

MASSACOMMUNICATIE

Wetenschappelijk Kwartaaltijdschrift
voor Communicatie en Informatie

Jaargang 19

Nummer 3, 1991

KEES VAN DER HAAK

Omroepbeleid over de as.

JAN KLEINNIJENHUIS,
ALLERD PEETERS,
NIEK HIETBRINK &
DICK SPAANS

*Het nieuwsaanbod van
NOS en RTL en wat
kijkers ervan leren.*

GUUS BOLLEN &
HENRY ROBBEN

*De rol en werkwijze van
vakbladredacteurs bij
informatieselectie.*

JAAP WILLEMS

*Wetenschap op de
Nederlandse tv.*

EDWIN HAAST

Stuart Hall: randfiguur

MASSACOMMUNICATIE

Wetenschappelijk Kwartaaltijdschrift voor Communicatie en Informatie

Bijdragen boeken ter recensie en andere stukken voor de redactie zenden aan de redactiesecretaris, drs. C.W.H.M. van der Linden, Postbus 258, 6500 AG Nijmegen, telefoon (080) 615723/612372.

Kopij inzenden in machineschrift op A4-formaat (enzijdig) met regelafstand 1½ of 2 en brede marges (4cm) rondom; artikelen in viervoud, boekrecensies en andere kopij in enkelvoud.

Artikelen (alleen in het Nederlands, Engels en Duits) dienen vergezeld te gaan van een samenvatting (max. 150 woorden) in het Engels (resp. Nederlands) en een notitie voor de rubriek 'gegevens van de auteurs' ook op een apart en los vel. Noten zoveel mogelijk beperken; voor literatuurverwijzingen hanteert de redactie het APA-systeem. Noten doornummeren en evenals de literatuuropgave achter het artikel plaatsen. Tabellen, grafieken en figuren op afzonderlijke vellen bijvoegen en in de tekst hun plaats aangeven.

Raadpleeg voor de vorm van de tekst recente nummers van het tijdschrift.

Nadere richtlijnen alsook inlichtingen over de wijze waarop de redactie en uitgever over ingezonden bijdragen beschikken kunt u verkrijgen bij de redactiesecretaris.

Abonnementen uitsluitend aanmelden bij de administratie (drukker).

Gewoon abonnement *f* 98,75; abonnement buitenland *f* 108,75; studenten-abonnement *f* 48,--; los nummer *f* 25,--; dubbelnummer *f* 45,--

Bij lidmaatschap van de '**Vereniging voor Studie en Onderzoek van Massacommunicatie**' (VSOM) is een abonnement op 'Massacommunicatie' inbegrepen. Lidmaatschap *f* 150,--; aspirantleden (studenten) *f* 75,--.

Advertenties aanmelden bij de redactiesecretaris. Prijzen ¼ pagina *f* 300,--; ½ pagina *f* 165,--. Korting bij herhaalde plaatsing. Drukspiegel: 129 x 190 mm

Administratie en druk: Drukkerij/Uitgeverij H. Gianotten b.v., Bredaseweg 61, 5038 NA Tilburg, telefoon (013) 425050.

MASSACOMMUNICATIE

uitgegeven door de
STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

Onder redactie van

MR. G.A.I. SCHUIJT	<i>Universiteit van Amsterdam</i>
PROF. DR. W.F. VAN RAAIJ	<i>Erasmus Universiteit Rotterdam</i>
PROF. DR. J.G. STAPPERS	<i>Katholieke Universiteit Nijmegen</i>
DR. J. WIETEN	<i>Universiteit van Amsterdam</i>
PROF. DR. C.M.J. VAN WOERKUM	<i>Landbouw Universiteit Wageningen</i>

Raad van Advies

prof. dr. J.C. Arnbak, *Technische Universiteit Delft* - prof. dr. J.Th.M. Bank, *Erasmus Universiteit Rotterdam* - prof. dr. E. de Bens, *Rijksuniversiteit Gent*, -
drs. J. Bierhoff, *School voor de Journalistiek, Utrecht* - dr. H. de Bock, *Interview/
Burke Amsterdam* - prof. dr. ir. J.L. Bordewijk, *Technische Universiteit Delft* -
prof. dr. L. Boone, *Katholieke Universiteit Leuven* - mr. H.J.M. Boukema,
Advocatenkantoor Geerling, Amsterdam - dr. H. Bouwman, *Universiteit van
Amsterdam* - prof. dr. J.J. van Cuilenburg, *Universiteit van Amsterdam* -
prof. mr. E.J. Dommering, *Universiteit van Amsterdam* - prof. dr. G. Fauconnier,
Katholieke Universiteit Leuven - prof. dr. C.J. Hamelink, *Universiteit van
Amsterdam* - drs. P.M. Hendriksen, *Nederlandse Omroep Stichting (NOS)* - prof.
dr. G.J. Kok, *Rijks Universiteit Limburg* - prof. dr. K. Renckstorf, *Katholieke
Universiteit Nijmegen* - drs. A.A.M. Rennen, *Academie voor de Journalistiek Tilburg*
- prof. dr. N. Rößling, *Landbouw Universiteit Nijmegen* - prof. dr. G.M. van
Veldhoven, *Katholieke Universiteit Brabant* - prof. dr. T.H.A. van der Voort,
Rijksuniversiteit Leiden - dr. A.A. Wentink, *Katholieke Universiteit Brabant* - prof.
dr. O. Wiegman, *Technische Universiteit Twente*.

Inhoud, nummer 3, 1991

Artikelen

KEES VAN DER HAAK
Omroepbeleid over de as, PAGINA 177

JAN KLEINNIJENHUIS, ALLERD PEETERS, NIEK HIETBRINK & DICK SPAANS
Het nieuwsaanbod van NOS en RTL4 en wat kijkers er van leren,
PAGINA 197

Onderzoek in 't kort

GUUS BOLLEN & HENRY ROBBERN
De rol en werkwijze van vakbladredacteuren bij informatieselectie,
PAGINA 227

JAAP WILLEMS
Wetenschap op de Nederlandse tv, PAGINA 240

Kroniek

EDWIN HAAST
STUART HALL: randfiguur. Tussen politiek en wetenschap, PAGINA 254

Boekbespreking

Bakker P., Mediageschiedenis; bespreking door L. van Snipperburg,
PAGINA 260

KEES VAN DER HAAK

*Omroepbeleid over de as**

Deze rede handelt over de verschuiving van het centrale aandachtspunt in het Nederlandse omroepbeleid van de laatste 26 jaar.

Rond 1965 was het beleid vooral gericht op de zendgemachtigde, begin jaren tachtig op de kwaliteit van het programma, thans op het behoud van het publiek.

De auteur bepleit op grond hiervan een overschakeling van een systeem van zendmachtigingen naar een concessiestelsel, waarin de publieke taak van de omroep centraal staat.

Over de as gaan is een fout waarvoor je gewaarschuwd wordt in de eerste lessen van een cursus camera, montage of regie.

De as is de denkbeeldige lijn tussen bijvoorbeeld een redenaar en zijn publiek. Als de camera de redenaar op het rechteroor aanschiet en vanuit dat standpunt ook het publiek opneemt, zal bij vertoning van de beelden terecht de indruk ontstaan dat redenaar en publiek elkaar aankijken. Maar als de camera even stopt met draaien, die denkbeeldige lijn overschrijdt en vervolgens de redenaar van links in beeld brengt, zal het lijken alsof de spreker ineens met de rug naar de zaal staat.

Over de as gaan is verwarrend, levert tegenstrijdige beelden op..., tenzij je de kijker laat zien wat je doet door te blijven opnemen, terwijl de camera een halve cirkel beschrijft. Daar is niets fout aan. Het kan zelfs een mooi plaatje opleveren.

Mijn stelling is, dat het omroepbeleid in de laatste 25 jaar over de as is gegaan. Met de as bedoel ik dan de lijn die van de omroeporganisatie via het programma naar het publiek loopt. In wat stijve, communicatiewetenschappelijke termen: de as zender - boodschap - ontvanger. In het begin van deze periode stond de zender, de zendgemachtigde in het brandpunt van de belangstelling. Tegenwoordig is de centrale beleidsvraag: hoe kan de publieke omroep zijn publiek vasthouden? Deze ommezwaai zorgt voor verwarring en tegenstrijdigheden. Wat vroeger niet mocht (vertrouwen), wordt nu tot beleidsdoel verheven (gedifferentieerd bestel).

De tweede stelling waarvan ik u hoop te overtuigen luidt dat dit over de as gaan van het omroepbeleid helemaal niet erg is, als je maar laat zien wat je doet en het consequent doet. Tegen het eind van dit betoog zal ik demonstren hoe je ook vanuit het gezichtspunt van de ontvanger een consistent omroepbeleid en een beeldschoon omroepbestel kunt ontwerpen. Als ik spreek over omroepbeleid, dan heb ik het over het beleid zoals dat geformuleerd is in stukken van de overheid, adviesorganen en de omroep. Ik beperk mij tot het beleid met betrekking tot de landelijke publieke omroep in de laatste 26 jaar, dus vanaf de Nota-Vrolijk, die de basis legde voor het huidige omroepbestel en die dateert van mei 1965.¹ Ik zal mij voornamelijk bezig-

* In verkorte vorm uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van bijzonder hoogleraar vanwege de Stichting Nijmeegs Universiteitsfonds aan de Katholieke Universiteit Nijmegen in *Mediabeleid*, in het bijzonder de vormgeving daarvan in de praktijk, op vrijdag 14 juni 1991

houden met de zendgemachtigden met een algemene omroepzaak en de NOS.

Nota-Vrolijk (1965) en Omroepwet (1969)

Eind februari 1965 viel het kabinet Marijnen. Niet over de vraag of er in Nederland commerciële omroep moest worden ingevoerd, maar over de vraag, hoe in een niet-commercieel bestel met reclame volgens de STER-formule de reclame-opbrengsten verdeeld moesten worden.² Er trad een nieuw kabinet aan, waarin minister Vrolijk van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk de omroep onder zijn hoede kreeg. In zijn Nota betreffende het omroepbestel werd inderdaad STER-reclame ingevoerd met een opbrengsten-verdeling die we nu nog kennen, namelijk zonder enige relatie met het programma waarbij de reclame geplaatst is. Te verwachten STER-inkomsten vormen tot op de dag van vandaag geen prikkel voor afzonderlijke zendgemachtigden om op een bepaalde manier te programmeren. Wel is de omroep als geheel zich in de laatste twee jaar pijnlijk bewust geworden van zijn afhankelijkheid van reclame-inkomsten, hetgeen een specifieke programma-strategie en nieuwe termen als “verdiennet” en “vechtnet” heeft opgeleverd.

De Nota-Vrolijk bracht ons behalve reclame ook de NOS, die het verplichte samenwerkingsorgaan werd van de omroeporganisaties en die bovendien de beschikking kreeg over eigen zendtijd voor een “gezamenlijk programma”. Dit gezamenlijk programma zou een ontmoetingspunt moeten zijn voor de geestelijke en maatschappelijke stromingen, en voorts uitzendingen moeten bevatten die zich bij uitstek voor een gezamenlijke aanpak lenen, zoals nieuwsberichten, journaals en Eurovisieprogramma's. Deze beschrijving is belangrijk als eerste proeve van een inhoudelijke formulering van een specifieke programmataak.

Als derde nieuw element introduceerde de Nota-Vrolijk de mogelijkheid dat naast de bestaande zendgemachtigden ook andere organisaties zendtijd zouden kunnen verwerven, mits zij aan bepaalde eisen voldeden.

De belangrijkste eisen die enkele jaren later in de Omroepwet³ werden neergelegd waren: het beschikken over tenminste 100.000 leden of contribuanten (aspirant-omroepen 15.000), het zich ten doel stellen een volledig programma te brengen en het “in zodanige mate gericht zijn op de bevrediging van in het volk levende culturele of godsdienstige dan wel geestelijke behoeften, dat hun uitzendingen uit dien hoofde geacht kunnen worden van algemeen nut te zijn” (art. 13, tweede lid, 4e).

Hoewel hieruit ook enige aandacht lijkt te spreken voor het programma en de publieksbehoeften, overheerst in de uitwerking de belangstelling voor de kenmerken en de positie van de zendgemachtigde. Het volledig program-mavoorschrift diende vooral om ervoor te zorgen dat oude en nieuwe omroeporganisaties hun activiteiten onder gelijke condities zouden kunnen ont-

plooien.⁴ Het criterium van de behoeftenbevrediging zou negen jaar later onhanteerbaar blijken, toen minister Van Doorn probeerde daarmee de VOO de toegang tot de ether te ontzeggen. Het ledental was doorslaggevend.⁵ Het accent in de regelgeving lag dus op de eisen waaraan de kandidaatzend-gemachtigde als organisatie moest voldoen. Het is enigszins paradoxaal dat de belangrijkste eis, het getalscriterium en met name het op ledentallen gebaseerde statusstelsel van omroeporganisaties A, B en C, een ingebouwde prikkel tot publieksgerichte programmering vormde. Dat effect was door de wetgever zeker niet bedoeld.

De belangen van het publiek komen in de Nota-Vrolijk pas expliciet aan bod waar de instelling van Programmacoördinatie-commissies voor respectievelijk radio en televisie wordt voorgesteld: Deze commissies zouden moeten streven naar een harmonisch en evenwichtig programma-aanbod. In het bijzonder moesten zij bevorderen, dat de luisteraar en kijken voortdurend een keuze zouden kunnen maken tussen een programma van verstrooiend karakter enerzijds en een programma van meer cultureel-educatieve aard anderzijds.⁶

In de Omroepwet en de daarop gevolgde praktijk is de taak van de Programmacoördinatie-commissies aanzienlijk beperkter opgevat. Zeker voor televisie was die slechts gericht op het voorkomen van ongewenste herhalingen en van gelijktijdige uitzending van gelijksoortige programma's. De zogenaamde negatieve coördinatie.

Met betrekking tot de radio bevatte de uiteindelijke tekst van de Omroepwet een belangrijke uitbreiding van de coördinatietaak: "De Programma-coördinatie-commissie voor de radio draagt er voorts zorg voor, dat zoveel mogelijk gedurende de voor de uitzendingen bestemde tijd op één der radiozendernetten een programma van verstrooiende aard wordt uitgezonden." (art. 45, derde lid).

Deze bepaling legde de basis voor Hilversum III, dat de concurrent moest worden van de sinds 1960 uitzendende piratenzender Veronica. Die opzet is geslaagd. De toegenomen populariteit van Hilversum III maakte het de regering mogelijk om de piraat Radio Veronica in augustus 1974 zonder problemen het zwijgen op te leggen.

Zo werden in een wet, die wel gekarakteriseerd is als een toegangsregeling voor zendgemachtigden, toch drie elementen opgenomen die uiteindelijk een publieksgerichte programmering bevorderden:

- . de STER (die dit effect pas ca. 25 jaar later veroorzaakte);
- . het getalscriterium, met de verschillende drempels;
- . het programmavoorschrift voor Hilversum III.

Vertrossing en Nota over het Massamedia-beleid (1975)

De organisatie die als eerste profiteerde van de openstelling van het omroepbestel voor nieuwe gegadigden, was de TROS, nakomeling van de commer-

ciële offshore omroep REM. Zij begon in oktober 1966 uit te zenden als aspirant-omroep en bereikte acht jaar later de status van omroeporganisatie A. De A-status werd door minister Van Doorn verleend op voorwaarde dat de TROS in de toekomst een volledig programma, en met name een actualiteitenrubriek zou gaan uitzenden. Tegen deze voorwaarde ging de TROS met succes in beroep, maar TROS Aktua kwam er wel.

De TROS was de naamgever van een koerswijziging in het beleid van de meeste grote omroepen in de eerste helft van de jaren zeventig: vertrossing. Vertrossing kenmerkt zich door de keuze voor een marktorientatie waarbij getracht wordt een zo breed mogelijk publiek te veroveren. In het programma-aanbod neemt de verstrooiing toe ten koste van informatie. Enig contact tussen omroep en achterban ontbreekt. Omroepidmaatschap is gereduceerd tot kijkerschap.⁷ Deze oriëntatie van omroepen op de markt ofwel op de belangstelling van de kijkers en luisteraars, werd nog versterkt door de komst van de VOO, evenals de TROS van piraten-komaf.

De VOO werd in 1975 pas toegelaten als aspirant-omroep, nadat de Raad van State had uitgesproken dat het ledental op zichzelf al aannemelijk maakte dat de VOO gericht was op de bevrediging van in het volk levende behoeften. Minister Van Doorn en de Tweede Kamer reageerden op de opkomst van TROS en VOO met een verscherping van de toelatingseisen voor nieuwe zendgemachtigden. Nieuwe omroeporganisaties moesten voortaan representatief zijn voor een bepaalde maatschappelijke, culturele of godsdienstige stroming in het volk. En nieuwe omroeporganisaties zouden eerst gedurende een jaar als aspirant-omroeporganisatie moeten aantonen dat hun programma de verscheidenheid in de omroep vergrootte.

Een godsgeschenk voor degenen die de Omroepwet een warm hart toedroegen was natuurlijk de komst van de Evangelische Omroep (1970). De EO bewees dat de verzuiling waar de Omroepwet van uitging nog echt bestond en was precies zo'n nieuwe omroep als de Omroepwet bedoelde: een heuse stroming die de uitingsmogelijkheden van radio en televisie nog niet eerder ontdekt had.

Tussen de radicaal publieksgerichte omroepen TROS en VOO enerzijds en de orthodoxe EO anderzijds ontwikkelde zich een pressiegroep die niet het brengen van een volledig programma nastreefde, maar het krijgen van een klassieke muziekgroep op de radio, te programmeren door de bestaande zendgemachtigden. Een actiegroep van ontevreden radioluisteraars dus, de Stichting Nederland=Muziek, die in korte tijd 100.000 adhesiebetuigingen verzamelde. Minister Van Doorn betoonde zich in zijn Nota over het Massamedia-beleid⁸ voorstander van zenderstylering op grond van de veranderde functie van de radio in het televisietijdperk, en bevorderde dat in december 1975 Hilversum IV in de lucht kwam als klassieke muziek- en cultuurzender. He was de tweede radiozender waarvan het programmatische karakter van overheidswege werd aangeduid met het oog op de behoeften van een publieksgroep.

Cultuurbeleid naast Mediabeleid 1: VPRO-commissie (1981)

De actie voor een klassieke muziekzender was de voorbode van een meer systematische aandacht voor het programma-aanbod van de verzuilde omroep. Twee prestigieuze colleges hielden zich vanaf begin 1979 bezig met het fundamenteel doordenken van het omroepbeleid en het omroepbestel: een door de VPRO ingestelde commissie-Van Doorn en de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. Beide colleges bezagen daarbij, geïnspireerd door het Sociaal en Cultureel Planbureau, de omroep ook uitdrukkelijk vanuit een cultuurpolitiek gezichtspunt.

Het centrale uitgangspunt van de commissie die de VPRO instelde was de mondigheid van de mensen: de mensen moeten niet belemmerd worden in het maken van een keuze uit het aanbod van informatie. In het verlengde daarvan ligt de uitspraak: "In de komende decennia, bij een afnemende schaarste aan zendmogelijkheden, zal de overheid nog slechts kunnen volstaan met een rechtstreekse bemoeienis met de toedeling van een bepaald zendtijdgedeelte en dan uitsluitend uit hoofde van cultuurpolitieke overwegingen. Dit impliceert dat in een toekomstige structuur, zoals nu bijvoorbeeld bij de gedrukte media en de film het geval is, ook de commercie, - met inachtneming van bepaalde (minimale) eisen van de zijde van de overheid - ook zendtijd zou moeten kunnen krijgen."

Met deze paar zinnen zijn we mijlenver verwijderd van het omroepbeleid, zoals dat tot nu toe in een wisselwerking met de grotere Hilversumse omroeporganisaties door de overheid was geformuleerd. Ondanks het feit dat oud-minister Van Doorn de VPRO-commissie, die uitsluitend intellectuelen van buiten de omroep als leden telde, voorzat.

De commissie vertaalde deze opvattingen in een structuur met drie televisienetten. Op het eerste net zouden de omroeporganisaties met een geprofileerde omroepzaak komen, op het tweede net de Stichting Algemeen Programma en op het derde net de Commerciële Omroep Stichting.

Voor de omroeporganisaties op het eerste net zou wel een minimum aantal leden blijven gelden, maar de hogere getalsdrempels zouden worden afgeschaft. Daarmee zouden de omroeporganisaties zijn gevrijwaard van een voortdurende strijd om de gunst van de kijker en van de pressie om steeds méér leden achter zich te scharen, met alle programmatische concessies van dien. Het programmapakket van de omroeporganisaties was in de visie van de commissie een zaak van die organisaties zelf. Wel diende de wetgever naar haar mening alles in het werk te stellen om ervoor te zorgen dat de diverse omroeporganisaties, conform hun uitgangspunten, hun identiteit zoveel mogelijk profileerden.

Zo terughoudend als de commissie was ten aanzien van het programma van de omroeporganisaties, zo uitgesproken was zij over het programma van de Stichting Algemeen Programma op Nederland 2. Men denke aan het huidige Nederland 3-programma.

De commissie voorzag dat vanuit het buitenland via de combinatie van satelliet en kabel commerciële televisie op het Nederlandse taalgebied zou worden gericht en besepte dat uitbreiding van de STER geen afdoend middel zou zijn om de uittocht van adverteerders naar het buitenland tegen te gaan. Ook dat vormde een motief - naast de overwegingen van principiële aard - om een commercieel derde net voor te stellen.

Resumerend zouden we het door de commissie voorgestelde eerste net, waarop de omroeporganisaties alsmar hun identiteit zouden moeten belijden, kunnen bestempelen als zender-gericht, het tweede net, bespeeld door de S.A.P. als programma- (of boodschap-)gericht en het derde commerciële net als publieks- (of ontvanger-)gericht.

Met het voorstel voor dit publieksgerichte net is de camera, in termen van mijn metafoor, over de as gegaan, evenals met het nemen van de keuzevrijheid van kijker en luisteraar als uitgangspunt voor het omroepbeleid.

Maar tegelijkertijd moet vastgesteld worden dat de commissie-Van Doorn dit uitgangspunt nogal beperkt toepaste. De commissie heeft zich bijvoorbeeld nauwelijks afgevraagd of het identiteitsnet en het S.A.P.-net ook nog enige aantrekkingskracht zouden hebben voor een algemeen publiek.

Cultuurbeleid naast Mediabeleid 2: het WRR-advies (1982)

Tegelijk met de commissie-Van Doorn ging de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid aan de slag om antwoord te geven op een adviesaanvraag van de regering inzake de gevolgen van technische ontwikkelingen voor het overheidsbeleid met betrekking tot de media.

De WRR zette een groot aantal studie-opdrachten uit bij externe deskundigen - een belangrijke injectie in de nog jonge Nederlandse communicatiewetenschap - en bracht in augustus 1982, anderhalf jaar na de commissie-Van Doorn, zijn advies uit.¹⁰

Er zijn veel overeenkomsten tussen beide rapporten. Zo koos ook de WRR voor een vrijmakend beleid, waarin overheidsinterventie slechts gelegitimeerd is als er anders onvervangbare functies verloren dreigen te gaan. Ook de WRR aanvaardde cultuurpolitieke overwegingen als grondslag voor overheidsbemoediging met de media naast de zorg voor handhaving van de vrijheid van meningsuiting. Met de VPRO-commissie pleitte de WRR voor ontkoppeling van omroeplicidmaatschap en abonnement op een programmablad. Beide colleges waren het eens over de toelatingseisen en het geheel of gedeeltelijk laten vervallen van het volledig programmavoorschrift. Evenals de VPRO-commissie schreef de WRR ook een afzonderlijk domein voor wat hij noemt "hoogwaardige producties op het gebied van achtergrondinformatie, kunst en (Nederlands) drama" alsmede voor "programma's waar het geluid van groepen aan bod kan komen die niet in het bestel zijn gerepresenteerd". (p. 266). Voor deze programma's wordt niet, zoals bij de VPRO-commissie, een heel net ingeruimd, maar ongeveer 16 uur televisie-

zendtijd per week, dat aan een aparte stichting wordt toevertrouwd, waarvan de bestuursleden worden benoemd door de minister van CRM.

“De programmering vindt plaats in onafhankelijkheid van kijkdichtheden,” merkt de Raad op, “waardoor de nadruk op grensverleggende kwaliteit kan worden gelegd. Het derde programma mag echter niet ontaarden in een cultureel reservaat, het moet juist bijdragen aan een horizonverruiming voor velen.” (p. 226).

Tenzij de meerderheid van de Raad (het lid Van Stiphout distantieerde zich van deze oplossing) bij “velen” dacht aan de spreekwoordelijke schouwburgen, concertzalen en voetbalstadions vol, mag hier wel gesproken worden van grensverleggende naïviteit.

De WRR achtte, in tegenstelling tot de VPRO-commissie, de instelling van een commercieel derde net als middel om het wegvloeien van reclame-aanbod naar het buitenland te pareren voorbarig, gezien de ongewisheid van het tot stand komen van aanbod door commerciële satellieten.

De geschiedenis heeft op dit punt, zo weten we inmiddels, de VPRO-commissie gelijk gegeven.

Wanneer de WRR uit recent onderzoek concludeert: “dat het grootste deel van het tegenwoordige publiek niet volgens levensbeschouwelijke of politieke kwaliteitsstandaarden selecteert uit het omroepaanbod”, merkt hij op dat de toenemende markt oriëntatie en het identiteitsverlies bij de omroepen, die zowel oorzaak als gevolg van dit publieksgedrag zijn, uit het oogpunt van mediapolitiek als ongewenst moeten worden beschouwd. (p. 194).

Ik kan mij niet aan de indruk onttrekken dat de voorstellen van de WRR beogen een verscheidenheid aan de zender-kant waaraan de maatschappelijke basis grotendeels is ontvallen, enigszins geforceerd in stand te houden c.q. te herstellen.

Toch is de camera aan het bijdraaien: net als de VPRO-commissie besteedt de WRR immers behalve aan de zender ook afzonderlijke aandacht aan de kwaliteit van het programma. Er wordt zelfs bij een gewenst “derde programma” een passende nieuwe zendgemachtigde verzonnen.

Medianota (1983) en Mediawet (1987)

Op de kop af een jaar na het uitkomen van het WRR-advies publiceerde het eerste kabinet-Lubbers de Medianota, opgesteld door minister Brinkman van WVC.¹¹

Ofschoon daarin werd voorgesteld het bedrijfsleven te laten voorzien in de behoefte aan individueel gericht aanbod (abonnee-tv), de NOS te splitsen in een NOB en een Programma Stichting, en tenslotte een Commissariaat voor de Media in het leven te roepen, bleef wat de kern van het omroepbestel betreft alles bij het oude.

Het kabinet stelde geen ontkoppeling voor van omroepidmaatschap en

abbonement op een programmablad en geen wijziging van het "stromingsartikel" of van de getalsdrempels. De zendergerichtheid spreekt al uit de gebezigde omschrijving van het omroepbestel:

"Het niet op winst gerichte publieke omroepbestel, dat maatschappelijke stromingen, van in de Omroepwet (artikel 27) aangeduide omvang, de kans geeft zich te laten horen en zien, wordt om de hiervoren uiteengezette redenen gehandhaafd." (p. 4).

Daarnaast valt er in zekere zin een toename van aandacht voor het programma te constateren. Het NOS-programma werd uitvoeriger omschreven dan in de Nota over het Massamediebeleid van minister Van Doorn (zij het minder uitvoerig dan in het rapport van de VPRO-commissie-Van Doorn).

Nieuw, in vergelijking met eerder geformuleerd overheidsbeleid, was ook de aanscherping van het volledig programmavoorschrift voor omroeporganisaties, waar VPRO-commissie en WRR juist gedeeltelijke afschaffing bepleitten. Omroeporganisaties zouden voortaan 20% van hun zendtijd aan cultuur moeten besteden, 25% aan informatie, 5% aan educatie en weer 25% aan verstrooiende programma's.

Dat het kabinet het moeilijk had met de theoretische rechtvaardiging van deze verdergaande overheidsinterventie blijkt wel uit het feit dat ze werd aangekondigd in de paragraaf "Overheid op afstand" onder de aanhef: "Een Minister bemoeit zich niet met de inhoud van de programma's". (p. 8).

Andere blijken van aandacht voor het programma zijn:

- de aan NOS en omroeporganisaties op te leggen verplichting om tenminste de helft van hun zendtijd te besteden aan door henzelf of in hun opdracht geproduceerde programma's;
- de instelling van het Stimuleringsfonds Nederlands Culturele Omroepproducties;
- het openen van de mogelijkheid tot sponsoring van uitzendingen van culturele evenementen.

Het bovenstaande betekent een lichte verschuiving van het camerastandpunt in de richting van het programma, de boodschap. Maar de camera gaat weer echt over de as, wanneer in de Medianota de programmering van de radio ter sprake komt:

"Het Kabinet acht het, gezien het huidige patroon van radiobeluistering van belang dat er een betere koppeling tot stand komt tussen programma-aanbod en programmavraag en tevens een evenwichter verdeling van het luistervolume over de vier zenders. Dit impliceert het voortgaan op de wet van de zenderkleuring via de verdere totstandkoming van wettelijk geregelde categoriale zenders en zenderredacties, indien de omroeporganisaties daartoe vóór het seizoen 1984-1985 geen bruikbare voorstellen ontwikkelen." (p. 5). De soep werd in de Mediawet niet zo heet gegeten als ze in de Medianota werd opgediend (met name de zenderredacties haalden het wetsontwerp niet), maar het blijft een principiële ommezwaai van het omroepbeleid van

de overheid, dat nu eens begint bij het publieksgedrag en van daaruit tot een bepaalde structurering van het programma-aanbod en van de programma-aanbieders overgaat. Een en ander in vervolg op pragmatische beslissingen van dezelfde strekking met betrekking tot Hilversum III en Hilversum IV. In de loop van de parlementaire behandeling van de Medianota nodigde de Tweede Kamer de regering uit, een derde tv-net in te voeren dat vooral bestemd zou zijn voor de NOS en andere niet aan ledental gebonden zendgemachtigden. De motivering hiervoor was overwegend zendergericht: voorkomen dat de uitingsmogelijkheden van de gevestigde omroeporganisaties zouden worden beperkt door statusverhoging van de nieuwe omroeporganisaties.¹²

Hoe dan ook, het derde net begon zijn uitzendingen in april 1988, enkele maanden na de inwerkingtreding van de Mediawet, en werd door de NOS en de andere bespelers gepositioneerd als een "net voor bijzondere programma's" en als "het andere net".

Het Wetsvoorstel Commerciële Omroep (1990)

Een jaar later, in mei 1989, presenteerden zich twee Nederlandse initiatieven voor een formeel buitenlandse, maar in feite op het Nederlandse publiek gerichte commerciële omroep: RTL-Véronique en TV10. Het buitenlandse karakter van laatstgenoemde werd door het Commissariaat voor de Media en de Raad van State niet erkend, zodat alleen RTL-Véronique in september 1989 in de lucht kwam. Via de Luxemburgse Astra-satelliet en de Nederlandse kabelnetten werd binnen een jaar 75% van de Nederlandse huishoudens bereikt.

De overheid wilde nu plotseling haast maken met het scheppen van mogelijkheden voor binnenlandse commerciële omroep op de kabel. In het regeerakkoord van oktober 1989¹³ werden daarover wat duidelijker afspraken neergelegd dan in het regeerakkoord van juli 1986, dat op dit punt door de minister-president als een "lege-huls" was gekwalificeerd. In mei 1991 - het marktaandeel van RTL-4 in de avonduren was inmiddels gestegen tot ca. 30% - werd het Wetsvoorstel Commerciële Omroep¹⁴ door de Tweede Kamer aanvaard.

De relevantie van dit wetsvoorstel voor mijn betoog is beperkt, omdat enigszins diepgaande beschouwingen en bijpassende voorstellen met betrekking tot de zendgemachtigden, de programma's of het publiek van de publieke omroep ontbreken.

Illustratief voor de verhouding tussen zenderidentiteit en programmakwaliteit als richtpunten voor het beleid van de overheid met betrekking tot de publieke omroep is nog een passage uit de Memorie van Toelichting en de reactie daarop van de leden van de CDA-fractie in het Voorlopig verslag. De Memorie van Toelichting: "Van dit uit publieke middelen gefinancierde bestel mag worden geëist dat organisaties die daarvan deel uitmaken, zich voor-

al toeleggen op hun hoofdtaak, namelijk het verzorgen van een breed en kwalitatief hoogwaardig programma-aanbod." (M.v.T., p. 10).

De leden van de CDA-fractie: "Deze leden ontkenden bepaald niet het belang en zelfs niet de noodzaak van een goede kwaliteit van de programma's. Maar zij merkten wel op, dat voor hen de profilering van de onderscheidene identiteiten van de omroepverenigingen - en daarmee de pluriformiteit van het bestel - het eerste vereiste is. Zij meenden, dat deze opvatting ook in de lijn ligt van de Mediawet, waarin van de omroepverenigingen wel wordt geëist in hun programma's een stroming te vertegenwoordigen (art. 14,1,C) maar waarin te dien aanzien geen expliciete kwaliteitseis voorkomt." (Voorlopig Verslag, p. 17/18).

Het Meerjarenplan 1991-1995 van de NOS

Terwijl minister en CDA-fractie kibbelden over het primaat van zenderidentiteit dan wel programmakwaliteit, brak in Hilversum het besef door dat aan de ontvanger-zijde van het communicatieproces ontwikkelingen gaande waren die het voortbestaan van de publieke omroep rechtstreeks bedreigden. Het adviesbureau McKinsey & Company, door het NOS-bestuur ingehuurd op kosten van WVC, rekende eind 1990 zijn opdrachtgevers voor dat het kijktijdsdeel van Nederland 1, 2 en 3 samen in de avonduren bij ongewijzigd beleid in 1993 zou dalen tot 52% (met alleen RTL-4 als concurrent) of zelfs tot 41% (in een concurrentiesituatie met twee commerciële nederlandse zenders). Door teruglopende STER-inkomsten dreigde in dat jaar een tekort op de omroepbegroting te ontstaan van 120 miljoen gulden. Op deze manier zou de algemene reserve, het bufferfonds tussen de ontvangsten uit omroepbijdragen plus STER en uitgaven ten behoeve van de omroep, uiterlijk in 1994 zijn uitgeput.¹⁵

Om de gesignaleerde ontwikkeling te keren deed McKinsey een groot aantal aanbevelingen die, hier en daar met kleine wijzigingen, begin 1991 door het NOS-bestuur werden overgenomen. Het vasthouden van publiek en reclame-inkomsten voor een programma dat zich duidelijk onderscheidt van dat van de commerciële omroep was de doelstelling van de uitgestippelde strategie. Om een dergelijke programmering mogelijk te maken, onder andere in financieel opzicht, moest er een drastische reorganisatie worden doorgevoerd bij de omroepverenigingen en de NOS.

In het Meerjarenplan voegde het NOS-bestuur op grond van nieuwe, verontrustende financiële cijfers over teruglopende STER-inkomsten een belangrijk element toe aan de door McKinsey geadviseerde strategie: een differentiatie tussen Nederland 2 enerzijds en Nederland 1 en 3 anderzijds. Nederland 2 zou met handhaving van het beginsel van het volledig programma-voorschrift, lichter moeten programmeren, gericht op een groot publiek. Het zou meer reclame gaan brengen (15% tegen 8% voor Ned. 1 en

3) en ook programma-onderbrekende reclame. TROS en VOO, die met de EO op Nederland 2 werden ingedeeld, zouden een financiële tegemoetkoming ontvangen om hun specifieke taak, het uitzenden van zoveel mogelijk publiekstrekkers in prime-time, mogelijk te maken.¹⁶

De meerderheid van het NOS-bestuur is hiermee door de bocht gegaan: vanuit de prognose van de STER-inkomsten bij ongewijzigd beleid wordt teruggerekend naar te behalen marktaandeel, eisen aan de programmering en samenwerking per net. Maar ik wijs er voor alle duidelijkheid nogmaals op dat de programmastrategie die McKinsey adviseerde en die het NOS-bestuur (met uitzondering van de differentiatie op één net) unaniem tot de zijne maakte, gebaseerd was op onderscheid ten opzichte van de commerciële omroep, niet op imitatie daarvan.

Een minderheid van het NOS-bestuur, bestaande uit de vertegenwoordigers van AVRO, KRO en NCRV, de drie omroepen die volgens het meerjarenplan Nederland 1 zouden gaan bespelen, vroeg het Commissariaat voor de Media het NOS-bestuursbesluit waarbij het meerjarenplan, met inbegrip van de zender-indeling, was vastgesteld, onverbindend te verklaren.¹⁷

Hun bezwaren richtten zich met name tegen de overbedeling met "prime-time"-zendtijd van de andere omroepverenigingen A die op de netten 2 (TROS en VOO) en 3 (VARA) waren ingedeeld, en voorts tegen de beoogde verlichting van het volledig programma-voorschrift en de beoogde financiële tegemoetkoming voor TROS en VOO. Zij zagen hierin een doorbreking van het in de wet verankerde principe van gelijkberechtiging van tot dezelfde categorie behorende zendgemachtigden.

Het Commissariaat voor de Media erkende (op 15 mei 1991) deze bezwaren en gaf het NOS-bestuur een maand de tijd om daaraan tegemoet te komen.¹⁸

Wie, zoals de Nederland 1-bespelers en het Commissariaat, een bepaalde beleidswijziging wil tegenhouden doet er inderdaad slim aan zich te beroepen op het gelijke monniken, gelijke kappen-beginsel van de Mediawet en dit flink aan te dikken. De Mediawet is immers toegespitst op de rechten en plichten van zendgemachtigden. Maar wie het beleid dat in het NOS-meerjarenplan is uitgestippeld wil steunen, komt op geen van de drie gewraakte punten in strijd met de wet, zoals de Mediaraad in een commentaar (dd. 28 mei 1991) heeft opgemerkt. Alleen het Mediabesluit moet worden aangepast.¹⁹

Cultuurbeleid naast Mediabeleid 3: Reacties op het NOS-Meerjarenplan (april/mei 1991)

De reacties uit de culturele sector op het meerjarenplan van de NOS, d.d. 19 april 1991, laten niet lang op zich wachten. Op 23 april begeeft de Raad voor de Kunst zich met een ongevraagd advies in het mediadebat.²⁰ Drie da-

gen later volgt het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties met een brief aan de Minister van WVC.²¹

In de haast hebben beide colleges het meerjarenplan niet goed gelezen. Zo stelt de Raad voor de Kunst ten onrechte dat de RTL-programmering tot de Hilversumse norm wordt verheven en gewaagt het Stimuleringsfonds, al evenzeer ten onrechte, van een voorstel om het grootste deel van de avondzending te besteden aan programma's met een kijkdichtheid van 10%. Beide colleges vrezen het ergste voor de culturele programmering, het Stimuleringsfonds spreekt van een "woestijnlandschap" en "kaalslag".

"Bij de reorganisatie van het publieke omroepbestel moet er daarom zendtijd en geld worden gereserveerd voor een herkenbaar cultureel aanbod, dat niet wordt gehinderd door een stringente horizontale programmering en de ondermijnende dwang van kijkcijfers", aldus de Raad voor de Kunst.

Het Ministerie van WVC sust de cultuurlobby binnen een week met de aankondiging van een verplichting voor de omroepen om 10% van hun zendtijd te wijden aan kunstprogramma's. Bovendien zal de minister de omroep en kunstorganisaties verzoeken op korte termijn een gezamenlijk plan op te stellen waarin in concreto staat aangegeven hoe op de televisie een representatief beeld van datgene wat zich op het terrein van de podiumkunsten afspeelt, artistiek en organisatorisch gerealiseerd kan worden.

"Wij kunnen het ons eenvoudigweg niet permitteren", zegt de directeur-generaal Culturele Zaken namens de minister, "om grote groepen links te laten liggen als het gaat om de verspreiding van culturele waarden en wij zijn onszelf verplicht de mogelijkheden die de televisie daarbij biedt ten volle te benutten."

Wel stelt Riezenkamp nog dat het niet alleen om het verzorgen van een culturaanbod gaat, maar ook om de participatie. "In Nederland is dan ook bewust niet gekozen voor een "gekleurde" zender met alle "deftige" programma's op een net, maar voor een spreiding van het culturaanbod over de verschillende zenders in de verwachting dat daardoor een breder publiek wordt bereikt."²²

Afgezien van deze laatste passage zijn de drie pleidooien doortrokken van eenzijdig aanbodsdenken. Een tweede gemeenschappelijk kenmerk is de opvatting dat de omroep net als schouwburgen en concertzalen een gesubsidieerd instrument van cultuurpolitiek is in de handen van de minister van WVC en dat het dus in de macht van de minister ligt, de omroep te dwingen tot een bepaald soort programmering.

Een Werkgroep Alternatief Publiek Omroepbestel die op 22 mei zo'n 300 adhesiebetuigingen had verzameld voor de brief van het Stimuleringsfonds, maakt het nog bonter. In het adhesieverzoek staat dat in het Meerjarenplan van de NOS wordt voorgesteld de omroep te verplichten in beginsel tussen 18.00 en 24.00 alléén nog programma's uit te zenden met een kijkdichtheid 10 op alledrie de netten. De werkgroep stelt voor, de publieke omroep terug te brengen tot één net, dat gemiddeld niet meer dan 7 uur per dag uitzendt.

Die zendtijd wordt verdeeld “over de zendgemachtigden die andersoortige programma’s (en meer speciaal programma’s op het gebied van kunst en cultuur en informatie en identiteit) willen maken dan die welke al door de commerciële zender(s) worden vervaardigd.”²³

In het kader van mijn betoog komen dergelijke beleidsuitspraken onmiddellijk terecht in het vakje programma-gericht, boodschap-gericht of aanbodgericht, met uitzondering van de afwijzing van een “gekleurde’ zender in de toespraak van Riezenkamp.

De Pinksternotitie (juni 1991)

Tegen de smalle taakopvatting voor de publieke omroep die vanuit de cultuursector wordt bepleit, neemt de minister van WVC vierkant stelling in haar langverbeide Pinksternotitie.²⁴: “Een welbewuste marginalisering van de publieke omroep door gerichte verkleining en specialisatie van het aanbod op (politieke) informatie en cultuur zou leiden tot grote verschraling van het totale televisie-aanbod in Nederland, waarin dan de commerciële omroep als grootste publiekstrekker zou gaan fungeren. Gelet op de functie van de publieke omroep voor de gehele bevolking, lijkt mij dit niet de aangewezen weg.” (p. 5/6).

Nog nooit is in een beleidsnota van de regering zo openlijk over de noodzaak voor de publieke omroep om te concurreren gesproken als in de Nota Publieke Omroep in Nederland, zoals de Pinksternotitie eigenlijk heet.

De minister neemt als één van de uitgangspunten van haar beleid dat de publieke omroep zich met een marktaandeel van rond de 50% moet kunnen handhaven met een aanbod dat zich duidelijk onderscheidt van commerciële omroep (p. 59).

De minister onderschrijft de programmatische ambities die het NOS-bestuur, op aangeven van McKinsey, in zijn meerjarenplan heeft vastgelegd. Zij meent dat de NOS-voornemens met betrekking tot de programma’s voor een kleiner publiek onvoldoende aanleiding geven tot de sombere voorspellingen vanuit de kunsten- en educatieve sectoren. (pag. 14). Voor alle zekerheid wordt de jaarlijkse bijdrage aan het Stimuleringsfonds op een peil van f 28 miljoen gehouden en wordt het volledig programma-voorschrift enigszins verscherpt.

Dit is globaal wat de Pinksternotitie zegt over publieksbereik en programma-aanbod.

Als we kijken wat de minister in petto heeft voor de zendgemachtigden, dan springen drie standpunten in het oog.

Het eerste is de afwijzing van een concessiestelsel in de vorm die de Media-raad heeft geadviseerd.²⁵

Het tweede is de opvatting dat de omroepverenigingen nu maar eens moe-

ten tonen wat ze waard zijn door per lid 25 gulden per jaar bij te dragen aan de programma-financiering.

En tenslotte het voornemen om een ethernet voor commerciële omroep ter beschikking te stellen aan TROS en VOO, als dat op juridisch verantwoorde wijze mogelijk is en als deze omroepen inderdaad het publieke omroepbestel wensen te verlaten.

De waarde van het advies van de Mediaraad ligt voor de minister hierin dat het aantoont dat het concessie-instrument ter toetsing van het bestaansrecht van omroeporganisaties weinig te bieden heeft.

Desondanks is een niet onbelangrijke gedachte van de Mediaraad voor de minister bespreekbaar: het laten vervallen van de relatie tussen ledental en omvang van de zendtijd. Voorts overweegt de minister een zendtijd- en statusgarantie voor langere tijd, indien deze een bijdrage levert aan de totstandkoming van vergaande vormen van samenwerking tussen vaste bespelers van een zendernet. Een dergelijke garantie zou zij bij voorkeur niet aan omroeporganisaties afzonderlijk verstrekken maar per net. De minister verwacht dat de huidige leden van de omroepverenigingen mee zullen gaan in deze heroriëntatie, en zij kan zich voorstellen dat het mogelijk wordt lid/abonnee te zijn van een individuele omroepvereniging of van het samenwerkingsverband van de vaste bespelers van een zendernet. (p. 24/25 en 34/35).

Hiermee haalt de minister niet alleen het grootste nadeel uit het advies van de Mediaraad weg, namelijk de bestending van de versnippering in het bestel, maar smeedt zij het concessie-instrument om tot een werktuig voor het bevorderen van schaalvergroting. Met dat streven naar schaalvergroting, dat het geleidelijk verdwijnen van de afzonderlijke omroepverenigingen tot gevolg heeft, lijkt de voorgestelde financiële bijdrage van 25 gulden per lid/abonnee in strijd. Temeer waar die bijdrage gemotiveerd wordt met de principiële uitgangspunten waarop het publieke bestel is gebaseerd (p. 33).

Volgens Knulst was in 1982 nog slechts 22% van de Nederlandse bevolking voorstander van een omroep op confessionele grondslag.²⁶ De WRR kwam, worstelend met dit gegeven, tot aanbevelingen om de marktorientatie en het identiteitsverlies van de omroepen tegen te gaan. Zonder succes, klaarblijkelijk, want in 1990 verschilden de publieken voor tv-programma's van elk van de zes A-omroepen niet significant op de variabelen sociale klasse, godsdienst, politieke voorkeur en omroepidmaatschap, zo heeft De Bock op basis van onderzoeksgegevens van de omroep zelf aangetoond.²⁷

Deze gegevens maken het niet waarschijnlijk dat 5 miljoen Nederlanders uit overtuiging jaarlijks 125 miljoen gulden bij elkaar zullen brengen ter ondersteuning van hun favoriete tv-net of radio-station.

Het derde beleidsvoornemen van de minister met betrekking tot de zendgemachtigden betreft het meegeven van een ethernet aan TROS en VOO, in geval die zouden willen terugkeren naar hun commerciële "roots". Dit voornemen staat haaks op alle beschouwingen en berekeningen over de

maatschappelijke functie, het marktaandeel en de financiering van de publieke omroep, elders in de nota.

Zonder daarop uitvoerig in te gaan wijs ik op een probleem dat rechtstreeks verband houdt met dit betoog: hoe krijgt de minister TROS en VOO op haar voorwaarden uit het publieke bestel? TROS en VOO hebben immers als zendgemachtigden voor onbepaalde tijd recht op een met hun status overeenkomende hoeveelheid zendtijd en bijbehorende financiële middelen. Hetzelfde recht dat AVRO, KRO en NCRV lieten gelden in de procedure bij het Commissariaat ter verkrijging van een gelijke hoeveelheid zendtijd in het hart van de avond.

Naar mijn mening bevindt het publieke omroepbestel zich in een patstelling. Het realiseren van doelstellingen in termen van programma en publiek wordt gehinderd door de aanwezigheid van teveel zendgemachtigden met een te sterke rechtspositie. Men kan deze patstelling m.i. het best doorbreken door alle zendgemachtigden hun rechten te ontnemen en deze selectief en geclausuleerd aan sommige zendgemachtigden terug te geven. Dit zou kunnen gebeuren door over te schakelen van een systeem van zendmachtigingen op een concessiesysteem.

Na een korte terugblik op het voorafgaande zal ik wat ideeën aan de hand doen voor zo'n systeem.

Terugblik

In de geschiedenis van het omroepbeleid vanaf 1965 heb ik gezocht naar elementen die zender-gericht, boodschap-gericht dan wel ontvanger-gericht waren. In minder ongemakkelijke terminologie: omroepgericht, program-magericht of publieksgericht.

Ik ben tot de conclusie gekomen dat die drie onderdelen van het communicatieproces weliswaar in alle fasen aan de orde zijn, maar dat er een geleidelijke verschuiving optreedt in het belang dat aan elk van die drie oriëntatiepunten voor het omroepbeleid wordt gehecht.

In 1965 resulteert de discussie over vernieuwing van de omroep in een open bestel en in een Omroepwet die te karakteriseren is als een toegangsregeling voor kandidaat-zendgemachtigden.

In het begin van de jaren tachtig ontstaat er meer expliciete belangstelling voor de kwaliteit van het programma-aanbod in het omroepbeleid, met name in de rapporten van de VPRO-commissie en de WRR. In extreme vorm blijkt deze aandacht voort te leven, getuige de reacties uit de cultuursector op het meerjarenplan van de NOS.

Wat betreft de publieksgerichtheid loopt radio vóór op televisie. Hilversum III (1965) en Hilversum IV (1975) worden van hogerhand in het leven geroepen om in de manifeste behoeften van bepaalde publieksgroepen te voor-

zien. In de Medianota (1983) is voor het eerst sprake van structurering van het gehele radioprogramma-aanbod en van de redactionele organisatie vanuit het belang van het publiek, dat wil zeggen conform het gedrag van de radio-luisteraars. Dit beleid blijft in de goede voornemens steken.

Het meerjarenplan van de NOS (1991) trekt deze lijn door naar de televisie-programmering en -organisatie, waarvoor - onder druk van verlies van reclame-inkomsten - eveneens het gedrag van het publiek in een open marktsituatie als uitgangspunt dient.

Minister d'Ancona onderschrijft in de Nota Publieke Omroep in Nederland (Pinksternotitie, 1991) grotendeels dat meerjarenplan en mikt op een markt-aandeel van rond de 50% voor een programma-aanbod dat zich duidelijk onderscheidt van commerciële omroep.

Het is net alsof de camera over de as is gegaan: de personages in beeld worden ineens van de andere kant bekeken en lijken dan zelf ook een andere kant uit te kijken. Dat levert een "Alles is anders"-show op, waarin de zendgemachtigden van het open bestel de deur uitgewerkt worden. Ze moeten bij voorkeur opgaan in samenwerkingsverbanden per net of vertrekken richting commerciële omroep.

De verklaring van deze ontwikkeling is een hoofdstuk apart, dat ik hier zal overslaan.²⁸

Mijn beoordeling van deze ontwikkeling mag ik u niet onthouden. Al is het maar ter voorkoming van misverstanden.

Ik beoordeel de ontwikkeling naar een beleid dat erop gericht is een groot publiek te bedienen met een programma dat zich wezenlijk onderscheidt van dat van de commerciële omroep, positief. Het aangrijpingspunt voor een overheidsbeleid ter verzekering van een publieke dienstverlening door de omroep ligt tegenwoordig in het programma, niet meer in de aard van de zendgemachtigden. Publieke omroepen zouden zich dan ook niet al te zeer mogen verzetten tegen programmavoorschriften van overheidswege.

Tegelijkertijd moet de overheid zich realiseren dat het tot stand brengen van een bepaald programma-aanbod niet voldoende is. De maatschappelijke functies die aan de publieke omroep worden toegeschreven worden pas feitelijk vervuld, als het publiek ook van dat aanbod kennisneemt.

Vanuit deze gedachten zal ik in de slotparagraaf een nieuw publiek omroepbestel schetsen.

Schets van een nieuw omroepbestel

Voor een nieuw omroepbestel, althans voor de publieke poot daarvan, dient de publieke functie, dat wil zeggen een combinatie van een gewenst programma-aanbod met een gewenst publieksbereik, tot uitgangspunt te worden genomen. Ter onderscheiding van het huidige systeem van zendmachtigingen kan zo'n anders gefundeerd bestel het best als een concessiestelsel worden betiteld.

Bij een zendmachtiging staat de organisatie die wil gaan uitzenden centraal. Iedere organisatie die aan bepaalde eisen (bijv. van ledental) voldoet, krijgt toegang tot de ether. Het aantal concessies dat verleend wordt, wordt bepaald door het aantal organisaties dat zich meldt en dat aan de eisen voldoet. De hoeveelheid zendtijd die een organisatie krijgt toegewezen wordt gevonden door het totale, door de minister vastgestelde, volume aan radio- en televisiezendtijd te delen door het aantal organisaties dat toegelaten moet worden. Met betrekking tot het programma dat de toegelaten organisaties zullen gaan uitzenden worden slechts algemene, voor alle organisaties gelijke voorschriften gegeven.

In een concessiestelsel beginnen we aan de andere kant van het communicatieproces. Hier staat de maatschappelijke prestatie, de publieke dienst die geleverd moet worden centraal. Dat is het bedienen van een bepaald publiek met een bepaald programma.

We weten dat het publiek de radio per zender beluistert en de televisie per programma bekijkt. Daartussen is weinig plaats voor een zendgemachtigde als kristallisatiepunt van publieksaandacht. Mede omdat in bedrijfseconomisch opzicht een zendernet de minimale eenheid van effectief televisie-management is²⁹, wordt er in mijn visie één concessie per zendernet uitgegeven. In de huidige situatie betekent dit: drie televisie- en vijf radio-concessies.

De in het algemeen belang te verrichten programmataak kan en zal per concessie verschillen. Zo wordt de kleur van elke radiozender vooraf bepaald (dat kan nu al op basis van art. 31, eerste lid Mediawet). Per televisie-net worden de percentages van het volledig programmavoorschrift vastgesteld. De minister verklaart zich daartoe in haar Pinksternotitie in beginsel bereid. Die percentages zouden per net kunnen variëren, zodat het ene net wat meer informatie en het andere net wat meer amusement zou moeten brengen. Ook de huidige programmataken van NOS-radio respectievelijk -televisie zouden een plaats kunnen krijgen in één of meer concessiebeschrijvingen. Een per net voorgeschreven hoeveelheid fictie versus non-fictie zou niet alleen de theoretisch respectievelijk journalistieke functies van de televisie profileren, maar ook bepaalde publiekscategorieën in het bijzonder naar bepaalde netten trekken.

In de concessie-omschrijving zal een indicatie moeten worden gegeven van de financiële middelen, die voor de uitvoering van de programmataak beschikbaar gesteld zullen worden. De bedragen kunnen per concessie verschillen.

Bij de acht produkt-markt-combinaties die op deze wijze ontstaan worden vervolgens acht organisaties gezocht die de beschreven taken kunnen gaan vervullen. Aan deze organisaties zullen uiteraard bepaalde eisen worden gesteld, zoals:

-niet commercieel zijn;

-aantoonbaar over een maatschappelijk draagvlak beschikken (dat hoeft niet in de vorm van ledental);

-aannemelijk kunnen maken dat zij in staat zijn, beter dan wie ook, de gestelde taak uit te voeren, hetgeen kan blijken uit de kwaliteit van de programmaplannen, de gecontracteerde programmamakers, het management en/of de financiële sterkte.

Essentieel is dat van de gegadigden die zich melden voor een bepaalde concessie de meest geschikte wordt gekozen. De eisen, met uitzondering van de non-commercialiteits-eis, zijn dus relatief.

Bij het verlenen van de concessies zal erop gelet moeten worden dat de maatschappelijke pluriformiteit in het geheel van de verleende concessies redelijk weerspiegeld wordt.

Het NOS-bestuur, dat niet meer verantwoordelijk is voor een eigen programma, zal bestaan uit vertegenwoordigers van de drie tv- en de vijf radiozenders en een aantal Kroonleden, waaronder de voorzitter. Het NOS-bestuur doet voor elke nieuwe periode een voorstel aan de concessie-verlenende instantie, laten we zeggen het Commissariaat voor de Media, voor de inhoud van de concessies.

De programmacoördinatietaak van dit bestuur wordt, conform het meerjarenplan 1991-1995, versterkt. Dit kan op eenvoudige en doeltreffende wijze gebeuren door dit bestuur de bevoegdheid te geven tot het aanwijzen van de dagen en uren waarop de programma-onderdelen van de verschillende concessionarissen worden uitgezonden, op voorstel van de concessionarissen, elk voor hun eigen zendernet.

Het auteursrecht op de programmaschema's berust dan bij de NOS, die de schema's tegen vergoeding beschikbaar stelt aan de programmabladen, de dagbladen en eventueel aan andere persorganen.

De STER blijft gestructureerd zoals in het Wetsvoorstel Commerciële Omroep is vastgelegd: een zelfstandige stichting waarin drie van de vijf bestuurszetels worden bezet door vertegenwoordigers van de NOS.

Om een eind te maken aan het misverstand dat de omroepbijdrage een subsidie is, wordt de Dienst Omroepbijdragen op dezelfde manier gestructureerd als de STER: een zelfstandige stichting met een meerderheid van de bestuurszetels voor de NOS.

Onderzocht dient te worden onder welke voorwaarden het mogelijk is de inkomsten uit reclame en omroepbijdragen, de algemene reserve dus, te laten beheren door het NOS-bestuur.

Bij wijze van overgangsmaatregel doet het zittende NOS-bestuur een voorstel voor de inhoud van de eerste keer te verlenen concessies. De bespelers-combinaties van de drie televisienetten die in het meerjarenplan 1991 - 1995 zijn voorzien, vormen 1 rechtspersoon per net die de voorkeur krijgt bij de eerste concessieverlening.

Ook voor de radio geldt dat combinaties waarin bestaande omroepen participeren bij de eerste concessieverlening de voorkeur genieten.

In de concessievoorwaarden kan de bepaling worden opgenomen dat de concessionaris een zekere hoeveelheid zendtijd ter beschikking moet stellen aan politieke partijen of kerkgenootschappen. Maar van deze mogelijkheid dient een uiterst spaarzaam gebruik te worden gemaakt. Het woord zendgemachtigde zal, als het aan mij ligt, in de nieuwe Mediawet niet meer voorkomen.

Voor aspirant-omroepen is evenmin plaats in dit systeem. De openheid van het bestel komt voldoende tot uiting bij de periodieke concessie-verlening.

Ik hoop met deze schets van een concessiestelsel duidelijk gemaakt te hebben dat het heel goed mogelijk, en naar mijn idee zeer wenselijk is, om een omroepbestel op te zetten vanuit de maatschappelijke prestaties die geleverd moeten worden. De camera gaat, wat mij betreft, voorgoed over de as.

NOTEN

1. Nota betreffende het omroepbestel. *Kamerstuk II 1964-1965, 8099, nr 2.*
2. Goede, Peter de. (1990) Commerciële omroep en de val van het kabinet-Marijnen in 1965. In: *Jaarboek Media-geschiedenis (2)*, Amsterdam. Stichting Mediageschiedenis, p. 208.
3. *Omroepwet van 1 maart 1967, Stb no. 176.*
4. Omroepwet, Memorie van Toelichting. *Kamerstuk II 1965-1966, 8579 nr 3, p. 16.*
5. Boerma, N. e.a. (1982) *De omroep: wet en beleid; een juridisch-politologische evaluatie van de Omroepwet. Serie Voorstudies en achtergronden mediabeleid*, WRR, nr M5. 's Gravenhage, Staatsuitgeverij, p. 41.
6. Nota betreffende het omroepbestel. *Kamerstuk II 1964-1965, 8099, nr 2, p. 4.*
7. Fasel, Gerard en Joost de Wolf. (1978) *Vetrossing, de TROS en nu verder; Op weg naar een nieuwe omroepstrategie*. Nijmegen/Amsterdam. (scriptie), p. 26-28.
8. *Nota over het massamediabeleid*, uitgebracht door de Minister van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk aan de Tweede Kamer der Staten-Generaal dd. 18 maart 1975.
9. *Aanbevelingen voor een toekomstige omroepstructuur; Nieuwe ontwikkelingen vragen om een ander bestel*. Hilversum, VPRO 1981, p. 42.
10. *Samenhangend Mediabeleid*. Serie Rapporten aan de Regering, nr 24. Wetenschappelijke Raad voor het Regeeringsbeleid. 's Gravenhage, Staatsuitgeverij 1982.
11. Medianota, *Kamerstuk II 1982-1983, 18035, nr 1.*
12. Motie Van der Sanden/Beinema. *Kamerstuk II 1983-1984, 18035, nr 44.*
13. Herzien resultaat programmatisch overleg. *Nederlandse Staatscourant* nr 209, 26 oktober 1989.
14. Wijziging van bepalingen van de Mediawet met het oog op de invoering van landelijke commerciële omroep. *Kamerstuk II 1989-1990, 21554.*
15. *Herwinnen van aantrekkingskracht door versterking van televisieprogramming; Hoofdelementen voor een meerjarenplan van de Nederlandse publieke omroep. Eindrapportage aan NOS-bestuur*. Hilversum, 19 december 1990. McKinsey & Company, Samenvatting.
16. *Meerjarenplan 1991-1995 Nederlandse Publieke Omroep, Deel I: Televisie*. NOS-Bestuur. Hilversum, 19 april 1991.
17. Brief van AVRO, KRO en NCRV aan het Commissariaat voor de Media dd. 26 april 1991.
18. Brief van het Commissariaat voor de Media aan het bestuur NOS dd. 15 mei 1991.
19. *Advies inzake Meerjarenplan NOS*. Mediaraad. Den Haag, 28 mei 1991.
20. *Advies inzake Meerjarenplan NOS*. Raad voor de Kunst. Den Haag, 23 april 1991.
21. Brief van het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties aan de Minister van WVC dd. 26 april 1991.
22. Toespraak drs. J. Riezenkamp op congres Kunst en Televisie. Amsterdam, 2 mei 1991.
23. Brief Werkgroep Alternatief Publiek Omroepbestel aan de Minister van WVC dd. 22 mei 1991.
24. *Nota Publieke Omroep in Nederland*, uitgebracht door de Minister van WVC, drs. H. d'Ancona. Rijswijk, 6 juni 1991.
25. *Advies inzake concessie voor de publieke omroep*. Mediaraad, Den Haag, 4 januari 1991.
26. Knulst, W.P./Sociaal en Cultureel Planbureau. (1982) *Mediabeleid en Cultuurbeleid; Een studie over de samenhang tussen de twee beleidsvelden*. Serie Voorstudies en achtergronden mediabeleid WRR, nr M10. 's Gravenhage, Staatsuitgeverij, p. 178.
27. Bock, Harold de. (1991) *De publieke omroep in Nederland: de markt dicteert structuur en werkwijze*. Presentatie op VARA-symposia.

28. Zie Bardoel, Jo. (1990) Publieke omroep: tussen kwaliteit en bereik. *Informatie en Informatiebeleid*, zomer (8) no 2, p. 74-80.
29. Zie noot 15, p. 5.

Met dank aan mevr. W. van den Breul voor de administratieve ondersteuning en drs. J.L.H. Bardoel en drs. J. Buddingh' voor hun commentaar op een concept van deze tekst.

ABSTRACT. Haak, C.P.M. van der, Media Policy crossing the line. Massacommunicatie 1991/3, P. 177-196.

This inaugural address deals with the shifting focus of attention in Dutch media policy regarding broadcasting over the last 26 years.

Around 1965 media policy focussed on the broadcasting organisation, the licensee. At the beginning of the eighties the focus was on programme quality, nowadays on audiences.

However, the present Media Act is still largely a matter of access regulation. It specifies the criteria which applicant broadcasting organisations have to meet to obtain a broadcasting license. Once they have passed this barrier broadcasting organisations enjoy a degree of autonomy which makes it very hard for any outsider - be it the government or the coordinating body NOS - to influence their programming.

The author argues that to guarantee a public service performance it is necessary to replace the existing licensing system by a concession system. Characteristic of such a system is that the public service is specified first in terms of programme categories and audience size and that the concession is granted to the applicant that seems best suited to render this service. There would be only one concession for each radio station or tv channel.

JAN KLEINNIJENHUIS, ALLERD PEETERS, NIEK HIETBRINK EN DICK SPAANS

Het nieuwsaanbod van NOS en RTL4 en wat kijkers ervan leren

Sinds de komst van RTL4 is het NOS-journaal niet langer monopolist op de markt van Nederlands televisienieuws. In dit artikel wordt nagegaan of het RTL4-nieuws inhoudelijk iets toevoegt aan het NOS-journaal, maar ook of het iets toevoegt aan de politieke en economische kennis van de kijkers. Een goed geïnformeerde burger wordt van belang geacht voor het functioneren van ons democratisch stelsel (Scholten, 1982). De televisie wordt door het publiek zelf beschouwd als de belangrijkste en betrouwbaarste verschafter van politieke en economische informatie (Peeters, 1991a). Hoewel de feitelijke kennisoverdracht via televisienieuws door onderzoek gerelativeerd wordt (Scholten, 1982:274-275; Robinson & Davis, 1990), is het van belang om na te gaan of de uitbreiding van het aanbod van televisienieuws met het RTL4-nieuws gevolgen heeft voor de inhoudelijke verscheidenheid van het televisienieuws en voor de politieke en economische kennis van kijkers.

Probleemstelling

In welke opzichten verschilt de inhoud van het RTL4-nieuws van de inhoud van het NOS-journaal? Levert het RTL4-nieuws een bijdrage aan de pluriformiteit van het Nederlandse televisienieuws of is het slechts een brave, politiek neutrale, relatief 'goedkope' nabootsing van het NOS-journaal? Bij de vraag hoe het RTL4-nieuws inhoudelijk verschilt van het NOS-journaal letten we op de onderwerpk keuze, het geschetste wereldbeeld en de politieke opstelling.

Is kijken naar het RTL4-nieuws of het NOS-journaal slechts een avondritueel of draagt het ook echt bij aan de politieke en economische kennis van de kijker? Bij de vraag of het televisienieuws bijdraagt aan politieke en economische kennis gaat het ons om actuele kennis van algemene aard die niet op specifieke gebeurtenissen betrekking heeft: niet om wat Ria Beckers gisteren Ruud Lubbers toevoegde, maar om de functie die Ria Beckers in ons parlementaire bestel heeft. Zulke algemene kennis kan van belang worden geacht voor het functioneren als staatsburger. Ook besteden we geen aandacht aan de invloed van televisienieuws op indrukken en opinies van het type "Politici zijn zakkenvullers", "Sociale vernieuwing stelt niets voor" of "De uitkeringen zijn te hoog".

In de volgende paragraaf geven we weer wat uit de literatuur bekend is over het samenspel van kennisaanbod, voorkennis en motivatie. We schetsen er de achtergrond het model dat we in dit artikel willen toetsen. Daarna wordt de onderzoeksofzet en de operationalisatie beschreven. De resultaten staan in twee paragrafen: eerst wordt beschreven of het Nederlandstalige televisienieuwsaanbod door de komst van RTL4 vergroot is, vervolgens wordt de vraag behandeld of de politieke en economische kennis van Nederlanders door de komst van RTL4 wordt vergroot.

Rol van voorkennis, kennisaanbod en motivatie bij kennisverwerving

Kennisverwerving is een subtiel samenspel tussen het kennisaanbod van de televisie, de voorkennis van kijkers, en de motivatie van kijkers. Zonder een kennisaanbod dat aansluit bij iemands voorkennis *kan* iemand onmogelijk kennis verwerven. Of men ook kennis *wil* verwerven is afhankelijk van de motivatie.

Voorkennis

Bij welke voorkennis kan het televisienieuws aansluiten? Het schoolonderwijs is een belangrijke bron van voorkennis. Hoe groter de aardrijkskundige, geschiedkundige, staatkundige en economische schoolkennis, hoe gemakkelijker men politiek en economisch nieuws kan plaatsen. Bovendien zal men het belang van zulk nieuws eerder inzien: schoolonderwijs stimuleert het nadenken over politieke aangelegenheden. Als indicator voor de voorkennis gebruiken we in dit onderzoek derhalve het opleidingsniveau. We verwachten dat bij een hogere schoolopleiding kijken naar televisienieuws meer bijdraagt tot kennis.

Om het televisie-aanbod te kunnen plaatsen is ook actuele kennis uit andere nieuwsmedia van belang. Op de rol van het dagblad bij het verwerven van politiek nieuws gaan wij daarom uitvoerig in.

Kennisaanbod

Het kennisaanbod van televisienieuws is opgebouwd uit beelden die worden vergezeld van gesproken woord. Uit de cognitief-psychologische literatuur is bekend dat bij een discrepantie tussen beeld en tekst het beeld de meeste aandacht vangt; de tekst gaat dan vaak het ene oor in en het andere weer uit. Er is sprake van *visuele dominantie* (Heuvelman, 1989:57-80). Uit het gegeven dat beelden teksten domineren, wordt vaak de foutieve conclusie getrokken dat beelden daarom superieur zijn om kennis over te dragen. Niets is minder waar. Het beeldmateriaal waarover een nieuwsredactie kan beschikken geeft doorgaans niet de kern weer van wat er politiek gaande is. Heel vaak veranderen in de politiek de betrekkingen tussen politieke actoren (staten, partijen, politici, enzovoort). Televisiebeelden zijn echter vaak momentopnamen van afzonderlijke politici. Een voorbeeld uit het nieuws van 19 februari 1991. De EG-ministers reageren verdeeld op de resolute afwijzing door Bush van een voorstel van Gorbatsjov om een wapenstilstand in de Golfoorlog te bereiken. Beelden van wapperende vlaggen van EG-landen, beelden van op een monumentale trap voor de camera poserende EG-ministers na afloop van de beraadslagingen en beelden van een druk pratende minister kunnen dan de kijker die de Golf-context al kent, EG-vlaggen weet te herkennen, EG-ministers weet te herkennen, enzovoort, helpen om het geheugen op te frissen en zich sneller een voorstelling te vormen van de aard van

de onenigheid binnen de EG. Echter, dezelfde beelden zullen de kijker die zulke voorkennis ontbeert misschien doen denken aan vlaggetjes op Uniekaas, of aan de monumentale trap van het stadhuis waarop prachtige trouwfoto's gemaakt werden, of aan nog heel iets anders. Beelden activeren vaak zo'n grote verscheidenheid aan conceptuele informatie in het geheugen van de kijkers, dat het bijbehorende gesproken woord tekort schiet om alle relevante conceptuele informatie te doen vervagen. Realistische beelden zijn vanwege hun veelheid aan mogelijke associaties in het algemeen ongeschikt om abstracte informatie te verduidelijken (Heuvelman, 1989:149). Davis & Robinson (1986) konden aantonen dat kijkers minder kennis ontlenen aan televisienieuws naarmate de discrepantie tussen tekst en beeld groter is. We tippen hier aan een verklaring van wat de *paradox van televisienieuws* genoemd kan worden. Door de overstelpende hoeveelheid visuele informatie krijgen kijkers de indruk dat ze ooggetuige van de wereldgeschiedenis gemaakt worden. Ze beschouwen televisie daarom als hun belangrijkste informatiebron, daarbij veronachtzamd dat de samenhangen die de kijker moet leggen om deze beelden te interpreteren voor een belangrijk gedeelte niet worden ontleend aan de tekst die volgens het televisienieuws de beelden verbindt. Een belangrijke variabele die in het kader van dit onderzoek gemeten zou moeten worden is derhalve de *discrepantie tussen tekst en beeld* in het RTL4-nieuws en het NOS-journaal.

Televisienieuws kan moeilijk zijn doordat het beeld de tekst vervaagt, maar ook kunnen beelden en tekst zelf meer of minder 'moeilijk' zijn. Hoe moeilijker het televisienieuws, hoe minder kijkers met weinig politieke voorkennis ervan zullen opsteken, en omgekeerd, hoe meer kijkers met veel politieke voorkennis ervan zullen opsteken (Kleinnijenhuis, 1991). Aan de 'moeilijkheidsgraad van informatie' kan een inhoudelijk en een formeel aspect worden onderscheiden. Bij het inhoudelijke aspect van de moeilijkheidsgraad gaat het om de vraag hoeveel verschillende zaken in het nieuws de revue passeren. Een maat daarvoor vormt de *entropie* (Shannon & Weaver, 1949). Het formeel aspect wordt doorgaans aangeduid met de term *leesbaarheid* (Van Hauwermeiren, 1975). Hierbij gaat het om formele kenmerken van informatie zoals zinslengte, woordlengte, het aantal passieve zinnen en het aantal tangconstructies.

Om het kennisaanbod in het televisienieuws in kaart te brengen moeten we dus drie grootheden meten, namelijk de discrepantie tekst-beeld, de entropie en de leesbaarheid. We verwachten dat het effect van het kijken van televisie op politieke en economische kennis bij degenen met weinig voorkennis groter wordt, naarmate het kennisaanbod minder moeilijk is. We verwachten dat het effect van het kijken naar televisienieuws op politieke en economische kennis bij degenen met veel voorkennis groter wordt, naarmate het kennisaanbod moeilijker is (en meer informatie bevat).

Omdat in één dagblad veel meer verbale informatie kan worden opgenomen dan in een nieuwsuitzending, en dagbladen veel minder kampen met het

probleem dat lezers irrelevante associaties bij vertoonde beelden leggen, valt te verwachten dat het lezen van een dagblad leidt tot een grotere kennisnaam dan het kijken naar televisienieuws. In een recent overzichtsartikel moeten Robinson & Davis (1990) concluderen dat uit geen van de dertien onderzoeken waarin het kenniseffect van televisienieuws werd vergeleken met het kenniseffect van het lezen van dagbladen bleek dat het effect van het kijken naar televisienieuws groter was. We tippen hier aan een tweede verklaring van de paradox van televisienieuws: "Since most viewers regard TV as largely an entertainment medium, they may seriously underestimate the difficulty of decoding television content, including TV news" (Robinson & Davis, 1990).

Wellicht is het medium televisie minder geschikt voor ontvangers om er complexe informatie uit op te doen. Het lezen van de krant vergt meer mentale arbeid en de lezer heeft meer tijd de informatie te overdenken. De krant is daarom geschikter om complexe kennis op te doen die nodig is voor het volgen van het politieke nieuws. Er zijn echter aanwijzingen dat televisie wel geschikt is om relatief eenvoudige informatie over te dragen (Waarom wordt Bush geopereerd? Moet hij helemaal onder narcose? Is er een orkaan geweest? Wordt de benzine duurder?). Televisienieuws blijkt wel effectief om mensen op de hoogte te brengen van het bestaan van nieuwsitems (Schulz, 1982), bijvoorbeeld van het besef dat er veel over de WAO – wat dat ook moge wezen – te doen is. Ook blijken de kijkers zich korte tijd na een uitzending sommige punten van het televisienieuws nog wel te kunnen herinneren. Uit een kleinschalige telefonische enquête (n=126) die op 19 februari tussen 21.30 en 22.00 uur werd gehouden (Peeters, 1991c) bleek bijvoorbeeld dat de kijkers van het acht-uur-journaal (n=78) gemiddeld 25% van de achttien items konden noemen. De kijkers van het RTL4-avondnieuws (n=29) konden gemiddeld 21% van de negentien items van het RTL4-avondnieuws noemen (geen significant verschil).

In dit onderzoek zullen wij nagaan of de bevindingen van Robinson & Davis ook op de Nederlandse situatie van toepassing zijn.

Motivatie

Als de motivatie van een persoon om informatie over een onderwerp te begrijpen gebrekkig is zal, volgens het baanbrekende overzichtswerk van Petty & Cacioppo (1981:225-269), de informatieverwerking over dat onderwerp slechts met een marginale mentale activiteit gepaard gaan. De oordeelsvorming vindt dan plaats op basis van informatie waarmee men toevallig geconfronteerd wordt. Argumenten die te maken hebben met het onderwerp bepalen niet wat men onthoudt en wat men erover gaat denken. Niet de boodschap zelf, maar de context van de boodschap wordt doorslaggevend voor de interpretatie ervan. Heeft men een gunstig oordeel over de boodschapper? Is men zelf voor- of tegenstander van de actoren waarover de boodschap gaat? Wat moet over het onderwerp worden geweten en worden

gedacht om in de eigen referentiegroep niet uit de toon te vallen? Enzo-voort. Als de motivatie groot is, zal de informatieverwerking plaats vinden via een veel grotere mentale activiteit. Men zal actiever informatie zoeken en gevonden informatie integreren in bestaande kennis over het onderwerp. In navolging van Petty & Cacioppo spreken wij in dit verband respectievelijk van de *perifere route* en de *centrale route* van informatieverwerking. Als de perifere route wordt gevolgd, wordt informatie snel weer vergeten. Als die informatie goed aansluit bij de context, zal men echter standpunten uit die informatie gemakkelijk overnemen. Perifeer gevormde standpunten zijn weinig stabiel. Ze worden gemakkelijk weer vergeten of weggevaagd door standpunten uit nieuwe informatie die ook of nog beter aansluiten bij de context. Als de centrale route wordt gevolgd wordt informatie beter onthouden. Het standpunt dat wordt ingenomen zal dan zelden klakkeloos worden overgenomen uit een toevallig aangereikte boodschap; eenmaal ingenomen standpunten blijven stabiel. Tabel 1 vat de theorie van Petty & Cacioppo samen.

Aan de motivatie om kennis te verwerven kunnen volgens Petty & Cacioppo twee aspecten worden onderscheiden: in de eerste plaats de per persoon van kennisdomein tot kennisdomein (politiek, sport, cultuur, etc.) verschil-

Tabel 1
Perifere en centrale route van informatieverwerking

	perifere route	centrale route
Oorzaak:		
- betrokkenheid	klein	groot
Gevolgen voor:		
- informatiezoekgedrag	passief	actief
- verwerking 'details' van informatie-aanbod	negatie (om door bomen bos te blijven zien)	extra aandacht (om beter beeld te verkrijgen)
- verwerking 'hoofdzak' van informatie-aanbod	contextueel (oordeel van eigen referentie groep, waardering voor bron, oordeel over voor- en tegenstanders)	intrinsiek; (gebruikmaking van informatie uit lange termijn-geheugen)
- onthouden informatie	bepaalde herinnering (wordt gemakkelijk 'overschreven' door nieuwe informatie)	informatie wordt geïntegreerd in kennis in het lange-termijn-geheugen
- overnemen standpunt	zolang boodschap niet botst met context	als boodschap identiek is aan uitkomst eigen meningvorming

lende *betrokkenheid* bij dat kennisdomein (involvement); in de tweede plaats de *neiging tot nadenken*, een persoonlijkheidskenmerk dat min of meer losstaat van het kennisdomein. 'Neiging tot nadenken' is de vertaling die Pieters e.a. (1987) gegeven hebben van 'need for cognition'. Het gaat hierbij om de tendens van het individu om cognitieve inspanningen te verrichten en daarin plezier te theoretiseren. De theorie van Petty & Cacioppo kan worden toegepast op televisienieuws.

Iyengar & Kinder (1982, 1987) tonen in een reeks van ingenieuze 'agenda-setting'-experimenten aan dat door in het televisienieuws de aandacht van onderwerp A naar onderwerp B te verleggen kan worden bereikt dat kijkers politici gaan beoordelen op hun rol met betrekking tot onderwerp B. Een voorbeeld: gegeven de grote aandacht in het nieuws voor de Golfoorlog en voor de problemen rond de Tussenbalans zullen volgens de theorie van Iyengar & Kinder kijkers nieuws over de Provinciale Statenverkiezingen van maart 1991 de hoofdrolspelers op deze punten hebben beoordeeld. Het thema 'sociale vernieuwing', waarover wel in achtergrondbeschouwingen werd gedebatteerd, maar dat in het harde nieuws afwezig was, zal in de oordeelsvorming geen rol hebben gespeeld.

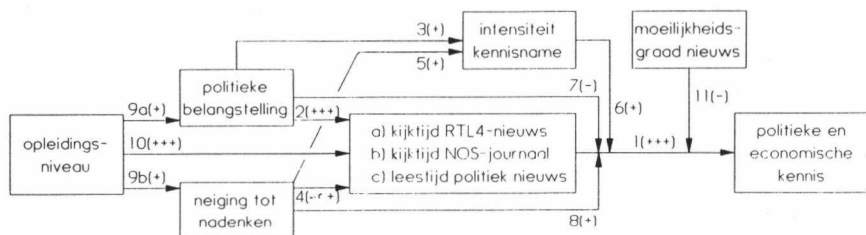
Gedetailleerde achtergrondinformatie is niet besteed aan mediaconsumenten met een lage betrokkenheid en een geringe neiging tot nadenken. Achtergrondinformatie valt wel in goede aarde bij mediaconsumenten met een hoge betrokkenheid en een sterke neiging tot nadenken (Petty & Cacioppo, 1981:265; Pieters e.a., 1987). In de afgelopen jaren is de formule van het NOS-journaal geleidelijk gewijzigd. Een van de veranderingen is dat men meer achtergrondinformatie is gaan verschaffen. De bedoeling hiervan is ook minder goed geïnformeerde kijkers te voorzien van kennis die nodig is om het nieuws te kunnen plaatsen. Uit secundaire analyse van gegevens van Peeters (1991a) blijkt dat juist die kijkers minder prijs stellen op achtergrondinformatie. De theorie van Petty & Cacioppo biedt hiervoor een verklaring. Iemand die politieke informatie overwegend perifeer verwerkt, zal geen achtergrondinformatie gebruiken om het nieuws van de dag te interpreteren, maar juist allerlei niet-inhoudelijke beoordelingscriteria.

Voor ons onderzoek is van belang, dat tot nadenken geneigde televisiekijkers met een grote politiek betrokkenheid meer achtergrondinformatie willen dan het televisienieuws kan bieden. Zij zullen de krant gaan lezen. Als we ervan uitgaan, dat kijkers bij hun keuze van televisienieuws mede afgaan op het algemene imago van een televisiezender, en we veronderstellen dat RTL4 door het brede publiek meer als een amusementszender wordt beschouwd dan de NOS, dan mogen we ook veronderstellen dat kijkers met een sterke neiging tot nadenken – ongeacht de feitelijke merites van het RTL4-nieuws – niet geneigd zullen zijn het RTL4-nieuws te volgen. Aan de andere kant zullen veel televisiekijkers met een geringe politieke betrokkenheid en een geringe neiging na te denken door de vele bomen in het bos van het televisienieuws de kern van het televisienieuws vergeten.

Onderzoeksmodel

De theorie over de samenhang tussen voorkennis, kennisaanbod en motivatie wordt samengevat in figuur 1.

Figuur 1: Onderzoeksmodel



Dat nieuwsconsumptie politieke en economische kennis vergroot vormt het uitgangspunt van ons model. Pijl 1 in de figuur representeert deze relatie. De drie plussen bij deze pijl geven aan dat zowel van kijktijd naar RTL4-nieuws, als van kijktijd naar het NOS-journaal, als van de tijd dat men een dagblad leest een positief effect op politieke en economische kennis verwacht wordt. We verwachten dat de sterkte van de centrale relatie afhankelijk is van de *moelijkheidsgraad van het kennisaanbod*. Te moeilijke informatie zal bij gelijkblijvende nieuwsconsumptie tot minder kennis leiden. Het gaat hier om een *interactie-effect* (pijl 11). Wat 'te' moeilijk is hangt uiteraard af van de voorkennis. In figuur 1 komt deze complicatie niet tot uitdrukking, maar bij de toetsing komen we daarop terug.

De *motivatie* van kijkers om politieke en economische kennis te verwerven, tot uitdrukking komend in hun politieke belangstelling (politieke betrokkenheid) en hun neiging tot nadenken, speelt een driedubbele rol in het model. We verwachten dat de sterkte van de centrale relatie ervan afhankelijk is. Grotere politieke betrokkenheid en een grotere neiging tot nadenken zullen tot gevolg hebben dat mediagebruik leidt tot een verhoudingsgewijs grote kennistoename. De interactie-pijlen 7 en 8 geven deze verwachting weer. Bovendien verwachten we dat politieke belangstelling alle vormen van mediaconsumptie vergroot (drie plussen bij pijl 2). Zoals eerder betoogd verwachten we op grond van media-imago's dat mensen die geneigd zijn veel na te denken juist weinig naar het RTL4-nieuws zullen kijken, maar wel frequent politiek en economisch nieuws in een dagblad zullen lezen (-0+ bij pijl 4). Tenslotte verwachten we dat politiek belangstellenden en mensen die geneigd zijn na te denken intenser het nieuws zullen volgen (pijlen 3 en 5). Naarmate men het nieuws intenser volgt, zal men van mediaconsumptie meer opsteken (interactie-pijl 6).

Voorkennis als gevolg van een hoog opleidingsniveau zal er toe leiden dat men een sterkere politieke belangstelling ontwikkelt (pijl 9b). Het bereikte

opleidingsniveau zal samenhangen met een grotere neiging tot nadenken (pijl 9a). Ook zal een hoger opleidingsniveau de nieuwsconsumptie ten goede komen (pijl 10).

Het onderzoeksmodel van figuur 1 bevat hypothesen die elkaar kunnen bijten. Het is bijvoorbeeld denkbaar dat de hypothese dat nadenkende kijkers minder frequent kijken naar RTL4, de hypothese dat kijken naar RTL4 resulteert in kennis, neutraliseert. Simultane toetsing van de bovenstaande hypothesen is nodig om tot een spaarzame theorie te komen. Bij de toetsing wordt gebruik gemaakt van stapsgewijze lineaire regressie-analyse met multiplicatieve interactie-termen (zie bijvoorbeeld Jaccard e.a., 1991). Het gaat om een dispositioneel model. Situationele factoren, stemmingen, persoonlijke voornemens e.d. kunnen voor een individu van grotere betekenis zijn dan predisposities. De verklaarde variantie zal niet alleen een indruk geven van de verklaringskracht van een structureel model waarin disposities zijn opgenomen, maar ook van de restvariantie die kennelijk door situationele factoren e.d. verklaard wordt.

Onderzoeksopzet

Om de hypothesen te toetsen is enerzijds survey-onderzoek onder televisiekijkers (bepaling kijkerskenmerken opleidingsniveau, politieke belangstelling, neiging tot nadenken, aandacht, nieuwsconsumptie, kennis) en anderzijds inhoudsanalyse van het televisienieuws vereist (bepaling onderwerpkeuze, geschetste wereldbeeld, politieke opstelling en moeilijkheidsgraad). Een combinatie van survey-onderzoek en inhoudsanalyse ligt hier meer voor de hand dan experimenteel onderzoek. Experimenteel onderzoek kan aanleiding geven tot een kunstmatig hoge motivatie van kijkers, terwijl motivatie juist een belangrijke plaats inneemt in het model. Belangrijker is nog dat de politieke en economische kennis van algemene aard waarvan wij de nieuwsbron willen achterhalen niet uit een specifieke – experimenteel manipuleerbare – nieuwsuitzending afkomstig hoeft te zijn.

Survey

De survey-resultaten zijn afkomstig uit panel-onderzoek dat door de NOS-afdeling Kijk- en Luisteronderzoek wordt gehouden. Het panel, dat in het seizoen 1990/1991 bestond uit 753 personen, wordt wekelijks telefonisch ondervraagd over onderwerpen die met radio en televisie te maken hebben. Het mag representatief geacht worden voor de Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder (D.Peeters, 1991). De in dit artikel gebruikte data zijn afkomstig uit sessie 4 (23 en 24 oktober 1990), sessie 10 (11 en 12 december 1990) en sessie 23 (2 en 3 april 1991). Het aantal respondenten dat in alle drie de sessies vertegenwoordigd was bedroeg 556.

Inhoudsanalyse

Om het aanbod van televisienieuws in kaart te brengen werd inhoudsanalyse verricht op de hoofdbulletins van beide nieuwsrubrieken, het avondnieuws van RTL4 en het acht-uur-journaal van de NOS, in de periode van medio oktober 1990 tot eind januari 1991. Deze periode vormde de aanloop tot de Golfoorlog en omsluit de eerste weken ervan. Gekozen werd voor een systematische steekproef van in totaal 28 dagen, zodanig dat alle dagen van de week komen vier keer in de steekproef voorkomen.

Om de *onderwerpeuze* van NOS en RTL4 te vergelijken werd van alle items uit de steekproef nagegaan tot welke nieuwsoort zij behoorden: binnenlands nieuws, internationaal nieuws, economisch nieuws of andere soorten nieuws (Kleinnijenhuis & Spaans, 1990).

Om het door NOS en RTL4 geschetste *wereldbeeld* in kaart te brengen werd op alle items uit de steekproef die betrekking hadden op het binnenlands politieke nieuws of buitenlands politieke nieuws een variant (Kleinnijenhuis & Spaans, 1990) toegepast op de inhoudsanalysemethode voor Netwerkanalyse van Evaluatieve Teksten (kortaf 'NET-methode', zie Van Cuilenburg e.a., 1988). Om het wereldbeeld volgens deze methode te bepalen wordt nagegaan hoe over de (relaties tussen) actoren op het wereldtoneel wordt bericht. Evenals in eerder onderzoek (Kleinnijenhuis, 1987ab) worden per land actoren onderverdeeld in een regeringskamp en een niet-regeringskamp. Tot het regeringskamp behoren o.a. het staatshoofd, de regering, ministers, ambtenaren, militairen en regeringspartijen. Tot het niet-regeringskamp behoren oppositiepartijen, media, bevolking, etc. Naast nationale actoren werden verscheidene niet-nationale actoren onderscheiden, zoals de VN, NAVO, EG, Arabische Liga, PLO, Palestijnse bevolking, Koerden, Armenen, etc. Per nieuwsitem werd vastgesteld of en zo ja, hoe positief (+) of negatief (-), over relaties tussen deze actoren werd bericht. Daarbij werd de volgende afdeling gehanteerd. Aan afgezwakte beweringen, waarin geen werkelijkheden maar kansen daarop worden aangeduid, worden dichter bij nul liggende afgezwakte scores toegekend.

- a (-1,000) oorlog, oorlogsgeweld
- b (-0,875) incidenteel geweld, terrorisme, aanslagen
- c (0,750) onderhandelingskader wordt verbroken; negatieve uitlatingen
- d (-0,500) geen onderhandelingskader; negatieve uitlatingen
- e (-0,250) onderhandelingskader blijft; negatieve uitlatingen
- f (0,000) neutraal
- g (+0,500) geen onderhandelingskader; wel overeenstemming
- h (+1,000) onderhandelingskader overeind; overeenstemming bereikt

Soms wordt in een nieuwsitem een actor ook expliciet geëvalueerd. Columbiaanse zakenlieden worden bijvoorbeeld als 'drugsmaffia' benoemd. Bij evaluatieve uitspraken over actoren wordt een vijfdeling gehanteerd: +1=positief, +0,5=afgezwakt positief, 0=neutraal, -0,5=afgezwakt negatief, -1=negatief. Uit eerder onderzoek is bekend dat de hier toegepaste

inhoudsanalysemethoden voldoende scores op de punten geldigheid en betrouwbaarheid (Van Cuilenburg e.a., 1988:249-287; Kleinnijenhuis, 1990:299-309).

De NET-data waaruit het door media geschetste wereldbeeld kan worden gereconstrueerd zijn tegelijkertijd bruikbaar om de *politieke opstelling* van een medium ten opzichte van actoren en de *entropie van het televisienieuws* te berekenen.

Ten behoeve van de bepaling van de *leesbaarheid* werd uit elke steekproefdag één item geanalyseerd volgens de werkwijze van Flesch/Douma (vgl. Scholten, 1982).

De *discrepantie tussen tekst en beeld* werd vanwege het arbeidsintensieve karakter van de coderingen slechts bepaald voor de politieke items uit zes steekproefdagen in de maand januari. Alle coderingen werden uitgevoerd door de auteurs.

Operationalisatie

Nu we globaal hebben omschreven hoe de gehanteerde data zijn vergaard, kunnen we puntsgewijs de operationalisaties van de variabelen uit het onderzoeksmodel en van de verscheidenheidscriteria (onderwerpkeuze, wereldbeeld en politieke opstelling) bespreken.

Opleiding. Zeven opleidingsniveaus werden onderscheiden: uitsluitend lager onderwijs, lager beroepsonderwijs, middelbaar algemeen voortgezet onderwijs, middelbaar beroepsonderwijs, hoger algemeen en voorbereidend wetenschappelijk onderwijs, hoger beroepsonderwijs, en wetenschappelijk onderwijs. De zevenpuntsschaal werd, evenals alle volgende variabelen, lineair getransformeerd naar het 0..1-waardenbereik.

Politieke belangstelling, (betrokkenheid). Politieke belangstelling is vastgesteld met acht vragen: Hoe vaak praat men over politiek? Hoe belangrijk vindt men het goed op de hoogte te blijven van politieke ontwikkelingen? In hoeverre is men geïnteresseerd in verkiezingsuitslagen? Enzovoorts. De schaal is ontwikkeld voor gebruik in het Continu Kijkonderzoek (Peeters & Vierkant, 1989). Cronbachs α voor de acht items bedraagt 0,89.

Neiging tot nadenken ('need for cognition'). Uitgangspunt voor operationalisatie van *neiging tot nadenken* vormt de in 1984 gepubliceerde schaal van Cacioppo e.a., die bestond uit achttien items. Twee items werden niet overgenomen. Sommige vertalingen zijn overgenomen van eerder gebruikte Nederlandse schalen (Pieters e.a., 1987; Faasse, 1990), andere zijn opnieuw geformuleerd, onder meer om ze geschikter te maken voor telefonische vraaggesprekken. Van alle zestien stellingen konden de respondenten op een driepuntsschaal aangeven in hoeverre ze van toepassing waren. We noemen

enkele stellingen: "Ik vind het voldoende *dat* iets werkt – hoe of waarom het werkt kan me niet schelen", "Ik zit vaak over zaken te peinzen, ook als ze me niet persoonlijk aangaan", en "Ik hou van taken waarbij je, als je ze eenmaal hebt geleerd, weinig hoeft na te denken". De complete schaal wordt gegeven in een afzonderlijke publikatie (Peeters, 1991b). Cronbachs α voor de zestien items bedraagt 0,85.

Politieke en economische kennis. Politieke en economische kennis, het vermogen ware uitspraken te doen over niet aan een specifieke nieuwsuitzending gekoppelde, actuele vragen over politiek en economie, werd gemeten met acht vragen over binnenlandse politiek, tien over buitenlandse politiek en vijf over economische aangelegenheden. De vragen over binnenlandse politiek hadden betrekking op het partijlidmaatschap en de huidige rol binnen het Nederlandse politieke stelsel van Erika Terpstra, Koos Andriessen, Hans van Mierlo en Ria Beckers. De vragen over buitenlandse politiek hadden betrekking op het NAVO- en Warschaupactlidmaatschap van Nederland, China, Cuba, Tsjecho-Slowakije en Turkije. De economische vragen hadden betrekking op de ontwikkeling van beursindexen over de periode juni-december, op de ontwikkeling van beursindexen over de periode december 1985 – december 1990, op het president-directeurschap van Philips, en op het inflatietempo in Zweden, Frankrijk, Engeland en Nederland. 'Weet niet' en 'geen antwoord' werden als fout aangemerkt. Cronbachs α voor alle 23 items bedraagt 0,88.

Kijktijd m.b.t. NOS-journaal en RTL4-nieuws. Voor elk bulletin van het NOS-journaal en het RTL4-nieuws is gevraagd hoeveel keer per week men ernaar kijkt. Op basis van deze informatie en de gegevens over de duur van de verschillende bulletins kon de kijktijd met betrekking tot beide nieuwsprogramma's berekend worden. Aangekend moet worden dat ongeveer 15% van de respondenten RTL4 niet kan ontvangen, en dus 'automatisch' kijktijd nul heeft met betrekking tot het RTL4-nieuws.

Intensiteit van het kijken. Naast de kijkduur kan ook de intensiteit waarmee men kijkt van belang zijn. Hierover zijn twee vragen gesteld. Gevraagd is met hoeveel aandacht men naar nieuws van de NOS respectievelijk RTL4 kijkt en hoe vaak men het kijken naar beide nieuwsprogramma's combineert met andere activiteiten. Als iemand nooit naar een nieuwsprogramma kijkt wordt de intensiteit van het kijken nul geacht.

Leestijd politiek en economisch nieuws. Drie vragen werden gesteld over de voor ons relevante leestijd. Hoe vaak leest men in de krant het binnenlands politieke, het buitenlands politieke, en het economische nieuws? Cronbachs α voor deze drie items bedraagt 0,73. De aldus gemeten leestijd correleert uiteraard met de totale leestijd – inclusief bijvoorbeeld de leestijd van sportnieuws – die wordt opgegeven ($r=0,44$).

Leesbaarheid. Voor leesbaarheid van geschreven tekst worden vele formules gehanteerd (Van Hauwermeiren, 1975). De meest gebruikte is die van Flesch. Douma heeft deze toegespitst op het Nederlandse taalgebied. Om de leesbaarheid volgens deze formule te berekenen hoeft men slechts de gemiddelde zinslengte en woordlengte vast te stellen. De formule luidt: $RE = 206,84 - 0,77 \times \text{woordlengte} - 0,93 \times \text{zinslengte}$. Hoe hoger de RE-score, des te leesbaarder informatie geacht kan worden te zijn. Ook voor gesproken tekst zal de syntactische complexiteit een rol spelen. Als benadering voor de begrijpelijkheid van de tekst van televisienieuws is daarom de leesbaarheid van geschreven tekst gehanteerd.

Entropie. De hierboven besproken leesbaarheidsmaatstaf houdt er geen rekening mee dat een tekst met lange zinnen over een bekend onderwerp toch makkelijk is. Om dit tot uiting te brengen is de klassieke entropie-maatstaf (Shannon & Weaver, 1949:8-22) bruikbaar (Finn, 1985). Deze maatstaf kan worden toegepast om het aantal verschillende zaken te tellen dat in het nieuws aan de orde komt, waarbij wordt verdisconteerd dat zaken die in het nieuws slechts zeer sporadisch aan de orde komen van relatief weinig belang zijn om het nieuws te kunnen volgen (entropie in number equivalents, vgl. De Ridder, 1984). 'Zaken' kunnen op verschillende wijzen worden afgebakend; evenals in eerder onderzoek kiezen we voor een afbakening in termen van 'landen'. Data over de frequentie waarmee (actoren uit) diverse landen voorkomen in het nieuws worden door de NET-inhoudsanalyse geleverd.

Discrepantie tussen beeld en tekst. Uit de NET-inhoudsanalyse van het nieuws is bekend welke actoren en welke relaties daartussen in nieuwsitems voorkomen. Vervolgens kan worden nagegaan hoeveel procent van deze actoren en hoeveel procent van deze relaties buiten beeld blijft. De discrepantie tussen beeld en tekst wordt berekend als het gemiddelde van deze twee percentages. Een actor wordt geacht in beeld te zijn gebracht als men een representant van die actor in beeld ziet, ongeacht wat er nog meer in beeld is. Een relatie tussen actoren wordt geacht adequaat in beeld te zijn gebracht als uit de beelden op te maken valt dat die relatie inderdaad de kwaliteit bezit die de gesproken tekst suggereert (waarbij een vier- in plaats van een achtdeling werd gehanteerd). Als blijkt de tekst A oorlogshandelingen ten opzichte van B verricht, en deze oorlogshandelingen komen in beeld, dan is die relatie adequaat gevisualiseerd. Als uit de beelden wel duidelijk is dat er sprake is van een relatie tussen een tweetal actoren, maar niet wat de aard van die relatie is, dan wordt aan die relatie een visualiseringsratio van 0,5 toegekend. Een code van 0,5 wordt bijvoorbeeld toegekend als blijkt de gesproken tekst sprake is van dreigementen van de VS ten opzichte van Irak (-), maar in beeld slechts te zien zou zijn dat Baker en Aziz elkaar een hand geven (+).

Wereldbeeld. Het wereldbeeld dat een medium van de wereld schetst kan uitgaande van NET-ontleding worden opgevat als het geheel van gerichte relaties tussen internationaal politieke actoren dat in een medium wordt geschetst. Aan die relaties worden twee aspecten onderscheiden. Of actoren samenwerken (+) of elkaar juist bestrijden (-) komt tot uitdrukking in de *kwaliteit* van een relatie. Grafisch kan de kwaliteit worden weergegeven door de 'witheid' van een relatie (zie de figuren 2 en 3). Het belang van die relaties volgens een medium komt tot uitdrukking in de *relatieve frequentie* waarmee ze worden genoemd, in de figuren de dikte van de pijl. De *machtsreputatie* van een actor, opgevat als de relatieve frequentie waarmee een actor volgens een medium nieuwswaardige activiteiten onderneemt, komt in de figuren tot uiting in de 'oppervlakte' van de actor. Zowel relatieve frequentie als kwaliteit worden in dit artikel op het niveau van 'schakels' beschouwd (alleen directe relaties), en niet op het niveau van de 'bundel'. Zie verder Van Cuilenburg e.a. (1988).

Politieke opstelling. Vergeleken met dagbladnieuws komen in televisienieuws weinig expliciete 'evaluaties', expliciete standpunten over politieke actoren voor. In het televisienieuws worden oordelen over politieke actoren met name geveld doordat de redactie kan laten zien of laten uitspreken dat de gedragingen van politieke actor gunstig dan wel ongunstig zijn voor groepen in de samenleving waarmee de kijker zich identificeert. We mogen aannemen dat wie het internationale nieuws volgt zich identificeert met de doorsnee-burger in andere landen. Door te laten zien dat Saddam 'gewone' mensen met chemische wapens doodt, kan via televisie overtuigender dan via welk ander medium dan ook worden overgedragen dat Saddam 'slecht' is. Door te laten zien dat de Amerikaanse regering zo'n misdadiger bestrijdt, kan men overdragen dat Amerika aan de goede kant staat. In operationele termen betekent dit dat wij niet zoals gebruikelijk de 'kwaliteit van de bundel' tussen een actor en datgene wat een medium expliciet goed acht als maatstaf opvatten voor de politieke opstelling van een medium ten opzichte van een actor (Van Cuilenburg e.a., 1988), maar de *kwaliteit van de bundel* tussen een actor en het kenobject *wereldburger*. Het kenobject *wereldburger* wordt samengesteld uit datgene wat een medium expliciet goed acht (het kenobject G) alsmede uit 'gewone burgers' (inclusief gijzelaars en andere getroffen) en bevolkingen.

De pluriformiteit van het Nederlandstalige televisienieuws

Het nieuws van NOS en RTL4 verschilt onderling in veel opzichten. Voor dat we resultaten van inhoudsanalyse presenteren geven we globaal weer welke verschillen televisiemakers en kijkers opmerkelijk achten.

Verschillen volgens televisiemakers en televisiekijkers

In referaten van de hoofdredacteuren van de beide televisierubrieken (VSOM-bijeenkomst 22 februari 1991 te Hilversum) kwam naar voren dat beide nieuwsuitzendingen mikken op *alle* Nederlanders, uitgezonderd degenen die geen enkele belangstelling voor politiek en economie kunnen opbrengen. Het doel is het nieuws begrijpelijk te houden voor al deze kijkers, ongeacht opleiding, beroep, dagbladkeuze, enzovoort. Blijkens twee groepsdiscussies (n=19) waarin het acht-uur-journaal van de NOS werd vergeleken met het RTL4-avondnieuws (Heuvelman, VSOM-bijeenkomst 22 februari 1991 te Hilversum; Heuvelman, 1991) wordt door veel kijkers naar het RTL4-nieuws gekeken met het 'normale' NOS-journaal als normatief referentiepunt. Uit de groepsdiscussies komt naar voren dat het opmerken van een verschil met het NOS-journaal vaak gevolgd wordt door het afkeuren van het RTL4-nieuws terzake van het verschilpunt. In het oog springt dat RTL4 met twee presentatoren werkt, dat je reclame moet volgen vóór het weerbericht, dat er minder binnenlands nieuws is, en dat midden in het nieuws nog eens een aankondiging van onderwerpen volgt. Andere verschillen die kijkers opmerken, lijken minder te maken te hebben met het RTL4-avondnieuws zelf dan met het globale imago van RTL4: oppervlakkiger, maar ook dynamischer dan het NOS-journaal. Een vergelijkbaar beeld komt naar voren in een telefonische enquête over beide programma's (Peeters, 1991a). Beide nieuwsprogramma's hadden een gunstig imago. Op enkele punten waren er verschillen. Het NOS-journaal werd (nog) betrouwbaarder en minder oppervlakkig geacht dan het nieuws van RTL4. Daar stond tegenover dat het nieuws van de commerciële zender levendiger werd gevonden. Van het NOS-journaal werd relatief vaak gezegd dat er te veel aandacht wordt besteedt aan onaangename gebeurtenissen. Van het RTL4-nieuws werd vaak gezegd dat de nieuwslezers te veel in beeld zijn.

Uit onderzoek blijkt dat evaluatieve oordelen over leerstof ('belangrijk', 'afwisselend', 'oppervlakkig', 'prettige presentatie', 'dynamisch' etc.) nul en generlei samenhang vertonen met wat men uit de leerstof opsteekt, maar dat oordelen over duidelijkheid van de leerstof wel zwak samenhangen met wat men opsteekt (Heuvelman, 1989:137-138). Blijkens de groepsdiscussies (n=19) wordt het RTL4-avondnieuws minder 'duidelijk' gevonden. Uit de telefonische enquête (n=334) komt juist naar voren dat het NOS-journaal moeilijker gevonden wordt. Het is mogelijk dat de deelnemers aan de groepsdiscussie op dit punt niet representatief zijn voor de bevolking. Een andere mogelijke verklaring voor het verschil tussen beide onderzoeken is dat bij een telefonische enquête de antwoorden over de moeilijkheidsgraad sterker voortvloeien uit het globale imago van de zender, omdat de onderzaging niet onmiddellijk volgt op het bekijken van een uitzending.

Verschillen in de keuze van nieuwssoorten

Inhoudsanalyse – zie tabel 2 – laat zien dat kijkers het gelijk aan hun zijde

hebben als zij zeggen dat RTL4 minder aandacht geeft aan binnenlandse politiek in Nederland (16,7% versus 23,8%). RTL4 besteedde weinig aandacht aan Nederlands beleid met betrekking tot de Nederlandse economie (6,7% versus 8,5%) en aan Nederlands beleid met betrekking tot de internationale situatie (5,7% versus 1,2%). Kijkers die het nieuws perifeer verwerken zullen uit het RTL4-nieuws dus eerder dan uit het NOS-nieuws de indruk overhouden dat de Nederlandse regering weinig doet aan de economische problemen en internationaal gezien aan de zijlijn staat. Dat verschuivingen in de prominentie van het nieuws effecten kunnen hebben op wat kijkers belangrijk vinden blijkt uit experimenteel onderzoek van Iyengar en Kinder (1982, 1987). RTL4 besteedt relatief veel aandacht aan het internationale nieuws; vooral de aandacht voor de politiek van andere landen is relatief groot (26,2% versus 19,6%).

Ook de aandacht van RTL4 voor economisch nieuws, in het bijzonder het beursnieuws, is relatief groot. Bij de kijker die dit nieuws perifeer verwerkt zou het RTL4-nieuws meer dan het NOS-journaal de indruk kunnen wekken, dat de economie niet wordt gestuurd door de Nederlandse regering, maar door winstbejag temidden van grillige, onvoorspelbare ontwikkelingen. Uiteraard zou onze conclusie anders geluid hebben als het late hoofdbulletin van het NOS-journaal als uitgangspunt genomen zou zijn, maar dat journaal wordt veel minder goed bekeken (Peeters & Lohmann, 1991). Aan macro-economische ontwikkelingen besteden noch het NOS-journaal, noch het RTL4-avondnieuws veel aandacht. Kiezers die weten hoe de nationale economie zich ontwikkelt zullen in meerderheid niet de beoordeling van hun eigen economische situatie, maar hun beoordeling van de nationale econo-

Tabel 2**Aandacht voor verschillende soorten nieuws (in percentages van het totaal)**

	NOS-journaal (n=281 items)	RTL4-avondnieuws (n=263 items)
binnenlandse politiek	23.8	16.7
- m.b.t. economie	8.5	6.7
- m.b.t. defensie en buitenlands beleid	5.7	1.2
politiek in ander land	19.6	26.2
politiek tussen landen, internationale organisaties	28.8	29.3
economie	10.0	14.8
- beurzen, financieel-economisch	1.4	8.8
- macro-economie	0.7	1.2
overige	17.8	12.9

mie als uitgangspunt voor hun stemgedrag nemen (Kinder, 1981; Kinder e.a. 1989). Het televisienieuws uit de onderzochte periode geeft de kiezer weinig houvast voor een economisch-inhoudelijke afweging.

Aan cultuur-onderwerpen, human-interest-stories en overig nieuws besteedt RTL4 minder aandacht dan de NOS.

Verscheidenheid in de belichting van actoren en hun relaties

Omdat zowel NOS als RTL4 de meeste aandacht besteden aan buitenlands nieuws, zullen we bekijken hoe 'actoren' (overkoepelende term voor internationale organisaties, staten, politici, etc.) en hun onderlinge relaties worden belicht in het buitenlandse nieuws.

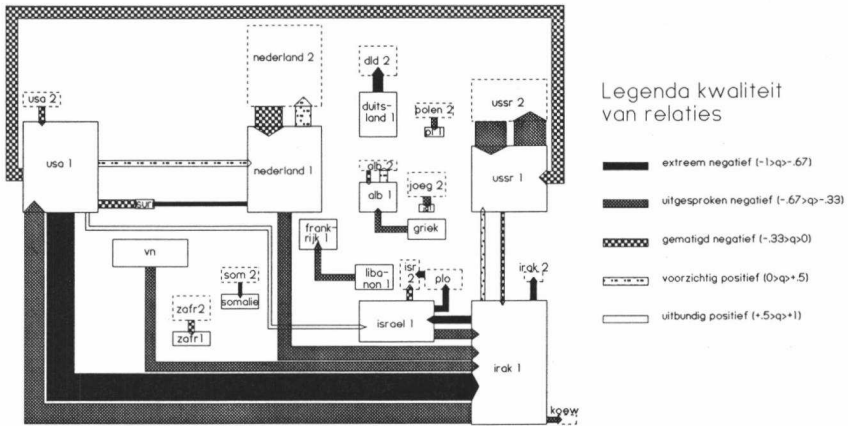
In de onderzoeksperiode van half oktober 1990 tot eind januari 1991 stonden uiteraard de actoren die het meest verwickeld waren in de Koeweit-crisis zowel bij de NOS als bij RTL4 centraal. Ook ontwikkelingen in de Sovjet-Unie, met name in de Baltische republieken, kregen veel aandacht. RTL4 besteedde relatief veel aandacht aan andere delen van de wereld, bijvoorbeeld aan ontwikkelingen in Albanië, Joegoslavië en Somalië.

In de figuren 2 en 3 worden de actoren en onderlinge relaties tussen actoren weergegeven die in de onderzoeksperiode – de aanloop naar en het begin van de Golfoorlog – het meest frequent (vaker dan in 1% van het totaal aantal genoemde relaties) voorkwamen in het RTL4-nieuws, resp. het NOS-journaal. Zoals eerder vermeld wordt een actor weergegeven in een hokje, waarvan de oppervlakte evenredig is aan het totaal aantal keren dat de actor optreedt. Een relatie tussen actoren wordt weergegeven met een pijl, waarvan de dikte evenredig is aan het totaal aantal keren dat de relatie in onze nieuwssteekproef voorkwam. De zwarteheid van de pijl representeert de negativiteit van de relatie. De figuren 2 en 3 geven uitsluitend de grote lijnen weer: slechts de frequentst genoemde relaties tussen actoren staan erop weergegeven.

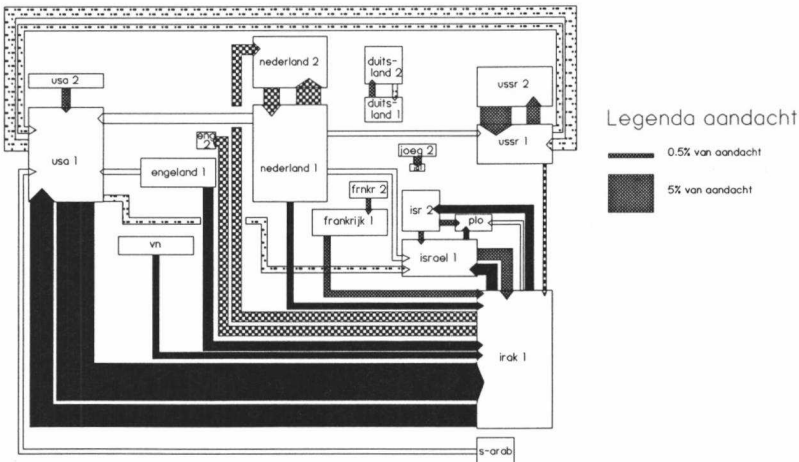
Uit de figuren 2 en 3 wordt in een oogopslag duidelijk dat het NOS-journaal een samenhangender beeld van de wereld geeft dan het RTL4-nieuws. Er zijn minder 'eilanden' in het NOS-journaal. In de wereld volgens het NOS-journaal zit Nederland iets steviger in het midden van het politieke web, met mogelijkheden om her en der op het wereldtoneel in te grijpen. Behalve aan Nederland wordt ook relatief veel aandacht gegeven aan andere Westeuropese landen (Engeland, Frankrijk). In de wereld volgens het RTL4-avondnieuws komen meer eilanden voor, waarop de politieke conflicten losstaan van het Golfconflict (Albanië, Joegoslavië, Duitsland). Nederland bezet een minder centrale positie in het politieke web. Ook de andere Westeuropese bondgenoten waarachter Nederland zich schaarde gedurende het Golfconflict komen relatief weinig aan bod. De wereld volgens RTL4 is duidelijk minder Westeuropese.

De wereld volgens het RTL4-nieuws is ook minder 'zwart-wit' dan de wereld volgens het NOS-journaal. Meer dan het RTL4-nieuws vertelt het

Figuur 2: De wereld tijdens het Golfconflict volgens het RTL4-avondnieuws



Figuur 3: De wereld tijdens het Golfconflict volgens het NOS-journaal



NOS-journaal dat de gehele beschaafde wereld tegen Irak te hoop loopt. De overzichtelijkheid van het NOS-journaal komt ook tot uiting in de wederkerigheid van relaties. Vaker dan in het RTL4-nieuws geldt dat wie goed doet, goed ontmoet, en dat boontje om z'n loontje komt. In het RTL4-nieuws zijn relaties tussen politieke actoren op het wereldtoneel eenzijdiger van aard. Door de centrale spin in het web, het zwart-wit-karakter en de wederkerigheid van relaties heeft het NOS-journaal meer dan het RTL4-

avondnieuws een verhaalstructuur die kenmerkend is voor volksvertellingen en sprookjes.

Verschillen in de politieke opstelling van NOS en RTL4

Kiest het RTL4-avondnieuws ook een andere *politieke richting* dan het NOS-journaal, zodat de komst van het RTL4-avondnieuws de politieke pluriformiteit vergroot? In tabel 3 staat weergegeven hoe volgens NOS en RTL4 de wereldmachten de wereldburger bejegenen. Als criterium voor belangrijkheid is genomen dat de relatieve frequentie waarmee zij de wereldburger tegemoet treden volgens RTL4 of de NOS groter moet zijn dan 0,0075. De wereldmachten zijn geordend naar oplopende negativiteit volgens RTL4.

Tussen het NOS-journaal en het RTL4-nieuws zijn de overeenkomsten groter dan de verschillen. Zowel NOS als RTL4 berichten sympathiek over de VS (+0,31, +0,14), Engeland (+0,24, +0,23) en Israël (+0,33, +0,32). Beide stellen Irak (-0,49, -0,24) en vooral de PLO (-0,75, -0,82) in een kwaad daglicht. Beide berichten al met al min of meer neutraal over de Sovjet-Unie, 'onze' vijand uit de koude oorlog: de buitenlands politieke initiatieven van de Sovjet-leiding die de 'wereldburger' rechtstreeks raken worden in het algemeen licht positief beoordeeld, maar het beleid ten opzichte van de (bevolking in de) Sovjet-republieken negatief. De - naar frequentie van belichting van diverse actoren gewogen - correlatie tussen de belichting van diverse actoren door NOS en RTL4 (inclusief actoren die zo weinig voorkwamen dat ze niet in tabel 3 opgenomen zijn) bedraagt maar liefst 0,68.

Hoewel de overeenkomsten groter zijn dan de verschillen, springen twee

Tabel 3
Belichting van politieke actoren door NOS en RTL4

	NOS-journaal	RTL4-nieuws
regeringskamp Israël	+0.32	+0.33
regeringskamp Nederland	+0.09	+0.26
regeringskamp Engeland	+0.24	+0.23
regeringskamp VS	+0.31	+0.14
oppositie Nederland	-0.18	+0.09
oppositie Sovjet-Unie	0.00	+0.05
Verenigde Naties	+0.23	+0.04
regeringskamp Sovjet-Unie	+0.01	-0.08
regeringskamp Irak	-0.49	-0.24
PLO	-0.75	-0.82

verschillen tussen NOS en RTL4 in het oog. Allereerst blijkt dat de NOS sterker dan RTL4 een zwart-wit-beeld geeft van de Golfoorlog: conform het gedachtengoed van de in het NOS-journaal veelvuldig aan het woord komende CDA-atlanticus Van den Broek belicht de NOS de Verenigde Staten positiever en Irak negatiever dan RTL4. In de tweede plaats heeft RTL4 minder dan de NOS de neiging Nederlandse politieke actoren verantwoordelijk te stellen voor het wereldleed. Kwade tongen die beweren die beweren dat RTL4 zich inkoop bij Haagse politici lijken gelijk te hebben: RTL4 is mild over zowel het Nederlandse regeringskamp (0,26 vergeleken met 0,09) als over de Nederlandse oppositie (0,09 vergeleken met -0,18).

Verschillen in de moeilijkheidsgraad van het nieuws van de NOS en RTL4

De moeilijkheidsgraad van het televisienieuws wordt op drie punten vergeleken. Is er een grote discrepantie tussen beelden en tekst? Is de tekst van de nieuwslezer makkelijk of moeilijk ('leesbaarheid')? Wordt aan veel verschillende actoren aandacht besteed ('entropie')? In tabel 4 staat de uitkomst van de vergelijking weergegeven.

Op alle drie punten is het RTL4-nieuws moeilijker dan het NOS-journaal. Noch voor het NOS-journaal, noch voor het RTL4-nieuws valt gemakkelijk te verdedigen dat ook lager opgeleide kijkers die geen dagblad lezen het zonder meer zullen kunnen volgen. Leesbaarheidsindices van 40-49 veronderstellen als het om geschreven teksten gaat minimaal voortgezet onderwijs. Een entropie van 13,3 is laag vergeleken met bijvoorbeeld de entropie van

Tabel 4
De moeilijkheidsgraad van het nieuws

	NOS-journaal	RTL4-nieuws	verklaarde variantie
discrepantie beelden-tekst	.61	.69	n.v.t.
- m.b.t. actoren in het nieuws	.45	.56	$\eta^2=.03$
- m.b.t. relaties tussen actoren	.76 (n=50 items)	.82 (n=37 items)	$\eta^2=.01$
leesbaarheid items (RE-index-Flesch-Douma: hoe hoger, hoe minder moeilijk)	49	40	n.v.t.
- gemiddelde zinslengte in woorden	12.6 (n=258 zinnen)	14.5 (n=206 zinnen)	$\eta^2=.11$
- gemiddelde woordlengte in lettergrepen	1.86 (n=3238 wrd.)	1.91 (n=2980 wrd.)	$\eta^2=.01$
entropie actoren in de steekproef (aantal actoren, waarbij infrequent genoemde actoren minder zwaar meetellen)	10.9	13.3	n.v.t.

het NOS-journaal van 1983-1984 (25,7) en heel erg laag vergeleken met het nieuws uit NRC-Handelsblad van 1983-1984 (31,5) (Kleinnijenhuis, 1990). Dat de entropie van het NOS-journaal in vergelijking met 1983-1984 gedaald is heeft te maken met de objectieve omstandigheid dat tijdens een dreigende oorlog de wereld overzichtelijker wordt, doordat nagenoeg alle actoren in een en hetzelfde conflict verwickeld zijn en dus geacht kunnen worden elkaars 'plaatsvervanger' te zijn, maar het heeft ook te maken met de gewijzigde formule van het NOS-journaal: het huidige NOS-journaal wil niet fragmentarisch overkomen.

De discrepantie tussen tekst en beeld is in het NOS-journaal groot (0,61) en het RTL4-avondnieuws nog iets groter (0,69). Weliswaar presenteren de nieuwsredacties de beste beelden die beschikbaar komen, maar zolang de kern van veel nieuws – afgaande op wat de nieuwslezer meldt – bestaat uit veranderende relaties tussen politieke actoren, terwijl de meeste beschikbare beelden momentopnamen geven van afzonderlijke actoren, blijft het schipperen.

Gegeven de visuele dominantie van beelden impliceert dit, dat veel televisienieuws niet begrepen kan worden door kijkers die het nieuws niet (tevens) uit andere bronnen betrekken. Deze stelling zou bevreemding kunnen wekken bij lezers van dit tijdschrift met veel politieke kennis die toch ook regelmatig televisie kijken. Wie tijdens een vakantie ooit geprobeerd heeft een nieuwsuitzending te volgen in een land met een andere taal en een afwijkende cultuur heeft in feite visuele dominantie bij het ontbreken van voorkennis ervaren.

De ontvangst van het televisienieuws

Het is langzamerhand gemeengoed dat de politieke en economische kennis veel geringer is dan men op grond van het gestegen nieuwsaanbod zou vermoeden. Enkele voorbeelden: 62% van de respondenten weet niet dat Ria Beckers fractieleider van haar partij is. Ondanks het vele nieuws over de reorganisaties bij Philips kon slechts 22% van de respondenten de naam van de president-directeur van dit concern (Timmer) noemen. Ondanks de grote aandacht over beursindexen in het televisienieuws, wist 43% niet dat in de periode juni 1990-december 1990 de beursindexen al met al daalden (onder invloed van de dreigende Golfoorlog).

Acht typen nieuwsconsumenten

In de laatste kolom van tabel 5 wordt de politieke en economische kennis uitgesplitst naar acht groepen van nieuwsconsumenten. Deze acht groepen zijn samengesteld uitgaande van drie dichotome variabelen: kijkt men meer dan gemiddeld naar het NOS-journaal, kijkt men meer dan gemiddeld naar het RTL4-nieuws en leest men meer dan gemiddeld politiek en economisch

dagbladnieuws? Als 'gemiddelde' waarde werd steeds de mediaan genomen. De vier groepen met de hoogste gemiddelde kennis hebben een meer dan gemiddelde leestijd van politiek en economisch nieuws gemeen. Temidden van de vier groepen die weinig de krant lezen geldt dat de twee groepen die het NOS-journaal meer dan gemiddeld volgen de hoogste kennis hebben.

Uit tabel 5 mag niet worden afgeleid dat mediakeuze ook de *oorzaak* is van het verschil in kennis. Misschien vloeien zowel mediakeuze als het kennisniveau voort uit achterliggende variabelen. In tabel 6, waarin de typen uit de vorige tabel naar oplopende kennis zijn geordend, moge blijken dat zulks plausibel is.

De vier dagbladlezende groepen, die de meeste politieke en economische kennis bezitten, worden ook gekenmerkt door een hoog opleidingsniveau, grote politieke belangstelling en een sterke neiging tot nadenken.

Uit tabel 6 blijkt niet hoe de variabelen onderling samenhangen. Daarvoor is toetsing op individueel niveau van het onderzoeksmodel vereist.

Nieuwsaanbod en kennisverwerving

De toetsing op individueel niveau vindt plaats door middel van regressie-analyse. De belangrijkste regressievergelijkingen zijn weergegeven in tabel 7. Hierbij is van belang op te merken dat van alle genoemde variabelen het waardenbereik op 0-1 is gebracht, behalve van sekse (1=man en 2=vrouw) en leeftijd (in jaren). De regressievergelijkingen hebben op wisselende aantallen respondenten betrekking, omdat het aantal respondenten dat per regressievergelijking uitvalt afhankelijk is van de variabelen die in de vergelijking zijn opgenomen.

Het lezen van politiek en economisch nieuws in een dagblad draagt aantoonbaar bij tot iemands kennis.

Wie frequent kijkt naar het RTL4-nieuws heeft niet meer politieke en economische kennis dan wie er nooit naar kijkt ($r=-0,07$, $n=398$, niet significant). Zelfs wie intens kijkt naar het RTL4-nieuws heeft niet meer kennis dan wie er nooit naar kijkt. Ook wie een relatief sterke politieke belangstelling heeft, of meer dan gemiddeld geneigd is na te denken, of een relatief hoog opleidingsniveau heeft, verwerft door het frequent kijken naar RTL4-nieuws geen extra kennis.

Voor kijkers naar het NOS-journaal geldt nagenoeg hetzelfde verhaal. Het enige verschil is dat wie frequent kijkt naar het NOS-journaal over meer kennis beschikt dan wie er weinig naar kijkt ($r=+0,15$, significant). Maar multivariaat bezien levert ook kijken naar het NOS-journaal geen aantoonbare bijdrage aan iemands politieke en economische kennis. Het feit dat kijken naar het NOS-journaal wel en kijken naar het RTL4-nieuws niet samenhangt met politieke en economische kennis kan verklaard worden uit het gegeven dat NOS-kijkers gemiddeld een hogere opleiding en een sterkere politieke belangstelling hebben dan RTL4-kijkers. De verklaring hiervoor is wellicht het in de loop van decennia opgebouwde ijzersterke imago van

Tabel 5
Het gemiddelde kennisniveau van diverse typen nieuwsconsumenten

meer dan gemiddelde consumptie van	type-omschrijving	aantal	percentage	kennisniveau
RTL4-nieuws, NOS-journaal & dagblad	nieuwfans	55	11.1	.73
NOS-journaal & dagblad	RTL4-loze nieuwsgaarders	72	14.5	.71
RTL4-nieuws & dagblad	NOS-loze nieuwsgaarders	56	11.3	.72
RTL4-nieuws & NOS-journaal & dagblad	dagbladloze nieuwsgaarders	64	12.9	.53
	exclusieve dagbladlezers	48	9.7	.72
NOS	exclusieve NOS-journaal-kijkers	56	11.3	.55
RTL4	exclusieve RTL4-nieuws-kijkers	73	14.7	.48
geen van deze drie	nieuwslozen	72	14.5	.47

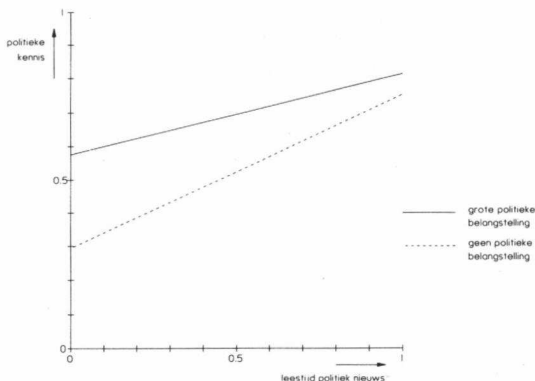
Tabel 6
Variabelen uit het onderzoeksmodel: gemiddelden bij verschillende typen

type-omschrijving	kennis-belangstelling	oplei-nadenken	politieke	neiging tot
niveau ding				
nieuwslozen	.47	.35	.37	.60
exclusieve RTL4-nieuws kijkers	.48	.24	.34	.55
dagbladloze nieuwsgaarders	.53	.29	.39	.54
exclusieve NOS-journaal kijkers	.55	.33	.45	.63
RTL4-loze nieuwsgaarders	.71	.44	.68	.72
NOS-loze nieuwsgaarders	.72	.45	.65	.75
exclusieve dagbladlezers	.72	.55	.64	.79
nieuwfans	.73	.46	.72	.75
<i>door type verklaarde variantie:</i>	.25	.11	.30	.17

om een combinatie van opleiding, politieke belangstelling en het lezen van politiek nieuws in een dagblad. Hoe hoger iemands opleiding, des te groter is de kennis ($\beta=+0,11$), ongeacht het mediagedrag. Ook zonder het nieuws uit de media te volgen, krijgen in onze maatschappij de hoger opgeleiden het nieuws vaak uit hun sociale omgeving aangereikt. In nog sterkere mate geldt dit voor wie een grote politieke belangstelling heeft. Mensen met een sterke politieke belangstelling praten mogelijk zo vaak over politiek, dat ze ook zonder het nieuws op de voet te volgen een grote dosis politieke en economische kennis uit hun sociale omgeving overnemen ($\beta=+0,36$). De belangrijkste verklarende factor voor iemands kennis is echter het leesgedrag: hoe vaker men politiek en economisch nieuws in de krant leest, des te groter is de kennis op dit gebied ($\beta=+0,56$). Opmerkelijk mag heten dat ook hier de wet van de afnemende meeropbrengsten geldt. Mensen met een sterke politieke belangstelling pikken uit hun sociale omgeving kennelijk al zoveel politiek nieuws op, dat het lezen van een dagblad hun slechts een relatief kleine extra toename van hun politieke en economische kennis oplevert (interactie belangstelling-leestijd ($\beta=-0,26$). Extraverte praters over politiek kunnen voor hun politieke kennis ten dele parasiteren op hun introverte dagbladlezende gesprekspartners. Alle andere 'interactie-termen' blijken insignificant. Politieke belangstelling, opleiding, het lezen van een dagblad, en de negatieve interactie tussen belangstelling en leesgedrag verklaren samen de politieke en economische kennis tamelijk goed ($R^2=0,41$). In figuur 4 worden de resultaten grafisch weergegeven. Aangezien opleiding in deze regressievergelijking simpel een additieve rol speelt, wordt in de figuur uitgegaan van een gemiddeld opleidingsniveau.

De belangrijkste variabele ter verklaring van politieke en economische kennis is dus de leestijd. Hoewel de politiek geïnteresseerde praters over politiek een groot deel van hun kennis kunnen ontleenen aan hun dagbladlezende gesprekspartners, blijken de meesten van hen in de praktijk zelf trouwe lezers,

figuur 4: Regressievergelijking ter verklaring van politiek-economische kennis



aangezien de belangrijkste predictor voor het lezen van politiek nieuws de politieke belangstelling is ($\beta=+0,50$). Aan de verklaring van leesgedrag dragen verder bij een sterke neiging tot nadenken ($\beta=+0,22$) en een hoge opleiding ($\beta=+0,09$). Politieke belangstelling, de neiging tot nadenken en het opleidingsniveau bieden samen een goede verklaring voor het leesgedrag ($R^2=0,45$).

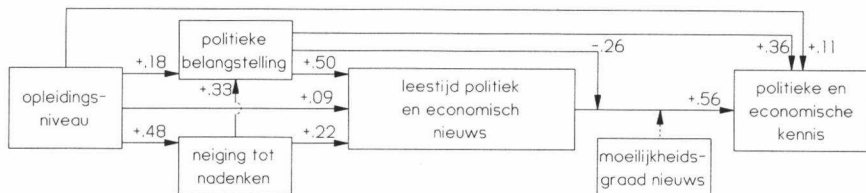
Politieke belangstelling kan voor een deel weer worden verklaard uit de neiging tot nadenken en het opleidingsniveau ($R^2=0,20$). Tenslotte hangen de neiging tot nadenken en opleidingsniveau onderling vrij sterk samen ($\beta=+0,48$).

Alle factoren uit het onderzoeksmodel en de hypothesen hebben direct te maken met informatieverwerking. Sociodemografische variabelen kunnen aan deze cognitieve verklaring nog maar weinig toevoegen. Een allerm minst uitputtende speurtocht naar aanvullende verklaringen leerde ons dat in elk geval sekse nog een aanvullende verklaring biedt. Het kan zijn dat vrouwen in onze samenleving, ook wanneer zij een gelijke opleiding, mediaconsumptie en politieke belangstelling hebben, qua politieke en economische kennis nog steeds een achterstand oplopen. Het is ook mogelijk dat onze definitie van politieke kennis de eigen aard van de politieke kennis van vrouwen veronachtzaamt. Ook iemands leeftijd blijkt statistisch van invloed op de politieke en economische kennis. De vijftigers anno 1990 hebben vergeleken met ouderen en jongeren de hoogste kennis (parabolisch verband). Het is mogelijk dat politieke kennis door de jaren heen cumuleert totdat een verzadigingspunt bereikt is; het is ook mogelijk dat wie kind was tijdens of vlak na de oorlog het meest ontvankelijk is voor politieke informatie. Door sekse en leeftijd als 'verklaringen' toe te voegen, stijgt de verklaarde variantie nog van 0,41 tot 0,49. Politieke en economische kennis kan niet worden verklaard door nog andere voor de hand liggende sociodemografische variabelen toe te voegen, te weten godsdienstige overtuiging, kerklidmaatschap, het al dan niet hebben van een baan en de politieke richting. Ook de totale televisiekijktijd geeft geen aanvullende verklaring.

In figuur 5 staat het getoetste model weergegeven. De relatie tussen moeilijkheidsgraad van het televisienieuws is gestippeld getekend, omdat deze op een andere wijze getoetst is dan de overige relaties (zie hieronder). De getallen bij de overige relaties geven gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten (β -waarden) weer. Van de oorspronkelijke hypothesen (zie figuur 1) hebben er slechts weinig de toetsing doorstaan. Opleiding en politieke belangstelling hebben een rechtstreekse invloed op politieke en economische kennis, hoewel dat in de hypothesen niet was verondersteld.

Al met al ontstaat het beeld dat het opdoen van politieke en economische kennis het gevolg is van een cluster van samenhangende factoren die gemeengoed zijn waar een hoge waarde aan informatie wordt toegekend. Een sterke neiging tot nadenken en een hoog opleidingsniveau worden daar vergezeld van een hoge politieke belangstelling en de nieuwsgierigheid om poli-

figuur 5: "Getoetst onderzoeksmodel"



tiek en economisch nieuws te lezen. Televisienieuws speelt in dit cluster geen autonome rol. Zonder zo'n achtergrond blijkt het televisienieuws niet te blijven hangen, met die achtergrond voegt het niet aantoonbaar iets toe.

Moeilijkheidsgraad van het nieuws

Met het gegeven dat noch de kijktijd naar het RTL4-nieuws noch de kijktijd naar het NOS-journaal aantoonbaar bijdraagt aan de verklaring van politieke en economische kennis, staat ook vast dat verschillen tussen de moeilijkheidsgraden van het RTL4-nieuws en het NOS-journaal niet van groot belang kunnen zijn. Omdat het hier om een van de centrale vragen van dit artikel gaat, staan we ook nog stil bij de vraag of misschien de moeilijkheid van het televisienieuws een specifieke groep van kijkers parten speelt.

Onze theorie tot dusverre zou te algemeen kunnen zijn, omdat ze geacht wordt te gelden voor alle groepen van kijkers, ongeacht of zij zowel naar de NOS als RTL4 veel kijken, of zij noch naar de NOS noch naar RTL4 veel kijken, of dat zij een duidelijke voorkeur laten blijken hetzij voor de NOS hetzij voor RTL4. Om het effect van de moeilijkheidsgraad van het televisienieuws nauwkeuriger te traceren beperken we ons tot de laatste groep van kijkers, tot de kijkers die meer dan gemiddeld naar het NOS-journaal kijken en minder dan gemiddeld naar het RTL4-nieuws (NOS-fans, $n=130$) of meer dan gemiddeld naar het RTL4-nieuws en minder dan gemiddeld naar het NOS-journaal (RTL4-fans, $n=134$). Met de hierboven ontwikkelde regressievergelijking op basis van opleiding, politieke belangstelling en het lezen van politiek nieuws kunnen we zowel de NOS-adepten als de RTL4-adepten onderverdelen in kijkers die meer en kijkers die minder dan gemiddeld gepredisponeerd zijn tot kennisverwerving. Voor deze vier subgroepen van kijkers kunnen we vervolgens de gemiddelde politiek-economische kennis berekenen. Als de moeilijkheidsgraad van het nieuws van belang is, dan zou de politieke en economische kennis van minder dan gemiddeld tot kennisverwerving gepredisponeerde kijkers naar het relatief moeilijke RTL4-nieuws lager moeten zijn dan de politieke en economische kennis van minder dan gemiddeld tot kennisverwerving gepredisponeerde kijkers naar het relatief makkelijke NOS-journaal.

Uit tabel 8 blijkt dat dit inderdaad het geval is, zij het dat de verklaarde variantie gering is ($\eta^2=0,07$). Voor kijkers met een hoge predispositie tot kennis

Tabel 8
Politiek-economische kennis van NOS- en RTL4-fans
uitgesplitst naar predispositie tot kennis verwerving

		fans NOS-journaal (relatief makkelijk)	fans RTL4-nieuws (relatief moeilijk)	verklaarde variantie
predispositie tot kennisverwerving (berekend op basis van regressie- vergelijking met opleiding, politieke belangstelling en leestijd dagblad)	lager dan gemiddeld	.51 (n=52)	.41 (n=71)	$\eta^2=.07$
	hoger dan gemiddeld	.72 (n=78)	.73 (n=63)	niet significant

nisverwerving lijkt conform onze verwachting te gelden dat kijken naar het relatief moeilijke RTL4-nieuws tot iets meer kennis leidt (0,73 vergeleken met 0,72), maar dit verschil is niet significant.

Beperkingen van de onderzoeksofzet

Hoewel onze bevinding dat televisienieuws niet of slechts weinig bijdraagt aan vergroting van de politieke en economische kennis (tabel 8) strookt met het overzichtsartikel van Robinson & Davis (1990), willen we niet nalaten op te merken dat televisienieuws effecten op de politieke en economische kennis van kijkers kan hebben die niet geregistreerd kunnen worden door een combinatie van inhoudsanalyse en panel-onderzoek in een kort tijdsbestek.

Het is mogelijk dat de specificatie van de causale volgorde in ons onderzoeksmodel (figuur 1) de initiërende rol van televisie miskent. Het is denkbaar dat kijken naar televisienieuws op de lange duur de politieke belangstelling zo vergroot dat men de krant gaat lezen.

Uiteraard is het ook mogelijk dat in ons onderzoeksmodel belangrijke variabelen ontbreken. Te denken valt aan een moeilijk meetbare variabele als 'apathie'. Als deze 'apathie' bijvoorbeeld verklaart waarom men wel televisienieuws kijkt, maar weinig kennis verwerft, dan zal ons model het potentiële leereffect van kijken naar televisienieuws voor niet-apathische kijkers onderschatten.

Onze conclusies hebben slechts betrekking op politieke en economische kennis van algemene aard. Daarnaast zijn er algemene indrukken die niet ontstaan zouden kunnen zijn zonder het nieuws van de dag, maar die niet zo gemakkelijk in termen van waar of onwaar geduid kunnen worden. Kijkers kunnen uitgaande van het televisienieuws en hun analytisch en reconstruerend vermogen de indruk krijgen dat Koerden dekens nodig hebben, dat

Gorbatsjov zo weinig licht dat hij zijn langste tijd gehad heeft, of dat zij hun vakantievlucht naar Dubrovnik moeten annuleren. Onze conclusies zouden anders geluid hebben als politieke kennis gemeten zou zijn door te vragen politici van foto's of uit bewegende videobeelden te herkennen. Het is denkbaar dat veel televisiekijkers op grond van het televisienieuws al met al een consistent wereldbeeld opbouwen, maar de waarheden die bij onze kennismeting aan de orde zijn weer vergeten. Eerder merkten we op dat volgens de theorie van Petty & Cacioppo bij perifere kijkers het vergeten van detailinformatie gepaard kan gaan met het overnemen van standpunten. Uit de onderzoeksresultaten mag niet worden afgeleid dat televisienieuws op de politieke oordeelsvorming en betrokkenheid van de kijker geen effect heeft.

Conclusies

Is door de komst van RTL4 de verscheidenheid aan Nederlands televisienieuws vergroot? Uit dit artikel moge blijken dat dit, ten dele wellicht onbedoeld, het geval is. Het nieuws van RTL4 presenteert een beeld van de wereld waarin Nederland en West-Europa minder dominant aanwezig zijn dan in het NOS-journaal. RTL4 presenteert een beeld van de economie, waarin beraadslagingen over de toekomst van de economie in de Tweede Kamer niet doorslaggevend zijn. RTL4 kiest minder dan de NOS een pro-atlantisch zwart-wit-perspectief. RTL4 beoordeelt Nederlandse politici verhoudingsgewijs minder frequent, maar milder dan de NOS.

Wordt televisienieuws behalve bekeken ook begrepen? Politieke en economische kennis doet men niet of nauwelijks op door naar televisienieuws te kijken, maar door profijt te trekken van een hoog opleidingsniveau, door belangstelling voor politiek op te brengen en door de krant te lezen. Voor kiezers met een lage predispositie tot het verwerven van politieke en economische kennis – laag opleidingsniveau, geringe politieke belangstelling, geen dagblad lezen – blijkt kijken naar het relatief moeilijke RTL4-nieuws iets minder politieke en economische kennis op te leveren dan kijken naar het iets eenvoudiger NOS-journaal. Een gevolg van de programmeringsstrategie van RTL4 is dat uitgerekend deze kijkers relatief vaak naar het RTL4-nieuws kijken. Hieruit mag men niet afleiden dat televisiebeelden voor niemand nuttig kunnen zijn om zich een meer realistische voorstelling van politieke informatie te maken. Echter, conform buitenlands onderzoek (cf. Robinson & Davis, 1990) blijken televisiebeelden zonder informatie uit andere bron ondoeltreffend om politieke en economische kennis te laten beklijven. Toch zou de komst van RTL4 gevolgen kunnen hebben voor het Nederlandse politieke landschap. De betrokkenheid bij de Nederlandse politiek zal er wellicht niet groter op worden. De meest triviale oorzaak is dat men door de komst van een extra zender gemakkelijker een televisie-avond nieuwsloos door kan komen. Ook het gegeven dat het RTL4-nieuws een weinig prominente rol aan de Nederlandse politiek toekent en het gegeven dat het rela-

tief moeilijke RTL4-nieuws met name kijkers trekt die er qua voorkennis het minst voor zijn toegerust zullen de betrokkenheid bij de Nederlandse politiek niet ten goede komen.

LITERATUUR

- Cacioppo, J.T., Petty, R.E. & Kao, C.F. (1984). Effects of need for cognition on message evaluation, recall, and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 805-818.
- Cuilenburg, J.J. van, Kleinnijenhuis, J. & Ridder, J.A. de (1988). *Tekst en Betoog: Naar computergestuurde analyse van evaluatieve teksten*. Muiderberg: Coutinho.
- Davis, D. & Robinson, J.P. (1986). News story attributes and comprehension. In: J.P. Robinson & M.R. Levy, *The main source; What people learn from television news*. Beverly Hills: Sage.
- Faasse, J.H. (1990). *Informatieverwerking en Mediaplanning*. Amsterdam: Inter/View Nederland, Marketing & Sales Information.
- Finn, S. (1985). Information-theoretic Measures of Reader Enjoyment. *Written Communication*, 2, 358-376.
- Hauwermeiren, P. van (1975). *Het leesbaarheidsonderzoek*. Groningen: Tjeenk Willink.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- Heuvelman, A. (1989). *Buiten beeld: Onderzoek naar de invloed van vormgevingsaspecten van educatieve tv-programma's op cognitieve processen bij de kijkers*. Amsterdam / Lisse: Swets & Zeitlinger.
- Heuvelman, A. (1991). Vergelijking RTL4-nieuws/NOS-journaal: Een groepsdiscussie. *Bulletin NOS Kijk- en Luisteronderzoek B91-043*.
- Iyengar, S., Peters, M.D. & Kinder, D.R. (1982). Experimental demonstration of the not so minimal consequences of television programs. *The American Political Science Review*, 76, 848-858.
- Iyengar, S. & Kinder, D.R. (1987). *News that matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jaccard, J., Turrisi, R. & Wan, C.K. (1991). Interaction Effects in Multiple Regression. *Quantitative Applications in the Social Sciences*, 72. Newbury Park / Londen / New Delhi: Sage.
- Kinder, D.R. (1981). Presidents, prosperity and public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 45, 1-21.
- Kinder, D.R., Adams, G.S. & Gronke, P.W. (1989). Economics and Politics in the 1984 American Presidential Election. *American Journal of Political Science*, 33, 491-515.
- Kleinnijenhuis, J. (1987a). Images of cold war: Effects of press opinion on public opinion in The Netherlands. *European Journal of Communication*, 2, 311-336.
- Kleinnijenhuis, J. (1987b). Measurement of World Images in The Press. In: H.J.C. Rebel & L. Wecke, *Friends, Foes, Values and Fears*, pp. 236-240. Amsterdam: Metz.
- Kleinnijenhuis, J. (1990). *Op zoek naar nieuws: Onderzoek naar journalistieke informatieverwerking en politiek*. Amsterdam: VU-uitgeverij.
- Kleinnijenhuis, J. & Spaans, T.J. (1990). 'Codeerinstrucatie aandacht nieuwsoorten televisienieuws 1990'; 'Codeerinstrucatie binnenlands politiek televisienieuws 1990'; 'Codeerinstrucatie buitenland politiek televisienieuws 1990'; 'Codeerinstrucatie visualisatie'. Op aanvraag verkrijgbaar bij de auteurs, Vrije Universiteit, vakgroep Politicologie en Bestuurskunde.
- Kleinnijenhuis, J. (1991). Newspaper Complexity and The Knowledge Gap. Te verschijnen in: *European Journal of Communication*.
- Peeters, A.L. (1991a). Eind 1990: Beoordeling NOS-journaal en RTL4-nieuws. *Bulletin NOS Kijk- en Luisteronderzoek B91-037*.
- Peeters, A.L. (1991b). Televisiekijken en plezier in het verwerken van informatie: Need for cognition in het Continu Kijkonderzoek? *Bulletin NOS Kijk- en Luisteronderzoek B91-109*.
- Peeters, A.L. (1991c). Onthouden van nieuwsitems. *Bulletin NOS Kijk- en Luisteronderzoek (in voorbereiding)*.
- Peeters, A.L. & Lohmann, E. (1991). Van drie naar vier netten: Consequenties voor het NOS-journaal. *Bulletin NOS Kijk- en Luisteronderzoek B91-038*.
- Peeters, A.L. & Vierkant, P. (1989). Nieuwe TV-analysegroepen: Indeling naar culturele en politieke affiniteit en sportbelangstelling. *Bulletin NOS Kijk- en Luisteronderzoek B89-018*.
- Peeters, D. (1991). NOS Telefoonenquête 1990-1991: Steekproefverantwoording. *Bulletin NOS Kijk- en Luisteronderzoek B91-001*.
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T. (1981). *Attitudes and Persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque: Brown CP.
- Pieters, R.G.M., Verplanken, B. & Modde, J.M. (1987). 'Neiging tot nadenken': Samenhang met berekend gedrag. *Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie*, 42, 62-70.
- Ridder, J.A. de (1984). *Persconcentratie in Nederland: Begripsvorming, bespreking en beschrijving*. Amsterdam: VU-uitgeverij.
- Robinson, J.P. & D.K. Davis (1990). Television News and the Informed Public: An Information Processing Approach. *Journal of Communication*, 40, 106-119.

Scholten, O. (1982). *Krant en Democratie*. Amsterdam: VU-uitgeverij.

Schulz, W. (1982). News Structure and People's Awareness of Political Events. *Gazette*, 30, 139-153.

Shannon, C.E. & W. Weaver (1949, 1972). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana etc.: University of Illinois Press.

ABSTRACT, The contents of NOS and RTL4 television news and the impact on viewers-political knowledge. Massacommunicatie 1991/3, P. 197-226

This article addresses two questions. The first question is whether the political diversity of Dutch spoken television news is enhanced by the news broadcasts of the commercial television station RTL4. Until 1989 the provision of Dutch spoken television news was a monopoly of the NOS, a cooperation of non-commercial broadcasting license holders. content analysis (october 1990 - january 1991) demonstrates that devotes attention to a larger variety of countries. RTL4 news is more complex than NOS news. Political evaluations of RTL4 resemble those of the NOS, the most important difference being that RTL4 takes a slightly less black-and-white pro-US-stand in world affairs than the NOS.

The second question is whether Dutch television news contributes to political knowledge. Survey research (oktober - december 1990) suggests that political knowledge is enhanced by education and an interaction of political involvement and regular reading of a newspaper, but not by watching television news of either NOS or RTL4. The fairly complex RTL4 news watched most frequently by viewers with a comparatively low predisposition to learn (less education, less political involvement, less time spent reading newspapers). Variance analysis shows that such viewers might acquire a bit more political knowledge when they would attend to less complex news programming.

GUUS BOLLEN & HENRY ROBBERN

De rol en werkwijze van vakbladredacteuren bij informatieselectie.

In dit onderzoek staan de rol en werkwijze van vakbladredacteuren bij informatieselectie centraal. Er wordt specifiek gekeken naar de houding ten aanzien van het geven van gratis publiciteit en het gebruik van informatie uit onderzoeksrapporten. Er zijn vijftien diepte-interviews met vakbladredacteuren geanalyseerd. Deze praktijkstudie wordt onderbouwd door een literatuurstudie over gatekeeping; gatekeeping is het aspect van de communicatiewetenschap dat zich richt op informatieselectie. De resultaten duiden op een participerende rol van vakbladredacteuren ten aanzien van hun vakgebied en tevens op een neutrale rol ten aanzien van hun relaties met participanten in het vakgebied. Het lijkt waarschijnlijk dat vakbladredacteuren sterk op hun werkgevers georiënteerd zijn. Verder wijzen de resultaten er op dat vakbladredacteuren slechts in een beperkte mate onafhankelijk van hun bronnen zijn; de conclusie lijkt gerechtvaardigd dat vakbladredacteuren tevens een brongerichte oriëntatie hebben en zich in een samenwerkings- of assimilatielatie met hun bronnen bevinden. De resultaten duiden tevens op een indirecte oriëntatie van vakbladredacteuren op hun lezerspubliek. De vakbladredacteur is enerzijds gericht op zijn werkomgeving, maar streeft er anderzijds ook naar om zijn mening te delen met lezers en bronnen binnen zijn vakgebied. De werkwijze is grotendeels routine- en planmatig. De taakverdeling op een redactie lijkt de belangrijkste factor bij de werkwijze te zijn; deze taakverdeling wordt bepaald door de samenwerkingsrelatie en het specialisme van de redacteuren. Degene met de meeste kennis over een bepaald onderwerp zal beslissen over de informatiekeuze. Zo kan gesteld worden dat de definitieve beslissingen over de informatiekeuze door de aanwezige specialisten en de hoofdredacteur genomen zullen worden. Vakbladredacteuren hebben een kritische houding ten aanzien van het verlenen van gratis publiciteit en zijn zeer selectief in het gebruik van onderzoeksrapporten.

In het externe communicatiebeleid van non-profit organisaties nemen perscontacten een belangrijke plaats in. Dit omdat deze organisaties voor communicatie met externe publieksgroepen grotendeels afhankelijk zijn van de mate waarin zij toegang krijgen tot de redactionele ruimten in de diverse media. Door het verschaffen van inzicht in de wijze waarop en wanneer toegang verkregen kan worden tot die redactionele ruimten kan een bijdrage geleverd worden aan een belangrijk streven in de public relations, namelijk het bevorderen van wederzijds begrip in de relatie van een organisatie en haar publieksgroepen. Om dit inzicht te concretiseren zijn we achter de schermen van de vakbladjournalistiek gaan kijken en hebben vijftien vakbladjournalisten gesproken over hun beroep. Het betrof elf hoofdredacteuren, twee eindredacteuren, één eind-/hoofdredacteur en één redacteur. Ons onderzoek richt zich op de rol en werkwijze van vakbladjournalisten bij informatieselectie. Met de bestudering van deze rol en werkwijze hopen we een beeld te krijgen van de gedragspatronen van vakbladredacteuren bij de selectie van informatie. Daartoe hebben we de *persoonlijke strategie gatekeeping (psg)* gedefinieerd als de werkwijze die vakbladredacteuren hanteren bij de informatieselectie. Er is gekozen voor vakbladjournalisten vanuit de gedachte dat vakbladen een belangrijk medium vormen bij de disseminatie van onder-

zoeksrapporten door onderzoeksinstituten. Bij de probleemdefiniëring vormde de situatie van een non-profit onderzoeksinstituut dat een doeltreffender publiciteitsbeleid voor ogen had, het uitgangspunt.

Dit praktijkonderzoek werd gevoed door een literatuurstudie over het zogeheten *gatekeeping*; gatekeeping is het aspect van de communicatiewetenschap dat zich richt op de informatie-selecterende functie van journalisten en andere communicatoren binnen een media-organisatie. In het onderzoek werd speciale aandacht geschonken aan de houding die vakbladjournalisten ten aanzien van het verlenen van gratis publiciteit hebben en de waarde die vakbladjournalisten aan informatie uit onderzoeksrapporten hechten.

Methode

Er is naast een literatuurstudie een kwalitatief onderzoek uitgevoerd bij 15 vakbladredacteuren; hierbij is gebruik gemaakt van diepte-interviews. Er zijn drie onderzoeksgroepen onderscheiden. Uit elke groep zijn 5 respondenten geselecteerd. Het onderscheid in de groepen is gebaseerd op de aandachtsgebieden van onderzoeksinstituten op het gebied van recreatie en toerisme. De eerste groep bestaat uit vakbladen die al interesse tonen in de onderwerpen van deze onderzoeksinstituten. De tweede groep bestaat uit vakbladen die tot nu toe (nog) geen interesse toonden in onderwerpen van genoemde onderzoeksinstituten, maar die wel voor deze organisaties interessant kunnen zijn. De derde groep bestaat uit vakbladen waarin andere onderwerpen aan bod komen dan in de voorgaande groepen.

In de gebruikte vragenlijst zijn 40 vragen opgenomen, waarvan 21 open vragen en negentien meerkeuze-vragen. Voor deze laatste verzameling vragen is gebruik gemaakt van een "semantic differential scale format" met zeven keuzemogelijkheden (Luck & Rubin, 1987). De kwalitatieve gegevens die uit het veldwerk zijn voortgekomen zijn per vraag, per respondent en indien relevant, groepsgewijs vergeleken. Na vergelijking van alle antwoorden, werden per vraag antwoordcategorieën geformuleerd en gecodeerd. Vervolgens werden de antwoorden per respondent gecodeerd. Op basis van deze verzameling coderingscijfers is de analyse uitgevoerd.

Gatekeeping

Het communicatieproces dient als kader bij de studie over informatieselectie en -verwerking. Het massacommunicatiemodel van Westley en Maclean (1957) vormt een goed theoretisch uitgangspunt. Dit model illustreert een aantal onderscheidende kenmerken (waaronder informatieselectie) van en de relaties tussen de elementen in het massacommunicatieproces. De belangrijkste elementen zijn de originele zenders of informatiebronnen, de massacom-

municatoren, en het publiek. Op basis van dit model worden drie soorten relaties onderscheiden, waarmee een journalist geconfronteerd kan worden:

1. De *interne relatie*, dit is de relatie binnen de media-organisatie;
2. De relatie van journalisten met *informatiebronnen*; en
3. De relatie van journalisten met het *publiek*.

Dit onderscheid vormde de structuur bij het onderzoek naar de rol en werkwijze van vakbladredacteuren bij informatieselectie.

Aanvankelijk werd het beslissingsproces over de informatiekeuze beschouwd als een individuele, onafhankelijke handeling, waarvoor psychologische factoren de verklaring gaven. White heeft in 1950 het concept van de gatekeeper in de communicatiewetenschap geïntroduceerd; zijn onderzoek vormde de basis voor verder onderzoek naar het selectieproces van informatie. Later werd het gatekeeping-onderzoek in een breder perspectief geplaatst omdat men tot het inzicht kwam dat de gatekeeper geen geïsoleerd individu is, maar lid van een media-organisatie waarbinnen zijn gedrag tot uiting komt (Gieber, 1964; Tuchman, 1972, 1977, 1978; Donohue, Tichenor & Olien, 1972; Hirsch, 1977; Gans, 1980). Het beslissingsproces wordt dan als een sociale handeling beschouwd, waarbij de rol van de gatekeeper bepaald wordt door zijn taak en plaats binnen de media-organisatie; de beslissingsvrijheid over de informatiekeuze wordt beperkt door de specifieke karakteristieken van de media-organisatie, waarvoor de gatekeeper werkzaam is. Persoonlijke waarde-oordelen hebben minder invloed op de informatiekeuze dan aanvankelijk werd verondersteld.

Het informatieselectieproces kan verdeeld worden in *nieuwsgaring* en *nieuwsbewerking*. Deze verdeling geeft tevens de tweedeling aan van journalisten met een *brongerichte* versus een *publieksgerichte* oriëntatie: Enerzijds bestaat de bepaling van de beschikbaarheid van informatie waardoor journalisten aan hun bronnen gerelateerd worden; anderzijds bestaat de bepaling van de geschiktheid van informatie waardoor journalisten aan hun publiek gerelateerd worden.

Voor de beheersbaarheid en doelmatigheid van het selectie- en productieproces van informatie is een routinematige werkwijze noodzakelijk. Alle selectiecriteria zijn dienstbaar aan deze werkwijze, die daarom richtinggevend is voor de informatiekeuze. Planning is noodzakelijk, voor zover mogelijk zal een redactie een planning maken door te anticiperen op toekomstige gebeurtenissen en het vooraf verzamelen van informatie. Mediagebeurtenissen zijn hierbij belangrijk vanwege het gegarandeerde aanbod van informatie.

Rolopvattingen en relatievormen

Uit de literatuur komt een aantal rolopvattingen naar voren. Zo worden de

neutrale/gatekeeper rol en participerende/advocate rol onderscheiden (Johnstone, Slawski & Bowman, 1976; Janowitz, 1975). De neutrale journalist stelt zich op als een onafhankelijke informant, de participerende journalist als pleitbezorger, criticus en interpreteerder. McQuail (1983, 1984) geeft een algemeen beeld van de rolopvattingen van massacommunicatoren:

1. De communicator richt zich primair op zijn *publiek*;
2. De communicator richt zich primair op de uitoefening van zijn *beroep*; en
3. De communicator acht het zijn primaire plicht om de belangen van zijn *werkgever* te behartigen.

Naast deze rolopvattingen worden er drie relatievormen tussen journalisten en bronnen onderscheiden: Een *formele* relatie waarbij complete onafhankelijkheid bestaat; *samenwerking*, waarbij gemeenschappelijke doelstellingen bestaan; *assimilatie*, waarbij er sprake is van een symbiotische relatie en de journalist een eenheid met zijn bronnen vormt (Gieber & Johnson, 1961). In de relatie tussen journalisten en bronnen zal een van deze drie relatievormen overheersen. Welke relatie zal domineren is afhankelijk van factoren als het onderwerp waar een journalist aan werkt, de benodigde specifieke kennis over een onderwerp en bijvoorbeeld de mate waarin de journalist specialist of generalist is.

De omvang van de gemeenschap waarin een journalist werkzaam is heeft ook invloed op zijn rolgedrag en relatie met bronnen. In de relatie met bronnen is het onderscheid van journalisten in specialisten en generalisten belangrijk: Specialisten houden er een brongerichte oriëntatie (samenwerking, assimilatie) op na en generalisten een publieksgerichte oriëntatie (formele relatie).

De onderlinge relatie van journalisten en bronnen is grotendeels afhankelijk van de mate waarin de bron zich realiseert onder welke omstandigheden een journalist moet werken en wat de achtergrond van de journalist is. Een bron kan een effectieve weergave van zijn informatie verhogen door deze in een vorm aan te bieden waarmee een journalist vertrouwd is.

Ook ten aanzien van lezers worden drie relatievormen onderscheiden (McQuail & Windahl, 1981): De journalist kan zijn publiek als *doelgroep* ("dominance" model), *referentiegroep* ("autism" model), of als *participanten* ("balance/exchange" model) beschouwen. Als een journalist een communicator van het type "dominance" is wil hij volledige controle over de relatie met zijn publiek hebben en tracht hij een zo hoog mogelijk bereik en een zo groot mogelijke invloed in zijn doelgroep te verwezenlijken; hij heeft een puur zakelijke houding ten aanzien van zijn publiek. Een journalist van het type "autism" is vooral gericht op de omstandigheden binnen de media-organisatie; hij zal meer waarde hechten aan factoren die binnen de media-organisatie

tie ontstaan en relevant zijn (bv. waardering door collega's en superieuren), dan aan factoren die gerelateerd zijn aan satisfactie of respons van het publiek. Hij zal een beperkt contact met zijn publiek voldoende vinden en geen behoefte hebben aan een ware representatie van zijn publiek; deze journalist zal dan ook zelf een imago over zijn publiek vormen. Een journalist van het type "balance/exchange" zal er naar streven om, via massamedia, zijn persoonlijke visie te delen met zijn publiek. Hij veronderstelt daarbij een gelijkwaardig kennisniveau bij zijn publiek en toont de bereidheid om te reageren op wensen en reacties van het publiek, alsof er sprake zou zijn van interpersoonlijke communicatie.

Journalisten hebben moeite met het vestigen van een relatie met hun anonieme en verwijderde publiek. In deze relatie is het wederzijds *imago* van belang. Een journalist heeft tijdens de creatie van zijn boodschap een beeld van zijn publiek in gedachten; vanwege de grote afstand met zijn publiek is dit geen realistisch en bevredigend beeld. Daarom vormen journalisten een beeld van hun publiek door zichzelf als representanten te beschouwen of door de oriëntatie op (imaginaire) referentiegroepen.

Resultaten

In ons onderzoek over vakbladredacteuren werd een persoonlijke strategie gatekeeping (psg) gedefinieerd als de werkwijze die vakbladredacteuren hanteren bij de selectie van informatie. Op basis van de beschikbare resultaten zijn geen verschillende psg's aan te duiden tussen de drie onderzoeksgroepen. Uit de vergelijkingen van de antwoorden kwamen geen aanwijsbare verschillen voort. Het is wel mogelijk om een algemene psg, een algemeen profiel van vakbladredacteuren te formuleren.

De rol van vakbladredacteuren

In het bovenstaande zijn enige algemene roloppvattingen gegeven zoals die in de literatuur voorkomen. Het profiel van de vakbladredacteur wordt beschreven aan de hand van deze roldefinities. De beschrijving vindt plaats met inachtneming van de relaties van vakbladredacteuren met werkgever, bronnen en publiek.

In zijn algemeenheid beschouwen vakbladredacteuren journalistieke en management-vaardigheden, een brede interesse voor en deskundigheid op het vakgebied, een brede maatschappelijke oriëntatie en een vooruitziende blik (uitkijkinstituut) als de belangrijkste persoonlijke kenmerken. Welke rol uit deze persoonlijke kenmerken voortkomt wordt hieronder beschreven.

Vakbladredacteuren oefenen een participerende (= "advocate") rol uit ten aanzien van hun *vakgebied* en een *neutrale* (= "gatekeeper") rol ten aanzien

van hun relaties met participanten in het vakgebied. Enerzijds oefenen zij een participerende rol uit omdat zij zichzelf ten aanzien van de kennisoverdracht in het vakgebied als pleitbezorgers, voortrekkers, critici en interpreteerders beschouwen; zij plaatsen informatie in een context, bevorderen discussie en hun visie is bepalend voor de waarde en inhoud van de informatie. Anderzijds kunnen zij niet geheel in een participerende rol optreden, omdat zij zich in een relatief kleine gemeenschap bevinden; uit de theorie blijkt dat journalisten in zo'n geval een consensus-benadering nastreven, dat wil zeggen dat de lezers van vakbladen tevens bronnen zijn voor de vakbladjournalist, de vakbladredacteur is nauw verbonden met de overige participanten in de vakwereld en moet continu belangen afwegen. Het voorgaande vormt een reden, waarom vakbladredacteurs hun onafhankelijkheid sterk benadrukken ten aanzien van de relaties met lezers en bronnen. Daarom treedt de vakbladredacteur ook in de *neutrale* rol op: Hij streeft er naar om als onafhankelijke informant informatie kenbaar te maken, die hij nodig acht in het belang van het vakgebied, waarbij hij uitgaat van een mondig publiek.

Nu we op de hoogte zijn van het algemene profiel van vakbladredacteurs kunnen we de verschillende relaties waar een vakbladredacteur zich op oriënteert nader bespreken.

Binnen de media-organisatie is de *oriëntatie op werkgever en beroep* relevant. Vakbladredacteurs beschouwen zichzelf als werknemers vanwege het arbeidscontract, maar benadrukken hun onafhankelijke opstelling ten opzichte van de werkgever. Omdat de redactionele formule een belangrijk instrument is in de relatie met de werkgever en vakbladredacteurs veel waarde hechten aan deze formule, lijkt het waarschijnlijk dat zij in hoge mate op de werkgever georiënteerd zijn. Dit wordt ondersteund door het feit, dat de redactionele formule hét selectie criterium is en het uitgangspunt bij, wat zij als een van de belangrijkste taken beschouwen, het leidinggeven aan de redactie. Zij behartigen de belangen van de werkgever, in de zin dat zij rekening houden met het algemeen belang van de organisatie.

Verder beschouwen vakbladredacteurs zichzelf als journalistieke professionals met een grondige vakkennis. Zij stellen hoge eisen aan zichzelf en nemen professionaliteit als uitgangspunt; zij menen dat professionaliteit bepaald wordt door de geleverde prestaties en de waardering daarvoor door collega's (en lezers).

Een vakbladredacteur kan beschouwd worden als gatekeeper in een communicatieproces. De *oriëntatie op bronnen* vormt een belangrijk kenmerk van de rol en werkwijze van een vakbladredacteur. Vakbladredacteurs zijn om diverse redenen slechts in een beperkte mate onafhankelijk van hun bronnen. Vakbladredacteurs bepalen zelf de geschiktheid, maar zijn afhankelijk van de beschikbaarheid van bronnen. De afhankelijkheid wordt vergroot, omdat

zij zich in een kleine gemeenschap bevinden, waar bronnen tevens lezers zijn. Ook werken vakbladredacteuren samen met bronnen; beide partijen zijn hierbij gebaat omdat de bron inzicht kan verschaffen in zijn specifieke kennis en de journalist voor de juiste vertaalslag naar de lezers kan zorgen. Samenwerking met belangrijke bronnen is tevens een goede manier om pressie te vermijden. Verder vinden vakbladredacteuren dat zij geen eenheid vormen met bronnen. Zij benadrukken hierbij het streven naar onafhankelijkheid maar zij hebben niet gezegd dat zij absoluut onafhankelijk zijn. Uit de literatuurstudie blijkt tenslotte, dat specialisten een brongerichte oriëntatie aanhangen, waarbij verondersteld kan worden dat deze gepaard gaat met een samenwerkings- of assimilatielatie.

Omdat vakbladredacteuren zichzelf als specialisten beschouwen, een persoonlijke relatie met bronnen erg belangrijk vinden en de eigen informatievergarig, die grotendeels uit het onderhouden van een netwerk van persoonlijke contacten bestaat, als basisprincipe hanteren, lijkt de conclusie gerechtvaardigd dat vakbladredacteuren een brongerichte oriëntatie hebben en zich in een samenwerkings- of assimilatielatie met hun bronnen bevinden. Het onderscheid in samenwerking of assimilatie wordt aangegeven door een nader onderscheid van vakbladredacteuren in generalisten met een algemene kennis van een vakgebied en in specialisten die een bepaald aspect van een vakgebied beheersen. Voor de externe specialisten (freelancers en externe auteurs) ligt een assimilatielatie voor de hand, voor de interne specialisten (vakredacteuren) lijkt een intensieve samenwerking en voor de generalisten incidentele samenwerking het meest waarschijnlijk. Eén nuancering is hierbij wel op zijn plaats: Vanwege het feit dat bronnen tevens lezers (kleine gemeenschap) en vakbladredacteuren naast informatievervaarders ook informatiebewerkers zijn (kleine redactie), zal naast de brongerichte oriëntatie ook een oriëntatie op lezers bestaan.

De *oriëntatie* van vakbladredacteuren *op lezers* wordt door een aantal gegevens duidelijk gemaakt. Zo beschouwen vakbladredacteuren de lezers als doelgroep, ze nemen een zakelijke houding aan, maar hanteren geen commercieel uitgangspunt. Ze willen een voorttrekkersrol vervullen door lezers attent te maken op ontwikkelingen in het vakgebied. Ook beschouwen zij de lezers als referentiegroep, als een groep gelijkgerichte personen waarop ze zich oriënteren. Echter, vakbladredacteuren hebben geen duidelijk beeld van de relatie met en het profiel van de lezers; daarom simuleren ze deze relatie door zichzelf als representanten van de lezers te beschouwen. Vakbladredacteuren beschouwen zichzelf als informatieverspreiders, ze hebben een duidelijke behoefte om informatie en kennis over te dragen aan hun lezers en noemen communicatie met lezers als één van hun belangrijkste taken. Zij beschouwen de lezers gedeeltelijk als gelijkwaardige participanten, waarmee van gedachten gewisseld kan worden; zij gaan uit van de professionaliteit van

de lezer en streven een interactie na met bronnen én lezers, ter bevordering van de onderlinge discussie en beeldvorming van de redactie.

Evenals in de relatie met bronnen en werkgever benadrukken vakbladredacteuren hun streven naar onafhankelijkheid; lezers mogen geen inspraak hebben in de redactionele activiteiten. De redacteuren oordelen zelf over de informatiebehoefte van en de relevantie van informatie voor de lezers, ondanks het feit dat ze geen duidelijk beeld van de lezers hebben. Lezers hebben daarom geen directe invloed op de informatiekeuze, maar wel indirect vanwege de aandacht voor lezers bij de informatiekeuze en de bijdrage aan de beeldvorming van de redactie.

Het bovenstaande leidt tot de conclusie dat de vakbladredacteur ten aanzien van lezers geen communicator van het type "dominance" zal zijn (geen commercieel uitgangspunt), behalve dan in een zwakke vorm, namelijk in zijn voortrekkersrol. Vanwege de oriëntatie op de werkgever (redactionele formule), de uitoefening van zijn beroep (professionaliteit), de bronnen, de lezers als referentiegroep en het gegeven dat de vakbladredacteuren zelf oordelen over de relevantie van informatie voor lezers, zijn zij te beschouwen als communicatoren van het type "autism". Vanwege de rol als informatieverspreiders, het belang dat gehecht wordt aan communicatie met lezers, de oriëntatie op lezers als gelijkwaardige participanten en het interactie-streven, zijn zij tevens te beschouwen als communicatoren van het type "balance/exchange". De vakbladredacteur kenmerkt zich daarom door een combinatie van het type communicator "autism" en "balance/exchange" te zijn. Met andere woorden, enerzijds is de vakbladredacteur gericht op zijn werkomgeving, maar anderzijds streeft hij er ook naar om zijn mening te delen met de lezers en bronnen binnen zijn vakgebied.

Met het profiel van de vakbladredacteur voor ogen wordt nu de werkwijze van vakbladredacteuren beschreven. Er wordt ingegaan op de factoren die de selectie van informatie op een vakbladredactie gestalte geven. In het onderzoek is speciale aandacht geschonken aan de attitude van vakbladredacteuren ten opzichte van verlening van gratis publiciteit en de waarde die gehecht wordt aan informatie uit onderzoeksrapporten; dit omdat er bij de probleemdefiniëring uit is gegaan van de situatie van een non-profit onderzoeksinstituut in relatie met de media. De resultaten van deze aandachtspunten komen ook bij de onderstaande bespreking aan bod.

De werkwijze van vakbladredacteuren

Vakbladredacties hanteren een vaste werkwijze bij de informatieselectie, waar routines en planning een belangrijk onderdeel van zijn. Uit het praktijkonderzoek kwamen twee vormen naar voren: De horizontale wisselwerking en de verticale fasering. Kenmerkend voor de eerste werkwijze is de

duidelijke frequente wisselwerking tussen de verschillende beoordelingsfasen in het selectieproces en het onderling overleg. Kenmerkend voor de tweede werkwijze zijn de duidelijk afgebakende beoordelingsfasen in het selectieproces, het beperkte aantal beslissers en afwezigheid van overleg over de selectiebeslissingen.

De taakverdeling is de belangrijkste factor bij de werkwijze en wordt bepaald door de samenwerkingsrelatie (hiërarchie) en het specialisme; het specialisme duidt beslissers en het verloop van het selectieproces aan. Daarnaast zijn de omvang van de redactie en de verschijningsfrequentie van het vakblad ook van invloed. Meestal is er sprake van een democratische samenwerking, daarnaast komt er ook een autocratische relatie voor. In het eerste geval geschiedt de informatiekeuze in onderling overleg, in het tweede geval kiest de hoofdredacteur persoonlijk alle informatie. Het onderscheid in samenwerkingsrelaties is niet altijd gelijk aan het onderscheid in bovengenoemde werkwijzen omdat de samenwerkingsrelatie vooral afhankelijk zal zijn van de persoonlijkheid van de hoofdredacteur en de werkwijze vooral van het specialisme. Zo komt de verticale fasering in het onderzoek zowel bij een democratische en autocratische relatie voor; de horizontale wisselwerking komt in het onderzoek overeen met een democratische samenwerking. Aangezien de hoofdredacteur grotendeels de organisatie van een redactie bepaalt en waarschijnlijk de samenwerkingsrelatie weergegeven wordt in de organisatiestructuur van de redactie, zou hieruit enige informatie over de persoonlijkheid van de hoofdredacteur afgeleid kunnen worden. Een verticale structuur zou dan overeenkomen met een autocratische hoofdredacteur, een horizontale of blokvormige structuur zou op een minder autoritaire persoonlijkheid kunnen duiden.

Het specialisme van een redacteur is van invloed op de samenwerkingsrelatie binnen een redactie, omdat in feite degene met de meeste kennis over een bepaald onderwerp beslist over de informatiekeuze. Een autocratisch hoofdredacteur zal zichzelf altijd als autoriteit beschouwen, in een democratische situatie zal het van het onderwerp afhangen welke persoon als autoriteit beschouwd wordt.

Zodoende kan geconcludeerd worden, dat de definitieve beslissingen over de informatiekeuze door de specialisten en de hoofdredacteur genomen worden, omdat deze laatste persoon de eindverantwoordelijkheid heeft. Hierbij moet worden opgemerkt dat freelance journalisten veel vrijheid hebben bij de informatiekeuze en externe auteurs meestal een onderwerp aangereikt krijgen waaraan zij een eigen invulling kunnen geven.

De redactionele formule is het belangrijkste en overkoepelende selectie criterium, alle andere criteria worden hiervan afgeleid. De criteria richten zich op

lezers, bronnen en onderwerpen. Vakbladredacteurs vinden dat zij voldoende of veel vrijheid bezitten bij de uitoefening van hun beroep. Persoonlijke criteria (vooroordelen en eigen interesses) kunnen de informatiekeuze beïnvloeden, echter alleen binnen het kader van de redactionele formule en nadat verantwoording is afgelegd aan collega's en superieuren. Zo lijkt de conclusie gerechtvaardigd dat vakbladredacteurs zich moeten conformeren aan de organisationele beperkingen.

De betekenis van rol en werkwijze van vakbladredacteurs voor het verkrijgen van gratis publiciteit, dat wil zeggen toegang krijgen tot de redactionele ruimte in een vakblad, wordt hieronder aangegeven.

Gratis publiciteit

Vakbladredacteurs hebben een *kritische* houding ten aanzien van gratis publiciteit vanwege de redactionele onafhankelijkheid. De beoordeling van informatie geschiedt op basis van journalistieke criteria en is in principe onafhankelijk van het doel waarvoor informatie aangeboden wordt. Toenaderingen door bronnen worden niet bezwaarlijk gevonden, omdat het altijd een waardevolle tip kan opleveren; echter, een overdreven aandacht tast de geloofwaardigheid van de bron aan. In het algemeen verleent een vakbladredactie alleen toegang tot de redactionele ruimte als dit dienstbaar is aan de belangen van het vakblad.

Voor onderzoeksinstituten is het relevant inzicht te hebben in de betekenis die vakbladredacteurs aan onderzoeksrapporten hechten. Met het oordeel en de wensen van vakbladredacteurs in gedachten kan een onderzoeksinstituut beter inspelen op de eisen die deze journalisten stellen aan te publiceren informatie. Welke mening vakbladredacteurs hebben over het gebruik van onderzoeksrapporten wordt hieronder weergegeven.

Onderzoeksrapporten

Vakbladredacteurs zijn zeer selectief in het gebruik van onderzoeksrapporten. Ze tonen alleen interesse in rapporten die direct betrekking hebben op de kernonderwerpen van het vakblad. Dit betekent dat onderzoeksrapporten door vakbladredacties gebruikt worden als ze aansluiten bij de kernonderwerpen van het betreffende blad, af en toe gebruikt worden als de rapporten een aanverwant vakgebied bestrijken of gebruikt worden als ze aansluiten bij een thema of rubriek.

Onderzoeksrapporten worden, evenals alle andere informatie, getoetst aan de algemene criteria. Er bestaat geen algemeen oordeel over informatie uit onderzoeksrapporten ten opzichte van andere informatiebronnen. Ook werd er geen algemene relatie aangegeven tussen nieuwswaarde, respectievelijk objectiviteit en informatie uit onderzoeksrapporten. De vakbladredacteurs hebben wel enige kenmerken genoemd waar een goed onderzoeksrapport

naar hun mening aan moet voldoen: Duidelijkheid, actueel en origineel onderwerp, betrouwbare en deskundige bron, verantwoorde (wetenschappelijke) methoden, aansluiting met de filosofie van de redactie en een interdisciplinair karakter.

Waartoe de informatie over de rol en werkwijze van vakbladredacteurs kan dienen wordt in de aanbevelingen weergegeven.

Aanbevelingen

Deze aanbevelingen dienen als handvat voor de bevordering van de relatie tussen onderzoeker en journalist. Centraal staat het bevorderen van wederzijds begrip. In deze relatie onderscheiden wij een push-strategie of een pull-strategie voor de bron. Het gezichtspunt van de journalist vormt het uitgangspunt voor de pull strategie. Er moet worden nagedacht wat de eigen organisatie en informatie voor de journalist kunnen betekenen; daarbij dient het vertrouwen van de journalist gewonnen te worden. Er moeten pogingen in het werk gesteld worden om de interesse van de vakbladjournalist te wekken en het informatieaanbod op zijn wensen af te stemmen. De relatie bij een pull-strategie zal persoonlijk zijn en zijn garantie vinden in het onderlinge vertrouwen. Het pull-effect zal dan bestaan uit het gegeven dat een journalist zelf naar de bron zal gaan vragen. Het informatie-aanbod vormt het uitgangspunt bij de push-strategie. De informatie die de bron in de publiciteit wenst te krijgen wordt aan de vakbladredacties aangeboden. Hierbij probeert de bron ook een afstemming te vinden op de wensen van de journalist. De bron zal in dit geval echter een oppervlakkige relatie met de journalist hebben; daardoor zal een effectieve afstemming van de informatie op de wensen van de journalist waarschijnlijk moeilijker zijn. De relatie bij een push-strategie zal onpersoonlijk zijn en het informatie-aanbod vooral schriftelijk. Het push-effect zal bestaan uit de mate waarin aangeboden informatie geplaatst wordt door een redactie. De pull-strategie verdient de voorkeur maar vergt meer persoonlijke inspanning dan de push-strategie.

Hieronder volgen de aanbevelingen die op basis van de onderzoeksresultaten geformuleerd zijn:

Gerichte aandacht is beter dan veel aandacht; het *lezersbereik* van een blad is een beter criterium voor een bron dan de *oplage*, het gaat er immers om dat de relevante beslissers bereikt worden. In de colofon van een vakblad staat trouwens al veel informatie over de organisatiestructuur, medewerkers en werkwijze. Benader niet per definitie de hoofd- of eindredacteur, beter is het om de specialist op het onderwerp te benaderen, die ook een freelance journalist mag zijn. Een persoonlijke benadering is het effectiefst, journalisten hebben graag informatie van de oorspronkelijke bron. Overdrijf echter niet.

Besef ook goed onder welke beperkingen een journalist moet werken, deze factoren hebben grote invloed op de informatiekeuze; kruip in de huid van de journalist en bedenk welke criteria men zelf zou hanteren: Zoek dus uit welke criteria de journalist hanteert. Besef ook goed wat de achtergrond en het kennisniveau van de journalist is: Bedenk dat

de vakbladjournalistiek een tweezijdige invalshoek heeft. Vakbladjournalisten zijn bereid tot samenwerking vanwege de behoefte aan specifieke kennis; voorwaarde is onderling vertrouwen. Wees coöperatief, geef inzicht in de specifieke kennis en de relevantie voor de lezers van het vakblad. Wees eerlijk, accuraat en heb aandacht voor het wederzijds belang. Vakbladjournalisten zijn deskundigen, respecteer ze daarvoor.

Vakbladjournalisten streven interactie met bronnen en lezers na; de bron kan een bijdrage leveren aan de onderlinge discussie en beeldvorming van een redactie. Houdt er rekening mee dat journalisten vaak contacten prefereren van de eigen sociale status en het eigen milieu. Besef voor welke lezersgroep een redactie werkt, stem het informatieaanbod af op relevantie en toegankelijkheid voor de lezers. Journalisten hebben altijd behoefte aan geschikte informatie; plan je activiteiten zodanig dat hier op ingespeeld kan worden. Journalisten houden rekening met mediagebeurtenissen, als bron kun je zo een actualiteitshandvat creëren. Besef dat journalisten grotendeels routine- en planmatig werken. Bied informatie aan in een vorm waarmee de journalist vertrouwd is, wees duidelijk, geef geen overbodige informatie, benadruk hoofdpunten en zoek uit welk aspect benadrukt gaat worden. Zorg voor een gerichte mailing en afstemming op de selectiecriteria voor persberichten; wees ter zake en geef de exclusiviteit van de informatie aan. Bedenk daarbij dat informatie over de post meestal slechts als tip fungeert. Persberichten over onderzoeken moeten een korte samenvatting en vooral conclusies en implicaties voor lezers bevatten. Geef actualiteit en doelgroep duidelijk aan. Let bij het aanbieden van onderzoeksresultaten op de verschijningsfrequentie van het betreffende vakblad. Rapporten over een algemeen onderwerp zijn geschikter voor dagbladen, rapporten over een specifiek onderwerp zijn meer geschikt voor vakbladen. Kies een multimediale aanpak. Gebruik geen jargon en benadruk de beperkingen van het onderzoek en raakvlakken met andere onderwerpen, om vertekening van feiten te vermijden. Let goed op de specifieke invalshoek en de kernonderwerpen van het vakblad.

In een praktijksituatie is het onmogelijk om altijd met alle aanbevelingen rekening te houden. Er zullen altijd beperkingen bestaan zoals beschikbare tijd en middelen. De uitvoering van het publiciteitsbeleid zal altijd een optimaliseringsproces zijn: Zoeken naar de optimale situatie, gegeven de omstandigheden. De situatie zal aangeven welke activiteiten de prioriteit verdienen.

LITERATUUR

- Donohue, G.A., P.J. Tichenor en C.N. Olien (1972), 'Gatekeeping: Mass Media Systems and Information Control'. In: Kline, F.G. en P. Clarke (Eds.), *Current Perspectives in Mass Communication Research*. Beverly Hills: Sage Publications, blz. 41-69.
- Gans, H.J. (1980), *Deciding What's News*. London: Constable.
- Gieber, W. (1964), 'News Is What Newspapermen Make It'. In: Dexter, L.A. en D.M. White (Eds.), *People, Society and Mass Communications*. New York: The Free Press, blz. 173-182.
- Gieber, W. en Johnson in: McQuail, D., en S. Windahl (1981), *Communication Models for the Study of Mass Communication*. New York: Longman.
- Hirsch, P.M. (1977), 'Occupational, Organizational and Institutional Models in Mass Media Research: Toward an Integrated Framework'. In: Hirsch, P.M., P.V. Miller en F.G. Kline (Eds.), *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills: Sage Publications, blz. 13-42.
- Janowitz, M. (1975), 'Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate'. *Journalism Quarterly* 52, blz. 618-626, 662.
- Johnstone, J.W.C., E.J. Slawski en W.W. Bowman (1976), *The News People; a Sociological Portrait of American Journalists and their Work*. Urbana etc: University of Illinois Press.
- Luck, D.J. en R.S. Rubin, *Marketing Research*, 7th edition, Englewood Cliffs: Prentice Hall International inc., (1987).
- McQuail, D. (1983), *Mass Communication Theory; an Introduction*. 2nd edition, London: Sage Publications.

- McQuail, D. (1984), *Communication; Aspects of Modern Sociology*. 2nd edition, London etc.: Longman.
- McQuail, D. en S. Windahl (1981), *Communication Models for the Study of Mass Communication*. New York: Longman.
- Tuchman, G. (1972), 'Objectivity as Strategic Ritual; An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity'. *American Journal of Sociology*, volume 77, nr. 4, blz. 660-679.
- Tuchman, G. (1977), 'The Exception Proves The Rule; The Study of Routine News Practices'. In: Hirsch, P.M., P.V. Miller en F.G. Kline (Eds.), *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills: Sage Publications, blz. 43-62.
- Tuchman, G. (1978), *Making News*. New York etc.: The Free Press.
- Westley, B.H. en M.S. Maclean (1957), 'A Conceptual Model for Communication Research'. *Journalism Quarterly* 34, blz. 31-38.
- White, D.M. (1964), 'The Gatekeeper: A Case Study in the Selection of News'. In: Dexter, L.A. en D.M. White (Eds.), *People, Society and Mass Communications*. London: The Free Press, blz 160-172.

ABSTRACT, G. Bollen & H. Robben: The role and working method of professional journal editors with informationselection. Masscommunicatie 1991/3 P. 227-239

In this research the central theme is the role and working method of professional journal editors with informationselection. The specific focus is on the attitude with regard to the giving of free publicity and the use of information of research rapport. There have been analyzed fifteen in-depth interviews with professional journal editors. This practical study becomes supported by a literature study concerning gatekeeping; gatekeeping is the aspect of the communication science that focuses on informationselection. The results point to a participating role of professional journal editors with regard to their specialty and also on a neutral role with regard to their relationships with participants in the specialty. It seems probable that editors of professional journals are strongly oriented towards their employers. Further the results point to the issue that professional journal editors are only in a limited amount independent of their sources; the conclusion seems justifiable that editors of professional journals have also a source-directed orientation and find themselves in a cooperation- or assimilation relationship with their sources. The results point also to an indirect orientation of editors of professional journals on their reading public. The professional journal editor is on the one side directed towards his work environment, but strives on the other side also for sharing his opinion with readers and sources within his specialty. The working method is mostly according to routine and plan. The allocation of tasks on an editorial board seems to be the most important factor in the working method; this allocation of tasks becomes determined by the cooperation relationship and the specialism of the editors. The one who has the most knowledge about a certain issue will decide on the choice of information. So it can be put that the final decisions on the choice of information will be taken by the present specialists and the chief editor. Professional journal editors have a critical attitude regarding the giving of free publicity and are very selective in the use of research rapport.

JAAP WILLEMS

Wetenschap op de Nederlandse tv

Wetenschap en televisie hebben in Nederland een moeizame verstandhouding. Wetenschappers verschijnen doorgaans niet graag op het beeldscherm en televisiemakers zijn van mening dat wetenschap niet geschikt is om via hun medium verspreid te worden. Dat zou tot gevolg hebben dat de hoeveelheid informatie over wetenschap op de Nederlandse TV (zeer) bescheiden is. Dat was een indruk. Een onlangs gehouden kwantitatief onderzoek bevestigt de veronderstelling over de geringe aandacht. De hoeveelheid informatie over wetenschappelijk onderzoek op de Nederlandse televisie is inderdaad gering. Gedurende de eerste vier weken van 1990 presenteerde de Nederlandse televisie (op drie netten) ruim 25 uur informatie over wetenschap. Dat is 3,7 procent van de totale zendtijd. Gedurende vier weken in maart van dit jaar was dat ruim 23 uur, dat is 3,5 procent.

De indruk dat televisie wetenschap en technologie stiefmoederlijk behandelt is niet van vandaag of gisteren.

Titulaer schreef al in 1978 "in Nederland is de rol van radio en TV zonder meer beperkt te noemen" (bij het populariseren van wetenschap, JW). Dat is volgens hem vooral te wijten aan de terreur van de kijkcijfers. Titulaer: "Door de folkloristische organisatie van een bestel dat bestaat uit een groot aantal omroepen die hun eigen identiteit in een totaalprogramma moeten waarmaken en die bovendien een hoeveelheid zendtijd krijgen die afhankelijk is van het aantal leden dat zij hebben, is de kijkdichtheid een belangrijker gegeven dan de educatieve waarde van een programma. In een totaalprogramma dienen volgens de omroepwet zowel informatieve als educatieve zaken te zitten. Slechts een deel van het brede publiek is gemotiveerd om deze programma's te volgen. Dat betekent dat de a priori kijk- en luisterdichtheid gering is en dus dat populair-wetenschappelijke programma's nooit een belangrijk onderdeel van de programmering zal worden."

Van Wageningen illustreerde dat een jaar later door de Nederlandse situatie te vergelijken met de Belgische. Volgens hem was de hoeveelheid televisiezendtijd in beide landen ongeveer gelijk: België 2800 uur en Nederland 3000 uur per jaar, maar het aantal uren dat onze zuiderburen structureel aan wetenschap besteedden zou veel groter zijn. In België zou dat 110 uur per jaar zijn en in Nederland tien uur. Die getallen zijn kritiekloos overgenomen door diverse auteurs en ze zijn sindsdien een eigen leven gaan leiden. De getallen van Van Wageningen geven echter een vertekend beeld omdat "wetenschap" in Nederland niet als zodanig wordt gecatalogiseerd. Het zit vaak verborgen in bijvoorbeeld actualiteiten-rubrieken en documentaires. Daardoor zal het aantal werkelijk aan wetenschap bestede uren waarschijnlijk groter zijn dan de tien van Van Wageningen.

Linsen heeft in 1983 een vergelijking gemaakt tussen het aantal uren zendtijd dat de Nederlandse en Vlaamse TV besteedden aan informatie over weten-

schap. Op basis van zijn inventarisatie kwam hij tot de conclusie dat het verschil te verwaarlozen was. De Vlaamse BRT besteedde nauwelijks meer aandacht aan wetenschap dan de Nederlandse zendgemachtigden. Hij keek daarbij overigens alleen naar natuurwetenschappelijke, medische en technische onderwerpen.

Vanouds vergelijkt men de (sombere) situatie in Nederland ook graag met de aantrekkelijke positie in Groot Brittannië. De Britten hebben een lange traditie van populariseren van wetenschap via televisie op verschillende niveau's. Al meer dan twintig jaar zendt de BBC wekelijks (!) het programma *Tomorrows World* uit. Dat staat gepland om 20.00 d.w.z. in prime time en het duurt dertig minuten. Het wordt live uitgezonden en brengt vooral nieuws. Blijkens diverse onderzoeken kijkt zo'n 18 procent van de Britten er regelmatig naar en dat zijn niet alleen de beter opgeleiden. Ook de "geschoolde arbeider" blijkt een trouw kijker. De waardering is hoog (gemiddeld 7,7). *Tomorrows World* beschouwt men als een programma over wetenschap op "laag niveau".

Het hoge niveau wordt gebracht door *Horizon*. Dit is een wekelijks programma van BBC 2 en geldt als "zwaar informatief" d.w.z. op het niveau van het blad *New Scientist*. Dit zijn de wetenschapsprogramma's die men ook veel op niet-Britse zenders tegenkomt. De kijkdichtheid schommelt rond de zes procent en de waardering is gemiddeld 8 (!).

Tussen deze beide uitersten kennen de Britten sinds enige jaren het populair-wetenschappelijk programma *QED*. De filosofie is: "show me, don't tell me". Het is een licht informatief programma op BBC 1. *QED* speelt vooral in op actuele ontwikkelingen. Na een zware storm zal men bijvoorbeeld een programma maken over orkanen.

De Britse wijze van populariseren wordt door menigeen naar voren gehaald als het beste bewijs dat televisie wel bruikbaar is voor dit doel.

Kritiek

In Nederland hebben diverse mensen zich ook recent nog beklagd over de stiefmoederlijke behandeling van wetenschap en techniek door televisiemakers.

Ormel schreef in 1984 dat vooral bij radio en TV het onderwerp wetenschap moeilijk ligt. "Programma's die geheel worden gewijd aan wetenschap of wetenschappelijke ontwikkelingen zijn er weinig: de KRO heeft *Zeker Wetten*, Chriet Titulaer presenteert zijn *Wondere Wereld* en uiteraard zijn er de *Teleaccursussen*, maar het - ooit zo populaire - *NOS* programma *Horizon* is opgedoekt. De *NOS* is nu met een kwartier durend populair-wetenschappelijk programma voor de jeugd gestart. Drie omroepen hebben een medisch programma en zenden zo nu en dan een natuurfilm uit of reportages over een controversieel onderwerp (milieu) of een zich snel ontwikkelend gebied (zoals informatica)".

Ormel citeert Bardoel die meent dat de lage frequentie van het onderwerp wetenschap in de media te maken heeft met de structuur van de omroep. Het Nederlandse bestel is volgens hem te verbrokken. Voor onderwerpen die buiten de directe belangstellingsfeer van het grote publiek liggen en die enige diepgang en een gedegen aanpak vereisen, werkt dat nadelig. In het buitenland heeft men vaak een nationaal omroepbestel, waarin een organisatie te vinden is met verschillende compartimenten. Als voorbeeld noemt hij o.m. de BRT met een aparte Dienst Wetenschappen. De Nederlandse omroepen zijn volgens Bardoel te klein om dat ieder afzonderlijk te doen.

In 1985 pakt Ormel nogmaals uit over de rol van de televisie bij het populariseren van wetenschap. Hij interviewde daartoe o.a. Suèr (hoofd Informatieve Programma's NOS). Die meent dat het gebrek aan aandacht voor wetenschap op TV voortkomt uit het bijgeloof dat wetenschapsprogramma's niet populair zijn. Volgens hem is dat een poging om journalistiek falen te verbergen. Suèr meent dat men over wetenschap net zo goed programma's kan maken als over sport of cultuur. Wetenschap is misschien iets moeilijker te presenteren dan sommige andere onderwerpen, meent hij, maar het is minder ingewikkeld dan bijvoorbeeld een economie-programma. De ervaring heeft trouwens geleerd dat het zeer goed mogelijk is aantrekkelijke wetenschapsprogramma's te brengen. De NOS heeft gedurende enkele jaren Horizon en Artsenij op het scherm gebracht en die trokken volgens hem regelmatig twee miljoen (?) kijkers (dat is een kijkdichtheid van rond 20 procent).

De klagzang over de bescheiden plaats van wetenschap op TV werd in 1988 herhaald bij het aanbieden van een rapport van het Sociaal Cultureel Planbureau over Publiek en Techniek.

Beukers schreef daarover in *Toegepaste Wetenschap*: "Wetenschap en techniek zijn niet bepaald de troetelkindjes van de Nederlandse pers. Vooral in Hilversum is men er niet happig op. Slechts drie omroepen besteden op de televisie stelselmatig aandacht aan wetenschap en techniek: KRO (*Zeker Weten*), TROS (*KIJK TV* en de *Wondere Wereld* van Chriet Titulaer) en NOS (*Horizon*) en voor de jeugd *Het Klokhuis*). De overige laten het afweten."

Het onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau leverde ten aanzien van dit onderwerp enkele bemoedigende cijfers: 57 procent van de ondervraagden zei behoefte te hebben aan meer informatie over technologische innovaties. Onder hen scoort de televisie als gewenst medium opvallend hoog, namelijk 44 procent. Maar dat is slechts een deel van het verhaal, meent Beukers. Het is volgens hem de vraag of die geuite behoefte aan informatie ook praktisch zal worden als het aanbod er komt. De kijkcijfers van *Horizon* (tussen de 400.000 en 900.000) en populaire programma's zoals *Zeker Weten* en *Wondere Wereld* (twee tot drie maal zo hoog) zijn bemoedigend, maar niet spectaculair.

Scriptie

Bij de kritiek op de Nederlandse televisie heeft men zich tot nu toe gebaseerd op de indruk dat de Nederlandse omroepen minder aandacht aan wetenschap en techniek besteden dan buitenlandse. Systematisch kwantitatief onderzoek ontbrak. Een eerste poging om de aandacht voor wetenschap en techniek op televisie te kwantificeren is gedaan door Linsen. Hij schreef een doctoraalscriptie in het kader van zijn bijvak "Populariseren van de Natuurwetenschappen" aan de KU Nijmegen. Linsen telde onder meer het aantal minuten dat (in 1981, 1982 en 1984) in Nederland aan natuurwetenschappen, geneeskunde en techniek/technologie werd gewijd. Hij deed dat steeds gedurende een maand. Bij dat onderzoek heeft hij informatie over wetenschap gedefinieerd als alle informatie die probeert om een niet-deskundig publiek te informeren over of te amuseren met exacte wetenschappen of techniek en/of de sociale, economische, politieke of ethische gevolgen daarvan.

In 1981 inventariseerde hij (op Nederland 1) in de maand december en (op Nederland 2) van 6 oktober t/m 5 november. In 1982 en 1984 deed hij dat tussen 18 oktober en 17 november (op Nederland 1 en 2).

Tabel 1

In onderstaande tabel zijn de resultaten samengevat (zendtijd over wetenschap in minuten resp. procent van de totale zendtijd)

	1981	1982	1984
AVRO	90 (3,5)	131 (5,6)	127 (5,3)
TROS	55 (2,5)	34 (1,2)	67 (2,6)
VOO	-	13 (1,0)	90 (4,1)
VARA	146 (6,6)	32 (1,4)	51 (1,6)
NCRV	160 (7,6)	210 (8,9)	153 (4,9)
KRO	40 (1,6)	324 (13,3)	100 (3,7)
VPRO	-	30 (4,1)	-
EO	-	-	25 (1,9)
IKON	55 (11,2)	74 (15,9)	7 (1,6)
NOS	45 (0,8)	65 (1,1)	130 (1,9)
totaal	591 (2,9)	913 (4,1)	750 (2,8)

De relatief hoge score van 1982 kan men eenvoudig verklaren door naar de gegevens van de KRO te kijken. Deze zendgemachtigde liet in dat jaar de serie "Leven op Aarde" zien, die tijdens de peilperiode 270 minuten in beslag nam. Wanneer men deze incidentele serie niet meetelt komt de totaalscore voor dat jaar op 643 minuten en dat is 2,9 procent van de totale zendtijd. Daarmee vertoont het aandeel van de natuurwetenschappen, genees-

kunde en techniek in de geïnventariseerde periode een betrekkelijk stabiel beeld.

Onderzoek (methode)

In 1990 is (opnieuw) een systematisch kwantitatief onderzoek gedaan naar wetenschap op televisie. Dat gebeurde op verzoek van (en gesubsidieerd door) de stichting Publieksvoorlichting over Wetenschap en Techniek (PWT). Het is opgezet in samenhang met een soortgelijke analyse van wetenschappelijke informatie in dagbladen. Dit onderzoek is uitgevoerd door de werkgroep Populariseren van de Natuurwetenschappen van de Katholieke Universiteit.

Bij de analyse van de hoeveelheid wetenschappelijke informatie op de Nederlandse televisie hebben we informatie over wetenschap (en techniek) als volgt gedefinieerd:

We beschouwden programma's of programma-onderdelen als informatie over wetenschap indien er in de uitzending expliciet of impliciet werd verwezen naar onderzoek of als een programma over onderzoeken gaat.

Expliciet verwijzen betekent dat men in de uitzending het onderzoek - bijvoorbeeld een promotie-onderzoek - noemt. Impliciet verwijzen naar onderzoek gebeurt als men tijdens een uitzending informatie verstrekt die alleen via wetenschappelijk onderzoek verkregen kan zijn. Een voorbeeld daarvan is de NOS-serie "De Bezetting".

Dit selectie-criterium bleek zeer bruikbaar bij het karakteriseren van programma's over biologie: fraaie natuurfilms zonder veel commentaar zijn volgens deze definitie geen programma's over wetenschap; even fraaie natuurfilms waarin het gedrag van een soort uit de doeken wordt gedaan, zijn dat wel.

Deze definitie heeft echter ook tot gevolg dat er een "grijs gebied" ontstaat waarin subjectieve oordelen de doorslag moeten geven. Een programma (-onderdeel) over de natuur waarin weinig informatie wordt gegeven dat alleen uit onderzoek afkomstig moet zijn, moet worden gewogen. Voorbeelden daarvan vindt men in de NCRV shows "Ja Natuurlijk" en de KRO quiz "Waku Waku".

Het selecteren op de verwijzing naar "onderzoek" bleek niet goed bruikbaar bij diverse consumentenprogramma's. Daarin verwijst men nogal eens naar onderzoek dat (waarschijnlijk) niet wetenschappelijk is (bijvoorbeeld en vergelijkend waren- of prijzenonderzoek). In die gevallen zijn de programma's of programma-onderdelen meestal niet meegeteld.

Deze definitie levert een verdeling van programma's/programma-onderdelen die men niet kan vergelijken met de indeling van de NOS. Die rubriceert informatie over wetenschap namelijk onder "zware informatie". Diverse programma's of onderdelen daarvan, die informatie over wetenschap bevat-

ten, bleken onderdeel van licht informatieve of zelfs amusementsprogramma's.

En de weinige wetenschapsprogramma's op Nederland 1, 2 en 3 komen door deze definitie ook niet vanzelfsprekend door de selectie. Concept (NCRV), Kijk TV (TROS) en Vinger aan de Pols (AVRO) hebben enkele malen niet of slechts gedeeltelijk de analyse overleefd doordat ze informatie presenteerden die niet in verband kon worden gebracht met onderzoek. Voorbeelden daarvan zijn een voetbalwedstrijd tussen wetenschappers in Concept en de jubileum-uitzending van Vinger aan de pols.

Het gehanteerde selectie criterium wijkt af van hetgeen Linsen eerder heeft gebruikt. De gegevens uit 1981-1984 zijn daardoor niet gemakkelijk vergelijkbaar met die uit 1990.

Cursussen zijn in deze inventarisatie niet meegeteld. Dat betreft niet alleen de "officiële" cursussen van o.a. Teleac en series van de NOT, maar ook programma-series die minder op onderwijs zijn gericht zoals Museumschat-ten (VARA). Deze uitzendingen hebben we tot cursus verheven omdat er een studieboek bij hoort.

Wanneer informatie over wetenschap op een avond meer dan een keer wordt gepresenteerd (bijvoorbeeld in twee journaals), wordt ze maar een keer meegeteld. In die gevallen wordt het langste item genoteerd.

Bij deze kwantitatieve analyse van informatie over wetenschap op de Nederlandse televisie hebben we per programma(-onderdeel) de volgende aspecten bekeken/genoteerd:

- de naam van het programma en van de desbetreffende omroeporganisatie;
 - het aantal minuten informatie;
 - het onderwerp en de categorie waarbinnen het onderwerp past (bijvoorbeeld natuurwetenschappen);
 - de manier van visualisatie (documentair of persoonsgebonden).
- (zie ook bijlage: protocol-formulier)

Het onderzoek is uitgevoerd gedurende vier weken in januari (maandag 1 tot en met zondag 28) en vier weken in maart (zondag 4 tot en met zaterdag 31 maart).

Resultaten

Bij de meeste omroepen zijn de verschillen tussen beide meetperiodes niet erg groot. Alleen de EO, AVRO en TROS laten opmerkelijke variaties zien.

Tabel 2**Totaal aantal minuten informatie over wetenschap op televisie gedurende de eerste en tweede periode**

	gemiddeld			
KRO	187	121	154	
NCRV	235	204	220	
VARA	66	43	55	
VPRO	75	55	65	
EO	57	174	116	(drie natuurfilms in tweede periode)
AVRO	225	94	160	(eerste periode meer items in Service Salon)
TROS	129	43	86	(in eerste periode meer aandacht voor milieu)
VOO	22	20	21	
NOS	456	576	516	
div.	75	73	74	(meestal RVU)
totaal	1527	1403 minuten		d.w.z. ruim 25 uur resp. ruim 23 uur

In 1990 bedraagt de totale zendtijd op drie Nederlandse televisienetten 8677 uur en 40 minuten. Per periode van vier weken is dat ongeveer 667 uur. Dat betekent dat in de eerste periode 3,7 procent van de zendtijd aan wetenschappelijk onderzoek is gewijd en gedurende de tweede inventarisatie-periode 3,5 procent.

Linsen hanteerde bij zijn onderzoek een andere werkdefinitie voor populair-wetenschappelijke programma's zodat zijn resultaten niet zonder meer te vergelijken zijn met deze. Persoonlijk overleg bracht echter aan het licht dat de verschillen in de praktijk waarschijnlijk niet zo groot zijn als de definities suggereren. De gegevens van Linsen zijn daarom voorzichtig vergeleken met de onlangs gevonden resultaten.

Linsen inventariseerde alleen de aandacht voor natuurwetenschappen, techniek, geneeskunde en milieu. In 1984 vond hij 750 minuten in een periode van vier weken en dat was 2,8 procent van de totale hoeveelheid zendtijd.

Deze inventarisatie (1990) leverde gedurende de eerste inventarisatie-periode 765 minuten op en gedurende de tweede 717 minuten. Die getallen zijn vastgesteld door op het totaal aantal gevonden minuten de tijd voor sociale en alfawetenschappen in mindering te brengen. Het percentage dat daaruit voortkomt is 1,8 van de totale hoeveelheid zendtijd.

Deze inventarisatie wijst dus op een relatieve vermindering van de aandacht voor natuurwetenschappen en techniek op TV.

Aandacht per omroep

De gevonden aantallen minuten kunnen niet met elkaar worden vergeleken zonder correctie omdat de B-omroepen EO en VPRO minder uren zendtijd hebben dan de A-omroepen en de NOS over meer zendtijd kan beschikken. Volgens de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS was de verdeling van de zendtijd op de drie Nederlandse zenders gezamenlijk gedurende het eerste kwartaal van 1990 als volgt:

Tabel 3
Zendtijd gedurende het eerste kwartaal van 1990 per omroep

EO	7011	minuten
VPRO	5628	
KRO	12191	
NCRV	11247	
VARA	11409	
AVRO	12015	
TROS	11283	
Veronica	11458	
NOS	35960	

Om de omroepen (enigszins) vergelijkbaar te maken zijn de resultaten van de B-omroepen en de NOS gecorrigeerd naar de gemiddelde zendtijd van de A-omroepen (11600 minuten).

Dat resulteert in de volgende getallen.

Tabel 4
Totaal aantal minuten informatie over wetenschap gedurende beide inventarisatieperiodes (eerste en tweede kolom, P-1 en P-2) en het gemiddelde daarvan (derde kolom) gecorrigeerd naar de gemiddelde zendtijd van de A-omroepen

	P-1	P-2	gemiddeld
KRO	187	121	154
NCRV	235	204	220
VARA	66	43	55
VPRO	155	113	134 (!)
EO	94	228	161 (!)
AVRO	225	94	160
TROS	129	43	86
VOO	22	20	21
NOS	147	186	167 (!)

De NOS besteedt absoluut de meeste aandacht aan wetenschap, maar de hoge score verdwijnt na correctie.

De NCRV komt dan te voorschijn als de omroep met de meeste aandacht voor wetenschap. Deze organisatie dankt die positie vooral aan de royale aandacht voor biologie in het programma Ja Natuurlijk. Volgens de NCRV is dat geen wetenschapsprogramma, maar amusement. In mindere mate hebben daarnaast ook het wetenschapsprogramma Concept, de actualiteitenrubriek Hier & Nu en het programma Rondom Tien bijgedragen aan de relatief hoge score.

De AVRO, de EO, KRO en NOS volgen op enige afstand. Ze ontlopen elkaar niet veel.

De AVRO besteedt (soms) veel aandacht aan medische onderwerpen (vooral in Service Salon), maar de sterk fluctuerende resultaten wekken de indruk dat er geen sprake is van een doelgericht beleid op dit terrein. Daarnaast

hebben de programma's Slikwijzer, de praatshow Karel en een uitzending over Van Gogh bijgedragen aan het behalen van de score.

De *EO* scoorde vooral in de tweede periode hoog door enkele natuurfilms. De aandacht voor wetenschap gedurende de eerste periode bestond eveneens alleen uit films over natuur.

De *KRO* heeft het imago van een omroep die relatief veel aandacht besteedt aan wetenschap. Dat dankt men waarschijnlijk aan het feit dat het de enige omroep is met een wetenschapsredakteur. Die bracht klassiek geworden programma's op het scherm zoals "Daar vraag je me wat" en "Zeker Weten". Tijdens deze inventarisatie werden deze wetenschapsprogramma's niet uitgezonden. De interesse voor wetenschappelijk onderzoek gedurende deze inventarisatie kwam vooral tot uiting door bijdragen in het middagprogramma *De Vrijdag Is Anders*, de actualiteitenrubriek *Brandpunt*, het programma *Kijk Op Techniek* en reportages over de Schelde en over Roofvogels.

En de *NOS* scoort vooral hoog dankzij enkele lange historische programma's zoals *De Bezetting*, *Volkeren Rond de Stille Oceaan* en *De Weg Naar Xanadu*.

De *VPRO* dankt haar relatief gunstige positie - na correctie - aan de jeugdprogramma's over wetenschap op zondagochtend.

TROS, *VARA* en (vooral) *Veronica* zijn kennelijk omroepen die weinig aandacht voor wetenschap hebben. De *VARA* onderneemt wel pogingen via *Vroege Vogels*, het nieuwe jeugdprogramma *Jules Unlimited* en de actualiteitenrubriek *Achter Het Nieuws*, maar heeft daarmee nog niet veel succes (volgens de gehanteerde definitie).

De *TROS* eindigt laag op de ranglijst met de milieuprogramma's *Aktua Milieu* en *Milieu Privé*, met *KIJK TV* en een documentaire over de *Middel­landse Zee*.

Veronica eindigde in beide inventarisatieperiodes op de laatste plaats met enkele programma-onderdelen van *Nieuwslijn*, *Milieulijn* en de *Nationale Ideeënbus*.

Aandacht in het nieuws

De rol van het *NOS-journaal* bij het populariseren van wetenschap is zéér bescheiden. Wanneer men de betekenis van wetenschap en techniek voor de Nederlandse samenleving vergelijkt met de journalistieke aandacht die het *NOS-journaal* er aan besteedt, moet de conclusie zijn dat hier sprake is van een enorme discrepantie. In beide inventarisatie-periodes bleef het aandeel van wetenschap in de nieuwsvoorziening beneden de één procent (resp. 8 en 5 minuten).

NOS-LAAT - mede opgezet om het verdwijnen van het wetenschapsprogramma *Horizon* te compenseren - lijkt die geringe aandacht nauwelijks goed te maken.

Ook de aandacht van de *actualiteitenrubrieken* voor wetenschap en techniek/technologie is blijkens deze inventarisatie niet groot. In de eerste periode besteedde deze rubrieken 168 minuten aan informatie over wetenschap; in de tweede periode was dat 137 minuten. Dat is gemiddeld rond de tien procent.

Op de Nederlandse televisie kan men een bescheiden aantal wetenschapsprogramma's vinden: o.a. Concept (NCRV), Klokhuis (NOS), Vinger aan de pols en Slikwijzer (AVRO), Kijk TV (TROS) en enkele milieuprogramma's. De bijdrage daarvan aan het gevonden aantal minuten/uren zendtijd voor wetenschap is bescheiden. Dat kan samenhangen met onze definitie van wetenschapsprogramma (expliciet of impliciet verwijzen naar wetenschappelijk onderzoek). Maar er waren tijdens deze inventarisatieperiode ook diverse wetenschapsprogramma's die ook bij een ruimere definitie buiten de telling gevallen zouden zijn. Een voorbeeld daarvan is het jubileumprogramma van Vinger aan de Pols dat een soort reünie was van vroegere gasten. Een tweede voorbeeld is KIJK TV dat vaak nieuwe technische ontwikkelingen laat zien zonder ze te populariseren.

Aandacht voor diverse wetenschapgebieden

Tabel 5
Totaal aantal minuten voor informatie over wetenschap per categorie wetenschappen

	periode 1	periode 2	gemiddeld
geneeskunde	277 (18%)	129 (9%)	14%
natuurwetenschappen	248 (16%)	477 (34%)	25%
techniek/technologie	151 (10%)	43 (3%)	7%
milieu	89 (6%)	68 (5%)	6%
sociale wetensch.	291 (19%)	142 (10%)	15%
alfa-wetenschappen	471 (31%)	544 (39%)	35%
totaal	1527	1403	

Deze percentages zijn vergeleken met die van Hansen en Dickinson maar dat is slechts op enkele punten mogelijk omdat zij een andere verdeling in categorieën hanteerden. Alleen vergelijkbare categorieën zijn in onderstaande alinea's naast elkaar gezet.

Deze inventarisatie laat een ruime aandacht zien voor de alfa- en gammawetenschappen. In beide perioden nemen ze ongeveer de helft van de totale zendtijd voor wetenschap voor hun rekening.

In de meeste uitzendingen over alfa-onderwerpen (De Bezetting, Volkeren rond de Stille Oceaan, Xanadu) zat overigens geen expliciete verwijzing naar wetenschappelijk onderzoek. De wijze van presenteren (bijvoorbeeld het to-

nen van bronnen) was in deze gevallen echter dusdanig dat o.i. sprake was van populariseren van wetenschap.

De *sociale wetenschappen* stonden in de eerste periode op de tweede plaats en in de tweede periode op de derde plaats met gemiddeld 15 procent. Hansen en Dickinson vonden tijdens hun inventarisatie 18 procent.

De positie tijdens het Nederlands onderzoek is te danken aan onder meer de royale aandacht voor antropologie in de eerste periode (Volkeren rond de Stille Oceaan, Tibet) en een groot aantal korte items in diverse programma's. Voorbeelden: Incest (De Vrijdag is Anders), Jonge Surinamers (Bij Lobith), kindermishandeling (Avro's Servicesalon), adoptie (Belfleur), over wetenschappelijke onderzoek (Concept), evolutie van de hersenen (Karel), Turkse vrouwen (Achter het Nieuws), stress (Rondom Tien) en de gevolgen van automatisering (Kijk op Techniek).

De (bescheiden) rol van de *natuurwetenschappen* wordt bijna geheel gedragen door de biologie, met name door oecologisch onderzoek. In de eerste periode staan ze daarmee op de vierde plaats; in de tweede op de tweede. Onder de regelmatig terugkerende programma's vallen vooral Ja Natuurlijk (Extra) en Vogels Kijken (NOS) op. Daarnaast presenteerden met name de NCRV en de EO enkele lange natuurfilms, die meer inhoud hadden dan alleen fraaie natuur. De moleculaire biologie, biochemie, chemie en natuurkunde waren gedurende deze inventarisaties nauwelijks aanwezig in de informatie over (natuur)wetenschappen op televisie.

In buitenlands onderzoek neemt *geneeskunde* vaak een prominente plaats in bij inventarisaties. Meestal is het de grootste categorie. Hansen en Dickinson signaleerden in hun TV-inventarisatie dat ruim 25 procent van de uitzendtijd over wetenschap aan medische onderwerpen werd besteed.

In deze inventarisatie is de rol van de geneeskunde bescheiden: gemiddeld 14 procent. Ook dat kan samenhangen met de definitie d.w.z. met de eis dat er in het programma impliciet of expliciet wordt verwezen naar wetenschappelijk onderzoek. Daardoor valt bijvoorbeeld de TV-dokter (TROS) buiten de inventarisatie. Programma's die bijdroegen aan dit resultaat waren o.m. AVRO's Service Salon, Studio Sport (!), Slikwijzer, Vinger aan de Pols, Rondom Tien en de actualiteitenrubriek Brandpunt.

De categorie *Techniek en technologie* scoorde in beide inventarisatieperioden laag. In de eerste periode bestond ze uit enkele langer durende programma's: bouwen aan een betere toekomst /NCRV, televisie van morgen/NOS; in de tweede uit een groot aantal (zeer) korte programma-onderdelen. Ze zaten toen in o.m. Het Klokhuis, het NOS Journaal, Brandpunt, de Nationale Ideeënbus, Jules Unlimited, KIJK TV, Tijdsein en TROS Aktua. Totaalscore: 7 procent. In het Britse onderzoek van Hansen en Dickinson bereikte deze categorie ruim 12 procent.

De categorie *milieu* bleef steken op vijf à zes procent. In het eerder genoemde onderzoek van Hansen en Dickinson bereikte deze categorie (Environment) bijna 12 procent. Bijdragen kwamen onder meer van Aktua Milieu en Milieu Privé (TROS), en documentaires over de Noordzee (NCRV) en over de vervuiling van de Schelde (KRO).

Visualisatie

Tijdens deze inventarisatie hebben we ook gekeken naar de wijze van presentatie. Werde de informatie verteld door een persoon (een wetenschapper of iemand anders) of werd de informatie getoond in de vorm van een documentaire?

In onderstaande tabel zijn de resultaten van de eerste en de tweede periode samengeteld.

Tabel 6
Visualisatie van de programma's/programma-onderdelen over wetenschappelijk onderzoek

	med	nw	techn	mil	soc	alfa
pers(oonlijk)	252	51	3	14	257	143
doc(umentaire)	2	576	51	45	66	677
pers. en doc.	152	98	140	98	110	195

Met name de vergelijking tussen de persoonlijke presentatie (eerste regel) en de presentatie via een documentaire (tweede regel) leveren interessante resultaten op.

Terwijl een relatief ingewikkelde materie als geneeskunde lijkt te vragen om presentatie via documentaires, vindt dit toch voornamelijk plaats via interviews en dergelijke.

Andere zgn. b-onderwerpen (natuurwetenschappen, techniek en milieu) presenteert men wel vooral via documentaires.

Sociale wetenschappen zijn mogelijk minder gemakkelijk te visualiseren en dat vindt men ook terug in de getallen: de meeste informatie wordt aangeboden door iemand aan het woord te laten. Hetzelfde lijkt te gelden voor de categorie alfa-wetenschappen, maar omdat dit vooral geschiedkundige onderwerpen waren, was visualisatie toch geen probleem. De getallen laten dat ook zien.

Lengte van de programma's

Het grootste deel van de verzamelde minuten zendtijd over wetenschap is afkomstig van korte programma-onderdelen. In onderstaande tabel zijn de inventarisaties van beide perioden samengeteld. De getallen geven het aantal uitzendingen/programma-onderdelen weer.

Tabel 7
Lengte van de programma's/programma-onderdelen in absolute aantallen

	med	nw	techn	mil	soc	alfa	totaal
minder dan 5 minuten	19	19	7	7	10	5	67
5 tot 10 minuten	26	14	8	7	19	9	83
10 tot 30 minuten	12	12	1	3	13	9	50
meer dan 30 minuten	-	7	3	1	2	16	28
	57	52	19	18	44	39	

De lange programma's/programma-onderdelen d.w.z. programma's/programma-onderdelen van meer dan een half uur treffen we vooral aan in de categorie alfa-wetenschappen. Dat zijn met name de geschiedkundige programma's van de NOS.

De korte programma-onderdelen - minder dan tien minuten - zijn erg goed vertegenwoordigd in de niet-alfa categorieën. Van de medische, milieukundige en technische onderwerpen duurt bijna 80 procent minder dan tien minuten; van de natuurwetenschappelijke en sociaal wetenschappelijke onderwerpen is dat 63 procent resp. 66 procent. Van de alfa-onderwerpen is dat slechts 36 procent.

De programma's over wetenschap die langer duurden dan een half uur zijn in tabel 8 opgesomd.

Tabel 8
Lange programma's per categorie (in absolute aantallen)

Medisch	geen	
Natuurwetensch.	7	vijf natuurfilms (EO, NOS) Ja Natuurlijk Extra (NCRV) Mens en Klimaat (NOS)
Techniek/technologie	3	Bouwen aan een betere toekomst (NCRV) Televisie van morgen (NOS) Kijk op Techniek (TROS)
Milieu	1	Milieu Privé (TROS)
Sociale wetensch.	2	Volken rond de Stille Oceaan (NOS) Cum Laude (RVU)
Alfa wetenschappen	16	o.a. De Bezetting (NOS), De weg naar Xanadu (NOS), Cum Laude (RVU), Van Gogh (AVRO), De Sacre avond (NOS)

LITERATUUR

- Beukers, E. (1988) Pleidooi voor meer wetenschap en techniek op televisie. *Toegepaste Wetenschap* nr 4 blz 46-47
- Hansen, A. c.s. (1990) Mediated science. *Lecture at conference Publics for Science and Technology*, Londen.
- Knulst, W. c.s (1988) Publiek en techniek. *SCP Cahier 57* Den Haag.
- Linsen, L. (1984) *Wetenschapsjournalistiek en TV* (scriptie KUN) Nijmegen.
- Ormel, J. (1984) Het stiefkind van de massamedia. *Wetenschapsbeleid 6-10* blz 10-12.
- Ormel, J. (1985) Kijken naar wetenschap. *Wetenschapsbeleid 7-1* blz 3-6.
- Titulaer, Chr. (1978) Wetenschap op radio en TV. In: Willems, J. (red) *Het Publiek maken van wetenschap*. Nijmegen.
- Wageningen, G. v. (1979) *Was dit het nieuws?* Meppel.
- Willems, J. (1980) Het populariseren van wetenschap via radio en TV, een verkenning. In: Katus, J. c.s. (red) *Wetenschapsvoorlichting*. Amsterdam.
- Willems, J. (1981) *Hoe maak ik wetenschap begrijpelijk?* Muiderberg.

ABSTRACT, Willems, P.; Science on Dutch television. Massacommunicatie, 1991/3, P. 240-253.

In the Netherlands science and television are on bad terms with each other. Normally scientists don't like to appear on television and television operators hold the view that science is not suitable for broadcasting. This leads to the conclusion that the amount of information about science on Dutch television is very modest. This was a presupposition. A recent quantitative study confirms this. Indeed, the amount of information about science on Dutch television proves to be low.

Kroniek

Stuart Hall: randfiguur. Op de grens tussen politiek en wetenschap.

"Het is moeilijk intellectueel gerespecteerd te blijven, een neo-marxistische analyse van de media door te voeren en ook nog betaald te worden", Stuart Hall over de problemen van kritische wetenschapsbeoefening onder Thatcher, in zijn lezing, 16 april jl.

Stuart Hall's bijdrage aan de ontwikkeling van de van oorsprong Engelse Cultural Studies-benadering is van onschatbare waarde. Zijn object is 'veranderingen in de cultuur', waarbij massamedia door de aard van de moderne samenleving een belangrijke rol spelen. Hij slaagt er in marxistische ideeën te verbinden met postmodernistische noties, legt een brug tussen culturalisme en structuralisme en legt moeiteloos een verband tussen abstracte filosofische begrippen en overpeiningen en concrete verschijnselen zoals de nieuwe 'black youth culture' en de opkomst van nieuw-rechts (Thatcherisme). Bovenal schaamt hij zich niet om een politiek perspectief aan zijn wetenschappelijk werk te verbinden. Want ook de conventionele wetenschap heeft zo'n perspectief, aldus Hall, maar weet door haar alomtegenwoordigheid en opereren binnen de meerderheidsconsensus het ideologische karakter van dit perspectief te verhullen.

Stuart Hall, een gedreven intellectueel, die tegelijkertijd zijn bezigheden weet te relativeren: "De hele wereld bestaat niet uit ideologie, maar dat is toevallig waar ik verstand van heb. Ik heb het Centre for Cultural Studies opgericht. Cultuur in de breedste zin van het woord is mijn handel" (Volkskrant, 13 april jl.). Terwijl Cultural Studies weer helemaal 'in' is, verscheen in april jl. voor het eerst een kleine greep uit zijn omvangrijk werk in een Nederlandse vertaling; de bundel 'Het minimale zelf en andere opstellen'. Naar aanleiding hiervan gaf hij op 16 april jl. ook een lezing aan de Katholieke Universiteit Nijmegen. Een artikel over leven en werk van Stuart Hall, aan de hand van zijn recent verschenen bundel.

Een eigenzinnige loopbaan

Stuart Hall is geboren op Jamaica (1932). Als één van de weinige zwarten uit het Gemenebest kreeg hij in de jaren-50 de kans om in Engeland te gaan studeren. Hoewel, zo bekend hij in het korte titelstuk van de bundel, "eigenlijk kwam ik hier om weg te zijn van mijn moeder" (p. 196). Hall studeerde literatuurwetenschappen bij F.R. Leavis en raakte rond 1960 sterk aangetrokken door het werk van met name Raymond Williams ('Culture and Society', 'The Long Revolution'), E.P. Thompson ('The Making of the English Working Class') en Richard Hoggart ('The Uses of Literacy'). Deze auteurs bestudeerden voor het eerst 'cultuur' als een alledaags verschijnsel, door gewone mensen maakt, niet als een begrip dat slechts van toepassing was op de produkten van intellectuelen en kunstenaars, of op de exotische leefgemeenschappen die bestudeerd werden door antropologen. In 1964 richtten Hall en Hoggart dan het Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) in Birmingham op, waar eerst Hoggart directeur werd, in 1972 opgevolgd door Hall. Zij wilden overigens de term 'Centre' gebruiken, omdat ze de term 'instituut' te veel connotaties vonden hebben met de gevestigde wetenschap. Bovendien was de 'houten keet' waar volgens Hall het instituut in de beginjaren in gevestigd was de term 'instituut' niet waard. Het Centre produceerde in de beginjaren, bij gebrek aan in de nieuwe benadering geschoolde medewerkers, samen met een kleine groep 'graduate students' een indrukwekkende serie papers. Zij stelden hiermee een bijna revolutionaire daad in het zeker toen nog erg traditionele Engelse academische systeem, waar profes-

soren nog mijlenver boven studenten hoorden te staan.

Hall was in de jaren-60 ook betrokken bij de studentenbeweging en richtte met geestverwanten het nu nog bekende politiek-wetenschappelijke blad 'New Left Review' op. In wezen hoorde de hele nieuwe Cultural Studies-benadering ook bij de nieuw-linkse beweging, aldus Hall in zijn bundel: "Deze schrijvers (Williams, Hoggart en anderen, E.H.) behoorden op een of andere manier tot nieuw-links en nieuw-links maak-gebruik van hun teksten. Deze verbinding plaatste de 'politiek van wetenschappelijk onderzoek' van het begin af aan pal in het centrum van culturele studies. Van deze politieke betrokkenheid zijn culturele studies nooit losgekomen en kunnen ze ook nooit loskomen." (p. 45). De nieuw-linkse beweging had problemen met de ouderwetse sociaal-democratie van de Engelse Labour-partij, maar wilde zich net als Cultural Studies ook niet in het klassieke Marxisme verliezen: "Zowel Cultural Studies als New Left hadden problemen met het klassieke Marxisme, al is dat door buitenstaanders wel eens anders uitgelegd. Veel van ons kwamen uit de bovenbouw en accepteerden dus de basis-bovenbouw metafoor niet", aldus Hall in zijn lezing. Hiermee wordt al duidelijk waarom Hall van mening is dat theoretische ontwikkelingen en ontstaan en uitwerking van paradigma's meer een gevolg zijn van de sociaal-politiek-culturele context, c.q. tijdgeest en historische toevalligheden dan van logische wetenschappelijke ontwikkelingen. Hall weigert Cultural Studies dan ook te zien als het zoveelste afgesloten paradigma (hetgeen bij de recente bloei van Cultural Studies in de V.S. wel lijkt te gebeuren, aldus Hall, zie p. 40), maar heeft het liever over 'bijdragen aan een open proces van theoretivering' (p. 41). Dit standpunt zou ook een reden kunnen zijn voor het feit dat Hall nooit in een door hem alleen geschreven boek zijn theoretische visie geïntegreerd heeft weergegeven. Die theoretische visie moet de lezer zelf samenstellen uit losse artikelen zoals onder andere 'Culturele Studies: Twee Paradigma's' (1980), 'De herontdekking

van de ideologie' (1982), beiden in de pas verschenen bundel, en het binnen de communicatiewetenschap erg bekende 'Encoding-/Decoding'-paper (1982), dat helaas in de bundel ontbreekt. Daarnaast kenmerkt Hall's werk zich door een lange serie thematisch gerichte bijdragen die hij vaak samen met anderen geschreven heeft. De bekendste daarvan zijn waarschijnlijk 'Resistance through rituals' (1976, met Thomas Jefferson) en 'Policing the crisis. Mugging, the state, and law and order' (1978, met vier anderen). In de laatste studie voorspelde Hall min of meer de heerschappij van het Thatcherisme in Engeland.

In 1979 verruilde Hall met CCCS voor het hoogleraarschap Sociologie aan de Open University in Londen. Hier werkte hij zijn analyse van de opkomst van Nieuw-Rechts, c.q. het Thatcherisme verder uit. Dit werk was sterk politiek gericht. De laatste jaren tenslotte houdt hij zich weer meer bezig met de ontwikkeling van cultuur. Alleen in vergelijking met de jaren-60 en -70 minder met de grote structuren, maar meer met de relatie van het individu tot de cultuur: het vraagstuk van identiteit en etniciteit. Ook is Hall tegenwoordig nog mederedacteur van het invloedrijke 'Marxism Today', een politiek-theoretisch tijdschrift, dat floreert ondanks het wereldwijde failliet van het communisme (ook de communistische partij in Engeland is opgeheven). Nog altijd aarzelt Hall niet zijn standpunt polemisch en provocatief neer te zetten. Volgens hem is dat ook de beste manier om tot een goede wetenschappelijke discussie te komen. En daarbij moet men soms buiten de geijkte academische kaders treden. Want de conventionele universiteit is volgens Hall een enorme politie-agent: "Certain kinds of knowledge are oké, some are not!".

Theoretische positie: tussen culturalisme en structuralisme

Een interessante vraag is in hoeverre met de nieuw verschenen bundel inzicht in Halls theoretische positie en de ontwikkeling in zijn denken te krijgen is. Dit laatste is moeilijk, daar het oudste in de

bundel opgenomen artikel nog altijd dateert van 1980. Tenminste twee artikelen echter zijn wel te beschouwen als een condensatie van twintig jaar intellectuele arbeid in de Cultural Studies-benadering; het al eerder genoemde duo 'Culturele Studies: Twee Paradigma's' en 'De Herontdekking van de Ideologie'. In het eerste artikel gaat het om onderscheiden benaderingen binnen Cultural Studies, in het tweede meer om Cultural Studies als alternatief voor de conventionele wetenschappelijke studie van cultuur en media. Hierbij worden ook Halls inspiratiebronnen duidelijk. Allereerst is daar natuurlijk het werk van de pioniers van de nieuwe benadering van cultuur, Hoggart en Williams, hetgeen Hall 'culturalisme' noemt. Hij neemt hun aandacht voor alledaagse cultuur over, alsmede hun standpunt dat cultuur zich uit in zowel betekenissen en waarden als in de alledaagse praktijk van het handelen. Het radicale humanisme van deze benadering sluit goed aan bij etnomethodologische en symbolisch-interactionistische ideeën. Halls bezwaar tegen dit culturalisme is echter dat het de neiging zou hebben te ver te gaan in de mate waarin het individu of de sociale groep geacht wordt een actief creërende rol in het 'maken' van cultuur te spelen. Want, zo neemt hij een uitspraak van Marx over: "De mens maakt de geschiedenis, maar op basis van omstandigheden die hij niet zelf gekozen heeft".

Meer aandacht voor de omstandigheden brengt het tweede paradigma, het 'structuralisme'. Hierbinnen zijn weer Levi-Strauss' antropologisch-linguïstisch structuralisme en Althusser's marxistische structuralisme te onderscheiden. Beiden bestuderen echter cultuur als ware het een 'taal' (het 'linguïstisch paradigma'): de taal en dus ook de cultuur heeft een onbewuste structuur, waarbij de betekenis van elementen hieruit slechts bestaat in de relatie van dat element tot alle andere elementen en de structuur als geheel. Ook deze benadering gaat volgens Hall weer te ver, omdat ze doet alsof mensen slechts (onbewust) dragers van de structuren in hun cultuur zijn. Bovendien bestaat er het

gevaar van een te ver doorgevoerd functionalisme, omdat alles binnen de structuur op zijn plaats moet vallen. Er moet wel aandacht blijven voor de mens die de geschiedenis maakt.

Hall wil de beste elementen van de tweede paradigma's combineren. Hij definiëerde cultuur tijdens zijn lezing uiteindelijk als volgt: "Cultuur is waar je vandaan denkt, niet waar je over denkt. Cultuur omvat de dingen die je als vanzelfsprekend aanneemt."

Antonio Gramsci en de verwerping van het klassieke marxisme

Een derde inspiratiebron van Hall is de Italiaanse postmarxistische theoreticus Antonio Gramsci. Deze verwerpt net als het culturalisme en structuralisme de klassieke marxistische these dat de economische basis van de samenleving de hele culturele en sociale bovenbouw determineert. Maar hij brengt wel het klassieke linkse conflictperspectief expliciet terug in de studie van cultuur en ideologie, daar waar de conventionele wetenschap toch grotendeels een consensusperspectief op de samenleving hanteert. Bovendien geeft Gramsci aan Hall een handvat waarmee deze kan verklaren waarom de ideeën van de economische topklasse ook de heersende ideeën in de hele samenleving zijn, ondanks de afwijzing van de basisbovenbouw-theorie. Daartoe introduceerde hij het 'hegemonie'-begrip. De heersende klasse hoeft niet zijn ideeën met dwang door te drukken, kan dit overigens ook niet, maar slaagt er wel via allerlei mechanismen in haar cultuur, dat wil zeggen de termen waarin dingen benaderd worden, algemeen te verbreiden. Onder andere gebeurt dit doordat economisch machtigen een absoluut onevenredig grote toegang tot de moderne communicatiemiddelen hebben. Zo ontstaat er een schijnbare consensus, die vervolgens door de media versterkt wordt. Opnieuw niet door bewuste beïnvloeding, maar doordat de media alleen een 'air' van onpartijdigheid over zich kunnen krijgen door binnen de termen van deze meerderheidsconsensus

te opereren. Eén bepaald perspectief op de samenleving weet zichzelf zo tot 'common sense' te maken en haar ideologisch karakter te verhullen.

Vanuit het consensusperspectief zou men dan ook zeggen dat er in de moderne westerse samenleving een vrijheid van meningsuiting bestaat en dat iedereen gelijke kansen heeft in een pluralistisch systeem dat 'werkt'. Volgens Hall echter vindt er in de media en ook in taal (zowel verbaal als visueel) een strijd om betekenisgeving plaats, waarbij 'ideologie' centraal staat. Het ideologie-begrip dat Hall hanteert, ligt dicht bij zijn begrip van cultuur en verwijst niet naar een reeks inhoudelijke ideeën, maar naar een bepaald referentiekader, naar de termen en logica waarbinnen zaken gezien en betekenis- en geproduceerd worden. Zo slaagde Thatcher er in Engeland in een aantal maatschappelijke problemen voor te stellen in termen van moreel verval en ondergang van de Engelse cultuur en dergelijke, waardoor zij de legitimatie verkreeg om 'in naam van het Volk' een aantal autoritaire maatregelen te nemen om deze vermeende ramp te stoppen. Deze stelling ten aanzien van het Thatcherisme wordt onder andere uitgewerkt in het artikel 'Populaire Democratie vs Autoritair Populisme'.

Hall acht de herontdekking van het ideologie-begrip, het maatschappelijke en politieke belang van taal en de strijd om betekenisgeving zo belangrijk, dat hij deze samenvat in een nieuw 'kritisch' paradigma. Hij zet dit af tegen de gangbare behavioristische wetenschap, die een consensusperspectief op de maatschappij hanteert en uitgaat van het feitelijk bestaan en goed functioneren van een pluralistische cultuur en politiek.

De postmoderne samenleving

Er is nog een punt dat in het verleden ten aanzien van de studie naar cultuur voor veel discussie heeft gezorgd: de tegenstelling tussen het materiële en het culturele. Het culturele zou dan om ideeën en betekenissen gaan, het materiële om tastbare zaken. Op diverse

plaatsen in zijn bundel maakt Hall echter duidelijk dat dit volgens hem een valse tegenstelling is (zie met name 'De Betekenis van Nieuwe Tijden'). Aan de ene kant er is een hele cultuurindustrie ontstaan die populaire cultuur produceert volgens de logica van het materiële kapitalistische systeem, waar uiterlijke vorm en niet inhoud vaak voorop lijkt te staan. Aan de andere kant is er een trend om allerhande industrieoeders steeds meer een cultureel aspect mee te geven: vormgeving en image spelen een zeer belangrijke rol en zijn natuurlijk sterk cultureel bepaald en vormend. Mensen profileren zich op een bepaalde leefstijl (= alledaagse cultuur) door het kopen van bepaalde goederen. Kortom, als het materiële en het culturele ooit al te scheiden zijn geweest, dan zijn ze dat tegenwoordig zeker niet meer.

Dit verhaal heeft ook te maken met een meer recente inspiratiebron van Hall: het 'Postmodernisme' van met name de Franse filosofen Lyotard, Baudrillard, Foucault en Derrida (zie met name 'De Betekenis van Nieuwe Tijden' en 'Over Postmodernisme en Articulatie'). Deze filosofische stroming is van mening dat het primaat van uiterlijke vorm en oppervlakkigheid typische kenmerken zijn van de hedendaagse samenleving en dat de 'Grote Vertellingen' van de Moderniteit (Rationalisering, Waarheid, Verlichting, Vooruitgang) niet meer voldoen in deze samenleving. Met name Jean-François Lyotard trekt uit deze situatie de conclusie dat in de postmoderne samenleving de chaos heerst ('fragmentatie'), dat we van de toekomst niets meer te verwachten hebben en met deze situatie maar vrede moeten hebben. Voor Hall gaat dit te ver: hij juicht de ontheiliging van de Grote Vertellingen toe, maar weigert het pessimisme en absolute relativisme van het postmodernisme over te nemen. Dit laatste is volgens hem een enorm 'eurocentrische' constatering, omdat een groot deel van de wereld nog nauwelijks toe is aan de toestand van moderniteit waar de postmodernisten al het einde en failliet van verklaren (p. 20); zie ook Reker, in *KU-Nieuws*, 26 april jl.)

Niettemin geeft het postmodernisme aan Hall wel meer houvast voor een aantal standpunten ten aanzien van de studie van cultuur en media. Zo is daar ten eerste de algemene constatering dat door de alomtegenwoordigheid van de massamedia in de (post)moderne samenleving het onderscheid tussen beeld en werkelijkheid dreigt te verwateren, met name ten aanzien van zaken die zich buiten de directe leefomgeving van mensen afspelen. Een tweede punt dat voor Hall heel wat oplevert is het 'differentie'-begrip van Jacques Derrida. Uit het algemene filosofische standpunt van het postmodernisme concludeert deze dat ook het individu niet meer beschouwd kan worden als een volledig autonoom, rationeel persoon met een afgeronde, gesloten identiteit (het 'gecentreerde subject' of 'Zelf'). Mensen zijn niet meer in een paar duidelijke groepen in te delen. Sterker nog, mensen zijn zelf 'gedecentreerd': ze tonen naar gelang de situatie een verschillende identiteit, gedragen zich verschillend in de verschillende sociale werelden waarin ze zich bewegen. Deze identiteit is ook continu in ontwikkeling. Daar waar vroeger scheidslijnen eenvoudig en eenduidig te trekken waren (bijvoorbeeld de arbeider, laag inkomen, Labour-stemmer vs. de middenklasser, hoger inkomen, Tories-stemmer), lopen nu allerlei scheidslijnen door elkaar (bijvoorbeeld de arbeider die qua inkomen in de lagere middenklasse komt, ook allerlei luxe goederen koopt, maar nog wel ondergeschikt is in de fabriek). Identiteit vormt zich tegenwoordig door verschil, niet meer door overeenkomst.

Dit alles heeft bijvoorbeeld voor zwarten (en dus ook voor Hall zelf) het positieve gevolg dat de dubbele identiteit (migrant, maar wel binnen het blanke Engelse systeem leven) tot norm wordt verheven, normaal wordt: "Nu jullie je in het postmoderne tijdperk allemaal zo verspreid voelen, raak ik juist gecentreerd" (p. 195). Hall is overigens wel van mening dat men op moet letten dat men het differentie-begrip niet verabsoluteert, zodat alles verschilt en er geen

grote lijnen meer zijn te trekken.

Link met communicatiewetenschap

Het is misschien niet overal even duidelijk wat dit alles met communicatiewetenschap te maken heeft. Helder wordt het volgens mij als je Hall nauwkeurig volgt. Hij heeft het steeds over (alledaagse) cultuur en over de plaats daarin van individuen, media en taal. Hij analyseert hoe individuen zichzelf plaatsen en geplaatst, c.q. gerepresenteerd worden binnen culturen en ideologieën en wat de ontwikkelingen hierin in de moderne samenleving zijn. Vraagstukken van betekenisgeving en representatie staan centraal. Als men 'massacomunicatie' met Stappers definieert als 'het gemeengoed worden van informatie in een samenleving' of 'alle gedrag waarmee openbaarheid wordt gewonnen of in stand gehouden' (Stappers, Reijnders, & Möller, 1990, resp. p.186 en 191), lijkt het mij duidelijk dat Halls thema's in het hart van dit studieobject staan. De vraag hoe en wat er openbaar gemaakt wordt, is niet te beantwoorden zonder daarin het vraagstuk te betrekken van de relatie tussen individu en media, of zonder daarbij rekening te houden met representatie- en betekenisverleningsprocessen. Hall hanteert daarbij een perspectief dat afwijkt van de conventionele wetenschap. Dat is zijn keuze, geen enkel perspectief kan een claim leggen op het in pacht hebben van de Absolute Waarheid. Dat Halls perspectief en dat van Culturele Studies in het algemeen toepasbaar is bij concrete analyse van de media blijkt wel uit de voorbeelden die hij zelf geeft, alsmede uit werk van mensen als David Morley en John Fiske (voor een recent overzicht: Turner, 1990).

De bundel 'Het Minimale Zelf en Andere Opstellen' is een goed overzicht van Halls bezigheden van de laatste twaalf jaar. Hij biedt zowel een aantal meer zuiver theoretisch-wetenschappelijke artikelen, als fragmenten uit zijn meer politiek gericht werk, als een aantal artikelen uit de laatste jaren over vraagstukken van identiteit en etniciteit. Overigens gebruikt Hall op een knappe

manier zijn theoretische inzichten in de meer thematische, meer concrete bijdragen. Voor politiek geïnteresseerden is het blok op Nieuw-Rechts gerichte teksten extra interessant, omdat Halls analyse van de opkomst van het Thatcherisme en het falen van Labour vrijwel direct toepasbaar lijkt op de Nederlandse situatie. Geïnteresseerden in de Culturele Studies-benadering moeten de bundel echt gaan lezen. Ik heb me hier moeten beperken tot wat grove schetsen, echt inzicht in wat Hall bedoelt, krijg je pas als je de oorspronkelijke teksten leest. Bovendien heb ik een aantal aspecten van zijn werk in de bundel nauwelijks aangestipt, waaronder het 'vertoog'-begrip ('discourse'), de articulatie-theorie, zijn herconceptualisering van het begrip 'ethniciteit' ('iedereen valt eronder en niet alleen allerhande minderheden') en zijn problematisering van het begrip 'burgerschap' in de moderne samenleving.

Halls vaak moeilijk te volgen Engelstalige teksten zijn ook op heldere en zeer leesbare wijze vertaald, een compliment aan de vertalers waard. Ook de inleiding van Anil Ramdas is de moeite waard, omdat deze een goed overzicht biedt van wat er in de bundel aan de orde komt. Minpunt is het ontbreken van een volledige biografie, hoewel die door Halls velerlei publicatiewijzen ook moeilijk samen te stellen zou zijn. Jammer voor communicatiewetenschappers is ook dat Halls invloedrijke 'Encoding/Decoding'-paper niet opgenomen is. Al met al is het echter een goed te lezen bundel, niet in de laatste plaats doordat Hall zelf van tijd tot tijd het nodige relativingsvermogen aan de dag legt en ondanks zijn 'linkserige' inspiratiebronnen nergens dogmatisch overkomt.

Edwin Haast

Bronnen, naast de besproken bundel:

Hall, S.: *Encoding/Decoding*. In: Hall, S. et al: eds; (1980): *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies 1972-1979*. London: Hutchinson.

Hall, S.: *Lezing, 16 april 1991. Katholieke Universiteit Nijmegen: Studium Generale*.

Reker, H.: *Het einde van de moderne tijd is een eurocentrische constatering. Stuart Hall: inspirerend eclecticus en randfiguur. KU-Nieuws, 20-27 (26 april 1991; p.10)*.

Sommer, M.: *Cultuur is mijn handel. Interview met Stuart Hall. De Volkskrant, Het Vervolg p.3, 13 april 1991*.

Stappers, J.G., Reijnders, A.D., & Möller, W.A.J. (1990): *De werking van de massamedia. Een overzicht van inzichten. Tweede geheel herziene uitgave. Amsterdam: Uitgeverij De Arbeiderspers*.

Turner, G. (1990): *Britisch Cultural Studies. An Introduction. (Media and Popular Culture no.7)*. Boston: Unwin Hyman.

Stuart Hall (1991: Het minimale zelf en andere opstellen. (Vertaald uit het Engels door Ien Ang, Hansje Galesloot, Raj Ramdas, Anil Ramdas; met een inleiding door Anil Ramdas). Amsterdam: Uitgeverij SUA. ISBN 90-6222-212-9. Prijs: f45,-.

Boekbespreking

Piet Bakker. Mediageschiedenis. Wolters-Noordhoff, Groningen 1991, 132 p.

Het lijkt me moeilijk, zo niet onmogelijk, de geschiedenis van de massamedia op behoorlijke wijze weer te geven binnen een bestek van amper 100 pagina's. Desondanks heeft Piet Bakker het aangedurfd. Het resultaat is een chronologische en thematische beschrijving waarbij de auteur niet naar volledigheid heeft gestreefd, zoals hij zelf al op de omslag vermeldt. De grote lijnen hebben bij hem voorrang gekregen.

Het boek begint zeer vroeg in de geschiedenis; bij de overgang van het gesproken naar het geschreven woord (enkele millennia vóór Christus). De beschrijving ijlt dan voort naar de ontdekking van de boekdrukkunst (Europa, omstreeks 1450 na Christus) en de opkomst van de eerste gedrukte kranten omstreeks 1600. Tot zover gaat het voornamelijk over de internationale, daarna vrijwel uitsluitend over de vaderlandse mediageschiedenis; over de verdere ontwikkeling van de persmedia, de uitvinding van fotografie en film en de opkomst en massale verspreiding van radio, televisie en modernere vormen van elektronische (massa)communicatie in Nederland. Aan bepaalde media, met name aan fotografie en film, worden slechts enkele pagina's besteed. Krant, tijdschrift, radio en televisie komen veel uitvoeriger aan bod.

De auteur tracht de belangrijkste samenhangen tussen de algemene geschiedenis en ontwikkelingen in de mediageschiedenis aan te geven. Hij gaat onder meer in op de voortdurende politieke strijd om de vrijheid van berichtgeving en meningsuiting in de pers. Hij besteedt verder aandacht aan topics als de media in bezettingstijd, de strijd voor het open omroepbestel en de huidige trends naar schaalvergroting en internationalisering van de massacommunicatie. Het boek besluit met een overzichtelijke chronologie, waarin een

aantal mijlpalen in de communicatiegeschiedenis zijn afgezet tegen belangrijke gebeurtenissen in de algemene geschiedenis.

Het is begrijpelijk dat deze korte beschrijving van de mediageschiedenis niet anders dan oppervlakkig kan zijn. In sommige opzichten is zij echter te oppervlakkig. Zo blijft vaak onduidelijk hoe de verbanden tussen algemene historische ontwikkelingen en de mediageschiedenis precies liggen. Enige uitbreiding van de tekst in dat opzicht zou de waarde van het boek aanzienlijk hebben verhoogd. De auteur had verder wat meer aandacht aan zijn taalgebruik kunnen besteden. Want hoewel de tekst over het algemeen gemakkelijk leest, bevat hij nogal wat spelfouten en omslachtige en geforceerd populaire formuleringen als "Deze veranderingen vonden plaats op het gebied van de markt van lezers die groter en welgestelder werd ..." (p. 48) en "De verslagen patriotten hebben dan inmiddels uit de Franse revolutie moed gespeurd ..." (p. 36). Kortom, het boek biedt een aardige, overzichtelijke schets van de mediageschiedenis, maar kenmerkt zich tevens door een vaak te geringe diepgang en een wat slordig taalgebruik.

Leo van Snippenburg,
Katholieke Universiteit Nijmegen.

Gegevens over de auteurs

Drs. A.C.M. Bollen is als Toegevoegd Onderzoeker verbonden aan de Werkgroep Massacommunicatie & Public Relations van de Rijksuniversiteit Utrecht.

Prof. dr. C.P.M. van der Haak is door de Stichting Nijmeegs Universiteitsfonds benoemd tot Bijzonder Hoogleraar Mediabeleid, i.h.b. de vormgeving daarvan in de praktijk. Hij is hoofd van de Directie Omroepzaken bij de NOS.

E. Haast studeert Communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit Nijmegen.

Drs. N.R. Hietbrink is als A.I.O. verbonden aan de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen.

Dr. J. Kleinnijenhuis is als Universitair Docent verbonden aan de Sectie Communicatiewetenschap van de Vakgroep Politicologie en Bestuurskunde van de Vrije Universiteit.

Drs. A. Peeters is onderzoeker bij NOS-KLO en bij de Werkgroep Massacommunicatie en Public Relations van de Rijksuniversiteit Utrecht.

T.J. Spaans studeert Politicologie aan de Vrije Universiteit.

Dr. H.S.J. Robben is als Universitair Docent verbonden aan de Sectie Economische Psychologie van de Katholieke Universiteit Brabant.

Dr. J. Willems is Docent bij de Faculteit der Natuurwetenschappen van de Katholieke Universiteit Nijmegen bij de Werkgroep Populariseren van de Natuurwetenschappen. Verder is hij werkzaam bij de Vrije Universiteit als docent Populariseren van de Biologie en Chemie.

Massacommunicatie, 3, 1991, contents:

Kees van der Haak

Media policy crossing the line, page **177**

Jan Kleinnijenhuis, Allerd Peeters, Niek Hietbrink & Dick Spaans

The contents of NOS and RTL4 television news and the impact on viewers political knowledge, page **197**

Guus Bollen & Henry Robben

The role and working method of professional journal editors with informationselection, page **240**

Jaap Willems

Science on Dutch television, page **240**

Edwin Haast

Stuart Hall, page **254**