

MASSA

COMMUNICATIE '86

- Pag. 2
P. van Lint
Ideogramen en verkiezingsprogramma's: constanten in de politieke retorica
- Pag. 18
Drs. Ph. van Praag
Het NOS-journaal in verkiezingstijd
- Pag. 30
Drs. B. Manschot en drs. H. van der Brug
Televisieseries: kijkgedrag en voorkeur
- Pag. 36
Drs. W.H. Nijhof
Overheidsmedia toegestaan, maar wel onder voorwaarden
- Pag. 50
Mr. drs. F.W. Winkel
Politieonderzoek en schade: toetsingsonderzoeken rond etnische referenties in misdaadberichten
- MEDIABELEID**
- Pag. 58
Prof. D. Stolte
Kulturprogramme im ZDF
- Pag. 66
Mr. H.R. Eyl
Verleden en heden van rechtstreekse ontvangst
- Pag. 72
Boekbesprekingen
- Pag. 77
Mededelingen



MASSA

COMMUNICATIE '86

uitgegeven door de
STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

Onder redactie van:

prof. dr. J.J. van Cuilenburg, prof. dr. J.G. Stappers, dr. J. Wieten,
dr. C.M.J. van Woerkum

FAC. SOCIALE WET.
BIBLIOTHEEK IESP
Van Evenstr. 2 B
3050 LEUVEN

Raad van Advies:

prof. dr. J.C. Arnbak, prof. dr. J.Th.M. Bank, prof. dr. E. de Bens, drs. J. Bierhof,
dr. H. de Bock, prof. dr. L. Boone, prof. mr. H.J.M. Boukema,
prof. dr. ir. J.L. Bordewijk, prof. dr. G. Fauconnier, prof. dr. C.J. Hamelink,
drs. P.M. Hendriksen, prof. dr. G.M. Kok, prof. dr. W.F. van Raaij,
drs. A.M.M. Rennen, prof. dr. N. Röling, dr. O. Scholten, mr. G.A.I. Schuyt,
drs. J. Servaes, prof. dr. G.M. van Veldhoven, dr. T.H.A. van der Voort,
dr. A.A. Wentink

Sekretariaat:

J.L.J. Janssen

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 78,75
- Abonnement buitenland : f 99,75
- Studentenabonnement : f 60,—
- Los nummer : f 15,—
- Dubbel nummer : f 30,—

Advertenties:

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

Peter van Lint

Ideografen en verkiezingsprogramma's: constanten in de politieke retorica

Samenvatting vooraf: Ideografen zijn formuleringen die een min of meer samenhangende reeks opvattingen in verband met een onderwerp aanduiden. In Politieke Retorica vormen ze constanten. Politieke Partijen verschillen van elkaar door de hiërarchische plaats die de ideografen in hun programma's innemen en door de bijbehorende epitheta. Politieke leiders opereren volgens het catechismusmodel: hun antwoorden op vragen zijn voorspelbaar op grond van de ideografen uit de programma's.

In een vorig nummer van dit tijdschrift heb ik een aantal aspecten van Retorica, Rhetorical Criticism en Politieke Retorica behandeld.¹⁾ De hoofdzaken daaruit laat ik hier volgen om de lezer het opzoeken te besparen.

Het begrip Retorica is nogal ambigu. Er kan met een ruwe indeling onder worden verstaan:

- de individuele stijl van omgaan met de vormen van taalverkeer van een bepaalde persoon
- een stelsel regels en voorschriften voor de hantering van de onderscheiden Vormen van Taalverkeer
- de wetenschappelijke studie van het stelsel en van de individuele stijl of mogelijke stijlen.

Als een dergelijke Retorica ook nog te maken heeft met retorische processen in een sociale context en sociale konsekwenties heeft, beschouw ik haar als "Socioretorica". Die heeft naast wetenschappelijke, artistieke en didactische pretenties ook emancipatorische doelstellingen: ze probeert uit te vinden welke machtsverhoudingen er in communicatie een rol spelen, en kiest daarbij de kant van die deelnemer aan het taalverkeer die door ongelijke machtsverhoudingen in het nadeel verkeert, zoals de patiënt, de sollici-

tant, de leerling, de ongeschoolde, en... de TV-kijker.

Rhetorical Criticism, dat ik vertaal met "Retorische Kritiek", is binnen de (Amerikaanse) Retorica-traditie een subdiscipline die hier te lande vrijwel onbekend is. Het is de maatschappelijke pendant van de literaire kritiek. Deze retorische kritiek richt zich op allerlei vormen van Publieke Retorica, en daarin is de Politieke Retorica zeker niet de minst belangrijke.

Retorische kritiek bestudeert en beoordeelt verschijningsvormen van Publieke Retorica: spreekbeurten, openbare gesproken en geschreven interviews, forumdiskussies etc. Daaronder vallen ook de verschijningsvormen van de Politieke Retorica. Voor de normatieve beoordeling daarvan heeft ze naast een duidelijk theoretisch-normatief een theoretisch-descriptief kader nodig. Een belangrijke voorwaarde daarvoor is een adequate genre-theorie. Met behulp daarvan kunnen ook de ether-mediale vormen van taalverkeer beschreven worden als varianten (afgeleide vormen van de eerste orde) van de basisvormen monoloog, dialoog en polyloog. Die ether-mediale vormen blijken sterk monologisch en teatraal van aard te zijn en te leiden tot een reductie van de sociale werkelijkheid. Aan dat mechanisme ontkomt ook de Politieke Retorica niet. Dat is in dat artikel gedemonstreerd aan een gesprek met een partij-politicus, een uitzending van een politieke partij en aan een weergave van onderzoekingen naar TV-gesprekken met verschillende minister-presidenten.

Als voornaamste kenmerken van retorica via de ethermedia, dus ook van Politieke Retorica, heb ik genoemd:²⁾

1. in het algemeen: het theatrale karakter ervan
2. wat betreft de genres: de perverte-

ring van de genres (of de corruptie ervan, of de vervaging van genregrenzen of hoe je dat noemen wilt)

3. wat betreft de thematiek (de "materia", het resultaat van de inventio), de constructie van ideografen als representanten van een "rhetorical vision"

4. wat betreft de dispositio: de inbeddingsstructuur

5. wat betreft de interactie: de reductie van de sociale afstand

6. wat betreft het vakmanschap: de geringe flexibiliteit in het toepassen van strategieën en manoeuvres. In het algemeen is de kunst van de conversatie slecht ontwikkeld in deze sector.

In dit artikel wil ik nader ingaan op een element uit het derde van deze kenmerken: de constructie van Ideografen als representanten van een "Rhetorical Vision", en daarmee twee onderscheiden theoretische kaders uit de Retorische Kritiek met elkaar verbinden. De theorie van de Rhetorical Vision is geformuleerd door Bormann (BORMANN 1972 etc.), die van de Ideografen door McGee (McGEE 1980). In het bijzonder wil ik de concepten toepassen op verkiezingsprogramma's van politieke partijen.³) De conclusie zal zijn dat politieke ideografen constanten vormen in de opvatting van Burke (BURKE 1950).

In feite kunnen, was een van mijn uitgangspunten in dat vorige artikel, alleen maar die studies als echt retorisch onderzoek beschouwd worden die teksten-als-een-geheel bekijken, niet alleen de stilistische elementen ervan (de klassieke elocutio), maar ook thema en ideologie (die van oudsher onder de inventio vielen), de organisatie (de klassieke dispositio), en de presentatie ervan (de klassieke pronuntiatio).⁴) Als nieuwe, hedendaagse retorische elementen zouden daar dan bij genoemd moeten worden de interactie, en de toegepaste c.q. toe te passen strategieën (CORBETT). Primaire voorwaarde voor een dergelijk onderzoek is, alweer naar klassiek voorbeeld, een adequate teksttheorie,

maar dan veel zorgvuldiger uitgewerkt.

Als voorbeelden van een dergelijke behandeling noemde ik de analyse door CAMPBELL en JAMIESON van de "convention-speech" van Barbara Jordan, of de analyse door Michael HALLORAN van de per televisie uitgezonden debatten over de eventuele "impeachment" van Nixon.

Desondanks zal ik me hier beperken tot slechts twee van die elementen: thema (als aspect van de inventio) en elocutio. Het gaat in het bijzonder om bepaalde formuleringen waarin een geheel aan opvattingen tot uitdrukking komt: de ideograaf. En met name concentreert het artikel zich op ideografen uit partij- en verkiezingsprogramma's van enkele politieke partijen uit Nederland.

Andere aspecten van de elocutio: zinsbouw, formulering, figuren, sjablonen etc. moet ik hier buiten beschouwing laten. (Zie daarvoor bijvoorbeeld VAN LINT 1977, 1981)

Eerst zal ik een uiteenzetting geven van de theorie van McGee mede in verband met die van Bormann en Fisher (McGee 1978, 1980, BORMANN 1972, 1982, 1984, FISHER 1980). Daarna zal ik een overzicht geven van de ideografen die we in partij- en verkiezingsprogramma's gevonden hebben, en in het kort ingaan op de verbanden die op grond daarvan tussen partij-programma's gelegd kunnen worden. Tenslotte zal ik dergelijke ideografen in navolging van Burke bespreken als constanten in de Politieke Retorica.

Wat is een ideograaf?

Ideografen, rhetorical vision en rhetorical fiction.

Een ideograaf (McGEE, toegepast o.a. in DIKKER) is een bepaalde *vaste formulering* waaraan een bepaalde groep in de loop der tijd een *vaste betekenis* is gaan toekennen en die vooral betrekking heeft op *bepaalde waarden*. Een formulering met een bepaald nestgeur, zou je kunnen zeggen.

Hij bestaat uit een woord, een woordgroep of een zin. Een belangrijke eigenschap van ideografen is dat ze daadwerkelijk gebruikt worden als representaties van het politiek bewustzijn in politieke discussies. Formuleringen als "de vrijheid van het individu", "een nononsense-beleid", "de stem van de zwiigende meerderheid" e.d. Ze zijn nauw verwant aan de formuleringen waar een "Rhetorical Vision" (BORMANN 1972) wordt uitgedrukt. Ideografen geven immers veelal in het kort een Ideologie weer, een wereld in woorden als een na te streven ideaal of als een voorgestelde wereld, een "alsof" -wereld.

Rhetorical Vision is een visie op de wereld, de aard ervan, de personen die er in optreden, de handelingen die ze verrichten, de onderwerpen die er in aan de orde zijn.⁵⁾ Fisher spreekt hier zelfs van "Rhetorical Fiction" en brengt daarmee de literaire fictie-werkelijkheid-diskussie over naar het taalgebruik van alledag. Hij hanteert een aantal begrippen (blz. 121-122), die ik hier laat volgen omdat ze grotendeels ook voorkomen bij andere auteurs in deze retorisch-kritische school.

Fictie: "Fictions are symbolic forms (. . .) that cannot in themselves be verified, but which do provide meaningful interpretations of how people and things exist in the world."

Rhetorical Fiction: "pragmatic, public dreams", die een "guide to social or political conduct" vormen.

Persona: Type, voorbeeld van een retorische fictie, de retorische interpretatie van een persoon op een wijze die de persoon tot symbool maakt.

Fantasy Theme: "a conception created by interacting persons or characters, real or fictitious, playing out a dramatic situation."

Rhetorical Vision: Type van retorische fictie: "composite dramas", die "catch up large groups of people in a symbolic reality".

Social reality: "a construction of real-fictions, of persona, fantasy themes and rhetorical visions."

Political myth: een soort droombeeld

dat denken en handelen stuurt.

Ideologie: een ander voorbeeld van retorische fictie; een systematisch geheel van politieke en economische ideeën.

Duidelijk is ook hier weer hoe de werkelijkheid geanalyseerd wordt met behulp van termen uit de dramaturgie.

De Rhetorical Vision van een bepaalde groep of een individu bepaalt in sterke mate de wijze waarop die groep of dat individu gebeurtenissen interpreteert en zelf handelt. Bormann (1984) claimt zelfs dat polls die opgesteld waren met behulp van zijn theoretisch kader een aanzienlijk hogere mate van betrouwbaarheid opleverden dan de gebruikelijke verkiezingspolls. "The resulting descriptions in themselves have a power of explanation and furnish the grounds for interpreters to anticipate voting behavior that goes beyond traditional methods of assessing audience attitudes and opinions" (blz. 307); "Our approach can provide an in-depth analysis of the symbolic nature of a political campaign or social movement" (blz. 299)

Een dergelijke pretentie heeft dit artikel niet, ook niet die van een gehele Rhetorical Vision te kunnen beschrijven. Het gaat hier slechts om Ideografen in relatie tot een Rhetorical Vision. Het theoretische concept van de Ideografen is complementair met dat van de Rhetorical Vision. Immers het gaat om tekstelementen die verwijzen naar een beeld van de werkelijkheid, een beeld dat een Rhetorical Vision vormt.

De theorie van McGee

McGee (McGEE 1978, 1980) is van mening dat het bestaan van een groeps- of massabewustzijn alleen uit de empirie bewezen kan worden. Het moet duidelijk aanwezig zijn voor degenen die deel van de massa uit maken, en het moet zich manifesteren in de taal waarin het meegedeeld wordt. De waarheidsvraag kan in de politiek niet gesteld worden, want "waarheid" is in de politiek altijd een illusie⁶⁾ (ver-

gelijk ook Fisher). Een ideograaf is een formulering die een ideologie weer spiegelt. De duidelijkste weg tot een ideologie is de tekst waarmee een ideologie opgeroepen wordt. Ideologie-in-praktijk is politieke taal, opgeslagen in politieke documenten, waardoor beslissingen, algemene opvattingen en gedrag bepaald worden. Die politieke taal wordt gekenmerkt door een vocabularium van "ideografen", dat nogal eens ten onrechte wordt aangezien voor de uitdrukking van een politieke filosofie.

In ideografen kun je diachrone en synchrone patronen van politiek bewustzijn onderscheiden. Die patronen zijn in staat om machtsverhoudingen te beheersen en vorm en inhoud van ieders persoonlijke "realiteit" te beïnvloeden, zo niet te bepalen.

Een volledige beschrijving van een ideologie bestaat uit:

- de isolatie van de ideografen van een maatschappij;
- de analyse van de diachrone structuur van de ideografen;
- de beschrijving van de synchrone relatie tussen alle ideografen in een bepaalde context.

Ideografen bestaan bij de gratie van teksten: gesproken en geschreven, en ze functioneren als dragers van een politiek bewustzijn. Ze worden niet verzonnen door de onderzoekers, maar maken deel uit van het leven van de mensen van wie ze het taalgebruik mede vormen. Daarom zijn ze nauwkeuriger aan te wijzen dan wetenschappelijke concepten als "neurotisch", "paranoïde stijl" of "burgerlijk" dat zouden kunnen.

Juist het zeer specifieke karakter van ideografen veroorzaakt een methodologisch probleem. Hoe kun je op grond van ideografen tot generalisaties komen? Wat kun je trouwens met de term ideograaf vatten, en hoe isoleer je dat? Hoe verbind je, met andere woorden, conceptueel ideologie en retorica?

McGee waagt zich niet aan een operationele definitie van zijn begrip "ideograaf", maar naar goed retorisch ge-

bruik, noemt hij een aantal begrippen die naar zijn inzicht ideografen zijn: "bezit", "godsdienst", "bescherming van de persoonlijke sfeer", "vrijheid van meningsuiting", "vrijheid", "bij wet geregeld". het zijn naar zijn opvatting de basiselementen die samen een ideologie opbouwen. Daarom noemt hij ze "ideografen", naar het voorbeeld van Chinese symbolen, die immers ook een complex idee betekenen en inhouden. Verder veronderstellen ze dat ieder lid van de gemeenschap ze als een "Gestalt" begrijpt, dus *ook de samenstellende elementen eruit in hun samenhang* kent.

Ideografen: van Retorica naar retoriek

Aan ideografen kun je de ontwikkeling van retorica naar retoriek duidelijk volgen. Immers, als de beoefening van de vormen van taalverkeer volgens te vaste patronen gaat verlopen, als de woordkeuze te voorspelbaar gaat worden, en de inhoud van de mededelingen in gelijke mate leger, dan spreken we van retoriek. Zo kunnen we spreken van de "retoriek van het plaatsingsbesluit", de "retoriek van Reagan". Retoriek is overigens niet alleen verbonden met ideografen, maar ook met andere aspecten van de elocutie.⁷⁾ (Zie ook VAN LINT 1977, 1981)

Ze bepalen het gedrag van politici en regeringen in sterke mate. We maken een "retoriek" van een "plaatsingsbesluit", en vergeten vervolgens dat het "maar" retoriek is, en beschouwen een negatief volksoordeel over dat besluit als "ontrouw aan het bondgenootschap". Of zoiets. Er zijn hogere-orde-ideografen: "wereldvrede", "invloedsferen", waarop mensen zich tijdelijk kunnen verenigen. Daarnaast zijn er ideografen die mensen scheiden: liberalen van socialisten van confessionelen van kleine partijen van splintergroeperingen. Maar we zijn wel allemaal "democraten", "inwoners van Nederland", "belastingbetalers" etc.

Je kunt volgens McGee ideografen niet gebruiken om de waarheid te onderzoeken of te beproeven. Hun bete-

kenis ligt in hun concrete geschiedenis als gebruiksteksten. Het diachrone element in een ideograaf is dat wat het verbindt met het verleden, een soort van traditionele betekenis. Veelal worden voor de rechtvaardiging van handelingen ideografen aangevoerd waarvoor alsnog een traditie gecreëerd moet worden. McGee geeft als voorbeeld hoe Nixon ter ondersteuning van zijn weigering de gespreksbanden ter beschikking te stellen een beroep deed op de ideograaf "biechtgeheim", waardoor de vertrouwelijkheid van de gesprekken natuurlijk nog veel vertrouwelijker werd.

Het synchrone element in een ideograaf wordt bepaald door de beelden die het op een bepaald moment oproept. Als al de termen die gebruikt worden om een CDA/VVD-kabinet te rechtvaardigen (ik vernederlands het voorbeeld van McGee even), bijeengebracht zouden worden, dan zouden ze woorden of groepen van woorden vormen waarin begrippen samenkomen als: evangelie, vrijheid, democratie, verantwoordelijkheid. Ieder van deze termen houdt dan weer verband met een fundamenteel historisch concept, waardoor ze geladen worden en een eenheid gaan vormen (die wel eens ten onrechte voor "logisch" wordt aangezien). Een ideograaf moet steeds begrepen worden in relatie tot een andere, hij kan alleen tautologisch gedefinieerd worden door andere termen uit hetzelfde cluster te gebruiken. Een ideograaf is dus een term uit de alledaagse taal die je aantreft in het politieke taalgebruik. Het is tegelijkertijd een abstractum waarmee een zeer bepaald, maar slecht gedefinieerd en normatief doel wordt aangeduid.

In het gesprek dat ik in mijn vorige artikel citeerde,¹) liet de conagonist (de ondervraagde) onmiddellijk een aantal termen los die zelf nog wel geen ideograaf zijn, maar wel verwijzen naar bepaalde ideografen: kruisraketwapens, sociaal zekerheidsstelsel, kernenergie, moed in de politiek, bereid zijn, e.d.

In het eveneens geciteerde radiofrag-

ment konden een viertal ideografenclusters onderscheiden worden: strategisch belangengroependualisme

liefde voor democratie
lessen trekken
hoop op de toekomst.

Van deze clusters neemt het eerste, het "strategisch belangengroependualisme" een aparte plaats in. De terminologie helpt de "wij-groep" zich af te zetten tegen de "anderen", het is dus een soort negatieve ideograaf.

Door "lessen te trekken" concentreert de Kamer zich weer op haar eigen taak. Ideografen als "maatschappelijk aanvaardbaar", "behoud van werkgelegenheid", "controle op het beleid", "herbezinnen", creëren een toekomstperspectief waarin de "parlementaire democratie" het best kan functioneren.

Een groep bestraft volgens McGee degene die het taboe op haar ideografen schendt en ook degenen die niet zich niet gedragen volgens de patronen die door de ideografen worden voorgeschreven.

Ideografen zijn dus meer dan alleen formuleringen. Je kunt ze ook niet zonder meer gelijk stellen met "vaste formuleringen" in het algemeen, want niet elke vaste formulering is een ideograaf. Ze dragen een totaal aan semantische en pragmatische lading met zich mee, die veel verder reikt dan de strikte lexicale betekenis. "De zwakkeren in de maatschappij" houdt meer in dan alleen de opsomming van de woordenboekbetekenissen, er is een heel complex aan opvattingen mee verbonden. Een ideograaf is ook meer dan een "hot issue", want die is te gebonden aan het hier-en-nu", maar een hot issue draagt wel de mogelijkheid in zich ideograaf te worden. Zo is het probleem van de euthanasie op dit moment bezig zich te ontwikkelen van hot issue naar ideograaf: een uitdrukking waar een heel complex van waarden, opvattingen en emoties mee verbonden wordt, die in de opvatting van de gebruiker berusten op waarde-uit-

spraken van een hogere orde: recht op leven, recht op sterven etc. Het is dus veelal mogelijk een hiërarchisering in ideografen aan te brengen: er is een superideograaf, een algemene basisuitspraak, waar de rechtvaardiging van handelen en streven uiteindelijk op teruggevoerd wordt, en daaronder vallen dan verschillende andere niveaus van ideografen. Vooral op het laagste niveau is het onderscheid tussen ideograaf en ideograaf-in-ontwikkeling of nog gewoon "issue" of "topic" moeilijk te trekken. De kernvraag voor de beoordeling daarvan is uiteraard of een onderwerp onmiddellijk leidt tot standpunten voor of tegen en of die standpunten herleid kunnen worden tot algemene waardepatronen en opvattingen waar een partij of een groep voor staat.

Linguïstische kenmerken van ideografen: epitheta en handelingswerkwoorden

Een ideograaf wordt inhoudelijk dus gekenmerkt door een bepaalde semantische lading. Daarnaast vertoont een ideograaf ook vormkenmerken. Daar gaat McGee niet nader op in. Maar er valt desondanks wel wat over te zeggen.

Een ideograaf bestaat taalkundig uit

- een of meer zelfstandige naamwoorden, of
- een woordgroep bestaande uit zelfstandig naamwoord – met een of meer bijvoeglijke naamwoorden of
- een complete zin.

Die bijvoeglijke naamwoorden zijn in dit verband nogal belangrijk. Ze functioneren als epitheta, en kennen een bepaalde waarde toe aan het woord of de woordgroep waar ze bijbehoren. Het begrip epitheton is afkomstig uit de literaire theorie of de literaire kritiek. Maar de retorische kritiek maakt gebruik van dezelfde begrippen als de literaire.⁸⁾ Een epitheton is een bijvoeglijk naamwoord aan en substantief als bijvoeglijke bepaling bijgevoegd, tot karakterisering of versiering.⁹⁾ In het laatste geval heet het "epitheton

ornans". Er zijn twee soorten epitheta: het eigenschapsepitheton en het toevalligheidsepitheton. Het eigenschapsepitheton of het vaste epitheton noemt een kenmerk dat het woord waar het bijhoort vanzelf al heeft: blauwe lucht, klaarlichte dag. Maar het kan ook gebruikt worden om te suggereren dat het zelfstandig naamwoord de bedoelde eigenschap per definitie bezit: het perfide Albion, het democratische Westen. Het toevallige epitheton, of individualiserend epitheton is oorspronkelijk en wisselend, momentaan.

Met behulp van epitheta wordt in de politieke retoriek aan een stellingname of een onderwerp een bepaalde waarde toegekend. Ze bewegen zich dus van toevallig naar vast, en zijn in hoge mate onthullend voor de verbale stellingname van de programma's van politieke partijen. Ze schrijven vóór hoe je tegenover een probleem hoort te staan. Daarbij kun je denken aan woorden als: gemeenschappelijk, zelfstandig, gelijkwaardig, menselijk, sociaal, krachtig, doelbewust e.d. Ze modificeren dus het begrip waar ze bijhoren daarom spreek ik liefst van "modificerende epitheta", en juist uit de toegepaste modificatie blijkt veelal de ideologische draai die de politici aan hun ideografen willen geven.¹⁰⁾

In de loop van ons onderzoek hebben wij¹¹⁾ sterk de indruk gekregen dat behalve ideografen en epitheta ook handelingswerkwoorden een rol spelen bij de modificaties van ideografen. Als die indruk juist is, dan wijst dat op een nog inniger verband tussen de ideografentheorie en de theorie van de Rhetorical Vision, en zouden Dramaturgische elementen ook hier een rol spelen. Dat is trouwens ook de opvatting van Bormann c.s. en Fisher in aansluiting bij Burke. Maar in ons onderzoek hebben die handelingswerkwoorden geen rol van betekenis gespeeld, en ik zal er slechts terloops op wijzen.

Van issue tot ideograaf

De analyse van ideografen is een vorm

van tekstonderzoek. Het bepalen van thema's en topics is een activiteit die in hoge mate een beroep doet op "kennis van de wereld", en dus tegelijkertijd "interpretatief" van aard is. Volgens sommigen heeft de qualificatie "interpretatief" een peioratieve betekenis mogelijk door contaminatie met het begrip "hineininterpretieren", dat is: alles vinden in een tekst wat je er maar zoeken wilt. In die betekenis bezig ik het begrip natuurlijk niet. Werkelijke interpretatie is van andere orde. Het zou eigenlijk als een compliment opgevat moeten worden, zoiets als "geuzen" indertijd, want het bewijst dat je iets gedaan hebt dat een machine niet voor je kan doen: verbanden leggen met andere teksten, en met de wereld om de tekst heen.

Om die reden spreekt Bormann (BORMANN 1977, p. 11, 15 en 185) dan ook van "humanistic approach". Onder de beoefenaren van de retorische kritiek tref je net als in de literaire kritiek zowel mensen aan die hermeneutisch te werk gaan en op grond van een zorgvuldig opgebouwd analysekader persoonlijke interpretaties aan teksten geven, als mensen die dat combineren met grootschalig receptieonderzoek, zoals Bormann zelf (BORMANN 1984). Tegen "interpretatie" kan dus geen bezwaar zijn, mits de context van de interpretatie, de categorieën en de operationalisering ervan maar zorgvuldig worden verantwoord.¹²⁾ (Vergelijk BORMANN 1974, zie ook BLEICHER). Ideografen zijn een bijzonder soort thema's. Voor onze analyse van de teksten op ideografen hebben we gebruik gemaakt van het door Drop ontwikkelde top-down-analyse-model (DROP 1983), dat voldoet aan de eis van een zorgvuldig analysekader te vormen maar niet zo formeel is dat alleen onbelangrijke elementen uit de tekst geselecteerd kunnen worden. Het biedt integendeel ook voldoende ruimte voor persoonlijke, en daarom veelal belangrijkere, interpretaties. Het is echter bedoeld voor de analyse van thema's en thematische eenheden, en ideografen zijn formuleringen die een

bijzonder soort thema's aanduiden. Het is daarom aangevuld met een model ontleend aan Van Lint 1973. In dat artikel "Wat mot die goser van me" (VAN LINT 1973), is getracht een eerste ordening in de interpretatie aan te brengen door een aantal doelstellingen te rubriceren die een "auteur" met zijn tekst zou kunnen hebben. Voor het vinden van die doelstellingen moet de lezer zich bepaalde vragen stellen: topische vragen. Vooral de tweede groep doelstellingen die ik in dat artikel noemde: de emotionerende en de valuatieve doelstelling, en de daarbij behorende vragen zijn van belang in verband met de analyse van ideografen. De topische vragen die de lezer (luisteraar) zich kan stellen om achter die doelstellingen te komen zijn variaties op de vraag "wat mot die goser van me", namelijk: "wat moet ik gaan voelen", "wat moet ik gaan vinden". En om antwoord op die vragen te krijgen moet de lezer (luisteraar) op zoek gaan naar bepaalde formuleringen: woorden die uitdrukken haat, afschuw, blijdschap, melancholie, verdriet, ontzetting etc. in verband met de behandelde onderwerpen, of andere woorden die uiting geven aan opvattingen omtrent goed/kwaad/mooi/lelijk. Zelfs met behulp van topische vragen krijgt de tekstonderzoeker echter niet "vanzelf" antwoorden. Dat is ook de reden dat computers nog steeds niet erg bekwaam zijn in tekstinterpretatie.¹³⁾ De onderzoeker moet nog steeds zelf verbanden leggen en zoeken. Op de wijze waarop we het model verder aangepast hebben aan onze specifieke behoeften kan ik in dit bestek echter verder niet ingaan.

Ideografen, Partijprogramma's, en Verkiezingsprogramma's

In een aantal gevallen is de naam van een politieke partij zelf al een ideograaf, of bevat hij er een: arbeid; vrijheid, democratie; christen, demokraat, appèl; radicalen; evangelisch, etc. Zo'n naam roept een heel complex beelden op, een film zou je kunnen

zeggen, van min of meer samenhangende idealen.

Verder kun je de ideografen van een partij het meest nauwkeurig terugvinden in de partijprogramma's, maar een verkiezingsprogramma heeft te maken met de realiteit van elke dag. Dat moet wel de sfeer van het partijprogramma weergeven, maar ook aansluiten bij de actualiteit. Het is een toepassing van het partijprogramma maar tevens een reclamefolder. De functie van een verkiezingsprogramma is driedelig:

1. het moet het oude en nieuwe denken binnen een partij met elkaar verbinden
 2. het moet aantrekkelijk zijn voor een zo groot mogelijk deel van de kiezers
 3. het moet een basis vormen voor onderhandelingen met andere partijen over een nieuw regeerprogramma.
- De lijststrekken van een partij moet overigens aan soortgelijke eisen voldoen, en de tactiek die de partij voor de verkiezingspropaganda gaat volgen behoort gericht te zijn op het bereiken van dezelfde doelstellingen.

Vergelijking tussen de programma's: een tekstuele partijclassificatie

Ideografen en Partijprogramma's

Wij hebben op contrastieve wijze teksten onderzocht van CDA en EVP, PvdA en PSP, VVD en GPV. Ideologisch belangrijke partijen als PPR, CPN en andere zijn niet betrokken in dit deel van het onderzoek dat nog voor een groot deel verkennend van aard was.

Retorisch onderzoek is onderzoek naar teksten. Bij de vraag naar de ideografen hebben we ons dan ook gebaseerd op representatieve teksten uit de verschillende partijen, zo mogelijk zowel geschreven als gesproken teksten, zonder daarbij ook maar bij benadering naar volledigheid te streven. Voorzover het gesproken teksten betreft hebben we ons beperkt tot personen die in de partijhierarchy een voor-

aanstaande plaats bekleden. De motivering daarvoor ligt in wat we genoemd hebben de "katechismusregel". Die zegt dat hoe hoger een politicus in de partijhierarchy staat, des te meer weerspiegelen zijn woorden de officiële partijlijn, onder andere vervat in het partijprogramma, c.q. het regeerakkoord. Hij heeft met andere woorden op alle vragen antwoorden uit de partijkatechismus beschikbaar, of liever gezegd, hij kan alleen vragen beantwoorden waarop het antwoord in de partijkatechismus staat.

Het materiaal bestond uit:
 voor het CDA: geschreven teksten: het ontwerp-verkiezingsprogramma 1985; gesproken teksten: gesprekken met De Vries, De Koning, Lubbers, monologen van De Vries, De Koning, Lubbers;
 voor de EVP: het ontwerp-verkiezingsprogramma;
 voor het GPV: geschreven teksten: het ontwerp-verkiezingsprogramma: Op koers naar morgen, gesproken teksten: een monoloog van Schutte, gesprekken met Schutte;
 voor de PvdA: geschreven teksten: het ontwerpverkiezingsprogramma: De toekomst is van iedereen; gesproken teksten: een monoloog van Den Uyl;
 voor de PSP: geschreven teksten: het ontwerpverkiezingsprogramma;
 voor de VVD: geschreven teksten: het partijprogramma: "Het liberaal manifest '81", het ontwerp-verkiezingsprogramma 1985; gesproken teksten: een gesprek met Nijpels en De Korte, monologen van Nijpels en De Korte.

De basis werd in alle gevallen gevormd door het concept-verkiezingsprogramma, aangevuld met de andere genoemde teksten.

1. Het Christen-Democratisch Appèl Rhetorical Vision

Het CDA streeft naar een maatschappij waarin ieder eigen verantwoordelijkheid heeft, zodat overheid en samenleving samen een nieuw uitzicht op een zinvol bestaan scheppen, om een maatschappij te bereiken waarin

ieder met elkaar voor elkaar opkomt. Het is de taak van de overheid "een schild voor de zwakken" te zijn, dit alles als antwoord op de oproep van het evangelie. Gods gebod eist dat mensen elkaars naasten zullen zijn. De wereld moet leefbaar gehouden worden en niet gebaseerd zijn op menselijk egoïsme. Er moet meer ruimte geschapen worden voor eigen verantwoordelijkheid van personen en groepen, zodat mensen de kans hebben vanuit hun eigen visie en inspiratie de ontwikkeling van de maatschappij kleur te geven. Het beroep op het verantwoordelijkheidsbesef komt niet alleen vanuit de politiek: "Het CDA vraagt alleen dit besef ook politiek te vertalen"

Ideografen

De vier kernpunten die hierbij voor het CDA van belang zijn, zijn:

- gerechtigheid
- (gespreide) verantwoordelijkheid
- solidariteit
- rentmeesterschap

In het ontwerpverkiezingsprogramma van het CDA kun je misschien een aantal niveaus onderscheiden. Er is een "superideograaf", er zijn ideografen van de eerste orde, dat zijn de kernpunten van de partij, van de tweede orde zijn ideografen, die nauw verbonden zijn met die kernpunten, op een nog lager niveau staan ideografen waarvan het verband met de kernpunten veel losser is, en op het laagste niveau ideografen die meer met de alledaagse politiek te maken hebben.

Die niveaus, of trappen, moeten natuurlijk niet als absolute gegevens beschouwd worden, maar ze geven de relaties tussen de ideografen onderling aan. Het hoogst staat de superideograaf, en op het meest concrete niveau tref je ideografen aan die nauwelijks het stadium van "issue" te boven zijn, en daar zijn gradaties tussen. De superideograaf van het CDA is uiteraard verbonden met de bijbel en heeft betrekking op ideeën en waarden in verband met de VERZORGINGS-MAATSCHAPPIJ, waarbij de ideograaf

"rentmeesterschap" een zeer grote rol speelt.

Daaronder functioneren dan ideografen van de eerste orde als "gerechtigheid", "verantwoordelijkheid" en "solidariteit".

Op het niveau daaronder wordt de ideograaf "gerechtigheid" gespecificeerd in ideografen van de tweede orde als: recht, rechtvaardigheid, rechtstaat, rechtsorde, maar ook als rechtspositie, rechtsbescherming en wellicht ook veiligheid. Weer een niveau lager treffen we ideografen van de derde orde aan: gelijke rechten, gelijkwaardigheid.

Op het meest concrete niveau ontwikkelen in deze ideografenstroom de issues "werkgelegenheid" en "sociaal zekerheidsstelsel" zich tot ideograaf.

De ideograaf "verantwoordelijkheid", een van de meest voorkomende, en in verband staand met het "rentmeesterschap", wordt uitgewerkt in ideografen als: zelfstandigheid, medezeggenschap en decentralisatie. Een niveau daaronder treffen we de ideograaf "structuur" aan, en op het meest concrete niveau de ideograaf "actief beleid" en "economisch herstel" (c.q. economische groei)

De eerste-orde-ideograaf "solidariteit" wordt op het tweede niveau uitgewerkt in ideografen als: bescherming, betrokkenheid, samenwerking, gelijkwaardigheid, op het derde niveau als: gemeenschappelijk beleid en op het meest concrete niveau als: "koopkracht".

Op het concrete niveau functioneert ook de ideograaf "kernbewapening" in verband met ideografen als "bescherming", "vrede en veiligheid". Die sorteert onder verschillende hogere ideografen tegelijkertijd. De ideograaf "bescherming" heeft uiteraard te maken met de stroom "gerechtigheid", de ideograaf "vrede en veiligheid" met "verantwoordelijkheid". Het verband met de hogere ideografen wordt echter in het ontwerp-programma niet duidelijk.

Ofschoon het belang en de hiërarchie van de ideografen vooral vastgesteld wordt op grond van hun abstract-semantische samenhang, is het toch wel tekenend, met name voor de ontwikkeling van de Rhetorical Vision, om te zien in welke frequentie ze voorkomen. De topser is: "verantwoordelijkheid", die 140 maal voorkomt,¹⁴ gevolgd door "recht", (52 maal), op de voet gevolgd door "samenwerking" met een score van 42.

Epitheta

Als modificerende epitheta tref je hier aan: collectief, gezamenlijk, gemeenschappelijk, zelfstandig, gelijkwaardig, sociaal, menselijk, zorgzaam, zinvol, stuwend, fundamenteel, rechtvaardig.

2. de Evangelische volks Partij Rhetorical Vision

In de Rhetorical Vision van de EVP "gaat het om mensen". In de samenleving gaat het erom dat mensen samenleven, dat mensen in vrede door gerechtigheid en samenwerking met mensen leven, zonder innerlijke tegenstrijdigheden. De boodschap van de Bijbel roept op tot verzet tegen alle onrecht en onrechtvaardigheid en tot streven naar een wereld van gelijkwaardigheid, waar ieder naar vermogen in verantwoordelijkheid bijdraagt aan bestuur en sociaal en economisch leven en waar machtsstructuren die mensen in de knel (dreigen te) brengen, worden doorbroken. De EVP "wordt bewogen door ontferming" in bijbelse zin. De overheid heeft een dienende taak, zij is het "schild der zwakken". Alleen een radicale ommekeer in ons denken en handelen kan bijdragen tot een nieuwe wereld met een toekomst van vrede en gerechtigheid.

De drie speerpunten van het EVP zijn: gerechtigheid, samenwerking, en eerbied.

Ideografen

Als super-ideograaf geldt, mede in verband met de basering op de bijbel

(lees: het Nieuwe Testament): VREDE, ook hier in samenhang met de ideograaf "rentmeesterschap".

Die wordt uitgewerkt in drie ideografen van de eerste orde: gerechtigheid, samenwerking en eerbied.

Onder de ideograaf "gerechtigheid" vallen ideografen van de tweede orde als: welzijn, medezeggenschap, rechtsorde, vrijheid, veiligheid, mensenrechten; van de derde orde als: gelijkwaardigheid, gelijke rechten, recht doen aan, recht hebben op, rechten van; en van de vierde orde als: discriminatie, ontwikkelingssteun, -beleid, -landen etc.

Onder de ideograaf "samenwerking" vallen ideografen van de tweede orde als: verantwoordelijkheid, ontspanning, betrokkenheid, samenleving, van de derde orde als: gemeenschap, creativiteit, verzorgingsstaat, kloof armrijk, en op het meest concrete niveau: basisinkomen, werkgelegenheid

Onder de ideograaf "eerbied" treffen we ideografen van de tweede orde als: harmonie, economie van het genoeg e.d. Ideografen van de derde orde zijn daarbij: milieubeleid, natuur e.d.

Een bijzondere plaats nemen de vierde orde ideografen rond de ideograaf "kernwapens" in. Die worden in verband met de ideografen van de tweede orde rechtstreeks gegenereerd door de superideograaf "vrede". Er worden ideografen door gevormd als: veiligheidsbeleid, vijanddenken, wapenwedloop.

Epitheta

Als modificaties gelden epitheta als: verantwoord, menswaardig, rechtvaardig, intermenselijk, effectief, structureel, actief, krachtig, radicaal.

3. De Volkspartij voor Vrijheid en Democratie Rhetorical Vision

De ideale samenleving is gebaseerd op de vrijheid van de mens, begrensd door de vrijheid van de medemens.

Verantwoordelijkheid ten aanzien van eigen daden is een voorwaarde. Leiding moet om praktische redenen geaccepteerd worden. Door emancipatie moet de individuele vrijheid worden vergroot. Deze moet gekoppeld zijn aan verantwoordelijkheid en het besef van broederschap in verdraagzaamheid en sociale gelijkwaardigheid. Elke mens moet zich naar eigen aard, aanleg en levensovertuiging ontplooiën, zodat hij zelfstandig kan kiezen.

Ideografen

De superideografen zijn "vrijheid" en "liberalisme". Die worden ontwikkeld in drie ideografen van de eerste orde: sociale rechtvaardigheid, individuele verantwoordelijkheid en menselijke waardigheid. Onder de laatste kan ook worden gerekend de ideograaf "gelijkwaardigheid". De ideograaf "sociale rechtvaardigheid" wordt uitgewerkt in ideografen van de tweede orde als: samenleving, arbeid, economische groei en in ideografen van de derde orde als: inspraak, spreiding van macht, milieu, decentralisatie, welzijn, werkgelegenheid.

De laatste wordt uitgewerkt in ideografen van de vierde orde als: omscholing, werkloosheid, sociale partners. De ideograaf "individuele verantwoordelijkheid" wordt uitgewerkt in ideografen van de tweede orde als: keuzevrijheid, overtuiging, gelijkberechtiging, persoonlijkheid en in ideografen van de derde orde als: individu, verdraagzaamheid, vermenselijken, openheid. Op het meest concrete niveau treffen we hier aan: sexe-neutrale voorlichting.

De ideograaf "menselijke waardigheid" wordt uitgewerkt in ideografen van de tweede orde als: overtuiging, zelfbeslissing, waardigheid, en op het meest concrete niveau in ideografen als: levensbeëindiging, (zorgvuldig geformuleerde) uitgangspunten, (evenwichtige) besluitvorming.

Epitheta

Als modifierende epitheta vallen op: gelijk, zelfstandig, individueel, per-

soonlijk en synoniemen daarvan; effectief, efficiënt, doelmatig (doeltreffend) (en de versubstantiveringen daarvan), maar ook: menswaardig, zinvol.

Eigenaardig is dat op het meest concrete niveau hier nogal wat handelingswerkwoorden een ideografisch karakter gaan dragen: verbeteren, bevorderen, stimuleren.

4. Het Gereformeerd Politiek Verbond Rhetorical Vision

De rhetorical vision van het Gereformeerd Politiek Verbond treffen we het duidelijkste aan in de "Richtlijnen voor de nationale gereformeerde politiek". Overheid en volk dienen God lof en eer te geven en te handelen naar de Heilige Schrift. De vrijheid van godsdienstig belijden en daarmee samenhangende geestelijke vrijheden moeten gehandhaafd worden. Huwelijk en gezin zijn de fundamenten van de maatschappij en door God ingesteld.

Ideografen

Als superideograaf geldt hier, gebaseerd op de bijbel: eer aan God, c.q. dienst aan God, ook hier uitgewerkt in de ideografen (geestelijke) vrijheid, verantwoordelijkheid en rentmeesterschap.

In tamelijk direct verband met de ideograaf "dienst aan God" staan ideografen als: recht op werk, eerlijke verdeling, en op het meest concrete niveau: de werkgelegenheid, en arbeidsplaatsen. Dat is misschien niet voor iedereen duidelijk, de redenering verloopt als volgt: ieder mens heeft recht op werk om zijn capaciteiten in dienst van God en tot zegen voor de naaste ter beschikking te stellen. Stoffelijke goederen zijn middelen die de mens nodig heeft om tot eer van God zijn arbeid te verrichten.

Onder de ideograaf "verantwoordelijkheid" vallen ideografen van lagere orde als: opvoedingsverantwoordelijkheid, emancipatie (als negatieve ideograaf), eigen overtuiging, gezin, ongelijke behandeling, en ook uitspraken als "een oordeel over de zin van het

leven komt slechts toe aan God". Onder de laatste vallen dan op het meest concrete niveau ideografen als: bescherming van het leven, zelfdoding, zin van het leven, noodsituatie, tijdstip der voltooiing.

Epitheta

Modificerende epitheta zijn: gelijkwaardig, (elkaar) aanvullend, gezamenlijk, gerechtvaardigd, (on)toelaatbaar, fundamenteel.

5. Partij van de Arbeid

Rhetorical Vision

De Partij van de Arbeid is traditioneel gericht op beleving van solidariteit tussen mensen. Solidariteit kan echter nooit alleen het resultaat zijn van opgelegde verplichtingen, maar is een produkt van een vrijwillige keuze en het besef dat niemand vrij is zolang een ander in onvrijheid leeft. Socialisme verzet zich tegen de beschamende situatie van armoede te midden van overvloed en werkloosheid van velen, waar zoveel werk valt te verrichten.

Ideografen

Als superideograaf geldt hier "solidariteit" (als kortst mogelijke samenvatting van wat "socialisme" inhoudt. Het begrip "socialisme" wordt zelf echter nauwelijks als ideograaf gebruikt). Die worden uitgewerkt in ideografen van de eerste orde als: gelijkwaardigheid, verantwoordelijkheid, rechtvaardigheid, en in ideografen van de tweede orde als: kwaliteit van het bestaan, zinvolle toekomst. Van de derde orde zijn: groei, herstel, herverdeling, sociale zekerheid. Op het meest concrete niveau treffen we dan aan: arbeidstijdverkorting, werkgelegenheid.

Epitheta

Modificerende epitheta zijn daarbij: actief, nieuw, gericht, duurzaam, eerlijk, rechtvaardig, evenwichtig, structureel, systematisch, selektief, stelselmatig.

Als handelingswerkwoorden treffen we aan o.a.: stimuleren, stuwen.

6. De Pacifistisch Socialistische Partij Rhetorical Vision

De PSP gaat uit van de principiële gelijkwaardigheid van alle mensen en streeft naar een vrijheidslievend socialisme in een samenleving die ontdaan is van alle uitbuiting en onderdrukking, voortvloeiend uit kapitalisme, patriarchaat, racisme en militarisme. Productie vindt plaats met het oog op de maatschappelijke behoeftes, bezit en beheer van de produktiemiddelen zijn in handen van de gemeenschap. Het doel is een radicale democratisering en feminisering van de hele maatschappij.

De PSP wil een ontwapende wereld, de militaire blokken moeten ontbonden worden en alle wapens moeten worden uitgebannen. Alleen in een wereld waar alle vormen van structurele onderdrukking zijn opgeheven is geen geweld.

Ideografen van de PSP

Superideografen zijn uiteraard: socialisme en ontwapening (en de daarbij behorende negatieve ideografen als "kapitalisme" en "militarisme"). Die worden uitgewerkt in ideografen van de eerste orde als: gelijkwaardigheid, verantwoordelijkheid, rechtvaardigheid, en in ideografen van de tweede orde als: kwaliteit van het bestaan, zinvolle toekomst. Van de derde orde zijn: groei, herstel, herverdeling, sociale zekerheid. Op het meest concrete niveau treffen we dan aan: arbeidstijdverkorting, werkgelegenheid.

De superideograaf "ontwapening" wordt uitgewerkt in ideografen als: vredespolitiek, pacifisme, antimilitarisme, geweldloze maatschappij. Ideografen van de tweede orde daarbij zijn: bewapeningsspiraal, bewapeningsinspanning; van de derde orde: militaire supermacht, wapenwedloop, wapensystemen, en op het meest concrete niveau: kernwapens (de wereld uit), militaire blokken, Navolidmaatschap, afbraak van de bewapeningsuitgaven, bilaterale verdragen, afschaffing van het leger etc.

Epitheta

Modificerende epitheta zijn: principieel, drastisch, radikaal, onaantvaardbaar, onrechtvaardig, krachtig, eerlijk(er).

Ideografische Patronen

Bij alle partijen staat de ideograaf "verantwoordelijkheid" hoog, maar bij de ene partij is dat een individuele verantwoordelijkheid, bij de ander een verantwoordelijkheid op grond van solidariteit, en bij de derde groep een verantwoordelijkheid als opdracht van God (namens de bijbel). Tussen de Partij van de Arbeid en Pacifistisch Socialistische Partij zijn veel gelijke ideografen, en zitten de verschillen vooral in de modificerende epitheta. Het valt op dat met name wat betreft de socialistische aspecten de PSP dezelfde ideografen hanteert als de Partij van de Arbeid, maar voorzien van epitheta met een veel sterkere emotionerende gevoelswaarde. De PSP ziet het dan ook als haar taak om de PvdA "naar links te trekken", zegt het Verkiezingsprogramma.

Een dergelijke samenhang zie je ook bij de confessionele partijen, die zich dan ook alle op "rentmeesterschap" beroepen.

Bij vergelijking van de ideografen van EVP en CDA blijkt dat beide het evangelie als inspiratiebron hebben en het als taak van de overheid zien, te zijn "een schild voor de zwakken"; ze hechten veel belang aan "samenwerken" in de "samenleving", en kennen het individu veel "eigen verantwoordelijkheid" toe. Het grote verschil is de nadruk die de EVP legt op "vrede" door "gerechtigheid en samenwerking", terwijl vrede als ideograaf binnen het CDA nauwelijks functioneert. In de ideografen zijn dus veel overeenkomsten aan te wijzen, en de verschillen zitten hem behalve in de ideograaf vrede vooral in de modificerende epitheta. Bij het EVP dragen die een veel meer uitgesproken of "radicaler" karakter.

Verder zijn er allerlei tegenstellingen te

construeren. Zo verklaart de PSP dat er gebroken moet worden met het "gezinsdenken": "Ieder mens is er een en niet de helft van een stel", en wenst het GPV het gezin uitdrukkelijk als kleinste en essentiële eenheid te zien.

Terloops is tevens onderzocht in hoeverre de uitingen van politieke leiders in hun openbaar optreden voorspelbaar waren op grond van de gevonden ideografen, en hoever daarbij de invloed van het partijprogramma nog reikte.

Er bleek dat op het meest concrete niveau de antwoorden volstrekt voorspelbaar waren, maar dat de leiders van de kleine partijen vaker een beroep deden op ideografen van een hogere orde dan die van grotere partijen. Bij de kleinere leiders was tegelijkertijd het verband met het partijprogramma veel duidelijker aanwezig. De "katechismus-hypothese" die zegt dat partijleiders in hun antwoorden en spreekbeurten veelvuldig het partijprogramma en het verkiezingsprogramma citeren en parafraseren, en de partij-ideografen uitdragen, is binnen de grenzen van dit beperkte materiaal wel bevestigd.

Ideografen als retorische constanten

Retorisch onderzoek beweegt zich steeds tussen het zoeken naar constanten in de retorische praktijk, de daarbij optredende varianten en de relaties tussen constante en variant. Dat wordt veroorzaakt door de eigen aard van de retorica: "For rhetoric as such is not rooted in any past condition of human society. It is rooted in an essential function of language itself, a function that is wholly realistic, and is continually born anew; the use of language as a symbolic means of inducing cooperation in beings that by nature respond to symbols". (BURKE, p. 43). (Uiteraard behoeven met name de uitdrukkingen "cooperation" en "by nature" kritische analyse, maar dat is hier niet op zijn plaats). Zo heb ik in mijn vorige artikel in dit tijdschrift getracht de gesproken vormen van taalverkeer

te beschouwen als varianten van de dialoog en met name van de alledaagse konversatie. Zo onderzoekt retorica ook de constanten¹⁵⁾ in propaganda en reclame, in interactie en misverstand, in schrijftechnieken en leestechneken, in toneel maken en toneelspelen.

Dat is voor ideografenonderzoek al niet anders. Opgezet als een poging vat te krijgen op de eigen ideografen van de onderzochte partijen is gebleken dat de ideografen universeel van aard zijn. Volgens de theorie van Burke (BURKE, blz. 45) was dat ook te verwachten: "We have considered two main aspects of rhetoric: its use of identification and its nature as addressed. Since identification implies division, we found rhetoric involving us in matters of socialization and faction. Here was a wavering line between peace and conflict, since identification is got by property, which is ambivalently a motive of both morality and strife. And in as much as the ultimate of conflict is war or murder, we considered how such imagery can figure as a terminology of reidentification ("transformation" or "rebirth"). For in considering the wavering line between identification and division we shall always be coming upon manifestations of the logomachy, avowed as in invective, unavowed as in stylistic subterfuges for presenting real divisions in terms that deny division." De gevonden ideografen dienen ter identificatie voor de gehele aangesproken groep, maar tevens om onderscheid te maken met andere groepen. Dat gebeurt

dan vaak alleen door variaties in de modificerende epitheta. Het probleem van "property" keert in de ideografen van alle partijen terug, bijna op alle niveaus, als "rechtvaardige verdeling van macht, werkgelegenheid, investeringen" etc. "strife" is bij alle aanwezig in de problematiek van de arbeidstijd, het recht op arbeid (en wat daarmee samenhangt), de problematiek van oorlog en vrede scoort in tenminste twee partijen hoog, maar is in geen enkele partij afwezig, de "transformation" is aanwezig als ideaalbeeld, het beeld van de maatschappij waar we naar toe moeten groeien. Er zijn ongetwijfeld meer constanten in politieke ideografen aan te wijzen, mede na historisch onderzoek.

Besluit

Het onderzoek naar de Politieke Retorica wijst behalve constanten in de ideografen ook constanten aan in dispositio, strategieën, tactieken en manoeuvres en pronuntiatio, allemaal elementen die in dit artikel helaas niet behandeld konden worden.

Het is jammer dat ideografisch interessante partijen als PPR, CPN, SGP, RPF in dit deel van het onderzoek buiten beschouwing moesten blijven. Eerder verricht onderzoek wijst er echter op dat het hier opgeroepen beeld van ideografen als constanten en epitheta als variërende en onderscheidende factoren alleen maar versterkt zal worden als de gegevens uit die partijen er bij betrokken worden.

AANTEKENINGEN

1. Van Lint 1985.
2. Zie voor de verantwoording het desbetreffende artikel.
3. Dit artikel berust mede op een onderzoek uitgevoerd in een werkcollege Politieke Retorica in september-december 1985. Ik dank de deelnemers voor hun toestemming gebruik te maken van hun werkverslagen. Waar ik uitdrukkelijk refereer aan de werkzaamheden van die college-groep, zal ik van "wij" of "ons" spreken.
4. Het gaat er hier niet om historisch-systematische vragen op te lossen zoals of er nu vier of vijf taken van de redenaar waren, en of Aristoteles, Cicero dan wel Quintilianus gelijk hadden. Ik sluit me uit praktische overwegingen aan bij de indeling van Lausberg (LAUSBERG).
5. Voor kritiek op deze stroming in de Retorische Kritiek, zie o.a. Mohrmann (MOHRMANN 1982).
6. Vergelijk ook Fisher (FISHER 1980).

7. Voor een journalistiek overzicht, zie Jansen van Galen: *Politico-Babble*. Korte spraakkunst van de politieke taal. *Haagse Post*, 3 maart 1983, blz. 37-45. Terzijde: de titel van dit artikel vertoont weer een ander kenmerk van retoriek, de neiging om woorden meer gewicht te geven door ze Engels te laten klinken of uitzien. Politieke Babbel of Politiek Gebabbel betekent hetzelfde, maar is natuurlijk maar gewoon Nederlands.
8. Sommige retorici pretenderen zelfs een model ontwikkeld te hebben waarmee de waarde van de ene literaire auteur boven de andere objectief vastgesteld zou kunnen worden. Zie bijvoorbeeld John H. Timmis III (TIMMIS III).
9. Zie onder andere Mussche, blz. 31, 32 (MUSSCHE 1955), KRAHL/KURZ 1970, Vogel, blz. 99, 113, 120 (VOGEL 1931).
10. Meddens/Sturm spreken hier van "modaliteiten" (MEDDENS).
11. Vergelijk aantekening 3.
12. Voor de eigenaardige problemen bij het ontwikkelen van een retorische theorie zie o.a. Hariman (HARIMAN 1986).
13. Blijkens de berichtgeving van Boot (BOOT 1984) zijn er echter al belangwekkende tekstanalyseprogramma's ontwikkeld.
14. Alle scoringen in de onderzochte teksten of tekstdelen zijn met de hand verricht. Het gaat hier ook niet om exacte getallen, maar om relatieve verhoudingen. Wie het precies wil weten, kan er natuurlijk een woordfrequentieonderzoek op loslaten. De uitkomsten daarvan zullen de strekking van dit betoog niet aantasten.
15. Zie VAN LINT 1983, 1984, 1986, FNSINK 1985, DROP 1983.

BIBLIOGRAFIE

- Bleicher, Josef: *Contemporary Hermeneutics. Hermeneutics as method, philosophy and critique*. London 1980.
- Boot, Dr. M.: *Taal, Tekst, Computer*, Katwijk 1984.
- Bormann, Ernest G. e.a.: Fantasy and Rhetorical Vision: The Rhetorical Criticism of Social Reality. *Quarterly Journal of Speech* 58, 1972, 396-407.
- Idem: Generalizing About Significant Form: Science and Humanism Compared and Contrasted. In: *Campbell* 1977, 51-75.
- Idem: Rhetorical Criticism and Significant Form: A Humanistic Approach. In: *Campbell* 1977, 165-187.
- Idem: Fantasy and Rhetorical Vision: Ten Years Later. *Quarterly Journal of Speech* 68, 1982, 288-305.
- Idem: Rhetorical Visions of Committed Voters: Fantasy Theme Analysis of a Large Sample Survey. *Critical Studies in Mass Communication* 1, 1984, p. 287-310.
- Burke, Kenneth: *A Rhetoric of Motives*, New York 1950.
- Burke, Kenneth: Dramatism. p. 7-17 in *COMBS*.
- Campbell, Karlyn Kohrs, and Kathleen Hall Jamieson: Form and Genre in Rhetorical Criticism: An Introduction. In: idem: 1977.
- Campbell, Karlyn Kohrs, and Kathleen Hall Jamieson (eds): *Form and Genre. Shaping Rhetorical Action*. Leesbug Pike (1977?)
- Combs, James E. & Michael W. Mansfield: *Drama in Life. The Uses of Communication in Society*. New York 1976.
- Corbett, Edward P.J.: *Classical Rhetoric for theology Student*. New York 1971.
- Dikkers, Ellie, Greetje Dikkers, Baukje Spinder: *Van Thema tot Ideograaf. Een Retorisch Onderzoek naar de Ideologie van de Vredesbeweging*. Dكتورaal skriptie. Ongepubliceerd, Groningen 1985.
- Drop, W.: *Instrumentele tekstanalyse ten dienste van samenvatten, opstellen van begripsvragen en tekstverbeteren*. Groningen 1983.
- Ensink, Titus: Misverstanden. *Gramma* 9, 1985, 217-237.
- Fisher, Walter S.: Rhetorical Fiction and the Presidency. *Quarterly Journal of Speech*. 1980, 110-126.
- Halloran, Michael: Doing Public Business in Public. In: *Campbell* 1977, 118-139.
- Jansen van Galen, John: *Politico Babble*. Korte spraakkunst van de politieke taal. *Haagse Post*. 3 maart 1983, 37-45.
- Krahl, Siegfried; Josef Kurz: *Kleines Wörterbuch der Stilkunde*. Leipzig 1970.
- Lausberg, Heinrich: *Handbuch der Literarischen Rhetorik. Eine Grundlegung der Literaturwissenschaft*. München, 1973².
- Lint, Peter van: Zie Van Lint.
- McGee, Michael Calvin: "Not Men, But Measures": The Origins and Impact of an Ideological Principle. *Quarterly Journal of Speech*, 64, 1978, 141-154.
- Idem: The "ideograph": a link between rhetoric and ideology. *Quarterly Journal of Speech*, 1980, 1-16.
- Meddens, H., en A. Sturm: De aanstaande verkiezingsstrijd. In: *Moer*, 2, 1977.
- Merelman, Richard M.: The Dramaturgy of Politics. p. 285-301 in *COMBS*.
- Mohrman, Gerald P.: *Explorations in Rhetorical Criticism*. Pennsylvania State University Press 1973.
- Idem: An Essay on Fantasy Theme Criticism. *Quarterly Journal of Speech*, 68, 1982, 109-132 (a).
- Idem: Fantasy Theme Criticism: A Peroration. *Quarterly Journal of Speech*, 68, 1982, 306-314.
- Mussche, Achilles: *Nederlandse Poetica*. Brussel 1955.
- Timmis III, John H.: Textual and Information-Theoretic Indexes of Style as Discriminators between Message Sources. *Communication Monographs*, 52, June 1985, 136-155.

- Van Lint, Peter: Wat mot die goser van me. Tekstanalyse als middel tot informatiedetectie en manipulatiesistentie. *Levende Talen*, 297, 1973, 178-191.
- Idem (met K.W. v.d. Hoek en R. Kagie): *Ja kijk, mag ik dit zeggen. Opmerkingen over de verbale strategieën van een ministerpresident en zijn ondervragers in elf televisie-interviews van januari tot maart 1976*. Groningen 1977.
- Idem, (met K.W. v.d. Hoek en I. Pauw): *Iedereen kijkt mee, hopen we . . . De eerste vijf maanden van het kabinet-Van Agt/Wiegel retorisch weerspiegeld in 21 TV-gesprekken*. Twee dln. Groningen 1981 (a).
- Idem: Uit de geschiedenis van de Taalbeheersing: Constanten in de genres. *Infobul* 14/1 november 1983.
- Idem: Uit de geschiedenis van de Taalbeheersing: Constanten in de Propaganda. *Infobul* 14/3 januari 1984.
- Idem: Retorische kritiek en politieke retorica. Socioretorische aspecten van politieke retorica, in het bijzonder in de ethermedia. *Massacommunicatie '85*, XIII/2, april 1985.
- Idem: Drama en Taalvaardigheid: schrijven om gespeeld te worden. I. Bedenken en opzoeken: inventieprocedures. *Scholen in Toneel. Een brug tussen wetenschap en onderwijs*. Uitgave van de taakgroep Theaterwetenschap R.U. Groningen. 3/1, april 1986.
- Vogel, Albert: *Rhetorica, basis der welsprekendheid*. Rotterdam, 1931.

Philip van Praag Het NOS-journaal in de verkiezingstijd

"AFGELOPEN ZATERDAG KREEG DE PREMIER LIJSTREKKER MINUTENLANG DE GELEGENHEID OM, JA OM WAT EIGENLIJK? VAN AGT HAD INHOUDELIJK NAUWELIJKS IETS TE VERTELLEN, MAAR PRAATTE RUSTIG VOOR HET WERELDNIEUWS UIT, VELE KOSTBARE MINUTEN VOL".

(DE VOLKSKRANT,
8 SEPTEMBER 1982).

"KRITICI DIE HET JOURNAAL VAN EENZIJDIGHEID BETICHTEN HEB IK MEERMALEN UITGEDAAGD OM NAAST ELKAAR TE LEGGEN DE WEEKPRODUCTIE VAN DE DAGBLADPERS EN DIE VAN DE RADIO-NIEUWSDIENST EN OM MIJ AAN TE TONEN DAT ER EEN SIGNIFIKANT VERSCHIL BESTAAT TUSSEN DIE BERICHTGEVING EN DIE VAN HET JOURNAAL. DIE IS ER NIET".

(VOORMALIG NOS-VOORZITTER
JURGENS, 1981).

Radio, dagbladen en de televisie zijn de belangrijkste nieuwsbronnen. Voor veel mensen is van deze media, de televisie, met name het journaal, de meest betrouwbare nieuwsbron. Men vooronderstelt dat het televisienieuws, meer dan de krant of de radio, verslag geeft van de waar gebeurde feiten. Het journaal heeft mede aan dit beeld van betrouwbaarheid zijn grote kijkdichtheid te danken.

Voor politieke partijen betekent dit dat de kennis onder het electoraat, en de beeldvorming rond een partij en haar lijsttrekker, in belangrijke mate via het NOS-journaal tot stand komt. Reden voor partijen om zeer veel belang te hechten aan de verslaggeving door het journaal. Bij het naderen van Tweede Kamer-verkiezingen neemt dit belang nog verder toe. Onderdeel van de campagnestrategie van de grote partijen is dan ook om frekwent, op positieve wijze het journaal te halen. De redactie van het journaal heeft verschillende mogelijkheden om in verkiezingstijd, op dit grote aanbod van binnenlands politiek nieuws te reageren. Om enig inzicht te krijgen in de verschillende alternatieve wijze van kam-

pagne verslaggeving zal eerst kort ingegaan worden op de verslaggeving in Engeland en de Verenigde Staten. Het zal blijken dat in beide landen, aan de hand van verschillende criteria, een geheel ander beleid wordt gevoerd. Daarna zal geanalyseerd worden hoe deze criteria bij het NOS-journaal een rol gespeeld hebben bij de campagne verslaggeving in 1982. Hiertoe zal bekeken worden hoeveel tijd men aan campagne nieuws heeft besteed, welke aspecten van de campagne zijn belicht, en aan welke issues en politieke actoren aandacht is besteed.

Verenigde Staten en Groot Britannië

In een in 1976 verschenen studie over de verslaggeving door de grote televisienetten (ABC, CBS en NBC) konkluderden Patterson en McClure dat men in 1972 gemiddeld 13% van de zendtijd heeft besteed aan campagne-nieuws (1976, p. 41). Daarbij was sprake van een in grote lijnen evenwichtige verdeling van de aandacht over Republikeinen en Democraten. De "Fairness Doctrine", van de Federal Communications Commission vereist deze evenwichtigheid (Gans, 1980, p. 175). Patterson en McClure zijn verder van mening dat het informatieve gehalte van de campagne verslaggeving uitzonderlijk laag is. Aan politieke issues wordt weinig aandacht besteed, nog geen kwart van de aan de campagne bestede tijd. Het enige aspect van de campagne waar de nieuwsrubrieken uitgebreid op ingaan betreft het kermisachtige karakter van de campagne. De kijkers zien de kandidaten dagelijks in helikopters, auto's en vliegtuigen stappen, handen schudden tussen juichende mensenmassa's, en obligate volzinnen uitspreken. Met grote regelmaat worden verder, in de stijl van sportverslaggeving, de jongste opiniepeilingen be-

kend gemaakt. De drie televisienetten besteedden aan dit "horse race" karakter van de campagne drie tot vier maal zoveel aandacht als aan inhoudelijke aspecten. De auteurs merken daarbij op dat de aard van de campagne een dergelijke verslaggeving allerminst rechtvaardigde, aangezien Nixon en McGovern juist op een aantal beleidsterreinen duidelijk tegengestelde opvattingen huldigden. Dit leidt hen tot de konklusie dat de nieuwsrubrieken gefaald hebben in hun democratische taak de kiezers van voldoende politieke informatie te voorzien:

"When the typical election issue is mentioned once a month, for less than twenty seconds, in a mix of extraneous news material, the certain consequence is viewer ignorance. ABC, CBS and NBC may have allowed the Americans to "see" the campaign, but in doing they have added nothing of substance to the voters civic education" (p. 58). In Engeland bestaat een andere traditie van campagne verslaggeving.

De verkiezingen krijgen een hoge prioriteit, dit komt met name tot uiting in de verlenging van de belangrijkste avond-nieuwsuitzendingen van BBC en ITN met 5 minuten per uitzending. In 1979 resulteerde dit in een zeer grote aandacht voor de 4 weken durende campagne, oplopend van 10% van de zendtijd in de eerste kampagneweek tot ongeveer 50% van de zendtijd in de laatste week voor de verkiezingen. Gemiddeld besteedde de BBC 38% en de ITN 49% van zijn voornaamste avonduitzendingen aan campagne-nieuws (Harrison, 1982, p. 69). De inhoudelijke aspecten van de campagne staan centraal in de verslaggeving. Ruim 55% van het kampagnenieuws behandelt beleidsproblemen, rond de 15% van de tijd is gewijd aan de dagelijkse campagne tournees en 10% aan de regelmatig verschijnende verkiezingsonderzoeken (Harrison, 1982, p. 72). In de lange avond-nieuwsuitzendingen krijgen de kijkers elke avond een blok van minimaal 5 minuten kampagnenieuws te zien. Dit blok bevat meestal passages uit de speech van

die avond van de belangrijkste lijsttrekkers, fragmenten van de perskonferentie die elke partij elke morgen houdt, en korte flitsen van de dagelijkse campagne activiteiten. Hierbij wordt de aandacht tussen liberalen, conservatieven en socialisten met de stopwatch in de hand verdeeld volgens de sleutel 3-5-5. Lovend zijn de Britse onderzoekers over de onpartijdigheid van de Engelse televisie journalisten: "in the end the essential fact remains that the professional culture of British broadcasters is inedibly impregnated with the belief that each of the main competing parties is entitled to fair treatment on television and radio" (Blumler e.a., 1978, p. 16).

Kritiek heeft men op de zeer ruime aandacht voor de verkiezingen. Door het vaste dagelijkse blok verkiezings-nieuws, halen veel zaken de uitzending, die anders niet nieuwswaardig zouden zijn bevonden. Men vindt het niet terecht dat in kampagnetijd andere nieuwskriteria worden gehanteerd dan buiten verkiezingstijd.

Uit deze korte behandeling van de verslaggeving in de Verenigde Staten en Groot Brittannië blijkt dat een viertal criteria in het redactiebeleid een rol kunnen spelen.

1. Het nieuwswaarde-kriterium. Wordt het kampagnenieuws op dezelfde wijze getoetst op zijn nieuwswaarde als het binnenlandse politieke nieuws buiten verkiezingstijd.
2. Het verdelings-kriterium. Streeft de redactie wel of niet naar een evenwichtige verdeling van de aandacht over de belangrijkste partijen.
3. Het inhoudelijke-kriterium. Is het doel van de redactie primair inhoudelijke, politieke beleidspunten van de partijen te presenteren, of staat de verslaggeving van rituele campagne activiteiten centraal.
4. Het democratisch ideaal-kriterium. Acht de redactie het wel of niet tot zijn taak om de kiezers zo volledig mogelijk te informeren over de verschillen en overeenkomsten tussen de belangrijkste partijen op enkele essentiële beleidsterreinen.

Deze beoordelingscriteria zijn niet volledig afhankelijk van elkaar. Een redactie die zich ten doel stelt de kijkers te informeren over de beleidsalternatieven, zal zich niet beperken tot het presenteren van dagelijks campagnebeelden en de resultaten van verkiezingsonderzoek. Het is echter zinnig om de vier criteria analytisch te scheiden, omdat ze niet in een vaste combinatie optreden.

Hieronder zullen we nader ingaan op de door de redactie van het NOS-journaal gehanteerde criteria. We zullen daartoe eerst een analyse maken van de verslaggeving van het NOS-journaal in 1982, over de periode 1 augustus tot en met 7 september, dat wil zeggen de vijf campagne weken voorafgaande aan de Tweede Kamerverkiezingen van 8 september. De inhoudsanalyse is gebaseerd op video-opnamen van het 20.00 uur journaal. Daarnaast is in een aantal gevallen bekeken in hoeverre de op andere tijdstippen uitgezonden journaals, ander c.q. aanvullend kampagnenieuws hebben uitgezonden. Hiervoor zijn de draaiboeken van het journaal over de desbetreffende periode geraadpleegd.¹⁾

Taakopvatting Journaal

Het redactiebeleid dat het journaal voert is gedeeltelijk gebaseerd op door externe organen opgestelde richtlijnen, en gedeeltelijk op het door de redactie op eigen initiatief geformuleerde beleid ten aanzien van kampagnenieuws. De externe richtlijnen stellen dat het journaal onpartijdig dient te zijn, de droge feiten moet presenteren, eventueel in samenhang met andere feiten om de begrijpelijkheid te vergroten. Het is het journaal niet toegestaan om opiniërende informatie te verstrekken of de aktualiteit van commentaar te voorzien. Bij de selectie van berichten speelt de relevantie voor grote delen van de bevolking en de begrijpelijkheid van een onderwerp een rol. Deze richtlijnen verklaren waarom het kritische, scherpe inter-

view van politici niet voorkomt in het journaal.

Eénstemmigheid over de criteria die een gebeurtenis tot nieuwsfeit verheffen bestaat er niet. In de praktijk spelen volgens Bardoel de volgende overwegingen een belangrijke rol: gaat het bericht veel mensen aan, is het heet van de naald, onverwachts, en liefst negatief, dichtbij, feitelijk, ondubbelzinnig en topgericht (Bardoel, 1981, p. 94). Een bericht zal eerder het journaal halen al naar gelang het beter aan deze criteria voldoet.

Het journaal wijkt hiermee niet af van de nieuwskriteria die nieuwsrubrieken in andere westerse landen hanteren (vgl. McQuail, 1983, p. 142).

De redactie dient rekening te houden met de technische beperkingen waaraan het journaal onderhevig is. Het 20.00 uur journaal, het meest uitgebreide journaal, is vrij kort. In twintig minuten kan men slechts zo'n tien tot veertien onderwerpen behandelen, totaal ongeveer 2800 woorden omvattend, iets minder dan de gemiddelde voorpagina van een dagblad. Het belangrijkste werk van de redactie is selekteren, waarbij men zichzelf dan nog als randvoorwaarden stelt dat er een zeker evenwicht dient te zijn tussen binnen- en buitenlandse onderwerpen, zware en minder zware berichten.

Voor het binnenlandse politieke nieuws geldt daarbij wel dat men niet afhankelijk is van persburo's. De Haagse redactie, of de verslaggevers in den lande zijn in staat de ontwikkelingen van zeer nabij te volgen.

Deze beperkingen leiden ertoe dat de redactie volgens eigen zeggen, in haar berichtgeving over een verkiezingscampagne niet streeft naar volledigheid. Men presenteert die zaken uit de verkiezingscampagne die in de visie van de redactie nieuwswaarde hebben. Bij de afweging hiervan stelt men zichzelf de voorwaarde dat men een bepaald voorval ook zou verslaan als het geen verkiezingstijd was. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de BBC

hanteert men in verkiezingstijd dus dezelfde nieuwskriteria als in normale tijden. Slechts op één punt heeft men, naar eigen zeggen, in 1982 het gangbare criterium van de nieuwswaarde doorbroken: intern was afgesproken dat men aandacht zou besteden aan de kampagnestart van de vier grote partijen en tevens de presentatie van de verkiezingsprogramma's van alle in het parlement vertegenwoordigde partijen zou verslaan.

Kampagnenieuws

Er bestaat onder de verschillende onderzoekers geen éénstemmigheid over de wijze waarop kampagnenieuws dient te worden gedefinieerd. Hoffstetter (1976, p. 27) hanteert een zeer ruime opvatting, hij neemt alle berichten die op één of andere manier van belang zijn voor de Amerikaanse politiek in beschouwing, met uitzondering van "human interest" stories en sportverslagen. Harrison beperkt zich in zijn Engelse studie tot de nieuwsitems die duidelijk herkenbaar zijn als kampagnenieuws, bijvoorbeeld door het gebruik door de redactie van een logo op de achtergrond. Doordat in Engeland de redakties sterk de neiging hebben politieke gebeurtenissen, bijvoorbeeld de publicatie van de werkloosheidscijfers, in een verkiezingsperspektief te plaatsen, is dat een zinvolle benadering. Deze redactionele aanpak kan tevens de grote hoeveelheid verkiezingsnieuws in Engeland mede verklaren.

Voor de analyse van de verslaggeving van het NOS-journaal heb ik een tussenweg gekozen. De redactie presenteert slechts weinig berichten in het kader van de verkiezingen (vnl. partijkongressen en verkiezingsbijeenkomsten).

In navolging van Hoffstetter alle politieke nieuwsonderwerpen met enige relevantie aan de binnenlandse politiek in beschouwing nemen, lijkt mij niet geoorloofd. Veel onderwerpen, waarvan de relatie met de verkiezingen niet duidelijk is, zou men dan in de analyse

moeten betrekken. Rekening houdend met het feit dat de partijen er veel belang aan hechten om het journaal te halen, met name om hun lijsttrekker op positieve wijze in het journaal te krijgen, heb ik de volgende definitie van kampagnenieuws gehanteerd:

- alle berichten over de lijsttrekkers worden beschouwd als kampagnenieuws, ongeacht het feit of een politicus in zijn functie als lijsttrekker, of in een andere functie het nieuws haalt;

- alle berichten die ontleend zijn aan door de politieke partijen en/of derden georganiseerde campagne activiteiten als spreekbeurten, fora, stunts, debatten e.d.;

- alle uitspraken met betrekking tot de verkiezingen, de verkiezingsprogramma's van politieke partijen, de kabinetsformatie e.d.

Elk bericht dat aan één van deze drie criteria voldoet, is door mij beschouwd als kampagnenieuws.

In de onderzochte periode blijkt het 20.00 uur journaal in 38 uitzendingen, bijna 6% van zijn zendtijd aan kampagnenieuws te hebben besteed; 41 minuten (2460 sec.) van de ruim 700 minuten. Gemiddeld gaat het om ruim 1 minuut per uitzending. Het betreft in totaal 26 items, gemiddeld 1½ minuut per item (zie tabel 1). Ter vergelijking: in 1981 besteedde het journaal in de periode van 21 april tot 25 mei 45 minuten aan verkiezingsnieuws (7%), verdeeld over 19 items (Van Bergen Henegouwen e.a., 1982, p. 104-105).

Buitenlandse nieuwsrubrieken besteden aanzienlijk meer aandacht aan de campagnes. In Engeland gedurende de drie weken campagne minstens 5 minuten per belangrijkste avonduitzending, voor de V.S. komt men voor 1972 op 13% van de zendtijd (Patterson, McClure, 1976, p. 41).

De weinig overheersende plaats die het verkiezingsnieuws in het journaal heeft ingenomen blijkt eveneens uit het feit dat slechts in 9 gevallen verkiezingsnieuws tot de hoofdpunten van het nieuws werd gerekend. Hiertoe behoren met name de berichten die

Tabel 1: overzicht verkiezingsonderwerpen in het 20.00 uur journaal (1-8-'82 t/m 7-9-'82)

datum	onderwerp	hoofdpunt journaal*	betrokken partij(en)	totale lengte (in seconden)
4-8	nieuwe kernwapens	X	CDA	60
5-8	toelating Ned. Volksunie	—	NVU	30
6-8	start VVD-kampagne	—	VVD	65
6-8	PvdA-kampagne in Spanje	—	PvdA	10
12-8	eenheid CDA-fractie	X	CDA	105
14-8	Peres bij Den Uyl	—	PvdA	70
14-8	start D'66 campagne	—	D'66	105
15-8	Fiolet tegen IKV-advies	X	—	30
18-8	prijkscompensatie	X	D'66	140
19-8	kritiek minister van financiën op verkiezingsprogramma's	—	PvdA/CDA VVD/D'66	100
19-8	RPF-programma	—	RPF	30
21-8	start CDA-kampagne	X	CDA	120
24-8	GPV-programma	—	GPV	30
25-8	prijkscompensatie, economisch beleid	X	PvdA	190
	prijkscompensatie		CDA	20
	prijkscompensatie		VVD	20
28-8	begroting	X	CDA	255
	reactie		PvdA	10
	reactie FNV		—	10
28-8	verkiezingsenquêtes	—	—	35
28-8	maximum-snelheid	—	VVD	15
30-8	begroting	X	CDA	30
	reacties ambtenarenbonden			155
30-8	nieuwe kernwapens	—	CDA	60
31-8	aanval op vakbeweging	—	CDA	80
2-9	verkiezingsonderzoek	—	—	65
3-9	reacties partijen op CNV	—	CDA/VVD	20
4-9	kabinetsbeleid inzet formatie	X	CDA	160
	reactie Den Uyl		PvdA	15
4-9	verkiezingsonderzoek	—	—	45
6-9	debat bij FNV	—	CDA/PvdA/ VVD/D'66	135
7-9	morgen naar de stembus	—	CDA/PvdA/ VVD/D'66	245
				2460

* door de journaal-redactie als hoofdpunt gepresenteerd

voortvloeiden uit de beleidsintenties van het zittende kabinet.

Voordat we ingaan op de inhoud van de verslaggeving, eerst enkele nadere opmerkingen over de vorm. Elk item wordt kort of uitgebreid ingeleid door de presentator in de Hilversumse studio, daarna kan worden overgeschakeld naar de Haagse politieke redactie of een verslaggever ter plekke, het is ook mogelijk dat een item volledig vanuit de studio wordt verzorgd. De verslaggeving ter plaatse speelt een onbetekenende rol in de campagne, slechts in 5 gevallen, waarvan 3 maal bij de campagne-starts van D'66, VVD en CDA. Verslaggeving ter plaatse gaat altijd gepaard met begeleidende en ondersteunende filmbeelden. De

Nederlandse kijker krijgt slechts in 6 gevallen obligate campagne-beelden te zien: juichende aanhang, glunderende lijsttrekkers, handen schudden-de politici e.d.

In alle andere gevallen krijgt de kijker voornamelijk de presentator in Hilversum of Den Haag te zien, soms afgewisseld met foto's en tabellen (met name bij verkiezingsonderzoeken). De aandacht van de kijker voor de gesproken tekst wordt dan ook zelden afgeleid door filmbeelden. De dominante vorm is duidelijk de studio presentatie. Bijna alle interviews worden vanuit de studio gepresenteerd.

Een inhoudelijke indeling van de 26 items laat zien dat drie issues veel

Tabel 2: verdeling campagne onderwerpen naar inhoudelijke categorieën.

kategorie	aantal items	aantal seconden
ekonomisch beleid	9	1340
kernwapens	3	150
verkiezingsonderzoek	3	145
overigen ¹⁾	11	825
totaal	26	2460

¹⁾ Hieronder vallen items die de verschillende campagnestarts behandelen, de presentatie van verkiezingsprogramma's en onderwerpen waaraan slechts één keer aandacht is besteed.

aandacht hebben gekregen in de verslaggeving. In de eerste plaats van ekonomisch beleid, en daarnaast de problematiek van de kernwapens en verkiezingsonderzoeken (tabel 2).

Nadere inhoudelijke bestudering brengt een zeer fragmentarische verslaggeving aan het licht. Bij de kwestie van de kernwapens staat tweemaal het op dit punt verdeelde CDA centraal, éénmaal is het IKV-advies om links te stemmen aanleiding geweest voor een kort bericht. De standpunten van de verschillende partijen over kernwapens komen echter niet aan de orde. Het bericht op zondag 15 augustus over het IKV-advies zal de kijkers niet veel inzicht hebben verschaft in de desbetreffende aangelegenheid. Zaterdag 14 augustus brengt de Volkskrant als eerste krant op de voorpagina het bericht over het stemadvies, slechts enkele avondbladen nemen het die dag nog over, het journaal zwijgt er op zaterdag over in alle uitzendingen. Op zondag brengt men vervolgens wel in 30 seconden de kritiek van de heer Violet (sekretaris van de Raad van Kerken) zonder daarbij in te gaan op de aard van het advies. Pas op maandag komt het bericht, en de reacties erop van diverse partijen, volop in de publiciteit. In geen enkele uitzending van het journaal wordt er dan nog aandacht aan besteed.

Ondanks de ruime aandacht voor de sociaal-ekonomische problemen geldt voor dit onderwerp eveneens dat het fragmentarisch aan de orde komt.

Zo publiceert men op 19 augustus wel de kritiek van het ministerie van financiën op de financiële onderbouwing van de verkiezingsprogramma's van

de grote partijen, maar de reactie hierop van de partijen wordt genegeerd, niet alleen in het 20.00 uur journaal, ook in de op andere tijdstippen uitgezonden journaals. Het enige sociaal-ekonomische probleem waar de verschillende partijen uitgebreid over aan het woord komen is de prijkskompensatie. Als Van Agt als minister-president de begrotingsplannen van de regering bekend maakt wordt de reactie van Den Uyl in 10 seconden gegeven, de reactie van de VVD, op dat moment geen regeringspartij, wordt niet gegeven. Hetzelfde patroon herhaalt zich een week later als Van Agt het kabinetsbeleid in het journaal tot inzet van de kabinetsformatie maakt: de reactie van Den Uyl wordt in 15 seconden gegeven, reacties van de VVD en D'66 ontbreken. Geen enkele keer zet het journaal de opvattingen van diverse partijen over het herstel van de ekonomie of de aanpak van de werkloosheid naast elkaar. Een uitgesproken kans daarvoor doet zich voor aan de vooravond van de verkiezingen. De presentator in de Haagse studio deelt mee dat twee strijdpunten in de campagne centraal hebben gestaan: de bestrijding van de ekonomische crisis en de plaatsing van nieuwe raketten. Deze opmerking wordt echter gevolgd door summier en weinig systematische informatie in de trant van "De VVD gaat de verkiezingen in met een nieuwe lijsttrekker, de 32-jarige drs. Ed Nijpels. Nijpels' hoop is er op gevestigd samen met het CDA en D'66 een nieuw kabinet te vormen"; "Premier Van Agt, voor de derde keer CDA-lijsttrekker, maakte het kabinetsbeleid om tot ekonomisch herstel te komen tot in-

zet van de verkiezingen en de komende kabinetsformatie. Van Agt's campagne was er vooral op gericht weer als grootste partij uit de bus te komen". Bij het bekijken van de issues die het journaal gehaald hebben, blijkt dat de redactie haar beleidsvoornemen om aandacht te besteden aan de start van de campagne van de vier grote partijen en de presentatie van de verkiezingsprogramma's, niet konsekvent heeft uitgevoerd. Voor het niet verslaan van de start van de PvdA campagne had de redactie een technische verklaring. De PvdA startte op 16 augustus haar campagne om 8 uur 's avonds. In de later op die avond uitgezonden journaals is daar nog aandacht aan besteed. Voor het feit dat men alleen aandacht heeft besteed aan de programmapresentatie van GPV en RPF, en niet voor die van de andere kleine partijen, bv. die van de PSP op 19 augustus, had men geen verklaring.

Aandacht voor lijsttrekkers en partijen

De politieke partijen hechten in kampangetijd veel waarde aan het optreden van hun lijsttrekker in het journaal. Men investeert veel tijd en energie om dat te bereiken. Zo bracht Den Uyl in 1981 een bliksembezoek aan Mitterrand, in de hoop enige aandacht van het journaal te krijgen, tevergeefs overigens (Brants e.a., 1982, p. 100). In deze campagne zijn de lijsttrekkers

een aantal keer te zien, ofwel door middel van filmbeelden ofwel door middel van interviews. Filmbeelden van Nijpels, Terlouw en Van Agt zijn te zien bij de kampagnestarts van hun partijen, Den Uyl neemt als enige lijsttrekker deel aan het forum bij de FNV (6-9) en haalt daarmee ruimschoots het journaal. In de onderzochte periode zijn 6 vraaggesprekken met lijsttrekkers uitgezonden (zie tabel 3). Zowel in aantal keren als kwa tijd is het CDA op dit punt succesvol geweest. Het optreden van de VVD-lijsttrekker had blijkbaar voor het journaal geringe nieuwsaarde. Bij vier van de zes gesprekken stond het sociaal-economisch beleid centraal.

De vorm van de interviews is uiterst vriendelijk, geen harde kritische vragen maar vragen die vooral er toe dienen om de politikus aan het praten te krijgen. De vragen zijn open van karakter. De meest concrete en scherpe vragen zijn in de trant van "U zult niet toestaan dat een aantal fractieleden een bepaalde regeringscombinatie gaat tegenhouden" (aan Lubbers), of "Vindt U dat geleidelijk afschaffen van de prijscompensatie moet worden afgedwongen, als werkgevers en werknemers niet willen meewerken?" (aan Terlouw). Bij een vaag of onbevredigend antwoord wordt niet doorgevraagd. Soms ook ontbreken de vragen volledig en worden alleen de reacties van de politici doorgegeven (bij Den Uyl, 25-8).

Tabel 3: vraaggesprekken met lijsttrekkers in het journaal.

datum	onderwerp	lijsttrekker	seconden
14-8	buitenlandse politiek Israël	Den Uyl	45
18-8	prijscompensatie	Terlouw	110
25-8	prijscompensatie en economisch beleid	Den Uyl	70
28-8	begroting	Van Agt	170
30-8	bevriazing lonen/uitkeringen	Van Agt	30
4-9	kabinetsbeleid inzet formatie	Van Agt	95

Tabel 4: verdeling verkiezingsnieuws naar centraal staande aktor(en).

centraal staande aktor(en)	seconden
CDA	900
PvdA	295
VVD	110
D'66	245
4 grote partijen gezamenlijk	480
alle partijen (verkiezingsonderzoek)	145
kleine partijen	90
diverse maatschappelijke aktoren	195
	2460

We kunnen de totale aan de verkiezingskampagne bestede tijd ook onderverdelen naar de aktor(en) die in de verschillende berichten centraal staan. Tabel 4 laat zien dat bij 37% van de aan kampagnenieuws bestede tijd het CDA en zijn lijsttrekker centraal staan, de drie andere grote partijen krijgen gezamenlijk minder aandacht dan het CDA. De VVD komt er op dit punt zeer bekaaid af.

Berichtgeving in de landelijke dagbladen

De in tabel 4 gekonstateerde scheve verdeling van de tijd over de verschillende aktoren roept de vraag op in hoeverre het kampagneverloop dit redactiebeleid rechtvaardigt. Het is niet erg zinvol om de door de redactie gebruikte selectie criteria inhoudelijk te gaan bediskussiëren op hun objectiviteit. Evenmin is het mogelijk om op objectieve wijze een lijst van belangrijke kampagne gebeurtenissen vast te stellen, die het journaal niet had mogen missen.

Wel kan men, door vergelijking met de verslaggeving in andere media nagaan in hoeverre het journaal een beeld schetst van de campagne dat afwijkt van het beeld in de andere media. Het meest voor de hand liggend, en technisch het best realiseerbaar, is een vergelijking met een aantal landelijke dagbladen. Gezien de beperkte omvang van een journaal-uitzending zullen we ons daarbij beperken tot een vergelijking met de voorpagina's van een aantal landelijke dagbladen. Ge-

kozen is voor een vergelijking met landelijke dagbladen die verschillende sectoren van de Nederlandse samenleving bereiken, uit verschillende tradities voortkomen, en een oplage hebben van minimaal 100.000. Dat zijn: het Algemeen Dagblad, het NRC-handelsblad, de Telegraaf, Trouw en de Volkskrant.

Een zekere gelijkvormigheid mag daarbij wel verwacht worden gezien het feit dat de verschillende nieuwsmedia elkaars berichtgeving nauwlettend in het oog houden. Het journaal kijkt daarbij met name naar de landelijke dagbladen (Bardeel, 1981, p. 95). Hoofdredakteur Van Westerloo stelt zelfs: "En voor ons is de enige vraag: hebben we in grote lijnen het belangrijkste nieuws "gecovered". Ons kader is dan: wat vinden we als redactie, wat doen de kranten, wat doet de radio, wat doen de andere journalisten in Nederland, lopen we daarmee een beetje in de pas".²⁾

De berichten op de voorpagina zijn geselecteerd op basis van dezelfde werkdefinitie van kampagnenieuws als voor het NOS-journaal. Wel dienden de berichten een minimale omvang te hebben van tien regels en voorzien te zijn van een kop. Bij de vergelijking met het NOS-journaal zijn we er verder vanuit gegaan dat een gebeurtenis uit de campagne alleen van enig belang is geweest als er minstens drie dagbladen op de voorpagina over bericht hebben. Gekeken zal worden welke berichten en onderwerpen, partijen en politici centraal staan in de berichtgeving van de dagbladen.

In de onderzochte periode blijken er tien campagne gebeurtenissen te zijn geweest die minstens drie kranten hebben gehaald (zie tabel 5). Het journaal heeft acht van de tien voorvallen "gecovered". Twee keer valt men uit de boot, maar men kan daar een alleszins redelijke verklaring voor geven. De uitslag van het verkiezingsonderzoek van Achter het Nieuws/De Hond, brengt men op 9 augustus direkt na de publikatie in het journaal van 21.37 uur. Op 28 augustus krijgt Van Agt in

het journaal ruimschoots de gelegenheid om te vertellen hoe de begroting van 1983 eruit zal zien. Zijn aanval op de PvdA van de voorafgaande avond heeft dan geen aktualiteitswaarde meer. Kijken we naar het aantal berichten dat het journaal heeft gewijd aan de campagne, dan steekt men niet slecht af bij de dagbladen (zie tabel 6). Men gaat aan kop met 26 berichten. Deze voorsprong is niet te danken aan de journaal-uitzending op zondag, men heeft op zondag slechts één keer kampagnenieuws gebracht. Opvallend is het redactiebeleid van de verschillende kranten ten aanzien van de campagne. De Telegraaf is zeer karig met kampagnenieuws; 7 van de 11 berichten hebben eveneens op de

voorpagina van andere kranten gestaan. Het Algemeen Dagblad voert een tegenovergesteld beleid: vrij veel campagneberichten, waarvan slechts een zeer klein deel door de andere kranten op dezelfde wijze is gebracht. Het NRC heeft de meest uitgebreide campagneberichtgeving op de voorpagina, waarbij men geen enkel campagnebericht mist dat door minstens drie kranten wordt gebracht.

De tijd die het journaal aan de campagne heeft besteed is, zoals we hiervoor reeds konstateerden, met 6% aan de lage kant. Toch blijkt uit deze vergelijking dat er geen belangrijke campagnefeiten zijn geweest die men volledig heeft gemist.

Tabel 5: verkiezingsberichten die op de voorpagina van minstens drie van de vijf onderzochte landelijke kranten hebben gestaan (1-8/83 t/m 7-9/83).

onderwerp	datum kranten	kranten ¹⁾	20.00 uur journaal	datum journaal
Van Agt over nieuwe kernwapens	5-8	NRC,Tr,Vk	x	4-8
verkiezingsonderzoek	10-8	AD,NRC,Tg	—	—
Achter het Nieuws				
Lubbers over eenheid CDA-fractie	13-8	Tr,NRC,Tg	x	12-8
reacties op IKV-stemadvies	16-8	AD,NRC,Tg, Vk	x	15-8
kritiek op financ. onderbouwing	19-8 +	AD,NRC,Tg,	x	19-8
programm. + reacties partijen	20-8	Tr,Vk		
Van Agt over prijskomp.	23-8	NRC,Tg,Tr,Vk	x	21-8
aanval Van Agt op PvdA,	28-8	NRC,Tg,Tr,Vk	—	—
voorkeur voor VVD				
begroting rond	30-8	NRC,Tg,Tr,Vk	x	28-8
Van der Stee en Van Agt	1-9	NRC,Tr,Vk	x	31-8
over vakbeweging				
CNV-plan en reacties	2-9	AD,NRC,Tr	x	2-9

¹⁾ AD=Algemeen Dagblad, NRC=Nieuwe Rotterdamse Courant/Handelsblad, Tg=De Telegraaf, Tr=Trouw, Vk=Volkskrant

Tabel 6: aantallen berichten op voorpagina's kranten en in het NOS-journaal.

krant	aantal	aantal door min. 2 andere kranten gebracht
AD	15	4
NRC	21	10
Tg	11	7
Tr	20	8
Vk	16	7
journaal	26	8 ¹⁾

¹⁾ bericht door minstens drie kranten gebracht.

Nadere bestudering van de berichtgeving in de kranten brengt wel enige verschillen met de berichtgeving van het journaal aan het licht, zowel ten aanzien van bepaalde campagne gebeurtenissen die men niet heeft gevolgd, als ten aanzien van de wijze van berichtgeving.

Het journaal besteedt, in tegenstelling tot de verschillende kranten, geen aandacht aan de suggestie van VVD-leider Nijpels, om Van Agt, ongeacht de verkiezingsuitslag, met steun van de VVD tot informateur te laten benoemen. Dit voorstel van Nijpels, en de afgekeurde reactie van Van Agt haalt wel, verspreid over verschillende dagen, de voorpagina's van een tweetal kranten (NRC en Telegraaf).

De campagne-uitspraken van Nijpels, die geen enkele keer het journaal halen, krijgen van de kranten meer aandacht. Zo bericht het NRC dat de VVD-leider belooft de AOW te zullen ontzien bij bezuinigingen.

De Volkskrant meldt dat de VVD-leider denkt aan een referendum over de plaatsing van de nieuwe kernwapens, terwijl Trouw de VVD-eis om de minister van onderwijs te mogen leveren in het volgende kabinet, oppakt.

Grotere eenstemmigheid bestaat er tussen het journaal en de kranten over het gebrek aan nieuwswaarde van de D'66 campagne. Onduidelijk is daarbij of dat aan de campagne van D'66 gelegen heeft, of dat het te maken heeft gehad met het feit dat D'66 op basis van de verkiezingsonderzoeken weer tot de kleine partijen gerekend wordt. Met uitzondering van de PPR, die één keer de voorpagina van Trouw haalt, hebben de kleine partijen geen grote nieuwswaarde voor de kranten én het journaal.

Bij een vergelijking van de inhoudelijke aspecten van de berichtgeving blijkt dat ook bij de kranten het financieel-economisch beleid centraal staat, gevolgd door de kwestie van de kernwapens en de verkiezingsonderzoeken. Wel wordt duidelijk dat de kranten hun lezers een minder fragmentarisch beeld op de voorpagina voorzetten.

De levensloop van een issue wordt over meerdere dagen gevolgd. Dit geldt zowel voor het eerder vermelde IKV-advies om op linkse partijen te stemmen, als voor de kritiek van het ministerie van Financiën op de financiële onderbouwing van de verkiezingsprogramma's. Veel vaker dan het journaal laten de kranten andere partijen en politici uitgebreid aan het woord over campagnegebeurtenissen.

Als op 28 augustus Van Agt in het journaal onthult hoe de begroting voor 1983 er uit zal zien, volstaat het journaal met de reactie van de FNV in één zin te geven ("Voorzitter Kok verweet het kabinet een blinde bezuinigingswoede. U hoorde zojuist daar de reactie van premier Van Agt al op"), terwijl de reacties van de politieke partijen volledig ontbreken. Saillant detail is daarbij dat de premier wel mag reageren op de kritiek van de FNV-voorzitter, maar de andere politieke partijen geen kans krijgen hun mening over de voorstellen van het kabinet te geven. Op 4 september publiceert de Volkskrant uitgebreid uit een CPB-rapport dat directe kritiek zou bevatten op het regeringsbeleid. In het journaal van die dag krijgt Van Agt volop de gelegenheid hierop te reageren (75 seconden).

De reacties van de andere partijen ontbreken weer, slechts aan de mening van de PvdA wordt één zin besteed: "Op een verkiezingsbijeenkomst in Amsterdam zei PvdA-lijsttrekker Den Uyl dat voortzetten van het kabinetsbeleid juist geen uitzicht op herstel biedt en dat het slechts tot polarisatie met de vakbeweging zal leiden".

Het vraggesprek met Van Agt, dat het journaal op 4 september uitzendt, is daarbij een duidelijk voorbeeld van de actieve rol die het journaal soms speelt in de campagnes. Men volgt niet alleen de campagne, het journaal creëert zelfs nieuwsfeiten in de loop van de campagne.

De uitspraken, op 4 september, van de CDA-lijsttrekker dat het kabinetsbeleid inzet dient te zijn bij de formatieonderhandelingen haalt veel kranten,

o.a. de voorpagina van het NRC. Voor de uitspraken die Lubbers op 12 augustus doet over eventuele toekomstige loyalisten geldt dit nog sterker: op drie voorpagina's zijn de uitspraken uit het journal terug te vinden. Uit de vergelijking van de berichtgeving in de kranten en door het journal, blijkt eveneens dat bij het laatste medium de persoon van de lijsttrekker meer centraal staat. In het journal treden behalve de lijsttrekkers alleen Lubbers en Smit-Kroes (zeer summier) op. In de kranten komt men campagne-uitspraken tegen van politici als Rietkerk, Bukman, Meijers, Engwirda en J.N. Scholten.

Evaluatie redactiebeleid

Tot nu toe hebben we een beeld geschetst van de wijze waarop het NOS-journal in 1982 de campagne heeft verslagen. We zullen nu tot slot nader ingaan op de vraag hoe de journal-redactie de vier beleids-kriteria, die we aan het begin van dit artikel hebben omschreven, heeft gehanteerd.

De redactie stelt zelf dat men het kampagnenieuws met dezelfde *nieuwswaarde* criteria benadert als het overige nieuws. Binnenlandse politieke berichten die buiten de verkiezingstijd zouden afvallen, halen ook tijdens de campagne het journal niet. Op dit punt wijkt men sterk af van de Engelse traditie van campagne-verslaggeving. De analyse van de verslaggeving van het NOS-journal bevestigt dit. Er zijn geen aanwijzingen gevonden dat het journal lichtere nieuwswaarde criteria hanteert ten aanzien van kampagnenieuws. De enige uitzondering, die men bewust maakt, betreft de kampagnestarts van de grote partijen en de presentatie van (sommige) verkiezingsprogramma's. De konsekvente hantering van de nieuwswaarde criteria, is waarschijnlijk wel de (deel)verklaring voor het feit dat het journal, in vergelijking met andere landen, weinig tijd aan kampagnenieuws besteedt (6%). Het beleid van het journal wijkt

sterk af van de nieuwsrubrieken in Engeland en de Verenigde Staten, als het gaat om het *verdelingskriterium*. Men acht het niet nodig om de aandacht voor de verschillende partijen enigszins gelijk, of evenredig aan hun sterkte, te verdelen. De redactie is zich bewust dat dit beleid, tijdens een campagne, met name de regeringspartijen kan bevoordelen, daar deze meer mogelijkheden hebben tot het maken van nieuws. Men vindt het echter niet noodzakelijk om op dit punt op enigerlei wijze naar evenwicht te streven, noch vindt men het op haar weg liggen om bij bepaalde maatregelen of voorstellen te wijzen op eventuele electorale overwegingen. Dit beleid heeft in 1982 geleid tot een zeer grote aandacht voor de standpunten van het CDA en haar lijsttrekker. Het CDA heeft, dankzij het feit dat haar lijsttrekker tevens minister-president was, meer aandacht van het 20.00 uur journal gekregen, dan PvdA, VVD en D'66 (ook regeringspartij) gezamenlijk. Ten aanzien van het derde criterium kunnen we vaststellen dat het zwaartepunt bij het journal duidelijk ligt op de *inhoudelijke* aspecten van de campagne. De kijker krijgt weinig traditionele campagnebeelden te zien. De nadruk in de verslaggeving lag op het financieel economisch beleid en de problematiek van de kernwapens. De verslaggeving is echter fragmentarisch, de verschillende fasen van een issue worden niet gevolgd. De vraag of het journal zich ten doel stelt de kiezer voor te lichten over de verschillen en overeenkomsten tussen de belangrijkste partijen op essentiële beleidsterreinen, dient ontkennend te worden beantwoord. De redactie betreft het *demokratisch ideaal*-kriterium niet in haar beleid. De kiezer wordt op dit punt aan zijn lot overgelaten.

Het beleid dat de journal-redactie op deze vier criteria heeft gevoerd, heeft in een beeld van de campagne geresulteerd, dat in grote lijnen niet afwijkt van het beeld dat de landelijke dagbladen op hun voorpagina's hebben gekonstrueerd: dezelfde issues en de-

zelfde partijen en lijsttrekkers staan in de kranten centraal. De dagbladen onderscheiden zich echter van het journaal doordat hun informatieverstrekking minder fragmentarisch is. De levensloop van een issue wordt stringenter verslagen op de voorpagina. Daarnaast slagen de kranten er beter in de verschillen en overeenkomsten tussen de belangrijkste partijen op hun voorpagina aan te geven. De kranten voldoen daardoor beter aan het "demokratisch ideaal"-kriterium dan het journaal. Indien het journaal issues

minder versnipperd zou presenteren, en meer dan in 1982 reacties van verschillende partijen zou presenteren op belangrijke campagne gebeurtenissen, zou men een grotere bijdrage leveren aan de politieke voorlichting van de kiezers. Een stringente verdeling van de tijd over de verschillende partijen, zoals in Engeland is niet wenselijk, meer aandacht voor de standpunten van de verschillende grote partijen is vanuit het oogpunt van het functioneren van de parlementaire-democratie wel op zijn plaats.

NOTEN:

- De auteur is Kees Brants, Dennis McQuail en Cees van der Eijk erkentelijk voor hun kritische commentaar op een eerdere versie van dit artikel.
- De in dit artikel gepresenteerde gegevens zijn gebaseerd op video-opnamen van het 20.00 uur journaal voor de periode 7-8-'82 t/m 7-9-'82 en op het door het NOS-journaal ter beschikking gestelde draaiboeken van alle journaaluitzendingen uit de periode 1-8-'82 t/m 7-9-'82. Verder heeft de auteur op 5-1-'83 uitgebreid gesproken met de toenmalige hoofdredakteur van het journaal (de heer Van Westerloo) en het toenmalige hoofd van de Haagse redactie (de heer Van de Ploeg). De inhoudsanalyse is gebaseerd op een tweemaal uitgevoerde tijdsmeting en indeling in categorieën door de auteur. Bij de inhoudsanalyse waren berichten die aan de werkdefinitie van kampagnenieuws voldeden, de analyse-eenheid. Teleenheden vormde tijd (in sec.), inhoudelijke onderwerpen, en de centraal staande politieke partijen en politici per campagnebericht.
 - Uitspraak ontleend aan het interview met de heer Van Westerloo op 5-1-'83.

GERAADPLEEGDE LITERATUUR

- Bardoel, J. (1981): TV-informatie. De wereld dichtbij en toch veraf; in: J. Bardoel en J. Bierhoff (red.): Media in Nederland, deel I, p. 75-105.
- Bergen Henegouwen, M. van, M. Brouwer, R. Willemsen (1982): Om een verantwoorde keuze; een analyse van ruim 2000 minuten televisieverslaggeving over de verkiezingscampagne van 1981. Mededelingen 23, van de Subfakulteit der Algemene Politieke en Sociale Wetenschappen, UvA.
- Blumler, Jay G. (1982): Political Communication; Democratic Theory and Broadcast Practice, in: D. Charles Whitney, Ellen Wartelle (eds.), Sven Windahl (ass. ed.): Mass Communication Yearbook, volume 3, Beverly Hills, p. 621-636.
- Blumler, Jay G. (1978), Michael Gurevitch, Julian Ives: The challenge of Election Broadcasting, Leeds.
- Brants, K., W. Kok, Ph. van Praag jr. (1982): De strijd om de kiezersgunst; Verkiezingscampagnes in Nederland; Amsterdam.
- Gans, Herbert J. (1980): Deciding what's news, a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Times, New York.
- Jurgens, E. (1981): bijdrage aan forum: "TV-news and reality", in: NOS-symposium, News on TV and reality, 14 april 1981, de referaten.
- Harrison, M. (1979): "Television Coverage of the 1979 General Election", in: R.M. Worcester, M. Horrop (eds.): Political Communications; the General Elections Campaign of 1979.
- Hofstter, C. Richard (1976): Bias in the News, Network Television Coverage of the 1972 Election Campaign, Columbus (Ohio).
- McQuail, Dennis (1983): Mass Communication theory, an introduction, London.
- NOS, (1976): NOS-journaal, 75-76, Hilversum, deel I: Kijkgedrag en Waardering, deel II: Meningen en Houdingen.
- NOS, (1981): Enkele gegevens over het publiek van het NOS-journaal, B81-042, Hilversum.
- NOS (z.j.): Haken en Ogen, een terreinverkenning, "Commissie Vormgeving" NOS-journaal.
- Patterson, Thomas E., Robert D. McClure (1976): The unseen Eye, the myths of Television Power in National Elections, New York.

Ben Manschot en Hans van der Brug

Televisieseries: kijkgedrag en voorkeur

Televisieseries behoren al sinds jaar en dag tot de favoriete programma's. Een groot deel van de kijktijd wordt eraan besteed. Eigen nederlandse series worden helaas zelden vertoond vanwege de hoge productiekosten maar buitenlandse series daarentegen des te meer. Vanaf het begin van de televisie kreeg men Amerikaanse series het meest frequent te zien, maar deze situatie is zich aan het wijzigen. Sinds een jaar of tien, vijftien groeit het aantal Europese series, vooral Engelse en Duitse.

In dit onderzoek hebben wij tien series opgenomen, die men in 1984 op het Nederlandse scherm bracht. Het zijn allen series van vijftig à zestig minuten per aflevering, die in de avonden stonden geprogrammeerd en waarvan bekend is dat zij redelijk tot zeer populair waren bij het publiek. Zes series zijn Amerikaans, drie Engels en één Duits.

Naar genre bekeken behoren drie series tot de "soap opera's" (DALLAS, DYNASTY en FALCON CREST), drie series tot "politie/detective stories" (AGATHA CHRISTIE, DERRICK en HILL STREET BLUES), twee series tot "adventures" (A-TEAM en WREKERS) en één serie tot "romance" (FAME). Een serie is moeilijk te plaatsen in de gangbare genre-indeling van de televisie-series (PAREL IN DE KROON). Waarin zijn we vooral geïnteresseerd? Welnu, in het algemeen gesproken is het ons voornamelijk te doen om de vraag of het kijken naar tv-series een weinig selectieve bezigheid is – men kijkt naar wat men krijgt voorgeschoteld – danwel een bezigheid waarbij genre en voorkeur wel degelijk meespelen in de kijkbereidheid.¹⁾ Daarnaast is ons inziens van belang of er genres te onderscheiden zijn qua voorkeur en kijkgedrag. Samengevat gaat het ons in dit artikel om de volgende vragen met betrekking tot tv-series:

- 1) vormen mensen die niet van tv-series houden een duidelijk te onderscheiden groep?
- 2) maken mensen die geregeld naar tv-series kijken en er ook een voorkeur voor hebben uitgesproken, een onderscheid naar genre?
- 3) verschillen mensen in kijkgedrag voor specifieke series op grond van hun algemene instelling (attitude) t.o.v. tv-series?

Vragen en data

De gegevens van dit onderzoek zijn verzameld in een mondelinge enquête onder 818 Nederlanders van 17 jaar en ouder.²⁾ Zij kregen twee vragen over tv-series voorgelegd. De eerste van deze vragen informeerde naar het kijkgedrag voor deze series (vrijwel nooit, een enkele keer, geregeld, vrijwel steeds), de tweede naar de kijkvoorkeur (heel graag, graag, niet graag, helemaal niet graag, interesseert me niet). Voor de verwerking zijn de antwoordcategorieën geregeld/vrijwel steeds en heel graag/graag samengevoegd.

Daarnaast werd de respondenten gevraagd bij 15 uitspraken over tv-series aan te geven of zij het er mee eens zijn danwel oneens. Met deze uitspraken willen we de meer algemene instelling (attitude) jegens tv-series aangeven. Sommige mensen staan er positief tegenover. Zij zeggen dat tv-series je uit de dagelijkse sleur halen, dat je ervan kunt leren of dat je je eigen problemen in tv-series herkent. Anderen staat er negatief tegenover omdat series te weinig niveau hebben of omdat ze te gewelddadig zijn.³⁾ Tenslotte zijn er nog enkele andere gegevens in de analyse betrokken. Ten eerste de kijkfrequentie voor televisie in het algemeen. Indien respondenten opgeven zelden of nooit te kijken werden alle vragen over kijkgedrag en voorkeur met betrekking tot tv-series niet ge-

steld (n=64). Verder enkele achtergrond-gegevens als geslacht, leeftijd en opleiding.

Resultaten

In tabel 1 worden kijkgedrag en voorkeur per televisie-serie weergegeven. Voor kijkgedrag is het percentage van de ondervraagden genomen, dat heeft opgegeven geregeld of vrijwel steeds naar de betreffende serie te kijken. Voorkeur is aangegeven met het percentage dat heel graag of graag naar de tv-serie zegt te kijken. Tussen haakjes staat de rangvolgorde vermeld.

Tabel 1: Kijkgedrag en voorkeur voor tien tv-series

	kijkgedrag	voorkeur
Derrick	54% (1)	72% (1)
Dynasty	44 (2)	46 (2)
A-team	37 (3)	44 (4)
Dallas	35 (4)	34 (10)
Falcon Crest	33 (5)	39 (7)
Parel in de Kroon	30 (6)	45 (3)
De Wrekers	26 (7)	43 (5,5)
Hill Street Blues	21 (8)	35 (9)
Fame	19 (9,5)	33 (8)
Agatha Christie	19 (9,5)	43 (5,5)

Het eerste dat opvalt is het relatief hoge percentage voorkeur per serie. Gemiddeld is dat 42%. Voor kijkgedrag ligt het gemiddelde – afgerond – op 32%. Mensen zijn kennelijk wel tevreden met de keuze van deze series. Er is verder niet veel verschil tussen de rangordes van kijkgedrag en voorkeur. Duidelijke uitschieters zijn alleen DALLAS met een lagere voorkeursplaats en PAREL IN DE KROON en AGATHA CHRISTIE met hogere voorkeursplaatsen.

Van de ondervraagden heeft gemiddeld 41% opgegeven (vrijwel) nooit naar deze series te kijken.

Zijn er mensen die niet in tv-series zijn geïnteresseerd?

Dat verschilt per serie. Voor DERRICK is dit het laagst met slechts 14%, voor FAME is het percentage niet-geïnteresseerden het hoogst met 33%. De vraag is of er sprake is van samen-

hang? Zijn degene die niet in DERRICK geïnteresseerd zijn, ook niet geïnteresseerd in de andere series? Of verschilt de categorie van niet-geïnteresseerden per serie of groep van series?

Om dit na te gaan hebben we gebruik gemaakt van de Mokkenprocedure, een probabilistische versie van de Guttman-schaal. Met behulp van deze procedure zijn de niet-geïnteresseerden voor alle series op onderlinge samenhang getoetst. Het resultaat is een bevredigende schaal voor alle tv-series ($H = .49$) met DERRICK als minst populaire en HILL STREET BLUES als meest populaire serie. Met andere woorden, de kans is zeer groot dat iemand die niet geïnteresseerd is in DERRICK, ook geen interesse vertoont voor de andere series. Na DERRICK volgen DYNASTY, DALLAS en FALCON CREST, terwijl onderaan de schaal FAME en HILL STREET BLUES staan. Een verdeling van de niet-geïnteresseerden over de schaal ziet er als volgt uit (tussen haakjes het percentage van de totale steekproef):

- niet geïnteresseerd in alle 10 series 8%
- niet geïnteresseerd in alle 9 series 6%
- niet geïnteresseerd in alle 8 series 8%
- niet geïnteresseerd in alle 7 series 8%
- niet geïnteresseerd in alle 6 series 9%
- niet geïnteresseerd in alle 5 series 11%
- niet geïnteresseerd in alle 4 series 12%
- niet geïnteresseerd in alle 3 series 10%
- niet geïnteresseerd in alle 2 series 15%
- niet geïnteresseerd in 1 serie 14%

Wanneer we de eerste drie categorieën beschouwen als niet-geïnteresseerden blijkt dat 19% van de kijkers een zeer beperkte interesse hebben in tv-series. Een vergelijking met achtergrondgegevens brengt aan het licht dat met name leeftijd en opleiding hierbij een rol spelen, al zijn de verbanden minder sterk dan vaak wordt vermoed. Met name het marginale verband tussen opleiding en desinteresse is opvallend (.11). Dit is in strijd met de vaak gehoorde opvatting dat bijvoorbeeld intellectuelen zich nauwe-

lijks met dergelijk vermaak bezig houden. Verder blijkt leeftijd er enigszins toe te doen. Oudere mensen vertonen de sterkste desinteresse (.12).

Maken mensen in kijkgedrag en voorkeur een onderscheid naar genre?

Voor de trouwe kijkers van de genoemde tv-series (geregeld of vrijwel steeds gekeken) en voor de genietters van deze series (kijken er graag of heel graag naar) is met behulp van een cluster-analyse⁴) nagegaan, welke samenhangen er bestaan. Is kijkgedrag en/of voorkeur gestructureerd? Zijn de liefhebbers van bijvoorbeeld DYNASTY ook verzet op DALLAS en FALCON CREST, zodat we van een "soap-cluster" kunnen spreken of is een dergelijk patroon niet terug te vinden?

De cluster-analyse maakt duidelijk dat er wel degelijk patronen te onderscheiden zijn. Dat geldt voor zowel kijkgedrag als voorkeur:

1) het sterkste cluster wordt gevormd door de zogenaamde soap-opera's DYNASTY, DALLAS en FALCON CREST. Voor kijkgedrag is de correlatie .66, voor voorkeur is het .59. Naar de series uit het soap-cluster wordt vooral gekeken door vrouwen (.19) terwijl vrouwen ook een grotere voorkeur voor deze series hebben dan mannen (.21). Ook het opleidingsniveau is met dit cluster gecorreleerd. Respondenten met een lagere opleiding kijken vaker (.18) en hebben er eveneens een grotere voorkeur voor (.20).

2) een tweede cluster is aanwezig voor de tv-series A-TEAM, FAME en HILL STREET BLUES. Voor kijkgedrag is de correlatie .36. Wat de voorkeur betreft voegt zich DE WREKERS bij dit trio en de samenhang is dan .25. Kenmerkend voor deze series is actie en team-geest – het laatste wellicht wat meer – zodat wij er de naam "team-cluster" aan hebben gegeven. Het "team-cluster" wordt vooral bekeken en gewaardeerd door jongeren (resp. .22 en .24). Mensen met een lage op-

leiding zeggen vaker, dat zij naar deze series kijken (.12). Wat de voorkeur betreft is dit verband met opleiding niet aanwezig. Wel is er dan samenhang met geslacht: mannen geven er wat meer de voorkeur aan (.11).

3) DERRICK en AGATHA CHRISTIE blijven te clusteren qua kijkgedrag (.44) terwijl PAREL IN DE KROON erbij komt als het om voorkeur gaat (.24). Het is niet zo eenvoudig om een gemeenschappelijk kenmerk te vinden voor deze series. Wellicht is het meest typerend dat zij allen Europese series zijn. Dit "Europese cluster" vertoont geen samenhang met achtergrondgegevens.

Deze kijk- en voorkeur-patronen corresponderen niet volledig met de min of meer traditionele genre-indeling, die door televisieproducenten wordt gehanteerd. Voor het "soap-cluster" is wel sprake van overlap tussen kijk-/voorkeur-patroon en genre, maar voor het "team-cluster" geldt dit niet. Naar genre bekeken behoort tot dit cluster een politie-serie (HILL STREET BLUES), twee avonturen-series (A-TEAM, WREKERS) en één romantische serie (FAME).

Het zijn vooral jongeren die dit cluster appreciëren en mogelijk ligt hier de verklaring voor deze diversiteit in genres. Tv-genres zijn gestandaardiseerde of conventionele verhaalstructuren, die appeleren aan de fantasie van bepaalde groepen. De genres stellen groepsleden in staat dezelfde fantasieën te delen en zijn als zodanig uitingen van collectieve culturele processen. Het succes van een genre berust op een combinatie van herkenbaarheid (men weet wat men te wachten staat) en collectief genieten (men wordt op de juiste manier collectief aangesproken).

Jongeren genieten vooral van series waarin een team van leeftijdgenoten in voor hen herkenbare situaties de hoofdrol spelen (zoals in FAME het geval is). Daarnaast staan zij meer open voor maatschappelijke veranderingen, die door ouderen vaak als bedreigend

worden ervaren. Aan series, die op deze veranderingen inspelen zullen jongeren waarschijnlijk meer plezier beleven dan ouderen. HILL STREET BLUES en A-TEAM doen dat elk op eigen wijze. De eerste serie markeert min of meer het begin van een nieuw genre, waarbij de verhaal-structuur niet meer éénduidig is (tragedie of comedie of romantiek, of actie of avontuur) maar een mengelmoes, even chaotisch als de werkelijkheid zich nu eenmaal vaak voordoet. De eenheid wordt gevormd door het team van een politie-bureau dat in allerlei situaties verzeild raakt. De tweede serie – A-TEAM – is een eigentijdse versie van het traditionele avonturen-genre. In deze serie is het niet één persoon die zoals gebruikelijk als held fungeert, maar is het een team dat de problemen oplost. Het spectaculaire, gewelddadige karakter van de acties is ook relatief nieuw voor dit genre. Verder onderzoek zal moeten uitwijzen of er meer nuancering valt aan te brengen in dit "team-cluster", met name voor wat betreft de voorkeur van jongens en meisjes. Wij hebben de indruk dat het gemeenschappelijke voor beide groepen vooral ligt in het team-karakter van deze series omdat dit appelleert aan de wijze waarop jongeren met elkaar omgaan in de eigen vrienden- en vriendinnenclubs. Over deze clusters valt verder op te merken dat met name het soap-cluster een zeer duidelijke interne samenhang vertoont, terwijl dit voor de beide andere clusters in veel mindere mate het geval is. Deze constatering geldt des te sterker indien wij ons realiseren dat er ook positieve verbanden bestaan tussen die drie clusters voor kijkgedrag en voorkeur. Zo is het verband tussen de voorkeur voor soap- en europees-cluster .20 en voor team- en europees-cluster .22. We zien dus dat de interne samenhang binnen de clusters team en europees slechts marginaal uitgaat boven de onderlinge samenhangen tussen de clusters. Dit duidt op een niet al te sterke discrimi-

natieve validiteit ten aanzien van de door ons onderscheiden clusters. Ondertussen leren deze resultaten ons dat er zowel voor kijkgedrag als voor voorkeur gesproken kan worden van tamelijk éénduidige belangstelling voor tv-series. Men kan moeilijk volhouden dat het televisie-publiek voor wat betreft series voornamelijk bestaat uit zogenaamde alles-kijkers, mensen die alles zien wat hen wordt voorgezet. Van een elite die alle series afwijst is ook nauwelijks sprake. (Uiteraard zijn de personen die niet of hoogst zelden naar televisie kijken, hierbij buiten beschouwing gelaten. Zij maken 10,4% van de steekproef uit.)

Is er verband tussen meningen over tv-series, kijkgedrag en voorkeur?

De respondenten zijn twaalf uitspraken over tv-series voorgelegd met de vraag of zij het er (zeer) mee eens dan wel (zeer) mee oneens zijn. De uitspraken verwijzen zowel naar positieve als negatieve aspecten van tv-series. Daarnaast zijn drie uitspraken over oorlogsfilms, knokfilms en boksen opgenomen omdat we ook geïnteresseerd waren in het aspect van geweld in de beoordeling. (Voor een overzicht van de uitspraken zie noot 3). De Moken-procedure is gebruikt om na te gaan of er intensiteits-schalen geconstrueerd kunnen worden van deze uitspraken.

Er blijken 3 schalen aanwezig te zijn: *Schaal 1* heeft een H-waarde van .35 en bevat 6 positieve uitspraken over tv-series: lekker genieten, echt menselijk gespeeld, herkennen van dagelijkse problemen, niet saai, uit de dagelijkse sfeer halen en leren omgaan met mensen. Wij hebben deze schaal "positieve mening over tv-series" genoemd. *Schaal 2* heeft een H-waarde van .33 en bevat slechts twee uitspraken. Beide uitspraken zijn negatief over series: het zijn niet bepaald de meest intelligente mensen die kijken en het meeste in series gaat over sex en geweld.

Wij hebben deze schaal "negatieve mening over tv-series" genoemd.

Schaal 3 tenslotte heeft een H-waarde van .36 en bevat uitspraken over geweld en agressiviteit in programma's: voorkeur voor oorlogs- en knokfilms en boksen op tv. Wij hebben deze schaal "geweld-vriendelijk" genoemd. In tabel 2 staat de samenhang van deze schalen met andere factoren aangegeven (alle correlaties significantie-niveau .1).

Een positieve mening over tv-series wordt vooral aangetroffen bij mensen met een voorkeur voor soap-opera's en Europese tv-series en bij frequente televisiekijkers. De samenhang met soap-opera's kan voor een deel veroorzaakt zijn door het feit dat in enkele uitspraken naar de serie DALLAS is gerefereerd. Wat achtergrondgegevens betreft zijn het vaker ouderen, mensen met een lage opleiding en vrouwen die een positieve mening over tv-series hebben.

Een negatieve mening over tv-series is alleen geconcentreerd aangetroffen bij mensen met een voorkeur voor Europese series. De samenhang met achtergrondgegevens is bescheiden. Onder jongeren en vrouwen komt een negatieve mening wat vaker voor. Geweldvriendelijk zijn met name mensen met een voorkeur voor team-series, waarbij mannen, jongeren en mensen met een lage opleiding op de voorgrond staan.

Conclusies

De onderzoeksresultaten ondersteunen allerm minst de populaire visie dat een aanzienlijk deel van de bevolking bestaat uit onkritische alles-kijkers. Dit blijkt bijvoorbeeld duidelijk uit de verschillen in kijkfrequentie. Die varieert van 19% voor de minst bekeken serie tot 54% voor de meest bekeken serie. Ook blijkt dit uit de voorkeur voor de series. DERRICK krijgt de meeste voorkeur met 72%, DALLAS de minste met 34%.

Uiteraard is er wel een samenhang tussen kijkgedrag en voorkeur voor tv-series. Maar soms loopt deze uiteen. Naar DALLAS wordt bijvoorbeeld veel gekeken terwijl de serie tegelijkertijd laag wordt gewaardeerd. De Engelse series PAREL IN DE KROON en AGATHA CHRISTIE worden daarentegen weinig bekeken maar hoog gewaardeerd.

Mensen die niet in tv-series zijn geïnteresseerd vertonen weinig onderlinge overeenkomsten. Een door ons samengestelde schaal van desinteresse houdt nauwelijks verband met achtergrondgegevens als geslacht, leeftijd en opleiding.

Een cluster-analyse maakt duidelijk dat er voor kijkers naar tv-series wel degelijk patronen te onderscheiden zijn. Dat geldt voor kijkgedrag en voorkeur. Er zijn drie clusters aanwezig, waarvan met name het "soap"-cluster een grote interne samenhang vertoont.

Tabel 2: Meninge n over en voorkeur voor tv-series en andere variabelen

	mening over televisie-series		
	positief	negatief	geweldvriendelijk
frequentie tv-kijken	.28		.11
schaal "interesse in series"	.18		.16
voorkeur voor "soap-cluster"	.51		
voorkeur voor "team-cluster"			.29
voorkeur voor "Europees cluster"	.20	.13	
geslacht	.12(v)	.11(v)	.34(m)
leeftijd	.17	-.11	-.11
opleiding	-.28		-.13

NOTEN

1. Deze vraag is reeds eerder door ons aan de orde gesteld in een onderzoek naar kijkgedrag en redenen voor tv-kijken. Zie: *Televisiecultuur en Opinieklimaat*, in *Massacommunicatie* jaargang 12 nr. 5/6, pag. 204-214.

2. De vragen zijn gesteld in de 28e golf van het continu-onderzoek van de subfaculteit Politicologie en Communicatiewetenschap van de universiteit van Amsterdam, uitgevoerd door net NIPO in 1984. De non-response bedroeg 23,8%. Het Steinmetz-archief heeft de data verwerkt. Wij danken Ari den Boon, Nies Marseille en Bart van Berkel voor de hulp bij de statistische verwerking.
3. De uitspraken zijn:
 - Het meeste dat in tv-series wordt vertoond gaat alleen maar over sex en geweld.
 - Als er sport op tv is schakel ik het toestel uit of schakel ik over op een ander net.
 - Bij het kijken naar tv-series kan ik lekker genieten van de avonturen en problemen.
 - Ik ben gek op knokfilms op de televisie.
 - In televisie-series wordt vaak zo goed gespeeld dat ze echt menselijk overkomen.
 - Het vervelende van tv-series als Dallas is dat elke aflevering op hetzelfdezelfde neerkomt.
 - Voor mijn part zie ik nooit een oorlogsfilm op de televisie.
 - Televisie-series als Dallas halen me even uit de dagelijkse sleur.
 - Naar aktualiteiten-rubrieken op televisie kijk ik altijd met veel aandacht.
 - Televisie-series als DALLAS hebben weinig niveau.
 - Boksen vind ik een fijne sport om te zien.
 - In sommige tv-series herken je gewone dagelijkse problemen die je zelf ook hebt.
 - Televisie-series kunnen je leren hoe je met andere mensen moet omgaan.
 - Je kunt zeggen wat je wilt over tv-series als DALLAS maar ze zijn nooit saai.
 - Het zijn niet bepaald de meest intelligente mensen die vaak televisie kijken.
4. Wij hebben voor de cluster-analyse een Correlated Item-Total correlation procedure gebruikt.

Wim H. Nijhof

Overheidsmedia toegestaan, maar wel onder voorwaarden

Overheidsmedia staan regelmatig in de belangstelling van politici en uitgevers, enerzijds omdat ze een ongewenst en ontoelaatbaar instrument zouden zijn om overheidsbeleid te verkopen, anderzijds omdat zij de formele media als dagbladen en tijdschriften redactionele en soms ook commerciële concurrentie zouden aandoen. Toen in het najaar van 1985 plannen uitlekten voor een regelmatig verschijnend periodiek van het ministerie van Financiën, Financiën Magazine, dat meer rechtbaarheid moet geven aan het financieel beleid van de christen-liberale coalitie, stelde een Tweede Kamerlid van de oppositie ogenblikkelijk vragen aan minister dr. H.O.C.R. Ruding. Kort daarna uitten zowel de in de NÓ-TU verenigde tijdschriftuitgevers als hun dagbladcollega's van de NDP hun ongerustheid in een brief aan de minister.¹⁾

Een actuele vraag is daarom: Mag een overheid(sinstantie) binnen een parlementaire democratie eigen media gebruiken, en zo ja, onder welke voorwaarden? In dit artikel,²⁾ benader ik deze probleemstelling vanuit vier invalshoeken, namelijk een politicologische-bestuurskundige, een juridische, een voorlichtingskundige en een communicatie-wetenschappelijke.

Wat zijn overheidsmedia? Op basis van de vier klassieke kenmerken van media, namelijk: publiciteit, actualiteit, periodiciteit en universaliteit,³⁾ heb ik de volgende werkdefinitie gehanteerd: Overheidsmedia zijn media die een overheid(sinstantie) periodiek laat verschijnen om actuele informatie over haar eigen handelen te verspreiden onder en ten dienste van (een) bepaalde doelgroep(en). Aan de vier kenmerken voldoen slechts de informatie-periodieken van de overheid, zoals gemeentelijke kranten, gemeentelijke magazines, en provinciale en departementale magazines.⁴⁾ Incidentele pu-

blikaties blijven hier dus buiten beschouwing.

Democratie en participatie

Overheidsmedia hebben een taak in de overheidscommunicatie, die in mijn ogen als voornaamste doel heeft het bevorderen van politieke participatie.⁵⁾

Veel theorieën over democratie hebben gemeen dat ze handelen over het deelnemen van mensen aan de besluitvorming. Maar ze verschillen in de antwoorden op deze vragen:

1. Wie zijn die mensen?
2. Hoe ver reikt de macht van het publiek?
3. Hoe brengt het publiek zijn mening naar voren?
4. Welk doel dient de politieke participatie?⁶⁾

Veel modellen van democratie hebben daarnaast een instrumenteel karakter.⁷⁾ Ze proberen de normen aan de werkelijkheid aan te passen. Normatieve modellen die het omgekeerde beogen, dus de werkelijkheid aan normen willen conformeren, richten zich op meer participatie van de burger.

Mijn keuze voor een democratiemodel gaat uit naar de normatieve opvatting waarbij de burger zoveel mogelijk zelf invloed moet kunnen uitoefenen op besluiten die zijn of haar belangen direct of indirect raken. Ik sluit me aan bij Kalma die vindt dat democratie betrekking heeft "op de wijze waarop een samenleving zichzelf normen stelt en collectief vorm geeft aan haar ontwikkeling. Een belangrijk element daarbij is het streven naar spreiden van macht, het opbouwen van een "tegenmacht" die mensen in staat stelt hun eigen leven vorm te geven en de bestaande verschillen niet weerloos te ondergaan."⁸⁾

Participatie, waaronder hier wordt verstaan het deelnemen aan (de totstandkoming van) het overheidsbeleid,

speelt zich af in een politieke systeem: een gemeente, een provincie, of het nationale politieke systeem.⁹⁾ Om te kunnen blijven functioneren heeft een politiek systeem, steun nodig, ook aangeduid met "legitimiteit", volgens Daudt "het geloof van mensen in de juistheid van de politieke instellingen van het systeem, waarvan zij deel uitmaken."¹⁰⁾

Kan politieke participatie bijdragen aan de legitimiteit van het openbaar bestuur? Politieke participatie heeft twee functies voor een politiek systeem, namelijk: 1. de instrumentele functie om het politieke systeem zo goed mogelijk te laten functioneren; 2. de normatieve functie om de belangen van individuele burgers en groepen uit de burgerij zo goed mogelijk te behartigen.

De instrumentele functie is vooral in het belang van de overheid zelf, de normatieve functie richt zich met name op de belangen van het publiek. Participatie als instrument wil vooral de spanningen in het politieke systeem verminderen, spanningen die zowel ten aanzien van doeltreffendheid (effectiviteit) als doelmatigheid (efficiency) kunnen optreden. De normatieve functie wil vooral het publiek dienen. Beide functies staan natuurlijk niet los van elkaar, maar vertonen een grote onderlinge samenhang. Als bij voorbeeld de doeltreffendheid vermindert, dus als er minder en slechtere resultaten worden geboekt (= output failure), dan neemt logischerwijs de legitimiteit af. De steun aan het politieke systeem vermindert en er kunnen ongewenste spanningen in dat systeem gaan optreden. Om die spanningen te voorkomen is het zaak daarnaast aandacht te geven aan het bevorderen van politieke participatie.

Overheid en uitingsvrijheid

Mag het openbaar bestuur in juridische zin wel eigen media uitgeven, of zijn er wetten of andere regelingen die dat wellicht verbieden?

In klassiek-liberale zin geeft artikel 7

van de Grondwet de overheid geen vrijheid van meningsuiting. De Meij vindt dat er, naast het feit dat een vrijheidsrecht primair een onthoudingsplicht voor de overheid inhoudt, ook wel inhoudelijke bezwaren zijn tegen een situatie, waarin de overheid op gelijke voet met particulieren van dit vrijheidsrecht gebruikmaakt. Hij concludeert "dat de uitingsvrijheid niet aan de overheid als zodanig toekomt, omdat hierdoor de uitingsvrijheid van de burger zou kunnen worden beknot en de betrouwbaarheid van de voorlichting zou afnemen."¹¹⁾

De vraag is echter of een zich uitend openbaar bestuur onmiddellijk van onbetrouwbaarheid beticht zou kunnen worden. De Meij's bewering gaat te gemakkelijk voorbij aan de politieke controle van de democratisch gekozen volksvertegenwoordigers van Parlement, Staten en Raad.

De Meij gaat ook uit van een situatie waarin overheid en particulieren "op gelijke voet" van het recht op vrijheid van meningsuiting gebruikmaken.¹²⁾ Maar van zo'n gelijkheid kan geen sprake zijn. Er bestaan logische verschillen tussen de overheidsmedia en door anderen uitgegeven media ten aanzien van hun functioneren in een democratisch bestel. Denk bij voorbeeld alleen maar aan de waakhondfunctie van media die overheidsmedia nooit kunnen overnemen. Daarnaast blijven er verschillen in exploitatiebasis, financiering, de (on)afhankelijkheid van de berichtgeving en de boodschappers, enzovoort.

Later zwakt De Meij zijn standpunt af, wanneer hij uit onder meer Nederlandse regeringsuitspraken concludeert dat een positieve taak van de overheid ten aanzien van de uitingsvrijheid hier geen principiële problemen meer ontmoet en dat er zelfs vaak van een (zorg)plicht wordt gesproken.¹³⁾ Een overheid kan eigen media inzetten om mede een kader tot stand te brengen waarbinnen de vrijheid van meningsuiting optimaal kan functioneren. Vanuit een democratisch-functionele benadering van de grondrechten staat of

valt de democratie met de mogelijkheid tot meningsvorming en meningsuiting: "Meningsvorming kan slechts plaatsvinden als de toegang tot de informatie optimaal verzekerd is."¹⁴) Als de pers die toegang afsluit, staat niets de overheid in de weg om eigener beweging informatie te verstrekken, via een eigen medium, om een zo pluriform mogelijk aanbod van informatie te realiseren, geheel passend binnen de ideeën van de "social responsibility"¹⁵) van de media.

Ook passen de overheidsmedia binnen de sociale rechtsstaat, opvolger van de liberale rechtsstaat waarin klassieke grondrechten sociale componenten bevatten die ook ruimte geven voor een eigentijdse zorgplicht naast het oorspronkelijke afweerrecht. De Meij vreest dat overheidsmedia de uitingsvrijheid van de burger in gevaar zouden kunnen brengen. Maar het lijkt aannemelijker dat de noodzaak van een actief overheidsoptreden erkend wordt, om voorwaarden te scheppen, die de effectuering van het recht op vrije meningsuiting begunstigen.

Vlasblom onderkent de noodzaak van een voor iedere burger toegankelijk pluriform samengesteld informatiepakket: "Zulks is bij uitstek van belang voor het functioneren van een maatschappelijk bestel waarin de burgers zodanig geïnformeerd moeten zijn dat ze meningen en feiten tegen elkaar kunnen afwegen, tot een goed gefundeerd oordeel kunnen komen en op deze wijze hun vrijheid van meningsuiting ten volle kunnen benutten en anderzijds maximaal kunnen participeren in besluitvormingsprocessen."¹⁶) Zo kwam men tot de formulering van een sociaal recht op informatie, inhoudende een actief overheidsbeleid, dat was gericht op "het aanbieden van (aanvullende) informatievoorzieningen."¹⁷)

In de Wet openbaarheid van bestuur (WOB) is geen koppeling aangebracht tussen uitingsvrijheid en openbaarheid van bestuur. De Meij stelt vast dat het evident is dat er een relatie bestaat tussen beide, "want zonder een ruime

mate van openbaarheid blijft de voorlichting over het doen en laten van de overheid gebrekkig."¹⁸) In de WOB is dan ook elke verwijzing naar de vrijheid van nieuwsgaring c.q. meningsuiting vermeden.¹⁹) Dat betekent niet dat de WOB geen ruimte zou geven voor het gebruik van eigen media door de overheid. De wet biedt die vrijheid in ruime mate. De overheidsmedia functioneren in de actieve openbaarheid waartoe artikel 2 van de WOB verplicht.²⁰) Het eerste lid van dat artikel zegt dat het overheidsorgaan dat het rechtstreeks aangaat, uit eigen beweging informatie verschaft over het beleid, waaronder begrepen de voorbereiding en de uitvoering daarvan, "zodra dit in het belang is van een goede en democratische bestuursvoering." De Aanwijzingen laten weten dat in de praktijk van de voorlichting deze figuur aan de orde van de dag is: "De voorlichtingsdiensten beschikken over veel materiaal (persberichten, folders, brochures enzovoort) dat wordt verstrekt aan personen en instanties die daarom niet hebben gevraagd."²¹)

Een motivering voor het gebruik van eigen media door de overheid is ook te vinden in de zodra-bepaling van dit artikel. Eigen media kunnen namelijk inhoud geven aan de "goede en democratische bestuursvoering".

Tot een goede en democratische bestuursvoering behoren zeker de twee doelen van de WOB, namelijk de participatie van de burger in het bestuursproces en verbetering van de kwaliteit van het beleid.²²) Ook zal worden aangetoond dat wanneer de formele media als dagbladen, nieuwsbladen, radio en t.v. en de alternatieve media (wijk- en buurtbladen, stadskranten enz.) hun taak tussen de basis en de politieke top niet naar behoren vervullen, de overheid eigen media kan inzetten, mede in het belang dus van de gewenste goede en democratische bestuursvoering.

Een impliciet pleidooi voor de overheidsmedia valt te ontdekken in het tweede lid van artikel 2 van de WOB. Daar staat dat het overheidsorgaan er-

voor moet zorgen dat de informatie in begrijpelijke vorm wordt verschaft, "op zodanige wijze dat belanghebbende en belangstellende burgers zoveel mogelijk worden bereikt, en op zodanige tijdstippen dat deze hun inzichten in de loop van het bestuursproces tijdig ter kennis van het overheidsorgaan kunnen brengen."

Het streven naar een zo groot mogelijk (brievenbus)bereik van overheidsinformatie is het beste met eigen media te realiseren. Eigen media garanderen bovendien een meer gerichte verspreiding van de informatie omdat ze een nauwkeurige doelgroep(en) benadering mogelijk maken. Een overheidsmedia hebben het voordeel dat de overheid zelf het moment kan bepalen waarop de burger voor hem belangrijke informatie ontvangt. De WOB verplicht de overheid immers de informatie op een zinvol moment te verspreiden, zodat de inbreng van de burgers in het bestuursproces nog van invloed kan zijn op de besluitvorming. De WOB trekt wel grenzen voor eigen media, namelijk in de algemene uitzonderingsgronden van artikel 4. Eigen media mogen b.v. geen informatie bevatten, die de eenheid van de Kroon in gevaar zou kunnen brengen, de veiligheid van de staat zou kunnen schaden, enzovoort.

Overheidscommunicatie: ideologie of instrument

De hoofddoelstelling van overheidscommunicatie luidt: het leveren van een optimale bijdrage aan het vergroten van politieke participatie om kennis en macht te spreiden, waardoor wordt bevorderd dat ieder in onze samenleving zo gelijk mogelijke kansen krijgt.²³⁾

Nadrukkig spreek ik van een bijdrage want overheidscommunicatie is niet het enige middel om het openbaar bestuur te democratiseren. Andere middelen zijn b.v. binnengemeentelijke decentralisatie via dorps- of wijkraden, deelgemeenteraden of stadsdeelraden, een instituut voor be-

stuurscontacten (zoals in Groningen en Amsterdam), bevordering van openbaarheid van bestuur, brede maatschappelijke discussies enzovoort.

De hoofddoelstelling impliceert een keuze voor een meer prescriptieve, normatieve (en wellicht ideologische) benadering van het fenomeen overheidscommunicatie, zonder daarbij de descriptieve, meer instrumentalistische, de meer pragmatische variant opzij te zetten. Overheidscommunicatie is zeker een beleidsinstrument, naast andere als wetten, subsidies, sancties enzovoort, maar wil vooral helpen het openbaar bestuur te democratiseren door het bevorderen van politieke participatie. Binnen de hoofddoelstelling is ruimte voor twee componenten waarvan de een meer uitgesproken democratiserend van aard is, dus gericht op participatiebevordering (spreiden van macht), terwijl de ander meer instrumentalistisch oogt (spreiden van kennis). Deze samengestelde hoofddoelstelling herbergt dus de "informatieverstrekking" die een conservatief-representatief democratiemodel kenmerkt, aldus Korsten, alsmede de taakstelling "grotere politieke bewustwording" van participatiemodellen.²⁴⁾ De hoofddoelstelling valt uiteen in vier doelstellingen, namelijk:

1. overheidscommunicatie als politieke en bureaucratische socialisatie;
2. overheidscommunicatie als signalering en articulatie;
3. overheidscommunicatie als inspraakbevordering;
4. overheidscommunicatie als middel bij beleidsuitvoering.²⁵⁾

In dit op participatiebevordering gerichte model passen naast de zuivere voorlichting ook de meer gedragsbeïnvloedende modaliteiten public relations, propaganda en reclame.²⁶⁾ Er gelden wel grenzen: de grenzen in het beleidsproces (alleen zuivere voorlichting in de fase van de beleidsvoorbereiding), de grenzen tussen de communicatie-modaliteiten zelf (want voorlichting is iets anders dan reclame die weer verschilt van propaganda enzo-

voort), en ethische grenzen (de normen en waarden van de voorlichter zelf, van zijn vak, van zijn organisatie en van de samenleving). Een dwingende voorwaarde is dat de keuzen in de overheidscommunicatie controleerbaar moeten zijn door de democratisch gekozen volksvertegenwoordigers.²⁷⁾

Stelt de normatieve visie op overheidscommunicatie het belang van de burger centraal, veelal staat het belang van de overheid zelf voorop. Er wordt sterk vanuit "Den Haag" of vanuit de provincie of de gemeente gedacht. "De behoefte aan voorlichting is in belangrijke mate een behoefte van de centrale overheid zelf", aldus Tjeenk Willink.²⁸⁾ En hier ligt de basis voor de huidige (politiek-maatschappelijke) tegenstellingen in de wereld van de overheidscommunicatie, namelijk tussen de aanhangers van de instrumentalistische opvatting, de Instrumentalisten, die overheidscommunicatie, althans voornamelijk, beschouwen als een beleidsinstrument, en de aanhangers van de meer ideologisch getinte variant, Ideologen genoemd, die als voornaamste doel de bevordering van politieke participatie zien. Voorlichters van lagere overheden en van departementen prefereren de instrumentalistische aspecten, evenals de meeste wetenschappers. Vergelijkbaar met mijn overwegend normatieve opvatting is de mixture van instrumentalistische en democratiserende overheidsvoorlichting die Dekker bepleit.²⁹⁾

Vinden de tegenstellingen tussen de Instrumentalisten en de Ideologen hun ontstaansgrond in het verschil in de doelstellingen die ze kiezen, van oudsher is er ook een controverse in voorlichtersland op basis van te gebruiken methodieken of communicatieve verschijningsvormen: zijn gedragsbeïnvloedende vormen van communicatie toegestaan of niet? Er is een groep, die Preciezen³⁰⁾ wordt genoemd, die vindt dat overheidsvoorlichting zo zuiver mogelijk moet zijn en dat elke vorm van gedragsbeïnvloeding is verboden. De tweede groep, de Rekkelijken,

huldigt een royalere opvatting en vindt dat, naast de zuivere voorlichting, ook gedragsbeïnvloedende modaliteiten van communicatie, onder zekere voorwaarden, zijn toegestaan.

Werkmodel voor praktijk van overheidscommunicatie

Is de scheiding der geesten op te heffen? Wellicht met het ontwikkelde werkmodel voor de praktijk van de overheidscommunicatie (zie afbeelding) waaruit iedere voorlichter die keuzen kan maken die stroken met zijn opvatting over overheidscommunicatie, of hij instrumentalistisch of ideologisch denkt, precies of rekkelijk wil zijn. Het model bestaat uit de volgende onderdelen:

1. Overheidscommunicatie als totaalbegrip voor minstens vier modaliteiten: voorlichting, public relations, propaganda en reclame. Er is ruimte voor andere als b.v. marketing en promotion.
2. Overheidscommunicatie kent qua doelstelling een instrumentalistische variant die bij uitstek is gericht op hulp bij beleidsrealisatie, en een ideologische variant, met sterke nadruk op participatiebevordering.
3. Een pakket normen: die van de voorlichter, van het vak, van de organisatie en van de samenleving. Evenals de onder 4. te noemen grenzen bepalen deze normen niet alleen de keuzen uit het werkmodel, ze hebben ook een sturende waarde voor het communicatieproces in het politieke systeem.
4. Een pakket grenzen: de grenzen tussen de modaliteiten (hoewel niet scherp te trekken), de grenzen in het beleidsproces en de grenzen die voortkomen uit de noodzakelijke voorwaarde van de politieke controleerbaarheid.

Het werkmodel is een "communicatie-automatiek", waaruit voorlichters (en bestuurders) aan de hand van hun eigen normen en grenzen, hun eigen voorkeur voor te gebruiken communicatie-modaliteiten en hun ideeën over doelstellingen van overheidscommuni-

catie een keuze kunnen doen. Zowel Instrumentalisten als Ideologen, Preciezen als Rekkelijken vinden in dit model alles wat ze nodig hebben om als communicatie-adviseur gewetensvol en effectief in het openbaar bestuur te kunnen functioneren.

Media en overheidsmedia in participatie-democratie

Er zijn nu relatielijnen getrokken tussen democratie, politieke participatie en overheidscommunicatie. De vraag is nu: welke functies hebben media en overheidsmedia in een democratisch bestel?

Volgens Geissler moeten media "politische Basiskommunikation" creëren. Ze moeten de verbindingsschakel vormen tussen de "aktive Oeffentlichkeit" en de "passive Oeffentlichkeit", dus tussen de politieke top in onze samenleving, bestaande uit mensen die actief aan het politieke proces deelnemen (samen ten hoogste vijf procent van onze burgers), en de "silent majority" van burgers die slechts participeren door het periodiek invullen van een stembiljet. Geissler ziet uit staatsrechtelijke, politicologische en communicatie-wetenschappelijke literatuur "vor allem vier normative Funktionen" steeds weer opduiken, namelijk:

a. De articulatiefunctie die inhoudt dat de media tot taak hebben "die Vielfältigkeit des Volkswillens zu artikulieren en den politisch verantwortlichen nahezubringen."

b. De kritiek- en controlefunctie die de media als "Wortführer der Öffentlichen Meinung" de opdracht geeft "Regierung, Parteien, Parlament, Verwaltung, Rechtsprechung, Verbände und andere Institutionen zu kritisieren und zu kontrollieren."

c. De informatiefunctie die de media de plicht oplegt "die in Öffentlichen Leben stehenden Personen vorzustellen und dem Bürger einen Eindruck von Ihnen zu vermitteln." Ook moet het politieke gebeuren doorzichtig worden gemaakt voor de burger zodat hij zich een beeld daarvan kan vormen.

d. De socialisatiefunctie, de "politische Erziehung" die "Heranbildung und Aktivierung von Staatsbürgern die sich am politischen Prozess beteiligen" beoogt.³¹

Kritische benadering van mediafuncties

De jaren zestig kenden een ommekeer in het geloof in het functioneren van de media in een democratisch bestel. Volgens Hollander is het vooral de eensgezindheid in de kritiek op de bestaande grootschalige media geweest die de basis heeft gevormd voor het denken over kleinschalige vormen van openbare communicatie.³² Bierhoff ziet zo'n tweede informatiestroom ontstaan omdat de formele media een dubbele diskwalificatie ondergaan: in de eerste plaats genieten ze geen vertrouwen en in de tweede plaats geven ze geen aandacht en ruimte aan kleine zaken.³³

Er ontstaan allerlei kleinschalige vormen van massacommunicatie, zoals de kritische stadspers, wijk- en buurtbladen, muurkranten, media van actie- en pressiegroepen, affiches, pamfletten, stencils, buurpraat, discussiebijeenkomsten enzovoort; deze hebben vooral een functie bij articulatie, meningsvorming, uitwisseling en discussie.³³ Müller gebruikt hiervoor de term "perifere openbaarheid", om daarmee het buiten-parlementaire, oppositionele, minder-geïnstitutionaliseerde karakter ervan te onderstrepen. Voor hem vallen deze kleinschalige media onder de informele massacommunicatie die ontstaat wanneer men met zijn boodschap niet (meer) bij de geïnstitutionaliseerde media terecht kan of wil, wanneer de "nieuwe" zender vanuit zijn intentie tot openbaarmaking het vertrouwen in de bestaande media verloren heeft en twijfelt aan de legitimiteit van de verspreide boodschappen.³⁴ Naast de formele media als dagbladen, huis-aan-huisbladen, nieuwsbladen, radio en televisie (landelijk, regionaal en lokaal), die als waakhonden van de democratie func-

tioneren, verzorgen de informele of alternatieve media een tweede informatiestroom, ook voor het openbaar bestuur. Deze alternatieve media, die als wekhonden de democratie wakker moeten houden, zijn voortgekomen uit de onvrede van maatschappij-kritische groepen met het functioneren van de formele media in het democratische systeem en ook uit onvrede met het functioneren van het openbaar bestuur.

Vanwaar deze onvrede over de media, dat wantrouwen, die kritiek? Waarom kunnen veel groepen niet meer bij de geïnstitutionaliseerde media terecht? "Kommunikation bedeutet immer Selektion", stelt Geissler. "Der Kommunikator wählt bewusst oder unbewusst einige ihm wichtig erscheinende Dinge und Zusammenhänge aus einer unendlich grossen, unendlich differenzierten und unendlich interdependenten. Totalität aus und reproduziert sie mehr oder weniger "verzerrt" und mehr oder weniger werthaltig in seinem Kommuniké."³⁵⁾ Het uiteindelijke bericht of artikel zal nooit een "Abbild der Wirklichkeit" vormen. Media geven, doordat ze selecteren, een vertekend beeld van de werkelijkheid. De èen waardeert dat beeld, een ander niet. Zo ontstaan wantrouwen en ontevredenheid. Journalisten moeten wel selectiecriteria hanteren om uit de overvloed van nieuws te kiezen. Deze selectiecriteria gelden in algemene zin, onverschillig of een medium in haar verschijningsgebied concurrentie van andere media ondervindt of niet.

Specifieke problemen kenmerken de zogenaamde one-paper-cities, steden en dorpen waar (nog) slechts één dagblad verschijnt. Persconcentraties hebben deze ontwikkeling in de hand gewerkt.³⁶⁾

Uit een in 1981 gehouden onderzoek bleek dat 36 procent van de Nederlandse bevolking slechts één lokaal of regionaal dagblad kon lezen, dat 50 procent uit twee dagbladen kon kiezen en 14 procent uit drie of meer. Eén van de drie Nederlanders kon het regionale en lokale nieuws dus maar in één

dagblad lezen.³⁷⁾ Op dit moment zijn van alle grote gemeenten boven plm. 75.000 inwoners Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Arnhem geen one-paper-cities, steden waar één dagblad het voor het schrijven heeft.

Sommigen menen dat het ontbreken van externe pluriformiteit, dus de afwezigheid van een tweede dagblad in een stad of een regio, wordt opgeheven door interne pluriformiteit waarbij het om verschillen gaat binnen het informatieaanbod van èen dagblad.³⁸⁾ Aannemelijker lijkt dat interne pluriformiteit juist leidt tot "neutraliteit of weinigzeggendheid", zoals de redactie van De Waarheid het eens verwoordde.

Er zijn in Nederland geen onderzoeksresultaten bekend die één van beide beweringen staven. Wel is de naadloze verbreding van de regionale pers (steeds meer opiniëring en meer nationale en internationale nieuwsvoorziening), zeker relatief beschouwd, ten koste gegaan van de aandacht voor het lokale en regionale gebeuren.³⁹⁾ Over de marktgerichte neutralisering van de opiniëring en de keuzecriteria valt slechts veronderstellenderwijs iets te zeggen. Veel regionale dagbladen laten zich bij hun positiebepaling uiteraard leiden door de veronderstelde of gemeten voorkeuren van hun lezerspubliek, waardoor vervlaking van berichtgeving, van achtergrondbelichting en van commentariëring een kans krijgt. "Anpassungsjournalismus" heet dit verschijnsel in de duitstalige literatuur.⁴⁰⁾

Van Cuilenburg en McQuail menen optimistisch dat in Nederland het verschijnsel van de one-paper-city zich niet snel zal voordoen, omdat over het algemeen regionale kranten in een concurrentieverhouding staan met andere media: vaak een ander regionaal dagblad, soms een regionale of lokale omroep, in toenemende mate huis-aan-huisbladen en wijk- en buurtbladen, en in alle gevallen landelijke kranten.⁴¹⁾

Ten aanzien van het lokale nieuws is

deze constatering aanvechtbaar. Er zijn zoveel verschillen tussen een dagblad en andere in dezelfde stad of regio verschijnende gedrukte media (kwaliteit van het nieuws, achtergrondbelichting, commentaar, frequentie, dekkingpercentage enzovoort) dat het voor de hand ligt dat in zo'n one-paper-city sprake is van een niet onaanzienlijke informatieverstraling, zowel kwalitatief als kwantitatief, en eveneens van een bedenkelijke externe pluriformiteit, die zeker niet teniet wordt gedaan door de interne pluriformiteit van het enige dagblad. Evenmin als huis-aan-huis-bladen, nieuwsbladen en advertentiebladen kunnen wijken buurtbladen op gelijke voet concurreren met het regionale of lokale dagblad; alleen al door hun veel beperktere bereik en de navenante accenten op de gepresenteerde informatie. Lokale en regionale radio en televisie zijn in ons land nog onvoldoende ontwikkeld om in het algemeen en dus ook in een one-paper-city een rol van enige importantie te kunnen spelen in de lokale of regionale nieuwsvoorziening. In dit kader interessante resultaten leverde een onderzoek op dat in de one-paper-cities Deventer en Apeldoorn en in de two-paper-city Arnhem werd gehouden. Het bleek dat in de one-paper-cities gemeentelijke berichten in het lokale dagblad later werden geplaatst dan in de twee Arnhemse dagbladen. Het ontbreken van concurrentie bleek van invloed op de selectiecriteria. Ondervraagde journalisten uit de twee eerstgenoemde gemeenten constateerden dat de snelheid en de alertheid minder zijn, dat ook de concurrentie tot betere journalistiek leidt, dat er gemeentelijk nieuws blijft liggen. Arnhemse journalisten signaleerden (positieve maar ook negatieve) verschillen met de twee andere steden: de gemeente kan in de Arnhemse kranten meer berichten kwijt, er worden andere selectiecriteria gehanteerd, er worden afspraken gemaakt om bepaalde berichten met een lage nieuwswaarde niet te publiceren, berichten worden eerder en sneller mee-

genomen en haastwerk leidt soms tot mindere kwaliteit.⁴²⁾ Toch lijkt de conclusie houdbaar dat het verschijnen van slechts één dagblad in een dorp, stad of regio een negatieve uitwerking heeft op het democratische functioneren van een dagblad in een lokale of regionale samenleving.

Er zijn drie conclusies uit het bovenstaande te trekken, te weten:

1. Naast de formele media zijn de alternatieve media een tweede informatiestroom gaan verzorgen, die ook de communicatie tussen het openbaar bestuur en het publiek beïnvloedt.
2. De selectiecriteria van journalisten zijn oorzaak dat een groot deel van het nieuwsaanbod (en dus ook veel nieuws van de overheid) de redactionele kolommen niet bereikt.
3. Het verschijnen van slechts één dagblad in dorp, stad of regio heeft een negatief effect op het maatschappelijk en democratisch functioneren van dat dagblad in een lokale of regionale samenleving.

Eigen media als reactie van openbaar bestuur

De vraag is: hoe reageert het openbaar bestuur als de bestaande media hun democratische functies niet volledig kunnen waar maken?

Ten aanzien van de eerste conclusie: formele en alternatieve media spelen een rol in de relatie tussen overheid en burgerij. De formele media leveren naast nieuws en achtergronden ook commentaar, als waakhonden van de democratie. De alternatieve media staan als wekhonden over het algemeen bol van (on)terechte kritiek op de overheid. Beide groepen media kiezen, knippen en kleuren: ze selecteren streng en veel (overheids)nieuws verdwijnt in de prullebak; ze korten sterk in en geven het overgeblevene vaak een kleurtje, de tint van de formule, de maatschappijvisie of de levensbeschouwelijke opvatting van de krant. De alternatieve media zijn veelal kritischer en blaffen hard en veel tegen het gevestigde gezag.⁴³⁾

Er is nu in de ogen van het openbaar bestuur een situatie gegroeid waarin de twee informatiestromen, van de formele media en van de alternatieve media, de burgerij onvoldoende op de hoogte brengen over activiteiten van het openbaar bestuur.

Een oplossing is: een eigen medium, dat de derde informatiestroom gaat verzorgen, die van de overheid rechtstreeks naar het publiek. De eigen media proberen evenwicht te brengen in de informatievoorziening over het overheidsgebeuren naar het publiek. Een essentiële voorwaarde is dat eigen media alleen inzetbaar zijn wanneer de formele en/of alternatieve media hun democratische functies in zo'n samenleving (blijven) vervullen, om niet het gevaar te lopen dat overheidsmedia een autoritair karakter krijgen. De tweede conclusie luidde dat de selectie door journalisten oorzaak is dat veel nieuws niet wordt gepubliceerd. Toen Tunstall in 1977 schreef dat de wereld in toenemende mate zou opdelen in kleine eenheden en etnische identiteitsgroepen en dat nieuwe trends in de media lokalisme en separatisme zouden aanmoedigen,⁴⁴⁾ hield hij achter de feiten aan. In de eerste jaren zeventig was "klein is fijn" de achterliggende gedachte geworden van een "société departementée", had massaliteit diversiteit opgeroepen. Behoeften van individuen waren gericht op de directe omgeving, ook op het gebied van de informatievoorziening. Om maatschappelijk te kunnen blijven functioneren, hadden burgers informatie uit hun straat, buurt of wijk nodig. Maar het openbaar bestuur vond dat de lokale en regionale media niet of nauwelijks op deze maatschappelijke ontwikkeling inspeelden. Nieuws uit straten, buurten en wijken had veelal té weinig nieuwswaarde om de selectiecriteria te overleven en de kolommen te halen. Was het onbegrijpelijk dat de overheid zelf het "gat in de markt" opvulde met eigen media?

Geheel parallel met deze ontwikkeling groeide de openbaarheid van bestuur, vooral na het verschijnen van het rap-

port van de commissie-Biesheuvel in 1970. De toenemende openbaarheid betekende een wassende stroom overheidsinformatie waarvoor in de redactiekolommen niet voldoende plaats was. Misschien mag in dit verband het openbaar bestuur het verwijt worden gemaakt dat ze té licht dacht over de ruimtelijke en ook principiële mogelijkheden van een dagbladredactie en hun eisen derhalve te hoog stelde. In elk geval leken eigen media een verantwoorde oplossing.

Van belang is voorts de in de laatste decennia sterk gegroeide overheidsbemoeyenis op diverse terreinen. Dat betekende steeds meer wetten en uitvoeringsregelingen. Overheidsvoorlichters maakten dan ook steeds meer gebruik van eigen communicatiemiddelen, zoals films, folders, informatiekranten enzovoort. Veel nieuws van de overheid bleef namelijk ongepubliceerd omdat het nieuwscriterium een té smalle basis bleek voor de communicatie tussen overheid en burger.⁴⁵⁾ Het valt te begrijpen dat journalisten niet veel op hebben met overheidsmedia, die immers een deel van de functies van hun media overnemen. Uit een in 1981 gepubliceerd onderzoek naar de relatie tussen pers en overheid in Gelderland en Overijssel bleek dat journalisten vonden dat het dagblad de beste boodschapper van de overheid is. Voorlichters daarentegen meenden dat het nieuws van bij voorbeeld een gemeente het best wordt weergegeven in een huis-aan-huis bezorgde bewonersbrief, om daarna – in deze volgorde – de eigen gemeentekrant, het dagblad, het nieuwsblad en het huis-aan-huis-blad te noemen.⁴⁶⁾ Wat betreft de derde conclusie over de one-paper-cities: als de overheid meent dat er iets schort aan het democratisch functioneren van een dagblad of een ander medium dat voor haar informatievoorziening naar het publiek van groot belang is, zoekt zij wegen om één of meer van de vier democratische functies van een dagblad zelf vorm en inhoud te geven in een eigen medium. De Stadskrant van de gep-

meente Rotterdam, een more-paper-city met twee dagbladen en een serie huis-aan-huis- en advertentiebladen, brengt "informatie die (. . .) op dat moment voor de "echte" kranten niet interessant (meer) is". De Stadskrant komt bovendien niet op het terrein van de "echte" kranten: nieuws wordt altijd eerst aan de kranten aangeboden. Het zou ook voor de gemeente nadelig zijn, wanneer de Stadskrant de kranten in de stad concurrentie zou gaan aandoen.⁴⁷⁾

Functies van overheidsmedia

Overheidsmedia vullen dus leemten in het functioneren van de formele en de alternatieve media op. De vraag is bij welke democratische mediafuncties dat het geval is.

Op dezelfde wijze als door anderen uitgegeven media kunnen overheidsmedia een belangrijke taak vervullen in socialisatieprocessen. Verschillen zijn er niet te ontdekken. De overheidsmedia behoeven zich zelfs niet tot een aanvullende rol te beperken, ze kunnen zonder enig bezwaar een initiërende en stimulerende functie vervullen. Ook liggen er nog nauwelijks geëxploiteerde mogelijkheden voor samenwerking: de overheid kan de media op vele manieren stimuleren en ondersteunen bij het uitoefenen van deze functie, en daarnaast eigen media hanteren om het politieke bewustzijn en de politieke kennis en vaardigheden van de staatsburgers te vergroten.

Beperkingen gelden voor de articulatiefunctie. De overheid dient zich terughoudend op te stellen in haar mediumgebruik en kan zich slechts bezighouden met haar aanvullende rol wanneer dat noodzakelijk en onontkoombaar zou blijken. De articulatie van wensen of behoeften van de burgers in de richting van de overheid is vooral een taak van de (in)formele media; deze dienen de overheid te attenderen op in buurten en wijken, bij groepen en disciplines levende behoeften die wellicht de status van poli-

tiek issue zouden kunnen bereiken. Er zou een wat merkwaardige situatie ontstaan wanneer de overheid zichzelf door een publicatie in een eigen krant of eigen blad zou attenderen op problemen van groepen in de samenleving die zichzelf moet (helpen) oplossen. Uiteraard kunnen overheidsmedia burgers wel opwekken hun wensen en verlangens kenbaar te maken. De kritiek- en controlefunctie blijft een privilege van door anderen uitgegeven media, als waak- en wekhonden van de democratie. De overheid kan door het gebruik van eigen media slechts de informatie aanreiken die de media verleidt of opwekt tot waken en wekken. Zodoende kunnen media bij voorbeeld steun verlenen aan de inspraakbevorderende doelstelling van overheidscommunicatie.

Bestuurders en ambtenaren mogen de kritiek van de media niet ongebruikt naast zich neerleggen. Belangrijk is dat de media zodoende een bijdrage leveren aan de politieke meningsvorming die deze burger van pas kan komen wanneer hem wordt gevraagd mee te denken en mee te praten bij de ontwikkeling van overheidsbeleid. De informatiefunctie van de media speelt een wezenlijke rol bij de communicatieve activiteiten rondom de implementatie van het aanvaarde beleid. Deze functie kan zonder enige beperking door overheidsmedia worden overgenomen.

Samenvattend: overheidsmedia kunnen de socialisatiefunctie en de informatiefunctie op dezelfde wijze uitoefenen als de formele en de alternatieve media. De kritiek- en controlefunctie blijft voor de overheid verboden terrein. De articulatiefunctie vraagt bedachtzame terughoudendheid.

Overheidsmedia die dus de leemten in de democratische functies van media opvullen, hebben een belangrijke functie bij het realiseren van de hoofd-doelstelling en de daarvan afgeleide doelstellingen van overheidscommunicatie. Ten aanzien van de doelstelling over politieke en bureaucratische socialisatie en de doelstelling over de

signalering en articulatie geldt hetzelfde als hierboven beschreven voor de overname van de desbetreffende mediafuncties. Bij het realiseren van de doelstelling over inspraakbevordering hebben de eigen media de belangrijke rol de burgers voor te lichten over de voornemens en de plannen van de overheid. Wel geldt de beperking dat in deze beleidsfase alleen de zuivere voorlichting (openbaarmaking, verklaring, toelichting) toegestaan is. De burger moet zonder door de overheid te worden beïnvloed zich een oordeel kunnen vormen over beleidsvoornemens. Deze beperkende voorwaarde geldt niet voor de taak van de overheidsmedia bij de implementatie van het democratisch aanvaarde beleid. Overheidsmedia kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de bekendmaking van het aanvaarde beleid en aan het realiseren van dat beleid. Samenvattend: bij het realiseren van de hoofddoelstelling en de daarvan afgeleide doelstellingen van overheidscommunicatie zijn overheidsmedia verantwoord toe te passen bij het realiseren van de doelstelling over politieke en bureaucratische socialisatie, van de doelstelling over inspraakbevordering en van de doelstelling bij het implementeren van het democratisch aanvaarde beleid. Bij de doelstelling over signaleren en articuleren past bedachtzame terughoudendheid.

Voorwaarden

De vraag van de probleemstelling of in een parlementaire democratie een overheid(sinstantie) eigen media mag gebruiken om doelstellingen van overheidscommunicatie te realiseren, kan positief worden beantwoord. Wel moet aan de volgende zeven voorwaarden worden voldaan:

1. Overheidsmedia moeten worden gerekend tot de voorwaardenschepende activiteiten van de overheid om de effectuering van het grondwettelijk recht op vrije meningsuiting te bevorderen.

De gegeven informatie mag niet strij-

dig zijn met de negen algemene uitzonderingsgronden voor openbaarheid die zijn neergelegd in artikel 4 van de Wet openbaarheid van bestuur.

2. De ethische normen van de voorlichter, van het vak en van de organisatie moeten het gebruik van eigen media door een overheid(sinstantie) toestaan.

3. In inhoudelijke zin mag in overheidsmedia over onderwerpen die zich in de beleidsvoorbereidende fase bevinden, alleen voorlichting (= openbaarmaking, verklaring en toelichting) worden gegeven. Wanneer onderwerpen democratisch aanvaard beleid betreffen, geldt deze beperking niet.

4. De inhoud van overheidsmedia moet (achteraf) politiek controleerbaar zijn. Dat betekent dat de gekozen volksvertegenwoordigers gelegenheid moeten hebben het redactionele beleid te beoordelen en eventueel op basis van hun bevindingen bij te sturen.

5. Een overheid(sinstantie) mag alleen eigen media inzetten wanneer in het verspreidingsgebied èèn of meer formele en/of alternatieve media hun democratische functies (blijven) vervullen, om te voorkòmen dat overheidsmedia het karakter van een autoritair medium krijgen.

6. Overheidsmedia, vaak ingezet om lacunes in het democratische functioneren van door anderen uitgegeven media op te vullen, passend binnen de ideeën over de sociale verantwoordelijkheid van de media, kunnen niet alle mediafuncties overnemen. De waakhondfunctie (kritiek- en controlefunctie) blijft voor de overheid verboden terrein. De articulatiefunctie vraagt terughoudendheid.

7. Overheidsmedia kunnen verantwoord worden gebruikt bij het realiseren van de doelstellingen van overheidscommunicatie; alleen ten aanzien van de doelstelling over signalering en articulatie past terughoudendheid.

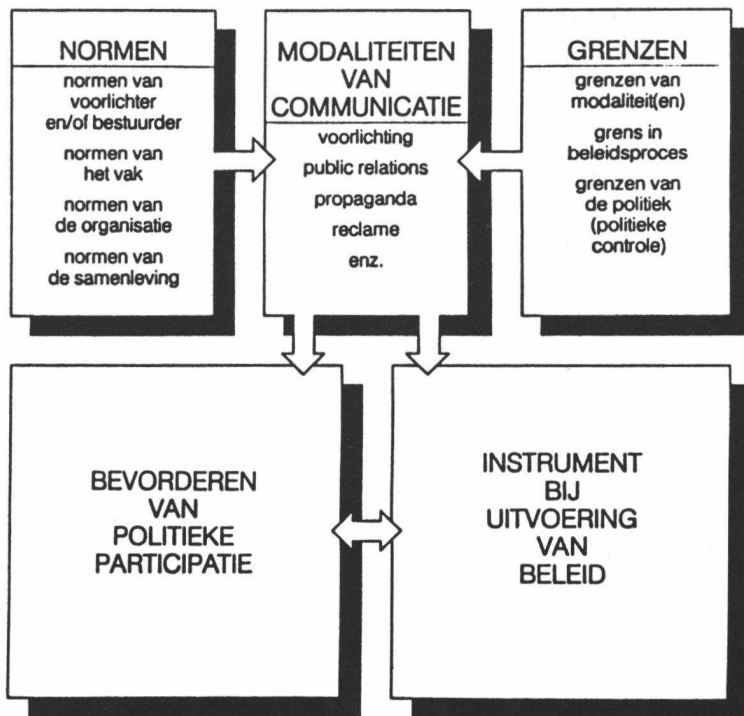
Bijschrift bij model

De ingangen van dit model liggen voor alle vier stromingen bij de normen en de grenzen. De precieze voorlichter hanteert zijn eigen norm, die hij wellicht tot norm voor het vak heeft verheven, wellicht zelfs tot een communicatieve norm voor de organisatie waarvoor hij werkt. Voor hem is de grens in het beleidsproces van geen belang voor zijn keuze uit de modaliteiten, terwijl de grenzen van zijn gekozen modaliteit – de zuivere voorlichting dus – ook bekend zijn. De modaliteit voorlichting kan de voorlichter behulpzaam zijn bij zowel het realiseren van het beleid als voor het bevorderen van participatie, al vormen beide geen rechtstreekse doelstelling voor een precieze voorlichter die immers een grote autonomie aan de burger toekent.

Een rekkelijke voorlichter hanteert ruimere normen, die hij zowel in het vak als in zijn organisatie zal ontdekken. Voor hem is de grens die wordt getrokken door de fase van het beleidsproces, wel belangrijk. Hij zal zich immers bij beleid dat nog in ontwikkeling is, moeten beperken tot de zuivere voorlichting, terwijl hij bij aanvaard beleid ook de andere modaliteiten kan toepassen. Het verdere verloop van de weg van deze voorlichter door het werkmodel wordt bepaald door zijn doelstelling: wil hij overheidscommunicatie zien als een hulpmiddel om beleid te realiseren, dan kiest hij de daarvoor aangegeven route, waarbij hij zich niet direct bekommert om het mogelijke optreden van het neveneffect van politieke participatie. Kiest een voorlichter als hoofddoelstelling de participatiebevordering, dan vindt hij in dit model ook een weg; deze voorlichter zal zich overigens wel bekommeren over het bijkomende effect van beleidsrealisatie, juist omdat in zijn denken over overheidscommunicatie de instrumentalistische en de participatiebevorderende component aanwezig zijn.

De instrumentalistische voorlichter en de meer op ideologische basis opererende voorlichter vinden in dit werkmodel gemakkelijk hun wegen naar beleidsrealisatie en/of politieke participatie, na hun keuzen ten aanzien van de normen en de grenzen en de in hun communicatie-doelstelling passende modaliteit.

WERKMODEL VOOR PRAKTIJK VAN DE OVERHEIDSCOMMUNICATIE



NOTEN

1. Het weekblad Adformatie onthulde op 21 november 1985 (pp. 1.6) dat het ministerie van Financiën een eigen blad met advertenties van derden op de markt wilde brengen. Volgens Vrij Nederland van 14 december 1985 schreef de NOTU een brief aan de minister waarin deze organisatie van tijdschriftuitgevers liet weten "met stijgende verbazing" te hebben kennisgenomen van deze plannen. De NDP reageerde in de tweede helft van december 1985 in dezelfde geest.
2. Dit artikel is een samenvatting van mijn doctoraalscriptie: W.H. Nijhof, *Waakhonden, wekhonden en overheidsmedia, over democratie, politieke participatie, overheidscommunicatie en (eigen) media*, Apeldoorn, Comm/Media, 1985. Besteladres: Comm/Media, Jachtlaan 272, 7312 GT Apeldoorn, tel. 055/552201.
3. Zie voor een uitvoeriger beschrijving: J.G. Stappers, *Massacommunicatie, een inleiding*, Amsterdam, Wetenschappelijke Uitgeverij, 1973, pp. 162 e.v.
4. In een bescheiden inventarisatie heeft de auteur in zijn studie over overheidsmedia de eigen media betrokken van de gemeenten Amsterdam, Apeldoorn, Deventer, Goes, Den Haag, Maassluis, Nijmegen, Oss, Rheden, Roosendaal en Nispen, en Rotterdam; van de departementen van Binnenlandse Zaken; Onderwijs en Wetenschappen; Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu; Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur; Financiën en Verkeer en Waterstaat; de provincie Noord Brabant.
5. Zie: W.H. Nijhof, "Overheidscommunicatie straks", in: W.H. Nijhof en J. Katus, *Overheidsvoorlichting op een breukvlak*, Oldenzaal, Dinkeldruk, 1983, pp. 59-87.
6. W.A. Kelso, *American Democratic Theory*, Westport, Greenwood Press, 1978, p. 7.
7. Zie: W.H. Nijhof, "Het Grote Ongelijk van Sociaal-Democraten", in: *Cahiers PR en Voorlichting*, jrg. 9, nr. 1, april 1985, pp. 22-28.
8. P. Kalma, *De illusie van de "democratische staat"*, Deventer, Kluwer, 1983, p. 135.
9. Zie: D. Easton, *A Systems Analysis of Political Life*, New York, 1965.
10. H. Daudt, "Legitimiteit en legitimatie", in: *Beleid en maatschappij*, 1975, nr. 1, pp. 15-16.
11. J.M. de Meij, *Overheid en uitingsvrijheid*, WRR-rapport M1, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, p. 41.
12. De Meij, op. cit., p. 40.
13. De Meij, *ibid.*, p. 96.
14. *Nota overheidsbeleid op het terrein van de informatie*, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1980-1981, nr. 1-2, p. 9, geciteerd in: De Meij, *ibid.*, p. 101.
15. Zie: F.S. Siebert et al., *Four Theories of the Press*, Urbana, 1956, p. 94 e.v.
16. M. Vlasblom, "Drukkers en vrijheid van meningsuiting", in: *Massacommunicatie*, jrg. 6, p. 157.
17. Vlasblom, op. cit., p. 175.
18. De Meij, op. cit., p. 21.
19. De Meij, *ibid.*, p. 22.
20. Zie onder meer: L.H.M. Daemen, *Wet openbaarheid van bestuur*, Deventer, Kluwer, 1980.
21. "Aanwijzingen inzake openbaarheid van bestuur", *Staatscourant*, 1980, nr. 6, gerechtigd in: *Staatscourant*, 1980, nr. 11; de geciteerde tekst is nummer 22 van de Aanwijzingen.
22. E.P. Bakker en G. Gerding, "Voorlichting is nog geen informatie", in: *Intermediair*, jrg. 19, nr. 7, 1983, pp. 27, 31.
23. Zie noot 5 en noot 7.
24. A.F.A. Korsten, *Het spraakmakende bestuur*, Den Haag, Vuga, 1979, p. 3 e.v.
25. In de in noot 5 en noot 7 genoemde publikaties zijn deze vier doelstellingen aangeduid als functies van overheidscommunicatie. In de doctoraal-scriptie zijn die oorspronkelijke functies omgezet in vier doelstellingen, afgeleid van de hoofddoelstelling.
26. A. van der Meiden en G. Fauconnier, *Profiel en professie*, Leiden, Stenfer Kroese, 1982, p. 38.
27. Zie: P. Winsemius, "Klantgericht werken van de overheid", in: *Staatscourant*, 14 mei 1985, nr. 92.
28. H.D. Tjeenk Willink in inleiding tijdens symposium "Actuele vraagstukken van de overheidsvoorlichting", gehouden op 29 mei 1985 aan de Rijksuniversiteit te Leiden.
29. Zie: *Doelstellingen voor voorlichting bij lagere publiekrechtelijke lichamen*, Arnhem, VVA, 1973; *Rapport Werkgroep Heroverweging Voorlichting Rijksoverheid*, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1984; H. Schelhaas, *De informatieplicht van de overheid*, Zwolle, Waanders, 1979; A.W. van den Ban, *Inleiding tot de voorlichtingskunde*, Boom, Meppel/Amsterdam, 1982; J. Katus, *Volkstelling in opspraak*, Den Haag, Vuga, 1984; E. Dekker, *Overheidsvoorlichting in de verzorgingsmaatschappij*, Rotterdam, 1969.
30. De benamingen Preciezen en Rekkelijken zijn afgeleid van de bijnamen van de Gomaristen en de Arminianen, die in het begin van de zeventiende eeuw in felle godsdiensttwisten verwickeld waren en respectievelijk een zuivere en een meer rekkelijke visie aanhingen.
31. R. Geissler, *Massamedien, Basiskommunikation und Demokratie*, Tübingen, 1973.
32. E.H. Hollander, *Kleinschalige massacommunicatie, lokale omroepvormen in West-Europa*, WRR-rapport M2, 's-Gravenhage, 1982, p. 18.
33. J. Bierhoff, "Stadskranten; een tegenbeweging", in: *Massacommunicatie*, jrg. 11, nr. 3, pp. 137-148.
34. W.A.J. Möller, *Openbaarheid tegen de muur*, doctoraal-scriptie KU Nijmegen, 1980.
35. Geissler, op. cit., p. 55.
36. Zie: F. Kempers en J. Wieten, *Journalisten en persconcentraties*, Amsterdam, Universiteit van Amsterdam, 1975; M. Rooij, *Kranten, dagbladers en maatschappij*, Amsterdam, Wetenschappelijke Uitgeverij, 1974; J.J. van Cuilenburg en D. McQuail, *Media en pluriformiteit*, WRR-rapport M8, 's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1982.

37. *De Journalist*, bijlage "Kranten in de regio", 20 januari 1982, nr. 4.
38. Van Cuilenburg en McQuail wijzen in *Media en pluriformiteit* op desbetreffende uitlatingen van de NOTU (Nederlandse Organisatie van Tijdschrift-Uitgevers), Het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteurs en de NDP (Nederlandse Dagblad Pers). Eenzelfde standpunt verkondigt T. Wentink in: "Mediabeleid doorgelicht", in: *Massacommunicatie*, jrg. 3, 1975, nr. 3, p. 65.
39. Van Cuilenburg en McQuail, op. cit., p. 121.
40. Zie Geissler, op. cit., p. 78.
41. Van Cuilenburg en McQuail, op. cit., p. 175.
42. Zie: *Tussen de sluisdeuren*, Eindrapport onderzoek naar rol van media en intermediaire kaders in communicatieprocessen, Utrecht, Rijksuniversiteit, 1981, pp. 56.57. Knoche en Schulz ontdekten dat concurrentie tussen media de eierzucht van journalisten vergroot en tot betere prestaties aanspoort (geciteerd in: E. Noelle Neumann et al., *Streitpunkt lokales Pressemonopol*, z.p., 1976, p. 68).
43. E.H. Hollander en J.G. Stappers, "Kleinschalige massacommunicatie; kanttekeningen bij een verschijnsel", in: *Massacommunicatie*, jrg. 11, 1983, nr. 3, pp. 107-113.
44. J. Tunstall, *The media are American; anglo-american media in the world*, Londen, 1977.
45. *Rapport Werkgroep Heroverweging Voorlichting Rijksoverheid*, op. cit., p. 45.
46. *Over waakhonden en buitenbeentjes*, Rapportage van een onderzoek naar de relatie pers-overheid in Gelderland en Overijssel, Apeldoorn, 1981, p. 10.
47. Gemeente Rotterdam, *Formule Stadskrant*, 1978, pp. 1-3.

Frans Willem Winkel

Politienieuws en schade: toetsingsonderzoeken rond etnische referenties in misdaadberichten

Op grond van diverse sociaal-psychologische gezichtspunten werd eerder (vgl. Winkel 1985) het vermoeden geformuleerd dat etnische referenties, dat wil zeggen verwijzingen naar de buitenlandse nationaliteit of etnische afkomst van verdachten, in politieberichtgeving over geregistreerde criminaliteit in kranten schadelijke uitwerkingen kunnen hebben. Onder meer twee soorten schadelijke effecten werden daarbij onderscheiden, nl. individuele en collectieve schade. Individuele schade verwijst naar de door het bericht opgewekte roep om een hardere strafrechtelijke behandeling van de in het bericht beschreven verdachte van buitenlandse origine. Collectieve schade verwijst naar het door het krantebericht opgewekte stigmatiseringsproces, waarbij alle of meerdere leden van de etnische groep, waartoe de beschreven verdachte behoort, in een crimineel daglicht worden geplaatst.

Het theoretisch fundament van zulke schadelijke effecten van misdaadberichtgeving in kranten wordt onder meer gevormd door het sociaal-psychologische categoriseringseffect, het pars pro toto- of kleine aantallen-effect en het saillantie-effect. Het bredere theoretische raamwerk, waarbinnen die effecten passen hebben we eerder gedetailleerd beschreven. Wij volstaan hier dan ook met een zeer beknopte typering voor de duidelijkheid. Het categoriseringseffect houdt in dat het in kranten maken van onderscheid tussen groepen (vgl. etnische referenties in berichten), waarbij een "wij-zij-inferentie" mogelijk wordt gemaakt, als zodanig al een voldoende voorwaarde vormt voor het opwekken van opvattingen, emoties en gedrag die een benadeling of een negatieve toonzetting inhouden tegenover leden van de groep, waartoe men zelf niet behoort,

de "zij-groep". Het pars pro toto-effect houdt in dat gedragingen, bijvoorbeeld de in een krant beschreven gedragingen, van één of enkele leden van een groep, door waarnemers (lezers) gemakkelijk worden gegeneraliseerd naar alle of de meerderheid van de leden die tot die groep behoren: wat slechts een deel kenmerkt wordt geacht het geheel te kenmerken.

Een dergelijk effect blijkt vooral op te treden als de waarnemer of lezer niet tot dezelfde groep behoort als de waargenomene of "beschrevene". Het saillantie-effect houdt globaal in dat zgn. "opvallende" stimuli door waarnemers gemakkelijker in korte- en lange termijn geheugen worden opgeslagen en daaruit gemakkelijk weer aan de oppervlakte treden dan niet opvallende stimuli. Het opvallen van stimuli leidt tot een vertekende informatieverwerking. Opvallende stimuli, geplaatst in een negatieve context werden extremer negatief beoordeeld dan niet opvallende. De frequentie waarmee opvallende stimuli binnen een stimulusverzameling voorkomen wordt overschat t.o.v. de frequentie, waarmee niet-opvallende stimuli daarin voorkomen; zelfs in situaties, waarbij beide groepen van stimuli *even vaak* binnen het stimulusmateriaal voorkomen. Etnische referenties zijn ten opzichte van autochtone waarnemers opvallend omdat zij verwijzen naar leden van "zij-groepen". Voor allochtone waarnemers zijn zij opvallend in de zin dat zij betrekking hebben op de leden van de eigen groep binnen media, die doorgaans vooral aandacht besteden aan nieuws dat niet direct op hen betrekking heeft.

Het theoretische fundament van de hypothese dat etnische referenties schadelijke effecten kunnen veroorzaken wordt kortom gevormd door sociaal psychologische bouwstenen. Die

bouwstenen zijn niet ontwikkeld in een "massacommunicatieve" context. Bij het opstellen van de hypothese is met andere woorden gebruik gemaakt van analogie-redeneringen. Zo'n redenering heeft in het algemeen niet meer dan een illustratieve functie of exemplarische bewijskracht: zij vormt één van de mogelijke methoden om hypothesen op te stellen. Naar reeds eerder werd opgemerkt (Winkel 1985: 29) is voor het toetsen van de empirische houdbaarheid van de opgestelde hypothese gericht onderzoek gewenst. Aan die wens pogen we tegemoet te komen middels de thans te rapporteren onderzoeken.

Onderzoek 1

Deelnemers

De uitvoering van onderzoek 1 vond plaats in Amsterdam-Noord, gedurende een periode van ongeveer twee weken. Een mannelijke en een vrouwelijke stoepier, opgesteld bij de uitgang van het "Stadskantoor" (burgerlijke stand, sociale dienst, etc.) verzochten "toevallige" bezoekers daarvan deel te nemen aan een door de V.U. ingesteld onderzoek naar "meningen over misdaad" en hun reactie te geven op een aantal fragmenten uit kranten. Het aantal weigeraars op het totaal aantal benaderden was miniem en bedraagt nog geen 5%. Degenen, die tot deelname bereid bleken werden uitgenodigd plaats te nemen in het mobiel-laboratorium, alwaar hen door de proefleider een vragenlijst werd overhandigd. Tijdens de beantwoording werd er door de proefleider op toegezien dat de vragen in de gegeven volgorde werden afgewerkt.

Krantefragmenten

Aan de proefpersonen werden steeds twee misdaadberichten voorgelegd, die aan recente kranten waren ontleend. Het ene bericht beschrijft een verkrachting, het andere een diefstal. De experimentele manipulatie omvatte

de steeds wisselende nationaliteit van de dader, zowel in de kop boven het bericht, als in het bericht zelf. In totaal omvat het experiment drie nationaliteitsversies of experimentele condities, namelijk een Nederlandse, een Duitse en een Turkse variant. In de koppen boven de berichten is achtereenvolgens steeds sprake van de "Amsterdammer", de "Duitser" of de "Turk". In de berichten zelf komen de volgende nationaliteitsverwijzingen voor: "de 31-jarige Amsterdammer Gerard K." (verkrachting) en de "24-jarige Amsterdammer Johan D." (diefstal); de "31-jarige Duitser Gerhard K." en de "24-jarige Duitser Johann D."; tot slot "de 31-jarige Turk Achmed K. en de 24-jarige Turk Yoessef D.". Voor de duidelijkheid zijn de Nederlandse versies van de twee kranteberichten, zoals aan proefpersonen voorgelegd, hieronder volledig weergegeven. Het diefstal-bericht bevatte de volgende informatie:

AMSTERDAMMER OP DIEVENPAD: SNEL OVERMEESTERD

van een van onze verslaggevers,
Amsterdam, vrijdag

De 24-jarige *Amsterdammer Johan D.* is gisteren in de namiddag niet ver gekomen met de portemonnee die hij in een slagerij aan de Hoofddorppweg van de toonbank afgriste, nadat mevrouw Van der Meer hem daar even had neergelegd, terwijl zij boodschappen inpakte. Een getuige van de diefstal achtervolgde de *Amsterdammer*, die op de Sloterkade werd overmeesterd en aan de politie overgeleverd.

Het bericht over de verkrachting luidde als volgt:

MEISJE VERKRACHT DOOR AMSTERDAMMER

van een van onze verslaggevers,
Duivendrecht, woensdag

Een 19-jarig meisje dat gisternacht

rond vier uur uit nachtbus 76 stapte bij de halte Van der Madeweg in Duivendrecht, werd, toen zij een paar meter had gelopen, aangesproken door een medepassagier. Hij bedreigde haar met een grote schroevendraaier, deelde rake klappen uit en verkrachtte het meisje, dat zich later onder doktersbehandeling moest stellen. Op het signalement dat zij kon opgeven werd de 31-jarige *Amsterdammer Gerard K.* enkele uren later als vermoedelijke dader door de politie ingerekend.

Met uitzondering van de onderstreepte tekstgedeelten waren de misdadberichten voor alle onderscheiden condities identiek.

Variabelen

De krantefragmenten verschaffen de belangrijkste onafhankelijke variabele van dit experiment. De afhankelijke variabelen vloeien voort uit de beschreven theoretische inzichten. Ter toetsing van het optreden van individuele schade werden de proefpersonen verzocht kenbaar te maken hoeveel maanden gevangenisstraf zij voor de dader wenselijk achten, indien men een keuze kon maken tussen 0 en 50 maanden bij de diefstal en tussen 0 en 100 maanden bij de verkrachting. Ter toetsing van het optreden van collectieve schade werden aan de proef-

personen diverse vragen voorgelegd over de gepercipieerde waarschijnlijkheid van daderschap. Voorbeelden daarvan zijn de vragen "hoe waarschijnlijk of onwaarschijnlijk is het naar uw mening dat een willekeurige Nederlander – zeg maar de "gemiddelde Nederlander" – zo'n diefstal zou plegen" en "hoe waarschijnlijk of onwaarschijnlijk is het naar uw mening dat een willekeurige Turk – zeg maar de "gemiddelde Turk" – zo'n diefstal zou plegen". Bij de verkrachting werden twee gelijksoortige, op dit krantefragment afgestemde, vragen voorgelegd. Het waarschijnlijkheidsoordeel kon worden kenbaar gemaakt op 7-puntschalen, voorzien van de eindalternatieven "uiterst onwaarschijnlijk" (1) en "uiterst waarschijnlijk" (7).

Resultaten

Ter toetsing van de hypothese dat het vermelden van de etnische afkomst van daders in berichtgeving over criminaliteit het optreden van individuele of collectieve schade tot gevolg heeft zijn de gemiddelde scores op de beschreven afhankelijke variabelen onder de drie onderscheiden experimentele condities onderling vergeleken. Tabel 1 verschaft inzicht in het geobserveerde patroon in die gemiddelden, zowel bij de aangeboden verkrachting als de diefstal.

Tabel 1: Een overzicht van de gemiddelden (m) en standaarddeviaties (sd) op de geïnventariseerde afhankelijke variabelen bij aanbieding van krantefragmenten over diefstal en verkrachting, gepleegd door een Nederlandse, Duitse of Turkse dader.

Afhankelijke variabelen	Nederlander		Duitser		Turk	
	m	(sd)	m	(sd)	m	(sd)
VERKRACHTING						
strafhoogte in mnd <i>Waarschijnlijkheid daderschap</i>	56.52	(37.01)	65.71	(36.25)	62.58	(38.91)
gemiddelde Turk	3.42	(1.77)	4.11	(1.63)	3.63	(1.65)
gemiddelde Nederlander	3.52	(1.84)	4.19	(1.71)	4.41	(1.66)
DIEFSTAL						
strafhoogte in mnd <i>Waarschijnlijkheid daderschap</i>	13.09	(18.77)	10.76	(15.15)	10.24	(15.31)
gemiddelde Turk	3.79	(1.65)	3.93	(1.55)	3.95	(1.80)
gemiddelde Nederlander	4.40	(1.62)	4.83	(1.33)	4.99	(1.50)

De vraag of individuele schade optreedt kan worden beantwoord aan de hand van het patroon dat zich in de gemiddelde strafhoogte onder de experimentele condities aftekent. Wat opvalt bij een vergelijking van de twee aangeboden delicten is dat het verwachte patroon wel zichtbaar is bij de verkrachting, maar niet bij de diefstal. Bij de verkrachting wordt aan de Turkse dader ongeveer een half jaar hogere gevangenisstraf opgelegd dan aan de autochtone dader. Een nog hogere straf valt ten deel aan de Duitse dader, eveneens een dader van niet-Nederlandse afkomst. Met betrekking tot de diefstal wordt de predictie niet bevestigd. In tegenstelling tot de verwachtingen wordt de hoogste straf hier namelijk aan de Amsterdammer opgelegd. Het gesignaleerde verschil tussen de twee patronen van gemiddelden suggereert dat bij het optreden van individuele schade mede het type delict een belangrijke rol vervult. Individuele schade is kennelijk vooral waarschijnlijk bij de ernstiger vormen van criminaliteit. Gegeven het feit dat kranten in hun berichtgeving zwaardere criminaliteit overaccentueren is het experimenteel aantonen van individuele schade bij de verkrachting zeker niet zonder betekenis. Bij uitvoering van contrastanalyses op de betrokken gemiddelden blijkt bij de verkrachting sprake van een trend ($t = 1.39$; $p = 0.08$) om bij confrontatie met een buitenlandse dader een hogere straf wenselijk te achten dan bij confrontatie met een autochtone dader. Bij de diefstal doen zich geen significante verschillen of trends daartoe voor. De reden, dat "statistisch" hoogstens van een trend kan worden gesproken, is gelegen in de relatief omvangrijke spreidingen op de afhankelijke variabele. Kennelijk bestaan er aanzienlijke meningsverschillen binnen de onderscheiden groepen over de gewenste strafhoogten. Bij de verkrachting zijn de verschillen in gewenste strafhoogten tussen de experimentele condities op zich, afgezien van de trend, nogal omvangrijk.

Beantwoording van de vraag of het vermelden van de nationaliteit van daders collectieve schade tot gevolg heeft vereist een analyse van de afhankelijke variabelen rond de gepercipieerde waarschijnlijkheid van daderschap. In dit kader is vooral de vraagstelling naar de gepercipieerde waarschijnlijkheid dat de "gemiddelde Turk" een van de beschreven delicten pleegt van belang; de vraagstelling rond "de gemiddelde Nederlander" fungeert daarop vooral als controlevraag. Het geheel aan in de tabel gepresenteerde gemiddelden verschaft diverse indicaties voor het optreden van collectieve schadelijke effecten. In de eerste plaats wordt de waarschijnlijkheid dat de "gemiddelde Turk" zo'n verkrachting pleegt hoger ingeschat bij aanwezigheid van een Turkse dader in het krantebericht dan de waarschijnlijkheid dat de "gemiddelde Nederlander" zo'n delict pleegt, bij aanwezigheid van een Nederlandse dader in het krantefragment. Het verschil tussen die twee gepercipieerde waarschijnlijkheden is echter nogal gering en bij contrastanalyse niet significant. Een meer overtuigende indicator vormen de verschillen in de gepercipieerde waarschijnlijkheid dat een willekeurige Turk een verkrachting pleegt tussen de drie experimentele condities. Indien in het krantefragment sprake is van een Nederlandse dader wordt die waarschijnlijkheid het laagst ingeschat; indien sprake is van een buitenlandse dader – een Duitser of een Turk – wordt die waarschijnlijkheid het hoogst ingeschat. Bij uitvoering van een contrastanalyse tussen het krantefragment, waarin sprake is van een Nederlandse dader en die, waarin sprake is van een buitenlandse dader blijkt het betrokken verschil significant in de verwachte richting ($t = 1.83$; $p < 0.05$).

In het patroon van de bedoelde gemiddelden lijkt zich de wetmatigheid af te tekenen dat informatie over criminaliteit van buitenlanders als "informatief" wordt waargenomen, in die zin dat dergelijke informatie iets meedeelt

over de geneigdheid tot crimineel gedrag van buitenlanders. Die wetmatigheid kan nog worden uitgebreid wanneer we mede de verschillen beschouwen in de gepercipieerde waarschijnlijkheid dat een willekeurige Nederlander zo'n verkrachting pleegt tussen de experimentele condities. Deze waarschijnlijkheid wordt het laagst ingeschat indien het krantefragment betrekking heeft op een Nederlandse dader; het hoogst, indien sprake is van een buitenlandse dader. Het feit dat in het krantebericht van een Nederlandse dader sprake is is kortom "niet informatief" in de voorgaande zin: zulke informatie zegt kennelijk niets over de geneigdheid tot criminaliteit van andere Nederlanders. Onterechte generalisaties naar andere Nederlanders blijven met andere woorden bij aanwezigheid van een Nederlandse dader achterwege. Bij uitvoering van een contrastanalyse tussen de Nederlandse conditie enerzijds, en de "buitenlandse" condities anderzijds blijkt sprake van een significant verschil ($t = 1.80$; $p < 0.05$). Ook bij de diefstal blijkt informatie over een Nederlandse dader niet "informatief": de waarschijnlijkheid dat een willekeurige Nederlander zo'n diefstal pleegt wordt hier immers lager ingeschat dan bij aanwezigheid van buitenlandse daders. Ten aanzien van de gepercipieerde waarschijnlijkheid dat een willekeurige Turk zo'n diefstal pleegt vindt wederom een generalisatie plaats: die waarschijnlijkheid wordt het hoogst ingeschat bij aanwezigheid van een buitenlander in het krantefragment en het laagst bij aanwezigheid van een Nederlandse dader. Bij uitvoering van een contrastanalyse blijkt dit verschil echter niet significant. De afwezigheid van significante verschillen bij de diefstal en de aanwezigheid daarvan bij de verkrachting suggereert dat ook bij het optreden van collectieve schade het type delict een belangrijke rol speelt. Collectieve schade is het meest waarschijnlijk bij de ernstiger vormen van criminaliteit, die doorgaans in verhouding tot de "kleine" cri-

minaliteit worden overbelicht in de media.

Samenvattend blijkt te kunnen worden geconcludeerd dat de betrokkenheid van een Nederlandse dader bij ernstige vormen van criminaliteit als "niet informatief" wordt opgevat: zo'n mededeling wordt geacht niets over de criminele tendenties van andere Nederlanders in te houden. De betrokkenheid van een buitenlandse dader wordt echter als "dubbel" informatief opgevat. Enerzijds wordt dergelijke informatie gegeneraliseerd naar de waarschijnlijkheid dat zo'n delict door een buitenlander wordt gepleegd – zij werkt kortom stigmatiserend – anderzijds taxeert men dan mede de waarschijnlijkheid dat een willekeurige Nederlander zo'n delict pleegt ook hoger. Dit laatste element, waarvoor wij geen passende verklaring hebben, plaatst het optreden van collectieve schade ten gevolge van berichtgeving in ieder geval in een wat minder wrang daglicht.

Onderzoek 2

Onderzoeksdeelnemers

Het onderzoek werd uitgevoerd onder een aselechte steekproef van 293 ondervraagden, vrijwel steeds woonachtig in de Bijlmermeer. Van de ondervraagden behoren er 135 tot het mannelijk en 157 tot het vrouwelijk geslacht. De helft van de ondervraagden is van Surinaamse, de rest van Nederlandse afkomst. Van de Surinaamse ondervraagden beschikt 47% over ofwel lager onderwijs, LTS, LEAO of Mavo e.d. als hoogste opleiding; bij de Nederlanders is dat percentage 44%. De meest gelezen kranten zijn onder Surinamers De Telegraaf (41%), de Volkskrant (10%) en Het Parool (16%); bij Nederlanders zijn dat achtereenvolgens de Volkskrant (31%), De Telegraaf (25%) en Het Parool (20%). De overige kranten scoren geen van alle boven de 10%. De meest favoriete tv-omroepen zijn achtereenvolgens Vero-

nica (24%), Vara (24%), VPRO (21%) en de Tros (20%). De Surinamers tonen vooral een voorkeur voor Tros en Veronica (resp. 36 en 23%), de Nederlanders voor VARA en VPRO (beiden 30%). De overige omroepen scoren niet boven de 10%.

Procedure

Aan de onderzoeksdeelnemers werd in het "mobiel lab" een serie van 40 dia's met krantekoppen van misdaadberichten aangeboden. De helft van die koppen betrof Surinaamse, de andere helft Nederlandse daders of verdachten. In de koppen werden 5 verschillende vormen van criminaliteit omschreven, namelijk diefstal, vandalisme, verkrachting, geweld en handel en bezit van drugs. Ieder delict werd 4 maal in combinatie met een Surinaamse en 4 maal in combinatie met een Nederlandse actor aangeboden. Iedere dia werd automatisch gedurende 3 seconden belicht. Voorbeelden van gebruikte koppen zijn: "Hagenaar steekt vrouw neer; Surinamer na dodelijke schietpartij in arrest; Amsterdammer verkracht bejaarde vrouwen en Surinamer bekent serie autodiefstalen". Middels een vragenlijst werden de deelnemers o.m. verzocht om de verhouding in termen van minder, meer of gelijk aan te geven tussen Surinaamse en Nederlandse actoren in de koppen in het algemeen en per delict afzonderlijk.

Resultaten

Van de Nederlandse ondervraagden overschat zo'n 38% het aantal Surinaamse actoren in de krantekoppen. Slechts een kleine meerderheid van 53% maakt een juiste schatting, terwijl 9% de Nederlandse actoren overschat. Bij de Surinaamse ondervraagden meent zelfs 61% meer Surinaamse dan Nederlandse actoren te hebben waargenomen. Een juiste schatting wordt hier slechts gemaakt door een minderheid van 33%. Bij relatief zeer grote aantallen ondervraagden is kortom sprake van een vertekening in de informatieverwerking ten nadele van de Surinaamse actor. De suggestie dat zo'n vertekening hoogstens incidenteel of bij een enkeling optreedt wordt krachtig verworpen. Tabel 2 biedt nader inzicht bij welke typen delicten die vertekening vooral optreedt.

Uit tabel 2 blijkt zich zowel bij de Nederlandse als bij de Surinaamse ondervraagden eenzelfde verschijnsel voor te doen. Bij geweld, verkrachting en vernieling zijn er ongeveer evenveel ondervraagden die meer Nederlandse daders hebben waargenomen als ondervraagden die meer Surinaamse daders hebben waargenomen. De scores zijn, wat deze drie delicten betreft ongeveer gelijk verdeeld. Bij diefstal en drugs echter blijken zowel Surinamers als Nederlanders het aantal Surinaamse daders aanzienlijk

Tabel 2: Een overzicht van de percentages Nederlandse en Surinaamse ondervraagden, waarbij overschatting plaatsvindt van het aantal Surinaamse of Nederlandse actoren in de aangeboden krantekoppen over 5 typen delicten.

	Overschatting van Surinaamse daders		Overschatting van Nederlandse daders	
	Nederlanders	Surinamers	Nederlanders	Surinamers
geweld	16%	26%	17%	25%
verkrachting	21%	36%	22%	29%
diefstal	38%	47%	10%	11%
vandalisme	21%	29%	28%	25%
drugs	58%	59%	4%	5%

meer te overschatten dan het aantal Nederlandse daders. Die vertekening komt het sterkst tot uitdrukking bij het drugsdelict. Het overschattingspatroon binnen tabel 2 loopt duidelijk parallel met het stereotype beeld dat de media volgens Van Dijk (1983) van Surinamers schetsen, namelijk de overaccentuering van het thema heroïneverslaving en de daaruit voortvloeiende "kleine criminele gevolgen". Tijdens het onderzoek zijn meerdere gegevens verzameld die een nadere plaatsbepaling mogelijk maken van de groep "overschatters" van Surinaamse daders in de krantekoppen in verhouding tot de groep juiste schatters.

We gaan hier eerst kort in op de vraag op welke achtergrondkenmerken die beide groepen verschillen en voorts op de "gevolgen" van het overschatten. Ter beantwoording van de vraag welke variabelen van invloed zijn (een predictor vormen van) op het maken van een juiste schatting of een overschatting zijn regressieanalyses uitgevoerd bij de Surinaamse en Nederlandse ondervraagden afzonderlijk. Met name is de mogelijke invloed nagegaan van biografische gegevens als leeftijd, opleiding en geslacht en van kenmerken als de krantvoorkeur (Telegraaf vs Niet-Telegraaf), de televisievoorkeur (Tros/Veronica vs Vara/Vpro), de attitude tegenover Surinamers en de aanwezigheid van stereotype opvattingen over Surinamers. Stereotypering werd vastgesteld middels de mate van instemming met een viertal uitspraken, waaronder de criminaliteit van Surinamers ligt hoger dan die onder Nederlanders en Surinamers zijn in het algemeen agressiever e.d. Wat de Nederlandse ondervraagden betreft bleek slechts één van de genoemde variabelen (significant) van invloed, namelijk de televisievoorkeur. Overschatters zijn vooral diegenen, die een voorkeur tonen voor televisieprogramma's van Tros en Veronica. Rond de vraag of de berichtgeving over etnische groepen van juist deze omroepen afwijkt van de overige zijn in ons land geen onderzoeksgegevens

voorradij. Nader onderzoek daarnaar lijkt gewenst. Wat betreft de attitude tegenover Surinamers is sprake van een zekere trend ($t = 1.81, p < .10$) in die zin dat degenen met een negatieve attitude wat meer geneigd zijn te overschatten.

Bij de Surinaamse ondervraagden blijken slechts 2 van de genoemde variabelen van invloed, n.l. de attitude en de aanwezigheid van stereotype opvattingen. Wat de laatste betreft blijkt uit de analyses dat naar mate men meer instemt met stereotype uitspraken over Surinamers de aanwezigheid van Surinaamse daders in de krantekoppen vaker wordt overschat. Bij de attitude doet zich het merkwaardige verschijnsel voor dat degenen met een positieve attitude het voorkomen van Surinamers in de krantekoppen vaker overschatten. Een verklaring zou kunnen zijn dat men bij die attitude vooral denkt aan de eigen etnische groep (creolen, hindoestanen) en bij de overschatting vooral aan Surinamers met een andere etnische origine (vgl. "twee-soorten-stereotype", Adorno, 1950, p. 623 e.v.).

Samenvattend kan worden geconstateerd dat de groep overschatters slechts op enkele punten afwijkt van de groep juiste schatters. De groepen verschillen niet qua leeftijd, opleidingsniveau of geslacht. Ook wat de krantvoorkeur betreft doen zich geen verschillen voor.

Aan de ondervraagden zijn mede een aantal uitgebreidere krantefragmenten over criminaliteit voorgelegd, met name betreffende een steekpartij en verkrachting. In sommige van die fragmenten is sprake van een dader van Surinaamse afkomst. Ten aanzien van deze krantefragmenten werden de ondervraagden verzocht kenbaar te maken hoeveel gevangenisstraf men daarvoor zou opleggen, hoe ernstig men de beschreven delicten vond, in welke mate men het plegen ervan toeschreef aan de "criminele gaardheid" of inslag van de beschreven dader en tot slot hoe waarschijnlijk men het vond dat een willekeurige Surinamer

zo'n delict zou plegen. Ten einde nader inzicht te krijgen in de mogelijke gevolgen van het overschatten zijn op deze variabelen contrastanalyses uitgevoerd tussen de groep juiste schatters en overschatters. Uit de gegevens blijkt dat noch de Nederlandse, noch de Surinaamse ondervraagden van deze beide groepen verschillen in de ernstbeoordeling van de aangeboden delicten. Bij de Nederlandse ondervraagden doen zich echter wel duidelijke verschillen voor op de overige afhankelijke variabelen. In de eerste plaats blijken overschatters de Surinaamse dader een significant hogere straf van 153 maanden op te leggen tegenover de juiste schatters, die een totale gevangenisstraf van 59 maanden wenselijk achten ($F_{1,126} = 8.07$; $p < 0.01$, tweezijdig). In de tweede plaats zijn de overschatters significant sterker geneigd dan de juiste schatters het plegen van de beschreven delicten op te vatten als een uiting van de criminele "natuur" van de dader. ($M = 6.3$ vs $m = 5.9$; $F_{1,126} = 7.56$, $p < 0.01$, tweezijdig).

Tot slot blijken de overschatters het plegen van de beschreven vormen van criminaliteit veel waarschijnlijker te vinden bij een willekeurige Surinamer dan de groep juiste schatters. Het overschatten van Surinaamse daders blijkt kortom niet op zichzelf te staan. Veeleer blijkt overschatten hand in hand te gaan met een roep om een strengere strafrechtelijke afhandeling van Surinaamse daders en voorts met een neiging tot stigmatisering van de etnische groep, waartoe de dader behoort. De kans dat een willekeurige Surinamer een dergelijke vorm van crimineel gedrag vertoont wordt door overschatters immers hoger ingeschat dan door juiste schatters.

Conclusie

De gerapporteerde resultaten uit de beide onderzoeken liggen in elkaars verlengde en vullen elkaar aan. Zij bieden een duidelijke ondersteuning voor de empirische houdbaarheid van de hypothese dat etnische referenties in zowel individuele als collectieve schade kunnen resulteren. Bovendien is gebleken dat de frequentie van krantekoppen waarin van etnische referenties sprake is, wordt overschat. De resultaten onderstrepen de noodzaak van een terughoudende opstelling van journalisten in het gebruik van etnische referenties in politienieuws. Het lijkt wenselijk van dergelijke referenties af te zien, tenzij aan de begrijpelijkheid van het bericht geweld wordt aangeaan. Op journalisten rust de verantwoordelijkheid de wens tot een open en zo volledig mogelijke berichtgeving over criminaliteit ten einde aan het recht op informatie van het publiek tegemoet te komen af te wegen tegen de mogelijke schade, die daaruit voor individuen en groepen binnen de samenleving voortvloeit. Tegen de achtergrond van de hier gerapporteerde resultaten kan men zich afvragen of i.c. sprake is van een exclusieve verantwoordelijkheid van journalisten of dat ook reeds de overheid gehouden is tot een terughoudende opstelling bij het verstrekken van informatie over criminaliteit. De huidige resultaten maken het op zijn minst begrijpelijk dat in de richtlijnen voor de persvoorlichting van sommige politiekorpsen in ons land met nadruk wordt afgezien van het geven van informatie over het ras, de nationaliteit of afkomst van verdachten. Een dergelijke verstreking vindt alleen plaats indien dat nodig is voor een goed begrip van het bericht.

LITERATUUR

- Adorno, T.W. (1950). Prejudice in the interview material. Hoofdstuk 16. In T.W. Adorno, E. Frenkel-Brunswick, D.J. Levinson & R.N. Sanford (Red.), *The Authoritarian Personality*. New York: Harper.
- Dijk, T.A. van (1983). *Minderheden in de media: Een analyse van de berichtgeving over etnische minderheden in de dagbladpers*. Amsterdam: SUA.
- Winkel, F.W. (1985). Kranteberichten over criminaliteit: mogelijk discriminerende invloeden van misdaadnieuws. *Massacommunicatie*, 8, 1, 18-33.

MEDIABELEID

Dieter Stolte

Kulturprogramme im ZDF

Zustand und Perspektiven einer Programmsparte im öffentlich-rechtlichen Fernsehen

"Aspekte", das wöchentliche Kulturmagazin des ZDF, sahen im Jahre 1985 im Durchschnitt aller Sendungen 2,6 Millionen Zuschauer.¹⁾ Vergleicht man diese Zahl mit den Einschaltzahlen anderer ZDF-Programme wie etwa der Hauptnachrichtensendung "heute" um 19.00 Uhr mit im Jahresdurchschnitt 7,75 Millionen Zuschauern, der vom ZDF eigenproduzierten Krimiserie "Derrick" mit 16,45 Millionen oder auch der Amerikanischen Kaufserie "Der Denver-Clan" ("Dynasty") mit 13,7 Millionen, so hat man mit Beispielen nichts weiter als die Tatsache demonstriert, daß Kulturprogramme im Fernsehen in der Regel auf eine geringere Zuschauerakzeptanz stoßen als die Haupt-Informationssendungen und vor allem die Unterhaltungsprogramme. Das heißt: Zöge man aus dem Vergleichsergebnis den Schluß, Kulturprogramme seien bedeutungsloser oder könnten gar als schlicht bedeutungslos abgetan werden, so wurzete dies in einem Hitlisten-Denken, das auf Kosten differenzierterer Kriterien in den letzten Jahren für viele zum alleinigen Maßstab des Programmerfolgs geworden ist. Mit der bloßen Feststellung wiederum, daß Kulturprogramme in den Hitlisten eher auf die hinteren Plätze verwiesen sind, ist über diese Programme und damit über Kulturvermittlung im Fernsehen so gut wie nichts gesagt.

Welche Position haben Kulturangebote innerhalb des Programmschemas, welchen Anteil an der Gesamt-sendezeit nehmen sie ein, welche Programmformen und Themen kennzeichnen sie? Wie sind die Relationen zwischen dem Publikum von Fernseh-

Kulturprogrammen und den Publika anderer Medien der Kulturvermittlung und damit dem gesamtgesellschaftlichen Potential kulturell Interessierter? Welche Bildungsstrukturen finden sich beim Publikum der Kultursendungen, und mit welchen Zuschauererwartungen sind diese Sendungen konfrontiert? Erst die Antworten auf diese Fragen lassen den Stellenwert der Kulturvermittlung im Fernsehen deutlich werden – ihren Stellenwert im Rahmen des Fernsehprogrammangebots insgesamt, vor allem aber auch ihre Bedeutung für die Kultur der Gesellschaft und die gesellschaftliche Kommunikation über Kultur.²⁾

"Kulturvermittlung im Fernsehen" meint hier die Kulturvermittlung durch die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten in der Bundesrepublik Deutschland; denn das bundesweite Fernsehen, das Kultur vermittelt, sind die ARD und das ZDF. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten nehmen mit ihren Formen der Kulturvermittlung den Kulturauftrag wahr, den sie vom Gesetzgeber als Teil des allgemeinen Programmauftrags erhalten haben und der – historisch gewachsen – zu ihrem Selbstverständnis geworden ist.

Die Realisierung des Kulturauftrags scheint aber in der Zukunft problematischer zu werden: Die Fernsehlandschaft in der Bundesrepublik unterliegt gegenwärtig einem Veränderungsprozeß durch die Ausbreitung neuer Medientechniken, Kabel und Satellit, und durch die Vermehrung der Fernsehprogramme. Das Auftreten privater Programmveranstalter mit einem großen Spielfilm- und Spielserienangebot

gefährdet für die Zukunft die Zuschauerakzeptanz der Kulturprogramme.³⁾ Die öffentlich-rechtlichen Anstalten sind auch aus diesem Anlaß gegenwärtig verstärkt mit der Frage konfrontiert: Wie kann und wie soll in der sich verändernden Fernsehlandschaft Kultur im Programm vermittelt werden?

Eine Diskussion über Zustand, Bedeutung und Perspektiven von "Kultur im Programm des ZDF" ist einerseits immer auf das ZDF als eigenständige Fernsehanstalt bezogen. Gerade bei Entscheidungen für die Zukunft ist der gegenüber der ARD eigenständige Charakter des ZDF selbstverständlich. Die Diskussion ist andererseits an "Kulturvermittlung im Fernsehen" im allgemeinen orientiert, das heißt an Kultur im Programm des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland in einer sich wandelnden Medienlandschaft. – Die Diskussion von Kulturvermittlung setzt einen bestimmten Begriff von Kultur voraus. Kultur im Fernsehen kann sicherlich nicht die Selbstbeschäftigung esoterischer Zirkel bedeuten.

Erweiterter Kulturbegriff notwendig

Die Vorstellung einer "freischwebenden" Kultur entsprach wohl nie den historischen Tatsachen. Spätestens seit der Erfindung der Buchdruckerkunst durch Johannes Gutenberg ist Kultur immer auch eine durch Medien geprägte Kultur gewesen. Das Fernsehen muß "Kultur im Programm" – in Abgrenzung etwa zu Politik – oder Unterhaltungssendungen – so verstehen, wie es seinem Charakter als Massenmedium entspricht. Kultur im Fernsehen ist die Kultur *einer* Gesellschaft für diese Gesellschaft. Der im 19. Jahrhundert entstandene traditionelle bildungsbürgerliche Kulturbegriff kann das Verständnis von Kultur im Programm nicht bestimmen, denn ihm liegt die Vorstellung zugrunde, daß Kultur eine Errungenschaft einiger weniger Individuen für einige wenige Individuen ist.

Das Fernsehpublikum hat in seiner Heterogenität kein einheitliches Kulturverständnis, das diesem Begriff entspräche. Und fast noch wichtiger: Gerade die Kulturvermittlung im Fernsehen macht deutlich, daß eine Vorstellung von Kultur, die diese als Ideal von Auserwählten für Auserwählte stilisiert, die vielfältigen Formen der lebendigen Alltagskultur in einer Gesellschaft unterschlägt, die durch die Differenzierung der Lebensstile gekennzeichnet ist. Der Kulturbegriff des Massenmediums Fernsehen darf an den Wünschen und Vorstellungen einer Publikumsmehrheit nicht vorbeigehen, und er muß die verschiedensten Lebensbereiche der Menschen umfassen, die "Hohen Künste" sowie all jene anderen Bereiche, in denen schöpferische Prozesse sichtbar werden.⁴⁾

Die Wahrnehmung des Kulturauftrags durch das öffentlich-rechtliche Fernsehen setzt diesen Kulturbegriff voraus. Das Spektrum kultureller Sendungen umfaßt daher neben Literatur, Musik oder Theater auch Themen wie Medizin, Lebenshilfe, Natur, Technik, Erziehung und Psychologie. Nur durch diese breite Palette dient die Wahrnehmung des Kulturauftrags auch der Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Anstalten, als gesellschaftlich-integrative Medien zu wirken. Durch programmliche Vielfalt werden auch auf dem Kultursektor die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen miteinander bekannt gemacht.

Breites und differenziertes Spektrum kultureller Sendungen

Die Praxis dieses Fernseh-Kulturbegriffs wird zunächst deutlich durch den Anteil kultureller Sendungen am Gesamtprogramm, ihre zeitlichen Plazierungen, ihre Themen und Formen, also die programmlichen Voraussetzungen des Prozesses der Kulturvermittlung durch das Fernsehen. Als Beispiele können das ZDF-Programm 1985 beziehungsweise das derzeit

geltende Programmschema des ZDF herangezogen werden.⁵⁾

Von der Gesamtsendezeit des ZDF im Jahre 1985 nahmen kulturelle Programmangebote, die berichteten und interpretierten, also Dokumentationen oder Magazine, 10,5 Prozent und Kulturangebote, die darstellten, etwa Fernsehspiele, Schauspielinszenierungen oder anspruchsvollere Spielfilme, 11,7 Prozent ein. Der Anteil von Kultursendungen an der gesamtssendezeit betrug also insgesamt 22,2 Prozent. Für die Hauptsendezeit (19.30 bis 22.05 Uhr) belief er sich auf 23,5 Prozent, nämlich 9,5 Prozent berichtende und 14 Prozent darstellende Programme. Im ZDF-Programm 1985 war also der Anteil kultureller Programme – entsprechend den Vorjahren – relativ hoch.

Nach dem derzeit geltenden Programmschema zeigt das ZDF außer am Samstag täglich kulturelle Sendungen im Haupt- und Spätabendprogramm. Der Montagabend beginnt um 19.30 Uhr mit einem Fernsehspiel und bietet um 22.05 Uhr kulturelle Dokumentationen, denen sich um 22.35 Uhr Diskussionen oder anspruchsvollere Spiel-Formen, etwa Fernsehspiele, anschließen. Am Dienstagabend ab 22.05 Uhr und am späten Donnerstagabend liegen ebenfalls Programmplätze für anspruchsvolle und experimentelle Spiel-Formen. Aktuell informierende Kulturprogramme sind am Mittwoch mit Dokumentationen der Kirchenredaktion und am Donnerstag ab 21.00 Uhr mit Ratgeber- und Wissenschaftsmagazinen vorgesehen. Freitag um 22.05 Uhr ist das Kulturmagazin "Aspekte" und am Sonntag ab 21.30 Uhr beziehungsweise 22.15 Uhr sind Fernsehspiele oder Oper, Konzert und Ballett im Programm. Sowohl darstellende wie auch interpretierende und berichtende Kulturprogramme finden sich also im ZDF-Angebot gleichmäßig über die Woche verteilt an neun Regelterminen.⁶⁾

Die Dokumentationen, Magazine und Gesprächsrunden des ZDF mit kulturellem Bezug behandelten im Jahre 1985 am häufigsten Themen aus den Bereichen, die ein Verständnis von Kultur im engeren Sinne meint, also aus den Gebieten Film, Literatur, Bildende Kunst und Musik. Populärere Kulturthemen wie Medizin, Natur, Verkehr, Bildung und Soziales nahmen im Vergleich zu den anderen Themen eine exponiertere Stellung in der Hauptsendezeit ein.

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen, besonders auch das ZDF, hat mittlerweile durch ein breites Spektrum fernsehspezifischer Kulturdarbietungen neue kulturelle Funktionen übernommen, teils eigenständig, teils in Zusammenarbeit mit anderen Kultur-Medien. Die Präsentation nationaler Theaterhöhepunkte oder die Fernsehbearbeitung von Aufführungen durch Theatermacher zum Beispiel läßt Theater im Fernsehen zu einem kulturellen Ereignis werden. Der Sendeumfang der Kategorie Fernsehspiel, der markantesten fernsehspezifischen Kulturform, ist beim ZDF von 10 795 Minuten im Jahre 1972 auf 11 143 Minuten im Jahre 1985 leicht gestiegen.

Durch die im Rahmen des gerade erneuerten Film-/Fernsehabkommens koproduzierten Kinofilme spielen ZDF und ARD auch für die Filmwirtschaft eine wesentliche Rolle.

Umfang, Platzierung, Thematik und die Qualitäten der fernsehspezifischen Formen der kulturellen Programmofferten des ZDF zeigen also, daß von Seiten des Programmangebots alle Voraussetzungen für die Kulturvermittlung gegeben sind. Das Senderimage des ZDF als "Unterhaltungsdampfer", welches durch einige sehr erfolgreiche Unterhaltungs- und Spielprogramme in den 60er und 70er Jahren sowie durch langlaufende Unterhaltungsprogramme – etwa am Donnerstag um 19.30 Uhr – entstand, stimmt mit den Programmtatsachen nicht mehr überein. Der Stellenwert von Kulturvermitt-

lung im Fernsehen – sowohl im Rahmen des gesamten Fernsehangebotes als auch für die gesamtgesellschaftliche Kulturvermittlung – ist allerdings wesentlich dadurch bestimmt, in welchem Maße und in welcher Weise Fernsehen tatsächlich Kultur vermittelt, das heißt die Zuschauer die Kultursendungen auch annehmen. Die Bedeutung von Umfang und Struktur des Publikums von Fernseh-Kultursendungen können Daten über die Nutzung anderer kultureller Institutionen erhellen, die deshalb im folgenden widergegeben werden sollen.

Zum Potential kulturell Interessierter in der Bundesrepublik

Nach einer Umfrage des Allensbacher Instituts bilden rund 12 Prozent der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland das Potential der Theaterbesucher, also etwa 5,5 der 45 Millionen Erwachsenen; jeder Interessent geht im Jahre durchschnittlich 3,5 Mal ins Theater.⁷⁾ Die Studie "Kommunikationsverhalten und Buch", die 1979 im Auftrag der Bertelsmann-Stiftung durchgeführt wurde, ermittelte, daß 10 Prozent der Bevölkerung öffentliche Bibliotheken benutzen.⁸⁾ Nach dieser Studie sind 43 Prozent der Bevölkerung als Nichtleser zu qualifizieren, das heißt, sie greifen höchstens einmal zu einem Lexikon, einem Kochbuch oder einem Gesundheitsratgeber. Das Potential für anspruchsvolle Literatur – Sach- und Fachliteratur zu Kunst, Theater, Architektur sowie klassische und moderne Literatur – bilden etwa 10 bis 12 Prozent. Im Jahre 1982 haben 52 Million Bundesdeutsche ein Kunstmuseum besucht; berücksichtigt man die Mehrfachbesuche, ergibt sich auch hier eine Zahl von 10 bis 12 Prozent der Bevölkerung.⁹⁾

Diese Daten zur Nutzung der kulturellen Institutionen sind im einzelnen nicht exakt aufeinander zu beziehen; desweiteren müssen die Überschneidungen der einzelnen Nutzergruppen

in Rechnung gestellt werden. Realistisch ist wohl die Schätzung, daß etwa 15 Prozent der Bevölkerung kulturelle Institutionen und Medien der genannten Art häufig und 25 bis 30 Prozent sie gelegentlich oder selten nutzen.

Nutzung und Interessenpotential von Kultursendungen

Zuschauerzahlen von Fernseh-Kulturprogrammen erreichen Größenordnungen, die – angesichts der Daten über die Nutzung anderer kultureller Institutionen – der Kulturvermittlung im Fernsehen allein schon unter dem Aspekt der Quantität eine große gesellschaftliche Bedeutung zuweisen. Entsprechende Zahlen hat beispielsweise die GfK 1985 im Rahmen ihrer kontinuierlichen Einschaltquotenmessung ermittelt: ¹⁰⁾ Berichtende Kulturprogramme mit Themen wie Literatur, Kunst und Musik haben zwischen einer und drei Millionen Zuschauer, mit Themen wie Naturwissenschaft, Technik, Architektur, Kleinkunst aber auch Tierdokumentationen zwischen vier und acht Millionen. Darstellende Kulturprogramme aus dem Theater- oder E-Musik-Bereich erreichen Zuschauerzahlen zwischen 0,5 und 1,5 Millionen; anspruchsvollere Spielfilme sehen bis zu 10 Millionen Zuschauer, wie zum Beispiel die Resonanz auf die 1985 vom ZDF gesendete Reihe mit Visconti-Spielfilmen bewies.

Deutlich höher als die durchschnittlichen Nutzungsquoten fallen die Interessenquoten für kulturelle Programme aus, die auf Grund von abstrakten, von konkreten Sendungskonstellationen nicht berührten Bekundungen des Sehinteresses ermittelt werden. Die Differenz zwischen dem bekundeten Interesse und der tatsächlichen Nutzung ist von Faktoren abhängig, deren Gewicht bei einem Mehr an Fernsehprogrammen zunehmen wird: Da Unterhaltungsangebote als solche von vornherein populärer sind als kulturelle Angebote, geraten schon bei der

Wahlmöglichkeit zwischen einem Kultur- und nur einem Unterhaltungsprogramm die Hälfte und mehr der an Kulturprogrammen Interessierten in Entscheidungskonflikte. Zudem wird zur Ermittlung von Interessenquoten der einzelne nach seinen Interessen befragt; die Tatsache, daß sich die Programmdecision in der Regel in der ganzen Familie vollzieht und insbesondere in der Hauptsendezeit zwischen 19.00 und 22.00 Uhr das Programm eingeschaltet wird, das mehrheitlich gefällt, reduziert das Nutzungspotential für alle Kulturprogramme weiter. Schließlich sind bei der Programmwahl immer auch situative Motivationen entscheidend; gerade am Wochenende ist der Wunsch nach Entspannung durch Unterhaltung sehr stark. Bei einem größeren Angebot von Unterhaltungssendungen dürfte sich die Schere zwischen Interessen- und Nutzungsquoten vergrößern.

Wie Studien von 1978/79 und 1980 ermittelten,¹¹⁾ zeigt sich beim Zuschauerinteresse für Kultursendungen im Fernsehen eine charakteristische Differenz, die auch bei der tatsächlichen Nutzung vorhanden ist: Themen, die einem Kulturverständnis im engeren Sinne entsprechen – also einem traditionellen Kulturbegriff korrespondieren –, finden weniger Anklang als populäre Kulturthemen. 17 Prozent der befragten Zuschauer interessierten sich für Kunst, 9 Prozent für Oper, Konzert und Ballett, aber 53 Prozent für Natur und Tiere, 42 Prozent für Ratgeberprogramme, 37 Prozent für Operette und 29 Prozent für Technik und Auto.

Die Interessenausprägung für kulturelle Sendungen ist in starkem Maße bildungs- und statusbestimmt. Das belegen Ergebnisse einer Studie aus dem Jahre 1971:¹²⁾ 9 Prozent der Volksschulabsolventen bekunden Interesse am klassischen Schauspiel, 6 Prozent am klassischen Konzert; für Personen mit höherer formaler Bildung betragen die Vergleichszahlen dage-

gen 28 beziehungsweise 14 Prozent. Auf ein drei bis vier Mal stärkeres Interesse der Bildungsober- gegenüber der Bildungsunter-schicht weisen in der Studie auch die Daten für das historische Dokumentarspiel, den Cineastenfilm und das naturwissenschaftliche Magazin hin, nicht aber die für Tiersendungen, Gesundheitsratgeber und zeitkritische Fernsehspiele. Diese Daten der Interessenstudie machen noch einmal die Notwendigkeit eines Verständnisses von Kultur im Fernsehen deutlich, dem ein erweiterter Kulturbegriff zugrunde liegt: Dieses Verständnis vorausgesetzt, hebt das Medium Fernsehen die Bildungs- und Statusschranken für die Vermittlung von Kultur auf.

Vielfältiges Zuschauerverständnis von Kultur im Fernsehen

Dem schichtenübergreifenden Interesse an Kultursendungen im Fernsehen korrespondiert ein in starkem Maße uneinheitliches Kulturverständnis des Fernsehpublikums, ein Verständnis, das insgesamt eine Fülle von Faktoren bestimmt. Kultursendungen sehen sich unterschiedlichen, teilweise nur schwer zu vereinbarenden Erwartungshaltungen gegenüber.

Nach einer 1977 durchgeführten Studie zum "Aspekte"-Publikum lassen sich die Zuschauer eines Kulturmagazins in fünf Typen kategorisieren:¹³⁾ Der erste ist am klassischen Kulturbegriff orientiert; zwei Drittel dieser Gruppe haben weiterführende Schulbildung. Der zweite Typ favorisiert Unterhaltungssendungen und interessiert daneben für kulturelle Themen wie Denkmalschutz, klassische Musik oder Literatur. Hier überwiegen Frauen. Die dritte Gruppe – mit einem Übergewicht an Männern – erwartet vor allem praktische Orientierungen; sie bevorzugt Ratgeber, aber auch Wissenschaftssendungen. Die vierte Gruppe hat ihre stärksten Interessen im Bereich der unterhaltenden Musik und der Spielfilme und – mit Abstand –

der Gebrauchskultur. Noch weniger ist bei der fünften Gruppe des potentiellen Publikums eines Kulturmagazins ein Kulturverständnis im überkommenen Sinne festzustellen. Diese Zuschauer bilden das sehintensivste, vor allem an Unterhaltungsangeboten interessierte Publikum, das eher zufällig, denn mit Absicht auch mal mit kulturellen Angeboten in Berührung kommt. Pointiert mit Sendereihen des ZDF ausgedrückt: Die Spannbreite eines Kulturmagazins reicht im Verständnis des Publikums nach der Vielfalt der artikulierten Interessen von der "Tele-Illustrierten" über Ratgeber-Programme und Unterhaltungs-Feuilletons bis hin zu "Aspekte"!

"Laufkundschaft" durch Außerkräftsetzung der Selektivität der Zuwendung

Die verschiedenartigen Themenerwartung der potentiellen Seher eines Kulturmagazins sind ein Indiz für die spezifische Situation von Kulturberichterstattung im Fernsehen: Sie erhält ihre besondere gesellschaftliche und kulturelle Bedeutung durch die Struktur des Publikums entsprechender Programme. Diese Struktur verdeutlicht ein Vergleich des "Aspekte"-Publikums mit der Leserschaft überregionaler Tages- oder Wochenzeitungen in der Bundesrepublik Deutschland: Von 100 Zuschauern von "Aspekte" im ersten Halbjahr 1985 hatten 69 Volksschulbildung (ohne/mit Lehre/Berufsausbildung) und 31 eine weiterführende Schule besucht. Von 100 "Zeit"-Lesern hatten 1984 dagegen nur 11 Volksschulbildung und 89 eine gehobene formale Bildung. Beim "Spiegel" betrug diese Relation 29 zu 71, bei der "Frankfurter Allgemeine Zeitung" 21 zu 79 und bei der populärwissenschaftlichen Zeitschrift "GEO" 24 zu 76, um nur einige Beispiele zu nennen.

Nach der erwähnten Studie "Kommunikationsverhalten und Buch" lesen Personen mit einer weiterführenden Schulbildung moderne Literatur etwa neun Mal so häufig wie Personen mit

geringerer Formalbildung, Lyrik zehn und philosophische Lektüre 20 Mal so häufig. Während die überregionalen Zeitungen und Zeitschriften – mit ihrem im Bereich der Printmedien überdurchschnittlichen Angebot kultureller Themen – vor allen von den formal besser Gebildeten gelesen werden, erreicht das Kulturmagazin "Aspekte" – als Beispiel der Kulturberichterstattung im Fernsehen – in entscheidendem Maße auch die Bildungsunterschichten, die von den genannten Printmedien nicht oder nur wenig angesprochen werden; denn das Medium Fernsehen kann die Selektivität der Zuwendung des Mediennutzers zum Teil außer Kraft setzen: Während beim Zeitungslesen etwa der Nicht-Interessierte das Feuilleton überblättert, besteht beim Fernsehen die Chance, daß er ein Kulturprogramm situativ nutzt, das heißt nicht gezielt wählt, sondern im Zusammenhang seiner Entscheidung für andere Programme verfolgt. Fernsehen kennt weniger als alle anderen Medien Schwellenängste, weder für Kultur für die einen, noch für Triviales für die anderen Zuschauer. Nur so ist zu erklären, daß nach einer Untersuchung von 1982 immerhin 12,25 Millionen Zuschauer mindestens eine der 12 "Aspekte"-Sendungen im Quartal gesehen haben, aber nur 0,51 Millionen mindestens die Hälfte dieser 12 Sendungen. Mit einer Kombination von viel "Laufkundschaft" und wenig "Stammpublikum" besitzt "Aspekte" eine für viele Sendereihen des Fernsehens, zum Beispiel auch die politischen Reihen, typische Zuschauerkonstellation.

Gefährdung breiter Kulturvermittlung durch "Unterhaltungsslalom"

Die Chance des Fernsehens, gerade auch solche Zuschauer mit Kulturthemen anzusprechen, die an ihnen nicht spezifisch interessiert sind, wird aber geringer, wenn es diesen Zuschauern verstärkt möglich wird, auf Unterhaltungssendungen umzuschalten. Von

daher ist die Wahrnehmung des Kultur-auftrages durch die öffentlich-rechtlichen Anstalten in der heute absehbaren Fernsehlandschaft von morgen in ihren Möglichkeiten eingeschränkt, ja gefährdet. Die Vermehrung von Fernsehprogrammen vermehrt auch das Angebot von Unterhaltungssendungen. Besonders aber die Konkurrenz der privaten Fernsehveranstalter mit ihrem großen Spielfilm- und Spielfilmserienangebot wird sich auswirken: Nach Ergebnistrends im Kabelgebiet Ludwigshafen/Vorderpfalz, die die ZDF/SWF-Medienforschung 1985 ermittelte, ist dort das Publikum von Kultursendungen im Vergleich zu den nicht-verkabelten Gebieten halbiert oder sogar geviertelt.¹⁴⁾ Magazine und andere Sendungen aus dem Bereich Kunst und Kultur haben bei der Konkurrenz eines privaten Anbieters eine Verlustquote von 50 Prozent, bei zwei privaten Anbietern von 60 Prozent. (In anderen Programmsparten sind diese Verlustquoten geringer: Für Magazine aus Politik und Wirtschaft betragen sie 40 beziehungsweise 55 Prozent, für Sport-Magazine 17 beziehungsweise 38 Prozent, für Spielfilme aber nur 9 und 25 und für Krimiserien 8 und 24 Prozent – jeweils bei einem beziehungsweise zwei privaten Anbietern.)

Daß gerade die nicht spezifisch interessierte "Laufkundschaft" mit ihrem sehr populär gefaßten Kulturverständnis auf Unterhaltungssendungen umschaltet, deutet die Veränderung der "Aspekte"-Publikumsstruktur in den Ludwigshafener Kabelhaushalten an: Der Anteil der Volksschulabsolventen ist von 69 auf 50 Prozent gesunken, der Anteil der formal höher Gebildeten dagegen von 31 auf 50 Prozent gestiegen. Bei ersten Erhebungen in den deutschen Kabelgebieten bestätigt sich also die bereits 1979 in Belgien gemachte Erfahrung,¹⁵⁾ daß die Möglichkeit, in einem "Unterhaltungsslalom" anspruchsvollere Programme zu umfahren, die Akzeptanz kultureller Programmangebote drastisch verringert.

Kulturvermittlung der Zukunft durch markantere Programmprofile

Unter diesen Aspekten muß das Kulturangebot des ZDF heute für die absehbare Zukunft neu diskutiert werden, inhaltlich wie strukturell. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland unterliegt auf Grund seines Programmauftrags und seinem Selbstverständnis der Verpflichtung, auch unter den schwierigen Bedingungen einer veränderten Medienlandschaft seinen Kulturauftrag wahrzunehmen, was immer auch heißt, daß die kulturellen Programmangebote von den Zuschauern auch angenommen werden. Will das ZDF entsprechend seinem vorhandenen breiten Kulturprogramm auch in der Zukunft als kulturelles Programm Profil zeigen und bei den Zuschauern präsent sein, so ist es notwendig,

– zum einen das Erscheinungsprofil der kulturellen Angebote noch markanter werden zu lassen. Die Kulturprogramme sind auf zuschauerfreundlichen Terminen und möglichst einheitlichen Sendeplätzen im Programm-schemata anzusiedeln. Die Profilierung des ZDF als Kultursender ist dabei nicht unbedingt von mehr Kulturprogrammen in der abendlichen Hauptsendezeit abhängig. Kultursendungen können im Spätprogramm unter Umständen auf eine größere Akzeptanz treffen als in der Hauptsendezeit mit ihrer massiven Konkurrenz unterhaltender Programme. Das Zuschauerpotential nach 22.00 Uhr ist zwischen 1970 und 1984 erheblich gestiegen, zwischen 22.00 und 22.30 Uhr zum Beispiel von 43 auf 58 Prozent, zwischen 23.00 und 23.30 Uhr von 10 auf 21 Prozent und vor Mitternacht immerhin von 6 auf 12 Prozent.¹⁶⁾ Das Publikum in der Zeit zwischen 22.00 und 23.00 Uhr ist bildungsmäßig nicht nur einseitig strukturiert. Waren zum Beispiel 1970 um 22.30 Uhr drei Viertel der Volksschulabsolventen schlafen gegangen, war es 1983/84 nur noch knapp die Hälfte.

– Zum zweiten sind zwei sich ergänzende kulturelle Programmangebote erforderlich: einerseits Programme, die durch populäre Formen und Themen die primär unterhaltungsorientierte Mehrheit ansprechen und an Kulturthemen erst heranführen, andererseits Programme, die sich an die spezifisch interessierten Zuschauer wenden und von vornherein mit niedrigeren Einschaltquoten rechnen müssen. Denn die überhaupt für Kultursendungen interessierbaren Zuschauer zerfallen – in bewußter Vereinfachung – in zwei Gruppen: Die erste sprechen klassische Kulturthemen an, und sie schaltet Kultursendungen gezielt ein; sie bleibt auch unter den neuen Konkurrenzbedingungen in Kabelgebieten den Kulturprogrammen treu. Die zweite Gruppe sieht Fernsehen vor allem als Unterhaltungsmedium und nimmt Kulturprogramme eher als zusätzli-

ches Angebot wahr. Um diese Gruppe werden sich die Kulturprogramme des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Zukunft verstärkt bemühen müssen.

Die gegenwärtige Forschungslage über kulturelle Interessen und kulturelles Verhalten der Bevölkerung läßt keine definitive Aussage darüber zu, ob sich das Potential des kulturell interessierten Fernsehpublikums noch erweitern oder auch nur halten läßt. Geht man von den geschätzten 15 Prozent Bundesbürgern aus, die an Formen und Themen traditioneller Kultur ein stärkeres Interesse haben, und von den 25 bis 30 Prozent, die gelegentlich Interesse zeigen, so ist die Vermutung nicht abwegig, daß durch stärkere Profilierung kultureller Programme im ZDF im oben genannten Sinne der Anteil der interessierten Minderheiten durchaus noch zunehmen kann.

ANMERKUNGEN

1. Daten nach GfK-Fernsehforschung 1985 (veröffentlicht in: "ZDF-Jahrbuch 1985", erscheint im Juni 1986). Die Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK), Nürnberg, mißt im Auftrag von ARD und ZDF kontinuierlich Einschaltquoten und Zuschauerzahlen der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme. Die Untersuchungsbasis bilden 2613 repräsentativ ausgewählte Haushalte.
2. "Kulturvermittlung" gehört zu den am wenigsten durch empirische Erkenntnisse abgesicherten Forschungsgebieten. Der Fernsehrat des ZDF hat daher auf seiner Sitzung am 14. März 1986 in Mainz den Intendanten dazu aufgefordert, eine nach Möglichkeit alle öffentlichen Kulturträger und Kommunikationsmedien umgreifende Forschungsunternehmung auf diesem Gebiet zu initiieren.
3. Ergebnisse der kontinuierlichen Kabelbegleitforschung; ZDF-Medienforschung/SWF-Medienforschung; Kabel- und Satellitenfernsehen. Zwei Berichte (September 1985/Februar 1986).
4. Das Fernsehen vermittelt Kultur – durch Berichte über und Darstellung von kulturellen Produktionen –, ist aber auch Produzent von Kultur. Diese Funktion umfaßt auch die Produktion von Unterhaltungsserien wie etwa der "Schwarzwaldklinik" – als Teil "nationaler Kultur". Interessant wäre eine ausführliche Untersuchung über das kulturelle Selbstverständnis einer Zuschauermehrheit hinsichtlich der Tatsache, daß eigenproduzierte Familienserien des ZDF in der Regel populärer als amerikanische Kaufserien sind. Der vorliegende Artikel schließt im Interesse einer eindeutigen und klarer Fragestellung Formen populärer Unterhaltung aus dem Begriff von Kultur im Fernsehen aus.
5. Daten in: "ZDF-Jahrbuch 1985".
6. Das Gemeinschaftsprogramm der ARD verfügt lediglich über sechs Regeltermine in der Woche. Die ARD verweist aber mit einem gewissen Recht auf den Ausgleich durch das Angebot kultureller Sendungen in ihren Dritten Programmen.
7. Umfrage des Instituts für Demoskopie, Allensbach, im Auftrage des "Stern": "Kulturverständnis und kulturelle Interessen der deutschen Bevölkerung". Ergebnisse veröffentlicht in: "Stern", 17.5.1984.
8. Infratest-Medienforschung im Auftrage der Bertelsmann-Stiftung: "Kommunikationsverhalten und Buch", München 1979.
9. Statistisches Bundesamt: Statistisches Jahrbuch 1984, Wiesbaden 1984.
10. GfK-Fernsehforschung 1985.
11. ZDF-Medienforschung: Studiotests zu "Aspekte" (1978/79 und 1980), unveröffentlicht.
12. Frank, Bernhard: "Programminteressen-Typologie der Fernsehzuschauer", in: "Rundfunk und Fernsehen", Heft 1/2, 1975.
13. Neumann, Klaus: "Kunst und Kultur im Fernsehen", in: Mediaperspektiven, 2/78.
14. ZDF-Medienforschung/SWF-Medienforschung: Kabel- und Satellitenfernsehen, op.cit.
15. Mediaperspektiven.
16. Tagesablaufstudien, Infratest (1970), GfK (1984).

Hans R. Eyl

Verleden en toekomst van rechtstreekse ontvangst

"De vraag . . . is", zo stelt de Memorie van Toelichting bij het voorstel van een Mediawet, "of ook de uitzending van niet rechtstreeks ontvangbare programma-signalen door de beheerder van een kabelnet als een grensoverschrijdende dienstverrichting moet worden beschouwd".¹⁾ Van deze vraagstelling gaat de suggestie uit, dat kabeldoorgifte van buitenlandse uitzendingen die wel individueel ontvangen kunnen worden, probleemloos als grensoverschrijdende diensten volgens het recht van de Europese gemeenschap kunnen worden beschouwd. De indieners van het wetsvoorstel hebben dat onderscheid tussen rechtstreeks, individueel, te ontvangen buitenlandse programma's en programma's waarbij dat niet het geval is, nodig om ten aanzien van laatstgenoemde het verbod van reclameboodschappen, die in het bijzonder op het Nederlandse publiek zijn gericht, te kunnen opnemen (artikel 67, lid 1, sub b Mediawet). Indien de kabeldoorgifte daarvan immers niet onder het communautaire dienstverrichtingsbegrip valt, dan zou althans het EEG-Verdrag geen beletsel meer vormen voor de voorgestelde beperking.

Het zal dus duidelijk zijn waarom de toelichting de hiervoor geciteerde vraag ontkennend beantwoordt. Daarvoor worden argumenten gebruikt die het wezen van de dienstverrichting naar Europees recht raken, zoals het aspect van de grensoverschrijding en het daarmee samenhangende aspect van de vergoeding voor de aldus verleende dienst. Met beide elementen krijgt men immers te maken als, zoals de toelichting erkent "vaststaat dat het EEG-Verdrag inzake het verrichten van grensoverschrijdende diensten ingevolge de jurisprudentie van het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen van toepassing is op het uit-

zenden van radio- en televisieprogramma's." ²⁾

Nu is inderdaad weliswaar in het Sacchi-arrest beslist dat "een televisiebericht naar zijn aard moet worden beschouwd als een dienstverrichting",³⁾ maar het is een illusie te menen dat daarmee alle dogmatische dilemma's zijn opgelost. Dat ligt voornamelijk aan de typische – en van de in het EEG-Verdrag bedoelde dienstenconstellatie afwijkende – wijze waarop grensoverschrijdende radio- en televisieuitzendingen zich manifesteren. Artikel 59 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Economische Gemeenschap (zoals overigens ook het gehele hoofdstuk 3 van de derde titel van het tweede deel van het verdrag) gaat uit van dienstverrichters die in een ander land van de Gemeenschap zijn gevestigd dan dat, waarin degene is gevestigd te wiens behoeve de dienst wordt verricht. Het verschil echter tussen de hier geregelde situatie en omroepuitzendingen is in de eerste plaats, dat artikel 59 ook de gevallen regelt waarin, hetzij de dienstverrichter, hetzij de dienstontvanger zich begeeft naar de Lid-Staat waar de ander gevestigd is. Op dit moment wordt niet nader ingegaan op wat wel de klassieke driedeling van het grensoverschrijdende dienstenverkeer wordt genoemd, waarmee naast de migratie van dienstverrichter of dienstontvanger tevens de mogelijkheid wordt onderkend van een grensoverschrijding van de dienstverrichting, zonder dat verrichter of ontvanger zich verplaatsen.⁴⁾ Hier wordt volstaan met slechts te verwijzen naar de visie van Hunnings: "The whole *"économie"* of chapter 3 on services subsumes movement of people".⁵⁾ Dit nu is bij omroepuitzendingen nooit het geval. In de tweede plaats heeft artikel 59 betrekking op dienstverrichtingen die van meet af

aan bestemd zijn om een bepaalde ontvanger te gerieven, die daar zelfs in de meeste gevallen om zal hebben verzocht. De omroep echter zendt uit, ongeacht de daartoe kenbaar gemaakte behoefte van de ontvanger. Het signaleren van deze specifieke omroepeigenschappen verleent aan de opvatting van het Hof van Justitie, dat een omroepuitzending "naar zijn aard" moet worden beschouwd als een communautaire dienstverrichting, een enigszins problematisch cachet

Grensoverschrijding

Deze problematiek wordt nog versterkt als men zich voor de vraag gesteld ziet of kabeldoorgifte van buitenlandse uitzendingen beschouwd kunnen worden als een dienstverrichting krachtens het EEG-Verdrag. Ten aanzien van het grensoverschrijdende element doemt dan het probleem op, of de uitzendingen "zich in al hun relevante aspecten in één enkele Lid-Staat afspelen".⁶⁾ Is dat inderdaad zo, dan kunnen de verdragsbepalingen inzake het vrij verrichten van diensten daarop niet van toepassing zijn. Of er inderdaad sprake is van een omroepactiviteit die zich geheel en al binnen één Lid-Staat afspeelt, acht het Hof van Justitie "een feitelijke vraag die door de nationale rechter moet worden beantwoord".⁷⁾ De toelichting anticipeert op dat antwoord van de Nederlandse rechter door te stellen, dat in geval van doorgifte van buitenlandse uitzendingen, die niet individueel kunnen worden ontvangen, alleen de relatie tussen kabelexploitant en abonnee/ontvanger als dienstverrichting relevant is, en aangezien deze zich geheel binnen Nederland afspeelt "is er geen sprake van grensoverschrijding en mitsdien evenmin van toepasselijkheid van het EEG-Verdragsrecht".⁸⁾

Het ligt voor de hand dat men om tot deze conclusie te komen steun heeft gezocht bij de zgn. twee diensten-theorie, die op haar beurt in het leven werd geroepen door de behoefte om

auteursrechtelijke aanspraken te kunnen realiseren bij kabeldoorgifte van buitenlandse uitzendingen. Het is echter enigszins paradoxaal, dat men in die sfeer juist heeft getracht het complex van dienstverrichtingen – vanaf de initiële buitenlandse uitzending, via de ontvangst door de kabelonderneming, tot de doorgifte daarvan naar de abonnee/ontvanger – te brengen onder het Europeesrechtelijk begrip van de grensoverschrijdende omroepuitzending. De noodzaak daartoe bestond, omdat enerzijds weliswaar, in de keten van buitenlandse uitzending tot binnenlandse ontvangst wgens auteursrechtelijke redenen, door middel van een daartoe passend gemaakte interpretatie van artikel 11 *bis*, lid 1, sub 2° van de Berner Conventie, de doorgifte in het binnenland als een nieuwe openbaarmaking werd beschouwd,⁹⁾ maar anderzijds toch de toepasselijkheid van het EEG-Verdrag geboden bleef, wilde men überhaupt de auteursrechthebbende een verbodsmogelijkheid toekennen hetwelk krachtens artikel 36 van het verdrag kan gelden als een gerechtvaardigde uitzondering op het vrije verkeer van diensten. De constructie was aldus, om de verschillende dienstenschakels die bij kabeldoorgifte van buitenlandse uitzendingen kunnen worden onderscheiden binnen de context te houden van die ene grensoverschrijdende dienstverrichting waar het EEG-Verdrag bemoeyenis mee heeft.

De indieners van het Mediawetsvoorstel beogen evenwel het omgekeerde. Zij roepen de twee diensten-theorie aan om juist één der schakels uit de dienstverrichtingsketen te isoleren, te "nationaliseren" tot het gebied van één enkele Lid-Staat, waarop zich de bewuste omroepactiviteit in al haar relevante aspecten zou afspelen. Zij streven er immers naar het voorgestelde artikel 67, lid 1, sub b Mediawet los te weken van het EEG-Verdrag, door kabeldoorgifte van buitenlandse uitzendingen, die niet individueel te ontvangen zijn, in het complex van grenso-

verschrijdende dienstverrichtingen af te zonderen, zodat deze als één aparte dienst kan worden opgevat.¹⁰ Dat daaraan causaal (van chronologisch kan men immers bij kabeldoorgifte nauwelijks spreken) de dienstverrichting tussen buitenlands station en kabelonderneming ten grondslag ligt, lijkt geen beletsel in deze opvatting. Aldus wordt de grensoverschrijdende dienstverrichting tussen het buitenlandse omroepstation en de binnenlandse kabelonderneming buiten het bereik van het EEG-Verdrag gehouden, *alleen* omdat de desbetreffende uitzending door de kabelonderneming *wel* en door de individuele kijker of luisteraar *niet* kan worden ontvangen.

De twee diensten-theorie werd in het leven geroepen om, binnen het kader van de grensoverschrijdende omroepuitzending waarop het verdrag van toepassing kon zijn, auteursrechthebbers de mogelijkheid te verschaffen hun intellectuele eigendomsrechten uit te oefenen, niet alleen jegens het omroepstation dat de initiële uitzending verricht, maar ook jegens de kabelexploitant die haar doorgeeft. Zowel tegenover de eerste als tegenover de laatste kan de rechthebbende zijn toestemming tot de uitzending verlenen of onthouden en afhankelijk daarvan royalties bedingen. De advocaat-generaal J.-P. Warner heeft daarover op 13 december 1979 de baanbrekende woorden gesproken, die ik hier enigszins geobjectiveerd herhaal: "Wanneer de kabelabonnee een televisieprogramma van een omroeponderneming op zijn toestel bekijkt, is hij ontvanger van twee diensten: de dienst verricht door de omroeponderneming die uitzendt, en de dienst verricht door de kabelexploitant die doorgeeft. De eerste houdt niet op waar de tweede begint".¹¹) Deze visie heeft ook de advocaat-generaal J.K. Franx terzake de Kabeltelevisie-arresten 1981 tot de zijne gemaakt.¹²)

Daarom komt mij de steun die de toelichting zoekt bij het auteursrechtelijke

argument voor de toepassing van de twee diensten-theorie, ook ten behoeve van de constructie om kabeldoorgifte van buitenlandse uitzendingen te scheiden in een buitenlands en een binnenlands deel, onjuist voor. Het moge waar zijn, dat "de rechtspraak over de tweede openbaarmaking in verband met de daarvoor vereiste toestemming van de auteursrechthebbende (aangeeft), dat de verdere verspreiding door de beheerder een zelfstandige betekenis krijgt",¹³ niet vergeten mag worden dat deze "zelfstandige betekenis" alleen auteursrechtelijk relevantie heeft, en dat nog wel met inachtneming van de constructie waardoor de sequens van de twee onderscheiden diensten tussen buitenlandse uitzending en binnenlandse kabelontvangst, in één gemeenschappelijke dienstverrichting kan worden begrepen. Immers, "de eerste houdt niet op waar de tweede begint."

Vergoeding

Echter ook afgezien van het auteursrechtelijke aspect voorziet de twee diensten-theorie in een behoefte. Die behoefte vloeit voort uit het EEG-Verdrag zelf. Wil er immers sprake zijn van een dienstverrichting volgens de gemeenschapsrechtelijke betekenis van dat begrip, dan zal aan twee elementen moeten zijn beantwoord: het grensoverschrijdende element (artikel 59 EEG-Verdrag) en het vergoedings-element (artikel 60 EEG-Verdrag). Het voldoen aan beide voorwaarden levert een aanzienlijke complicatie bij kabeldoorgifte van buitenlandse uitzendingen. Ziet men namelijk de relatie tussen de buitenlandse omroeponderneming en de binnenlandse kabelexploitant als een apart te onderscheiden dienstverrichting (waarin – althans in de relatie tussen dienstverrichter en dienstontvanger – uitsluitend het grensoverschrijdende element aanwezig is) ten opzichte van de relatie tussen de binnenlandse kabelexploitant en zijn abonnees (waarin uitsluitend het vergoedings-element aanwezig is),

dan ontglipt de totale constellatie, waarin de Nederlandse kijker door middel van kabeldoorgifte buitenlandse uitzendingen ontvangt, aan de toepasselijkheid van het EEG-Verdrag. Om daaraan tegemoet te komen biedt de twee diensten-theorie in dier voege soelaas, dat men het vergoedingselement heeft geabstraheerd van de rechtsband tussen dienstverrichter en ontvanger. Aldus is het niet meer van belang vast te stellen of ten aanzien van elk der schakels in de totale dienstverrichtingsketen een vergoedingsrelatie aanwezig is; voldoende is dat ergens in die keten voor de uitzending wordt betaald. Het is weer de advocaat-generaal J.-P. Warner, die ook hier met betrekking tot deze vergoedingsconstructie daarover geen misverstand laat bestaan: "Beslissend is, dat televisieuitzendingen gewoonlijk op een of andere wijze worden betaald, dat wil zeggen vergoed. De conclusie moet dan ook zijn, dat zij een dienst vormen van een onder het Verdrag vallende soort, ongeacht wie in een bepaald geval betaalt of niet betaalt".¹⁴⁾ Deze visie is inderdaad de consequentie van het Sacchi-arrest, waarin het Hof van Justitie heeft overwogen, dat "een televisiebericht naar zijn aard moet worden beschouwd als een dienstverrichting" en dat "de uitzending van televisieberichten, met inbegrip van reclameberichten, als zodanig onder de Verdragsregels inzake het verrichten van diensten valt".¹⁵⁾

Ook hier, net als bij het auteursrechtelijke aspect, tendert de twee diensten-constructie dus naar de formule: twee technisch en dogmatisch te onderscheiden dienstverhoudingen is gelijk één grensoverschrijdende dienstverrichting conform het EEG-Verdrag. Hoe paradoxaal komt het nu voor in de Memorie van Toelichting te lezen: "Ook is van belang dat het EEG-Verdrag verlangt dat de dienstverrichting gewoonlijk tegen vergoeding wordt verricht. Daarvan is bij de langgerekte dienst van buitenlandse zender aan kijker geen sprake. Daadwer-

kelijke rechtsbanden tussen dienstverlener en dienstontvanger ontbreken volledig. Ook de "één-dienst"-theorie kan dus geen grondslag voor toepasselijken van het EEG-recht bieden".¹⁶⁾

Het komt mij voor dat de indieners van het Mediawetsvoorstel op twee bruiloften tegelijk wilden dansen. Enerzijds doen zij een beroep op de twee diensten-theorie om binnen het kader daarvan de ruimte te benutten waarin de desbetreffende activiteiten zich in al hun relevante aspecten in één enkele Lid-Staat afspelen, anderzijds verwerpen zij deze constructie door te beklemtonen dat er "bij de langgerekte dienst van buitenlandse zender aan kijker geen sprake" kan zijn van een dienst die gewoonlijk tegen vergoeding wordt verricht, omdat aldaar "daadwerkelijke rechtsbanden" ontbreken. Wat er overigens zij van de twee diensten-theorie – en dat is veel meer dan in het kader van dit commentaar behandeld kan worden –, men zal toch voor een verantwoording van beperkingen op het vrije verkeer van grensoverschrijdende omroepdiensten een duidelijke keuze dienen te maken.

Publiekscriterium

Er valt trouwens nog een andere onverenwichtigheid te signaleren in het, in het Mediawetsvoorstel gemaakte, onderscheid tussen buitenlandse uitzendingen, die wel rechtstreeks ontvangen kunnen worden en uitzendingen waarbij dat niet het geval is. Zoals wij zagen werd dit onderscheid geïntroduceerd om ten aanzien van laatstbedoelde situatie het grensoverschrijdende element te elimineren. Nu roept de aldus gecreëerde groep van hen die alleen door middel van kabeldoorgifte buitenlandse uitzendingen kunnen ontvangen duidelijke reminiscenties op aan een "nouveau cercle d'auditeurs" waarmee nu juist het Kabelelvisie I-arrest in het kader van auteursrecht aanspraken heeft afgere-

kend.¹⁷⁾ Kort weergegeven kwam het betoog dienaangaande op het volgende neer. Om te beoordelen of men conform artikel 11 *bis*, lid 1, sub 2° van de Berner Conventie (waaraan onze Auteurswet is geadapteerd) te maken heeft met een afzonderlijke openbaarmaking (waarvoor een afzonderlijke toestemming van de auteursrechtelijke vereiste is), is niet het criterium van een nieuw publiek toepasselijk, maar dat van het "autre organisme" (d.i. in ons geval dus de kabelexploitant). In de uiteindelijk tot stand gekomen tekst van artikel 11 *bis*, lid 1, sub 2° Berner Conventie heeft men opzettelijk eerstbedoeld criterium niet opgenomen "omdat dit te vaag werd geacht".¹⁸⁾ De Hoge Raad refereert in de achtste rechtsoverweging van dit arrest nog aan het feit, dat de regering bij de parlementaire behandeling, voorafgaande aan de herziening van de Auteurswet die op 7 januari 1973 in werking trad, eveneens meermalen van de opvatting blijk heeft gegeven dat slechts dan van openbaarmaking sprake zou zijn indien een "nieuw publiek" wordt bereikt. Het heeft er thans alle schijn van dat de regering met het huidige Mediawetsvoorstel deze opvatting nog steeds niet heeft verlaten. Mocht dat inderdaad zo zijn, dan komt daarmee niettemin de passage in de toelichting, waarin wordt aangeknoopt bij de rechtspraak over de tweede openbaarmaking en de daarvoor vereiste toestemming van de auteursrechtelijke vereiste, ter staving van de stelling dat deze verdere verspreiding door de kabelexploitant "een zelfstandige betekenis" krijgt, tweeslachtig voor.

De Hoge Raad signaleert bovendien de praktische bezwaren waarop het stellen van de eis van een nieuw publiek zal stuiten. Nu lijken de ook elders opdoemende praktische bezwaren bij de toepassing van beperkende voorschriften op het gebied van de kabeldoorgifte het in de wedloop met de ontwikkeling op het gebied van de grensoverschrijdende ontvangstmoo-

gelijkheden te zullen winnen van de voorgestelde maatregelen. Bepalen we ons tot de besproken context dan gaat het slechts om de vraag, hoe "telkens moet worden nagegaan of die uitzending door het desbetreffende publiek – kort gezegd – rechtstreeks kan worden ontvangen".¹⁹⁾ Want "niet alleen zal de beantwoording van die vraag in een concreet geval op moeilijkheden kunnen stuiten en aanleiding kunnen geven tot controverses, maar het hanteren van dit criterium zal ook tot telkens andere uitkomsten leiden daar door verandering in de sterkte van de zenders en in het algemeen door het voorschrijven van de techniek op het door artikel 11 *bis*, lid 1 sub 2° bestreken gebied, de grenzen van de zogenaamde directe ontvangstzone aan voortdurende wijziging onderhevig zijn".²⁰⁾ Ook in dit opzicht staan praktische bezwaren de wet zelf in de weg.

Bezien wij in dit verband de in artikel 67, lid 1, sub b van het Mediawetsvoorstel veronderstelde situatie van de kwantitatieve kant, dan kan vastgesteld worden dat de betekenis daarvan, mede in het licht van de binnenkort te verwachten ontwikkelingen, niet groot is. Immers, programma's die door buitenlandse omroeporganisaties worden uitgezonden zullen in toenemende mate rechtstreeks met een gebruikelijke individuele antenne kunnen worden ontvangen. Thans is dat al het geval in grote delen van het oosten en het zuiden van ons land ten aanzien van Duitse, respectievelijk Belgische uitzendingen. Straks zal het mogelijk zijn om door middel van Direct Broadcasting by Satellite Service, satellieten dus die geen aards station vereisen,²¹⁾ programma's van buitenlandse stations te ontvangen met een individuele schotelantenne van ongeveer 90 cm diameter. Verwacht wordt dat in de tweede helft van 1987 de Olympus-satelliet (voorheen L-Sat) zal worden gelanceerd, waarvan de "foot-print" eveneens geheel West-Europa zal bedekken. Wanneer deze situatie is inge-

treden zal voor buitenlandse uitzendingen, die niet "rechtstreeks ter plaatse van de draadomroepinrichting met een daar gebruikelijke individuele antenne gedurende het grootste deel van de tijd met redelijke kwaliteit kunnen worden ontvangen", de steeds kleiner wordende mogelijkheid overblijven van buitenlandse uitzendingen die naar een distributiesatelliet worden opgestraald en slechts door een kabelonderneming kunnen worden ontvangen om aan de abonnees te wor-

den doorgegeven.²²⁾ In de nabije toekomst zullen de rechtstreekse ontvangstmogelijkheden dus steeds meer veld winnen, zodat uiteindelijk een met de ontvangst van radio-uitzendingen reeds lang bestaande vergelijkbare toestand zal ontstaan, waarin buitenlandse televisie-uitzendingen met een individuele antenne gedurende het grootste gedeelte van de tijd met redelijke kwaliteit kunnen worden ontvangen.

NOTEN

1. Memorie van Toelichting, Tweede Kamer, vergaderjaar 1984-1985, 19 136, nrs. 1-3, blz. 87.
2. T.a.p.
3. Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen, arrest van 30 april 1974, zaak 155-73, in: *Jurisprudentie van het Hof van Justitie* 1974, zesde rechtsoverweging, blz. 427.
4. C.W.A. Timmermans, noot bij het arrest van het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen van 31 januari 1984, gevoegde zaken 286/82 en 26/83, (Luisi en Carbone), in: *Sociaal-Economische Wetgeving* 1984, blz. 755; ook de advocaat-generaal A. Trabucchi refereerde in zijn conclusie van 2 juni 1976 voor het Watson en Belmann-arrest aan de schriftelijke opmerkingen van de Commissie van de Europese Gemeenschappen betreffende het Algemene Programma voor de liberalisatie van de diensten van 28 juli 1960, waarin de drie soorten dienstverrichtingen reeds werden onderscheiden, in: *Jurisprudentie van het Hof van Justitie* 1976, blz. 1203.
5. Neville March Hunnings in zijn annotatie van het Debaue en Coditel I-arrest, in: *Common Market Law Review* 1980, blz. 568.
6. Arrest van het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen van 18 maart 1980, zaak 52/79 (Debaue), in: *Jurisprudentie van het Hof van Justitie* 1980, negende rechtsoverweging, blz. 855.
7. T.a.p.
8. Memorie van Toelichting, blz. 88.
9. Arrest van het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen van 18 maart 1980, zaak 62/79 (Coditel I), in: *Jurisprudentie van het Hof van Justitie* 1980, blz. 881 e.v.; Kabeltelevisie I – arresten van de Hoge Raad van 30 oktober 1981, in: *Nederlandse Jurisprudentie* 1982, no. 435; Kabeltelevisie II – arrest van de Hoge Raad van 25 mei 1984, in: *Nederlandse Jurisprudentie* 1984, no. 697.
10. Memorie van Toelichting, t.a.p.
11. Conclusie bij de arresten Debaue en Coditel I, in: *Jurisprudentie van het Hof van Justitie* 1980, blz. 875, (linker kolom, eerste alinea).
12. Zie: de in noot 9 vermelde vindplaats.
13. Memorie van Toelichting, t.a.p.
14. Zie: de in noot 11 genoemde Conclusie, blz. 876.
15. Zie: noot 3.
16. Memorie van Toelichting, t.a.p.
17. Kabeltelevisie I – arrest van de Hoge Raad; zie: noot 9.
18. T.a.p., vijfde rechtsoverweging.
19. T.a.p.
20. T.a.p.
21. Said Moteshar and Stephen de B Bate, *Satellite and Cable Television. International protection*. Sydney London, Oyez Longman, 1984, blz. 5-7.
22. L.c.

Boekbesprekingen

P. Sneyders, PAPIEREN GEHEUGEN. Boek en schrift in de westerse wereld, Fibula-Van Dishoeck, (Weesp 1985), ISBN 90-228-3386-0, prijs f 49,50.

Wie het heden ten dage aandurft op enigerlei vakgebied een synthese te schrijven en die uitdaging tot een acceptabel einde weet te brengen, verdient reeds bij voorbaat erkenning. Dr. Paul Sneyders, docent aan de Amsterdamse Frederik Muller Akademie, oogst dan ook onze lof voor het feit dat hij de cultuurgeschiedenis van het boek in de westerse wereld heeft willen vastleggen in zijn geschrift *Papieren geheugen*. De fraai uitgegeven studie voorziet zeker in het Nederlandse taalgebied in een lacune.

Tot welk publiek Sneyders zich richt wordt uit de tekst van het boek zelf niet duidelijk. In zijn Woord vooraf (p. 6) vinden we geen verantwoording. Uit de opmaak van het werk krijgt men de indruk dat het boek bestemd is voor een groot publiek, doch sommig taalgebruik en het bekend veronderstellen van bepaalde zaken, vraagt van de lezers toch wel enig niveau. Slechts de uitgever, Fibula-Van Dishoeck te Weesp, licht ons op de achterflap van het boek in over de doelgroep: ieder die van boeken houdt.

De inhoud is in chronologische hoofdstukken geordend, waarbij de periode na de uitvinding van de boekdrukkunst (ca. 1450) ongeveer tweederde van het boek krijgt toegemeten. Bijzondere nadruk ligt er op de periode rond de laatste eeuwwisseling. Binnen de hoofdstukken is de stof min of meer thematisch geordend, waarbij telkens ruime aandacht wordt geschonken aan de ontwikkeling van de bibliotheek.

In de paragraaf over prehistorie en Oudheid ligt de nadruk op de ontwikkeling van het schrift, op de grote verscheidenheid aan schriftdragers en op de geleidelijke verdringing van de boekrol door het boek in codexvorm, een ontwikkeling die vooral door de christelijke traditie is beïnvloed. Het

hoofdstuk over de middeleeuwen plaatst de schriftcultuur in de kloosters van de vroege en late middeleeuwen en de profanisering van het boek na ca. 1200 in het centrum van de belangstelling. Tot de mijlpalen in de geschiedenis van de middeleeuwse boekcultuur behoren zonder meer de introductie van een nieuwe schrijffletter, de karolingische minuskel, rond 800 en het gebruik van papier als schriftdrager. Interessante gegevens heeft Sneyders bij elkaar geplaatst over onderwerpen als de boekenhonger van middeleeuwse verzamelaars, het bescheiden begin van de schriftelijke nieuwsgaring en het door middel van houtdruk vervaardigen van codices.

De uitvinding van de boekdrukkunst, het drukken met losse metalen letters, is een van de belangrijkste feiten uit de menselijke historie en heeft een belangrijk stempel gedrukt op literatuur, wetenschap en allerlei maatschappelijke ontwikkelingen. Sneyders schrijft op p. 71: "De boekdrukkunst bevorderde massale verspreiding en continuïteit van ideeën en bewegingen, sterker nog: was in veel gevallen de oorzaak daarvan bij uitstek". Zo vonden de kritische houding ten opzichte van de laatmiddeleeuwse kerk en de daaruit voortgekomen reformatie ondersteuning in de produkten van de drukpers. De Hervormingstijd heeft echter niet alleen aanzetten tot de groei van de schriftcultuur gegeven en het lezen sterk gestimuleerd, maar ook geleid tot vernietiging van "roomse" boeken en teksten. Van veel middeleeuwse codices resten ons slechts fragmenten.

De toename van de boekproductie op het breukvlak van middeleeuwen en nieuwe tijd vroeg om bibliografische beheersing, doch in de zestiende eeuw was daar nog maar een beschei-

den aandacht voor. De bibliothecarissen waren (te) druk met het samenstellen van catalogi van hun eigen collecties. Tot ver in onze eeuw zouden pogingen om te komen tot mondiale overzichten van alle specialistische literatuur en de bibliotheken waarin ze te vinden is schipbreuk lijden. Heden ten dage lijkt dit mondiale ideaal slechts benaderd te kunnen worden door het koppelen van wereldwijde netwerken van elektronisch opgeslagen informatiebestanden.

In de hoofdstukken over de zestiende en zeventiende eeuw heeft Sneiders in kort bestek heel wat wetenswaardigheden op een rijtje gezet over een aantal Nederlandse en buitenlandse drukkers. Niet minder informatief zijn de door hem verzamelde gegevens over de krant, die als periodieke bringer van actueel nieuws aan het begin van de zeventiende eeuw ontstond, en over het wetenschappelijke tijdschrift, het communicatieorgaan bij uitstek voor de leden van de Republiek der Letteren. Ofschoon de zeventiende-eeuwse bibliothecaris het conserveren van het oude boekenbezit als hoofdtak beschouwde, breekt langzaam aan het inzicht door dat de systematische aanschaf van moderne werken ook een niet onbelangrijk onderdeel is van de bibliotheekpraktijk.

Het merendeel van de bibliotheken is tot het midden van de negentiende eeuw nauwelijks toegankelijk voor het grote publiek, ondanks bemoeienissen van wetenschappers en clerici om de burgerij van de schriftcultuur te laten profiteren. Pas rond 1850 ontstaan in Engeland de eerste "public libraries". Het boek mocht zich toen in een grote belangstelling verheugen, een situatie die mede werd veroorzaakt door het grote scala van nieuwe technische mogelijkheden die de Industriële Revolutie aan het productieproces van het boek bood.

De decennia rond de laatste eeuwwisseling gelden volgens Sneiders als het drukpers-tijdperk bij uitstek. In die periode komt de massapers op, is er een enorme verspreiding van allerhande

drukwerk en een gestaag groeiende literaire productie. Er waren vele omstandigheden die zorgden voor een gunstig klimaat voor de leescultuur. Revolutionaire veranderingen in de documentaire informatieoverdracht doen zich pas voor na de tweede wereldoorlog. Dan worden nieuwe elektronische media geïntroduceerd in drukkerij, uitgeverij en bibliotheek. Ofschoon de nieuwe technieken hun kracht hebben bewezen, kan volgens Sneiders nog niet worden aangetoond dat het boek als zodanig en het lezen ernstige concurrentie van het beeldscherm hebben ondervonden. Gelukkig maar! Toch is het boek niet in een veilige haven afgemeerd: de komst van de "informatiemaatschappij" is gepaard gegaan met een groei van het analfabetisme en een achteruitgang in de leesvaardigheid. Alleen al om deze negatieve aspecten van de elektronische informatiemediën het hoofd te bieden, verdient het boek verdedigd te worden.

Sneiders overzichtswerk is er een goed voorbeeld van hoe een boek de mens anno 1986 nog steeds kan boeien. Niet alleen de hoofdtekst is lezenswaardig, doch ook de vele explicaties en uitweidingen die in de vorm van (marginale) commentaren door het hele boek verspreid te vinden zijn. Helemaal naar deze notities verwezen. Een overzichtswerk ontkomt uiteraard niet aan generalisaties. Dat dit wel eens kan leiden tot aanvechtbare of onjuiste beweringen ligt voor de hand. Zo kan bijvoorbeeld de opmerking op p. 75 dat een manuscript werd gefolieerd en het (vroeg) gedrukte boek bladzijde voor bladzijde gepagineerd, niet door bronnenonderzoek worden gestaafd. Stond ik het dat onderzoekingen van wetenschappers als Roberts (p. 21) en Briquet (pp. 48-49) wel worden signaleerd, doch dat de titels van hun studies nergens in het boek zijn terug te vinden. Trouwens, een literatuurlijst per hoofdstuk zou meer diensten hebben bewezen dan datgene wat nu achterin het boek onder het

kopje "Voor wie meer wil lezen en zien" (pp. 224-226) is gerangschikt. Een uitvoeriger register en een wat betere aanduiding van de drukwerken en handschriften waaruit de vele illustraties zijn genomen, zouden Papieren geheugen tot een gemakkelijker hanterbaar naslagwerk maken. Want hoewel als zodanig niet bedoeld, zal

Sneiders' synthese ook voor de boek-, bibliotheek- en mediawetenschappers als overzichtswerk dienst gaan doen. De belezenheid van de auteur, die overduidelijk uit het boek naar voren komt, is daar niet in de laatste plaats debet aan.

A.J. Geurts

Lars Qvortrup, The social significance of telematics. An essay on the Information Society, Amsterdam/Philadelphia, 1984 (John Benjamin Publishing Company), 228 pp, literatuurlijst, prijs: f 65,-, ISBN 902722540 0.

Qvortrup eindigt zijn boek over de maatschappelijke betekenis van telematica met de opmerking dat ieder tijdvak zijn eigen utopieën, zijn eigen visie van een betere samenleving kent. Ik denk dat het de taak en de verdienste van hem is geweest, dat hij utopieën en toekomstvisies over de informatiemaatschappij vertolkt. Hij vervult hiermee de intentie waarmee hij het boek opent: om een volgens hem doorgaans deterministische discussie over bijvoorbeeld minder werk door automatisering of meer democratie door informatisering op een hoger niveau te brengen. Voor hem is dat het niveau van een maakbare informatiemaatschappij met ander werk, andere levensvormen, een andere democratie. Zijn visie doet naïef aan. Dit mag echter niet bepalend zijn voor de waardering van het boek. Hij werkt de utopie immers op velerlei manieren uit; utopieën stelt hij tegenover meer cynische of zogenaamd realistische beschouwingen van de westerse maatschappijen en hun toekomst(loosheid); en vanuit Denemarken ziet de realiteit er wellicht rooskleuriger uit dan vanuit andere Europese centra. Wat dit laatste betreft bevestigt de Engelse vertaler (Philip Edmonds) in een opvallend voorwoord de bijzondere positie van Denemarken als de Gouw van Europa met Lars Qvortrup als burgemeester Sam Gewissies van een gemoderniseerd Hobbitstee. De uitwerking door Qvortrup van zijn

utopie is belangrijk. Ik zal proberen deze samen te vatten.

Centraal in de utopie staat een mogelijk herstel van de fysieke en geografische eenheid, dat wil zeggen het einde van de scheiding tussen woon- en werkplaats, tussen machtscentra en bevolking zoals die in de hedendaagse samenleving gegroeid zijn. De grote familie, het dorp, het stadje zijn verdwenen en vervangen door kerngezinnen, slaapsteden, fabrieken, kantoren, door afgezonderde blokken voor uit elkaar gegroeide maatschappelijke functies. In zijn boek schrijft Qvortrup dat de eenheid in een soort van communale levensvorm terug kan komen. Deze levensvorm speelt zich af in een wijkgebouw waarin de wijkgenoten gezamenlijk kunnen beschikken over geavanceerde informatietechnologieën. Dit zijn bijvoorbeeld met andere computers communicerende computers, videotekstsystemen, terminals aangesloten op de werkstations van anderen, allerhande software voor onderwijs, communicatie, werk-op-afstand, deelname aan gezamenlijke politieke besluitvorming met de communale groepen elders, het leren kennen en uiten van werkelijke behoeften aan goederen, diensten en contacten. "Le télématique" noemen de Fransen dit, telematics in het Deens, Nederlands en Engels. Deze communale levensvormen komen er niet als vanzelf. Actieve mensen moeten ze zoeken via wat het kernbegrip is in Qvortrup's

boek, namelijk "sociale experimenten met informatietechnologie". Ook Qvortrup weet dat informatietechnologie in zijn ontwikkeling ten minste nauw verwant is aan het militair-industrieel complex. Dat wil zeggen dat ze nauw verwant is aan vervreemdende industriële praktijken, bewapening en zelfs vernietiging. In hoofdstuk 3 beschrijft hij de eenzijdige economische oriëntatie in de Japanse ontwikkeling van informatietechnologieën en de consequenties daarvan. In hoofdstuk 4 en hoofdstuk 8 werkt hij de beschouwingen in de literatuur over de heilzame en de destructieve krachten in technologische vooruitgang en in technologisch vooruitgangdenken uit.

Wat hij echter tegelijkertijd en te zelfder plaatse poneert, met een beroep op verlichtingsfilosofie uit de 18e eeuw (Rousseau, Kant), op Deense denkers uit de 19e eeuw (Gruntvig, Kierkegaard) en de Frankfurter Schule in de persoon van Ernst Bloch, is dat een andere (informatie)maatschappij maakbaar is, als we dat willen en als we sociaal experimenteren met de ongekende mogelijkheden van informatietechnologie. De hoofdstukken 4, 5 en 6 zijn bijna geheel gewijd aan een nadere aanduiding van de filosofische grondslag van utopieën en van de informatie-utopie in het bijzonder. In hoofdstuk 7 vervolgens geeft hij praktisch consequenties aan van nieuwe informatietechnologieën voor de beleving van tijd, ruimte, natuurlijke omgeving en behoeften van mensen. In hoofdstuk 9 beschrijft hij kleinschalige experimenten met nieuwe informatietechnologieën. Aan de orde komen de opzet, het verloop, het vaak nog matige succes van de volgende experimenten:

- Een Zweeds experiment met kantoren-op-afstand;
- Franse pogingen om via experimenten in Biarritz en Marseille het gebruik van videotekst-systemen en tweezijdige (glasvezel)netten te stimuleren;
- de informatie-politieke ondernemin-

gen van de Franse regering en Jean-Jacques Servan Schreiber met het "Centre Mondial Informatique et Ressources Humaines".

Hier wordt gepoogd om een Franse bijdrage tot de informatietechnologische ontwikkeling van de Derde Wereld vorm te geven. In de experimenten onderkent hij de goede aanzetten, de praktische en commerciële problemen en, tot op zekere hoogte, het weinig vrijblijvende karakter van de Franse informatiepolitiek richting Europa en Francofoon Afrika.

Het laatste hoofdstuk wijst daarna de enige denkbare weg voorwaarts, te weten die van de sociale experimenten met telematics en de theorie daarover, met praktische wegwijzers voor de onderzoekers die tot experimenten zullen moeten opwekken en die de gewenste experimenten zullen moeten begeleiden en evalueren.

Ik denk dat het juist is om te stellen dat een utopie als de zijne in de gegeven maatschappelijke omstandigheden de enig denkbare weg voorwaarts is. De andere denkbare wegen leiden immers tot niets, c.q. tot minder werk, meer isolement, grotere en stevigere wereldwijde communicatiewebs beheerst door de leiding van enkele multinationale ondernemingen, de vervlakte cultuur van enkele wereldmachten, tot milieuvervuiling en, door de verstrengeling met het militair-industrieel complex, uiteindelijk tot atomaire vernietiging. Een weinig wenkend perspectief, dus. Niettemin zoeken intellectuelen in de samenleving naar zinvolle duidingen van de mogelijkheden waarover samenlevingen beschikken of kunnen beschikken. Deze duidingen worden gepubliceerd in essays en boeken; in informele contacten worden ze, ook door meer realistische of zelfs cynische intellectuelen, verwoord.

Het is Qvortrup's taak en verdienste dat hij de duiding in een redelijke en uitgewerkte vorm heeft beschreven. Zijn standpunt is en blijft optimistisch als dat van Bloch (zelfs 40 à 50 jaar

geleden) en ethisch geladen als dat van Habermas (we hebben als intellectuelen een taak in de moderne samenleving) en kritiseert het al te gemakkelijke post-moderne ethos als dat

van Toffler en Lasch.

Een zinnig boek. Aanschaf, lezing en discussie zeker waard.

George Muskens

Mededelingen



VSOM-studiemiddag

Op 13 juni a.s. om 13.30 uur in 'Hoog Brabant', Hoog-Catharijne in Utrecht, houdt de Vereniging voor Studie en Onderzoek van Massacommunicatie een **studiemiddag over de gevoerde campagnes voor de Tweede Kamerverkiezingen** van 21 mei 1986.

De middag wordt ingeleid door Philip van Praag (van de vakgroep Politicologie van de Universiteit van Amsterdam) met een verhaal over de verkiezingscampagnes en de rol die de media daarin spelen, waarin hij tevens recent onder-

zoeksmateriaal dat over de verkiezingen is verzameld zal verwerken. De campagneleiders van de PvdA (Peter Kramer), CDA (Ries Smits), D'66 (Edo Spier) en VVD (Ferry Houterman – onder voorbehoud) zullen vervolgens een toelichting geven op de door hun partij gevoerde campagne.

Tenslotte geeft Maurice de Hond zijn visie op de verkiezingscampagnes en de invloed van de opiniepeilingen daarop.

Hierna is er de gelegenheid tot discussie.

Sommatie '86: "Het grote spel"

Vraag en aanbod op de mediamarkt; naar een nieuwe media-economie

Op 13 en 14 maart j.l. werd voor de achtste keer in successie het jaarlijkse seminar "SOMMATIE" gehouden, georganiseerd door de Stichting Onderzoek Massacommunicatie.

Sommatie '86 onderscheidde zich op een aantal punten van de voorafgaande uitvoeringen van dit jaarlijks terugkerend symposium.

In de uitgave 1986 was het voor het eerst mogelijk voor onderzoekers om in te schrijven met een voordracht. Was het vroeger zo dat slechts mensen op invitatie als spreker konden op-

treden, nu was de mogelijkheid aanwezig om zich aan te melden als spreker voor een van de werkgroepssessies op vrijdagmorgen. Ook nieuw was het feit dat mensen uit de programma-commissie van de VSOM een sterke stem in de bepaling van het onderwerp, de programmering en de opzet van het symposium kregen.

Verder haalde Sommatie met ruim 120 deelnemers het hoogste aantal deelnemers uit haar geschiedenis.

Het onderwerp van deze achtste SOMMATIE werd gevat onder de kop "Het Grote Spel", met als ondertitel,

"vraag en aanbod op de mediemarkt; naar een nieuwe media-economie." Het seminar stond onder voorzitterschap van Drs. H.A. van Stiphout, directeur van de "Organisatie voor Strategisch Arbeidsmarktonderzoek.

Voorzitter drs. H. Kuypers van de SOM, opende het seminar met een pleidooi voor de vervanging van het begrip massacommunicatie door het begrip "media-communicatie".

De heer B. Blunden, president van de Research Association for the Paper and Board, Printing and Packaging Industries, ging in op de toekomst van de drukindustrie in het elektronische tijdperk. Hij benadrukte het feit dat de print-industrie zich in de toekomst wat betreft werkwijze en werkveld zal moeten verbreden. Hij schetste de stand van zaken met betrekking tot een aantal nieuwe elektronische toepassingen. Een van de tot de verbeelding sprekende voorbeelden was de manier waarop de dagelijks opgemaakte versie van de krant "USA Today" via satelliet naar diverse drukkerijen in de Verenigde Staten wordt gestuurd om vervolgens daar op de verschillende locaties gedrukt te worden.

Drs. P. Whitten, managing director van Communications and Information Technology Research Ltd. (CIT), sprak over "The impact of cable and satellite distribution on media development in Western Europe". Hij schetste een beeld van de mogelijkheden van "de kabel" dat naar zijn zeggen de bedoeling had iedereen weer met de voeten op de grond te brengen. De kabel die ligt in West-Europa is vooral aanwezig in een klein aantal landen (België en Nederland) en dan ook nog in de vorm van kleine netten. Bovendien blijken weinig mensen echt bereid te zijn om voor extra diensten te betalen. Er blijkt weinig behoefte te zijn. Behoeften bestaan slechts als "...someone is willing to pay for it", aldus Whitten.

De heer A. de Khegel van de Franse

"Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle", gaf een overzicht van de manier waarop de overheidsinstanties in Frankrijk zich gedragen in het "nieuwe mediatijdperk".

De donderdagnamiddag was gereserveerd voor de voordrachten die vanuit een meer theoretische invalshoek het kongresthema belichtten.

Eerste spreker was Prof. Dr. D. McQuail van de Universiteit van Amsterdam. De titel van zijn voordracht luidde: "Invloed van commercialisering op de massacommunicatie-theorie". Zijn lezing bestond voornamelijk uit een systematisering van de behandeling van het marktmodel in de theorie.

Dr. Tomas Szecsko (directeur van het "Mass Communication Research Center in Budapest) sprak over de politiek-economische benadering van de massacommunicatie in Hongarije. Zijn lezing bevatte onder meer een beschouwing over informatie als economisch goed.

Prof. Dr. H. Cohen Jehoram behandelde in zijn lezing het "mediarecht en overheidsinterventies op omroep- en aanverwante mediamarkten".

In de avonduren presenteerde Philips een nieuwe toepassing van de compactdisc. Deze informatiedrager zal in de toekomst, naast een "muziekdrager", gebruikt gaan worden als opslagmedium voor allerlei soorten informatie.

Op de vrijdagmorgen vonden de reeds gememoreerde sessies plaats. Er werden in totaal 19 papers gepresenteerd. De sessies hadden de volgende onderwerpen:

- De veranderende rol van de professionele communicator
- Internationale economische ontwikkelingen en nationale cultuurpolitiek
- Nieuwe methoden voor vaststelling en verklaring TV-kijkgedrag

- Diversiteit in cultuur en media
- Informatie en edukatie in het multi-mediatijdperk
- Van ongerichte naar gerichte programma-verspreiding
- De afstemming van het media-aanbod op de vraag.

Prof. Dr. V. Sparkes (Universiteit van Syracuse, New York) sprak over de consumenten reacties op kabeltelevisie in de Verenigde Staten. Sparkes presenteerde een soort drie fasen diffusie-model in relatie tot kabel. Allereerst wordt de kabel gezien als een simpele uitbreiding van het normale televisie-aanbod. In een tweede fase wordt het kabel aanbod op zich gewaardeerd en los gezien van het normale televisie-aanbod. In een derde fase zal de kabel voor geheel andere dingen worden aangewend en vindt ze toepassingen vanuit haar eigen aard.

Drs. S. Vliegen van het Bureau voor Corporate en Product Communications Vliegen, Vergouw en Ten Hoopen, ging in op de impact van de media-ontwikkelingen op het functioneren van het communicatie adviesbureau. Hij brak een lans voor het zogenaamde communicatie-management. Het is belangrijk dat voorlichting, p.r., sponsorship, design en reclame door een bedrijf op elkaar worden afgestemd.

Drs. E. Jurgens, voormalig voorzitter van de NOS, formuleerde een overzicht van de afgelopen twee kongresdagen. Bovendien liet hij kort een aantal, volgens hem, noodzakelijke taken van de publieke omroep de revue passeren. Tot die taken rekende hij onder andere:

- Het aan het woord laten komen van minderheidsgroeperingen
- Het op peil houden en brengen van de "public taste"
- Het bevorderen van Nederlandse producties
- Uitwisseling met met name Oost-Europa en ontwikkelingslanden ter bevordering van wederzijds begrip.

Prof. Dr. A. Zerdick van de Vrije Universiteit Berlijn en de heer J. op de Beek van de B.R.T. te Brussel waren helaas wegens ziekte verhinderd.

In het komende nummer van het tijdschrift "massacommunicatie" (1986 nummer 2) zal uitgebreid worden teruggekomen op Sommatie 1986.

Studiekring Voorlichtingskunde 27 mei 1986

Na enige jaren welverdiende rust is de Studiekring Voorlichtingskunde thans weer volop actief. Hoewel officieel onderdeel van het Koninklijk Genootschap voor Landbouwwetenschap, is het de bedoeling de studiekring een veel breder werkterrein te geven, t.w.: Huishoudelijke- en consumentenvoorlichting

Gezondheidsvoorlichting
Natuur- en Milieuvorlichting
Ontwikkelingssamenwerking en Landbouw

Taken zijn het uitwisselen van ervaringen, het bespreken en doorgeven van nieuwe ontwikkelingen, op het vakgebied en randgebieden, en het stimuleren van contact tussen wetenschap en praktijk.

Het bestuur heeft een totale verjonging doorgemaakt en bestaat uit mensen uit verschillende hoeken van de voorlichtingspraktijk (overheid en commercieel) en wetenschap.

De eerste activiteit is gepland op *27 mei 1986*. Nadere informatie volgt, maar het zal gaan over *relatie voorlichtingskunde en praktijk: wat hebben ze aan elkaar?*

Mensen die lid willen worden moeten zich opgeven bij Ir. H. van 't Klooster, KGvL, Generaal Foulkesweg 1a, te Wageningen. Kosten zijn f 15,- per jaar.*) Vermeld bij uw opgave "Studiekring Voorlichting". U krijgt dan nadere informatie toegestuurd. Het is ook mogelijk eerst de kat uit de boom te kijken en naar de bijeenkomst op 27 mei te komen. U moet dit voornemen wel kenbaar maken aan Ir. J. Uilenreef,

postbus 1115, 5200 BE Den Bosch. U krijgt dan informatie thuisgestuurd.

Erratum

In het artikel "Top 10 televisieprogramma's; een "must" voor de kijker?" in nummer 6 van de vorige jaargang is de volgende noot weggefallen:

"Met dank aan de medewerkers van de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS (in het bijzonder Corry Baardwijk, Rob Keijzer en Paul Vierkant) en Wilma de Haas van Intomart voor hun bijdragen aan het onderzoek. Zie voor het oorspronkelijke onderzoeksverslag NOS-KLO bulletin B85-155."

Gegevens over de auteurs

Mr. H.R. Eyl is werkzaam bij advocatenkantoor Houthoff c.s. te Amsterdam.

P. van Lint is als wetenschappelijk hoofdmedewerker verbonden aan de Vakgroep Taalbeheersing van de Rijksuniversiteit te Groningen. Tevens is hij medewerker bij de taakgroep Theaterwetenschap van dezelfde universiteit.

Drs. B. Manschot en drs. H. van der Brug zijn als wetenschappelijk medewerker verbonden aan het Baschwitz-instituut van de Universiteit van Amsterdam.

Drs. W.H. Nijhof studeerde op de doctoraal-scriptie "Waakhonden, wekhonden en overheidsmedia" eind 1985 cum laude af in de sociale wetenschappen (hoofdvak communicatiewetenschap) aan de Universiteit van Amsterdam. Sinds 1974 is hij hoofd van afdeling Voorlichting van de gemeente Apeldoorn.

Drs. Ph. van Praag is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan de Vakgroep Collectief Politiek Gedrag van de Universiteit van Amsterdam.

Prof. Stolte is intendant van het "Zweites Deutschen Fernsehen" (ZDF), Mainz.

Mr. drs. F.W. Winkel is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan de Vakgroep Sociale Psychologie van de Vrije Universiteit te Amsterdam.