

uit de literatuur

PERS

Alfred C. LUGERT,
Auslandkorrespondenten im internationalen Kommunikationssystem. Eine Kommunikator-Studie,
Verlag Dokumentation, Pullach bij München, 1974, 230 blz.

In deze aan de Universiteit van Salzburg voorgebrachte dissertatie, brengt de auteur verslag uit over een enquête die in 1970 werd ondernomen bij de voor buitenlandse media in Wenen werkzame correspondenten. Na een interessant overzicht en vergelijking van de bestaande correspondentenonderzoekingen, worden achtereenvolgens behandeld: sociodemografische en socioprofessionele gegevens, socialisering en sociale integratie, carrière en auto-imago, de informatiebronnen van de respondenten, de bewerking en doorzending van de berichten. De resultaten van het onderzoek bevestigen, ruim 30 jaar na de beroemde enquête van L. ROSTON (1937), een aantal traditionele trekken van het correspondentenberoep. Anderzijds echter weerspiegelen Lugerts gegevens ook een stel nieuwe trends in de communicatieliteratuur, m.n. de toenemende integratie van de correspondent in een nieuwsbureaucratie. Dit goed uitgevoerde en verslagen journalistenonderzoek kan aan alle geïnteresseerden worden aanbevolen.

L.B.

Gerd BUCERIUS,
Der angeklagte Verleger. Notizen zur Freiheit der Presse,
Serie Piper. R. Piper & Co Verlag, München, 1974, 171 blz.

De auteur, uitgever van «Der Stern» en «Die Zeit», geeft in dit boekje een aantal beschouwingen ten beste over actuele thema's in de Westduitse pers- en communicatiepolitiek. In de talrijke, vlot ge-

schreven hoofdstukken, komen thema's aan de orde zoals de rol van de uitgever, de persconcentratie, de persvrijheid, de rol van de vakbonden in de pers, ondernemingen, enz. De meeste aandacht besteedt Bucerius aan de problemen van de «innere Pressefreiheit» en m.n. dat van de inspraak van de journalisten en de zgn. Redactiestatuten.

De opvattingen van Bucerius t.a.v. al deze aangelegenheden kunnen wellicht het best als progressief-liberaal (in de Westduitse betekenis van dit laatste woord) worden gekenmerkt. Hij pleit voor personenondernemingen met een «publizistisch»-bewuste uitgever, en een met deze uitgever als partner samenwerkende redactie.

Streng wetenschappelijke ambities heeft het werk niet, maar het biedt interessante gegevens en inzichten.

L.B.

Journalismus als Beruf.
Publizistik, 19. Jahrgang 1974,
Heft 3-4 und 20. Jahrgang 1975, Heft 1-2.

Het driemaandelijks tijdschrift voor communicatie-onderzoek kwam met een viervoudig nummer op de markt met als thema «Journalistiek als beroep». Buiten de traditionele personalia, mededelingen en boekbesprekingen (integraal gewijd aan het thema) werden de artikels (in totaal 37) in 6 grote groepen onderverdeeld, m.n. 1. de journalistenopleiding vanuit het communicatie-wetenschappelijk standpunt; 2. de journalistieke weg; 3. problemen rondom de beroepspraktijk; 4. methode van opleiding en verdere ontwikkeling; 5. experimentele opleidingsmodellen en 6. de journalistenopleiding in verschillende landen.

Bijzonder veel aandacht werd besteed aan de journalistenopleiding en de verschillende opleidingsmogelijkheden, waardoor dit themanummer zich meer richt tot degenen die met een dergelijke opleiding belast zijn dan tot hen die in de praktijk staan. Niettemin vinden deze laatsten ook wel hun gading in de overige artikels, waar het journalistenberoep zo-

wel vanuit de geschreven als de gesproken pers nader belicht wordt.

Na een jarenlange stilte in de wetenschappelijke literatuur omtrent de communicator als onderzoeksobject wordt er de laatste jaren heel wat aan hem gedokterd. Niettemin blijft er in deze literatuur meestal een remedie achterwege tegen de vele moeilijkheden waarmee deze communicatoren te maken hebben. De theorie blijft aangaande deze problematiek te ver van de praktijk verwijderd om haar enigszins dienstbaar te kunnen zijn. Er ligt nog steeds een grens tussen nuttig en bruikbaar. Helaas blijft de wetenschappelijke literatuur zich te veel vastklampen aan het eerste concept.

C.L.B.

FILM

The philosophy of Andy Warhol (from a to b & back again) by Andy Warhol, New-York-London, 1975, 240 blz., (Harcourt Brace Jonanovich).

«Mijn favoriete bezigheid is ondergoed kopen. Ondergoed kopen is, denk ik, het meest persoonlijke dat je kan doen, en zo je een persoon die zijn ondergoed aan het kopen is kon in de gaten houden zou je hem werkelijk leren kennen. Ik bedoel, ik zou eerder iemand in de gaten houden bij de aankoop van zijn ondergoed dan een boek te lezen dat hij schreef» (pag. 229) ... of de 'pope of pop' over zichzelf in relatie tot fictie, realiteit. Op de eerste plaats een merkwaardig zelfportret.

G.D.M.

Th. LOUIS en J. PIGEON
Le cinéma américain d'aujourd'hui,
Seghers, Paris, 1975, 268 blz.

Dit boek behandelt de nieuwe stroming in de Amerikaanse film vanaf 1967. In het eerste deel worden de economische

en sociale aspecten van het fenomeen belicht via de studie van de wijzigingen die ontstaan zijn op produktie- en distributieniveau. Speciale aandacht wordt besteed aan de gewijzigde infrastructuur van de major companies en aan de Amerikaanse geestesgesteldheid op het einde der zestiger jaren die zulke culturele revolutie kon mogelijk maken.

Het tweede deel concentreert zich op het esthetische aspect door zowel de thema's en de personages als de filmstructuur en de filmtaal in overweging te nemen. De nieuwe filmbeweging verwerpt de sociale taboes, de romaneske conventies en de stereotype genres. Zij veracht de techniek om de techniek en de regels van de syntaxis. «C'est un puzzle, dont les éléments seraient constitués par les efforts isolés de gens venus de tous horizons» (blz. 31).

Wat van belang is, is niet zozeer de impact van een mise-en-scène dan wel de betekenis en/of de voorstelling van een gebeurtenis. Beide auteurs trachten aan de hand van een heel stel films de fysionomie van de nieuwe filmstroming aan te geven. Hierbij werden de films ingedeeld in twee rubrieken :

- films die een komische interpretatie van de realiteit veronderstellen ;

- films die voor alles bekommerd zijn om de geloofwaardigheid en die weigeren de realiteit te sterk te vervormen.

Het derde deel omvat een alfabetische opsomming van de belangrijkste personen die hebben bijgedragen tot het ontstaan van de nieuwe Amerikaanse filmrichting.

K.H.

Kenneth TURAN en Stephen F. ZITO, **Sinema, American Pornographic Films and the People who make them**, Praeger Publishers, New York, 1974, ook als Signet pocket sinds 1975, 274 blz., geïll.

Peter CUYPERS, **Sexfilms in de Bioskoop**, Bruna, Utrecht/Antwerpen, 1971, 208 blz., geïll.

Cinéma 75, september-oktober, nr. 201-202, 320 blz. waarvan een zestigtal over «le cinéma porno».

Tot voor kort was het alleen de geschreven pornografie die zich een aanzienlijke culturele status had weten te verwerven. Met name in Frankrijk is met het onder-

scheid tussen «érotisme» en «pornografie» een handige én misleidende taktiek beschikbaar om het niet-getolereerde toch in de high society van de cultuur aanvaardbaar te maken. De ontwikkeling van een «discours sexuel» werd echter in de democratische filmbranche lange tijd met succes afgeremd. Afhankelijk van de diverse nationale censuur-bepalingen en uitspraken van rechtbanken en commissies boorden filmproducenten en bioscoop-exploitanten sinds het einde van de jaren zestig een nieuw publiek aan. In de zomer en de herfst van 1975 was Frankrijk aan de beurt. Publicisten en onderzoekers zijn ondertussen geheel onvoorbereid op een confrontatie met deze infra-culturele produktie (als men cultuur een normatieve inhoud geeft). Het boek van TURAN en ZITO over Amerikaanse hard-core en soft-core pornografie lijkt de niet-specialist van deze filmbranche een uitmuntend werk : goed geïnformeerd, zonder minachting neergeschreven, met de nuchterheid van goede, op feiten beluste achtergrond-journalistiek. Interviews met regisseurs, producers en spelers completeren het beeld.

Het ondertussen alweer verouderde werkje van CUYPERS oordeelde voor een analytisch-objectiverende benadering van in Nederland lopende sexfilms. De beschrijving van het aanbod blijkt een te beperkte invalshoek op deze materie. Veel verder dan tot enkele banale veralgemeningen, overbodige becijferingen en niet-pertinente beschrijvingen komt de s. niet. Zowel het informatieve materiaal waarover hij beschikt als zijn filmologische en seksuologische cultuur zijn er te beperkt voor.

Gespecialiseerde filmtijdschriften die zich zo zelden beschrijvend en meestal nadrukkelijk normatief opstellen, zijn uiteraard aan de zwaarste kopbrekens toe. Het Franse «Cinéma 75» probeert in haar september-oktober nummer ook de stem van deze «gespecialiseerde pers» te laten horen. Er is teveel informatieve en intellectuele achterstand én er blijft een te nadrukkelijk misprijzende reflex om originele en revelerende perspectieven toe te laten.

D.L.

Ulrich KUROWSKI, **Lexikon des Internationalen Films**, Band 1 en 2 Reihe Hanser nr. 172 en 173, Carl Hanser Verlag, München, 1975, 172 en 147 blz.

Het «Lexikon des internationalen Films» wordt een negendelig naslagwerk waarvan

de eerste twee volumes zijn verschenen. Daarin is een internationale filmgeschiedenis uitgewerkt, per nationaliteit gerangschikt. In latere delen zullen regisseurs, acteurs, producenten, monteurs, scenaristen enz. ter sprake komen. In de twee reeds beschikbare deeltjes worden de diverse hoofdstukken met meer of minder succes (zo vielen de bijdragen over België en Nederland eerder mager-tjes uit) door Duitse of buitenlandse deskundigen verzorgd. Naast de onvermijdelijke vele filmtitels zijn aspecten van filmtechnische en filmeconomische aard niet over het hoofd gezien, tenminste in de betere bijdragen. Ook dit filmlexicon ontsnapt echter niet aan het euvel van het genre : een topzware, encyclopedische eruditie die teert op de voorhanden zijnde film-encyclopediën, niet op oorspronkelijke filmhistorische research. Elk hoofdstukje wordt gevolgd door een bibliografie. Er is geen namenregister.

D.L.

AMUSEMENTSINDUSTRIE

WHITCOMB, I., **After the Ball**, Harmondsworth, 1973, 312 blz.

Ian Whitcomb schreef, goed gedocumenteerd, de geschiedenis (de zoveelste) van de populaire muziek in een voor deze werkjes gebruikelijke nl. verhalende stijl. «After the Ball», geschreven en gepubliceerd in 1892 door C.K. Harris, is de eerste song waarvan meer dan 10 miljoen copieën (bladmuziek) verkocht werden.

G.D.M.

JELINEK, E., ZELLWECKER, F., ZOBL, W., **Materialien zur Musiksoziologie**, Jugend und Volk, Wien-München, 1972, 61 blz.

De auteurs bundelden een aantal van hun verhandelingen in de Edition Literaturproduzenten, een uitgeverij die de socialisering van literaire en culturele produktiemiddelen nastreeft. Teksten van populaire deuntjes, jazz en alternatieven tot de laat-burgerlijke muziekproduktie zijn enkele items die vanuit een dialectisch-materialistisch standpunt bij de analyse van de verhouding maatschappij/muziek betrokken worden. De gebalde teksten eisen een geconcentreerde lezing. Originale «doorkijk»-kaft.

G.D.M.

Dieter KÜHN,

Luftkrieg als Abenteurer,

Kampfschrift, Reihe Hanser nr. 180, Carl Verlag, München, 1975, 129 blz.

Triviaal-literatuur is een gegeerd studie-object van de recente ideologie-critiek geworden. De in dit boek nader bekeken oorlogsliteratuur (specialiteit vliegtuigen) in Westduitse kiosken als tijdschrift of boek te koop, behoort tot die ruim geconsumeerde infra-literatuur die pas door begrippen als «bewustzijnsindustrie» en «culturele industrie» wetenschappelijk en intellectueel is ontsloten. De schrijver die hier vroegere journalistieke exploraties van dit domein voor radio en weekbladen (o.m. Die Zeit) uitwerkt, past montage-technieken toe. Zo kan hij aantonen dat de stijl van deze naoorlogse producten in niets verschilt van de promotionele brochures die voor en tijdens de tweede wereldoorlog in Duitsland werden verspreid. De polemische verontwaardiging van Kühn doet nochtans naïef aan. Voortdurend klaagt hij het romantiseren en het depolitiseren van de oorlog aan, alsof het schrijvers en lezers van dit genre om de werkelijkheid van dat verleden zou gaan! Triviaal-literatuur schiet wellicht tegenover de werkelijkheid schromelijk tekort, maar niet tegenover de wensen van de consumenten. Wat Kühn als een gebrek aanklaagt, is veeleer een duidelijke functie. Er moeten dus «andere vragen gesteld worden» (Drews in de Süddeutsche Zeitung), mogelijk in de richting van een «psychotherapie van het triviale bewustzijn» (Hübner in de Frankfurter Allgemeine Zeitung).

D.L.

PUBLIC RELATIONS

G. VAN DER MEY e.a.

Public Relations, Handboek voor Interne en externe communicatie,

Samson Uitgeverij, Alphen aan den Rijn-Brussel, 1973.

We ontvingen dit losbladig handboek bij zijn derde aanvulling. Er moeten nog aanvullingen volgen zodat het vrij moeilijk is zich een juist beeld te vormen van het geheel. Belangrijke hoofdstukken moeten nog verschijnen. Meteen leggen we de vinger op de wonde van iedere losbladige uitgave: het werk is in feite nooit af. De lezer moet leven in de hoop op het afwerken van de hoofdstukken, die hem

het meest interesseren. De eerste afleveringen zijn meestal de gemakkelijkste: ze bevatten derhalve algemeenheden en reeds elders gelezen bedenkingen. Ook dit handboek ontsnapt niet aan deze algemene indruk.

Het werk is ingedeeld in een theoretisch deel, een praktijk-deel en een data-deel. Het theoretisch deel beperkt zich tot de verhouding onderneming en samenleving, de begripsomschrijvingen, de beschrijving van de p.r.-adviseur, de plaats van p.r. in de organisatie en de verhouding met de pers. Voor een beginner kunnen deze hoofdstukken wellicht een onvermijdelijke terreinverkenning inhouden; voor de vakman brengen ze niets nieuws. Daarenboven wordt elke controversie met de raakgebieden (marketing, reclame, propaganda) met zorg vermeden. Ze worden netjes op één rij geplaatst zonder verdere beoordeling. Zo we het aantal bladzijden als norm dienden te nemen, zouden we ons de vraag moeten stellen of we wel met een p.r. handboek te maken hebben. Het theoretisch deel heeft ons ronduit ontgoocheld: algemeenheden, gebrek aan kritische beoordeling. Het praktijk-deel is nog vrij mager: «het persbericht» is een keurig stuk: ook de internationale public relations bevatten nuttige wenken. De beschouwingen over België zijn correct. Toch blijft de indruk van «reeds eerder gelezen». Daarenboven wekt het verwondering dat alleen het commerciële hoofdstuk (productreclame, commerciële publiciteit, merkenbeleid enz.) dat het minst thuishoort in een p.r. bundel, werd afgewerkt terwijl de meeste p.r. hoofdstukken op voltooiing wachten. Ook de «cases» zijn nog schaars: deze van «huisstijl Hollandsche Betongroep N.V.» is interessant.

Het data-deel is voor Belgen minder nuttig omdat alleen Nederlandse data worden vermeld behoudens de p.r. tijdschriften. Een algemene beoordeling blijft derhalve vrij moeilijk. We hopen dat wat komen moet origineler zal klinken en meer op p.r. gericht zal zijn.

P.M.

MASSACOMMUNICATIE

Roman ROCEK,

Mediengefahr. Missverständnisse, Analyse, Wirkungen,

Wien, Jugend und Volk, 1974, 200 blz.

Vooraleer na te gaan in hoeverre de

media werkelijk een nefaste invloed uitoefenen, schildert de auteur de standpunten terzake van de cultuurcritici. Hij verwijt deze dat ze te veel nadruk gelegd hebben op de onbeperkte macht van de massamedia en het onmondige publiek, zonder voldoende rekening te hebben gehouden met de maatschappij in evolutie en de plaats die het individu daarin bekleedt. Volgens S. ontbreekt ook meestal een empirische basis voor de voorstelling van de cultuurcritici, zodat bij de aanvang van het onderzoek naar de invloed van de media te simplistische modellen opgesteld werden waardoor hun pessimistische visie lange tijd stand hield. Rocek zelf gelooft niet in het sprookje van de 'verborgen verleiders', er spelen te veel factoren mee in het gehele communicatieproces en geen enkele communicator is bij machte ze allemaal onder controle te houden. Om S. zelf te citeren: «Gegen kognitive Aussagen, die über Medien vermittelt werden und bei deren Vermittlung man manipulative Absichten vermutet, ist der einzelne durch diverse Gruppenbindungen, durch seine präkommunikativen Einstellungen und Attitüden und schliesslich noch weitgehend dadurch abgesichert, dass er der Kommunikation nicht direkt, hilflos, ausgesetzt ist, sondern dass in der typischen Empfangssituation Schutzmechanismen wirken, die Gefahren der Beeinflussung weitgehend reduzieren.» (blz. 125) De auteur aanvaardt wel dat er een nefaste invloed bestaat, maar dat deze meer op het affectieve, emotionele vlak ligt, dan op het cognitieve. Om dit aan te tonen wijdt de auteur een hoofdstuk aan de invloed van geweld- en agressievoorstellingen in de media.

Rocek wilde met dit boek blijkbaar geen nieuwe theorieën over de invloed van de media vooropstellen. De grote verdienste van 'Mediengefahr' bestaat daarin dat het de traditionele opvattingen hierover op een kritische en eenvoudige wijze (vlot geschreven, overzichtelijk) analyseert. Een waardige publikatie voor wie even zijn geheugen wil oprispen of voor degene die een antwoord zoekt op de vraag 'zijn media nu werkelijk zo nefast?'. Een pasklaar antwoordt geeft S. niet.

Wellicht omdat hij ervan overtuigd is dat dit eveneens afhankelijk is van de houding van de ontvanger tegenover mediaconsumptie en dat de nefaste invloed van de media niet alleen in de schoenen van de massamediaproductenten kan geschoven worden.

C.L.B.

Cause Commune: Le pourissement des sociétés, reeks 10/18, nr. 936, Union générale d'édition, Parijs, 1975, 315 blz.

«Cause Commune» is een sinds 1972 verschijnend Frans tijdschrift dat onlangs in het fonds van de pocketreeks «10/18» is opgenomen. Socioloog Jean Duvignaud leidde het tijdschrift, samen met de sociologizerende romancier van «Les Choses», Georges Perec. In het kader van de crisis van de Franse academie en de zelfkritiek van de Franse menswetenschappen hebben de redacteurs van «Cause Commune» van meetaf aan een pathetisch en zelfs hysterisch geluid laten horen. Hun wetenschappelijke en literaire intuïtie is geconditioneerd eerder door een apocalyptische dan door een kritische visie op de geïndustrialiseerde samenlevingen. Dat zich, varend op dit extreme kompas, soms merkwaardige vaststellingen laten doen, blijkt uit het stuk van Paul Virilio over de media: «La Délation de Masse». De bijdrage van Duvignaud over het niveau waarop zich zijn cultuurpessimisme situeert (hij kan uiteraard niet zomaar de klassieke formulering ervan onderschrijven!) toont de intellectuele impasse waarin zich de sociologische maatschappijkritiek bevindt. Een publikatie, belangrijk als symptoom.

D.L.

HIEBERT, R.E.; UNGURAIT, D.F.; BOHN, T.W.,

Mass Media: An Introduction to Modern Communication. New York, David McKay Company, Inc. 1975, 2de druk, 495 + XVI blz.

De poging van de auteurs om een boek op de markt te brengen dat een inleiding tot moderne communicatie beoogt, mag als geslaagd bestempeld worden. In vijf delen overlopen ze kort wat er allemaal aan een communicatiegebeuren te pas komt. Zevenentwintig items komen ter sprake, die samen zowat 160 benaderingspunten opleverden.

In deel I worden er enkele modellen en communicatiesystemen beschreven, die de auteurs echter op hun honger laten als het op een adequate omschrijving van een communicatieproces aankomt. Ze stellen dan ook een nieuw model voor dat de naam HUB-model kreeg. Dit bestaat uit een serie van zeven concentrische cirkels waarvan de communicator het centrum uitmaakt. De auteurs zijn er zich niettemin van bewust dat de com-

municator slechts een klein, maar toch noodzakelijk deel is van het totale proces. De overige cirkels worden ingenomen door elementen als code, gatekeeper, media, regulatoren, filters en publiek. Al deze elementen worden doorkruist door media-invloeden, feedback en storingen.

In deel II worden de componenten van het HUB-model afzonderlijk geanalyseerd. Deel III beperkt zich tot een aantal media van het massacommunicatieproces. Vermeldenswaardig hierbij is dat van elk medium een korte historische schets gegeven wordt over ontstaan, evolutie, structuur en plaats van het betreffende medium in de maatschappij. Deel IV is gewijd aan het gebruik van de massamedia, waarbij de traditionele functies van de media aan bod komen. Deel V handelt over de toekomst van de massacommunicatie.

Om het geheel af te ronden geven de auteurs ten slotte nog een geselecteerde maar omvangrijke bibliografie en een lijst van organisaties die in mindere of meerdere mate betrokken zijn bij het mediagebruik in de Amerikaanse samenleving.

Het boek kan beschouwd worden als een soort grammatica van de massamedia, geen totaal nieuwe, maar wel een verstaan- en hanteerbare.

C.L.B.

TAAL

Riemer REINSMA,

Signalement van Nieuwe Woorden, Elsevier, Amsterdam/Brussel, 1975, 237 blz.

Naast het jargon van deskundigen (in wetenschap en politiek) bestaat een jargon dat door de informatie-cultuur zelf wordt ontwikkeld: een modieus jargon van neologismen, leenwoorden en betekenisverschuivingen die nooit alleen een (neutrale) inhoud weergeven, maar ook altijd mee een culturele plaatsbepaling van de spreker inhouden. Het is niet het jargon van afgesloten kennisdomeinen, maar het jargon van afgesloten levensstijlen, aparte culturen, sociale (i.p.v. regionale) dialecten. Deze uitdrukkingen — door Reinsma zijn er zo'n 2000 in Vlaanderen en Nederland verzameld — zijn de wachtwoorden bij het betreden van de verschillende so-

ciaal-culturele 'scènes' van de laatste 20 jaren: de reclamewereld, de drug-scène, de sociale wetenschappen, het buitenparlementair activisme. Het paradoxale van deze wachtwoorden is hun openbaarheid: iedereen kent ze in minder dan geen tijd. Deze sociale dialecten krijgen dan een licht geperverteerd kleurtje. Het woord dat ingang vond om zijn duidelijkheid, om zijn bruikbaarheid en mobiliserende kracht, degenerereert van «partij-woord» tot «mode-woord». Er treedt een functie-ontwaarding, een betekenis-degeneratie in. Vele van de door Reinsma verzamelde «nieuwe woorden» zijn niet meer dan de voetsporen van een snel-lopende communicatie-cultuur.

D.L.

OMROEP

Drs. Leo PRICK,
Zul je vanavond naar me luisteren...?
NCRV, 16 blz.

Een kleine brochure waarin de schrijver enkele technische raadgevingen formuleert voor de man die op televisie komt, maar geen televisiejournalist is: de politicus, wetenschapper of sociale werker die tijdens een interview of discussie als taak krijgen hun problematiek en kennis tot een ruim publiek over te dragen.

Eens te meer draait de discussie rondom «moeilijke taal».

Een oud zeer sinds de democratisering van het onderwijs en de ontwikkeling van de informatie-industrie: de woordenschat van het «brede publiek» blijkt telkens weer beperkter dan de vele deskundigen en informatoren veronderstellen. Het boekje pleit voor duidelijkheid, bondigheid en begrijpelijke taal en een «algemeen menselijke manier» om problemen te benaderen. Bij de lezer van deze brochure duikt — na de zoveelste maal de klacht over de informatiekloof te hebben aangehoord — de vraag op of dit massale niet-horen en niet-verstaan wellicht anders moet bekeken worden.

Misschien zijn het niet verstaan van het publiek en het onduidelijk zijn van de deskundige een klare aanwijzing van het wantrouwen van het publiek tegenover de informatie-industrie en van de onwil van de informant om werkelijk te informeren. De informatiekloof is wellicht niet de ziekte, maar slechts een symptoom.

D.L.