

# Antwoorden over informatie

DRS. R.E.M. VAN DEN BRINK\*

**Over de „informatiemaatschappij“ bestaan veel misverstanden. Een belangrijke oorzaak van de verwarring is dat men vaak geen onderscheid maakt tussen twee wezenlijk verschillende soorten informatie: informatie in de betekenis van het gebruik van computers, telematica e.d. als middel in het produktieproces, en informatie als boodschap van de ene persoon aan de ander als grondstof voor het denken en het gevoelsleven. Beide soorten informatie hebben afzonderlijke markten, waarvoor verschillende kenmerken gelden. In plaats van zich te verliezen in macro-bespiegelingen over de informatiemaatschappij, kan men beter kennis nemen van wat zich op deze markten afspeelt. Dit artikel is bedoeld om daartoe een bijdrage te leveren.**

## Inleiding

Wij bevinden ons in de vierde fase van de industriële revolutie sinds 1760. In de eerste fase stond de mechanisatie centraal, in de tweede de energie (gas, elektriciteit in de zin van sterkstroom, olie en de beweeglijkheidsderivaten als vormen van vervoersmiddelen), in de derde de (zwakstroom)elektronica en de chemische nijverheid. In de vierde gaat het om het opslaand, regelend, en besturend vermogen van de informatietechnologie en haar zuster, de telecommunicatietechnologie. Deze zijn van zodanige invloed op de produktie en consumptie dat zich een nieuw begrip heeft gevormd: de informatiemaatschappij.

Wat de produktie betreft wordt niet alleen de nijverheid, mijnbouw en de agrarische voortbrenging bediend, maar vooral ook het dienstenverkeer, dat al goed is voor zestig procent van de bedrijvigheid in mensdagen en vijftig procent van het bruto nationaal produkt (bnp) van Nederland. Men spreekt dan van industrialisatie van het dienstenverkeer, van bij voorbeeld voorraadbeheersing, het samenstellen van overzichten, afrekeningen, boekingen en in het algemeen het vermogen boodschappen over te brengen langs een geprogrammeerde weg. Hiermede is een belangrijk onderdeel van het dienstenverkeer afhankelijk geworden van industriële innovaties op het gebied van de apparatuur van automatisering en telecommunicatie (hardware), alsmede de hiermee verband houdende programmatuur (software), die een steeds essentiëler onderdeel van het telematicaproces en van het gebruik van met name computers, chips en robots is geworden. In dit opzicht is er ook een toenemende dienstverlening bij bedrijvigheid waarvan het eindprodukt geen dienst is. De telematica als informatieverwekker en -transporteur is een waardig onderdeel van de industriële revolutie. Door grotere precisie t.a.v. kwaliteit en kwantiteit van het gebruik van produktiemiddelen en arbeid, bevordert de telematica de efficiency en hiermee de produktiviteit in een mate die doet denken aan de grote sprong voorwaarts ten tijde van de eerste industriële revolutie.

Niet alleen de produktievoorziening en iedere vorm van beroepsarbeid zijn steeds afhankelijker van informatie, ook de consument, wordt steeds efficiënter verzorgd. Hij krijgt meer waar voor zijn geld. Bovendien maakt de informatie de behoeftenvoorziening effectiever doordat het informatieproces het aanbod van allerlei nieuwe goederen en diensten mogelijk maakt.

De Amerikaan dr. M.U. Porat heeft in 1977 getracht de oriëntatie van de wereldeconomie op informatieoverbrenging te becijferen. Hij komt wat 1967 betreft op ongeveer vijftig procent van

het bnp van de VS 1). Hij maakt hierbij onderscheid tussen primaire en secundaire informatie, die ieder bijna de helft omvatten van het hiervoor genoemde aandeel in het bnp. Bij de primaire informatie gaat het dan om de informatie die meetbaar is via een herkenbare markt. Het begrip markt moet dan ruim worden opgevat. Niet alleen het gehele onderwijs behoort er toe, maar ook het financieringswezen en het „risk management“, zoals verzekeringsmaatschappijen, geldswaardearbitrage, optiebeurs en dergelijke. Hoewel Porat met zijn studie baanbrekend werk heeft verricht op het gebied van het meten van de omvang van de informatiegerichtheid, zijn de hierbij gehanteerde vooronderstellingen zo arbitrair dat de uitkomsten weinig houvast bieden. Wie belangstelling heeft voor de structuur van de informatiemaatschappij en de invloed hiervan op uiteenlopende beleidsterreinen, doet er beter aan naar het meso-economische niveau af te dalen en kennis te nemen van de ontwikkelingen die daar gaande zijn.

In *ESB* is tot nog toe weinig aandacht aan de meso-economische aspecten van de informatievoorziening besteed. Wel zijn in toenemende mate (macro-)economische reflecties over informatie in de wekelijkse redactiecolum te vinden (b.v. 20 mei, 12 juni, 14 augustus, 4 september jl.). Zo luidde de titel van de colum van 14 augustus jl.: „Vragen over informatie“ en de slotzin: „We zitten in de informatiemaatschappij zonder informatie“. In dit artikel worden enige antwoorden gegeven.

## Keuzevrij en keuzegebonden informatie

Voor een goed begrip van termen als informatie, informatiemaatschappij en dergelijke is het noodzakelijk een onderscheid te maken tussen twee hoofdsoorten van informatie: de keuzegebonden en de keuzevrije informatie.

De *keuzegebonden* informatie betreft het gebruik en de toepassing van de produkten van de (tele)informatie-industrie geconcentreerd rondom de computer. Essentieel bij het gebruik van de apparatuur, de hardware, is de geavanceerdheid van het mogelijke gebruik van de programmatuur, de software, al dan

\* De auteur is commissaris van Elsevier-NDU, daarvoor voorzitter van de raad van bestuur van Elsevier. Voorts is hij president-commissaris van de computermaatschappij ICL (Nederland) en voorzitter van het Nederlands Orgaan voor de Bevordering van de Informatievoorzorging (NOBIN) te Den Haag. Het artikel is geschreven op persoonlijke titel.

1) M.U. Porat, *The Information Economy*, Stanford, 1977.

niet reeds besloten in de hardware (besturingsprogramma). Deze software schept evenwel slechts een door het programma zelf beperkt aantal mogelijkheden, die over het algemeen liggen op het terrein van de (regulerende en beheersende) precisie. En hiermee zijn wij ook gekomen aan het eind van de logistiek van dit totale *keuzegebonden* systeem: de mens als denkend wezen, met een eigen gevoel en (vrije) wil en ten slotte als beheersers van zijn leefpatroon als uitendelijke consument. Het kan zijn dat de bankafrekening als resultaat van geprogrammeerde dienstverlening het saldo precies weergeeft, wat men ermee doet is (in principe) geheel vrij. De keuzegebonden informatie is dus een produktiemiddel in het transitoire proces naar een eindprodukt, maar het kan ook (de vastlegging van) het eindprodukt zelf aangaan.

Van veel oudere datum dan de keuzegebonden informatie is de *keuzevrije* informatie als middel tot denken en voelen. In ruimere zin valt eronder iedere mededeling van een mens, maar in engere zin gaat het om een zinvolle mededeling. De keuzevrije informatie heeft door de uitvinding van de drukpers (omstreeks 1450) een fundamenteel andere dimensie verkregen door de vermenigvuldiging en hiermee verbandhoudende openbaarmaking van een mededeling, in beginsel voor een ieder. Hiermee was de eerste (keuzevrije) informatiemaatschappij geboren, zij het dat de economische en hiermee de maatschappelijke penetratie van met name de publiek-informatie eeuwen vergden. Aan de randvoorwaarden t.a.v. de vraag (alfabetisme, vrije meningsuiting, opleiding en inkomen) en t.a.v. het aanbod (redelijke prijs op basis van voldoende massaliteit, snelle vervoerbaarheid, actualiteit en openbaar bibliotheekwezen) werd eerst aan het begin van deze eeuw grotendeels voldaan. Indien men de democratisering van de keuzevrije informatie wezenlijk acht voor dat deel van het begrip informatiemaatschappij, dan is eerst na 1945 wegens de loon- en opleidingsexplosie sprake van een maatschappij die doortrokken is ook van deze soort van informatie. De vele (snelle) veranderingsprocessen zijn hiervan het gevolg, mede door de mondialiteit en snelheid van berichtgeving.

Het is misschien ooit mogelijk dat de computer „als mens” wordt geprogrammeerd en dus uitgevonden. In dit geval zou via deze computer van kunstmatige intelligentie een hybridisering plaatsvinden van beide soorten informatiemaatschappijen. Vijftien jaar geleden namen sommige informatici aan dat dergelijke computers er thans ongeveer zouden zijn. Nu is het duidelijk dat zelfs de zintuiglijke perceptie (als spraakherkenning en zien) nog in de kinderschoenen staat. De nabootsing van de hersenen van de mens (waaraan miljoenen jaren is „gewerkt”) blijft mogelijk een utopie.

Uit het bovenstaande blijkt dat het keuzevrije deel van de informatiemaatschappij een produkt is van een lang maar gestaag evolutionair proces. De voornaamste media hebben na hun opkomst als soort een onafgebroken levenscyclus gekend. Alles wat periodiek opeenvolgend verschijnt (ook herdrukken van non-fiction boeken en schoolboeken), kan zich steeds vernieuwen naar inhoud en uitvoering. Het keuzegebonden deel van de informatiemaatschappij (de vierde generatie van de industriële revolutie) is van veel recentere datum. Dit explosieve gebeuren heeft zich feitelijk voltrokken sinds ± 1965, toen er al sprake was van de post-industriële samenleving die wordt gekenmerkt door een sterke hybridisering van het industriële en het dienstenverkeer.

Bij het niet scheiden van beide hoofdsoorten van informatie ontstaat grote verwarring. Wezenlijke punten inzake de ene vorm van informatie worden dan behandeld met voorbeelden van de andere soort van informatie. Dit is begrijpelijk omdat de distributie van *keuzevrije* informatie, als grondstof tot denken, in feite een dienstenverkeer betreft dat, als het gehele dienstenverkeer, zich ook steeds meer logistiek bedient van procédés behorend tot het andere (*keuzegebonden*) informatieverkeer. De telematica die bij voorbeeld bij de uitgeverij het fotozetten, het opmaken van de pagina, het overstralen van gezette pagina's naar satellietdrukkerijen, het drukproces, de voorraadbeheersing, de facturering, de verzending/bezorging, de incasso, de marketing en dergelijke laat verrichten, is in wezen dezelfde als bij iedere andere bedrijfspgang. Alleen het niet-logistieke deel, de *inhoud* van de informatie, maakt de *keuzevrije* informatie als eindprodukt tot een fundamenteel andere soort van informatie.

Beide hoofdsoorten van informatie hebben wezenlijk geschei-

den soorten van markten met een eigen (kost)prijsbepaling, waardebegrip in verband met de functionaliteit van het produkt, concentratieratio's van ondernemingen en (soms) wettelijke bescherming van de industriële of intellectuele eigendom van de makers van die beide soorten van informatie. Daarop wordt hieronder nader ingegaan.

### De wettelijke bescherming van de eigendom van informatie

Wat die wettelijke bescherming betreft, deze is ook hier omgekeerd evenredig aan de ouderdom van de bedrijfstak. Wetten die vóór alles een „incentive” zijn tot een economische ontwikkeling komen moeizaam en in ieder geval erg laat tot stand, waarbij soms ook de controle op naleving van de wet geheel of gedeeltelijk ontbreekt (piraterij, reproprecht van fotocopies van auteursrechtelijke werken). Het heeft van 1450 tot 1912 geduurd eer bij de *keuzevrije* informatie bij voorbeeld bij geschriften een (in die tijd) sluitende Nederlandse en gedeeltelijk mondiale bescherming (Berners Conventie) van het eigendom van de maker van informatie werd verkregen. (De eerlijkheid gebiedt te vermelden dat de Nederlandse (boeken)uitgeverij zich tot het laatst heeft verzet tegen de buiten-nationale bescherming van het auteursrecht. Het relatief kleine Nederland geeft van oudsher veel vertalingen uit (5e plaats op de wereldranglijst) en men nam de buitenlandse auteursrechten niet altijd serieus.)

Inzake de *keuzegebonden* informatie zijn de (inter)nationale octrooirechten (ter bescherming van de industriële eigendom) bij de vervaardiging van hardware in principe niet minder werkzaam dan in andere industriële bedrijfstakken. Met de exclusiviteitsrechten op computerprogramma's is het heel anders gesteld. De Nederlandse Octrooiwet biedt vooralsnog een geringe bescherming en het verdrag inzake de verlening van Europese octrooien binnen Europa sluit expliciet computerprogramma's van bescherming uit. Inzake de Auteurswet zijn wat betreft software de eerste (bescheiden) successen sinds het begin van de jaren tachtig geboekt 2). West-Duitsland kent nu een auteurswet die software beschermt, mits er sprake is van voldoende originaliteit.

Dit alles betekent dus dat de markt van softwaretoepassingen bij de *keuzegebonden* informatie nog grotendeels in het „free-for-all” stadium is en alleen wordt ingeperkt door de machtsverhouding en met name marketingverhouding binnen de bedrijfstak van (externe) automatiseringsdiensten. De bekende macht van IBM op het gebied van de hardware is niet voornamelijk voortgekomen uit eigen technologische innovaties, maar uit het vermogen tijdig tot een wereldomvattende dekking van haar (ingenieuze) marketing en financiering van de produkten te komen.

Bij de *keuzevrije* informatie speelt de industriële eigendom geen directe rol. De benodigde duurzame produktiemiddelen worden aangeschaft en de eventuele patenten bij de technologie hebben betrekking op de aanbieders van die apparatuur als kapitaalgoed en niet de uitgever, platenindustrie, omroep, kabelexploitant enz. Het gaat hier om het auteursrecht, waarbij het gedrukte produkt (als oudste) dus de meest brede inhoudelijke bescherming geniet. Op het gebied van de (veel jongere) elektronische overbrenging van geluid en (bewegend) beeld is de auteursrechtelijke bescherming via de z.g. „nabuurrechten” veel minder dicht. Fundamenteel hierbij is het onderscheid van het auteursrecht (van de componist en tekstschrijver) en het nabuurrecht van de uitvoerende kunstenaar of van de exploiterende (platen)industrie. Onder druk van de omroepverenigingen zijn de (inter)nationale nabuurrechten op het gebied van de geluidsdragers niet geldig in Nederland (wegens de hieraan verbonden kosten). Nu de satelliet-TV uit het buitenland ons bestookt, is de visie van het Nederlandse omroepbestel veranderd. De parafening van het betreffende verdrag zal dus wel binnen afzienbare tijd geschieden, waardoor weer een (groot) gat is gestopt.

De conclusie dat in het verzorgingsgebied van de keuzegebonden en keuzevrije informatie de laatstgenoemde verreweg de breedste bescherming geniet tegen een inbreuk op het produkt-

2) D.W.F. Verkade, Bescherming van software anno 1983, in: *Jurist en Computer*, Deventer, 1983.

recht, wordt evenwel steeds meer aangetast door het substitutieverschijnsel vanwege:

- openbaar toegankelijke bibliotheken (zonder kostprijsdekende vergoedingen door de leners);
- de reproductie van statisch of bewegend beeld alsmede geluid voor „eigen gebruik” van verder wel auteursrechtelijk beschermde werken;
- publikaties door overheidsorganen of door de overheid gesubsidieerde organisaties beneden de integrale kostprijs.

## De beide informatiemarkten

Alle produkten van beide hoofdsoorten van informatie die tot een voldoende economische penetratie zijn gekomen, hebben een markt die vraag en aanbod van soortgelijke produkten in verband brengt en dus doet verhandelen, zoals bij alle andere markten. De vraag naar informatievoorziening wordt bepaald door het nut van die informatie voor de gebruiker. Bij de *keuzegebonden* informatie, dus het produktiemiddel, houdt de vraag verband met de produktiviteitsbevordering bij de totstandkoming van een eindprodukt. Bij de allocatie van de produktiemiddelen bepaalt de prijs voor deze informatie, dus het totaal van kapitaalkosten en arbeidskosten – in vergelijking met alternatieve mogelijkheden – de uiteindelijke keuze. Het verschijnsel doet zich ook hier weer voor dat door de toenemende massaliteit de kosten van de hardware steeds „dramatisch” dalen, zo ook de „firmware” door een bedrijfstaksgewijze mogelijkheid van (mondiale) toepassing. De op maat gebrachte software is mogelijk in plaats van het relatief goedkoopste deel van die informatiekering het relatief duurste geworden. Het is daarom jammer dat de software nog zo weinig beschermd is. Niet omdat hierdoor weer een nieuw exploiteerbaar immaterieel actief tot stand komt, maar vooral omdat het erosie-effect van onbetaalde nabootsing het tot stand komen van fundamentele verbeteringen in het productieproces in de weg kan staan. De keuzegebonden informatiemaatschappij is een onderdeel van een productie-systeem dat steeds sterker beïnvloed wordt door de immateriële activa. Het moge zijn dat deze op vrijwel geen enkele balans van een onderneming voorkomen, maar zij zijn een toenemende voorwaarde voor het succesvol deelnemen aan het productieproces.

In de markt van hardware heeft IBM sinds ± 1952 in de wereld en in praktisch alle landen het onbetwiste marktleiderschap op het gebied van de mainframes (grote computers). Deze „Sneeuw witje” naast de „Dwergen” fungeert als paraplu voor de totale bedrijfstak wat de prijsstelling betreft. Door de toegenomen compatibiliteit van de systemen is wat de randapparatuur aangaat IBM niet in alle markten dominant, maar IBM heeft wel bewezen het vermogen te bezitten, ook bij de pc (personal computer) snel en substantieel in een nieuwe markt te penetreren. Wat de firm- en software betreft is de (ontwikkelde) wereld zo langzamerhand overdekt door softwarehouses, die veelal een zeker specialisme hebben. Van de in Nederland werkzame ondernemingen zijn Volmac en Raet de marktleiders 3).

Aan de kant van het aanbod van software is de markt gebaseerd op rivaliteit en exclusiviteit, mogelijk getemperd door het ontbreken van produktrechten. Het gaat bij het informatieprodukt in principe om een individueel goed. De eigen input van het apparaat leidt tot een eigen output die in principe een gebonden, dus een besloten (exclusief) karakter heeft. Bij de *keuzevrije* informatie ligt de zaak fundamenteel anders door de functionaliteit van het informatieprodukt. Deze (beschermde) informatie heeft als immaterieel actief in beginsel een oneindig expansieve waarde. De gebruiksmogelijkheid van de één, sluit die van de ander niet uit (non-rivaliteit) en de toegankelijkheid van de informatie is door de veeleenvoudiging en openbaarmaking van het produkt in beginsel onbeperkt.

Mede door het bestaan van openbare bibliotheken, dus wat Nederland betreft sinds 1900, is de informatie via publieks-, vak- en wetenschappelijke boeken en tijdschriften een goed van algemeen nut geworden door de voor de gebruiker vrijwel kosteloze beschikbaarstelling. Een belangrijk deel van submarkten binnen de *keuzevrije* informatiemarkt betreft dus een pseudo-collectief goed. Bij de wetenschappelijke en technische informatie is de af-

zet aan bibliotheken tussen de 80 en 90% van de markt. Bij de publieksinformatie gaat in Nederland tussen de 10 en 15% van de (boek)verkoop naar de openbare bibliotheken.

De eigendom van de keuzevrije informatie aan de gebruikerskant is een meervoudig begrip. De eigendom van de informatieprodukten door de bibliotheek sluit het bezit van de gebruiker van uitgeleende geschriften in het geheel niet uit, welke gebruiker weer op zijn beurt de inhoud geheel vrij „als volkomen titel” in zijn denk- en gevoelsleven kan betrekken. De vraag is dus non-rivaliserend en non-exclusief.

Het aanbod van deze keuzevrije informatie is exclusief (buiten bepaalde overheidspublicaties) door de vergaande bescherming van deze informatie door de (inter)nationale auteurswetten. Het aanbod is dus vrijwel geheel rivaliserend, zowel wat betreft de auteursmarkt (fictionboeken, platen en cassettes, abonnee-TV) als de onderwerpenmarkt (non-fictionboeken, tijdschriften, omroep).

De omvang van de markt van de keuzevrije informatie wordt bepaald door de omzet van de daarin werkzame bedrijven en organisaties tot en met het bereik van de consument, de gebruiker van informatie. Bij de Nederlandse omroep gaat het om het inkomen uit kijk- en luistergeld, STER, programmablad en eventuele ledeninkomsten van de zendgemachtigden.

Het is verwarrend zowel de (gesubsidieerde) openbare bibliotheek als het publiekrechtelijk geregelde omroepbestel zonder meer tot non-profitorganisaties te rekenen. De laatstgenoemde is een non-lossorganisatie waarbij het vooruitbetaalde kijk- en luistergeld als feitelijke retributie en de STER een sluitende exploitatie mogelijk maken, terwijl de eerstgenoemde geheel non-income is wat betreft de gebruikersbijdrage.

Vanuit bovengenoemde beperking van het informatie-aanbod tot die van bedrijven, organisaties en omroep valt de z.g. „grijze literatuur” buiten de markt. Het gaat dan om geschriften, overwegend tijdschriften (kerkbladen, verenigingsbladen en dergelijke), maar ook om bepaalde boeken als proefschriften, scripties, handleidingen en reclamegeschriften die als zodanig geen handelswaar zijn. De term „grijze literatuur” is pragmatisch. Wel rekent men tot de uitgevermarkt grote tijdschriften (ANWB, professionele bladen, omroepbladen) die leden van organisaties formeel gratis ontvangen. Deze bladen zijn immers wat het dragen van reclameboodschappen betreft – en daar gaat het bij periodieke publikaties in medialand altijd om – in wezen niet te onderscheiden van abonnementsbladen, „controlled circulation” of STER. Het aantal titels van de grijze literatuur is vele duizenden per jaar.

Wat de prijsvorming van de keuzevrije informatie betreft moet onderscheid worden gemaakt tussen de redactionele inhoud en het wervende deel (reclame en personeelsadvertenties). Natuurlijk kunnen alle kosten van vervaardiging en distributie van beide gedeelten nauwgezet worden berekend, maar het verkoopbare aantal van boek of blad staat zeker bij boeken niet duidelijk vast en het aantal advertenties bij bladen nog minder.

Men komt daardoor tot wat ik zou willen noemen een empirische of opportune prijsvorming, waarbij bij bladen de opbrengst van de advertenties dominant is. Tientallen jaren heeft de dagbladpers stilgestaan bij een „methoden”-strijd inzake de kostprijsbepaling van advertenties. Deze zou moeilijk zijn te bepalen omdat gezamenlijke kosten van het redactionele en reclamegedeelte ondeelbaar zijn. Ook het begrip samengevoegde kosten helpt niet omdat de stijgende advertentieomvang de redactionele omvang doet toenemen. Het gaat om een opportune tariefsbepaling die mede verband houdt met het feit dat bij dagbladen de advertentieinkomsten na de oorlog zijn geëvolueerd van 40% naar 60% van de totale inkomsten, bij vakbladen van 30% over 70% naar heden 60% en bij publiekstijdschriften van 20% naar veelal 40%. Aan deze evolutie is de lange tijd van stringente prijsbeheersing van met name de abonnementsprijzen

3) In het omzetoverzicht van de bedrijfstakken in *Het financiële Dagblad* van 6 september 1985 worden inzake 1984 twintig automatiseringsdiensten genoemd die zowel betreffen verlening van geautomatiseerde diensten als het ontwerpen van programma's. In deze heterogene markt is de opstelling van een concentratieratio dus niet zinvol. De gemiddelde omzet bedraagt ± f. 54 mln. Volmac zet f. 225 mln. om en Raet f. 111 mln.

van dagbladen (kosten van levensonderhoud) niet vreemd. In het beschermde circuit van het omroepbestel was de prijszetting voor de STER zeer eenvoudig. De opportune prijsstelling voor TV en radio werd afgeleid als redelijk gemiddelde van de tarieven van soortgelijke Europese uitzendingen in de aanvansjaren 1967 en 1968. Deze prijszetting was uiteraard „ambtshalve” juist.

### Het substitutiecircuit

Binnen deze totale bedrijvigheid als markt is er in toenemende mate sprake van een circuit van substitutie t.a.v. het aankopen van informatie. Het eerste deel hiervan omvat de reeds genoemde openbare bibliotheek met haar eventueel te betalen leenrecht. In vele landen, waaronder Nederland, wint de overtuiging veld dat een aan de houders van auteursrechten door de bibliotheek uit te keren leenrecht per uitlening in vele opzichten redelijk is. Nederland zal uiterlijk 1987 beginnen met een dotatie die geschat wordt op f. 10 miljoen per jaar, of  $\pm 1\%$  van de gezamenlijke (overheids)kosten van het totale bibliotheekwezen. Het substitutie-effect van de openbare bibliotheek heeft in Nederland grote invloed gehad op de afzet van publieksboeken. Tot 1967 was het aantal verkochte boeken per jaar hoger dan het aantal uitgeleende. In 1984 was het aantal verkochte boeken sinds 1967 met 30% gedaald en het aantal uitgeleende boeken tot bijna het vijfvoudige gestegen. Het kosteloze lidmaatschap van de openbare bibliotheek voor jongeren tot 18 jaar (sinds 1975) heeft op deze aanzwelling grote invloed gehad. Tweederde van de Nederlandse gezinnen met kinderen is thans lid van een openbare bibliotheek. In ons kleine taalgebied kunnen geen publieksboeken verschijnen vrijwel geheel bestemd voor de openbare bibliotheek (die maar  $\pm 15\%$  afneemt van de calculatorisch noodzakelijke oplage). De bruto omzet van het publieksboek (buiten naslagwerken en boektijdschriften) afgenomen door gezinshuishoudingen was in 1984 met f. 609 mln. gelijk (na correctie voor inflatie) aan de omzet van 1966. Het topjaar in die periode was 1977 met een 35% hogere omzet dan 1966. Hiervoor is reeds het sterke substitutie-effect van de wetenschappelijke en technische bibliotheken genoemd. Omdat hier – in tegenstelling tot het publieksboek – sprake is van een inelastische vraag is er geen sprake van een omzetzakelijke daling.

Tot het tweede circuit van substitutie reken ik het zelf-reproduceren (zonder vergoeding) voor „persoonlijk gebruik” van bestaande geschriften of geluid- en beeld dragers. De noodzakelijke gebruikerselectronica ter reproductie is zozeer in prijs gedaald en gebruikersvriendelijk geworden dat een substantieel deel van bepaalde markten wordt verkleind. Dit geldt voor de fotocopie van het duurdere (dus niet-publieks-)geschrift en de vastlegging van geluid op niet-voorbepaalde banden. Dit overnemen van geluid van bestaande platen/cassettes neemt explosieve vormen aan. Blijkens onderzoek werd in 1979 in Nederland iedere plaat of cassette 2,5 maal overgespeeld op een „lege” cassette. Dit getal was in 1983 al opgelopen naar 4,5. De technologie van de compact disc laat geen overspelen voor „eigen gebruik” toe, maar het geluid zelf kan uiteraard opnieuw op de eigen (gewone) band worden vastgelegd. Voor met name de geluidsmarkt van platen en cassettes heeft dit reeds dramatische consequenties gehad. De omzet van die markt in Nederland is ondanks (of dank zij?) drie afspeel/opname-apparaten per huishouding sinds 1978 in een dalende lijn en in 1984 met f. 500 mln. zelfs teruggelopen naar het niveau (gecorrigeerd voor inflatie) van 1971. Het opleggen van een reprorecht op niet-voorbepaalde cassettes en op recorders kan deze situatie voor de bedrijfstak enigszins verlichten 4). De penetratie van de compact disc zal naar men aanneemt die omzet weer kunnen verhogen. Over het substitutie-effect van de compact disc aangaande het statische (woord) beeld is op dit moment nog weinig te zeggen wegens de afwezigheid van aanbod van enige betekenis.

Het bewegende beeld kent het sterkste substitutie-effect bij de bioscoop. In 1946, dus vóór de invoering van de TV (1952), was in Nederland het bezoekerstal het hoogste, nl. f. 86 mln. per jaar. Binnen 10 jaar halveerde dit, om voor 1984 op f. 17,4 mln. te geraken. De huisbioscoop van de reeds meer dan 1 mln. beeld-recorders met hun gemak van overneming van beeld op niet-

voorbepaalde cassettes en de lage huurprijzen van voorbespeelde cassettes hebben de bioscoop verder in gevaar gebracht.

Ook de fotocopie wint steeds meer terrein, vooral bij het (door beperkte oplage) duurdere geschrift, dus vooral bij de onderwerpmarkt van de tijdschriftartikelen binnen de wetenschappelijke en technische informatie. Tot nu toe is de aldus afkalvende markt in stand gehouden door prijscorrectie en (bij de tijdschriften) omvangscorrectie in deze markt met een inelastische vraag. De consultatieve verschaffing van de keuzevrije informatie via databanken met bijbehorende „document delivery” (van het tijdschriftartikel) zal een substitutieprobleem van omvang scheppen omdat dan in feite wordt overgegaan van een algemeen abonnement op de volle omvang van een geschrift naar een keuze-abonnement op specifieke artikelen. Tegen de tijd dat de zoekmethode naar onderwerp meer gebruikersvriendelijk is geworden, zal een informatierecht moeten zijn ontwikkeld dat de samenstelling van het verzamelgeschrift – met zijn eigen functie – in stand houdt.

Het derde circuit van substitutie laat zich raden wat betreft de piraterij bij radio- en TV-uitzending, „zwartkijken” en (weder)verkoop van illegale beeldcassettes. Het omvat ook het niet naar behoren betalen van een al wettelijk geregeld reprorecht door overheid en bedrijfsleven. Het gaat uiteraard niet aan dat de soms duizenden medewerkers van een organisatie of onderneming die hun beroepsinformatie reproduceren voor eigen gebruik die organisaties zouden „bevrijden” van aankoop of enige vergoeding voor de informatie. De (weigerachtige) houding van met name het bedrijfsleven, dat weet heeft van „voor wat hoort wat”, bewijst dat de keuzevrije informatie voor professioneel gebruik geacht wordt ook bij de productie een collectief goed te zijn. Deze houding wordt gevoed door het feit dat er op dit terrein (mondiaal) bibliotheken zijn die uitlenen zonder enige vergoeding van leenrecht. Dit vergoeden van een leenrecht of andere vorm van informatierecht (t.a.v. de „document delivery”) tot instandhouding van de productie, betekent als deze er wel zou zijn geen prohibitieve verhoging bij voorbeeld van de kosten van onderzoek en ontwikkeling. De kosten van de externe, dus keuzevrije informatie bij research-afdelingen van grote bedrijven bedragen niet meer dan 1% van de totale onderzoekskosten.

In tegenstelling tot de auteurs van publieks-, educatieve en professionele informatie, is de informatie voor de auteur (of zijn werkgever) van een wetenschappelijk artikel geen economisch goed. Hij publiceert zijn resultaat van onderzoek omdat de opname in een wetenschappelijk tijdschrift alleen geschiedt als de bevinding *nieuw* is op het vakterrein. Deze erkenning van waarde is voor de auteur indirect wel een economisch goed. Het bevestigt zijn plaats in de wetenschap en is goed voor zijn carrière. Belangrijk in dit verband is ook de mate waarin andere wetenschappers in hun artikel aan hem refereren. De kosten van het onderzoek zelf zijn wel een voorwaarde om tot de wetenschappelijke openbaarmaking (in een gerichte, kleine oplage) te komen. De publicatie zelf is alleen voor de publicerende uitgever, redacteur en wederverkoper een economisch goed, dat circa 2,5% van de totale (wereld-) markt uitmaakt van keuzevrije informatie, zoals gesteld overwegend beheerst door de openbare bibliotheken. De kosten van de uitgave van wetenschappelijke informatie per gedrukte pagina zijn hoog door de zeer geringe oplage. Zelfs bij publicatie in de Engelse taal is de oplage van een monografie of tijdschrift nog steeds 500 – 1.500 exemplaren, evenals in de 16e eeuw. Tegenover het geringe aantal geleerden en specialisten toen, staat nu de abundantie van de (super-)specialisten en het relatief geringe aantal wetenschappelijke bibliotheken in de wereld.

### De omvang van beide informatiemarkten in Nederland

Als men de werkwijze van Porat zou volgen ter vaststelling

4) Ten einde het auteursrecht op beeld- en geluidsproducten indirect te beschermen, zal binnenkort in Frankrijk een reprorecht op niet-voorbepaalde cassettes en op recorders worden geheven als doelbelasting. In Nederland verzetten de producenten van niet-voorbepaalde cassettes zich sterk tegen een dergelijke zakelijke doelbelasting.

van de maatschappelijke oriëntatie in kwantitatieve zin op informatie, zou men thans zeker boven 60% komen (zijn metingen betreffende 1967). Relevant is naar mijn mening veel meer het verbijzonderen van de kosten voor de gebruiker van het systeem van keuzegebonden informatie en van de inhoud van keuzevrije informatie. Het onderscheid tussen beide informatiesoorten, produktiemiddel of grondstof tot denken en voelen, brengt dit met zich mede.

In de bij beide markten betrokken (bescheiden) bedrijfstakken behoeft ook meso-economisch gezien geen angst te bestaan voor concentraties en gevaarlijke oligopolies, die ook elders voorkomen. Wereldschokken als die wij hebben beleefd bij de oliecrisis of die wij zouden kunnen beleven bij een crisis in het internationale bankwezen, kunnen zich bij het informatiewezen, gezien de heterogene markten, niet voordoen. Zelfs de omzet van de onderneming met de grootste winst ter wereld, IBM, is niet meer dan 0,3% in vergelijking met het wereld-bnp dat voor 1984 \$ 12.020 mrd. bedraagt.

De *keuzegebonden* informatie moge in hoge mate de behoeftevoorziening efficiënter maken, maar het gaat toch slechts om een naar omzet gemeten bescheiden bedrijfstak van hardware en software. Het maatschappelijke belang is wel groot, omdat de genoemde (horizontale) bedrijvigheid invloed heeft op alle (verticale) bedrijfstakken, zowel wat betreft de produktie als consumptie van de eindprodukten. Op basis van vergelijking van een aantal schattingen van o.a. CBS en NIPO, kan worden gesteld dat de omzet aan hardware en software in 1984 in Nederland f. 7,8 mrd. groot was, waarvan  $\pm 60\%$  de hardware betrof en  $40\%$  de software (dataprocessing). Dit komt overeen met  $\pm 2\%$  van het bnp. Binnen de bedrijven en organisaties zelf die computerdiensten gebruiken, wordt verder voor een bedrag van f. 3,4 mrd. uitgegeven aan software. De teletransmissie van computerdata staat nog in de kinderschoenen en betreft vooral de steeds belangrijkere netwerkontwikkeling en de gebruikerselektronica van zichtbaarmaking en vastlegging van de data.

Dat de term informatiemaatschappij het zo snel is „gaan doen”, komt mogelijk vooral voort uit de universele bekendheid van de *keuzevrije* informatie – eveneens een bescheiden bedrijfstak – met grote innovaties op het gebied van de elektronische overbrenging van (statisch en bewegend) beeld en geluid met haar overwegend indringend vermogen tot gewaarwording. In 1983 heb ik in dit blad de binnenlandse bruto omzet (inclusief reclame) van de totale bedrijfstak van *keuzevrije* informatie berekend op f. 7,3 mrd. in 1981, of  $\pm 2\%$  in vergelijking met het toenmalige bnp 5). Sindsdien is dit percentage nauwelijks gewijzigd. Van bovengenoemde bruto omzet betrof 87,8% de gedrukte media en 12,2% de elektronische (platen, cassettes en omroep). Het binnenlands gebruik (dus de omzet) van databanken en „electronic publishing” werd toen p.m. opgenomen. Het is gedurfd om deze omzet nu boven f. 100 mln. te schatten en het voornaamste hiervan betreft import.

In de bovengenoemde bruto omzet zijn uiteraard (naast de kosten van wederverkoop) de kosten van de drager van de informatiesoorten begrepen, dus van de grafische produktie bij het gedrukte produkt en het persen van platen, het voorbeelden respectievelijk de teletransmissie (al dan niet via de ether) bij radio, TV en „electronic publishing”. Wezenlijk voor de ontvanger van de elektronische boodschap zijn de jaarkosten van de eigen gebruikerselektronica (afschrijving, onderhoud, rente, bekabeling en PTT-tarieven) die veelal een veelvoud bedragen van de jaarkosten van het programma (bewegend en statisch beeld, geluid). Dit is niet alleen het geval met het geluid – in de huidige doe-het-zelfmaatschappij – maar ook in versterkte mate met het audio-video-produkt. Het staat vast dat de gebruiker herhaling van (bewegend) beeld tegenstaat en van geluid niet. Daarom zal de beeldplaat/cassette op dit punt ook bij verdere daling van de prijs relatief weinig worden gekocht en vooral, al dan niet bij abonnement, worden geleend. Hiernaast moet het hiervoor genoemde circuit van het zelf overnemen van platen, voorbespeelde cassettes of van radio of TV worden genoemd. Het Nederlandse zwarte circuit van met name de beeldplaat wordt nu geschat op 50% van de omzet van de wederverkoop.

## De concentratieratio's in de informatievoorziening

Over het algemeen worden concentratieratio's gezien als indicaties van marktmacht. Alleen bij het voldoende openhouden van vrije concurrentie kan een marginale prijszetting ten behoeve van de consument plaatsvinden. De anti-trustwetten in vele grote landen zijn hiervan nog steeds het bewijs. Nederland, als klein land, kent geen anti-trustwetten, hetgeen enerzijds kan betekenen dat in bepaalde Nederlandse bedrijfstakken door een of weinig ondernemingen een dominante positie wordt ingenomen. Anderzijds betekent deze positie in de thuismarkt dat hiermee een wat betere positie kan worden ingenomen bij de penetratie van de honderd maal grotere wereldmarkt. Nederland vormt  $\pm 0,3\%$  van de wereldbevolking,  $\pm 1\%$  van het wereld-bnp en  $\pm 3\%$  van de wereldhandel. Wil men vanuit de Nederlandse eegstelling groot worden in de wereld, dan is soms de positie van een international als „poliep in vaderlandse trekvaarten” zoals dat heette in de jaren dertig, een voorwaarde voor latere verbreding van de werkgelegenheid, onderzoek en ontwikkeling, handels- en betalingsbalans. Onlangs las ik „wat slecht is voor Philips is slecht voor Nederland” (als variant op „wat goed is voor General Motors is goed voor de VS”) en men kan het daarmee moeilijk oneens zijn in de keuzegebonden informatiemaatschappij, waarvoor Philips van alles in huis heeft.

De concentratieratio's in de wereld van de computer, de telecommunicatie en de elektronica voor informatiegebruik (consumentenelektronica), dus de hardware bij de keuzegebonden informatie, moet per definitie de wereldmarkt betreffen. Immers, deze apparatuur en bekabeling vormt een systeem waarvan de toepassing in alle landen gelijk kan zijn. In Europa wordt door het monopolie van de nationale PTT's wel de thuismarkt van de telecommunicatie-apparatuur beschermd door binnen de quota van toelevering een duidelijke voorkeur aan de dag te leggen voor de eigen nationale bedrijven, in ons geval dus met name Philips. Buiten die PTT-toelevering vormt dan de Nederlandse concentratieratio veelal het beeld van de mondiale ratio.

De concentratieratio van de Nederlandse hardware-omzet in computers is hiervoor al geïndiceerd. Binnen de bestaande asymmetrische oligopolie is IBM met een marktaandeel van  $\pm 30\%$  (mondiaal 38,5%) dominant, gevolgd door DEC, Philips en Burroughs. Het marktaandeel van de grootste vier, of wel de concentratieratio 4 (C4) is 50%. De gehele Nederlandse markt omvat  $\pm 150$  aanbieders. Deze markt van computer-hardware (van mainframes tot beeldschermen en wordprocessors) kan in 1984 worden geschat op f. 4,7 mrd. Op het gebied van de hardware inzake telecommunicatie inclusief telefoon, telegraaf, telex, zenders en TV-bekabeling gaat het om jaarkosten te schatten op ten minste f. 2 mrd. Door de „closed shop” met betrekking tot de PTT is een concentratieratio alleen maar te schatten. Mogelijk is dat de toelevering door de eerste vier ondernemingen praktisch 100% van die totale markt omvat. Het gebruik van de hardware inzake telecommunicatie in inhoudelijke zin valt evenals hiervoor betoogd buiten het bestek van dit artikel, in zoverre het niet de drager is van de genoemde markt van *keuzevrije* informatie. De *inhoud* van telefoon gesprekken, telegrammen en dergelijke heeft als zodanig geen markt die beheerst kan worden. Voor de hoogte van de PTT-tarieven van transmissie geldt dit uiteraard wel, in het bijzonder wanneer het de zeer hoge internationale kosten van de transmissie van keuzevrije informatie aangaat (bij voorbeeld telexkosten van de databank).

Bij de consumentenelektronica voor TV, radio en afspeelapparatuur (recorders) gaat het in beginsel om een vrije concurrentie. Het handelt hierbij vooral om afspeel- en opname apparatuur, audio en radio (aantal  $\pm 20$  mln.) en afspeel- en opname apparatuur, audio visueel en TV (aantal  $\pm 6$  mln.). De jaarkosten (afschrijving, onderhoud en rente) hiervan zijn moeilijk te schatten. Als wij deze stellen op gemiddeld f. 200 per jaar per apparaat dan bedraagt dit f. 5,2 mrd. Over de vaststelling van het marktaandeel bij toelevering van de onderscheiden apparatuur bestaan helaas geen betrouwbare cijfers. Wel zal de concentratieratio 4 bij iedere groep zeer hoog zijn.

5) R.E.M. van den Brink, Informatie over informatie, *ESB*, 20 juli 1983, blz. 634.

In het algemeen kan worden gesteld dat de markt van computer-hardware in Nederland vrijwel een totale importaan-gelegenheid is, al dan niet via een binnenlandse productie door de dochtermaatschappij van een buitenlandse onderneming. Een Nederlandse exportmarkt te dien aanzien is er dus nauwelijks. Bij de consumentenelektronica van de informatie is het importaan-deel beperkt, hoewel de opmars van Japan ook hier moet worden genoemd. De Nederlandse buitenlandse handel is vrijwel geheel in handen van het Philipsconcern.

In de reeds aangeduide zeer heterogene markt van de software van en services voor computers (f.3.1 mrd.) is het importaan-deel bij de toelevering vanuit de computermaatschappijen en systeemhuizen groot. Voorts moet de eigen programmering door de Nederlandse gebruikers-ondernemingen en onafhankelijke computerdiensten worden genoemd (f. 3,4 mrd.). De kapitalisatie van de Nederlandse bedrijfstak computerdiensten is niet van dien aard dat de Nederlandse thuismarkt een uitgangsstelling kan worden voor een duidelijke penetratie in de wereldmarkt.

Wat Nederland betreft zijn er met name op het gebied van het *keuzevrije* informatiewezen herhaaldelijk pogingen gedaan tot een reglementering te komen inzake fusies of overname van titels, voor zover het de (dagblad)uitgeverij aanging. Ook de brede fusiegolf op het gebied van de (bescheiden) bedrijfstak boeken, tussen 1967 en 1972, ontkwam niet aan waarschuwend en beschuldigende geluiden. Het ging hier niet over de prijszetting (marktmacht) maar over een vermoeden van een komende verschraling van de breedte en diepgang van het titelbestand door de grove vingers van de concerns. Hetzelfde gold t.a.v. concentraties aangaande dagbladen. Sindsdien moet men zich meer zorgen maken over een teveel aan boek- en dagbladtitels wil de bedrijfstak gezond blijven. De werkelijke basis van verschil in inzicht over een geïntegreerd Nederlands mediabeeld op het terrein van de publieksinformatie is niet van redactioneel-inhoudelijke aard. Het gaat uitsluitend om een verdeling van de opbrengst van (merk-)reclameboodschappen aan de Nederlandse consument tussen uitgeverijen en de „non-loss“-organisaties binnen het Nederlandse omroepbestel.

De voorziening van (de inhoud van de) keuzevrije informatie wordt gedomineerd door het woord en hiermede door de taal. Vandaar is er slechts zelden sprake van een wereldmarkt. Wat de gedrukte media betreft is de grote uitzondering de wetenschappelijke informatie in de „lingua franca“, de Engelse taal. In deze relatief kleine (2,5%) maar – in absolute getallen – mondiaal gezien zeer grote markt, heeft Elsevier een eerste positie op natuurwetenschappelijk gebied. Wat de wereldhandel betreft dient ook de handel tussen de landen met een Engelse voertaal te worden genoemd. In het Verenigd Koninkrijk bedraagt bij voorbeeld de export van boeken traditioneel  $\pm 40\%$  van de totale omzet.

De informatieproductie in Nederland via het gedrukte woord is tot voor kort geheel in handen van Nederlandse uitgeverijen (een dominante buitenlandse penetratie betreft alleen de wederverkoop door de grote boekenclubs). Bij de geluidsproductie is de situatie (buiten Philips) in handen van dochtermaatschappijen van buitenlandse ondernemingen omdat bij muziek het taalgebruik secundair is. Het omroepbestel is in Nederlandse handen hoewel met name de buitenlandse TV-uitzending via een satelliet steeds meer zal kunnen penetreren. Deze uitzendingen zijn totaal gebaseerd op reclamegelden en dus kosteloos voor de ontvanger.

Bij de keuzevrije informatie zijn de concentratieratio's 4 betreffende de bruto binnenlandse omzet in 1981 als in de tabel.

Bij de wetenschappelijke bladen is de ratio niet relevant. Vrijwel de gehele wetenschappelijke literatuur betreft import en er zal zelden een uitgeverij zijn waarvan de toelevering meer dan 1% bedraagt. Bij de professionele bladen en de publieksbladen is het niet eenvoudig de omvang van de totale markt vast te stellen omdat juist bij deze literatuur veel grijze literatuur schuilt, gepubliceerd door organisaties als ledenorgaan. De concentratieratio's zijn dan ook niet meer dan een indicatie. De ratio's in de tabel hebben niet geleid tot een oligopolistische prijsvorming, alleen al door de sterke substitutiemogelijkheid tussen de producten onderling en vooral vanwege het substitutie-alternatief van de openbare bibliotheek bij met name de boeken.

Tabel. Concentratieratio's in de keuzevrije informatiemarkten

	Concentratieratio 4
Totale uitgeversmarkt	48
Boeken	
– fiction	38
– non-fiction	67
– educatief	49
– vak/professioneel	99
– wetenschappelijk, nederlandsstalig	27
– wetenschappelijk, vreemdtalig	30
Tijdschriften	
– wetenschappelijk	n.v.t.
– vak/professioneel	$\pm 40$
– programmabladen	77
– publieksbladen	$\pm 80$
Huis-aan-huisbladen	38
– dagbladen	56
Totale geluidsmarkt	70
Totale omroepmarkt	61

Het importaan-deel in de binnenlandse afzet van folioprodukten is zeer gering, met uitzondering van de publieksboeken ( $\pm 15\%$ ) en de wetenschappelijke tijdschriften. De brede Nederlandse export betreft dezelfde categorieën van folioprodukten. Van de binnen de concentratieratio 4 vallende ondernemingen, bewegen de multimediale uitgeverijen Elsevier-NDU, VNU en Kluwer zich steeds meer op internationaal terrein, gesteund door een sterke kapitalisatie. Deze internationalisering betreft vooral de overneming van middelgrote uitgeverijen in de VS betrokken bij „electronic publishing“. Het ligt in de rede dat op basis van deze know-how dan weer in Europa soortgelijke activiteiten door kleindochtermaatschappijen worden geïnitieerd. Hier is dus een U-bochtconstructie nodig omdat werkelijke internationalisatie op het gebied van de keuzevrije informatie eigenlijk alleen mogelijk is vanuit de reusachtige, ook naar taal homogene Amerikaanse markt. Deze internationaliteit van de eerste drie uitgeverijen geldt niet voor nummer vier, het Telegraafconcern. Bij Wolters-Samson, die naar bruto omzet de negende plaats inneemt in de totale uitgeversmarkt, is de internationale expansie opmerkelijk. De nummers 5 t/m 8 betreffen dagbladen-concerns, die uitsluitend de Nederlandse markt bedienen. Van deze ondernemingen kan geen penetratie van de internationale markt worden verwacht.

Wat de geluids- en omroepmarkt betreft, bedenke men dat de jaarkosten van de noodzakelijke consumentenelektronica een veelvoud bedragen van de kosten van de programmering, dus van de inhoud van het audio-visuele produkt. Dit houdt in dat verdere innovaties op het gebied van de audio-visuele programmering, inclusief die met een grotere vrijheid van afspelen en opnemen naar tijd en plaats, in feite kunnen geschieden tegen maatschappelijke differentiële kosten. Dit zal de snelheid van de economische penetratie van nieuwe media(vormen) zeker bevorderen.

#### Het volgen van de reclameboodschap

Vele bedrijfstakken wordt terecht de produktgerichte instelling verweten, met alle gevolgen t.a.v. de levenscyclus. Reders werd verweten dat zij zich niet bewust waren in vervoer te doen waarbij het schip eventueel een transitioire positie zou kunnen innemen met het oog op de vervoersnelheid van bij voorbeeld het vliegtuig.

Sinds de negentiende eeuw is de ontwikkeling van het dagblad-wezen nauw verbonden met de mogelijkheid tot reductie van abonnemstarieven door de inkomsten uit advertenties. Deze bedroegen toen bij kwaliteitsbladen als de NRC al 50% na de afschaffing in 1869 van het dagbladzegel (als belasting op kennisverbreiding). Het relatieve monopolie van de dagbladen op het

gebied van de reclameboodschap – de (publieks)tijdschriften stonden in de kinderschoenen – duurde tot 1938/1945. Na de oorlog kwamen de publieksbladen op (inclusief de vele opinie- en programmabladen) en ten slotte volgde de STER-reclame sinds 1967/68 bij radio en TV. Hierdoor daalde de relatieve positie van het dagblad in de wervingsmarkt (reclame en personeel) aanzienlijk. In het genoemde artikel in *ESB* in 1983 heb ik aangegeven dat het dagblad in 1938 78,1% van die totale wervingsmarkt van de media bezat. Dit was in 1981 gedaald naar 42,8% met als grootste rivalen het huis-aan-huisblad (21,4%) de STER (10,1%) en de publieksbladen (buiten programmabladen) met hun reclametoename van 7,7% van het totaal. De steen des aanstoots bij dit alles was niet de reclameabsorptie door de beide andere folioprodukten, maar de positie van de STER binnen het zendmachtigingsbeleid van het omroepbestel. Van de markt van huis-aan-huisbladen bezitten de dagbladconcerns tweederde en iedere uitgever mag publieksbladen het licht doen zien. De inkomsten van de STER zijn evenwel voorbehouden aan de zendgemachtigden.

In de vele mediareportages van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid in 1982 is, om te komen tot een basis voor een geïntegreerd mediabeleid van de regering, veel aandacht besteed aan de concentratieratio's met name binnen de Nederlandse periodiek verschijnende pers. Deze baanbrekende studies hebben veel vastgesteld t.a.v. bij voorbeeld deze ratio's. Maar zij zijn zoals ook is gebleken niet relevant voor de verdeling van de reclamegelden. Het probleem is immers niet van inhoudelijke aard. De „broadcasting” voor iedereen via radio en TV is steeds in de richting gegaan van het amusement. De dagbladen geven geen feuilletons meer, maar wel wekelijkse bijlagen rondom een informatief thema waardoor o.a. de opmars van de opinietijdschriften een halt is toegeroepen. En zo kan men doorgaan. Het probleem voor de „narrowcasting” van reclamedragende gedrukte produkten voor per definitie een beperkt publiek is: hoe kan de meer dan een eeuw lang gehandhaafde abonnementsprijzreductie door de inkomsten uit reclameboodschappen blijven gehandhaafd? Het klinkt wat ordinair, maar in wezen is het bestaan van de uitgeverij voor publieksbladen t.a.v. haar inhoudelijk voorlichtende taak als verplichting

vanuit de vrijheid van drukpers dwingend verbonden met het volgen van de bedding van de stroom van informatieboodschappen. Doet zij dat niet, dan is zij niet anders dan de reder die zijn vaste passagierslijn opheft en niet betrokken is bij de luchtvaart.

## Conclusie

Alles overziende behoeft er geen enkele beduchtheid te zijn dat – zolang de vrije meningsuiting en „soevereiniteit in eigen kring” politiek gewaarborgd blijft – informatie ook internationaal gemonopoliseerd wordt of gemanipuleerd vanuit de mesoeconomie die het aangaat. De *keuzegebonden* informatisering is niets meer dan een systeem waarmee iedere gebruiker(sgroep) zijn eigen data inbrengt. De *keuzevrije* informatievoorziening betreft zeker geen „vluchtig goed”, maar juist een relevant blijvend expansief goed, beschikbaar voor iedereen tot denken tot en met zijn „allerindividueelste emoties”. De geruststellende gedachte hierbij is dat het bij de informatisering én de informatievoorziening gaat om een meso-economische markt, die in totaal niet uitgaat boven  $\pm 8\%$  van het bnp, in handen van zeer vele ondernemingen, organisaties en het openbare bibliotheekwezen. De keuzegebonden informatisering zal hiervan 70% betreffen en de keuzevrije informatievoorziening 30%. Ter vergelijking diene dat de totale energievoorziening een aandeel van 9% in het bnp betreft. Het gaat in dat geval om ondernemingen met een fundamenteel andere drempelgrootte, waarmee men maatschappelijk best kan leven.

De hiervoor genoemde visie van Porat in 1977 over de betrokkenheid van de huidige wereldeconomie bij informatie (60%) is shocktherapeutisch nuttig geweest als een beschrijving van de „Wealth of information”, evenals het rapport van de Club van Rome in 1972 therapeutisch zin heeft gehad. Men blijft evenwel beter met beide benen op de grond staan als men vóór alles de meso-economische ontwikkeling van de *keuzegebonden* informatisering en de *keuzevrije* informatievoorziening blijft volgen, in Nederland en daarbuiten.

**R.E.M. van den Brink**