

In het kader van het Belgisch-Brits cultureel akkoord gaf Prof. dr. Jay BLUMLER, professor aan de University of Leeds en research director of the Centre for Television Research, op uitnodiging van het Departement Communicatiewetenschappen, respectievelijk op 4 en 5 december 1974 twee lezingen: «The Decline of Traditional Communication Patterns» en «The Evaluation of New Communication Roles» onder de algemene titel: «The Intervention of Broadcasting in Politics».

De eerste lezing vindt men hieronder. Zij werd in het Nederlands vertaald door Lieve BRAEKEN.

De tweede lezing wordt voor het volgend nummer gereserveerd.

## de interventie van de omroep in de politiek

Jay BLUMLER

Mijnheer de Voorzitter, ik ben U en de universiteit van Leuven dankbaar omdat ik de mogelijkheid heb gekregen om met U van gedachten te wisselen over wat ik genoemd heb: «De interventie van de omroep in de politiek». Ik zal vooral spreken over ervaringen, onderzoeken en waarnemingen in Groot-Brittannië, maar opinies vanuit een andere context, bijvoorbeeld de Belgische, zijn zeer welkom: zo zullen we ideeën kunnen uitwisselen en nagaan of hetgeen ik zeg overeenstemt met of afwijkt van uw eigen ervaringen.

Vooraf wil ik laten opmerken dat ik vertrek vanuit een breed perspectief over het onderwerp. Wellicht reflecteert dit mijn opvatting dat een vruchtbaar idee over de rol van de massamedia in de politiek, in zekere mate tot stand komt door het beschouwen van de systemen. In een bepaalde maatschappij is er wat men zou kunnen noemen een politiek communicatiesysteem, dat minstens bestaat uit partijzegslieden, professioneel massamedia personeel en ontvangers, boodschappen die ze naar elkaar zenden en middelen waardoor deze boodschappen verspreid worden. Bovendien is er een soort politiek systeem waarmee ze in relatie staan, evenals opvattingen over communicatie, normatieve ideeën over de functies die politieke communicatie zou moeten vervullen en andere ideeën over de functie die ze momenteel uitoefent, waarvan enkele afkomstig zijn van onderzoeksresultaten.

In feite wil ik in een eerste deel beginnen met het normatieve niveau van het onderwerp en dit door U te vragen na te denken over hoe adequaat de politieke communicatie-overeenkomsten zijn die heden in de meeste Westerse democratische landen fungeren, of ze ons dienstbaar zijn dan wel of ze in bepaalde opzichten geherstructureerd moeten worden. Op dit ogenblik stel ik slechts de vraag, maar ik zal er in deel II op terugkomen.

Ik heb besloten de discussie op dit zgn. normatieve vlak te openen en te sluiten en wel om twee redenen. Een eerste komt voort uit het feit dat het proces van politieke communicatie over het algemeen, en het gebruik van de omroep in de politiek in het bijzonder, geladen is met conflicten en dubbelzinnigheden die nooit volledig kunnen vermeden worden. Laten we er in het kort enkele opsommen. De omroep krijgt haar uiteindelijke autoriteit van de Staat, maar de politieke inhoud representeert slechts een klein gedeelte van de totale output. Van de media wordt verwacht dat ze het publiek eveneens ontspanning geven en verstrooien, zowel amuseren als informeren. Politici schijnen te verwachten dat hetgeen zij doen en zeggen over de gehele lijn respectvol behandeld wordt, maar omroepspecialisten weten maar al te goed dat, zoals de Voorzitter van de B.B.C. het onlangs uitdrukte: «langdradige programma's van sprekende politici door het publiek afgewezen

worden, hoe moeilijk dit ook door politici aanvaard wordt». Kiezers worden terzeldertijd aangetrokken en afgestoten door politieke gesprekken. Aangetrokken wanneer het om elementen gaat die hun leven kunnen beïnvloeden, afgestoten daar zoveel van hetgeen gezegd wordt onrealiseerbaar lijkt, vervelend en moeilijk te volgen is.

Dit zijn steeds terugkerende problemen. De hoofdreden echter waarom ik uw aandacht op enkele normatieve elementen wil vestigen komt voort uit mijn gevoel dat, ten minste in Groot-Brittannië, en mogelijk ook elders, deze moeilijkheden de jongste tijd zo levendig geworden zijn, dat het is alsof we in een crisis van politieke communicatie leven waarvoor niet gemakkelijk een oplossing kan gevonden worden. Laat ik in het kort vier symptomen van de Britse crisis vernoemen die een betekenisvolle indruk op me gemaakt hebben.

Ten eerste: het werkelijke proces van democratische politieke communicatie schijnt een toenemende slechte naam te krijgen en een eerder onsmakelijke reputatie. Dit was in Groot-Brittannië opvallend duidelijk tijdens de verkiezingscampagne van september en oktober van verleden jaar. Het publiek klaagt niet alleen over de ene of de andere karakteristiek van de campagne, de ene of andere voorstelling, de ene of de andere stijl van argumenten, maar het misnoegen is daarentegen vaak algemeen

en gericht op het communicatieproces van de verkiezingscampagne zelf. Een schrijver in **The Guardian** bijvoorbeeld verwees naar «deze dwaze en belachelijke verkiezing». Een andere medewerker aan deze krant schrijft: «Een soort onbuigzaam fatalisme houdt het land in stand wanneer er verkiezingen komen. Zoals bij twee familiefeesten in één maand tijds, waarvan het tweede meer stoïcisme vraagt dan vrolijkheid en champagne.»

De financiële krant, **The Economist**, begon op 5 oktober met de nuchtere vaststelling dat «Britannië een slechte verkiezing zou doormaken». Bij de aanvang van de campagne begon een hoofdartikel in de **Times**, getiteld «De onechte verkiezing», met het commentaar dat «Indien het begin van de verkiezingscampagne enig resultaat zou gehad hebben, dit is dat het publiek zich nog nuttelozer voelt». Een schrijver van het wekelijks omroepmagazine **The Listener** erkende, na gezocht te hebben naar excuses voor de vergissingen van de verkiezingspolitici, dat de verkiezingstijd niet het juiste ogenblik was om excuses aan te bieden, daar «je uiteindelijk kunt stellen dat het hun fout is dat er een verkiezing is».

Verkiezingen zijn er voor en door politici. En een hoofdartikel in een populaire krant, **The Sun**, verklaarde, één dag vóór de verkiezingen, ronduit dat «we gedurende drie weken opgejaagd werden door politici van alle partijen die een groot deel nonsens uitkraamden die duizelde van irrelevantie. Overmorgen moet het gedaan zijn met die onzin». Dit alles toont een zeker verlies aan vertrouwen aan in de verkiezingstaal en in politieke argumenten. Dit kan zorgwekkend zijn in een regeringsvorm waarbij de regeerders hoofdzakelijk moeten steunen op een beïnvloedingsmethode, eerder dan op dwangmiddelen om de steun te krijgen die ze nodig hebben om effectief te kunnen regeren.

Alle argumenten die ik aanhaalde werden in kranten of tijdschriften gepubliceerd. Maar op de tweede plaats blijkt uit de onderzoeksgegevens met grote zekerheid dat er in de Britse verkiezingen over het algemeen een verminderend respect is voor belangrijke vormen van politieke communicatie. Na de verkiezingen van februari in Groot-Britannië, bij voorbeeld, stelde het Departement voor Publiek Onderzoek van de B.B.C. vast dat 66% van een nationale steekproef erover klaagde dat er door televisie en radio te veel tijd besteed werd aan de verkiezingen (31% ging zover te protesteren tegen 'veel te

veel' tijd besteed aan de campagne), terwijl dit 47% was tijdens de verkiezingen van 1970 (waar 17% klaagde over veel te veel verkiezingsuitzendingen). Toen dit onderzoek uitgevoerd was bleven de resultaten niet onopgemerkt; integendeel, het werd als een invloedrijke feedback naar de beleidsmensen van de B.B.C. gezien, die als gevolg hiervan besloten te pogen het aantal verkiezingsuitzendingen die tijdens de oktoberverkiezing op antenne zouden gaan tijdens de piek-uren opvallend te verminderen. Nochtans noteerde het Departement voor Publiek Onderzoek in een van haar latere publikaties, ondanks deze inspanning tot reductie, toevallig als neerslag daarvan, dat ten minste evenveel personen opnieuw klaagden over te veel politieke uitzendingen op de televisie in de oktobercampagne als er in februari gedaan hadden; ze waren nog steeds niet gesust.

Maar ontevredenheid blijft niet alleen beperkt tot de massa, zij wordt eveneens in toenemende mate vastgesteld in hoge politieke kringen. Eigenlijk zijn er vele tekenen dat de ontevredenheid van politieke partijen over de verkiezingsuitzendingen door de omroep onverbiddelelijk groter en sterker wordt. Het is natuurlijk vanzelfsprekend dat na elke campagne een of andere partij, gewoonlijk de verliezende, klaagt dat een bepaalde vorm van de omroepvooroordelen oorzaak is van stemmenverlies. Hoe dan ook, er zijn enkele nieuwe trekken in dit klaagritueel binnengeslopen na recente campagnes. Een ervan is een tendens van boosheid van de partij gericht tegen de wijze waarop nieuwsfeiten in verband gebracht worden met verkiezingselementen en -argumenten in het televisie-nieuwsbulletin. In 1970 bij voorbeeld klaagde de Labour-partij erover dat een te grote aandacht aan ongunstige statistieken over de maandelijkse betalingsbalans de verkiezingsbalans in hun nadeel had doen doorslaan. En in februari 1974 was het de leider van de Conservatieve partij die in gelijkaardige termen erover klaagde dat de nieuwslezers misleidende publiciteit gaven aan statistieken en verklaringen, suggererend dat de staking van de mijnwerkers, die de verkiezing versneld had, meer de fout was van de regering dan van de vakbonden. En slechts enkele weken geleden nog deed het Nationaal Uitvoerend Comité van de Labour-partij, die de oktoberverkiezing uiteindelijk gewonnen heeft, niettemin zijn beklag over de vooringenomenheid van de B.B.C., die hun stemmen kostte tijdens de campagne. Nochtans scheen in dit ge-

val het beklag een diepere grond te hebben dan enkel de ontevredenheid over een afwijkende nieuws-presentatie. Labour keurde dan ook de «situatie in de omroep af, waarbij politici behandeld worden als 'puppets on a string', en waarbij de B.B.C. de hele campagne voorstelt alsof het een soort televisiespel is, volgens regels die zij bepaalt, terwijl ze ook de keuze van de spelers bepaalt die het spel interessant kunnen maken en de elementen waarrond een oplossing moet gezocht worden (\*). En Labour besluit met de uitspraak: «We geloven dat politieke partijen verkiezingen moeten leiden op hun eigen democratische manier». Wat merkwaardig is aan deze bemerkingen is het feit dat ze meestal geen kritiek uitoefenden op de wijze waarop de omroepspecialisten hun rol veranderden in politieke communicatie, maar in plaats daarvan gericht waren op een ontkenning van de legitimiteit van deze regels zelf.

Vanzelfsprekend worden de omroepspecialisten op hun beurt woedender en angstiger over de aantijgingen als zouden ze politieke elementen op een oneerlijke en tendensieuze wijze weergeven. Hun verbijstering is wellicht begrijpelijk, daar ze dit in oktober ten minste uit de weg gingen. Ze probeerden verkiezingselementen in het nieuwsbulletin meestal exclusief ter sprake te laten komen tijdens een uitzending van partijboodschappen, daarbij elke discussie, commentaar of argumentatie overlatend aan de meer gespecialiseerde programma's over de lopende zaken op andere tijdstippen van uitzending. Maar zelfs deze inspanning behoeft hen niet voor kritiek. Evenmin als het publiek was uiteindelijk een politieke partij gesust. Wellicht is dat de reden waarom de Voorzitter van de B.B.C. mij in een recent privé-gesprek een tweetal hoofdkenmerken aanduidde, waarbij hij zijn eigen betrokkenheid bij de situatie uitte. Ten eerste benadrukte hij de boosheid van verscheidene producers van politieke programma's over de beschuldiging van vooroordelen. Maar daarbij drukte hij tevens grote verbijstering uit over de heibel waar het allemaal om ging. Hij vroeg mij of ik dacht dat Labour werkelijk geloofde wat het publiek aanklaagde, namelijk dat de omroep op grote schaal het democratisch proces verstoorde.

Het is duidelijk dat de verschillende symptomen van conflict als toevallig en beschouwend kunnen bekeken worden alsof ze eenvoudig een natuurlijke oplossing waren van deze belangenconflicten, die

onvermijdelijk geconcentreerd worden rond een dergelijk belangrijk sociaal proces als de politieke communicatie. Hoe dan ook, mijn mening is dat alle elementen in het politieke communicatiesysteem minder en minder bevrediging schenken over de wijze waarop dit systeem werkt, en men kan zich daarom afvragen hoelang we nog op deze manier kunnen verdergaan, omdat er overal meer wrevel ontstaat over datgene wat de essentie van de democratie kan zijn. In ieder geval is het noodzakelijk te trachten enige herstructurering van het politieke communicatiesysteem onder ogen te zien, een element waarnaar ik in deel II terugrijp.

De politieke communicatiecrisis — indien crisis geen te sterke uitdrukking is voor hetgeen we zoëven beschouwd hebben — concentreert zich nu duidelijk op de omroep als de voornaamste communicator van politiek nieuws en ideeën die voor iedereen beschikbaar zijn. In mijn eigen analyse krijgt de omroep nochtans een nog grotere rol toebedeeld, daar ik vermoed dat vele elementen van de huidige crisis hun oorsprong vinden in de dramatische interventie van de omroep in de politiek, een interventie die zowel direct als indirect diende om formele goed afgebakende lijnen en modellen van communicatie tussen politici, professionele mediamensen en ontvangers/kiezers af te breken.

Maar wat bedoel ik precies met **interventie**? Het Engelse woord heeft verschillende betekenissen die effectief in staat zijn onze onzekerheden te belichten over de manier waarop we op de meest geschikte wijze de betekenis kunnen vatten van het feit dat zoveel van de in- en outputs van het politieke proces uitgezonden zijn door grote communicatiebedrijven zoals radio en televisie. Ik meen dat we op zijn minst een onderscheid mogen maken tussen drie verschillende betekenissen waarbij het begrip 'interventie' toepasselijk is voor de rol die de massamedia spelen.

In het Oxford-woordenboek wordt één Engelse betekenis van 'interventie' eenvoudig omschreven als «bemiddelend agentschap»; «tussenkomen» wordt er beschreven als «tussen of in iets komen», «tussenbeide komen», «gebeuren of plaatsvinden tussen andere gebeurtenissen in». Volgens deze beperkte omschrijving van 'interventie' betekent de tussenkomst van een massamedium gewoon het inlassen van een kanaal waardoor boodschappen

moeten verspreid worden van de oorspronkelijke bronnen naar hun uiteindelijke ontvangers. Wanneer een dergelijke betekenis van 'interventie' gekozen wordt als analysemodel, dan zou de impact van een nieuw medium, zoals de televisie, beperkt blijven tot wat men zou kunnen noemen de rol van het kanaal van het communicatieproces. Deze rol brengt nu eenmaal een bepaald aantal selecties mee, maar laat de voorbereiding van de boodschappen en de uiteindelijke ontvangst door het publiek grotendeels onveranderlijk en intact.

Een tweede betekenis van 'interventie' in het woordenboek maakt een dynamischer en formatiever perspectief mogelijk, omdat er een omschrijving gegeven wordt van 'interventie' als «tussenkomen, stappen in of interfereren in gebeurtenissen om hun beloop of resultaat te beïnvloeden». Een dergelijke omschrijving van 'interventie' kan er wellicht toe bijdragen dat we op zoek gaan naar de wijze waarop het medium dat tussenkomen, individuen en groepen kan beïnvloeden en de wijze waarop het medium geholpen heeft het publiek aan zich te binden, en hoe het hun onderlinge relatie kan herstructureren. Niettemin drukt deze meer krachtige notie van 'interventie' niet volledig de verschillende toepassingsmogelijkheden uit. In het dagelijks woordgebruik wordt aan het woord 'interventie' soms de betekenis gegeven van vervanging of substitutie, alsof een nieuw en dominant communicatiemedium, uitgerust met gespecialiseerd personeel en met een bijzondere sub-cultuur van waarden, een bepaald aantal functies (en het daarbij behorende gezag) overneemt die vroeger aan andere machten toebehoorden. Een goede analogie voor deze vorm van interventie kan wellicht gevonden worden in een artikel verschenen in een recent nummer van **The Journal of Communication**, waarin de auteurs Williams en Pearce verwijzen naar wat ze eveneens 'interventie' noemen van de wetenschap als een informatiebron die sedert de zestiende eeuw progressief een verantwoordelijkheid op zich genomen heeft om de kosmische orde van de Westerse sociale systemen te verklaren, wat vroeger gebeurde door religieuze informatiebronnen. Natuurlijk boden de traditionele religieuze instituties, de Kerken, weerstand tegen deze inmenging, maar ze konden hun gezag uiteindelijk niet behouden. En met elke overwinning in deze ideologische strijd verwierf de wetenschap een groter gezag over elementen die de mensen nodig hadden om er opinies over te

kunnen hebben (?). Is het onrealistisch de huidige moeilijkheden tussen de politieke partijen en de massamedia in gelijkaardige termen te interpreteren? De concurrerende partijen die met elkaar in conflict zijn over de tegenstrijdige en specifieke beschouwingen, over de uiteindelijke politieke waarden, worden in macht ondermijnd door media-invloeden die impliciet een objectieve weergave van de universele beschouwingen eisen. Het is waar dat massa-media geen directe verantwoordelijkheid hebben en ook niet kunnen hebben om politieke doelstellingen te promoveren als het handhaven van de orde, de veiligheid en de uitbating van energiebronnen, maar ze kunnen niettemin beschouwd worden als een informatiebron die invloedrijke standpunten weergeeft over hoe deze doeleinden daadwerkelijk kunnen bereikt worden.

Maar hoe kunnen we kiezen tussen de verschillende opvattingen over de aard van de interventie van de massamedia in de politiek? Een antwoord op deze vraag draait uit op het toevoegen van een ander concept, daar de tweede en derde betekenis van interventie veronderstelt dat de media in een zodanige positie staan dat ze het mogelijk maken macht uit te oefenen, d.w.z. dat ze het gedrag van andere personen zodanig kunnen veranderen dat zij hun gedrag gaan wijzigen. Indien er enige invloed is, hoe en in welke mate kunnen we dan spreken over de macht van de massamedia, en hoe machtig kan een medium als de televisie dan zijn?

De literatuur over de media-analyse tendert naar een ontkenning van de idee dat de massamedia in een of ander opzicht machtig zijn. Deze ontkenning slaat op drie specifieke vormen. Volgens een bepaald standpunt zijn de massamedia geen onafhankelijke informatiebronnen, maar verwerven ze hun input ergens anders en zijn ze in grote mate beperkt in hun productieproces door de omringende machtsstructuur waarnaar ze zich moeten richten en waaraan ze zich moeten aanpassen. De politieke wetenschapper V.O. Key Jr., bijvoorbeeld, schreef in «**Public Opinion and American Democracy**»: «Noch radio noch televisie zijn in staat uit te groeien tot een onafhankelijke bron van informatie of interpretatie. Over het algemeen werden deze nieuwe instrumenten ondergebracht in een model van de oudere nieuwsmedia; ze zijn over het algemeen meer overbrengers van politiek nieuws dan scheppers. Als zodanig zijn



**BOEKEN DIE UW AANDACHT VRAGEN !**

**Waar blijf je met Ivan Illich ?,** Situering en oefening.

Wat is de maatschappij-kritische optie van de auteur van «Ontscholing van de maatschappij», «Naar een nieuwe levensstijl» en «Energieverbruik en maatschappelijke tegenstellingen»? Wat kun je ermee doen ? 195 fr.

**Energieverbruik en maatschappelijke tegenstellingen**

door Ivan ILLICH, onze ver-keerde wereld.

De geïndustrialiseerde mens dreigt het slachtoffer te worden van het waandenkbeeld dat toenemend energieverbruik ook rechtvaardiger verhoudingen schept. 165 fr.

**Naar een nieuwe levensstijl** door Ivan ILLICH

Voorwaarden voor een gelukkiger samen-leven. Brillant en uitdagend vervolg van Illich's opzienbarende publikatie «Ontscholing van de maatschappij». 195 fr.

**Een nieuw machtsmiddel ? «Grenzen aan de groei»**

door Bruno FRITSCH

Een vakman van internationale faam daagt de «groei-begrenzers» uit. Zou beperking van de produktie de heerschappij van de welgestelden doen toenemen ? 290 fr.

**De computermaatschappij** door M. STONE en M. WARNER

Worden onze vrijheid en privacy erdoor beïnvloed ? «An unusual and fascinating book» (The Times Literary Supplement). 265 fr.

**Barsten in de groei,** een projekt van de Studiestichting voor Radikale Politieke Vernieuwing met een ten geleide van Sicco MANSCHOLT.

Produktie en consumptie tegen de achtergrond van welzijn, derde wereld, milieu en macht. 135 fr.

**Reflekties op de toekomst,** nieuw sociaal, economisch, politiek handelen.

Acht auteurs van naam o.a. Prof. J. Tinbergen hebben dit belangrijke boek geschreven over de vraag hoe wij de snel veranderende informatie over de technologische vragen in onze samenleving kunnen verwerken. 195 fr.

**Partijgangers der armen,** avant-garde van Gods revolutie door dr. G. H. TER SCHEGGET

De praxis van Tsedeka futurologie is «in». Op zoek naar de komende stad — religie, pijnstillend middel — kritiek der godmenschkunde 165 fr.

Kom deze (en veel andere) boeken inkijken in onze afdeling «Geestes- en sociale Wetenschappen» (Kelderverdieping).



**SINT-MICHIELSSTRAAT 1 - 3000 LEUVEN**

radio en televisie in hun domein geen instituties geworden van politieke invloed». En de Scandinavische auteurs Hadenius, Weibull en Hoyer, hebben eveneens scepticisme laten blijken over de onafhankelijkheid en de macht van de media : «Ondanks de onzin over de vierde regeeringsafdeling, blijven de massamedia een dienstverlenende instelling : ze produceren niets nieuws, ze brengen nieuws over anderen. Om dit te kunnen doen moeten de massamedia zich schikken naar instellingen waar informatiebronnen beschikbaar zijn en zijn ze aldus goed geplaatst om bepaalde elementen van politieke orde te reproduceren. Tussen de technologische, economische en institutionele druk wordt de politieke communicatie gevormd» (?).

Voor mij zijn beschouwingen zoals deze nochtans niet doorslaggevend. Zelfs een groep die onderworpen is aan verschillende invloeden kan toegang hebben tot een eigen bron van macht, waarvan het gebruik het gedrag van anderen kan wijzigen. We moeten niet alleen rekening houden met die invloeden waaraan de media onderworpen zijn, maar ook met de mogelijke bronnen van macht die zij nooit volledig kunnen ontwijken. Vier dergelijke bronnen zijn noemenswaardig : de structurele, psychologische, technologische en normatieve.

De structurele basis van de macht van massamedia komt vooral uit hun unieke capaciteit aan de politici een publiek te geven dat in omvang en samenstelling onmogelijk bereikt kan worden door om het even welk ander medium. Je kan ervan overtuigd zijn dat ondanks het feit dat vele politici af en toe klagen over het verval van openbare meetings in de televisie-eeuw, ze erg gevoelig zijn voor de mogelijkheid die de omroep hun biedt een groot deel van de kiezers te bereiken en dit op een en het zelfde moment. En zelfs indien de massamedia zelf niets kunnen scheppen, kunnen ze door selectie helpen bepalen of bepaalde individuen en boodschappen, deze schaal van het publiek bereiken die een politicus al dan niet wenst te bereiken. Dus wanneer de macht van de media in dit licht wordt beschouwd dan is het uiteindelijk gevolg het tweesnijdend zwaard van de publiciteit : een macht die de aandacht kan leiden naar en openstellen voor beleid, beslissingen en gebeurtenissen die politici liever verzwegen zouden houden en die aanzien en reputatie kan opbouwen voor personen en groepen die door de frequentie

en prominentie van hun verschijning in de media van belang zijn. Men kan hiermee de zogenoemde 'status-conferral' functie van de massa-communicatie vergelijken zoals Lazarsfeld en Merton ze lang geleden definieerden.

De **psychologische** basis van de macht van de media komt voort uit de geloofwaardigheid en het vertrouwen bij het publiek, die verschillende media verworven hebben tijdens hun ontwikkeling. Zonder twijfel is het beeld dat de producers hebben over de verwachtingen van het publiek waarnaar zij zich richten, van cruciaal belang voor vele mediafuncties. Natuurlijk kunnen ze vergissingen begaan of falen in de interpretatie of de bevrediging van de verwachtingen, maar zelfs dan zullen ze de reactie van het publiek willen begrijpen en trachten hun vergissingen te herstellen, in de hoop de band van psychologische geloofwaardigheid waar te maken bij hen die regelmatig hun uitzending volgen. En dit is een bron van macht, omdat het geloof in de media door het publiek gekanaliseerd kan worden in het voor- of nadeel van de politici en politieke partijen, afhankelijk van de wijze waarop ze voorgesteld worden in de massamedia. Een interessant teken van deze bron van macht is, hoe in **partij**-uitzendingen in Groot-Britannië de presentatie die door **media**-specialisten werd ontwikkeld, vaak overgenomen wordt om zo voordeel te halen uit het vertrouwen dat het publiek in hen gesteld heeft. Op die wijze kan een partij-uitzending afgestemd zijn op een tamelijk onafhankelijk interview van een partijleider door een bekend journalist. Een meer conventionele toespraak in de omroep kan kracht bijgezet worden door allerlei aanhalingen van massamedia bronnen — alsof zij zich verheugen in een gezag dat hoger staat dan de sponserende partij.

Een derde bron van macht, vooral in de beginperiode van een nieuw medium in ontwikkeling, is het **technologische aspect**. Dit komt voort uit de specialisatie van het mediapersoneel, verworven door training, ervaring, en parate kennis van de gangbare produktie-opvattingen over welke stijl van presentatie het meest geliefd is. Eveneens een bijdrage tot deze bron van macht is de training in het gebruik van radio en televisie die politieke partijen soms hun leidende zegsman laten volgen. Dergelijke training kan echter zelden opwegen tegen het professionalisme en de psychologische zekerheid van het mediapersoneel.

Ten slotte is er een **normatieve** basis van de macht van massamedia die doorslaggevend kan zijn, in het bijzonder in tijden van conflict, wanneer politici interventie van de media onaangenaam vinden. Dit komt voort uit het respect dat in democratische landen bestaat voor bepaalde leerstellingen van de liberale filosofie, zoals meningsvrijheid en behoefte aan specifieke organen om de burgers te beschermen tegen mogelijke fouten van de politieke machthebbers. Dit leidt tot het legitimeren van de onafhankelijke rol van de media op het politiek vlak en tot het beschermen van openlijke aanvallen om hen onder politieke controle te brengen.

Niets van hetgeen we tot nog toe gezegd hebben had de bedoeling te impliceren dat in het optreden van een conflict de macht van de media onveranderlijk zal overheersen over andere machthebbers. Maar deze specificatie van de macht van de media lijkt voldoende om een actieve opvatting bij te treden van datgene wat plaatsvindt wanneer een massamedium in de politiek 'interveniert'. Het is eveneens interessant te noteren dat in alle vier gevallen de televisie kan gezien worden als het machtigste medium: zij bereikt het grootste publiek, haar uitzendingen worden in ontvangst genomen met een groter vertrouwen dan voor enig ander medium; zij is gebaseerd op het nieuwste, het meest verwijderde en de meest gespecialiseerde vorm van communicatie-technologie; en in vele democratische landen werden constitutionele voorzieningen getroffen speciaal om de liberale vrijheden te weerspiegelen. Hierdoor wil men de onafhankelijkheid van de omroep beschermen voor de overheersing van specifieke belangen van een bepaalde politieke, economische of sociale groep.

Een andere belangrijke reden om te ontdekken dat massamedia een onafhankelijke macht hebben komt voort uit de zienswijze over hun ideologische functie, zoals deze vaak voorgesteld wordt door marxistische studenten. Hun visie komt erop neer dat de media zodanig in de maatschappij geïntegreerd zijn dat ze als vanzelfsprekend hulp, comfort en steun geven aan de heersende ideologie van de sociale orde, aan haar dominerende meningen en daardoor aan de bestaande rijkdom, inkomens en andere waarden. Dit leidt dan tot een consensus over hetgeen leden van die gemeenschap verondersteld worden te aanvaarden als de eeuwige waarheden van sociale en politieke organisatie en ideologie. Professor Ralph Mill-

band van de universiteit te Leeds schreef dat:

«... in werkelijkheid de communicatie-agentschappen en speciaal de massamedia, ondanks het bestaan van verschillende standpunten, een doorslaggevende rol spelen in het legitimeren van de kapitalistische maatschappij» (\*).

Natuurlijk, zo gaat hij verder:

«De massamedia kunnen niet enkel en alleen conservatieve stemmen laten horen. De media kunnen wel — en ze doen dit ook — een conformiteitsklimaat bevorderen, niet door een totaal negeren van afwijkende meningen, maar door het weergeven van deze standpunten alsof ze een eigenaardige ketterij zijn, of, nog efficiënter, door ze voor te stellen als irrelevante buitenissigheden die door ernstige en verstandige personen kunnen verworpen worden daar ze geen invloed hebben».

Persoonlijk meen ik dat aan de moeilijkheden die inherent zijn aan deze visie te vaak kritiekloos werd voorbijgegaan. Over enkele tamelijk belangrijke aangelegenheden bijvoorbeeld, kan er misschien geen consensus bestaan om de media in een bepaalde maatschappij te handhaven. Enkele moeilijkheden die de massamedia nu ondervinden kunnen precies een gevolg zijn van het feit dat de kloof breder wordt en de opinies over bepaalde beslissingen zodanig gepolariseerd zijn dat het nu voor radio en televisie moeilijker wordt dan in het verleden om een evenwicht te bereiken. In Groot-Britannië bijvoorbeeld, bestaat er zeker geen consensus tussen de politieke partijen over dergelijke essentiële aangelegenheden als het afbakenen van de publieke en private eigendom van industriële sectoren in de gemengde economie. Meer nog, er is over te discussiëren of minstens op enkele gebieden de massamedia recent een bestaande consensus zouden verdreven hebben, zoals de ruchtbaarheid die aan de bewegingen voor vrouwenemancipatie gegeven werd en de aandacht besteed aan de problemen van marginale groepen die vroeger niet werden getolereerd en die nu met een groter begrip en sympathie behandeld worden.

Maar zelfs in gevallen waarbij het mogelijk is te beweren dat massamedia inderdaad het handhaven van een ideologische consensus over dominante sociale en politieke meningen bevorderen, zullen zij zich noodzakelijk moeten bekommeren om, zoals een Amerikaans politoloog, Frank Wolf, recent vastgesteld heeft, «de poging ideologische orthodoxie te verzoenen met politieke feiten» (\*). Wat betekent dit? Zijn



herckenrodesingel 10,  
3500 hasselt tel. 011-22.59.11

## HET BELANG VAN LIMBURG

het grootste regionale dagblad  
in België  
dagelijks 300.000 lezers

**10 reclame-weekbladen**  
gratis in alle bussen  
249.277 ex.

**Concentra Grafic**  
offsetdrukkerij  
voor drukwerken met standing

**Concentra Post**  
distributie reclamefolders  
wekelijks huis aan huis in gans  
limburg

weekblad   
voor informatie en reclame  
in offset met 4 kleuren  
gratis in alle bussen  
190.779 ex.

standpunt is dat geen enkele dominante ideologie automatisch en direct bekwaam is om exact te kunnen bepalen hoe aan de problemen van en in de politieke realiteit het hoofd kan geboden worden. Eigenlijk is dit de reden waarom autoritaire regimes één heersende partij nodig hebben om voor hun specifieke gemeenschappen te kunnen beslissen welke beleidslijnen exact gevolgd moeten worden. En in liberale-pluralistische gemeenschappen rijzen binnen de dominerende ideologie problemen van interpretatie, adoptie en keuze in het bepalen van actiemiddelen, alsook van het bepalen van straf en beloning voor de acteurs waarbij de media een beslissende rol kunnen spelen. Frank Wolf stelde :

«Het is in deze specifieke, maar significante betekenis dat gezegd kan worden dat de media macht uitoefenen — ze stellen tegenover de wensen van andere politieke acteurs... bepaalde standaarden en principes waarvan de schending gestraft wordt door het uit te zenden en door kritiek ... steunend op de inhoud van de dominerende ideologie kan elke kritiek voor toestanden waarbij de andere politieke acteurs betrokken zijn ofwel afbrekend, ofwel triviaal zijn. Door dergelijke argumentatie wordt de rol van de media in de V.S.A. in het Watergate-schandaal begrijpelijk».

Een derde hoofdreden om de macht van de media te minimaliseren is minder theoretisch en meer empirisch dan de twee andere die we tot nog toe besproken hebben. Zij is vervat in een reeks van overbekende, vaak gepubliceerde en dikwijls herhaalde veralgemeningen van onderzoeksresultaten over de effecten van communicatieboodschappen bij kijkers en luisteraars. In feite werd de idee van het zich blootstellen aan massamedia-boodschappen over politieke en andere vragen, onthuld in de literatuur. Ik heb enkele voorbeelden samengebracht uit bekende werken, die, daarvan ben ik overtuigd, ook U doen denken aan formuleringen die U meermaals ontmoet hebt bij Uw eigen lectuur :

«... massacommunicatie is relatief machteloos bij gedragseffecten op korte termijnen en ... sociale veranderingen treden vaker op ondanks de massamedia dan dank zij de media ;

... indien ik U een overzicht zou geven van de belangrijkste resultaten van veertig jaar onderzoek van de massamedia dan zou ik U kortweg het volgende zeggen : de effecten van de massamedia zijn te verwaarlozen ;



... de vastgestelde impact van de massamedia om te beïnvloeden lijkt tamelijk zwak ;

... een groot aantal onderzoeken werd uitgevoerd om de effecten van de massamedia na te gaan. Het resultaat was tamelijk pijnlijk voor de voorstanders van de media, daar er weinig zekerheid bestaat over veranderingen van opinies, en nog minder over gedragsveranderingen ; De opvatting dat informatiecampaagnes significante veranderingen kunnen teweegbrengen in de meningen en waarden over sociale items, werd niet gesteund door het effect-onderzoek in de massacommunicatie gedurende de jongste 25 jaar.

Natuurlijk komen deze veralgemeningen grotendeels van studies over de rol van de communicatie in verkiezingscampagnes in de veertiger en vijftiger jaren, vóór de opkomst van de televisie. Een belangrijk resultaat van deze onderzoeken was dat verkiezingscampagnes beschouwd werden als opinieversterkend. Zoals Paul Lazarsfeld het formuleerde in **The People's Choice** waren verkiezingsboodschappen gunstig om de belangrijke voorstelling van bestaande opinies in stand te houden in plaats van nieuwe meningen op te roepen. Zoals Joseph Klapper het uitdrukte in **The Effects of Mass Communications**, een review dat de verkiezingsstudies van de voorbije twee decennia trachtte samen te vatten, «massacommunicatie is gewoonlijk geen noodzakelijke en voldoende voorwaarde om effect bij het publiek te bereiken, maar functioneert eerder tussen en in een netwerk van indirecte factoren en invloeden». En verder : «deze indirecte factoren helpen wel mee maar zijn niet de enige oorzaak van de versterking van de bestaande opinies». De klemtonen op de meestal versterkende gevolgen van politieke communicatie — of de idee dat personen uit dergelijke communicatie enkel een bevestiging krijgen van hetgeen zij reeds denken, geloven en wensen — waren niet alleen aanwezig bij Klapper en Lazarsfeld. In **The Handbook of Communication**, slechts twee jaar geleden gepubliceerd, pogen Sears en Whitney nog steeds het oordeel van hun voorgangers te bevestigen : «Het besluit dat communicatie de bestaande meningen kan versterken... wijst erop dat presidentiële verkiezingen zouden moeten aangepast worden (omdat er weinig verandering van om het even waar zal optreden)».

Als besluit van deze lezing zou ik deze interpretatie willen commentariëren vanuit twee enigszins correlerende standpunten : als een onderzoeksmodel en als een be-

denking van het patroon in de politiek dat al dan niet ondermijnd werd door de opkomst van de televisie.

Bekeken vanuit een research standpunt heb ik in een van mijn recente publikaties dit referentiekader omschreven als een uiting van een «limited effects»-model van de invloed van de massamedia<sup>(6)</sup>. En het is wellicht belangrijk er hier de nadruk op te leggen dat dit model berust op bepaalde hypothesen die gespecificeerd worden en die nu minder waarschijnlijk zijn dan toen de eerste effect-studies uitgevoerd werden.

Er is bijvoorbeeld de hypothese dat onderzoeken naar communicatie-effecten virtueel samenvallen met beïnvloedingsonderzoeken. Niet alleen waren de onderzoekers die meewerkten aan deze onderzoeksrichting hoofdzakelijk bekommerd om de associaties tussen communicatie en gedrag als basis voor het stemgedrag, wat bijvoorbeeld wordt aangetoond door het feit dat Klapper dat deel van zijn boek dat resultaten van het politiek communicatieonderzoek samenvat de titel gaf : «The Effects of Persuasive Communication».

Maar dit is niet de enige mogelijke opvatting over hoe persuasie kan werken en opinieveranderingen kunnen teweeggebracht worden.

Bovendien veronderstelt het 'limited effects'-model een tamelijk hoge graad van selectieve ontvangst van politieke boodschappen met essentieel versterkende eigenschappen. Er werd verondersteld dat de doorsnee-kiezer informatie ontvangt in een ongelijke proportie die bepaald werd door zijn vroegere voorkeur, hij zou luisteren naar toespraken, kranten lezen en met vrienden en kennissen discussiëren wier opvattingen overeenstemmen met de zijne. Maar nogmaals, de basishypothese is ingewikkeld en in latere publikaties schijnen de resultaten van de selective exposure heel wat minder indrukwekkend en vanzelfsprekend te zijn, dan bij vroegere onderzoeken. Maar zelfs indien selective exposure niet optreedt kan het 'limited effects'-model steunen op de werking van een ander beïnvloedingsmechanisme, namelijk de selectieve interpretatie. Deze kan rekenen op het neutraliseren van de persuasive impact van alle tegenstrijdige boodschappen die via het scherm toekomen. Dit model veronderstelt echter dat er heel wat personen vóór het ogenblik van de ontvangst een sterk omlijnde opvatting hebben over een partij, die hen moet helpen om de betekenis van tegenstrijdige boodschappen af te zwakken.

Een vierde, en wellicht bijzonder belangrijk punt is dat het 'limited effects'-model een essentieel deel is van een globale wereldvisie die veel meer nadruk legt op de heersende stabiliteit in de politiek dan op veranderingen. Een mogelijke illustratie hiervan is wat Paul Lazarsfeld schreef in het voorwoord van **The People's Choice**, uitgave 1944 : «De proefpersonen in onze studie waren geneigd te stemmen zoals ze altijd gedaan hadden, feitelijk zoals hun families altijd gestemd hadden». Maar de mechanismen die verantwoordelijk zijn voor politieke stabiliteit zijn niet altijd effectief, en het 'limited effects'-model is wellicht minder toepasbaar bij een snelle sociale verandering.

Ten slotte werd hoe dan ook vastgesteld dat bepaalde individuen die men 'floating voters' noemt onstabiel waren in hun opvatting. Er werd aangenomen dat hun gebrek aan interesse voor politiek oorzaak was van het feit dat zij aandacht zouden besteden aan bepaalde potentiële persuasieve politieke boodschappen. In het werk van Greenstein uit 1965 over politieke socialisatie beschrijft hij een karakteristieke uiting van deze hypothese. «Massacommunicatie», zegt hij, «is een ondoelmatige techniek om overtuigingen en gedragingen te veranderen», deels omdat «de boodschap hoofdzakelijk gericht is naar diegenen die er reeds sympathiek tegenover staan, en die daardoor het minst behoefte hebben aan verandering» en deels omdat «door de rest van het publiek de boodschap genegeerd wordt en zij overlapt wordt door andere, meer overtuigende communicatie». Met andere woorden : degenen die in aanmerking komen voor beïnvloeding zijn onverschillig en schijnen geen behoefte te hebben aan politieke communicatie, wat opnieuw een betwistbare hypothese is.

Ondanks al dit voorbehoud was het 'limited effects'-model min of meer geloofwaardig om bepaalde toestanden weer te geven. En dit tijdens een periode die ondanks de vele crisissymptomen die ik hier aanhaalde toch kan beschouwd worden als een gouden eeuw van politieke communicatie.

Eén van de redenen waarom de vroegere periode minder problematisch voorkwam was het feit dat politici moesten werken met een tamelijk scherp afgelijnd model over de relatie communicator-publiek. Dit model was niet in alle situaties toepasbaar en kon evenmin alle moeilijkheden voorkomen, maar omdat het voldoende

scherp omlijnd was en aangepast aan de heersende normen scheen het tamelijk goed te functioneren. De hoofdeigenschap van dit systeem was wellicht het grote belang van de partijgeest en van de partijdiscipline. De partijgeest bepaalde niet alleen de strijd voor de stemmen van het publiek, maar ook hoeveel burgers volgens de partijdiscipline dachten over politieke problemen.

Nu, het centraal staan van de partijgeest maakte wat ik genoemd heb een «talking to the converted»-model of een «like speaks to like»-model van de relatie communicator-publiek in de politiek mogelijk. Het gevolg daarvan is dat politici zich op hun gemak konden voelen wanneer ze tot de kiezers spraken in termen die gewoonlijk gebruikt werden voor betrouwbare partij-aanhangers. En in feite was dit een bruikbaar model omdat, zoals onderzoeken uitgewezen hebben, er sterke aanwijzingen waren dat de trouw van een persoon aan een bepaalde partij relatief duurzaam was omdat die gesteund werd door versterkende invloeden uit zijn milieu en zo een schild vormde voor de ontvankelijkheid van tegengestelde boodschappen en gebeurtenissen.

Wanneer men de centrale thesis over de diep ingewortelde partijgeest van de meeste kiezers aanvaardt dan kan het «talking to the converted»-model zeer goed bruikbaar blijven in verschillende situaties en bij vele mogelijke subversieve drukkingen. Het verlicht bijvoorbeeld het werk van politici doordat het de reusachtige kloof van kennis, prioriteiten, ervaring en macht tussen burgers en regeerders helpt overbruggen omdat de politicus zich kan beroepen op het feit dat een groot deel van zijn publiek aan zijn zijde stond en hem als leider wilde. Bovendien zorgde het voor het goede verloop van de verkiezingen omdat men dan alleen die elementen van de partijloyaliteit diende aan te wakkeren die mogelijk een beetje afgekoeld waren in de tijd tussen de verkiezingen. En ten slotte kwam dit model tamelijk goed overeen met de bestaande structuur van de massamedia omdat, alhoewel de pers in verschillende landen elke regering, van welke partij die ook was, bekritiseerde om haar 'watchdog role' te vervullen, de verscheidene kranten die in tegengestelde kampen waren opgesteld op het ogenblik van de verkiezingen partij kozen en argumenten naar voor brachten om die bepaalde partij te steunen.

Vandaag is de situatie anders en komt ze anders over, zodat het oudere communicatiemodel voorbijgestreefd schijnt. De vragen die nog op te lossen blijven in deel II zijn: hoe voorbijgestreefd is het model dat ik uitgetekend heb? Wat vertelt ons zijn desintegratie over de interventie van de omroep in de politiek? Kunnen beter aangepaste politieke communicatiemodellen opgesteld worden? Zijn er vooruitzichten op herstructurering van een meer stabiel en minder verstoord systeem van politieke communicatie en op het overwinnen van de crisis die ik beschreven heb? En wat zijn nu de voornaamste taken van politiek communicatieonderzoek?

(<sup>1</sup>) Zie Williams, Patrick en Pearce, John, T., «Communication as Biosystem», *Journal of Communication*, Vol. 24, nr. 4, 1974.

(<sup>2</sup>) Zie «Towards a Comparative Perspective on Political Communication», paper voorgebracht op het Wereldcongres van de International Political Science Association, 1973.

(<sup>3</sup>) *The State of Capitalist Society*, Weidenfeld & Nicolson, Londen, 1969.

(<sup>4</sup>) «Power and the Mass Media», ongepubliceerd paper, 1974.

(<sup>5</sup>) Jay G. Blumler en Jack McLeod, «Communication and Voter Turnout in Britain», in Leggatt, Timothy (Ed.), *Sociological Theory and Survey Research*, Sage, Londen, 1974.

(ADVERTENTIE)



Een complete gamma ultra-moderne toestellen, ontworpen voor uw vrije tijd en uw comfort. Een niet te vergelijken prijs voor z'n kwaliteit. Een verzekerde naverkoop-dienst en waarborg over de gehele wereld.

**PHILIPS**

H13