

kleinschalige massacommunicatie: tussen ideologie en strategie

ed. hollander

Kleinschalige massacommunicatie, in het bijzonder de toepassing op kleine schaal van radio, film, video, audio-cassettes en pers, vormt een ontwikkeling die al zo'n tien jaar gaande is maar desondanks in de beleids sfeer als actueel en recent wordt gekenmerkt. Het tijdsverloop tussen het moment waarop kleinschalige media zich manifesteerden en het moment waarop men er zich in termen van mediabeleid mee wenste bezig te houden is een indicatie voor de warme belangstelling die nationale overheden, met name in West-Europa maar ook in verschillende landen van de Derde Wereld, koesteren voor kleinschalige media. Dit geldt dan vooral voor die vormen van kleinschalige massacommunicatie waarbij herkenbaarheid, toegankelijkheid en participatie nagestreefd worden, de z.g. 'community media' (1). Het is dan ook een van de verdiensten van het MacBride-rapport dat daarin, op een moment dat in verschillende landen kleinschalige media op provisorische basis als experiment of project een onzeker bestaan hadden, onder de titel 'democratisering van communicatie' groepsmedia en lokale media onder de aandacht gebracht zijn. In dit deel van het MacBride-rapport, dat door Singh en Gross als 'the most innovative part of the report' aangeduid wordt, worden in de discussie over internationale communicatie tot dan toe nieuwe elementen ingebracht; participatie in media-management, horizontale communicatie en drie vormen van alternatieve communicatie zoals radicale oppositie,

community media en lokale media, en communicatienetwerken van belangengroepen (2).

In de paragraaf die specifiek handelt over groepsmedia en lokale media wordt bovendien duidelijk gemaakt dat het niet zozeer gaat over (lokale en groepsmedia als) radio en pers maar in feite over het hele scala van kleinschalige vormen van openbare communicatie: muurkranten, pamfletten, dia's, posters, evenzeer als radio, films, toneel en theater, poppentheater, cassettes en tentoonstellingen. Onder verwijzing naar ervaringen in ontwikkelde en in ontwikkelingslanden wordt ten aanzien van deze kleinschalige vormen van openbare communicatie opgemerkt dat ze zowel als uitingmogelijkheid dan als informatiebron instrumenteel zijn voor de mens om problemen in de directe woon-, werk- en leefsfeer aan te kunnen. Deze z.g. 'kleine media' hebben een eigen plaats in het geheel van (massa)communicatievormen en dienen niet op een lijn gezien te worden met massamedia en telecommunicatie (3).

Met deze visie op kleinschalige massacommunicatie getuigt het MacBride-rapport niet alleen van een ruim perspectief op de relatie tussen massacommunicatie, democratie en maatschappij maar ook van een meer integrale beleidsvisie inzake mediabeleid dan in menig land in medianota's aangetroffen wordt.

De erkenning van het belang van kleinschalige massacommunicatie in het MacBride-rapport vindt men in de erop

volgende discussies en besluiten nauwelijks weerspiegeld (4). De discussie was vooral toegespitst op hete hangijzers als het belang van een nationaal communicatiebeleid voor ontwikkelingslanden en de consequenties die dit zou kunnen hebben voor de journalistieke vrijheid. De thema's 'toegankelijkheid' en 'participatie' werden voornamelijk bediscussieerd in relatie tot de evenwichtige deelname van Derde Wereldlanden aan mediatechnologie en internationale informatiestromen. Thans, drie jaar na de discussies over het MacBride-rapport, is er een zekere luwte opgetreden in de debatten over de nieuwe internationale informatie-orde en valt met White te constateren dat "access and participation - even in this relatively benign, local form - is far from being an integral part of the public philosophy of public communication in most countries and still further from being an integral part of national communication policies" (5).

Ondanks het feit dat een indrukwekkende lijst opgesteld kan worden van kleinschalige mediaprojecten in bijna alle delen van de wereld valt er een zekere hui-
ver te constateren wanneer het er om gaat kleinschalige massacommunicatie te integreren in een nationaal mediabeleid (6). Deze aarzeling wordt begrijpelijk wanneer men beseft dat het bij kleinschalige massacommunicatie om een complexere problematiek gaat dan in de simpele tegenstelling tussen grote media en kleine media gesuggereerd wordt, nl. alsof kleine media een meer-op maat

gesneden vorm zouden zijn van de groot-schalige massamedia. In wezen gaat het bij kleinschalige vormen van openbare communicatie om een ander theoretisch perspectief op de rol van communicatie en openbare communicatie in het ontwikkelingsproces. Het probleem is echter dat dit theoretisch perspectief langs twee lijnen invloed heeft ondergaan, nl. vanuit het denken over kleinschalige media in de Westerse wereld, waarin begrippen als toegankelijkheid en participatie centraal staan, en vanuit de ervaringen en inzichten uit kleinschalige mediacam-pagnes in Derde Wereldlanden, waarin schaalverkleining en effectiviteit een belangrijke plaats innemen. Het is deze dualiteit, - denken vanuit de Westerse democratische ideologie gekoppeld aan denken in termen van ontwikkelingsstrategie -, die het theoretisch perspectief op kleinschalige massacommunicatie kenmerkt (7).

Kleinschalige massacommunicatie als strategie

Tegen de achtergrond van een te signaleren traditie in het denken over communicatie en ontwikkeling komt Rahim tot een classificatie van drie 'communication approaches in rural development' (8). Daarbij wordt aangenomen dat de informatiestroom bij rurale ontwikkeling hoofdzakelijk verticaal is en dat het in het algemeen situaties betreft waarin een relatief klein deel van de bevolking ontwikkelingsprogramma's vaststelt en uitvoert ten behoeve van en gericht op het grootste deel van de bevolking in de rurale gebieden. Horizontale communicatie binnen de leidinggevende groep en bij de rurale bevolking is een belangrijke factor, maar is een afgeleide van en staat in functie van de verticale informatiestroom. De drie soorten communicatiestrategieën zijn dan: de 'extension and community development approach', de 'ideological and mass mobilization approach' en de 'mass media and education approach' (9). Van deze strategieën is de 'extension approach' de oudste en meest gangbare benadering. Het is tevens de benadering die het meest aan kritiek onderhevig is geweest, en waarop verscheidene varianten zijn ontwikkeld. In de meest oorspronkelijke vorm - landbouwvoorlichting - ging men uit van de veronderstelling dat er in de ontwikkelingslanden kennis en vaardigheden over nieuwe landbouwmethodes

aangereikt moesten worden vanuit die plaatsen waar die kennis voorhanden was, nl. researchinstituten, naar de gebieden waar deze kennis geleerd en toegepast moest worden. In de Verenigde Staten was deze vorm van landbouwvoorlichting met succes toegepast en dit model werd geacht ook in andere delen van de wereld van nu te zijn. Massamedia, en in het verlengde daarvan interpersonele contacten, vormen het kanaal waarlangs deze kennis omtrent landbouwmethodes getransporteerd wordt. Dergelijke campagnes vallen onder verantwoordelijkheid van nationale en regionale overheidsinstellingen waarbij voorlichtingsdeskundigen (extension officers) de verbinding vormen met de dorpen in de regio. Deze strategie was geënt op een ontwikkelingsmodel waarin ontwikkeling werd gezien in termen van modernisering en snelle economische groei, met behulp van kapitaal-intensieve technologie en op basis van een gecentraliseerde planning (10). Een veel toegepaste operationalisering van deze strategie is het werken met radio-forums, waarbij het voordeel van het medium radio, - verspreiding van informatie vanuit een centraal punt -, werd gecombineerd met georganiseerde discussies naar aanleiding van de programma's onder (bege)leiding van de extension agent. Deze strategie werd in de jaren '60 op grote schaal toegepast in India, Nigeria, Ghana, Malawi, Costa Rica, Brazilië en een aantal andere landen (11).

Het doel van deze strategie was om door middel van een effectief gebruik van massamedia (met name radio) en interpersonele communicatie te komen tot een attitudeverandering bij individuele landbouwers ten gunste van de aangeboden innovatie. De kritiek die begin van de jaren 70 geformuleerd werd t.a.v. deze strategie kwam erop neer dat uitgegaan werd van een té rechtlijnig effectdenken en bovendien van een té psychologisch verklarende model. In de praktijk leidde dit ertoe dat als een innovatie niet geaccepteerd werd, dit werd toegeschreven aan de individuele ontvangers; die waren fatalistisch, passief, wantrouwend, weinig ondernemend etc. (12). Deze kijk op de bijdrage van communicatie aan ontwikkeling vertoonde een blinde vlek die zich manifesteerde in een veronachtzaming van de sociale structuur waarin ontvangers verkeren en in een blind vertrouwen in de wenselijkheid en juistheid van de innovatie (13). Onderzoek wees bovendien uit dat bij deze communicatiestrategie

vooral die landbouwers van de aangeboden vernieuwingen gebruik maakten, die op grond van hun relatief betere sociaal-economische positie daartoe in staat waren, waardoor de ongelijkheid tussen welvarende en minder welvarende boeren eerder toe dan afneemt (14). Met de uitbreiding van deze communicatiestrategie naar o.a. gezondheidszorg en familieplanning werden varianten ontwikkeld, waarbij men probeerde de gebleken nadelen van de 'extension approach' te vermijden, o.a. door integratie van voorlichtingsactiviteiten, door meer gebruik te maken van interpersoonlijke communicatienetwerken en traditionele communicatievormen, en door zich meer te richten op het individu in zijn sociale context, i.c. rurale en lokale gemeenschappen (15).

Deze 'community development approach' blijft uitgaan van een centraal geplande strategie maar door decentralisatie en tegelijk integratie van ontwikkelingsactiviteiten op lokaal niveau met ondersteuning van 'village-level-workers', probeert men op het niveau van de community de ontwikkelingsdoelstellingen te vertalen naar de situatie van de plattelandsbevolking. De 'village-level-workers' zijn opgeleide en getrainde personen van buiten de betreffende community of, zoals in Franstalig Afrika, lokale leiders die met speciale training binnen de eigen gemeenschap werkzaam zijn (16). Het is bij deze community development approach dat informele communicatienetwerken en de op lokaal niveau aanwezige kleinschalige media, - de z.g. folkmedia of traditionele media -, aan betekenis winnen. De 'extension and community development approach' blijft een op informatie-overdracht gerichte strategie, door schaalverkleining meer op het lokale niveau en de lokale communicatievormen toegespitst vanuit de gedachte dat hiermee de effectiviteit van de boodschap (m.a.w. de gewenste ontwikkelingsdoelstellingen) vergroot kan worden.

Het politiek neutrale karakter van deze strategie - de vlag informatieoverdracht zegt immers niets over de politieke lading van de ontwikkelingsdoelstellingen - heeft ongetwijfeld bijgedragen tot de omvang van de schaal waarop deze communicatiestrategie is toegepast.

Deze politieke neutraliteit ontbreekt bij wat Rahim de 'ideological and mass mobilization approach' noemt, daarmee doelend op ontwikkelingsstrategieën zoals die in Cuba, China en Tanzania zijn

toegepast. Deze strategie wordt gekenmerkt door een sterke mate van coördinatie van ontwikkelingsactiviteiten op alle niveaus en in alle maatschappelijke sectoren, nadruk op het lokale en dorpsniveau als eenheid voor ontwikkeling en het creëren van een feed-back mogelijkheid vanaf de basis naar de partijleiding, naast de informatiestroom die van de partijleiding via onderwijs, vorming, media en politieke kaders naar de basis gaat. Het gebruik van media is niet een communicatiestrategie op zich maar vormt een onderdeel van een algemeen proces van politieke vorming (17). Voorbeelden zijn de 'planned birth' campagne in China en het Ujama-villageproject in Tanzania. Uitgangspunt in Tanzania was dat de Ujama-village inwoners op basis van vrijwilligheid, met de beschikbare middelen en grondstoffen hun eigen ontwikkelingsstrategie zouden ontwerpen en realiseren. Hierbij wordt uitgegaan van de gedachte dat ontwikkeling niet iets is wat een regering kan opleggen aan de bevolking, maar dat ontwikkeling gestalte moet krijgen vanuit de situatie waarin de bevolking zich bevindt en op de wijze die de betrokkenen zelf het meest geschikt lijkt.

De 'mass media and education approach' tenslotte is vooral in Zuid-Amerika toegepast. Hier spelen de massamedia, vooral radio, een belangrijke rol. Maar het verschil met de 'extension and community development approach' is dat de informatie-overdracht niet gericht is op specifieke terreinen - landbouwverbetering, gezondheidszorg of geboortebepaling - maar op algemene vorming en educatie. Uitgangspunt is hier dat eerst de drempels weggenomen moeten worden die mensen verhinderen gemotiveerd deel te nemen aan het ontwikkelingsproces, waarbij gebrek aan onderwijs als de voornaamste drempel wordt gezien. Een bekend voorbeeld van deze benadering is de Acción Cultural Popular (ACPO) in Colombia. Deze door de kerk gesteunde organisatie opereert onafhankelijk van de regering en verzorgt via een netwerk van radiostations educatieve programma's. De uitzendingen zijn bestemd voor kleine groepen luisteraars over het hele land. Deze luistergroepen worden begeleid door plaatselijke vrijwilligers. Ter ondersteuning van de radiolessen verzorgt ACPO cursusmateriaal, tekstboeken, een krant, posters e.d. Deze vorm van radioschool heeft model ge-

staan voor soortgelijke activiteiten in bijna alle landen van Zuid Amerika (18). Bij de drie genoemde communicatiestrategieën ligt als bijna vanzelfsprekend een zwaar accent op de massamedia, met name radio, met als tweede stap interpersoonlijke communicatie. Voor zover sprake is van een communicatiestrategie ligt de nadruk op overdracht van informatie. De 'ideological and mass mobilization approach' verschilt niet van de andere benaderingen voor wat betreft de rol van de media; het verschil ligt in een andere opvatting over wat ontwikkeling is en hoe ontwikkelingsdoelen gerealiseerd kunnen worden. In de loop der tijd valt een tendens naar schaalverkleining waar te nemen. Het dorp, de community, de directe woon-, werk- en leefsituatie wordt het focus voor ontwikkelings- en communicatiestrategieën. In dit verband treedt een herwaardering op van de bestaande kleinschalige media en communicatievormen. Daarbij gaat het niet zozeer om het belang van kleinschalige vormen en openbare communicatie als uitingsmiddel voor de lokale gemeenschap, maar veelal om het gebruik van deze kleinschalige communicatievormen als een meer effectieve informatiebron voor de lokale bevolking van de grootschalige massamedia. Deze "persuasion for effect mentality" wordt pas ter discussie gesteld wanneer een ander perspectief op ontwikkeling zich aandient aan het begin van de jaren '70 (19).

Kleinschalige massacommunicatie als ideologie

Kritiek van economen als Schumacher en Frank, de te geringe economische groei in ontwikkelingslanden, en de positieversterking van ontwikkelingslanden in de Verenigde Naties, zijn factoren die hebben bijgedragen tot een klimaat waarin het oude ontwikkelingsmodel ter discussie gesteld kon worden, en waarin ontwikkelingslanden zelf een grotere inbreng konden claimen in de formulering van nieuwe ontwikkelingsstrategieën. Met het in verval raken van het "dominante paradigma" verdween ook de relatieve uniformiteit in het denken over ontwikkeling en werd duidelijk dat, afhankelijk van de specifieke politieke, culturele en economische context, meerdere alternatieve modellen in aanmerking konden komen. Een aantal belangrijke elementen daarin zijn: decentralisatie van ontwikkelingsactiviteiten naar het lokaal

niveau, inclusief planning en besluitvorming, participatie van de bevolking in planning en formulering van ontwikkelingsdoelen, ontwikkelingsdoelen niet uitsluitend gericht op economische groei maar op welzijn en rechtvaardige verdeling van welvaart, self-reliance op lokaal niveau en integratie van moderne en traditionele methoden, waarden en normen (20). Met name participatie, decentralisatie en nadruk op het lokale niveau als ontwikkelingseenheid zijn hierin cruciaal en het is in deze context dat in de discussie over communicatiestrategieën een accentverschuiving optreedt van massamedia naar z.g. 'community media'. Communicatie binnen de lokale gemeenschap wordt in de opvatting over "self-development" gezien als een belangrijke factor die kan bijdragen tot: "a) encouraging diagnosis by the community of its own situation and problems, b) providing access to all relevant information on alternatives, c) organizing the people, d) aiding the community to obtain means and resources, that is, power, e) creating suitable institutions for community decision-making and collective action" (21). Deze opvatting over het belang van basiscommunicatie in relatie tot sociale verandering is in Zuid-Amerika met name verwoord door Paolo Freire, als een alternatief voor de gangbare verticale informatie-overdracht door de massamedia (22). In de toepassing van deze filosofie op de rol van communicatie in ontwikkelingsprocessen worden de uitingsmogelijkheden die kleinschalige vormen van openbare communicatie bieden aan de lokale gemeenschap benadrukt tegenover de massamedia als informatie-leveranciers. Naast de kritiek op de rol van de massamedia heeft ook de discussie in Verenigde Natiesverband over "the right to communicate" een belangrijke impuls gegeven aan het denken over kleinschalige media en kleinschalige vormen van openbare communicatie en het is ook in dit verband dat een verbinding tot stand kwam tussen de communicatiefilosofie van Freire en Westerse opvattingen over 'public access, 'media participation', en 'community media' (23).

In West-Europa heeft met name de democratiseringsbeweging uit de jaren '60 als voedingsbodem gediend voor een alternatieve visie op de rol van communicatie en media in een democratische samenleving die zich uitte in een kritiek op het functioneren van de grootschalige mas-

samedia. In de loop van de jaren '60 mondde deze kritiek uit in een eis tot democratisering en decentralisering van de massamedia (24). Aan het begin van de jaren '70 werden realiseringskansen voor een alternatief gebruik van media gevonden in het op de markt komen van lichte en goedkope videoapparatuur, in combinatie met niet-gebruikte kanalen van lokale kabeltelevisienetwerken. Parallel hieraan ontwikkelde zich een filosofie van de kleinschalige massacommunicatie, die veel meer een catalogus vormt van met elkaar samenhangende ideeën, maatschappelijke verlangens en theoretische inzichten die zich in de tijd min of meer hebben doorgezet en die gezamenlijk de ideale basis vormen van wat thans de kleinschalige massacommunicatie genoemd wordt.

Twee met elkaar verbonden concepten, participatie-democratie en basiscommunicatie, liggen ten grondslag aan deze filosofie. Basis-communicatie vormt de noodzakelijke voorwaarde voor participatie aan menings- en besluitvormingsprocessen en wordt gezien als alternatief voor en tegenhanger van massamedia en massacommunicatie. Kleinschaligheid en decentralisatie zijn in deze filosofie de wegen waarlangs democratische participatie gerealiseerd moet worden. Het is in deze context dat in de loop van de jaren '70 met video, lokale televisie en lokale radio als community media, d.w.z. kleinschalige media onder beheer van bewoners, geëxperimenteerd wordt. Doel daarbij is op lokaal niveau een platform te creëren waar de betrokkenen zaken, die de lokale gemeenschap aangaan, naar voren kunnen brengen en waar over deze zaken gediscussieerd kan worden. Het gaat met name om de uitingsmogelijkheden die deze community media bieden aan groepen en individuen die bij de gevestigde media over deze mogelijkheden niet kunnen beschikken. De kleine schaal waarop dit gebeurt, de betrokkenheid van de bewoners, de herkenbaarheid van de thema's, en de behandeling ervan door niet-professionals, worden in deze filosofie garanties geacht voor participatie door bewoners. De verwantschap tussen beide opvattingen over kleinschalige massacommunicatie in West-Europa en Zuid-Amerika heeft bijgedragen tot de evolutie van het 'right to communicate' naar 'democratisering van de media' zoals dat met name tijdens de Unesco-meeting over Self-Management, Access and Participation in Communi-

cation, Belgrado, 1977 naar voren kwam (25). En met de sterkere nadruk in het denken over ontwikkeling op het lokale niveau, de local of rural community, als eenheid voor ontwikkeling, betekent democratisering van media, naast decentralisering van grootschalige massamedia, in toenemende mate het stimuleren van kleinschalige vormen van openbare communicatie op lokaal niveau. Het concept kleinschalige massacommunicatie herbergt dus in zich twee aspecten, enerzijds kleinschalige vormen van openbare communicatie als meer adequate en meer effectieve informatiebronnen in het kader van een informatie strategie, anderzijds kleinschalige massacommunicatie als alternatieve uitingsmogelijkheid voor groeperingen die daartoe bij de gevestigde media de kans niet krijgen, tegen de achtergrond van een liberale democratie-opvatting. Daarbij treedt de complicatie op dat in tegenstelling tot grootschalige massamedia, waar het zeer goed mogelijk is door middel van controle, professionalisering en specialisering de toegangsdrempel voor niet-professionals fors te verhogen, het bij kleinschalige media vrij moeilijk is de functie van informatiebron te benadrukken en tegelijkertijd de uitingsmogelijkheden te verhinderen. Die controle is nog wel mogelijk bij de lokale radio en lokale pers, maar wanneer bv. posters, stencils, muurkranten, poppentheater, straattheater, audio-cassettes e.d. in het spel komen wordt controle op wie van deze uitingsmogelijkheden gebruikmaken vrijwel ondoenlijk. Kleinschalige massacommunicatie is dus in sterkere mate dan dit bij grootschalige massamedia het geval is afhankelijk van marges die binnen een politiek systeem bestaan. De lange lijst van kleinschalige mediaprojecten die de experimenteer- of projectfase nooit te boven zijn gekomen getuigt hiervan. Overal waar media gelijkgesteld worden met macht zal decentralisatie van media op problemen stuiten.

Naast deze politieke condities is er nog een andere voorwaarde te noemen voor kleinschalige massacommunicatie. Evenals bij het gebruik van media voor informatie-overdracht naar voren kwam, speelt de sociale structuur ook een belangrijke rol wanneer het gaat om kleinschalige vormen van openbare communicatie als uitingsmiddel voor een gemeenschap. Bij experimenten en projecten is naar voren gekomen dat ook kleinschalige media niet in staat zijn mensen tot

communicatie en participatie aan te zetten wanneer er geen gemeenschappelijke belangen zijn waarover men van gedachten kan wisselen of wanneer de belangen niet als collectieve belangen ervaren worden, evenmin als mensen kunnen participeren aan acties en organisaties als ze alles in het werk moeten stellen om zelfs aan primaire levensbehoeften te kunnen voldoen. Dat houdt in dat ook kleinschalige massacommunicatie niet alleen het middel kan zijn om sociale en structurele veranderingen te bewerkstelligen, maar dat 'the democratization of communication is social change emerging out of a process of structural change ... and that communication policies must somehow build out of the experiences and initiatives that are developing in a country' (26).

Noten

(1) BERRIGAN, F., *Community communications, the role of community media in development*, Unesco reports and papers on mass communication nr. 90, Unesco, Parijs, blz. 7 e.v.

HOLLANDER, E., *Kleinschalige massacommunicatie: Lokale omroepvormen in West-Europa*, WRR-serie voorstudies en achtergronden mediabeleid, M2, Staatsuitgeverij 's-Gravenhage, 1982, blz. 32 e.v.

(2) SINGH, K. en GROSS, B., "MacBride": The Report and the Response", in: *Journal of Communication*, autumn 1981, blz. 110.

(3) International Commission for the Study of Communication Problems, *'Many voices, one world. Towards a new more just and more efficient world information and communication order'*, Unesco, Parijs, 1980, blz. 55-57.

(4) HOLLANDER, E., "Het MacBride-rapport en development communication", in: *Massa-communicatie*, jrg. 8, nr. 6, 1980, blz. 266.

(5) WHITE, R.A., *Contradictions in contemporary policies for democratic communication*, Paper presented at the International Association for Mass Communication Research, Paris, september 1982, blz. 24.

(6) Voor een overzicht van kleinschalige mediaprojecten in de Derde Wereld zie bv.:

- LENT, J.A., *Topics in Third World Mass Communication*, Asian Research Service, Hong Kong, 1979, hfdst II, blz. 23-53.

- O'SULLIVAN-RYAN, J., Kaplun, M., *Communication methods to promote grass-roots participation*, Unesco-serie Communication and Society nr. 6.

- DIAZ BORDENAVE, J., *Communication and Rural Development*, Unesco, Parijs, 1977.

(7) Zie JOUET, J., *Community media and development: Problems of adaption*, Working paper for the Meeting on Self-Management, Access and Paritipction in Communication, Belgrado, 1977.

(8) RACHIN S.A., "Communication approaches in rural development" in: Schramm, W. en Lerner (eds.), *Communication and change; the last ten years and the next*, East-West Centre, Honolulu, 1975, blz. 151-163.

(9) RAHIM, S.A., *op. cit.*, blz. 152-158.

(10) ROGERS, E.M., *Communication and development, the Passing of the dominant paradigm Communication and Development, critical perspectives*, Sage, Beverly Hills/London, 1976, blz. 12è e.v.

(11) HEDEBRO, G., *Communication and social change in developing nations, a critical view*, Iowa State University press, Ames, Iowa, 1982, blz. 31-32.

(12) HEDEBRO, G., *op. cit.*, blz. 36.

(13) ROGERS, E., *op. cit.*, blz. 137.

(14) RÖLLING, N., Ascroft, J. Chege, F., "The diffusion of innovations and the issue of equity in rural development", en Bordenave, J.D., "Communication of agricultural innovations in Latin America", beide in: Rogers, E., (ed.), *Communication and development, critical perspectives*, Sage, Beverly Hills/London, 1976, blz. 43-62 en blz. 63-79.

(15) RAHIM, S.A., *op. cit.*, blz. 153.

(16) RAHIM, S.A., *op. cit.*, blz. 154.

(17) HEDEBRO, G., *op. cit.*, blz. 86 Ng'Wan-akilala, *Mass communication and development of socialism in Tanzania*, Tanzania Publishing House, Dar es Salaam, 1981.

(18) RAHIM S.A., *op. cit.*, blz. 157 e.v.

(19) BORDENAVE, J.E., *Communication and rural development*, Parijs, Unesco, 1977, blz. 166-17.

(20) ROGERS, E.M., *op. cit.*, blz. 138-141.

(21) BORDENAVE, J.E., *op. cit.*, blz. 17.

(22) BORDENAVE, J.E., "Communication of agricultural innovations in Latin America, the need for new models", in Rogers, E. (ed.), *Communication and development, critical perspectives*, Sage, Beverly Hills/London, 1976, blz. 46.

(23) zie: JOUET, J., *op. cit.*, en BERRIGAN, F., *op. cit.*

(24) HOLLANDER, E. (1982), *op. cit.*, blz. 18 e.v.

(25) O'SULLIVAN-RYAN, J. en KAPLUN, M., *op. cit.*, blz. 15.

(26) WHITE, R.A., *op. cit.*, blz. 25.

de explosie van een mythe

Opleiding van media-werkers in de Derde Wereld

paul de maeseneer

Wie de discussie over de zogenaamde Nieuwe Internationale Informatie Orde wat heeft gevolgd weet dat er een stuk nieuwe zakelijkheid is ingetreden na de fel ideologisch geladen debatten uit de tweede helft van de jaren '70. Die nieuwe zakelijkheid uit zich vooral in twee richtingen: enerzijds de roep om een grotere overdracht van communicatie-technologie en apparatuur van Noord naar Zuid en anderzijds een grotere inspanning om 'opleiding en training' te verschaffen aan media-werkers in de Derde Wereld. Welke omroepinstelling men ook bezoekt in Afrika, Azië, Latijns-Amerika of Oceanië, overall krijgt men te horen dat training een absolute prioriteit is. In dit artikel zullen we ons meer bepaald bezighouden met de situatie in Azië. Ik heb zelf van 1980 tot 1982 gewerkt in het Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, kortweg A.I.B.D.. Dat is een internationaal trainingsinstituut van en voor de landen van Azië en Oceanië, gevestigd in Kuala Lumpur (Maleisië). Ik was daar verantwoordelijk voor de cursussen 'Radio News and Current Affairs'.

In het instituut vond in augustus 1982 een belangwekkende conferentie plaats, onder de titel "Training strategies in the eighties". Aan die vergadering namen de verantwoordelijken deel voor opleiding van 13 Aziatische omroepen, plus de 'Heads of Training' van de Australische en de Nieuwzeelandse omroepen.

Op basis van de voor deze conferentie voorbereide papers geven we hierna eerst een summier overzicht van de toestand inzake training in de Aziatische omroepen. In een tweede deel bespreken

we enkele basisproblemen van training voor media-werkers uit de Derde Wereld. En tenslotte gaan we kort in op een aantal praktische knelpunten waarmee dit soort training te kampen heeft. Daarbij maken we uiteraard vooral gebruik van onze eigen ervaring. De vermelde bijeenkomst in Kuala Lumpur was trouwens ook bedoeld als voorbereiding van een wereldwijde conferentie over opleiding van mediapersoneel. Die "Meeting of experts on co-operation among regional communication training institutions" vond plaats in UNESCO in Parijs van 19 tot 22 april 1983.

Deel 1: Trainingsexplosie

Toen UNESCO in 1967 in 15 Aziatische landen een studie ondernam over opleidingsnoden in de omroep, bleek dat van naar schatting 35.000 media-werkers er zo'n 20.000 training nodig hadden of dienden heropgeleid. Dat was meteen de aanleiding om het A.I.B.D. op te richten, het Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, gevestigd in Kuala Lumpur (Maleisië). Van 1972 tot 1982 werden door dat trainingsinstituut 240 cursussen georganiseerd voor 4.307 deelnemers uit 18 landen. Dit intergouvernementeel instituut wordt gefinancierd door bijdragen van de landen-leden, maar meer nog door multilaterale ontwikkelingshulp en door een aantal organisaties, stichtingen en regeringen uit het Westen.

Daarnaast bieden de noordelijke landen -op bilaterale basis- heel wat hulp aan omroepen van Aziatische ontwikkelings-