitische Entscheidungen noch eine gute Strecke Weges vor uns, aber auch schon einige bemerkenswerte Stationen hinter uns, seit man auch in der Bundesrepublik Deutschland begonnen hat, medienpolitische Entscheidungen aus den Grauzonen der Kabinettpolitik in das helle Licht öffentlicher Anhörungen und Untersuchungskommissionen zu rücken.

Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die jetzt beginnende "Umverteilung des Medienlandes"?

In der Formulierung des Titels dieser

Veranstaltung meine ich eine Doppeldeutigkeit zu erkennen: Das niederländische "Herverkaveling", oder das englische "Redistribution" kann, in die deutsche Sprache übersetzt, sowohl die Umverteilung des Medienlandes durch Neuabgrenzung der Interessensphären bedeuten als auch eine innerhalb des Medienlandes stattfindende Mehrfach-Vermarktung von Stoffen, Inhalten, Aussagen und Formen. Zu beiden Bedeutungen möchte ich abschließend einige Anmerkungen versuchen.

Nach 1945 gab es im zerstörten Deutschland eine kurze Zeitspanne, in der weder Bücher gedruckt noch Schallplatten gepreßt, weder Filme gedreht noch illustrierte Zeitschriften hergestellt wurden. Neben einem allmählich wieder einsetzenden Theater- und Musikleben und einigen infolge Papiermangel in kleinen Auflagen gedruckten Zeitungen war das Radio als einziges Medium überall verfügbar. Dieser Zeit, in der das Radio alles konnte, durfte und wollte, trauern manche meiner Kolleginnen und Kollegen bis heute nach. Was sie anboten, wurde gehört und selbst wenn es die schwierigsten Themen, die ausgefallensten Formen und die anspruchsvollsten Darbietungen gewesen wären: das Radio hatte keine Konkurrenz, die ihm die Aufmerksamkeit seiner Zuhörer durch gefälligere, leichter aufnehmbare Angebote hätte wegnehmen können. Längst haben sich, zumal durch das Erscheinen des Fernsehens, diese Hörgewohnheiten auf ein normales Maß an Aufnahmebereitschaft und Aufnahmefähigkeit reduziert. Doch da wir in Köln über drei Radioprogramme verfügen, die wir untereinander hinsichtlich ihrer Inhalte und Formen koordinieren können, leisten wir uns – wie in den 50er Jahren – neben zwei populären, von Millionen Hörern gern (und meist nebenbei) gehörten Programmen ein anspruchsvolles "Drittes", das zwar nur einige hunderttausend Hörer erreicht, diese jedoch als aufmerksame, intensive Zuhörer. Wäre die Rundfunksituation in Nord-

rhein-Westfalen eine andere: etwa mit zwei Programmen des WDR und einem weiteren, das unabhängig von uns, also nicht koordiniert, sondern konkurrierend produziert würde, dann – so bin ich sicher – würden weder wir noch unser Konkurrent ein "Drittes" Programm für einige hunderttausend Hörer riskieren. Vielmehr müßten wir untereinander um die Gunst der Höeremehrheiten kämpfen, dabei die jetzt noch gut bedienten Minderheiten vernachlässigend. Dies ist ein sehr einfaches, aber durchaus realistisches Beispiel für die Auswirkungen einer etwaigen Neuabgrenzung im Medienland. Zu fragen bleibt, ob es politische und ökonomische Kräfte gibt, die ein Interesse daran haben, aus dem gegenwärtig breit gefächerten, vielseitigen und für den Benutzer äußerst preiswerten Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks einzelne Teile herauszuberechnen, die einen, um sie gewinnbringend zu vermarkten: Unterhaltungsprogramme über Videocassette und Videoplatte, Sportübertragungen über Satelliten, die anderen, um sie, weil politisch unwillkommen oder nicht konform, finanziell auszuhungern: kritische Dokumentarprogramme, unbequeme Hör- und Fernsehspiele zu aktuellen Problemen. Zugunsten der meisten Politiker, die sich mit den Medien beschäftigen, möchte ich annehmen, daß ihnen die sehr weitreichenden Konsequenzen dieser Neuabgrenzung bis jetzt nicht bewußt sind. Sie handeln nach einem Grundsatz, den sie in den Sechziger Jahren gelernt haben, als wir alle noch expansiv dachten: Eine gute Sache wird um so besser, je mehr man davon hat. Also: mehr Abiturienten, mehr Universitäten, mehr Arbeitsplätze für studierte Leute. Inzwischen wissen wir, daß solche Rechnungen nicht immer aufgehen. Und so könnte es auch mit den Medien kommen, zumindest mit denen, die nicht gedruckt, sondern elektronisch verbreitet werden. Dazu ein weiteres, sehr einfaches Beispiel: Für bestimmte Sachbücher in denen jedes Jahr Daten und Fakten gesammelt er-

scheinen, gibt es zwei Käuferkreise: der eine ist zahlungskräftig und kauft alljährlich den größeren Teil der Auflage für Geschäfts- und Verwaltungszwecke. Dank dieser gesicherten Finanzierungsgrundlage kann der Herausgeber seine Publikation auch an Leser aus dem anderen, weniger kaufkräftigen Interessentenkreis abgeben, die das Buch nicht unbedingt jedes Jahr kaufen, sondern nur alle paar Jahre einmal. Ein solche Kalkulation bricht dann zusammen, wenn der finanzstarke Interessentenkreis die für seine Zwecke ökonomisch sinnvolle, weil die Verfügbarkeit der Daten erheblich verbessernde Entscheidung trifft, die Daten nicht mehr als Buch zu beziehen, sondern aus einer Datenbank jeweils bei Bedarf abzurufen. Für den zweiten, weniger finanzstarken Käuferkreis wird das Material infolge der dadurch reduzierten Druckauflage des Buches unerschwinglich, falls das Buch überhaupt noch erscheint. Diese Käufer müssen also ihrerseits versuchen, die benötigten Daten und Fakten aus einer Datenbank abzurufen; das wird mit Sicherheit wesentlich teurer. Nicht wenige der Leser, z.B. solche die im Ausland wohnen, werden sogar völlig von der Nutzung der Daten abgeschnitten. Mit diesem Beispiel möchte ich auf einen Mangel hinweisen, der mir in unserer Medienpolitik allenthalben begegnet: Wir haben es bisher versäumt, uns in Planspielen – wie sie auf militärstrategischem Gebiet schon seit jeher üblich sind – mit den Eventualitäten der Neuabgrenzung des Medienlandes vertraut zu machen und unseren Politikern die Konsequenzen aus solchen Planspielen vor Augen zu führen.

Nun zu der zweiten abschließenden Anmerkung. Sie betrifft die sich unter den Stichworten "Medienverbund" und "Kooperation" abzeichnende Mehrfach-Vermarktung von Stoffen, Inhalten, Aussagen und Formen. Sie alle haben miterlebt, wie Bernard Shaws Komödie "Pygmalion" erfolgreich international vermarktet worden ist. Zu-

nächst durfte das Stück nur am Broadway gespielt werden: man mußte, wenn man es sehen wollte, nach New York reisen, was der Amortisation der investierten Produktionskosten durch eine überaus lange Aufführungsserie sehr zustatten kam. Dann wurden Muster-Inszenierungen für andere Metropolen zugelassen: parallel zur nächsten Auswertungsstufe, den Theatern mittlerer und kleinerer Städte, entstand ein Film, der sich nun wieder mit dem breiten Bühnenerfolg zu einer Symbiose verband. Der Filmerfolg führte zu weiteren Bühneninszenierungen. Als letzte Auswertungsstufe war das Fernsehen an der Reihe, und seither dürfen wir – vorsichtig dosiert – im Abstand einiger Jahre den Film wiedersehen, sofern wir ihn nicht als Videokassette kaufen. In Zukunft dürfte sich zwischen die erste und die zweite Auswertungsstufe eine zusätzliche Stufe schieben: Pay-TV, das seinen zahlungswilligen Kunden bestimmte Stoffe noch vor der Kino-Auswertung und lange vor dem Fernsehen anbietet, ebenso Video-Kassette und Videodisc (auf dem Gebiet der musikalischen Unterhaltung). Zumindest für die Vereinigten Staaten von Amerika zeichnet sich das Ende der bisher ausschließlich oder überwiegend aus Werbeeinnahmen finanzierten Fernseh- und Radioprogramme ab. Breiter differenzierte Unterhaltungswünsche und die gewachsene Bereitschaft, dafür extra zu bezahlen, deuten darauf hin, daß noch vor dem Ende des Jahrhunderts die unmittelbare Nachfrage des Konsumenten das Angebot der elektronischen Medien bestimmen wird, nicht mehr – wie bisher – das Zusammenspiel zwischen Auftraggebern und Vermittlern von Werbung. So gesehen, könnte sich die amerikanische Deregulation-Politik als ein Schritt auf größere Unabhängigkeit

der Medien und dadurch mehr Vielfalt und Qualität erweisen. Es könnte, sage ich. Für Europa mit seinen viel kleineren, ökonomisch weniger starken und international verflochtenen Märkten wird man noch vorsichtiger urteilen müssen. Was bei uns und in den Nachbarländern als "Befreiung" vom öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem und als entschlossene Förderung der neuen überwiegend privatwirtschaftlich strukturierten Medien angekündigt wird, läßt zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht viel Kreativität und Innovation erkennen. Sowohl bei Videokassetten wie auch bei den bis jetzt vorliegenden Videodiscs überwiegen Nachauswertungen vorhandenen Materials: die Ausbeutung von Archivbeständen, ohne daß bisher viel Neues zutagegetreten wäre. Zwar wird Videodisc, ebenso wie die neue Kompaktschallplatte, uns die akustische Sensation einer dank digitaler Aufzeichnung nahezu geräuschfreien Tonwiedergabe bringen. Aber diese Qualitätsverbesserung wird sich – soweit bisher erkennbar – allein zugunsten des bisher schon gebotenen musikalischen Repertoires der Plattenfirmen auswirken. Neue Kompositionen noch nicht bekannter Interpreten werden es noch auf viele Jahre schwer haben, in die exklusive Sphäre vorzustoßen, in der dort produziert und vermarktet wird.

So bleibt mir zum Schluß nur eine skeptische, eher pessimistische Feststellung: Daß bei der Neuverteilung des Medienlandes mehr für diejenigen herauskommt, die als Autoren, Komponisten und Interpreten, als Ensembles und Orchester, als kreative Menschen dafür zu sorgen haben, daß wir anderen immer wieder erfreut und erstaunt, beschenkt und bewegt werden – davon ist in der Medienpolitik bis jetzt eigentlich nie die Rede.



Hans van den Heuvel

## **Samenhangend mediabeleid moet oude structuren doorbreken**

**Commentaar op het voorontwerp van een nieuwe perswet \***

In januari 1982 bracht de Werkgroep Perswet aan de minister van CRM een interim-advies uit over een nieuwe wet op het gebied van het perswezen ter vervanging van de vigerende Wet Voorziening Perswezen 1951, die inmiddels sterk verouderd is. De Werkgroep Perswet, die op 26 maart 1980 door de minister van CRM, mevrouw M.H.M.F. Gardeniers-Berendsen, geïnstalleerd werd, had tot taak de onderwerpen voor een nieuwe wet te inventariseren en zo mogelijk een voorontwerp te maken. De werkgroep bracht haar interim-advies inderdaad uit in de vorm van een voorontwerp, dat in dit artikel wordt besproken.<sup>1)</sup>

### **Voorgeschiedenis <sup>2)</sup>**

De huidige wettelijke regeling op het gebied van de pers, de Wet Voorziening Perswezen 1951,<sup>3)</sup> heeft een korte voorgeschiedenis. Voor de Tweede Wereldoorlog kende ons land geen perswetgeving, al betekende dat nog niet dat de behoefte daaraan niet werd gevoeld. Met de regelmaat van de klok werden in de boezem van de regering, in het parlement en in maatschappelijke kringen pleidooien voor de noodzaak daarvan gevoerd. Die pleidooien lagen echter op het morele vlak. Ons land was in het interbellum – ondanks grote religieuze verschillen, de kloof tussen christelijk en neutraal (de antithese) en klassentegenstellingen – redelijk stabiel. De leiders van de zulen kenden hun eigen spelregels, werkten over het algemeen in harmonie samen (coalitiekabinetten) en hadden van hun achterban, die over het algemeen passief, onverschillig of grenzeloos trouw was aan de eigen zuilleiders, weinig te duchten. De

hechte interne organisatie, de sociale apartheid en vooral de eigen subcultuur van de overheersende christelijke en katholieke zuil konden in stand blijven, niet alleen dank zij de integrerende werking van de godsdienst maar ook door de sterke greep die de leidende elites op het geestelijk-culturele leven van die bevolkingsgroepen hadden. Daardoor was er, mede door de patriarchale maatschappelijke structuur, in sterke mate een eenrichtingsverkeer tussen de top en de basis, tussen de zuilenelite en de zuilenmassa. Dat eenrichtingsverkeer werd door de massamedia nog versterkt.

De krant paste immers bij uitstek binnen het verzuilde maatschappelijk bestel. De bladen van de Arbeiderspers waren geheel in de sociaal-democratische beweging – in partij en vakbeweging – geïntegreerd. De confessionele pers werd door de elite van christelijk-politieke of kerkelijke herkomst geleid. Vanaf de tweede helft van de jaren twintig begon de radio-omroep in het maatschappelijk leven een rol te spelen. Ook hier zien we de protestants-christelijke "mannenbroeders", de geestelijke leidslieden vanuit de katholieke kerk en de sociaal-democratische leiders het beheer over dit massamedium hebben. Maar dat niet alleen.

Kranten en tijdschriften bereikten door hun abonnementensysteem alleen de eigen bevolking. Bij de film en meer nog bij de radio lag dat anders. Het uitstralings-effect van deze media kon veel moeilijker beperkt worden, ondanks de sociale controle die ertoe bijdroeg dat men niet naar "verkeerde" films ging of naar andere zenders dan de KRO of de NCRV luisterde. Ondanks dit, moest het gevaar dat de christelijke bevolking – want daar ging het in feite om – mogelijkerwijze met

\* Dit artikel is in december 1982 afgesloten.

een "ander" programma geconfronteerd zou worden, volledig uitgebannen worden. De film stond onder censuur. In de katholieke bioscopen van ons land draaide geen film die niet de Katholieke Filmkeuring gepasseerd was. Ook de radio-omroep had te maken met een strenge preventieve censuur die, om de openbare orde, de veiligheid van de staat en de goede zeden te waarborgen, door een regeringscommissie werd uitgeoefend. Het gevaar van besmetting van de christelijke bevolkingsgroep door "neutrale" of socialistisch gekleurde uitzendingen moest door de censuur bij de bron geëlimineerd worden. De door de verzuiling niet alleen bestaande organisatorische gescheidenheid, maar vooral de geestelijk-culturele orde moest beschermd worden.

In dit klimaat dienden de massamedia volledig in de pas te lopen met de gevestigde orde en konden zij niet anders dan de waarden en normen van het overgrote deel van de Nederlandse bevolking uitstralen. Toch was dat niet zo. In de omroep was het de VARA die vooral tegenover het politieke gezag in de ogen van die tijd ondermijgende programma's uitzond. Alleen al bij het horen van de Internationale ("De staat verdrukt, de wet is logen. De heerschers door duivelschen listen bedwelmen ons met bloed'gen kamp. Broeders strijdt niet meer voor and'rer twisten. Breekt de rijen, hier is Uw kamp") zagen de gezagsdragers de revolutionaire horden op zich afkomen. Het was de VARA dan ook verboden dit strijdlied door de ether te laten klinken. Maar ook de pers, vooral de "neutrale" pers, de Telegraaf voorop, presteerde het meer dan eens met een welgemikte steen de doorgaans rimpelloze vijver van de maatschappelijke orde te beroeren. En dan niet te vergeten de kranten van de Arbeiderspers, zoals Het Volk met zijn talrijke nevenbladen. Na de muiterij op de Zeven Provinciën barstten de krantenkolommen van verontwaardiging over het brute regeringsoptreden bijkans uit hun kaders. Het is dan ook niet zo ver-

wonderlijk dat de minister van Justitie mr. C.M.J.F. Goseling (RKSP) in het voorjaar van 1939 de Staten-Generaal voorstelde de pers aan banden te leggen door het strafbaar stellen van "openbare uitingen" die een onware beschuldiging of belediging van het openbaar gezag inhielden en van misdrijven tegen de veiligheid van de staat, de openbare orde of het openbaar gezag door een krant of tijdschrift gepleegd.

Ondanks de persbreidel tijdens de Duitse bezetting – een ervaring die toch tot enige terughoudendheid had moeten leiden – werd na de oorlog het probleem van de ethiek van de pers weer volop actueel. Zo pleitte eind november 1946 wederom de minister van Justitie, dat was toen J.H. van Maarseveen (KVP), voor de invoering van een tuchtrecht voor journalisten. Hij bespeurde een toenemende bandeloosheid en gebrek aan verantwoordelijkheidsbesef bij journalisten en stuitte op perspublicaties die rechtstreeks de veiligheid van de staat in gevaar brachten. Van Maarseveen meende dat dit zou leiden tot verzwakking van de eerbied voor het gezag, zelfs tot zedenverwildering.

Ook de minister van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen, de KVP-er dr. J.J. Gielen, meende in 1947 dat "op het gebied van de moraliteit" een wettelijke regeling van het perswezen "zeer gewenscht" was. Een poging daartoe deed de staatscommissie-Pompe, genoemd naar haar voorzitter, de Utrechtse hoogleraar in het strafrecht mr. W.P.J. Pompe, officieel Commissie tot bestudering der wettelijke regeling van het Perswezen geheten. In juli 1948 kwam zij met een voorstel voor een wettelijke regeling voor de beroepsuitoefening op journalistiek-ethisch terrein, een tuchtrecht voor journalisten dus. De minister van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen, dr. F.J.Th. Rutten (KVP) diende in 1949 bij de Staten-Generaal een wetsontwerp in om een registratieplicht voor journalisten en de voorgestelde tucht-

rechtspraak, op grond waarvan de beroepsuitoefening kon worden uitgesloten, wettelijk te regelen. Uit de perswereld kwamen zoveel bezwaren, dat de Tweede Kamer de behandeling van het ontwerp opschortte. Een voorlopig verslag is er over het wetsontwerp nooit verschenen; pas in 1960 werd het ingetrokken.

Welke conclusie kunnen we uit deze geschiedenis trekken? In de eerste plaats kan het wetsontwerp op de journalistieke verantwoordelijkheid beschouwd worden als de afronding van het reeds voor de oorlog bestaande streven misbruik van de persvrijheid tegen te gaan. Die wetgeving is er gelukkig niet gekomen. De journalisten hebben zelf de aanzet tot een tucht-rechtspraak gegeven door een intern bestaand tuchtcollege (Raad van Tucht) in 1960 om te vormen tot een raad ter beoordeling van journalistieke gedragingen, kortweg Raad voor de Journalistiek genoemd.

In de tweede plaats is evenmin de beoogde sociaal-economische ordening van de pers tot stand gekomen. Het uitgeven van persorganen zou in het kader van de toen actuele publiekrechtelijke bedrijfsorganisatie afhankelijk gesteld moeten worden van wettelijk geregelde voorwaarden op het gebied van de redactionele en commerciële bedrijfsvoering. Over dit vraagstuk had de Persraad zich in 1946 – toen dit college nog maar kort bestond – tevergeefs gebogen en de Commissie Pompe wist er evenmin een antwoord op.

Ten slotte is er toch een nieuwe perswet gekomen, de Wet Voorziening Perswezen 1951. Deze wet is in feite een herziene uitgave van de Wet Noodvoorziening Perswezen uit 1947, die sterk op de perszuivering was gericht. Zij was door de wetgever bedoeld van even tijdelijke aard te zijn als haar voorgangster. Ook in de Wet Voorziening Perswezen zijn de sporen van de perszuivering duidelijk aanwezig. Die zijn vooral terug te vinden in de bevoegdheid van de Persraad om

de eigenaar of bezitter van een drukkerij te kunnen verplichten een of meer door anderen uitgegeven persorganen te zetten of te drukken. In die tijd bestonden er immers nog steeds illegale bladen die niet over eigen zet- en drukcapaciteit beschikten. De wet dient er ook toe de uitgevoerde zuivering, waarvan de maximale veroordelingstermijn van 20 jaar in 1965 verstreek, haar wettelijke grondslag te laten behouden.

De huidige Wet Voorziening Perswezen 1951 is dus achterhaald. Zij dient geen enkel doel meer, behalve dan de Persraad – een adviescollege ex art. 87 van de Grondwet – een wettelijke basis te geven. Maar ook de taakomschrijving van de Persraad is sterk verouderd. Die taak heeft grotendeels betrekking op de na-oorlogse perszuivering. Alleen art. 3, lid 6 ("De Persraad dient Onze Minister desgevraagd of eigener beweging van advies in alle aangelegenheden, de Nederlandse pers betreffende") is in feite de enige bepaling die nog actueel is. Het wordt dus hoog tijd dat de wetgeving aan de actualiteit wordt aangepast, want er is inmiddels wel meer gebeurd dan dat alleen de perszuivering tot het verleden behoort. Ook het Bedrijfsfonds voor de Pers, een overheidsstichting die in 1974 is opgericht met de taak kredieten aan kranten en opinieweekbladen te verstrekken,<sup>4)</sup> behoeft een wettelijke basis.

### **Bedrijfsfonds voor de Pers**

Toen het Bedrijfsfonds voor de Pers in het begin van de jaren zeventig door de gelijknamige commissie onder voorzitterschap van prof. mr. dr. Maarten Rooij werd voorbereid, was het de bedoeling dit fonds een wettelijke basis te geven. In die wet zouden dan de taak en bevoegdheden van het fonds, alsmede de personele samenstelling moeten worden vastgelegd. Op basis van zo'n wet zou het bedrijfsfonds als stichting opgericht moeten worden, waarbij dan de stichtingsakte de meer gedetailleerde procedurevoorschriften

zou geven.<sup>5)</sup> De regering had de Tweede Kamer er echter van kunnen overtuigen, dat met de totstandkoming van een wet erg veel tijd gemoeid zou zijn. Ook was het de vraag wat er in die wet dan wel geregeld zou moeten worden, daar in de aard van de te verlenen financiële steun (gericht op afzonderlijke persorganen) en in de daartoe aan te leggen criteria, wegens de onbekendheid met dit beleid, voorsnig weinig inzicht bestond.

Bovendien hakte minister mr. H.W. van Doorn een belangrijke staatsrechtelijke knoop door. Als minister van CRM in het Kabinet-Den Uyl geconfronteerd met de ambtelijke voorbereiding van het Bedrijfsfonds voor de Pers, besliste hij dat de bevoegdheid tot het al of niet toekennen van financiële steun aan persorganen in laatste instantie bij de minister diende te liggen. Het was de bedoeling een zo gevoelige materie als steun aan de pers, zeker als het gaat om afzonderlijke persorganen, rechtstreeks onder het primaat van de politiek te brengen. Het parlement kon daardoor met de ten dienste staande middelen even rechtstreeks controle uitoefenen. Een onafhankelijk persorgaan zou zich immers tegen kritiek kunnen afschermen met een beroep op haar onafhankelijkheid. Gezien het feit, dat de AROB-procedure nog niet bestond en de toen vigerende Wet BAB niet gold voor beslissingen waarbij financiële overheidssteun in het geding was, getuigde de beslissing van de minister uit staatsrechtelijk oogpunt van een correcte vrieswijze.

Er is dan ook een vraagteken te plaatsen achter de bewering, die de Commissie Bedrijfsfonds voor de Pers in haar eindrapport deed, dat in het licht van de persvrijheid de beslissing over het verlenen van steun aan afzonderlijke persorganen principieel niet in handen van de minister van CRM gelegd mocht worden. Een dergelijke bewering zou dan eveneens voor het omroepbeleid moeten gelden, omdat ook daar de beslissing over het verlenen van een zendmachtiging en deswege van zendtijd en financiële middelen,

aan de minister van CRM is voorbehouden. Bij de omroep zijn de voorwaarden, op grond waarvan de minister beslist, weliswaar uitvoerig in de wet opgenomen, maar het "freies Ermessen" kan niet geheel door objectief te toetsen kwantitatieve criteria worden uitgebannen. Ook voor het persbeleid is het naar mijn mening, gezien de staatsrechtelijke praktijk, gewenst dat de bevoegdheid tot het toekennen van financiële steun aan afzonderlijke persorganen uiteindelijk bij de minister berust. Daarbij is het op grond van de drukpersvrijheid wel geboden de criteria voor steunverlening wettelijk vast te leggen en een adviescollege in die beslissing een zware stem te geven. Dit laatste is overigens, conform de bedoeling van minister Van Doorn, in de opzet van de stichting Bedrijfsfonds voor de Pers ook gerealiseerd.<sup>6)</sup>

De hier genoemde problemen zouden overigens nog uitvoerig aan de orde komen, nadat het Bedrijfsfonds enkele jaren lang had gefunctioneerd. In de Nota over het massamedia-beleid zegde minister Van Doorn namelijk toe, dat de regering aan de hand van een uitvoerige beleidsevaluatie over het functioneren van het fonds nog een definitieve beslissing zou nemen. Het parlement zou "zo mogelijk" in de loop van 1978 over de resultaten van zo'n onderzoek in kennis worden gesteld.<sup>7)</sup> Nu in het voorontwerp de beslissingsbevoegdheid van de minister opnieuw in het geding is gebracht, wordt een dergelijke beleidsevaluatie node gemist.

### **Korte inhoud van het interim-advies**

Het voorontwerp bestaat uit twee gedeelten: in het eerste wordt de Persraad geregeld, in het tweede het Bedrijfsfonds voor de Pers.

Volgens het ontwerp brengt de Persraad op verzoek van de minister (in dit geval de minister van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur onder wie de zorg voor het mediabeleid ressorteert) of op eigen initiatief advies uit over

"het regeringsbeleid op het terrein van de pers" (art. 2.1). De Raad bestaat uit 18 leden, waarvan er 12 uit de perswereld worden benoemd: 3 op voorstel van de NDP, 1 NNP, 2 NOTU, 4 NVJ en 2 "uit de kring van niet-journalistieke werknemers", i.c. de grafische bonden (art. 2.2). Voorzitter en vice-voorzitter mogen niet bij (de exploitatie van) een persorgaan of bij een organisatie op het gebied van de pers betrokken zijn. De leeftijdsgrens voor de leden is gesteld op 72 jaar.

De Raad krijgt de bevoegdheid uit zijn midden (werk)commissies in te stellen "die hem advies uitbrengen of verslag doen" (art. 2.3). In deze commissies kunnen echter ook deskundigen van buiten de raad en zelfs ambtenaren zitting hebben. Indien een uit te brengen advies, "naar het oordeel van de Raad", mede het terrein van de Omroepraad of het Bedrijfsfonds bestrijkt, stelt hij deze colleges "met het oog op de coördinatie van de advisering" daarvan in kennis of kan hij zelfs met deze colleges overleg voeren, eventueel met de bedoeling een gezamenlijk advies uit te brengen (art. 2.4).

Elk lid is verplicht tot geheimhouding van op grond van zijn lidmaatschap verkregen vertrouwelijke gegevens. Deze voorwaarde geldt niet wanneer een wettelijk voorschrift tot bekendmaking verplicht "of uit zijn taak bij de uitvoering van deze wet<sup>8)</sup> de noodzaak tot bekendmaking voortvloeit" (art. 2.6).

Volgens het voorontwerp moet het Bedrijfsfonds voor de Pers een aparte rechtspersoonlijkheid bezitten, zoals nu al het geval is. Het fonds dient tot taak te hebben "financiële bijstand" aan afzonderlijke persorganen te verlenen, uitvoering te geven aan besluiten van de minister over "andere vormen van financiële bijstand aan persorganen" (gedoeld wordt op de compensatieregeling) en op verzoek van de minister of op eigen initiatief meer in het algemeen advies uit te brengen over financiële steun aan persorganen en over "daarmee, in het licht van de verscheidenheid van de pers, samen-

hangende zaken" (art. 3.2).

Het Bedrijfsfondsbestuur bestaat uit 7 leden, die niet betrokken mogen zijn bij (de exploitatie van) een persorgaan of een organisatie op het gebied van de pers. Ook hier geldt een leeftijdsgrens van 72 jaar. Financiële steun aan afzonderlijke persorganen kan alleen verleend worden indien dat in het belang van de verscheidenheid van de pers is, "voor zover die uit hoofde van informatie en opinievorming in een democratische samenleving van belang is" (art. 3.5). Deze functionele eis wordt in hetzelfde artikel verder uitgewerkt door het voorschrift dat persorganen, willen zij voor steun in aanmerking komen, "in belangrijke mate nieuws, analyse, commentaar of achtergrondinformatie over een gevarieerd deel van de maatschappelijke actualiteit, vooral in het belang van de politieke meningsvorming" moeten bevatten. Deze voorwaarde, in relatie tot politieke meningsvorming en openbaar bestuur, wordt nog eens aangescherpt door voor plaatselijke bladen te eisen dat zij "worden uitgegeven en verspreid in een gebied dat tenminste één zelfstandige bestuurlijke eenheid omvat en waarin tenminste één zelfstandige vertegenwoordiging van de plaatselijke of regionale bevolking bestaat in de vorm van een gemeenteraad of een op grond van de Gemeentewet ingesteld vertegenwoordigend orgaan dat bevoegdheden heeft met betrekking tot een deel van de gemeente".

Andere belangrijke criteria: het blad moet door een zelfstandige redactie op basis van een redactiestatuut geregeerd worden en regelmatig, tenminste twee keer per maand, verschijnen. Met inachtneming van het voorgaande kunnen ook gratis verspreide bladen voor steun in aanmerking komen.

Het Bedrijfsfonds kan slechts financiële steun geven, indien het voortbestaan van een blad in gevaar is of dreigt te komen en met behulp van de gevraagde steun weer een rendabele

positie kan bereiken. Ook nieuwe bladen komen in aanmerking, al is de financiële steun (in de vorm van een krediet of subsidie) gelimiteerd tot de helft van de begrote aanloopkosten. Over de procedure bepaalt het voorontwerp dat het fondsbestuur over elke aanvraag een beslissing neemt en dat de minister het recht heeft deze (weigering of toekenning) "wegens strijd met de wet" te vernietigen (art. 3.8). Overigens geldt hier hetzelfde als voor de Persraad, namelijk dat het fondsbestuur (werk)commissies met externe deskundigen en ambtenaren kan instellen en met de Omroepraad en de Persraad de beleidsadvisering kan coördineren.

### Commentaar

De resultaten die de Werkgroep Perswet op tafel heeft gelegd verdienen waardering. De regeling van een staatsrechtelijk zo kwetsbare materie als het mediabeleid dient met de nodige prudentie gepaard te gaan. De werkgroep heeft zich dit gerealiseerd. Bovendien is zij erin geslaagd een duidelijk geformuleerd voorontwerp en een heldere toelichting te schrijven. Dit neemt echter niet weg, dat er bij het werkstuk enkele kanttekeningen geplaatst kunnen worden. De belangrijkste zullen in dit artikel per onderwerp aan de orde komen.

*Mediaraad.* De werkgroep heeft gekozen voor het voortbestaan van Persraad en Bedrijfsfonds voor de Pers als twee afzonderlijke adviescolleges op een en hetzelfde beleidsterrein. Zij is echter voorbijgegaan aan de vraag of daarvoor wel voldoende redenen bestaan.

Reeds in de Medianota van 1975 werd in het licht van het streven naar een samenhangend mediabeleid het vraagstuk van één adviescollege voor het totale mediabeleid (omroep en pers), in de vorm van een zogenaamde Mediaraad, aan de orde gesteld. Dit geschiedde vanuit een tweetal motieven. Voor het eerste motief haakte

de minister van CRM in op een advies van de Omroepraad, waarin dit college een duidelijk gemis aan veelzijdigheid en gespecialiseerde deskundigheid op adviserend niveau op het gebied van de informatietechnologie signaleerde.<sup>9)</sup> Technische ontwikkelingen spelen in het functioneren van de massamedia een steeds belangrijker rol. In de Medianota werd dan ook gesuggereerd de technische deskundigheid in de Omroepraad uit te breiden, opdat technische implicaties en toepassingsmogelijkheden in de adviezen van dit college meegewogen konden worden. "Gezien ook de vaak geconstateerde samenhang tussen vraagstukken op het gebied van de omroep (daaronder begrepen het gebied van "de kabel") en die op het terrein van de pers, lijkt er veel te zeggen voor één mediaraad (-) die de Regering adviseert over alle beleidsvraagstukken op het gebied van de dagblad- en nieuwsbladpers, de periodieke pers, de radio, de televisie, de kabel en aanverwante onderwerpen".<sup>10)</sup> Omroepraad en Persraad waren met deze gedachte allerminst gelukkig. Eerst wanneer er in de toekomst inderdaad sprake mocht zijn van een geïntegreerd mediabeleid, zou de instelling van een mediaraad wellicht de voorkeur verdienen boven handhaving van de twee colleges. In de Medianota werd als antwoord hierop geopteerd voor een gefaseerde aanpak, "waarbij het beleid wel gericht blijft op - ten slotte, maar niet op al te lange termijn - samenvoeging van Omroepraad en Persraad tot één adviescollege" op het gebied van de massamedia.<sup>11)</sup> In de toelichting op het voorontwerp wordt een Mediaraad afgewezen, "geteeld op de onderscheiden taken" van Persraad en Omroepraad. Deze zienswijze gaat echter geheel voorbij aan de ontwikkeling van de elektronische communicatiemiddelen, waardoor vorm en distributie van papieren informatiedragers zullen veranderen. De raakvlakken tussen pers en omroep worden steeds groter, zeker ook door de functieverhuizingen die deze

media onder invloed van de techniek ondergaan. Daardoor krijgen zij ook een grotere afhankelijkheid van gemeenschappelijke financieringsbronnen, namelijk van reclame en consumptieve bestedingen.<sup>12)</sup> Vanuit deze optiek had de werkgroep de toekomstige taken van Omroepraad en Persraad dienen te inventariseren. Ook de positie van de PTT-Raad moet daarbij worden betrokken, nu deze raad voorstelt omgevormd of vervangen te worden door een algemene Raad van Toezicht en Overleg inzake het maatschappelijk functioneren van de PTT. Deze nieuwe raad zou tevens moeten fungeren als adviescollege van de regering in alle PTT-aangelegenheden, met name dus ook over de sector van de telecommunicatie (satelliet, kabel, viewdata, kabelkrant, teletext) die voor het mediabeleid van wezenlijke betekenis is.<sup>13)</sup> In een Mediaraad zou dus vooral ook de relatie tussen de toepassing van technische ontwikkelingen en het media- en informatiebeleid gelegd moeten worden. Op deze wijze kunnen, naar het advies van de Commissie Hoofdstructuur Rijksdienst, "verwante of overlappende sectorraden gebundeld worden in een zogenaamde brede sectorraad, eventueel voorzien van subcommissies voor deelterreinen".<sup>14)</sup>

Ook zal, met een intensiever en gevarieerder gebruik van kabelnetten in het verschiet en met de internationale reclamestroom via satellietomroep op de achtergrond, het totale mediabeleid (omroep en pers) steeds meer (moeten) gaan in de richting van een voorwaardenbeleid, dat wil zeggen van een regulering en eventuele sturing van de toegang tot het gebruik van het technisch potentieel. Ook het voorstel van de FNV om het Bedrijfsfonds voor de Pers tot een Mediafonds om te bouwen zou in dit licht bestudeerd moeten worden. Zo'n Mediafonds zou, volgens de FNV, gevoed moeten worden uit de algemene middelen, de opbrengst van de etherreclame en heffingen op de commerciële exploitatie van ande-

re media. Die gelden moeten worden aangewend voor "versterking van de infrastructuur van de omroep, steun aan non-profit exploitatie van nieuwe media en steun aan commerciële media die door de opkomst van nieuwe media een deel van hun advertentieinkomen zien verdwijnen".<sup>15)</sup> De FNV zou deze plannen binnenkort verder uitwerken. Dat lijkt zeker nodig.

Behoort een Mediaraad op korte termijn dan niet tot de mogelijkheden, één adviescollege op het terrein van de pers lijkt op z'n minst noodzakelijk. In het persbeleid, dat door het dilemma van enerzijds beheersing en anderzijds onthouding gedomineerd wordt, gaat het vrijwel steeds om de impuls de markt te ordenen en tegelijk de vrijheid van de marktpartijen te respecteren. Eenheid, harmonie en consistentie in het beleid zijn dus alleen al door dat dilemma moeilijk te bereiken. Maar wel kunnen de consequenties van de steeds in de samenleving aanwezige contradicties, waarmee het beleid te maken heeft, zorgvuldig in kaart worden gebracht, ten einde vervolgens de meest optimale gedragslijn te kunnen bepalen in relatie tot het te bereiken doel, de middelen en de te verwachten gevolgen van het beleid.

Zeker in het persbeleid is het van belang de doelstellingen van de overheidsregulering duidelijk te formuleren, omdat hier twee beoogde beleids-effecten door elkaar lopen: enerzijds marktconforme motieven, gericht op het opheffen van onvolkomenheden in de marktwerking, zoals bijvoorbeeld de bestrijding van machts- en monopolievorming, en anderzijds niet-marktconforme motieven, gericht op het realiseren van doelstellingen die ook een ideaal werkend prijsmechanisme niet zonder meer zou kunnen bereiken. De laatste categorie heeft betrekking op autonome doelstellingen van de overheid die los staan van de voorkeuren van individuen, zoals bijvoorbeeld de vrijheid van meningsuiting en het recht op informatie in een democratisch georganiseerde samenleving, waarbij het dan gaat om zoge-

naamde merit-goederen. Door de doorbraak in wat de informatie-techniek wordt genoemd (telecommunicatie, micro-elektronica, geheugenopslag) is een heroriëntering op de middelen waarmee de verschillende doelstellingen van het beleid bereikt kunnen worden, hun doeltreffendheid en doelmatigheid van wezenlijk belang. In dit verband is ook in de recente heroverwegingsprocedure gepleit voor een herbezinning op de grondslagen van onze verzorgingsstaat: "Zeker indien de ontwikkeling gedurende de komende decennia zou gaan in de richting van de 'waarborgstaat', waarin de overheid zich niet langer ten doel stelt de burgers tegen zich zelf te beschermen en waarin het niet-markt-conform gemotiveerde overheidsop treden zich zou beperken tot waarborging van basisvoorzieningen, zouden daaraan verreikende consequenties zijn verbonden voor het denken over regulering".<sup>16)</sup>

Het ligt voor de hand te veronderstellen dat de beleidsadviesering door één adviescollege aan duidelijkheid zal winnen. Juist een nieuwe perswet biedt de gelegenheid af te rekenen met historische scheefgroei die uit de toenmalige omstandigheden rond de oprichting van het Bedrijfsfonds te verklaren – in de Persraad zaten en zitten belanghebbende leden die dan over steunverlening aan concurrerende persorganen zouden moeten oordelen – maar in de huidige tijd niet meer te verdedigen is. Dat deze situatie verandering en tegenstrijdigheden schept is bijvoorbeeld gebleken toen de Persraad adviseerde over een advies dat het Bedrijfsfonds voor de Pers aan de minister van CRM had uitgebracht. Terwijl het fondsbestuur meende dat tot steunverlening aan een bepaald persorgaan moest worden overgegaan, kwam de Persraad met een afwijzend oordeel.<sup>17)</sup> Het zou oppervlakkig zijn te denken dat hier uitsluitend concurrentie-overwegingen een rol speelden. De Commissie Hoofdstructuur Rijksdienst geeft een indicatie van

de onderliggende problematiek door op enkele hiermee samenhangende factoren te wijzen. Doordat adviesorganen vaak gericht zijn op materiële belangenbehartiging van de direct betrokkenen, overheerst in de adviezen vaak een korte-termijnoriëntatie. Advisering over een lange termijnbeleid, een taak die in het bijzonder adviesorganen toebehoort, komt zodoende nauwelijks aan bod. Strijdige belangen in een adviesorgaan kunnen leiden tot uitholling van de functie van deze organen. De commissie meent dan ook dat sterke maatschappelijke organisaties steeds meer de voorkeur geven aan directe belangenbehartiging bij departement en/of parlement, boven het meewerken aan compromisvorming of verdeelde advisering door een adviesorgaan.<sup>18)</sup>

Er is dus alle reden dit onoverzichtelijke stelsel van adviescolleges te "schoonen". Daardoor kan de relatief schaarse externe deskundigheid, die ten behoeve van het mediabeleid van de overheid wordt ingezet, doelmatiger worden aangewend en kan er een eind worden gemaakt aan ondoorzichtige belangenbehartiging. De Commissie Hoofdstructuur Rijksdienst merkt in haar eerste rapport meer in het algemeen hierover op: "Ook de vermenging van (deel)-belangen en advisering baart zorg: zijn maatschappelijke organisaties (en vooral de machtige onder hen) het met het betrokken deel van de overheidsorganisaties eens, dan is het veel lastiger afwijkende (deel)belangen nog in een bredere afweging van prioriteiten in te brengen".<sup>19)</sup> Juist in het mediabeleid verdient deze waarschuwing gehoor, omdat de behartiging van belangen door specifieke sectorraden een samenhangend beleid in de weg staat. Door een mediaraad zou vooral het brede sectorale karakter van het mediabeleid benadrukt kunnen worden.

*Samenstelling.* Ook wat de samenstelling van de beide colleges betreft, heeft de werkgroep gekozen voor de huidige praktijk. Bij de Persraad bete-



kent dit in feite, dat de meerderheid van het aantal leden (voorgesteld wordt 2/3) wederom uit belanghebbende organisaties afkomstig zal zijn. Bij de recruitering van deze leden uit de verschillende perssectoren heeft een zekere weging meegespeeld, al wordt de achtergrond of de ratio daarvan niet toegelicht. De journalisten met 4 leden zijn het sterkst vertegenwoordigd. Van de perssectoren wordt kennelijk aan de kranten het meeste gewicht toegekend (3 leden), gevolgd door de tijdschriftensector (2 leden) en de nieuwsbladsector (1 lid). Ten slotte komen 2 leden uit de kring van de niet-journalistieke werknemers, waarmee kennelijk de grafische bonden worden bedoeld.

Deze onduidelijkheid, dit gebrek aan toelichting, is te wijten aan het ambivalente karakter van de Persraad. Enerzijds zijn de verschillende perssectoren bij het werk van de raad betrokken, anderzijds mag naar buiten toe van vertegenwoordiging geen sprake zijn, zodat het voorontwerp de ingewikkelde procedure voorstelt de minister voor de benoeming van deze leden "representatieve organisaties uit de betrokken sectoren" uit te laten nodigen "voorkeuren ter zake aan hem kenbaar te maken". Overigens dient de minister voor de benoeming van de andere leden ook nog de gehele Persraad te horen. De (verkapte) representativiteit wordt op deze manier wel erg ver doorgevoerd. Overigens staat de werkgroep niet unaniem achter deze aanbeveling. Drie leden distantiëren zich van deze benoemingsprocedure wat de Persraad betreft en twee leden zijn tegen het horen van het fondsbestuur, waar trouwens geen representanten van persorganisaties in zitten. Niet onbelangrijk is het motief dat de tegenstanders aanvoeren: "Naar hun oordeel valt waar te nemen, dat vele raden in de zin van art. 87 Grondwet naast het fungeren als vast College van Advies en Bijstand aan de Regering, zich hebben ontwikkeld tot 'deelparlementen' en hier en daar tot presiegroepen. Een verdere voortgang op

deze weg zou door de hier door het merendeel van de leden van de werkgroep voorgestelde constructie in de hand kunnen worden gewerkt".<sup>20)</sup>

In het licht van de oprichting van een Mediaraad, die in het voorgaande wordt bepleit, is wat de samenstelling daarvan betreft een ander model dan de werkgroep voorstaat, te bedenken, bijvoorbeeld een combinatie van representatie en onafhankelijkheid. In het omroep- en persbeleid zit een gemeenschappelijk gebied, namelijk de marktbeheersing of marktbeïnvloeding. Bij de omroep is dat toewijzing en verdeling van zendtijd en in het algemeen het toezicht op het naleven van de voorwaarden door de zendgemachtigden (volledig programmavoorschrift, reclame voor de eigen omroep, sluikreclame, commerciële nevenactiviteiten); bij de pers is dat de financiële steun aan persorganen en een eventueel in te voeren controle-regeling op persfusies. Voor deze sector zou in een Mediaraad een aantal onafhankelijke leden – waaronder de voorzitter en de vice-voorzitter – benoemd moeten worden, die als "college van kroonleden" de minister rechtstreeks over genoemde zaken adviseren aan de hand van wettelijk uitgewerkte criteria. Daarnaast zou de Mediaraad kunnen bestaan uit representanten van de omroep- en de perswereld op voordracht van de onderscheiden organisaties (waarbij het nog de vraag is of hierbij een verdeelsleutel gehanteerd moet worden), zodat een duidelijke relatie met de "achterban" bestaat. Daarmee wordt de belangenbehartiging, zoals nu feitelijk in de Persraad al het geval is, officieel erkend. Voor deze constructie zouden twee voorwaarden moeten gelden. Enerzijds moeten wettelijke procedureregels de desbetreffende belanghebbende organisaties verplichten hun wensen en verlangens op het terrein van het mediabeleid via de Mediaraad te leiden. De minister wordt dan niet meer, zoals nu wel het geval is, van alle kanten geconfronteerd met een, vaak tegenstrijdige, belangenbeharti-

ging. De Medieraad dient daar dan de nodige samenhang in aan te brengen. Omdat de belangenbehartiging van de afzonderlijke organisaties via de Medieraad gekanaliseerd wordt, maakt deze constructie het anderzijds noodzakelijk dat de minister veelvuldiger dan thans met de afzonderlijke adviescolleges gebeurt, met de Medieraad over zijn beleidsvoornemens en standpunten overleg voert en de adviezen van dit college zwaar laat wegen. Ook de procedure voor dit overleg zou in de wet vastgelegd dienen te worden.

*Bevoegdheden.* In het voorontwerp sluiten de bevoegdheden van de Persraad bij de huidige praktijk aan. Anders ligt het met die van het Bedrijfsfonds. Het fondsbestuur zou volgens het voorontwerp gerechtigd moeten worden een beslissing (het voorontwerp spreekt over het onduidelijke begrip "besluit") over het al of niet toekennen van financiële steun aan een persorgaan te nemen. Als een beslissing van het fondsbestuur aan de betrokkenen is medegedeeld en via de pers aan de openbaarheid is prijsgegeven, wordt de minister van de beslissing op de hoogte gebracht. Hij kan de fondsbeslissing vernietigen "wegens strijd met de wet". In de praktijk betekent dit dat de staatsrechtelijke verantwoordelijkheid van de minister tot een controlefunctie achteraf wordt teruggebracht. Indien het fondsbestuur al in strijd met de wet zou handelen, lijkt het me principiële ongewenst beslissingen over een zo belangrijke waarde als de persvrijheid in onze samenleving door een dergelijk college te laten nemen.

Het motief van de werkgroep deze constructie te kiezen is dat het volgens haar niet mogelijk is zodanig duidelijke criteria voor steunverlening te ontwikkelen dat het gevaar van "oneigenlijke motieven" daarbij volstrekt uitgesloten moet worden geacht. De werkgroep gaat er dus vanuit dat deze bij het fondsbestuur geen rol zullen spelen.

Dat lijkt inderdaad plausibel, maar een oordeel dat eerder gebaseerd is op de kwaliteit en integriteit van het zittende bestuur dan op een principiële beoordeling van de staatsrechtelijke verantwoordelijkheid in dit land. Een nadere bezinning op dit verschijnsel van pseudowetgeving, waarbij een adviescollege de bevoegdheid krijgt in afzonderlijke gevallen beslissingen te nemen, is gewenst. Ook al zullen deze beslissingen straks volledig gebonden zijn aan voorschriften in de perswet, zodat in dit opzicht sprake kan zijn van gebonden beschikkingen, de interpretatie van de globale wettelijke toetsingscriteria wordt in feite overgelaten aan de discretie van het fondsbestuur. Het streven om financiële steunverlening aan persorganen geen speelbal van politieke appreciaties te maken, valt te waarderen. De zorg voor de pluriformiteit van de informatievoorziening in onze maatschappij, althans gezien naar het aantal aanbieders en de verscheidenheid van het aanbod in relatie tot de maatschappelijke pluriformiteit, ligt echter in staatsrechtelijk opzicht bij de overheid en dient daar ook te blijven. De invulling van die beleidsdoelstelling verdraagt geen verdere delegatie van macht. Dit standpunt huldigt ook het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers.<sup>21)</sup> Ook voor de omroep heeft de wetgever een set van gedetailleerde regels gegeven aan de hand waarvan de minister over toewijzing en verdeling van zendtijd beslist. Er is geen enkele reden die bevoegdheid niet naar de pers door te trekken.

Het scheppen van een adequate regelgeving is moeilijk, maar dat mag geen reden zijn die bevoegdheid met wat vage criteria aan een adviescollege te delegeren. Een adviescollege geeft adviezen en goede staatsrechtelijke verhoudingen vereisen evenzeer dat de minister daar niet naar willekeur mee omspringt. Om dit laatste te bereiken dient de nieuwe perswet ook een procedure te bevatten die gevolgd moet worden voor de verwer-

king van uitgebrachte adviezen door het departement. Het voorontwerp legt de minister alleen aan banden wat de termijn betreft waarbinnen hij een beslissing van het fondsbestuur over een kredietaanvraag in geval van strijd met de wet kan vernietigen. De minister moet over een zo belangrijke zaak als het mediabeleid verplicht worden het parlement te berichten wat met de uitgebrachte adviezen is of wordt gedaan.

*Compensatieregeling.* Twee onderwerpen worden in dit voorontwerp niet geregeld: een tijdelijke subsidiemaatregel voor dagbladen en een controle-regeling voor fusies in de pers.

Met terugwerkende kracht, tot 1 januari 1981, zal aan verlieslijdende dagblad-exploitaties een financiële tegemoetkoming worden verleend. Deze regeling, waarvoor in totaal f 60 miljoen uit de STER-opbrengsten beschikbaar is gesteld, geldt voor drie jaar. Op grond van een nader uit te werken beleidsevaluatie, waarin vooral het concurrentie-effect van de subsidie zal worden nagegaan, zal over de eventuele voortzetting van de maatregel worden beslist. Ook zal daarbij worden beoordeeld of nieuwsbladen en opinieweekbladen eveneens onder de (verlengde) subsidieregeling kunnen worden gebracht.<sup>22)</sup> Gezien het feit, dat deze zogenaamde compensatieregeling een experimenteel karakter draagt en een beperkte looptijd heeft, is het alleszins redelijk dat de werkgroep deze buiten het voorontwerp heeft gelaten. Aan eventuele verlenging ervan dient evenwel als eis gesteld te worden, dat deze steunverlening in de perswet wordt opgenomen. Subsidies aan de pers zijn dermate belangrijk, dat nauwkeurig omschreven criteria wettelijk moeten worden vastgelegd.

*Fusiecontrole.* Het andere onderwerp is een regeling ter controle van fusies waarbij de zelfstandigheid van persorganen in het geding is. Dit is een zeer controversiële materie. Reeds in 1968 kwam de Persraad, als onderdeel van

een door hem gemaakt voorontwerp van een nieuwe perswet, met een voorstel fusies in de pers aan banden te leggen. Dat voorstel behelsde een bij wet in te voeren meldingsplicht bij een speciale fusiekamer van de Persraad voor alle voorgenomen samenwerkingvormen tussen persondernemingen en persorganen. Indien deze fusiekamer van oordeel zou zijn, dat een voorgenomen overeenkomst zodanig afbreuk zou kunnen doen aan de verscheidenheid van de pers dat de publieke voorlichting in ernstige mate zou worden geschaad, had de minister de mogelijkheid een nieuw te creëren kamer voor persconcentraties van het gerechtshof te Amsterdam in te schakelen, ten einde een fusieverbod uit te lokken. Dit voorstel is in de Medianota uitvoerig becommentarieerd.<sup>23)</sup>

Terwijl de Sociaal-Economische Raad in zijn in 1977 uitgebracht advies over preventieve materiële toetsing van fusies niet verder kwam dan de aanbeveling dat voor persfusies speciale criteria ontwikkeld zouden moeten worden met het oog op de onafhankelijkheid en verscheidenheid van de openbare informatievoorziening en de bescherming van de vrijheid van meningsuiting, koppelde de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid het overheidstoezicht op persfusies aan directe financiële steunverlening aan persorganen.<sup>24)</sup> Maatregelen die gericht zijn op de rentabiliteit van persorganen zouden vergezeld moeten gaan van voorwaarden omtrent de eigendom en redactionele zelfstandigheid van de gesteunde bladen. Alleen op deze wijze kan de centrale doelstelling van het persbeleid, namelijk de pluriformiteit van de pers qua aanbieders en aanbod, gerealiseerd worden.

Hier kan een duidelijke parallel met het omroepbeleid getrokken worden: de zendgemachtigde organisaties dienen aan een aantal zowel kwantitatieve (getalscriteria) als kwalitatieve (volledig programmavoorschrift, representativiteitscriterium) voorwaarden te vol-

doen. Door naar het voorbeeld hiervan steun aan afzonderlijke persorganen te koppelen aan eisen inzake mededinging, zal het persbeleid sterker in de richting van een voorwaardenbeleid gestuurd kunnen worden. Terwijl het redactiestatuut reeds behoort tot de voorwaarden waaronder financiële steun verleend wordt,<sup>25)</sup> zou daaraan dus de verplichting gekoppeld moeten worden, dat de subsidie-ontvanger zich onderwerpt aan (overheids)toezicht op het behoud van de zelfstandigheid en onafhankelijkheid van het redactionele produkt. Degene die dat niet wenst, ziet automatisch van financiële overheidssteun af. Het toezicht op de naleving van deze voorwaarden en de advisering daarover aan de minister zou bij uitstek door het eerder genoemde college van kroonleden uitgeoefend kunnen worden.

*Slotconclusie.* Het ligt in de bedoeling dat de werkgroep nog met een eindrapport komt, zodra de Persraad over een fusiecontroleregeling geadviseerd zal hebben. Omdat naar mijn mening een dergelijke regeling uitdrukkelijk gekoppeld moet worden aan financiële overheidssteun aan afzonderlijke persorganen, kan een wettelijke regeling niet zonder dit voorwaardenbeleid. Het ware overigens te wensen dat in de wettelijke regeling over de beleidsadvisering minder de belangenbehartiging op de voorgrond zal staan en meer het algemeen belang van een verdere evenwichtige ontwikkeling van de institutionele vrijheid van meningsuiting benadrukt zal worden.

## NOTEN

1. Werkgroep Perswet, "Interim-advies over een nieuwe Wet Voorziening Perswezen", ministerie van CRM (thans WVC), Rijswijk, 29 januari 1982.  
De samenstelling van deze werkgroep was als volgt. Dr. J. Verhoeve (directeur-generaal voor Natuurbehoud, Recreatie en Media van het ministerie van CRM), voorzitter. Van CRM: mr. J.N.M. Kroon (centrale directie Wetgeving en Juridische Zaken) en mr. J.H. Brouwer (directie Radio, Televisie en Pers). Van de Persraad: mr. A. Stempels, mr. J.J. Nouwen en M.M. de Bok. Van het Bedrijfsfonds voor de Pers: mr. W.C.D. Hoogendijk en prof. dr. J. van Putten. Waarnemer namens Persraad en Bedrijfsfonds: drs. L.H.A. Lichtenberg. Secretaris: drs. R.E.M. Asselbergs tot 23 november 1981, daarna mr. P.B. Hugenholz, beiden van de directie Radio, Televisie en Pers.  
De installatierede van minister M.H.M.F. Gardeniens-Berendsen en de antwoordrede van de voorzitter van de werkgroep staan afgedrukt in de *Nederlandse Staatscourant*, 10-4-1980, nr. 70, blz. 3. De instellingsbeschikking dateert van 11 maart 1981, *Nederlandse Staatscourant*, 1-4-1981, nr. 63.
2. Deze voorgeschiedenis steunt mede op mijn publikatie *De vrijheid van de pers. De overheid en het commerciële karakter van de pers, 1944-1949*, Ambo, Baarn 1981 en mijn dissertatie *Nationaal of verzuimd. De strijd om het Nederlandse omroepbestel in de periode 1923-1947*, Ambo, Baarn 1976. Ik dank drs. Huub Wijfjes, die bezig is met een dissertatie-onderzoek naar het overheidsbeleid op het gebied van de omroepcensuur in het vooroorlogse Nederland, voor het verstrekken van enkele gegevens.
3. *Staatsblad*, nr. 130.
4. *Nederlandse Staatscourant*, 1 oktober 1974, nr. 190. Zie over de voorgeschiedenis van de stichting Bedrijfsfonds voor de Pers het *Jaarverslag over 1974-1975*, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage 1976, blz. 1-8.
5. *Eindrapport van de Commissie Bedrijfsfonds voor de Pers*, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage 1972, blz. 26 e.v. Zie ook J. van Putten, *Haagse machten*, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage 1980, blz. 218-219.
6. J. van Putten, a.v., blz. 220.
7. Minister van CRM, *Nota over het massamedia-beleid*, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage 1975, blz. 42.
8. Met "zijn" wordt hier bedoeld het lid van de Persraad en met "deze wet" de beoogde nieuwe Wet Voorziening Perswezen.
9. Advies van de Omroepraad van 10 december 1971, vermeld in de *Nota over het massamedia-beleid*, blz. 74.
10. *Nota over het massamediabeleid*, blz. 77.
11. A.v. In zijn advies over het voorontwerp spreekt de Persraad echter zijn voorkeur uit voor een Mediaraad. Advies Persraad van 28 mei 1982, *Nederlandse Staatscourant*, 29-6-1982, nr. 121.
12. Dit wordt onder meer geïllustreerd door het onderzoek naar de effecten van de uitbreiding van etherreclame op de diverse perssectoren, dat de minister van CRM heeft toegezegd. Begroting van het departe-

- ment van CRM voor het jaar 1983, Tweede Kamer, zitting 1982-1983, 17 600. hoofdstuk XVI. nr. 2. blz. 80. Zie ook J.L. Bordewijk en B. van Kaam, *Allocutie, enkele gedachten over communicatievrijheid in een bekabeld land*, Bosch & Keuning, Baarn 1982, blz. 36 e.v.
13. PTT-Raad, Advies inzake rapport Commissie-Swartouw, 5-10-1982; gedeeltelijk ook gepubliceerd in de *Nederlandse Staatscourant*, 14-10-1982, nr. 198.
  14. Commissie Hoofdstructuur Rijksdienst, *Elk kent de laan, die derwaart gaat*, rapport nr. 3, Ministerie van Binnenlandse Zaken, 's-Gravenhage 1980, blz. 119.
  15. Federatie van Nederlandse Vakverenigingen, Media en werknemer, 11 januari 1982.
  16. Heroverwegingswerkgroep Wettelijke voorschriften in verband met de economische ontwikkeling, *Regulering en deregulering*, deelrapport nr. 31, Tweede Kamer, zitting 1981-1982, 16 625, nr. 39, blz. 7; zie ook het themanummer van *Beleid en Maatschappij*, jrg. IX, nr. 8 (aug. 1982). Een herijking van de doelstellingen van het persbeleid in het kader van het totale mediabeleid is dringend gewenst. Recentelijk werd namelijk, op grond van het aantal regels dat de laatste jaren (in vergelijking met de omroep) aan de pers in de Memorie van Toelichting op de begrotingen van CRM is gewijd, gepleit voor meer persbeleid, "mede gelet op de hoogte van de omzetcijfers en de aantallen werknemers van de pers". Een persbeleid vanuit de culturele doelstelling van de pluriformiteit van de informatievoorziening heeft met de genoemde criteria niets te maken. Zie L. Lichtenberg, Overheid en pers, in *ESB*, jrg. 67, nr. 3370, 1 september 1982, blz. 925.
  17. Het ging hier om het weekblad *Bladeren*. Het bestuur van het Bedrijfsfonds had de minister van CRM in oktober 1980 geadviseerd dit nog jonge blad een krediet van max. f 500.000 te verlenen. De Persraad, door de minister over dit advies om advies gevraagd (!), oordeelde verdeeld. De meerderheid wees het gevraagde krediet af. De minister besliste aldus. Advies van het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers, 6 oktober 1980, advies van de Persraad, 24 oktober 1980, brief van de minister van CRM aan Bladeren, 30 oktober 1980, *Nederlandse Staatscourant* respectievelijk 17-10-1980 (nr. 202), 4-11-1980 (nr. 214) en 7-11-1980 (nr. 217). Zie ook G. Schuijt, Gardeniërs laat bestuur Bedrijfsfonds voor de Pers vallen, in *De Journalist*, 13-11-1980.
  18. Commissie Hoofdstructuur Rijksdienst, op. cit., blz. 117.
  19. Commissie Hoofdstructuur Rijksdienst, *Zou Thorbecke nu tevreden zijn? Probleemschets en analysekader voor onderzoek van en advisering over hoofdstructuur en functioneren van de rijksdienst*, rapport nr. 1, Ministerie van Binnenlandse Zaken, 's-Gravenhage 1979, blz. 21.
  20. Blz. 19.
  21. Advies van het bestuur van het Bedrijfsfonds voor de Pers aan de minister van CRM over het voorontwerp van een nieuwe perswet, 12 mei 1982, gedeeltelijk gepubliceerd in de *Nederlandse Staatscourant*, 29-6-1982, nr. 121.
  22. Brief van de NNP aan de minister van CRM over de uitwerking van de zogenaamde compensatieregeling voor dagbladen, 23-4-1982.
  23. *Nota over het massamedia-beleid*, blz. 34-35.
  24. Sociaal-Economische Raad, *Advies inzake de toekomstige status van de door de SER uitgevaardigde fusiegedragsregels en inzake een preventieve materiële toetsing van fusies door de overheid*, 's-Gravenhage 177. Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, *Samenhangend mediabeleid*, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage 1982, blz. 51-53.
  25. Een lid van de werkgroep heeft principiële bezwaren tegen het opnemen van deze voorwaarde in een wettelijke regeling, omdat dit naar zijn mening in strijd zou zijn met de grondwettelijk beschermde vrijheid van meningsuiting.

## Boekbesprekingen

**A. Vrolijk, COMMUNICATIEMODELLEN, Samson, Alphen aan de Rijn/Brussel, 1982, ISBN 90 14 03216 1, 275 pagina's, Prijs f 39,75.**

"Communicatiemodellen" is de schriftelijke neerslag van een project van de Afdeling Conflictologie van de Vrije Universiteit en bedoeld als cursusmateriaal voor trainingen op het gebied van sociale vaardigheden en gespreksvoering. Vanaf p. 33 worden in een zestal hoofdstukken telkens specifieke methoden ("Communicatiemodellen") voor het effectiever (leren) omgaan met bepaalde conflictueuze en/of emotioneel hooggeladen gespreksituaties aangeboden. Deze methoden/communicatiemodellen worden ieder per hoofdstuk vanuit het oogpunt van hun directe praktische bruikbaarheid kort toegelicht. Daarop volgende gespreksverbanden dienen om de methode "in haar werk" te zien. (Deze gespreksverbanden zijn vrijwel steeds transcripten van bij de Stichting Film en Wetenschap (Utrecht) verkrijgbare videotapes). Aansluitende oefeningen (rollenspelen vooral) dienen om de methode zelf te leren toepassen. Soms worden nog checklijsten aan de oefeningen toegevoegd, soms wordt daarvoor verwezen naar die in andere hoofdstukken.

Het gaat telkens om nogal heterogene en problematische gespreksituaties, die – om tot een goed einde te kunnen worden gebracht – van de gesprekspartners zelf of van de gespreksleider/arbitrator specifieke gespreksmethodische vaardigheden vereisen. De helder en beknopt beschreven methoden hebben betrekking op 1) het omgaan met persoonlijke of beroepskeuze problemen, die door hun veelheid aan aspecten om een reductie tot een tweetal mogelijkheden en om een afweging van hun pro's en contra's vragen (dilemma counseling p. 33 vv), 2) het oplossen van ruzies en conflicten in gezins- en werksituaties, waarin emoties vaak een grote rol spelen en tal van frustraties optreden (hantering van in-

terpersoonlijke conflicten, p. 55 vv), 3) het oplossen van conflicten tussen groepen, waarin hoogoplopende emoties en vijandbeelden dikwijls blokkerend werken (hantering van intergroepsconflicten, p. 113 vv), 4) het hanteren van machtsverschillen tussen onderhandelingspartners, waarbij de "haves" over een veelheid van vergadertechnieken beschikken om de "have nots" uit te schakelen, terwijl deze laatsten onvoldoende hun onderhandelingspotenties onderkennen en benutten (Haves versus have-nots, p. 141 vv), 5) het bevorderen van integratieve besluitvorming, waarbij zowel kwaliteit als acceptatie van besluiten de effectiviteit ervan bepalen en winlose situaties zoveel mogelijk in win-win-situaties moeten worden omgezet (integratieve besluitvorming, p. 193 vv), en tenslotte 6) het effectief maken van functioneringsgesprekken tussen chefs en medewerkers, waarin niet kritiek en bedreiging, maar het opruimen van blokkades en het oplossen van problemen in het centrum staan (Het functioneringsgesprek, p. 209 vv).

Zij het met nuances en accentverschillen, door de beschreven communicatiemodellen lopen als kenmerkende rode draden: het uiteenleggen van de weg naar de oplossing in meerdere opeenvolgende fasen, het oplossen van de emotionele aspecten van de conflictsituatie vóór het oplossen van de zakelijke geschillen, het scheppen van aanvaardbare en werkbare verhoudingen, naast expressie van ongenoegen en analyse van bestaande situatie het ontwikkelen van actie naar de toekomst om impasses te doorbreken, de inhoudelijke terughoudendheid van de gespreksleider/arbitrator en diens soms sterke methodische directiviteit.

In de inleiding (p. 9) en in Informatie voor de trainer (p. 15) worden het trai-

ningsconcept, de trainingsopbouw en de trainingsfilosofie kort uiteengezet en ook verantwoord. Als fundamenteel uitgangspunt geldt: "Een gespreks-training heeft het meeste effect, als het bestaat uit het lezen van handleidingen, het kijken naar films of videobanden, het discussiëren, het zelf doen en het ontvangen van feedback daarop. Men leest over een methode, kijkt naar een videoband waarop de methode wordt gedemonstreerd, men praat erover in de groep, men gaat het zelf eens proberen met behulp van een rollenspel. Het resultaat wordt kritisch bekeken door de cursist, de medecursisten en de trainer" (p. 12-3). Het trainingsconcept en de trainingsopbouw worden hierin duidelijk tot uitdrukking gebracht. Zij lopen ook als rode draden door alle zes boven omschreven hoofdstukken. De erachter schuilende trainingsfilosofie is met name aan Skinner en Bandura ontleend (p. 18): de "social learning theory", die berust op drie essentiële en tegelijk normerende polen: de presentatie van een ideaalvoorbeeld (op tape), dat niet alleen descriptief, maar tevens prescriptief is, de imitatie van dit, als maatstaf dienende en verplichtende voorbeeld en ten derde, de beloning door feedback, als de cursist erin slaagt het modelgedrag zo exact mogelijk te kopiëren, een zo exact mogelijk duplicaat daarvan te zijn. (p. 18) De centrale vraag is: is in het imitatiegedrag een zo exact mogelijke reproductie van het modelgedrag? Alle bestanddelen van het trainingsconcept en de trainingsopbouw staan hierop gericht: de studie van de handleiding en de bespreking daarvan, het kijken naar het modelgedrag op de tape en de discussie daarover, het zelf doen d.m.v. de oefeningen en de feedback daarop. Deze aanwijzingen zijn stringent. Zij moeten punctueel worden gevolgd.

Aan het slot van de publicatie volgen nog een verklarende woordenlijst van onvermijdelijke termen uit het trainingsjargon, een voor elk hoofdstuk ei-

gen beknopte literatuurlijst en een overzicht van de geboden voorbeelden en oefeningen. "Communicatiemodellen" kan beschouwd worden als een vervolg op "Gespreksmodellen. Een geprogrammeerde instructie", dat de auteur samen met M.F. Dijkema en G. Timmermans schreef (Samson, Alphen a/d Rijn, 1978).<sup>4)</sup> Het hoofdstukje "Tussen vrije attitude interview en counseling" (p. 25) verwijst naar de band tussen beide delen. "Communicatiemodellen" herhaalt bovendien kernachtiger en toegespitster het hoofdstuk Functioneringsgesprek uit "Gespreksmodellen". "Communicatiemodellen" is bedoeld als handleiding voor studenten van sociale academies, sociale faculteiten, voor cursisten van managementsopleidingen, en voor managers en ondernemingsraadsleden.

"Communicatiemodellen" is keurig verzorgd uitgegeven. Het is eenvoudig en exact geschreven. Voorzover vakjargon onvermijdelijk was, wordt dit in de verklarende woordenlijst nader omschreven. Alhoewel men als lezer achter ieder hoofdstuk de sporen van de daarop betrekking hebbende "theorie" bemerkt, is het boek zelf geheel en al op de praktijk afgestemd. De goed gekozen voorbeelden illustreren duidelijk, hoe de methode "werkt", als zij gebruikt wordt, en hoe het gesprek verzandt of ontspoorde, als en omdat deze (of een andere adequate) methode niet wordt gebruikt. De oefeningen bieden een goede mogelijkheid om door "learning by doing" de beschreven methode in betreffende probleemsituaties uit te proberen en toe te passen. De beschreven methoden zelf echter, met name die van dilemma counseling, van hantering van interpersoonlijke en van intergroepsconflicten eisen zeer veel van de gespreksleider/arbitrator. Hij moet dezen goed in zijn vingers hebben. Zonder oefening vooraf lijkt dit niet goed mogelijk. Een groot pluspunt van het boek is naar mijn oordeel dat het vaagheid in omschrijvingen van situaties, doelen, methoden e.d. niet kent. Terecht

merkt de auteur op dat veel trainingen te weinig concreet, direct en exact zijn en door alleen over attitudes te spreken het gedrag onvoldoende houvast bieden (p. 16). Anderzijds, het in "Communicatiemodellen" voorgestelde trainingsmodel maakt op mij een vrij sterke "technische" indruk. In dit perspectief lijkt ook in tussenmenselijke communicatie alles "maakbaar", als je je maar aan de regels houdt en alles "meetbaar", als de categorieën goed worden ingevuld. "Meten is weten is regelen" (p. 22). Omtrent het wat, het hoe en het waarlangs, is alles exact gepreciseerd en in het ideaal-

model belichaamd. Het ideale model op de tape moet door alle deelnemers zo gelijk en zo exact mogelijk gereproduceerd worden. Speelruimte voor de eigen creativiteit en inventiviteit van de deelnemers worden buitenspel gezet. De training is goed geslaagd, als allen hetzelfde op dezelfde manier doen. Daar heb ik moeite mee. Desondanks biedt het boek veel impulsen voor de eigen praxis en stimuleert het ook de reflectie op de eigen praxis, ook dan wanneer deze door een andere trainingsfilosofie gedragen wordt.

H. Hoekstra

**G.H. Stempel III en B.H. Westley (eds.). RESEARCH METHODS IN MASS COMMUNICATION, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, USA, 1981.**

In het eerste hoofdstuk van *Research Methods in Mass Communication*, getiteld *The Systematic Study of Mass Communications*, wordt opgemerkt dat dit boek het derde in dertig jaar is dat speciaal gewijd is aan onderzoeksmethoden op het gebied van de massacommunicatie. De schrijvers van dit hoofdstuk en tevens de samenstellers van het boek – Guido Stempel III en Bruce Westley – noemen als voorgangers het in 1949 verschenen *An Introduction to Journalism Research* (Nafziger en Wilkinson) en *Introduction to Mass Communications Research* (Nafziger en White) uit 1958. Er zijn op zijn minst twee kanttekeningen te maken bij deze opmerking. De eerste is dat er wel degelijk méér boeken te noemen zijn die in dit rijtje kunnen worden opgenomen, maar die zijn inderdaad in Europa en niet in de USA verschenen. De tweede is dat men zich kan afvragen wat onder 'speciaal gewijd aan onderzoeksmethoden op het gebied van de massacommunicatie' moet worden verstaan. Van de in totaal twintig hoofdstukken zijn er slechts drie waar het woord (massa) communicatie in voor komt. Naast het al genoemde eerste hoofdstuk zijn dat *Ethical Issues in Communication Re-*

*search* en *Legal Research in Mass Communication*, en dat zijn nu niet bepaald de onderwerpen die je meteen als eerste bedenkt voor een boek over methoden en technieken van onderzoek in de massacommunicatie. De meeste andere hoofdstukken dragen titels die je in elk boek over research kunt verwachten; de zakelijke inhoud is dan ook tamelijk universeel te noemen.

Daarmee wil overigens niets ten nadele van dit boek gezegd zijn. Docenten en studenten die zich in het verleden hebben moeten behelpen met tekstboeken uit verwante disciplines zullen een dankbaar gebruik van dit boek kunnen maken. De waarde ervan ligt nl. vooral in het feit dat de leerstof is toegesneden op concepten, operationalisaties, variabelen en toepassingen in de sfeer van de massacommunicatie. En omdat de volgorde van de hoofdstukken min of meer logisch het verloop van het onderzoeksproces volgt, is het zeer bruikbaar als basismateriaal voor een cursus over deze materie.

Na de inleiding volgen twee lezenswaardige hoofdstukken over *The Logic of Social and Behavioural Science* en *Conceptualization and Theory Built-*



ding, waarmee een goed fundament wordt gelegd voor de overige hoofdstukken. In veel boeken over onderzoek ontbreken deze onderwerpen geheel of krijgen ze relatief weinig aandacht.

De drie volgende hoofdstukken horen in zekere zin bij elkaar: Basic Statistical Tools, Measurement Decisions, en Data Processing. In ongeveer veertig pagina's worden de meest gebruikte statistische technieken uiteen gezet, van maten voor centrale tendentie via associatiematen naar variantie-analyse. Zeer helder en overzichtelijk geschreven, maar misschien toch nog te beknopt voor degenen die voor het eerst met statistiek in aanraking komen. Dit geldt eveneens voor het hoofdstuk over 'meten', waarin o.a. de hoofdzaken van betrouwbaarheid en geldigheid aan de orde komen.

In hoofdstuk zeven tot en met twaalf worden drie hoofdvormen van data-verzameling of zo men wil designs behandeld: Content Analysis, Survey Research en The Controlled Experiment. Elk wordt gevolgd door een hoofdstuk Statistical Designs for. . . . Deze drie hoofdstukken zijn zeer compact geschreven en daarom niet gemakkelijk, maar het belangrijkste staat er toch overzichtelijk in.

Op dit punt in het boek wordt de procesmatige aanpak in feite afgesloten (het laatste hoofdstuk gaat nog over Presentation of Research Results), en volgen een zestal hoofdstukken die minder goed in de totaalopzet passen. Twee ervan zijn hierboven al genoemd, twee andere gaan over historisch onderzoek en de resterende twee over kwalitatief onderzoek: The Logic and Aims of Qualitative Re-

search en Separating Wheat from Chaff in Qualitative Studies. Kwalitatief onderzoek is sterk in opkomst en zeker niet alleen omdat het goedkoper is dan kwantitatief onderzoek. Die opkomst is in Europa eerder en beter merkbaar geweest dan in de USA, mede als gevolg van een groeiende onvrede met de door de Amerikanen gedomineerde sterk empiristische onderzoekstraditie. Het mag daarom wel opzienbarend worden genoemd dat in dit, toch typisch op de Amerikaanse markt georiënteerde boek een poging wordt gedaan de wijdverbreide misverstanden rond deze vorm van onderzoek te ontzenuwen. Deze poging is zeer zeker geslaagd waar de auteurs de dodelijke tegenstelling kwantitatief-kwalitatief vermijden en de eigen kwaliteiten van kwalitatief onderzoek benadrukken.

Research Methods in Mass Communication is al met al een aanbevelenswaardig boek. De behandelde onderwerpen zijn vrijwel zonder uitzondering helder en bondig, in de vorm van overzichten geschreven, door auteurs die hun sporen op het gebied van massacommunicatie-onderzoek hebben verdiend. Toch vraag je je van sommige onderwerpen af of ze niet beter achterwege hadden kunnen blijven, daarmee ruimte scheppend voor wat meer diepgang in onderwerpen die in zo'n boek echt niet kunnen ontbreken. Het is zeer nadrukkelijk een inleiding die met wat aanvullende literatuur goed gebruikt kan worden in de studie communicatiewetenschap nieuwe stijl. Dan verdient het overigens wel een paperback-uitvoering.

Henk Verhagen

**J.L. Bordewijk en Ben van Kaam, ALLOCUTIE; ENKELE GEDACHTEN OVER COMMUNICATIEVRIJHEID IN EEN BEKABELD LAND. Uitgave: Bosch & Keuning nv, Baarn, 1982. 104 blz. ISBN 90 246 4432 1. Prijs f 18,50.**

Bordewijk en Van Kaam zijn beiden lid van de Omroepraad. Wat ontstond als een "praatpapier" (over "De overheid

en de nieuwe media") voor dat college, hebben zij uitgewerkt tot een boekje met 35 korte hoofdstukken. Het kan

globaal in vier stukken worden verdeeld. In de eerste 12 hoofdstukken ontwikkelen en beschrijven zij de vier, wat zij noemen, "verkeerspatronen" bij de overdracht van informatie: *allocutie*, *consultatie*, *registratie* en *conversatie*. De laatste drie begrippen spreken voor zichzelf. Onder "allocutie" verstaan de schrijvers: "De gelijktijdige overdracht aan alle leden van een groep bestemmingen van een in een centrum samengesteld informatiepakket op een door het centrum bepaald tijdstip en in een door het centrum bepaald tempo". Wat de elektronische media betreft rekenen zij de ether-omroep, de kabel-omroep en abonnee-televisie tot de allocutie. Kiestelevisie, viditel en teletekst rekenen zij tot "consultatie".

Uitgaande van de veronderstelling, dat het aldus ontwikkelde onderscheid van belang kan zijn bij de vorming van het communicatiebeleid en de wetgeving terzake, schenken de schrijvers in het vervolg van het boek vooral aandacht aan de allocutie en de consultatie. Eerst gaat het in de hoofdstukken 13 tot 22 over de ether-omroep. Daarbij komen zaken aan de orde als de bedreiging van de "forum-functie" van de omroep, het verdwijnen van de technische schaarste en de financieringsproblematiek. Vanaf hoofdstuk 22 komen dan de nieuwe gebruiksmogelijkheden van vooral de kabel aan de orde, zowel op het gebied van de allocutie als van de consultatie. Dit laatste wordt het meest uitgewerkt: viditel, teleteken etc. Ten slotte worden in de vier laatste hoofdstukken enkele actuele vraagstukken behandeld, zoals de satelliet-omroep en het beheer van kabelnetten.

De schrijvers zetten in hun inleiding uiteen, dat zij ernaar gestreefd hebben steeds zo veel mogelijk de keuze-momenten van cultuur-politieke aard bloot te leggen. Openhartig voegen zij daaraan toe, dat dit een spannende opgave was, aangezien zij beiden niet zelden tot verschillende antwoorden kwamen. Vastgesteld moet worden dat de auteurs dit probleem kennelijk

hebben opgelost door elkaar de nodige ruimte te laten. Veelal is het niet moeilijk vast te stellen wie het meest zijn stempel op een bepaald hoofdstuk heeft gedrukt: de journalist uit de VU-en NCRV-sfeer Van Kaam of de Delftse TH-hoogleraar Bordewijk. De eerstgenoemde slaagt er m.i. het meest in de cultuurpolitieke vragen bloot te leggen. Expliciete antwoorden daarop worden meestal niet gegeven, maar voor de goede verstaander is wel duidelijk in welke richting de auteur denkt. Waar technische onderwerpen aan de orde zijn, blijft die voorzichtige benadering vaak achterwege. Zo leren wij dat de kabel zonder twijfel Nederlands belangrijkste transportmiddel voor tele-informatieve doeleinden wordt, en dat alles erop wijst, dat het binnen 10 à 30 jaar gaat naar één geïntegreerd glasvezelnet. Dat ook de cultuur-politieke (en financiële!) beslissing genomen zou kunnen worden het nog wat langer te doen met de bestaande infra-structuur en nieuwe diensten als viditel en teletekst niet verder uit te bouwen, komt als mogelijkheid niet aan de orde.

De verschuiving in de "verkeerspatronen" van allocutie naar consultatie loopt als een rode draad door het boek. Daarbij valt op dat de voor- en nadelen van die ontwikkeling steeds verschillend worden gewaardeerd. Wanneer het gaat om de ontwikkelingen op technisch gebied, met name m.b.t. de kabel, worden het wegvallen van "bestedingsdwang" en de grotere keuzevrijheid steeds in positieve zin vermeld. Anderzijds worden de ontwikkelingen op het gebied van de allocutie, die deels een gevolg zijn van de vorenbedoelde consultatie-mogelijkheden, met zorg bekeken. Daarbij wordt terecht de nodige aandacht geschonken aan de financieringsproblematiek. Behartenswaardige opmerkingen worden gemaakt over het verschuiven van de schaarste-kwestie van het technische naar het financiële vlak. Met als conclusie dat de noodzaak van overheidsbemoeienis nog

niet verdwenen is.

Daarentegen wordt nauwelijks aandacht geschonken aan de financiële aspecten van de, als onontkoombaar geschetste, ontwikkelingen op het gebied van de kabel-infrastructuur. De titel van het hoofdstuk "De toekomst is aan de kabel" is veelzeggend. Zonder meer een lacune in het boek is, dat aan één ontwikkeling op het gebied van de consultatie geen aandacht wordt geschonken: de toename van het bezit van video-recorders. De grote vraag is, of diegenen bij wie een afkeer van "bestedingsdwang" gepaard gaat met het ter besteding hebben van een redelijk inkomen, niet liever direct kiezen voor de hardware die hen het maximum aan keuzevrijheid garandeert. Aldus zou het stadium van kies- en abonnee-televisie (en ook van de beeldplaat) wel eens overgeslagen kunnen worden. Zolang de koperen cai- en telefoonkabels nog geen dienst weigeren, is daar ook niets op tegen. Voor de Zuid-Limburger, om maar eens een voorbeeld te noemen, die afziet van een abonnement op het aldaar geprojecteerde kabelnet – in de wetenschap dat hij met een hark op zijn dak al 9 binnen- en buitenlandse tv-zenders kan ontvangen – komt de aanschaf van een video-recorder al betrekkelijk snel binnen bereik.

De door de schrijvers gekozen opzet heeft tot gevolg, dat het boekje veel waardevolle gedachten bevat, die de lezer prikkelen tot eigen meningsvorming. Het is vlot geschreven en daardoor toegankelijk voor een breed publiek. Hier en daar krijgt het boekje zelfs iets bevlogens. De schrijvers hanteren de begrippen "allocutie" en "consultatie" niet slechts om daarmee de te behandelen stof te kunnen ordenen, zij hebben een boodschap op dit punt. Zij menen dat dit onderscheid ook uitgangspunt moet zijn bij de beleidsvorming en wetgeving. Op dit punt heb ik de belangrijkste kritiek op het boekje. De schrijvers hebben op veel plaatsen ervan blijk gegeven zich ervan bewust te zijn, dat

zich op de scheidslijn tussen "allocutie" en "consultatie" de nodige grensconflicten voor kunnen doen. Toch blijven zij criteria die zij hebben gekozen om "verkeerspatronen" te definiëren, bepalend achten voor het overheidsbeleid en de mate van overheidsbemoënen. Om er enkele te noemen: de vraag wie het tempo van informatieoverdracht bepaalt, het al dan niet aanwezig zijn van een "auditorium", en een bewustzijn bij de leden daarvan dat zij dezelfde informatie gelijktijdig ontvangen. Onder deze criteria bevindt er zich geen enkele, die te maken heeft met de wijze waarop voor de informatie wordt betaald. Toch ligt daar een belangrijke invalshoek voor de overheidsbemoënen. Ook het besef dat het overheidsbeleid vooral geïnteresseerd is in *massa*-communicatie, is onvoldoende aanwezig. Daar ligt een gemeenschappelijk kenmerk van b.v. dagbladers en omroep. Overigens zal het besef van (nagenoeg) gelijktijdige kennisneming bij lezers van ochtendbladen veelal niet onder doen voor kijkers naar avondtelevisie. Anderzijds zal dit nagenoeg afwezig zijn bij degenen die even de radio aanzetten om het laatste nieuws te horen. Hier wreekt zich de wijze waarop de schrijvers hun definities hebben geredigeerd. Te veel wordt daarin de nadruk gelegd op de richting van de verkeerspatronen. Hoe eenzijdig die ook moge zijn, als *massa*-communicatie tot stand komt is dat toch altijd een twee-zijdig gebeuren, dat op zijn minst een actieve daad van de ontvanger veronderstelt. In de oude definitie van "omroep" in het Radio-reglement, zat dat enigszins in het element "bestemd voor allen, die deze wensen te ontvangen".

De schrijvers rekenen teletekst tot de consultatie, ondanks de gelijkenis met het hiervoor genoemde radio-gebruik en ondanks de omstandigheid, dat het in zijn huidige vorm slechts gefinancierd kan worden op dezelfde wijze als de omroep. M.i. hanteren zij hierbij hun eigen criteria niet juist. Het zou beteke-

nen, dat ook een in hoge mate met teletekst vergelijkbare vorm van televisie – alleen wat langere wacht-tijd – tot consultatie gerekend zou moeten worden: het uitzenden van een programma volgens het Cineac-systeem. Ook een radio-zender, die steeds opnieuw de Top 40 zou uitzenden, zou dan niet meer tot de allocutie gerekend moeten worden. Tè gemakkelijk veronderstellen de schrijvers, dat "allocutie" voor wat betreft de elektronische media, en "omroep" in de ouderwetse verschijningsvormen van radio en televisie, identiek zijn. Wanneer het gaat om de vraag of de omroep-banden in de ether wel gebruikt mogen worden voor teletekst, menen zij echter stellig dat teletekst onder "broadcasting" als bedoeld in de ITU-Radio Regulations valt. Ik meen dat ons begrip "omroep" niets anders is dan een vertaling van "broadcasting"; en dus een ruim begrip, waaronder zowel de oude, allocutieve, als de nieuwere, consultatieve vormen van elektronische massacommunicatie kunnen vallen.

Als dat een te knellend keurslijf is, moet de wetgeving worden gewijzigd. Het is echter raadzaam daarbij niet van één grote conceptie, zoals die van Bordewijk en Van Kaam, uit te gaan. Een meer gedifferentieerde aanpak is ook mogelijk, en wenselijk. Moeten immers niet steeds opnieuw cultuur-politieke keuzes worden gedaan? Wellicht komt men daarbij tot de slotsom dat teletekst bij de huidige omvang en verspreidingswijze een betrekkelijk goedkoop en nuttig medium is, maar dat dat heel anders komt te liggen bij een andere verspreidingswijze en/of uitbreiding van het informatiepakket. Maar ook als het oordeel over dergelijke veranderingen positief is, kan het zeer wel gewenst zijn voor teletekst in de huidige vorm een ander regiem te

laten gelden dan voor een dicht tegen viditel aanliggende vorm. Dergelijke nuances laat de nogal leerstellige aanpak van Bordewijk en Van Kaam niet toe.

Hoe funest dat kan zijn, blijkt nu reeds uit het advies van de Omroepraad inzake Viditel (Ned. Stcrt. 1982, 240). Op basis van de aan Bordewijk en Van Kaam ontleende definities pleit de raad daarin voor het in onderling verband bezien van Viditel en teletekst, en voor het ook bij teletekst realiseren van een zelfde vorm van openheid aan de aanbod-zijde als bij viditel bestaat. Dat is wellicht zonder bezwaar mogelijk indien – nadat daartoe de nodige cultuur-politieke beslissingen genomen zijn – over 30 jaar voor teletekst een half dozijn eigen kabel-kanalen beschikbaar zijn. In de huidige situatie zal het leiden tot wat de Omroepraad als het over omroep gaat zonder twijfel "versnippering" zou noemen.

Anderzijds wordt door sommigen van degenen die teletekst tot de omroep wensen te rekenen op even leerstellige wijze gepleit voor hetzelfde beginsel van openheid, althans voor de bestaande omroeporganisaties. Dat is inmiddels ook gerealiseerd. Het onbenullige resultaat daarvan maakt duidelijk, dat voortgaan op deze weg desastreus kan zijn voor het prille succes van het nieuwe medium.

Terug naar Bordewijk en Van Kaam. Bij de naamgeving van hun boekje hebben zij kennelijk de behoefte het begrip "allocutie" ingang te laten vinden zwaar laten wegen. Een wervender titel was mogelijk geweest. Deze bespreking strekt er mede toe duidelijk te maken, dat niemand zich daardoor moet laten afschrikken.

H.M. Linthorst

**J.G. Stappers (red.), MASSACOMMUNICATIE EN SAMENLEVING, Assen, Van Gorcum, 1982, ISBN 90 232 18930, 224 blz., Prijs f 29,50.**

Met de groeiende publieke bezinning op en belangstelling voor mediavraag-

stukken lijkt ook het aantal Nederlandstalige, inleidende werken in de com-

municatiewetenschap toe te nemen. Recentelijk verscheen onder redactie van prof. dr. J.G. Stappers "Massacommunicatie en samenleving", en wel in Van Gorcum's serie "Aspecten van de samenleving". Het betreft hier een bundeling van 7 artikelen, die overigens alle elders reeds eerder waren gepubliceerd: zes ervan verschenen in verschillende door L. Rademaker geredigeerde delen van "Sociale kaart van Nederland" (Het Spectrum, 1981) en één in Rademakers (red.) "Toegepaste sociologie" (Het Spectrum, 1981). Waarmee ik overigens Van Gorcum's uitgeversbeleid niet wil kritiseren; de lezer die alleen of voornamelijk in communicatiewetenschap is geïnteresseerd kan zich op deze manier een aardige duit besparen.

De bundel start met een inleiding waarin Stappers een overzicht geeft van de ontwikkelingen in de massacommunicatie. Uitvoerig gaat Stappers in op het begrip 'massacommunicatie'. Hij neemt daarbij de draad van zijn dissertatie (1966) weer op door te stellen dat men nog niet weet wat 'massacommunicatie' is, als men de betekenis kent van de samenstellende delen 'massa' en 'communicatie'. Stappers was destijds zijn tijd vooruit toen hij 'massacommunicatie' definieerde als openbare communicatie. Deze ruime omschrijving is juist nu erg aantrekkelijk, omdat op grond daarvan allerlei nieuwe vormen van kleinschalige, publieke informatievoorziening (viewdata, videotheken, lokale omroep e.d.) uitdrukkelijk tot het terrein van de communicatiewetenschap gerekend kunnen worden.

"Essentieel voor openbare communicatie is niet de massa ontvangers, maar de openbaarheid. ( ) Massacommunicatie is het scheppen en onderhouden van een dergelijke openbaarheid", aldus Stappers (15). In een overzicht van het denken over de media wordt nogeens McLuhans "The medium is the message" in herinnering gebracht. Stappers brengt deze slogan in verband met de discussie

over nieuwe media: "( ) in het begin worden ze ( ) hoofdzakelijk gebruikt om dat te doen wat men ook zonder dat nieuwe medium kon doen. Maar het gebeurt wel anders, en in dat kleine beetje anders dat men aanvankelijk niet eens door heeft, schuilt het grote gevolg dat op den duur zal komen". (25) Wellicht dat de sceptici in de discussie over nieuwe informatietechnologieën zich door deze opmerking aangesproken voelen.

In het deel Centrale Problemen worden het vertrossings- en het persconcentratieverschijnsel behandeld. C. Boef merkt over vertrossing op dat de TROS niet de oorzaak, maar een exponent is van een proces dat al enige tijd aan de gang was: "Vertrossing is in feite een term die de effecten van de ontzuiling in de sfeer van radio, en vooral televisie aangeeft". (52) Dat wordt geadstrueerd met cijfers over de ledentallen van de verschillende omroepen door de laatste decennia heen. In hoofdstuk 3 gaat G.W. Noomen in op concentratie in de dagbladsfeer. Na een overzicht van maatschappelijke, economische en technologische factoren die persconcentratie in de hand werken, komt Noomen voor de huidige situatie tot de conclusie, dat op landelijk niveau ondanks persconcentratie nog steeds sprake is van keuzemogelijkheden voor het publiek, ook in de sfeer van de sterk geprofileerde bladen. Maar onmiddellijk daarop laat hij volgen: "De vraag is of en hoelang deze situatie gehandhaafd kan en zal blijven". (76) De doorzettende economische crisis zal weinigen op dit punt optimistisch stemmen.

In het deel Alternatieven schetst G.J. Kemme toekomstperspectieven. Hij wijst erop dat bij het voortdurend groeiend informatie-aanbod de publieksgroepen steeds kleiner en de versnippering in informatiestromen steeds groter zullen worden. "De hoeveelheid informatie ( ) zal in de jaren '80 waarschijnlijk nog exponentieel toenemen. Tegelijkertijd neemt de mo-

gelijkheid van de afzonderlijke informatiegebruiker om van dit geheel aan informatie kennis te nemen, af". (97) Over de nieuwe, elektronische media merkt Kemme op, dat zij de paradoxaalste eigenschap hebben, enerzijds de informatiedrempel te verhogen en anderzijds deze te verlagen (98). Zo maken viewdatasystemen databanken voor velen toegankelijk, maar aan de andere kant leveren diezelfde systemen voor veel mensen ook een bedieningsprobleem op. In hoofdstuk 5 beschrijft E.H. Hollander ontwikkelingen op het gebied van kleinschalige massacommunicatie (lokale omroep). Met nadruk stelt hij dat kleinschalige massacommunicatie ontwikkeld is vanuit een andere optiek dan de (traditionele) massamedia. Het in de jaren '60 geïntroduceerde begrip 'tegenopenbaarheid' is voor het denken over kleinschalige massacommunicatie van groot belang geweest. Daarbij gaat het om een alternatieve openbaarheid die, anders dan de openbaarheid van massamedia, dicht bij de mensen staat en uitgaat van de gewoon men-

selijke ervaringen en behoeften. Hollander verwacht een grote toekomst voor lokale omroep: "Bij de grootschalige massamedia valt een verdere veralgemenisering van het aanbod te verwachten hetgeen een behoefte aan aanbod van relevante onderwerpen, die betrekking hebben op de eigen woon-, werk- en leefsituatie, zal doen toenemen". (115)

In het deel Overzichten, tenslotte, schetst L. Boone de ontwikkelingen in de sociologie van de massacommunicatie, en presenteert H.J.H.M. Manders veel gegevens over dag- en weekbladoplagen, kijk- en luisterdichtheden, bioscoopbezoek en reclameopbrengsten.

Een oordeel. Voor wie een snelle inleiding in de hedendaagse communicatiewetenschap, de mediaproblematiek en het mediabestand wil hebben, is dit boek het aanschaffen zeker waard.

Jan van Cuilenburg

**I. Ang, HET GEVAL DALLAS, Populaire Cultuur, Ideologie en Plezier, S.U.A., Amsterdam 1982, ISBN 90 6222 088 6, 141 pag., prijs f 20,—.**

Een bespreking van 'Het geval Dallas' zou kunnen beginnen met de opmerking dat Ien Ang welgeteld 116 pagina's nodig heeft om te legitimeren waarom een links geëngageerde feministische wetenschapster naar het programma 'Dallas' kijkt. Hiermee zou echter het groots mogelijke onrecht aan het boek worden gedaan.

'Het geval Dallas' is vooral een theoretische verhandeling waarbij het empirische moment wordt gevormd door een veertigtal brieven.

Deze brieven zijn voornamelijk afkomstig van vrouwen, waarin deze hun afkeer van of voorkeur voor Dallas bekenen. In het betoog van Ien Ang dienen ze als illustratie bij bepaalde theoretische noties of als aanleiding om over bepaalde theoretische uitgangs-

punten uit te weiden.

Centraal in het eerste hoofdstuk staat de tegenstelling tussen de ideologie van de massakultuur en de ideologie van de populaire cultuur. Nagegaan wordt hoe de ideologie van de massakultuur als de dominante ideologie kijkers beïnvloedt bij de legitimering van hun kijkgedrag. Het knappe van dit hoofdstuk is dat de opvatting van Therborn over de ideologische functie die theorieën kunnen hebben, in de praktijk wordt gebracht.

Dit uit zich in de in eerste instantie verwarrend overkomende terminologie 'de ideologie van de massakultuur' en 'de ideologie van de populaire cultuur'. (Het is de vraag of lezers die niet thuis zijn in Therborns ideeën dit deel van Ien Angs betoog kunnen volgen). Het

onderscheid tussen beide ideologieën wordt verder gehanteerd als uitgangspunt voor de omschrijvingen van de verschillende mogelijke posities die men t.o.v. het programma Dallas kan innemen. Tusseliggende posities worden gerelateerd aan ontsnappings clausules binnen de dominante ideologie of aan een ironische relativering van die ideologie: in termen van Hall kunnen ze benoemd worden als 'negotiated codes'. De ideologie van de populaire cultuur is dan de oppositionele kode, die gehanteerd wordt door de werkelijk bevrijde kijker, die lak heeft aan allerlei noties van de massacultuur, het zorgenkind van de intellektueel.

Alhoewel het een sterk punt is dat len Ang allerlei theoretische noties veelal impliciet soms expliciet in haar tekst verwerkt maakt ze zich soms toch wat te gemakkelijk van bepaalde problemen af. Zo geeft ze nergens een omschrijving van haar ideologie begrip maar verwijst ze in een noot naar belangwekkende literatuur: Gramsci, Althusser en Therborn. Maar juist deze laatste konstateert enkele problemen bij Althussers ideologie-opvatting. Aan de lezer de keuze?

In het tweede hoofdstuk 'Dallas tussen werkelijkheid en fictie' staat de aantrekkingskracht van het programma centraal. Veelvuldig hanteert len Ang hier het begrip plezier, een begrip dat haars inziens serieus moet worden genomen, immers plezier is 'een reëel en effectief moment in het maatschappelijk functioneren van populaire cultuur' (p. 54). Vervolgens gaat zij na hoe dat plezier in Dallas ontstaat. Allereerst door aandacht te besteden aan een aantal externe factoren: uitzendavond, aard van televisie, voorkeur publiek. Vervolgens door Dallas-als-tekst te beschouwen en die elementen die daarbij van belang zijn voor de kijkers nader te analyseren.

Daarbij komt aan de orde de functies van personages als centrale eenheden waarom het narratieve is georganiseerd en als herkenningspunt voor de kijker, de mate waarin Dallas zowel

personages als het gebeuren, echt is en als zodanig overkomt. Uiteindelijk komt len Ang tot de konklusie dat het emotioneel realisme bepalend is en dat deze voor Dallas omschreven kan worden met de term 'tragisch levensgevoel' (ups en downs van emoties). In het laatste hoofdstuk wordt nagegaan hoe dit tragische levensgevoel in Dallas gerealiseerd wordt.

Daarbij wordt gewezen op de ideologische problematische en normatieve structuur van het genre 'soap opera', het 'prime-time' karakter dat zich uit in een glamourachtige 'mise en scene' en de technische perfectie m.b.t. de beeldregistratie. Deze formele kenmerken van Dallas-als tekst functioneren als voorwaarden voor de realisatie van het melodramatisch karakter van Dallas. Juist doordat dit gerealiseerd wordt kan Dallas een tragisch levensgevoel opwekken.

Het plezier hebben in het melodramatische is voor len Ang een centrale verklaringsgrond voor de populariteit van Dallas, maar andere vormen van aangesproken worden sluit ze geenszins uit.

"Het plezier in Dallas bestaat in de herkenning van voorstellingen die passen in de verbeeldingswerelden van de kijker, zij kunnen zich in Dallas 'verliezen' omdat het feuilleton een bepaald levensgevoel symboliseert waarmee mensen het leven van alledag tegemoet treden". (p. 106).

Het boek wordt afgesloten met een nawoord over Dallas en het feminisme waarin len Ang evenals in andere delen van het boek een zeer genuanceerd en doordacht standpunt inneemt. Ze wijst er terecht op dat vanuit het feminisme al te automatisch van een 'manipulatie-these' wordt uitgegaan. Het analyseren van de vraag waarom bepaalde mediaproducten, waaronder Dallas, de mensen aanspreken, zal zeker minder eenvoudige maar wel betere oplossingen geven. De als bijlage opgenomen methodische kanttekening die de beperkingen van het empirisch materiaal en de wijze waarop het materiaal is verzameld

behandelt, doet enigszins overbodig aan, daar len Ang in het hele boek heel open is over de beperkingen van haar materiaal.

Er resten verder alleen maar lovende woorden over dit boek. De wijze waarop len Ang allerlei theoretische noties op bijzonder heldere wijze en in leesbaar Nederlands te verwoorden weet,

is ronduit te waarden. De behandelde materie snijdt een verwaarloosd onderdeel in theorieën rond massacomunicatieproducten in casu televisie aan, namelijk dat van fascinatie en plezier die het kijkmoment bepalen.

Harry Bouwman

### **Nieuwe voorlichtingskundige publicaties**

Gezondheidsvoorlichting en opvoeding (GVO) is een van de snelst groeiende terreinen binnen het voorlichtingswerk. Dit komt niet alleen tot uitdrukking in het toenemend aantal vacatures, maar ook in de hoeveelheid boeken op dit gebied.

De belangstelling voor GVO blijkt zo groot te zijn dat sommige boeken, hoewel in een aangepaste vorm, als herdruk op de markt verschijnen. Fons Dekkers heeft bijvoorbeeld zijn proefschrift uit 1979 bewerkt tot een populaire samenvatting. (**Fons Dekkers, PATIËNTENVOORLICHTING. DE ONMACHT VAN DE PIJN. Ambo, Baarn, 1981, ISBN 90.263.0527.3. Prijs f 22,50**). Hij gaat in dit boek in op de gapende kloof in de gezondheidszorg tussen de machteloosheid van de patiënt en de onzekerheid van de hulpverleners. De auteur geeft vanuit drie wetenschappelijke invalshoeken verklaringen voor deze kloof (historisch, psycho-sociaal en ethisch-juridisch), waarna hij in een laatste hoofdstuk praktische oplossingen naar voren brengt. Deze bestaan naar zijn mening uit de toepassing van voor de praktijk van de patiëntenvoorlichting ontwikkelde modellen. De auteur onderscheidt drie soorten modellen: modellen waarbij uiteengezet wordt welke informatie moet worden overgedragen, *wie* dit moet doen en *hoe* dit moet worden gedaan. In het boek zijn voorbeelden opgenomen van standaardmodellen, zoals die in de praktijk gebruikt zouden kunnen worden. Hoewel het boek een aantal reële uitgangs-

punten bevat voor de dichtung van de bovengenoemde kloof besteedt de auteur naar mijn mening te weinig aandacht aan de belemmerende factoren die zowel op psychologisch als op een financieel gebied (schadeclaims) een rol kunnen spelen.

Net als Dekkers heeft ook de Maastrichtse hoogleraar in de GVO, Rouwenhorst, een herziene versie van haar uit 1977 daterende dissertatie uitgebracht.

(**W. Rouwenhorst, OM ONZE GEZONDHEID, DE ROL VAN GEZONDHEIDSVORLICHTING EN -OPVOEDING (GVO). Samsom, Alphen aan den Rijn, 1981, ISBN 90.14.030142. Prijs f 34,90**). Het huidige boek is aanzienlijk ingekort ( $\pm 100$  pagina's) en bestaat uit vier delen. In het eerste deel komen zaken aan de orde als begripsbepaling, de functie van GVO in de gezondheidszorg, doelstelling, ethische en beleidsmatige aspecten van GVO. In het tweede deel beschrijft Rouwenhorst een aantal aspecten van vier groepen wetenschappen die naar haar mening de basis vormen voor de wetenschappelijke bestudering van GVO. Genoemd worden 'maatschappijwetenschappen' (o.a. sociologie, ecologie), 'gedragwetenschappen' (o.a. psychologie, andragologie), 'gezondheidswetenschappen' (o.a. sociale geneeskunde, voedingsleer, epidemiologie), en 'communicatiewetenschappen' (o.a. voorlichtingskunde, marketing). GVO is volgens de auteur "niet alleen een optelsom van deze elementen, maar een synthese, een nieuwe entiteit" (pag. 105). Terecht duidt zij GVO dan ook aan als een



breedte-deskundigheid. In het derde deel geeft de auteur aan hoe naar haar mening op een verantwoorde wijze GVO gerealiseerd moet worden, zowel wat betreft de inhoud als de voor de uitvoering noodzakelijke condities. Het deel wordt afgesloten met een hoofdstuk waarin enkele hulpmiddelen worden aangereikt voor het op een systematische wijze opzetten van een GVO activiteit. Opvallend is dat de auteur in dit hoofdstuk geen gebruik maakt van noch verwijst naar bestaande theoretische modellen op dit gebied (o.a. V.d. Ban, V. Gent). Het vierde en laatste deel van het boek bevat een interessant overzicht van de 'status questionis' van de Nederlandse GVO. Er wordt ingegaan op vragen of GVO op een zinvolle wijze te omlijnen is en, zo ja, of deze werkvorm om een specifieke deskundigheid vraagt. Indien GVO inderdaad een specifieke deskundigheid is, en dus een professie, betekent dat dan dat GVO een (zelfstandige) wetenschap is? Alle drie de vragen worden door de auteur bevestigend beantwoord, iets wat zij onder andere illustreert aan de hand van de formele verkenning van GVO als een wetenschappelijke discipline door de aanstelling van een Nederlandse kroondocent GVO aan de Rijksuniversiteit Limburg in 1980. Concluderend kan worden gesteld dat het een belangrijk boek is op het gebied van de GVO, maar dat het wel erg sterk gericht is op de aanbodzijde van het GVO-proces en, relatief, geringe aandacht schenkt aan de vraagzijde waar de cliënt zich pleegt op te houden. (informatie behoeften, patiëntenvoorlichting, e.d.).

Naast GVO is ook overheidsvoorlichting een in belang toenemend werkveld. Dit komt onder andere tot uitdrukking in de 3 interimrapporten en 5 achtergrond studies die gepubliceerd zijn onder de verantwoordelijkheid van de Evaluatiecommissie Wet Openbaarheid van Bestuur (WOB).

– **EVALUATIECOMMISSIE WET OPENBAARHEID. DE OPZET VAN DE EVALUATIE VAN DE WOB, inte-**

**rimrapport 1**, maart 1981.

– Idem, **interimrapport 2, Openbaarheid tussen hoop en vrees: eerste ervaringen met de WOB**, oktober 1981.

– Idem, **interimrapport 3, Openbaarheid onder druk, discussiebijeenkomsten over de WOB**, juni 1982.

– Idem, **Achtergrondstudie 1, Openbaarheid van bestuur bij gemeenten.**

– Idem, **Achtergrondstudie 2, Openbaarheid van bestuur bij provincie.**

– Idem, **Achtergrondstudie 3, Openbaarheid van bestuur bij de departementen.**

– Idem, **Achtergrondstudie 4, Gebruikers en openbaarheid.**

– Idem, **Achtergrondstudie 5, Opinions over openbaarheid.**

De commissie moet de werking van de wet beoordelen en op basis van hun rapportage een advies uitbrengen aan de verantwoordelijke ministers. Daartoe heeft zij drie deelonderzoeken uit laten voeren door de Interfaculteit Bedrijfskunde van de T.H.-Delft. In de eerste plaats een inventarisatie over de toepassing van de WOB in de praktijk bij gemeenten, provincies, departementen en gebruikers (individuele burgers, actiegroepen maar vooral de media). Dit deelonderzoek is gepubliceerd in de achtergrondstudies 1 t/m 4. Het tweede deelonderzoek heeft betrekking op ervaringen en houdingen van betrokkenen (overheden en gebruikers) over de toepassing en effecten van de WOB (achtergrondstudie 5). Het derde en laatste deelonderzoek is het zogenaamde 'gevalsonderzoek'. Dit is een onderzoek naar gebeurtenissen rondom de WOB in specifieke gevallen. Hierover moet nog verslag uitgebracht worden. Op basis van de voorlopige bevindingen van de vijf achtergrondstudies is het tweede interimrapport uitgebracht waarin de belangrijkste resultaten zijn samengevat en waarin de Evaluatiecommissie haar commentaar geeft bij de belangrijkste onderzoeksuitkomsten. Dit commentaar is geformuleerd in de vorm van discussiepunten die als lei-

draad gediend hebben voor de vergaderingen over het functioneren van de WOB tussen de leden van de commissie enerzijds en vertegenwoordigers van rijk, provincie, gemeenten, bestuurskundigen, media en overige gebruikers anderzijds. Uit deze bijeenkomsten, waarover in het derde interimrapport wordt gepubliceerd komt naar voren dat er weinig reden is om in dit stadium enthousiast te zijn over de WOB: van activiteiten van burgers is weinig te merken en het bestuur heeft zich vooral defensief opgesteld. Zoals bekend geeft de WOB burgers het recht informatie van de overheid los te krijgen over besluiten, daar levende meningen, etc. Met de inwerkingtreding van de wet op 1 mei 1980 is het aantal verzoeken om informatie nauwelijks toegenomen. De commissie verklaart dit door te stellen dat de WOB vooral vastgelegd heeft wat reeds gegroeide praktijk was. De geringe betrokkenheid bij de WOB, zowel bij de burgers als bij de bestuurder ervaart de commissie als teleurstellend. "Vele mensen zijn misschien blij met een periode van betrekkelijke rust na de woelige jaren zestig en zeventig, maar het duidt tevens aan dat er iets niet klopt. De jaren tachtig dienen zich immers aan als allesbehalve behaaglijk. De sociaal-economische problemen zijn groot en kunnen alleen worden opgelost met de instemming van de meesten. Men zal de WOB in de toekomst hard nodig hebben", aldus het oordeel van de commissie. Het eindverslag van de commissie moet in 1983 gereed zijn en zal aanbevelingen bevatten om het functioneren van de wet te verbeteren. De hele problematiek van de WOB is vooral een juridisch/bestuurskundige zaak. Toch zitten er ook zeker sociaal-wetenschappelijke, c.q. voorlichtingskundige aspecten aan de zaak. Bijvoorbeeld waarom mensen al of niet informatie bij de overheid zullen zoeken. Daarom is het vreemd dat tot nu toe een gering aantal deskundigen uit deze sector bij de werkzaamheden van de commissie betrokken is.

Aan de Landbouwhogeschool Wageningen is een literatuuroverzicht uitgebracht over *tentoonstellingen* als voorlichtingsmiddel (**A.M. Braam, VOORLICHTING DOOR MIDDEL VAN TENTOONSTELLINGEN. Wageningen, 1982**). Het in opdracht van de Rijksvoorlichtingsdienst uitgevoerde literatuuronderzoek bevat drie hoofdstukken. In het eerste hoofdstuk wordt een karakterisering gegeven van het medium tentoonstelling. Hierbij komen zaken aan de orde als: de tentoonstelling als combinatiemedium, de 'awareness' capaciteit, het feit dat de ontvanger(s) naar de zender moet(en) komen in plaats van de – traditioneel – omgekeerde weg, de plaatsgebondenheid, het eenmalige karakter en de lange aanlooptijd. Het tweede hoofdstuk is gewijd aan enige aspecten van het 'werkplan' bij de ontwikkeling van een tentoonstelling. Dit door Van Woerkum ontwikkelde plan voor de schriftelijke voorlichting is door Braam getransformeerd naar de voorlichting door middel van tentoonstellingen. Het bestaat uit: voorbereiding, ontwerp, productie, eerste revisie, tweede revisie, contact en evaluatie. In het derde en laatste hoofdstuk wordt de effectiviteit van tentoonstellingen besproken. Braam heeft een typologie van effecten ontwikkeld, ingedeeld naar het meetmoment: tijdens of na het bezoek aan een tentoonstelling (aantal bezoekers, bereik, stopfrequentie, kijktijd, de bezoekersstroom, begrijpelijkheid en leesbaarheid voor de bezoeker). De resultaten van het literatuuronderzoek, die volgens de auteur met de nodige reserve bekeken moeten worden, zijn gegroepeerd rondom uitspraken over de boodschap, het medium en de ontvanger. Over de zender als factor in het tentoonstellingsgebeuren is volgens Braam merkwaardigerwijs weinig in de literatuur te vinden. Gezien de twijfelachtige generaliseerbaarheid van sommige uit de literatuur afgeleide uitspraken concludeert de auteur terecht dat op dit terrein (veld-)onderzoek verricht zou moeten worden.

Tenslotte zal in deze bespreking ingegaan worden op een evaluatieonderzoek van een Teleac cursus (**Kees Crone, SOCIALE VERZEKERING, EEN ONDERZOEK NAAR BEREIK EN EFFECT VAN DE CURSUS, Stichting Teleac. Utrecht, 1981**). Dit, in het kader van een stage uitgevoerde onderzoek, bevat de resultaten van een schriftelijke enquête onder een steekproef van deelnemers aan de cursus 'Sociale Verzekering'. Qua bereik en waardering blijkt de cursus een succes te zijn. De primaire doelgroep, de professionele en vrijwillige hulpverlener, is kwantitatief gezien redelijk bereikt. Volgens Crone moet deze uitkomst echter wel genuanceerd worden aangezien de primaire doelgroep de inhoud van de cursus als ontoereikend (reeds bekende informatie) ervaren heeft, maar vooral omdat de secundaire doelgroep – de uitkerings-trekkers – slechts in beperkte mate van de cursus hebben kunnen profiteren. Vanuit de informatiezoekend-gedrag theorie is het volgens de auteur aannemelijk dat "personen met een problematische inkomensvervangende uitkering actiever informatie zoeken op het voor hen relevante gebied van sociale verzekeringen, dan personen

die niet in een dergelijke situatie zitten" (pag. 3). Deze hypothese wordt in het onderzoek bij arbeidsongeschikte respondenten bevestigd. Dezelfde hypothese wordt echter verworpen wanneer de uitkomsten van het onderzoek gehergroepeerd worden aan de hand van een 'schaal van minder actief tot actiever informatiezoekend gedrag' en een vergelijking gemaakt wordt binnen de steekproef tussen de verschillende uitkeringstrekkenden. Deze uitkomsten zijn voor de theorievorming zeer interessant. De auteur heeft op basis van dit onderzoek echter ook een aantal bruikbare *praktijkaanbevelingen* geformuleerd. Zoals reeds gesteld is Crone van mening dat de uitkerings-trekkers slechts in beperkte mate van de cursus hebben kunnen profiteren. Hij denkt dat dit veroorzaakt is door het feit dat de cursus op twee gedachten hinkt, namelijk zowel de hulpverlener als de uitkeringstrekkers bereiken. Crone concludeert dan ook terecht bij een volgende cursus meer consequent voor één doelgroep te kiezen en het niveau van de cursus hieraan aan te passen.

Cees van Riel

**Joan Hemels, DE EMANCIPATIE VAN EEN DAGBLAD; GESCHIEDENIS VAN DE VOLKSKRANT, Amboboeken, Baarn 1981, ISBN 90 263 05370, 415 pagina's, Prijs f 39,50.**

Een geschiedenis van massamedia, van een dagblad bij voorbeeld, laat zich op verschillende manieren denken. Men kan de aandacht in het bijzonder richten op de institutionele aspecten, op het bedrijf of de instelling. Men kan ook de culturele waarde ervan benadrukken en schrijven over programma's, over redactioneel beleid en over de weerklink van het medium onder lezers, luisteraars of kijkers. Men kan, om weer een andere mogelijkheid te noemen, de geschiedenis van het medium personifiëren in een leidende figuur, een hoofdredac-

teur of courancier.

In zijn boek over de geschiedenis van *De Volkskrant*, welke verscheen bij gelegenheid van het zestig-jarig bestaan van de krant als dagblad, koos de pershistoricus Joan Hemels voor een institutionele geschiedenis. Hij koos niet bewust. In de inleiding verantwoordt hij niet of nauwelijks zijn keuze voor deze benadering. Het is de liefhebber van archiefonderzoek, de snuffelaar in Hemels, die zijn pen geleid; geduld en volharding en bovenal genoeg om allerlei gegevens te zoeken en dus veel nieuws te brengen

uit stukken, die op de meest onmogelijke plaatsen zijn bewaard. Het zichtbare resultaat ligt in een boek van ruim 400 pagina's op tafel.

De studie bestaat, ruw geschat, uit vier gedeelten. In het eerste wordt inzicht gegeven in de plannen en discussies betreffende een "volkscourant" voor katholieken. In het zich uitbreidende netwerk van katholieke organisaties, in de uitdijende zuil werd dat meer en meer nodig geacht. Hemels gaat terug tot in de negentiende eeuw. In het licht van die langdurige behoefte aan een blad voor de massa van katholieken, die zich naar bisschoppelijke vermaning verre moest houden van niet-katholieke kranten, liet de daadwerkelijke verschijning lang op zich wachten. Een van de redenen was zeker de beschreven vrees van de bestaande katholieke dagbladen (De Maasbode, De Tijd, Het Centrum, Het Huisgezin) voor concurrentie. Een andere reden moet zijn geweest, dat voor een massablad het aantal geletterden nog niet groot genoeg was. De onderwijsexpansie moest nog beginnen. Het is typerend, dat het succesvolle initiatief tot een "volkscourant" werd genomen in de kring van katholieken, voor wie zo'n blad werd bedoeld: de katholieke arbeidersbeweging. De Volkskrant, als weekblad begonnen in 1919 (dus na de Troelstra-revolutie), is tot vandaag in haar exploitatie nauw verbonden met de katholieke vakcentrale of wat daarvan over is.

Het tweede deel van Hemels' boek bevat een beschrijving van De Volkskrant in de periode tussen beide wereldoorlogen. De krant werd aanvankelijk in Den Bosch vervaardigd en kreeg ternauwernood de kans daar om uit te groeien tot een landelijk dagblad. En passant geeft Hemels een fraaie portrettering van de eerste hoofdredacteur J.B. Vesters. Hij heeft ook uit de archieven een specimen van een "lezerskringonderzoek" uit 1938 opgediept voor de propaganda, waarbij de belangrijkste conclusie was de behoefte aan meer plaatselijk nieuws.

Dat was overigens ook intern een van de wensen van de Katholieke Arbeidersbeweging ten opzichte van de krant. Men kan, met de na-oorlogse debacle van Het Vrije Volk voor ogen, de directie alleen maar gelukkig prijzen, dat ze aan deze behoefte nooit geheel is tegemoet gekomen. Het is overigens in dit hoofdstuk, dat de nadelen van Hemels' keuze van onderzoek zichtbaar beginnen te worden. Terwijl er tal van wetenswaardigheden beschikbaar komen over de exploitatie van de krant (sinds 1921 dagblad) en de verhouding tot de eigenaresse, wordt men eigenlijk weinig geïnformeerd over de redactionele resultaten, over de formule; de krant als een cultuurhistorisch onderwerp wordt onderbelicht.

Nog sterker komt dit tot uiting in het volgende gedeelte: de oorlogservaringen. De beschrijving valt in twee stukken uiteen: de liquidatie van de krant in het verlengde van de uitholling van het Rooms-Katholiek Werklieden Verbond na de "Machtübernahme" van de Duitse bezetter in 1941 en de wederoprichting in 1945. Over dat laatste heeft Hemels tal van wetenswaardigheden verzameld, die een vervolg zijn op de door hem aangehaalde discussies over de "volkscourant" in katholieke kring rond de eeuwwisseling. Het resultaat van die tweede discussieronde was voor De Volkskrant fortuinlijker dan de eerste. De redactie en uitgeverij werden in Amsterdam gevestigd in 1945 en de doelstelling van een landelijke verspreiding verwezenlijkt. Bovendien werd in de nieuwe hoofdredactie (mr. C.P.M. Romme en J. M. Lücker) een combinatie gevonden van politieke interesse en journalistieke modernisering.

In de na-oorlogse geschiedschrijving van De Volkskrant wordt meer aandacht geschonken aan het redactionele beleid, zij het toch weer meer in het noemen van namen dan in het analyseren van journalistiek werk. Hemels onthult, dat Romme als staatkundig hoofdredacteur bij de Volkskrant werd ontslagen, omdat hij, politiek leider

van de Katholieke Volkspartij, geen positie kon kiezen in de strijd van de linker- en rechtervleugel in die partij rondom 1952. De KAB had gezien haar plaats in de KVP behoefte aan een onomwonden ondersteuning in haar krant. Met Lücker had in 1945 een vakman zijn intrede gedaan in de Volkskrant, die journalistieke modernisering in de vorm kon verbinden met conservatisme in zijn opvattingen. Over diens ontslag in 1964 laat Hemels vooral anderen aan het woord. Het is een poging om de klaarblijkelijk al te contemporaine geschiedenis toch zo goed mogelijk te schrijven.

Dat procedé volgt de auteur ook in het hoofdstuk over de "journalistieke en commerciële heroriëntatie" na 1965. De geciteerde stukken moeten voor zichzelf spreken. Hemels concentreert zich op enkele momenten van verandering: de beslissing om de onderkop "katholiek dagblad" te schrappen en de stichting van de Perscombinatie. Dat in dit hoofdstuk een verklaring van de veranderingen (minder journalis-

tiek, meer in politieke, maatschappelijke en religieuze opvattingen en commentaren) grotendeels ontbreekt, is bij een zo hedendaagse geschiedschrijving begrijpelijk maar wordt niettemin gemist. De journalistieke kwaliteiten van de krant laten zich inmiddels aflezen uit de prijzen, die redacteurs in ontvangst mochten nemen. Hemels, een voorbeeld van zorgvuldig onderzoek, vergat de Van Blankensteinprijs, die de rijksuniversiteit Leiden voor overdracht van wetenschappelijke ontwikkelingen drs. Ferd Rondagh en ondergetekende in 1970 toekende. Ik ben ijdel genoeg om dat verzuim hier te vermelden.

De geschiedschrijving van de Volkskrant is een prestatie uit het oogpunt van onderzoek, van zorgvuldigheid en volharding. Men zou wensen, dat Hemels het zich op dit punt wat gemakkelijker had gemaakt om ruimte te krijgen voor een op de journalistieke cultuur gerichte analyse.

Jan Bank

## **STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE**

De Stichting Onderzoek Massacommunicatie (SOM) organiseert eind maart 1983 haar vijfde SOMMATIC seminar, onder de titel:

### **OVERREDING EN GEDRAG**

**Onderzoek naar persuasieve communicatie**

#### **Thema en toelichting**

Bij het woord 'Massacommunicatie' wordt veelal onmiddellijk gedacht aan de bedoelingen, die zenders er mee hebben. Wetenschappers hebben de neiging om vooral te kijken naar de ontvangerskant. Communicatoren hebben uiteenlopende redenen om de aandacht niet te zeer te vestigen op de overredene macht, die ze al dan niet hebben.

Persuasieve communicatie – of zo men wil – overredende communicatie poogt op korte of middellange termijn houdingen en handelen van ontvangers te beïnvloeden in een bepaalde – door de zender gewenste – richting.

Zulke overreding kent vele vormen, die niet altijd zo duidelijk van elkaar te onderscheiden zijn als de beoefenaren graag zouden doen voorkomen.

Tijdens Sommatie 83 worden drie belangrijke facetten aan de orde gesteld. Na een algemene probleemstelling wordt het thema PROPAGANDA aangesneden, dus het beïnvloeden van de attitudes van ontvangers in de richting van een bepaalde opvatting of ideologie. Veel aandacht zal worden besteed aan de politieke propaganda.

VOORLICHTING, het tweede thema, pretendeert meestal slechts kennis en inzicht van de ontvangers te willen verrijken, om hen zo te helpen, zelf beslissingen te nemen. Tussen voorlichting en public relations vinden nog al wat grensoverschrijdingen plaats. Er komen schermutselingen voor en aan de grens kan men een verhoogde waakzaamheid vaststellen.

Het derde thema, dat aan de orde komt is RECLAME. Deze is duidelijk gericht op het koopgedrag van (aanstaande) consumenten, indien wordt afgezien van het fenomeen van ideale reclame.

Uit de mate, waarin reclame kritisch wordt gevolgd valt af te leiden dat zij beschouwd wordt als een machtige vorm van overreding.

Tenslotte wordt aandacht besteed aan de grenzen van de toelaatbaarheid van persuasieve communicatie.

#### **Data en plaats**

SOMMATIC 83 begint op woensdagmiddag 23 maart 1983 om 15 uur.

(Aankomst van de deelnemers en inschrijven van 14.00 tot 14.45 uur) Het seminar eindigt op vrijdag 25 maart om circa 16.00 uur.

Ook gedurende de beide avonden zijn nog enkele activiteiten geprogrammeerd, maar er zal voldoende gelegenheid zijn voor persoonlijke contacten.

SOMMATIC 83 wordt – evenals de in voorgaande jaren gehouden seminars – georganiseerd in het congres/vergadercentrum

De Koningshof te Veldhoven (bij Eindhoven). Het conferentieoord is per trein, bus en vliegtuig bereikbaar via Eindhoven, en natuurlijk ook per auto.

Deelnemers overnachten voor zover de gereserveerde plaatsruimte reikt in De Koningshof. Onderbrenging in andere hotels is in principe mogelijk.

Zie voor reserveringen onder 'Aanmelding'.

## Sprekers

Woensdagmiddag wordt het kader aangegeven, waarin het congres-onderwerp kan worden geplaatst.

Na het welkomstwoord van de voorzitter van de SOM *drs A.C.H. Kuijpers* zal *Prof. Dr. Jörg Aufermann* het seminar inleiden.

Hij is hoogleraar in de Publizistik- und Kommunikationswissenschaft aan de Universiteit van Göttingen. *Prof. Aufermann* is auteur van een aantal maatgevende boeken op het gebied van communicatie en informatie, w.o. 'Kommunikation und Modernisierung'.

Aansluitend vindt een eerste discussie plaats.

Op donderdagmorgen wordt het onderwerp PROPAGANDA behandeld.

*Prof. Dr. Claus Schönbach*, hoogleraar aan de Universiteit van Münster leidt dit thema in met een beschouwing over de relatieve werkingskracht van televisie en pers in de politieke propaganda. *Dr. Otto Scholten*, wetenschappelijk medewerker bij de vakgroep Kommunikatiewetenschap van de Vrije Universiteit te Amsterdam, behandelt het onderwerp: selectiviteit in de politieke communicatie.

Vanuit de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS wordt aandacht geschonken aan onderzoekservaringen. De referent, een van de medewerkers van de NOS afdeling, wordt nog uitgenodigd.

De donderdagmiddagzitting is gewijd aan VOORLICHTING. Het thema wordt ingeleid door *Dr. C.M.J. van Woerkum*, van de Vakgroep Voorlichtingskunde aan de Landbouwhogeschool te Wageningen.

*Drs. V.F.W. Ophoff*, directeur van de N.V. v.h. Nederlandse Stichting voor Statistiek te Den Haag, spreekt over onderzoek technische aspecten, *Drs. M. Rabbae*, Directeur van het Nederlands Voorlichtingscentrum voor Buitenlanders schenkt aandacht aan de bijzondere problemen welke in dit voorlichtingsgebied een rol spelen en *Drs. K. Mulder*, hoofd Marketing en Communicatie, Shell Nederland Verkoop Mij. b.v. spreekt over communicatie activiteiten in het grensgebied van voorlichting en reclame in het licht van een veranderend economisch klimaat.

Op vrijdagmorgen staat het onderwerp RECLAME centraal.

*Dr. K.P. Landgrebe*, docent aan de Universiteit te München en adviseur voor communicatie onderzoek, zal een overzicht geven van studies en methodes in het brede terrein van het onderzoek naar de werking van reclame.

Hij is auteur van een aantal belangrijke publikaties op het gebied van media- en reclameonderzoek.

*Prof. Dr. W.F. van Raaij*, hoogleraar in de economische psychologie aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam zal spreken over de cognitieve en emotionele aspecten van persuasieve communicatie, in het bijzonder met betrekking tot reclame.

Een derde referent wordt uitgenodigd aandacht te wijden aan de inzichten van de ontwerpers van de boodschappen met betrekking tot de overredingskracht van reclame en de veronderstelde invloed op gedrag.

Vrijdagmiddag zal *Prof. Dr. W. Goddijn*, hoogleraar aan de Theologische Faculteit te Tilburg met het thema 'De grenzen van de toelaatbaarheid van persuasieve communicatie' het seminar besluiten.

## Taal

De inleiders zijn vrij te kiezen tussen nederlands, engels en Duits; de deelnemers zijn voor de discussie ook vrij, mits zij in voorkomende gevallen een vertaling door de voorzitter voor lief nemen.

## Doelgroep

Het seminar is bedoeld voor al diegenen uit onderwijs, media, reclame, onderzoek, overheids sfeer, bedrijven en organisaties, die beroepshalve betrokken zijn bij communicatie.

## Kosten van deelname

De kosten van deelname aan het Seminar bedragen f 750,—, inclusief diners op woensdag en donderdag, lunches op donderdag en vrijdag en twee nachten logies en ontbijt. Koffie en thee tijdens de pauzes zijn eveneens inbegrepen. Ook kan worden geboekt zonder logies, maar met gebruik van maaltijden. Leden van de Vereniging voor Studie en Onderzoek van Massacommunicatie genieten een korting.

Prijzenschema:

Seminar en logies en maaltijden	f 750,—
Seminar en alleen maaltijden	f 650,—
Voor leden VSOM	
Seminar en logies en maaltijden	f 675,—
Seminar en alleen maaltijden	f 575,—
Een beperkt aantal 'junior onderzoekers' kan een reductie op de deelnemingsprijs worden toegestaan.	
Voor hen bedragen de kosten:	
Seminar en logies en maaltijden	f 375,—
Seminar en alleen maaltijden	f 275,—

Over toepassing van deze regeling beslist de organisatiecommissie.

Men dient hiervoor tijdig overleg te plegen met de penningmeester van de Som, *Drs. J.D. Noordhoff*. Debussylaan 7 5242 HH Rosmalen (04192-15003)

De door ons in De Koningshof gemaakte reserveringen vervallen per 12 februari. Voor aanmeldingen die na deze datum binnenkomen kan geen onderbrenging in het conferentieoord worden gegarandeerd. Wel is deelname aan de maaltijden mogelijk. Deze regeling treedt eveneens in werking indien de in De Koningshof gereserveerde hotelruimte reeds vóór 12 februari is volgeboekt. Dus: wie het eerst komt, het eerst maalt!

Na ontvangst van de aanmelding ontvangt men een faktuur. Boeking geschiedt in volgorde van binnenkomst van de aanmeldingen. Bevestiging van deelname vindt echter eerst plaats na ontvangst van het verschuldigde bedrag op één van de rekeningen van de penningmeester Stichting Onderzoek Massacommunicatie:

- bankrekening 67 12 11 501 bij Nederlandse Middenstands Bank te Haarlem, of
  - postgiro 34 25 092 van Penningmeester SOM te Rosmalen.
- Op de overschrijving duidelijk het *faktuurnummer* en de *naam* van de betreffende deelnemer vermelden.

## Aanmelding

Aanmelding kan geschieden door contact op te nemen met:

Secretariaat Stichting Onderzoek Massacommunicatie  
Van Alkemadelaan 700  
2597 AW Den Haag  
Telefoon: 070-264341



## **Annulering**

Annulering dient uitsluitend schriftelijk of per telex te geschieden bij het secretariaat, telex 32626.

Bij annulering tussen 12 februari en 18 maart is 50% van de totale kosten verschuldigd, dus van seminar- en hotelkosten. Bij annulering na 18 maart 1982 kan geen restitutie meer worden gegeven en zijn de totale kosten verschuldigd. De datum van ontvangst van het bericht van annulering bij het secretariaat is bepalend.

## **Dringend verzoek**

Om een vlot verloop van boeking, verwerking en betalingscontrole te vergemakkelijken verzoekt de voorbereidingscommissie belangstellenden zo spoedig mogelijk het aanmeldingsformulier in te zenden. Bovendien wordt dringend verzocht de faktuur zo spoedig mogelijk te voldoen. Aan personen, waarvan de deelnemings- en hotelkosten niet vóór de aanvang aan het seminar zijn ontvangen, kan de toegang worden geweigerd.

## **Vorbereidingscommissie**

SOMMATIE 83 wordt voorbereid door:

*H. du Chatinier*, Nationale Publiciteits Onderneming, Den Haag

*J. Gaakeer*, Marketing- en media-adviseur, Amsterdam

*Drs. P.M. Hendriksen*, Nederlandse Omroep Stichting, Hilversum

*Drs. A.C.H. Kuijpers*, voorzitter SOM, Philips Nederland, Eindhoven

*Drs. J.D. Noordhoff*, penningmeester SOM, adviseur, Rosmalen

*H.J. Smittenaar*, Rijksvoorlichtingsdienst, Den Haag

*Prof. Dr. J.G. Stappers*, Instituut voor Massacommunicatie van de Katholieke Universiteit, Nijmegen

*Prof. Dr. J.J.M. van Tulder*, Rijksuniversiteit Leiden, adviseur Ned. Stichting voor Statistiek, Wassenaar

De coördinatie is in handen van *Drs. J.D. Noordhoff* Debussylaan 7 5242 HH Rosmalen. tel. 04192-15003.