

B
MUN

(3)
8

25/1/98

Communicatie

communicatiewetenschap en mediacultuur

27 • nummer 3 • september 1998

at coml ewq
w o f i s mu a
ni d e exmo
x d i g s h ca
tie m l o b a

Garant

Afgetekantoor Leuven 1 - Driemaandelijks tijdschrift

Redactie

F. Thevissen, Sectie Communicatiewetenschappen, V.U. Brussel
H. Van Pelt, Departement Politieke en Sociale Wetenschappen, U. Antwerpen
L. Van Poecke, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven
P. Vyncke, Vakgroep Communicatiewetenschappen, U. Gent

Redactiesecretariaat

I. De Wachter

Redactieadres

Communicatie, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven,
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven, tel 016/32.32.20-24, fax 016/32.33.12
E-mail: Ingrid.DeWachter@soc.kuleuven.ac.be

Verantwoordelijke uitgever:

L. Van Poecke, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

Uitgever

Garant Uitgevers, Tiensesteenweg 83, B-3010 Kessel-Lo (Leuven).

Abonnementenadministratie en advertentie-exploitatie: Garant Uitgevers

Abonnementenprijzen voor een jaargang (4 nummers):

- in België: **600 BEF** - betaling op rekening nr. 734-4291103-26 van Garant-Uitgevers.
- in Nederland: **Fl. 35,5** - betaling op rekening nr. 42.61.07.322 van ABN-AMRO-bank, Apeldoorn (giro nr. 837570) t.n.v. Garant-Uitgevers.
- Andere landen: 600 BEF + verzend- en wisselkosten - betaling na ontvangst van onze factuur.

Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men een maand vóór het einde van de jaargang opzegt.

Advertenties:

Advertentietarieven worden op aanvraag toegezonden.

Communicatie verschijnt driemaandelijks, in maart, juni, september en december.
ISSN 0771-7342

© 1998 Garant Uitgevers NV

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd,
opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand
en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze
hetzij elektronisch, mechanisch
door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier
zonder voorafgaande schriftelijke toestemming
van de uitgever.

communicatie

TIJDSCHRIFT VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP
EN MEDIACULTUUR

Jaargang 27, nummer 3
september 1998

INHOUD

De Latijns-Amerikaanse telenovela: tussen media-imperialisme en cultureel pluralisme Philippe Meers	2
Web electronic publishing: op weg naar een nieuw mediamodel? Piet Porteman	25
De rol van de geschreven pers in het democratiseringsproces in Guatemala Lisbeth Van de Merlen	44
Boekbesprekingen	62
Abstracts	64

De Latijns-Amerikaanse telenovela: tussen media-imperialisme en cultureel pluralisme

Philippe Meers

SAMENVATTING

Latijns-Amerikaanse auteurs hebben een substantiële bijdrage geleverd aan het paradigmatische debat over internationale communicatie. De telenovela komt naar voren als een interessante *case* in dit debat tussen aanhangers van media-imperialisme en cultureel pluralisme. Ze wordt steevast aangehaald als een schoolvoorbeeld van tegenstroom, export van televisieprogramma's die ingaat tegen de unilaterale stromen vanuit de VS en Europa naar de zogenaamde derde wereld. Het zou de weerlegging bij uitstek vormen van het media-imperialismeparadigma. De reële draagwijdte van de telenovela als argument voor de afname van dependentie wordt geëvalueerd op verschillende niveau's: eigendomsstructuur en productiesysteem van de telenovela-industrie, inhoud en waarden van de programma's, en vooral tegenstroom van zuid naar noord. Mede op basis van een onderzoek over de instroom van telenovelas in Europa worden vraagtekens geplaatst bij de waarde van de telenovela als tegenstroom en bij de al te optimistische theorieën over cultureel pluralisme.

Sleutelwoorden: internationale communicatie, telenovela, tegenstroom, media-imperialisme, Latijns-Amerikaanse televisie

De Latijns-Amerikaanse soapserie of telenovela heeft een prominente rol veroverd in de Latijns-Amerikaanse televisie-industrie. Het is de meest succesvolle programmacategorie en tevens het belangrijkste product van de Latijns-Amerikaanse televisie-export. In de jaren tachtig exporteerde het Braziliaanse mediaconcern Globo programma's naar 128 landen (Marques de Melo, 1988a:39). Succestelenovelas als *Isaura* en *Sinha Moça* werden verkocht aan zenders in meer dan vijftig landen. In de jaren tachtig was er zelfs sprake van een heuse bloei in de export van telenovelas naar Europa. Dit palmares maakt van de telenovela een interessante *case* in het paradigmatische debat van de internationale communicatie. Aanhangers van de pessimistische media-imperialismethesis gaan de discussie aan met de verdedigers van de eerder optimistische multipliciteit- of cultureel pluralismethesis. De telenovela

wordt door de laatstgenoemden steevast aangehaald als schoolvoorbeeld van *contra flow*, een stroom van cultuurgooederen die ingaat tegen de unilaterale stromen van de Verenigde Staten en Europa naar de zogenaamde derde wereld. In deze bijdrage willen we de telenovela als een geval van tegenstroom kritisch evalueren tegen de achtergrond van de evolutie in de Latijns-Amerikaanse communicatietheorie. We besteden hierbij bijzondere aandacht aan enkele auteurs die een substantiële bijdrage hebben geleverd aan de internationale discussie. Aan de hand van een eigen onderzoek gaan we ten slotte na in hoeverre de huidige Europese situatie aansluit bij het theoretisch debat.

■ LATIJNS-AMERIKAANSE THEORIEËN IN HET MONDIAAL DEBAT OVER INTERNATIONALE COMMUNICATIE

De theorieën over internationale communicatie zijn grondig geëvolueerd sinds de jaren vijftig. De plaats van de zogenaamde derde wereld in het wereldcommunicatieschema verandert ook telkens met de opeenvolgende paradigma's. We beschouwen een paradigma hier als een overkoepelend interpretatie- en denkkader dat op een ideologisch (relatief) coherente wijze verschillende deelaspecten van de internationale communicatie tracht te begrijpen en te onderzoeken (Biltereyst, 1995b:263).

Een chronologisch overzicht kan de indruk wekken dat er telkens slechts één paradigma bestond en dat nieuwe paradigma's de oude van de kaart hebben geveegd. In werkelijkheid gaat het om een conflict tussen denkkaders (Servaes, 1987:57). Zo bestaan de twee historische paradigma's in aangepaste en genuanceerde versies nog naast elkaar met het multipliciteitsparadigma (zie o.a. Schiller, 1991; Mowlana, 1996). Het spreekt voor zich dat ook de indeling in paradigmatische stromingen zelf ter discussie staat. Ze blijft immers een te eenvoudige weergave van een waaier aan theoretische uitgangspunten. We hanteren ze hier toch als verduidelijkend kader.

Na een korte situering van de paradigma's concentreren we ons op de theorievorming in Latijns-Amerika. We besteden hier vooral aandacht aan auteurs van het cultuurimperialisme en het cultureel pluralisme, omdat zij originele elementen leveren aan het debat. Het zijn ook deze auteurs die de telenovela gebruiken als argument voor hun redeneringen. Ze vertalen de theorie naar de specifieke Latijns-Amerikaanse situatie. Op verschillende momenten in de evolutie echter overstijgen ze met hun analyse de concrete Latijns-Amerikaanse context en leveren ze waardevolle bouwstenen voor een algemene theorievorming.

Korte schets van de paradigma's

Het paradigma van communicatie en ontwikkeling beheerst de wetenschappelijke discussie vooral van 1945 tot 1965 (Servaes, 1987:65). De kernidee is dat de verspreiding van moderne massamedia een positieve uitwerking heeft op de ontwikkeling van de derdewereldlanden. De transplantatie van westerse mediatechnologie en mediamodelen moet ervoor zorgen dat onderontwikkelde landen kopieën worden van westerse economieën. De massamedia leveren een bijdrage in de promotie van deze kapitalistische ontwikkeling in westerse stijl als *grote vermenigvuldiger* van de ontwikkeling (Schramm, 1964:47).

Het paradigma van cultuurimperialisme maakt opgeld in de jaren zestig. De internationale realiteit noopt tot een nieuwe interpretatie. De ongelijkheid tussen ontwikkelde landen en ontwikkelingslanden wordt ook op communicatiegebied als problematisch ervaren. Auteurs trachten de groeiende afhankelijkheid op structurele wijze te onderzoeken. De meeste neomarxistische theorieën van cultuurimperialisme gaan terug op Lenins klassieke formulering van imperialisme als het hoogste stadium van kapitalisme. Politieke, ideologische en culturele relaties verzekeren het voortbestaan van de oorspronkelijke economische afhankelijkheid. Het is in deze neofase dat de media een belangrijke rol vervullen (Reeves, 1993:30). Ze dienen om de werkelijke machtsverhoudingen te legitimeren en om het westers model op te dringen. Auteurs als Boyd-Barrett en Lee (1979) hanteren liever de term media-imperialisme omwille van de grote problemen om cultuurimperialisme te definiëren en te analyseren. Ze versmallen het vraagstuk van de afhankelijkheid tot de media. Boyd-Barrett (geciteerd in Biltereyst, 1995a:35) omschrijft media-imperialisme als het proces waarbij de bezitsstructuur, de verspreiding en de inhoud van de media in een land bepaald worden door belangen van vreemde mediagroepen. Deze theorieën werden ondersteund door studies over televisiestromen (Nordenstreng & Varis, 1974), die wezen op een zeer ongelijke unilaterale stroom van televisieproducten vanuit het westen naar de derde wereld. De unilaterale stroom vanuit de Verenigde Staten en Europa verstreekte zo de empirische grond voor de stellingen.

De meest recente tendens staat bekend onder de noemer multipliciteitsparadigma of cultureel pluralisme. Het gaat hier echter niet om een duidelijk en coherent denkkader met duidelijke aanhangers. Toch zijn er overeenkomsten aan te treffen bij auteurs in de jaren tachtig en negentig. Volgens deze visie zijn de begrippen van de oude paradigma's niet meer bruikbaar. Auteurs constateren dat we in een veel complexere mediaomgeving leven, waarin de westerse mediadominantie vervangen is door vele actoren en stromen van mediaproducten. Verschillende factoren duiden op deze evolutie: tegenstromen, regionale stromen, nieuwe actoren en nieuwe productie- en exportcentra. Er ontstaat een dynamiek van lokale productie en aanpassing van de culturele producten (Sre-

berni-Mohammadi, 1993:128). Het communicatieproces wordt bovendien op een andere manier geanalyseerd: de nadruk komt te liggen op het publiek als heterogene groep van actieve receptoren. De reële impact van buitenlandse cultuurproducten wordt onderzocht. Men veronderstelt dat er een complexe onderhandeling bestaat tussen de dominante buitenlandse culturen en de eigen identiteit, afhankelijk van de plek en de actor.

De Latijns-Amerikaanse bijdrage

Communicatie en ontwikkeling

In Latijns-Amerika stond de modernisatiestroming bekend onder de naam *desarrollismo* (politiek gebaseerd op economische ontwikkeling). De Verenigde Staten hadden een ambitieus *Alliance for Progress*-programma gelanceerd voor ontwikkeling. Over het hele continent werden ontwikkelingsprogramma's opgestart, vooral op gebied van formele educatie (McAnany, 1989:6). Het Noord-Amerikaanse functionalisme werd alom gepropageerd in scholen gesponsord door de Verenigde Staten (Reeves, 1993:43).

De kritiek op het moderniseringsparadigma was zowel theoretisch als praktisch. De reële evolutie beantwoordde niet aan de verwachtingen. De historische praktijk in moderniserende landen heeft het paradigma snel achterhaald. De invoer van communicatiehardware en -software leidde uiteindelijk naar een nog grotere afhankelijkheid (Bilteyst, 1995a:35). Er werd verder te weinig rekening gehouden met de context en andere mediërende variabelen zoals lokale verschillen (Sreberny-Mohammadi, 1993:120). Zo was het diffusionisme van Rogers bijvoorbeeld niet afgestemd op de Latijns-Amerikaanse realiteit (Marques de Melo, 1988b:408). Vele projecten hadden dan ook niet de gewenste uitwerking. Martín-Barbero (1993:180) haalt de mediaprojecten van de Organisatie van Amerikaanse Staten onderuit. Ze installeerden communicatietechnologie, maar veranderden niets aan de erbarmelijke levensvoorwaarden van de bevolking. Het absurde resultaat was dat steden gesofisticeerde radiozenders hadden, terwijl de meest elementaire publieke nutsvoorzieningen ontbraken.

Cultuurimperialisme

Vooraanstaande Latijns-Amerikaanse economen, bekend geworden onder de naam *dependistas*, lanceerden de these van de internationale economische afhankelijkheid (Schlesinger & Morris, 1997:2). Maar ook het cultuurimperialismemodel werd vanuit Latijns-Amerikaanse hoek verfijnd in analyses van de culturele dependentie. In Argentinië, Chili, Uruguay en Venezuela kwamen kritische massamedia studies tot stand die de nationale en internationale machts-

structuren en hun onderliggende ideologische boodschappen aanklaagden (Marques de Melo, 1988b:413). De *flow*-studies wezen ook in Latijns-Amerika op de hoge afhankelijkheid van buitenlandse en vooral van VS-programma's. De theoretici constateerden dat de doorsnee Latijns-Amerikaanse mens van 's morgens tot 's avonds ondergedompeld werd in een bad van VS-invloed en -dominantie (García-Canclini, 1988b:471). De centrale stelling luidde dat de lokale culturele identiteit ondermijnd werd zodat de waarden van de dominante economieën en hun transnationale ondernemingen konden worden opgelegd. Het beleid van de plaatselijke politici en de ideeën van plaatselijke intellectuelen waren in hun analyse volledig geconditioneerd door de ideologische schema's van het centrum. Hoewel hun analyse beperkt was door de sterke verankering in het centrum-periferie denken, was dit de eerste poging tot het opbouwen van een originele communicatietheorie in Latijns-Amerika (Reeves, 1993:44). Toch hadden de Europese semiotiek en de marxistische analyse van de politieke economie nog grote invloed (Schlesinger, 1992:x). Dit is niet verwonderlijk gezien verschillende auteurs afkomstig waren van het Europese vasteland of minstens hun vorming kregen aan Europese universiteiten. Armand Mattelart was een belangrijke stem van deze stroming. Zijn bijdrage bestond voornamelijk in een analyse van de ideologische effecten van VS-multinationals (McAnany, 1989:7).

Verscheidene auteurs leveren een bijdrage aan de kritiek op het dependentieparadigma vanuit Latijns-Amerikaans standpunt. Volgens Sarti (1981:319) behandelt het model Latijns-Amerika als een homogeen blok. De complexiteit en de variëteiten van de Latijns-Amerikaanse cultuur worden genegeerd en herleid tot een dichotomische visie op de maatschappij: verdrukkers en verdrukten. Penetratie is bovendien niet uitsluitend destructief. Ze impliceert ook een proces van vermenging aangezien de gekoloniseerde volkeren in staat zijn creatief met de externe tekensystemen om te gaan (Fox, 1993:86). Verder wordt de rol van de plaatselijke elites herleid tot het klakkeloos overnemen en verkondigen van de ideologie van het centrum. Sarti (1981:327) wijst erop dat de plaatselijke heersende klasse in staat is om haar eigen maatschappijen te domineren zonder hulp of instructies van buitenaf. Sinclair (1986, 1990, 1993) werkt het voorbeeld uit van de Mexicaanse televisiegigant Televisa als zogenaamde *derdewereldmultinational*. Dit voorbeeld illustreert de vooronderstelling van het cultuurimperialisme dat de belangen van naties en van de transnationale privé-ondernemingen die er ontstaan zijn, samenvallen. Er bestaan echter niet alleen grote verschillen tussen landen van de derde wereld, ook binnen elk land kunnen specifieke machtsverhoudingen bestaan (Sinclair, 1990:343).

Het kritisch paradigma blijft een belangrijk denkkader (Reeves, 1993:51). Petras (1992:90) spaart zijn kritiek op de pluralisten niet. Hij volhardt in het

zuivere imperialismejargon. Zo reageert hij tegen *het cultureel terrorisme en de tirannie van het liberalisme* en verwerpt hij de eenheidsworst-consumentencultuur. Muraro (1987) hanteert de term *culturele invasie* voor de ontwikkeling van de media in Latijns-Amerika. In zijn redenering maken de media deel uit van het langdurige dominantieproces van het centrum op gebied van cultuurindustrie, dat begint in de negentiende eeuw (Muraro, 1987:21). Maar hij is zich toch bewust van de beperkingen van dit model. Hij wijst er op dat het veronderstelde effect van de buitenlandse ideologie te lineair wordt voorgesteld. Culturele invasie veronderstelt een dualiteit tussen bedreigende externe cultuur en bedreigde nationale cultuur. Deze laatste is in zijn ogen een fictie. Ze bestaat uit verschillende culturele structuren, waarvan er enkele dominant zijn. Deze dominante structuren propageren op zich reeds hun eigen ideologie, zonder hulp van buitenaf (ibid.:30).

Cultureel pluralisme of multipliciteitsparadigma

In de Latijns-Amerikaanse literatuur was deze stroming in eerste instantie een reactie op de excessen van het cultuurimperialisme-denken. Het nieuwe paradigma bevestigde dat populaire klassen hun culturele identiteit behouden hadden en dat ze de manipulatieve boodschappen hadden weerstaan via alternatieve wegen. De auteurs van deze strekking zagen alle heil in alternatieve communicatie en participatie (McAnany, 1989:8). Allerhande kleinschalige media werden als alternatief voorgesteld (Medina-Cano & Montoya, 1989:33). Ze legden de nadruk op het actieve karakter van het publiek. De ondergeschikte cultuur werd overschat in de zin dat ze in staat zou zijn zich volledig te verzetten tegen de dominante cultuur. Maar het medium televisie werd in eerste instantie nog beschouwd als exponent van die dominante cultuur. Pas eind jaren zeventig, begin jaren tachtig kwam er verandering in het denken over televisie. Ook de studies naar programmastromen in de regio verlieten dan de eenduidige verklaringen van het media-imperialisme (Reina-Schement & Rogers, 1984:313).

De vooraanstaande Latijns-Amerikaanse auteurs García-Canclini (1988a, 1988b) en Martín-Barbero (1988, 1993) zien deze eerste visie als een te felle reactie op het cultuurimperialisme, omdat ze in het andere uiterste vervalt. Volgens hen overdrijft ze de kracht van de ondergeschikte cultuur. Beiden beschouwen de relatie tussen publiek en media daarentegen als een veel complexer proces (McAnany, 1993:10). Op die manier willen ze de slingerbeweging in de theorie tussen het overschatten van de dominantie of van de weerstand overstijgen (García-Canclini, 1988a:21). De veranderende tijdsgeest werd duidelijk op het *Seminario Latinoamericano sobre Cultura Transnacional, Culturas Populares y Políticas Culturales* (Seminarie over Trans-

ationale Cultuur, Populaire Culturen en Cultuurbeleid) te Bogotá in 1985 (García-Canclini & Roncagliolo, 1988:11). García-Canclini en Martín-Barbero stelden er hun vernieuwende theorieën voor. Hun modellen vullen de leemte in, geformuleerd door Marques de Melo (1988b:412), op het gebied van Latijns-Amerikaanse theorievorming. De auteurs vertrekken van de *cultura popular* in wat Reeves (1993:51) een *bijna postmodernistische aanpak* noemt. Deze *cultura popular* spitst zich toe op de wisselwerking traditie-moderniteit in een maatschappij die de stap van rurale samenleving naar industrieel-grootstedelijke maatschappij aan een hoog tempo doormaakt. Het is opvallend dat de auteurs in hun nieuwe uitgangspunten niet volledig breken met het dependentiedenken, maar eerder een verfijning of een nuancering formuleren op vroegere inzichten, die ze vaak zelf verdedigd hebben. Zo werkte Martín-Barbero, niet toevallig gevormd in Leuven en Parijs, in zijn boek '*Comunicación Masiva: Discurso y Poder*' van 1978 nog in de traditie van de semiotische ideologieanalyse.

García-Canclini (1988a:22) herformuleert de tegenstelling dominantie-dependentie als een relatie hegemonie-consensus. (Ook bij Martín-Barbero duikt het hegemoniebegrip van Gramsci op als bouwsteen van de theorie.) Deze herformulering heeft verschillende gevolgen volgens de auteur. Ten eerste mogen de sociale actoren niet geobjectiveerd worden. Er bestaan immers geen sectoren die zich voltijds inzetten voor de dominantie noch andere die enkel bestaan om ze te weerstaan. Ten tweede werkt de hegemonie niet autoritair of unidirectioneel. Tenslotte bestaat er een interactie van hegemonische boodschappen met de perceptuele codes en de dagelijkse gewoonten van de populaire klassen (ibid.:22-23).

De transnationale kwestie staat centraal in het nieuwe paradigma. García-Canclini beschouwt dit echter niet als een gesofisticeerde versie van het oude imperialisme. Hij is van mening dat bijgevolg de oude concepten over de strijd tegen dependentie moeten worden vervangen. Het gaat niet meer om de strijd tegen de specifieke kolonisator. Het is een strijd om identiteit geworden in het internationaal systeem (García-Canclini in Martín-Barbero, 1993:2). De internationale ongelijkheden in de productie en distributie van mediagoederen worden niet genegeerd, maar de grootste nadruk komt te liggen op wat er met die producten gebeurt in de specifieke context van specifieke landen. García-Canclini (1988a:39) geeft het voorbeeld van de massamedia en in het bijzonder de televisie in de grootsteden. De *indígenas* (de oorspronkelijke bevolking) en de boeren, die zich vestigen aan de rand van de grootsteden, halen belangrijke informatie uit de media over hoe ze moeten functioneren in de nieuwe omgeving. Dit is misschien een verklaring voor het enorme succes van televisie bij de populaire klassen. Hoewel de programmatie vol zit met reclame voor pro-

ducten die ze nooit kunnen kopen, vormt ze een *manual de urbanidad* (handboek voor urbaniteit) dat hen in staat stelt te overleven in de grootstad. Dit minimaliseert echter niet het feit van de uitbuiting (García-Canclini, 1988b: 476).

Martín-Barbero van zijn kant wil de afgeleide gebieden van de communicatiewetenschap opentrekken naar de populaire cultuur. Volgens de auteur (1988:447) hebben twee processen de manier van denken over communicatie in Latijns-Amerika in vraag doen stellen. Enerzijds de reeds door García-Canclini vermelde processen van transnationalisering, anderzijds de processen die nieuwe sociale actoren en culturele identiteiten in het leven roepen. Hij bedoelt hiermee de processen op lokaal niveau die populaire communicatievormen zichtbaar maken.

Centraal in zijn redenering staat het begrip *mediación*: hoe over cultuur wordt onderhandeld en cultuur zo een object wordt van transacties in verschillende contexten. Hij plaatst de media in dit veld van *mediaties*. Communicatie is een proces van culturele transformatie dat niet begint met een mediastroom. Dit neemt niet weg dat de media toch een belangrijke rol spelen (ibid:139). Deze processen van populaire cultuurmediaties zijn in staat om dominante culturen te weerstaan en zelfs te transformeren. Wat televisie betreft, werkt hij drie grote *mediaties* uit: het dagelijks leven in de familie, de sociale temporaliteit en de culturele competentie. Maar zoals García-Canclini verwaarloost hij de vervreemding, de ideologie en de commerciële schema's van de producenten niet. Ze bestaan nog als deel van het complexe culturele veld. Maar hij beschouwt de cultuurindustrie en haar producten niet louter als ideologie, ze zijn verbonden met de dynamische verbeeldingskracht van de populaire cultuur (ibid.:225).

Een tweede belangrijk begrip is *mestizaje*: de rassenvermenging of bastaardering. Latijns-Amerika is het continent bij uitstek waar mengvormen op gebied van ras en cultuur overheersen. De Latijns-Amerikaanse identiteit is niet eenvormig. De puurheid bestaat al niet meer sinds de ontdekking van het continent door de Europese veroveraars. De identiteit is het resultaat van *mestizaje*. Vandaar dat volgens de auteur ook op gebied van recentere Noord-Amerikaanse of West-Europese inmenging geen sprake kan zijn van een eenzijdige beïnvloeding. De Latijns-Amerikaanse populaire culturen verwerken deze invloeden samen met de dominante nationale culturen tot een boeiende mengmoes. Dit leidt Martín-Barbero tot de stelling dat *mestizaje* het fundament van het Latijns-Amerikaanse bestaan is (ibid.:188).

Andere auteurs evolueren ook in de richting van de nieuwe denkpijpe. Medina-Cano en Montoya (1989:35) pleiten voor een gelijkaardige benadering door de

sociale communicatieprocessen als analyseobject te nemen in plaats van de media op zich. Het nieuwe cultureel paradigma overstijgt wat gebeurt in de media. Het trekt het veld open naar culturele modellen, *mediaties* en contexten van waaruit individuen die cultuur beleven. Mattelart (1995:42) blijft kritisch, maar neemt de bijdrage van Martín-Barbero in overweging. De term *mestizaje* geeft voor hem een nieuwe aanpak weer die voordien belet werd door de noties amerikanisering en dependentie. Hij vreest wel dat de receptiegerichte aanpak de globale vragen over culturele onderwerping doet vergeten.

■ DE TELENOVELA IN HET THEORETISCH KADER VAN DE INTERNATIONALE COMMUNICATIE

Groei van een genre¹

De telenovela is geëvolueerd tot een autonoom fictiegenre met eigen wetmatigheden. De antecedenten gaan terug tot de negentiende eeuw. De meeste Latijns-Amerikaanse auteurs verwijzen expliciet naar het Franse *feuilleton* uit die periode als historische voorloper van de telenovela. Het *feuilleton* of *folletin* was rond de eeuwwisseling ook in Latijns-Amerika een populair genre (Martín-Barbero & Muñoz, 1992:55). Andere historische voorlopers zijn het populaire theater en het circus (Tufte, 1995:31). De echte ontwikkeling van het genre gebeurde echter in de radio (Martín-Barbero & Muñoz, 1992:57). De term *soap opera* ontstaat op het einde van de jaren dertig. Zeep- en detergentenfirma's in de Verenigde Staten creëerden een genre als drager voor hun reclameboodschappen, gericht op het doelpubliek voor hun producten: de huisvrouw. De Verenigde Staten exporteerden de *radio soap opera* al snel naar Latijns-Amerika, waar het de naam *radionovela* kreeg. Naar het einde van de jaren vijftig toe verdwenen de radiosoaps uit de ether. De zeepfirma's brachten hun know-how uit de radio over op het televisiescherm. In Latijns-Amerika resulteerde dit reeds bij het begin van het televisietijdperk in de geboorte van de telenovela.

Het voornaamste thema van de telenovela is steeds de liefde en vaak de sociale mobiliteit (Rogers & Antola, 1985:27). Het belangrijkste personage is de vrouw van lage sociale afkomst die door hard werken en hevige liefde voor een man uit de hogere klasse haar doel bereikt: een klim op de sociale ladder en geluk in de liefde. De thema's hebben wel een hele evolutie doorlopen, van puur melodrama naar modern sociaal-kritisch melodrama.

De doorsnee telenovela telt gemiddeld honderdvijftig tot tweehondervijftig afleveringen van dertig tot vijftig minuten gespreid over zes tot negen maanden (Frey-Vor, 1990:4). Ze wordt over het algemeen dagelijks uitgezonden op wekdagen. Telenovelas bereiken enorme publieken. Bepaalde series hebben

kijkcijfers van zeventig procent, en soms bereikt een laatste aflevering negentig tot honderd procent (Mattelart & Mattelart, 1987:15). De hoge kijkcijfers worden bereikt door een snelle terugkoppeling van de publieksreacties naar de schrijvers. De telenovela blijft een open werk waarvan het vervolg dagelijks wordt geschreven (Vink, 1988:136).

Latijns-Amerikaanse telenovela: de stromen

De telenovela wordt aangehaald als case in de internationale communicatie op intern, regionaal en intercontinentaal niveau. Alvorens het debat te openen, is het noodzakelijk kort de reële stromen te schetsen op de drie niveau's.

In de jaren zestig werd televisie een massamedium in Latijns-Amerika. Het resultaat was een enorme instroom van geïmporteerde programma's. De populariteit van eigen genres zoals de telenovelas ging echter in stijgende lijn (Straubhaar, 1984:226). Telenovelas hebben sinds de jaren tachtig VS-fictie vervangen in prime-time en belangrijke VS-series zijn herleid tot opvulsel voor de ochtend-, namiddag- en laatavondprogrammatie (Geddes-Gonzales, 1993:58; Rogers & Antola, 1985:28; Reina-Schement & Rogers, 1984:316). De stijging van de eigen productie hangt samen met de voorkeur van het publiek. Het publiek verkiest nationale producties boven regionale en deze boven VS-producties (Straubhaar, 1991:55; Antola & Rogers, 1984:188).

Op regionaal vlak bestond al in de periode van de radionovelas een drukke (unilaterale) stroom van programma's vanuit de grootste producerende landen zoals Cuba. In Peru werden in de jaren veertig en vijftig radionovelas per kilo ingevoerd vanuit Argentinië, Mexico en Cuba. Mexico en Argentinië, samen met Brazilië en Venezuela, zijn thans de grote producenten en exporteurs in de regio. Ze voorzien nog steeds de meeste landen van de regio van goedkope producten. *Flow*-onderzoeken hebben bevestigd dat de regionale uitwisseling van programma's gestegen is (Varis, 1984; Antola & Rogers, 1984). De telenovela is het voornaamste regionale exportproduct.

Het is duidelijk dat telenovelas ook op wereldvlak behoorlijk presteren. Het proces is in een stroomversnelling gekomen in de jaren tachtig. Over de buitenlandse prestaties van Globo is de meeste informatie beschikbaar. In 1988 exporteerde Globo programma's naar 128 landen. Het ging onder andere om Portugal en andere Europese landen, Koeweit, Australië, China, Angola, Mozambique, Guinee-Bissau (Marques de Melo, 1988a:40; López-Pumarejo, 1988:3). Globo kan een indrukwekkend palmares voorleggen met enkele succestelenovelas. *Isaura* is verkocht aan zeventenzestig landen en *Sinha Moça* aan zesenvijftig landen (Wilton de Sousa, 1993:3). Televisa van haar kant is de belangrijkste exporteur naar de Verenigde Staten, via haar kanaal Univisión (Rojas-Vera, 1993:69). Voor de Venezolaanse telenovela begint de *exportboom* eveneens in de jaren tachtig. Ze wordt verkocht in meer dan

vijftientig landen, waaronder Spanje en de Verenigde Staten (Rojas-Vera, 1993:42). De laatste markt die aangeboord wordt, is Azië en in het bijzonder Japan (de la Fuente, 1997:45).

De inkomsten uit export vormen een steeds groeiend aandeel van de totale inkomstenstructuur van de grote zenders. De cijfers van Globo liegen er niet om. In 1996 haalde Globo de recordsom van 30 miljoen USD uit export (de la Fuente, 1997:47). Televisa doet nog beter. In 1996 verkocht haar dochterfirma Protele voor bijna 100 miljoen USD aan 123 landen (de la Fuente, 1997:47).

Latijns-Amerikaanse televisie, telenovela en de paradigma's: het debat

Latijns-Amerika heeft een belangrijke plaats in het debat over internationale communicatie. De situatie van de Latijns-Amerikaanse media en in het bijzonder van de Braziliaanse media wordt vaak aangehaald als voorbeeld ter relativering van het dependentie- of cultuurimperialismeparadigma (Alleyne, 1996; Biltereyst, 1995b; Fortner, 1993; Reeves, 1993; Rogers & Antola, 1985; Straubhaar, 1991). Dit zou het bewijs leveren van de mogelijkheid de VS-hegemonie op gebied van programmaproductie te doorbreken.

Reeves (1993:185) geeft aan dat verscheidene landen er in geslaagd zijn een televisie-industrie uit te bouwen die niet moet onderdoen voor de westerse tegenhangers. De telenovela krijgt een prominente rol in deze industrie. Het is immers de meest succesvolle programmacategorie van de Latijns-Amerikaanse televisie. Ze vormt tevens het belangrijkste product van Latijns-Amerikaanse televisie-export: zeventig procent van het totaal aantal uren geëxporteerde programma's zijn telenovelas (Rogers & Antola, 1985:2). De telenovela is zeker een interessant geval, als we zien dat vooral in ontspanningsprogramma's de unilaterale stroom van centrum naar periferie sterk blijft bestaan (Varis, 1984:148).

Voor Globo komt in de literatuur naar voor als een bijzonder succes. Het is een mediaonderneming uit een zogenaamd derdewereldland die er in slaagt met haar telenovelas de unilaterale stroom van buitenlandse fictie te doorbreken in eigen land. Bovendien exporteert ze zelf met succes telenovelas naar andere continenten. Globo haalt tachtig procent van haar exportinkomsten uit de uitzendrechten voor telenovelas (Marques de Melo, 1990:93). Het fenomeen werd door de Verenigde Naties zo relevant geacht dat de Braziliaanse professor Marques de Melo werd verzocht er een studie aan te wijden (Marques de Melo, 1988a).

We bekijken de reële draagwijdte van de telenovela als argument voor de afname van de dependentie. De telenovela wordt hier in haar productie- en

consumptiecontext beschouwd. De leidraad bij deze zoektocht is Lee's definitie van media-imperialisme. Lee (1979:68 e.v.) inspireert zich op Boyd-Barrett, maar versmalt de omschrijving tot televisie. Zijn definitie bevat de volgende vier elementen: *Import of tv-programmes*, *Ownership of foreign media outlets*, *Transfer of metropolitan broadcasting systems*, *Infringement of indigenous ways of life*.

In de jaren zestig was Latijns-Amerika duidelijk onderhevig aan de vier elementen van media-imperialisme zoals door Lee omschreven. Over de latere evolutie van het cultuurimperialisme lopen de meningen uiteen. Bepaalde auteurs wijzen op een enorme wijziging naar een autonome of minder afhankelijke situatie (Antola & Rogers, 1984; Rogers & Antola, 1985; Reina-Schement & Rogers, 1984; Straubhaar 1984, 1991). Zelfs de meest fervente aanhangers van de imperialismethesis zoals Schiller (1991:22) kunnen er niet buiten dat er een zekere verandering heeft plaatsgevonden. Het verschil zit dan natuurlijk in de manier waarop ze die evolutie duiden. Volgens hen gaat het enkel om oppervlakkige veranderingen die de fundamentele structuur niet wijzigen (Muraro, 1987; Oliveira, 1990, Schiller 1991). Sommige auteurs evolueren naar een genuanceerde visie die tussen de twee voorgaande in ligt (Sinclair, 1986, 1990, 1993).

Import of tv-programmes: interne en regionale stroom van telenovelas

Wat de import van programma's betreft, is er nog weinig sprake van imperialistische overheersing. Zoals we reeds bespraken, werd de VS-fictie in de jaren zeventig verdrongen van prime-time naar de daluren en werd het louter zendschemavulsel. Straubhaar ziet in deze evolutie de productlevenscyclus-theorie van de Sola-Pool deels bevestigd. De VS-producten hebben gepiekt in het begin van de jaren zeventig en werden daarna vervangen door eigen producten. Hij nuanceert wel de stelling van de Sola-Pool door te erkennen dat niet alle derdewereldlanden dezelfde kansen hadden om te concurreren met VS-producten. Brazilië en Mexico waren bij de weinige landen die deze kans kregen (Straubhaar, 1991:43). Taal speelt hierbij een belangrijke rol. Het succes van Televisa heeft zeker te maken met het comparatief taalvoordeel in Latijns-Amerika (Sinclair, 1993:127). Het is dus duidelijk dat de Latijns-Amerikaanse mediagiganten de controle verwierven over de communicatie in de regio (Fox, 1993:84). Toch mogen we niet vergeten dat de Verenigde Staten de voornaamste exporteur naar de regio blijven.

Ownership of foreign media outlets: eigendom van de media

Vele zenders gingen van start met steun van Amerikaanse *networks*. Maar in de vroege jaren zeventig hadden de meeste Amerikaanse firma's zich al teruggetrokken (Straubhaar, 1985: 111-113). Er bestaat een '*general Latin American pattern of initial US-investment and subsequential withdrawal*' (Sinclair, 1986:98). Ook de sceptici zoals Muraro (1987:18) moeten erkennen dat op het gebied van de eigendom van televisiekanalen sprake is van *latinoamericanización* van de cultuurindustrie. Deze factor van imperialisme is dus ook niet echt meer van toepassing.

Transfer of metropolitan broadcasting systems: telenovela-industrie als kopie van het VS-model

1947 was een cruciaal jaar in de geschiedenis van Latijns-Amerikaanse televisie. De Mexicaanse president Miguel Alemán stelde een regeringscommissie aan om te onderzoeken of Mexico moest opteren voor een commercieel VS-model of voor een publiek BBC-model. Tegen het advies van de commissie in koos hij voor het VS-model, meer bepaald dat van CBS. In 1949 reikte hij de eerste licentie voor commerciële televisie uit (Reina-Schement & Rogers, 1984:306). Hiermee was de trend van commerciële televisie gezet. De staat zorgt in dit model enkel voor een distributienetwerk dat het verhuurt aan de televisieondernemingen (Hernández, 1993:81).

De structuur van de telenovela-industrie is duidelijk Noord-Amerikaans van stijl (Antola & Rogers, 1984:200). De socioculturele context van de televisieuitzendingen is dezelfde als in de Verenigde Staten: zoveel mogelijk winst maken door het uitzenden van '*the least objectionable programming*' (Rogers & Antola, 1985:28). Voor de kritische auteurs is de grootste invloed van de Verenigde Staten dit commercieel karakter van de Latijns-Amerikaanse televisiesystemen geweest (Martín-Barbero 1992:180; Lee, 1997:93; Sinclair, 1990: 350). Deze structurele invloed is voor hen nog belangrijker dan de invloed die uitgaat van de stroom vreemde programma's.

Bepaalde auteurs stellen zich de vraag of de optie voor het commercieel model volledig toe te schrijven is aan buitenlandse invloed. Een van de kritieken op het imperialismparadigma is dat het de positie van de plaatselijke elite verkeerd inschat. Ook in Latijns-Amerika blijkt ze geen slaafse knecht van het buitenlands kapitaal te zijn. Straubhaar (1984:221) wijst erop dat de meeste auteurs het belang van de plaatselijke ondernemers bij de keuze voor een commercieel model onderschat hebben. Het initiatief om met televisie te starten werd in Brazilië genomen door plaatselijke ondernemers. En in Mexico was de opmars van Televisa vooral te danken aan de dynamiek van de plaatselijke bourgeoisie en haar relatie met enerzijds het buitenlands kapitaal en anderzijds de staat (Sinclair, 1986:83). Reeds in de exploitatie van radio ble-

ken de plaatselijke ondernemers het nodige opportunisme aan de dag te leggen tegenover buitenlands kapitaal voor eigen profijt (ibid.:85).

Ook nu blijft de druk voor meer commercialisering van mediasystemen bestaan. Zo is Globo's marketingstrategie om de internationale televisiemarkt te veroveren een kopie van die van de VS-multinationals. Een kleine equipe schuimt alle internationale festivals en markten af. Ze hanteert competitieve prijzen in functie van het potentieel van de markt (Marques de Melo, 1988a: 47). Dit zou kunnen worden beschouwd als een toename van de dependentie van transnationale concerns. Maar deze interpretatie onderschat volgens Alleyne (1995:47) de relatieve macht van enkele derdewereldmediaondernemingen op hun nationale en de internationale markt. De initiële overname van modellen hoeft niet louter negatief geëvalueerd te worden. De situatie in Brazilië illustreert zijn stelling.

De Braziliaanse mediaconcerns zijn goede leerlingen geweest van de Verenigde Staten. Maar ze hebben het model geleidelijk herwerkt in functie van de eigen noden met als resultaat een relatief specifiek model. Ze hebben dit model *gebrasilianiseerd*: zowel programmaformaat als zendschema zijn volledig aangepast (Straubhaar, 1991:49). Sinclair (1990:350) van zijn kant is sceptisch over deze lokale aanpassing van het basismodel. Volgens hem heeft ze enkel de assimilatie en aanvaarding van het model gelegitimeerd.

Infringement of indigenous ways of life: verminging van de nationale cultuur

Het media-imperialisme zou de westerse waarden opleggen aan de rest van de wereld. Slaagt de telenovela erin deze inhoudelijke of ideologische inmenging tegen te gaan? Bepaalde auteurs beweren dat er helemaal geen einde is gekomen aan het imperialisme, maar dat de telenovela de westerse waarden gewoon heeft overgenomen (Oliveira, 1990; Muraro, 1987). Zij beschouwen de telenovela niet als een reactie tegen een geïmporteerde levensvisie. Ze zien ze eerder als een voorbeeld van de creolisering van VS-producten. Maar creolisering krijgt hier, in tegenstelling tot *mestizaje* bij Martin-Barbero, een negatieve bijklank. Het is geen vermenging met bijdragen van beide zijden. Het is gewoon de kopie van westerse waarden en modellen op smaak gebracht met wat derdewereldkruiden. Oliveira (1990:119) stelt dat dit niet het verdwijnen van cultuurimperialisme is, maar de opkomst van een intern cultuurimperialisme. Muraro (1987:18) van zijn kant bevestigt dat in Brazilië het cultureel patroon van de elites in Rio en São Paulo wordt opgedrongen aan de rest van het land en dat er dus kwalitatief gezien niets is veranderd.

Oliveira (1990:129) stelt verder dat de sociale rol van de telenovelas dezelfde blijft als die van VS-soaps: ze zijn de grote bewakers van het maatschappelijke status-quo. Ze worden de *massive pacifier* die de harde pil van militaire repressie en economische crisis verzacht met zeemzoeterige, romantische ver-

halen uit een fantasiewereld. Medina-Cano en Montoya (1989:70) van hun kant beschouwen de telenovela als conservatief en reactionair op sociaal en politiek vlak. Deze auteurs hebben verder kritiek op het openlijk commercieel en consumptiegericht karakter van de telenovela, dat ook al identiek is aan dat van de VS-fictie (ibid.:62).

Andere auteurs verdedigen een positievere stelling. Volgens hen heeft de telenovela zich ontwikkeld tot een eigen genre dat de nationale waarden van de producerende Latijns-Amerikaanse landen vertolkt (Straubhaar, 1984; Rogers & Antola, 1985). Martin-Barbero (1996) onderscheidt nog wel kwaliteitsvolle, authentieke telenovelas van telenovelas speciaal vervaardigd voor de export, die elke referentie naar de eigen cultuur verloren hebben. Vink (1988) stelt vast dat de telenovela emancipatorische mogelijkheden in zich draagt. Hij ontdekt subversieve elementen tijdens het productieproces, in de inhoud en bij de consumptie. Noch in de productie, noch in de consumptie van de Braziliaanse telenovela gaat het louter om het bewaren van het maatschappelijk status quo. Vink (ibid.:146) stelt vast dat telenovelas subversieve inbreng kunnen hebben door sociale onderdrukking voor te stellen als veranderbaar. De visie dat wantoestanden vatbaar zijn voor verandering kan door de kijker overgenomen worden. McAnany (1993:135) merkt wel op dat Vink de mogelijke sociale veranderingen niet vaststelt in eigen empirisch onderzoek.

Contraflow: telenovelas als tegenstroom naar het centrum

Een vijfde element dat niet expliciet bij Lee terug te vinden is, is van cruciaal belang in het debat. Telenovelas worden niet alleen binnen de eigen regio geëxporteerd, maar ook naar de zogenaamde wereldcentra zoals de Verenigde Staten en Europa. Telenovelas worden vermeld als het schoolvoorbeeld van tegenstroom vanuit de periferie, in dit geval tegen de unilaterale stroom van fictieprogramma's in. Het succes van de telenovelas in de penetratie van deze markten duidt op het potentieel van andere actoren om het monopolie van VS-productie te doorbreken (Alleyne, 1995:47). Uit het overzicht van de intercontinentale stromen blijkt dat de telenovelas wel degelijk in een groot deel van de wereld aangekocht en uitgezonden worden. Rogers & Antola (1985:34) gaan zelfs zo ver de export naar de Verenigde Staten en Europa aan te duiden als *reverse media imperialism*. De telenovela zou een vorm van omgekeerd media-imperialisme zijn van de periferie naar het centrum. Marques de Melo (1988a:40) neigt ook in die richting, maar is minder radicaal in zijn omschrijving van *colonização ao revés*. Hij doelt enkel op de overname van het Braziliaanse kijkpatroon en het Braziliaanse accent in Portugal.

De export van telenovelas is inderdaad één van de weinige gevallen waar derdewereldondernemingen de massamediasystemen van geïndustrialiseerde

landen penetreren. Maar bij dit optimisme worden verscheidene kritische kanttekeningen geplaatst.

In eerste instantie betreffen ze de omvang van de tegenstroom en van de producenten van de tegenstroom. Ondanks de euforische geluiden valt deze stroom nogal licht uit. In een lijst van Unesco van de 304 grootste informatie- en communicatiegroepen is Globo slechts nummer 301. De waarde van Globo als een rem op cultuurimperialisme als netto-exporteur van cultuurgoederen moet volgens Sreberny-Mohammadi (1993:130) tot haar ware proportie worden herleid. De export van Mexico - in hoofdzaak Televisa - naar de Verenigde Staten beliep slechts een halve procent van de totale zendtijd. Dit kan bezwaarlijk een grote verandering in de richting van een evenwichtigere stroom worden genoemd (Sinclair, 1990:350). De structurele basisongelijkheden blijven bestaan. Volgens Roncagliolo (geciteerd in Schlesinger & Morris, 1997:5) zijn Globo en Televisa uitzonderingen die de basisafhankelijkheid niet herroepen. De meeste landen zijn nog steeds netto-importeurs van cultuurgoederen.

Voor Sinclair kan er helemaal geen sprake zijn van omgekeerd media-imperialisme, gezien de beperkte reële omvang van de tegenstroom: 'The suggestion sometimes made that Televisa's incursion in the US-market or Globo's export to Portugal and Italy are forms of reverse cultural imperialism is a canard, based on cynicism at worst or ignorance at best' (Sinclair, 1993:131). Ook de resultaten van ons Europees onderzoek wijzen in die richting (zie verder).

Een andere nuancering gaat over de achterliggende oorzaken van de export van de Latijns-Amerikaanse mediaconcerns. De zoektocht naar buitenlandse markten dient gesitueerd te worden binnen de context van onder schulden bedolven landen die worstelen met een enorme economische crisis. Sinclair (1990:354; 1993:131) verklaart de exportaspiraties van Televisa door de afhankelijke situatie van Mexico in de wereldeconomie. De inflatie, de economische crisis en de soberheidspolitiek vormen een rem op de groei in de interne markten. Dit dwingt mediaconcerns tot expansie op de internationale markt. Ook in Venezuela was de export een goede oplossing voor de economische crisis. De televisiezenders produceren in de constant devaluerende plaatselijke munt en verkopen hun telenovelas voor harde dollars (Colomina, 1993:28). We mogen niet vergeten dat het tegengewicht van de telenovelas op de internationale fictiemarkt niet het resultaat is van een doelgericht nationaal of internationaal regeringsbeleid. De belangrijkste drijvende kracht achter deze wijzigingen in de stromen is de zoektocht naar steeds meer winst van de commerciële televisieondernemingen (Antola & Rogers, 1984:188; Reina-Schement & Rogers, 1984:313). Voor deze mediaconcerns wordt de discussie over culturele dependentie in Latijns-Amerikaanse media herleid tot een anachronisme. Ze kiezen expliciet voor de aantrekkelijkheid van de vrije handel

en de mogelijkheid om harde deviezen te verzamelen in de Verenigde Staten en Europa (Fox, 1993:84).

Een derde kanttekening relativeert het inhoudelijke effect van deze tegenstroom. Busato en Caparelli (1990:57) menen in verband met de Braziliaanse telenovela in Europa dat het een illusie is dat Brazilië effectief haar cultuur exporteert. Ze reageren hiermee tegen de haast mythologische proporties van het buitenlandse succes.

Ook vanuit ons Europees onderzoek over telenovelas kunnen we een empirisch gestaafe kritiek formuleren. In samenwerking met de BRTN-studiedienst werden 48 publieke en 23 commerciële Europese televisiezenders benaderd.² We peilden onder andere naar de aanwezigheid van telenovelas, de redenen voor aankoop en programmatie en het belang dat ze hebben in het zendschema. De gegevens hebben betrekking op het jaar 1995. Het opzet van de studie bestond erin na te gaan of het onevenwicht in de fictiestromen op wereldvlak en specifiek voor Europa effectief is verminderd. Met andere woorden, kan de *contraflow*-theorie de test met de Europese realiteit doorstaan? We beperken ons in dit bestek tot de voornaamste conclusies.³

De telenovela komt in heel wat landen voor, maar blijft meestal zeer marginaal. Het valt op dat de Latijns-Amerikaanse stromen beperkt blijven en in sommige regio's zelfs onbestaande zijn. Ze zijn niet te vergelijken met de enorme vloed van programma's uit de Verenigde Staten. Ze komen zelfs niet in de buurt van de substantiële uitwisseling van Europese fictie binnen Europa. VS-fictie blijft veruit de belangrijkste bron van import. Zowel kwantitatief als kwalitatief (gebruik in het zendschema) is het belang van de telenovela vrij bescheiden. Er komen verder afgeleijnde regionale verschillen naar boven. In West-Europa is de telenovela zo goed als verdwenen. In Zuid-Europa blijft ze een belangrijke programmacategorie. We stellen vast dat er sprake is van een *Latijnse audiovisuele ruimte* (Sinclair, 1993). Deze ruimte reikt van Latijns-Amerika, over de Verenigde Staten tot in Zuid-Europa. Het is echter geen louter geografisch bepaalde regio, het gaat eerder om een *geolinguïstische regio*. Uit het onderzoek blijkt dat taal en culturele verwantschap een belangrijke rol spelen. Zoals we hebben vastgesteld, nemen de grote producenten uit Brazilië, Mexico en Venezuela het voortouw in de constructie van deze markt. Ook in Europa nemen ze het overgrote deel van de export voor hun rekening. In Oost-Europa vinden we ook telenovelas, als goedkoop opvulmiddel voor de uitbreidende zendschema's. Voor de laatste regio blijft het de vraag of de aanwezigheid een voorbijgaand fenomeen is, zoals in West-Europa in de jaren tachtig.

De telenovelas vormen dus wel degelijk een geval van tegenstroom, maar deze stroom mag zeker niet worden overschat. Op basis van de resultaten van ons

onderzoek kunnen we ons aansluiten bij auteurs zoals Sreberny-Mohammadi (1993) en Sinclair (1993). Ze wijzen op de noodzaak de tegenstroom tot z'n reële proportie te herleiden: het blijft al bij al een beperkt fenomeen. Europa is zeker niet de kroon op het uitgebreide palmares van de telenovela, zoals het regelmatig wordt voorgesteld. Van *reverse cultural imperialism* kan geen sprake zijn. Er is bijgevolg geen plaats voor overdreven optimistische multipliciteitstheorieën op basis van de onderzochte case, de telenovela in Europa.

■ CONCLUSIE

We hebben getracht een overzicht te bieden van de Latijns-Amerikaanse bijdrage aan de grote theoretische stromingen in de internationale communicatie. Het mag duidelijk zijn dat Latijns-Amerikaanse auteurs een vooraanstaande rol hebben gespeeld en nog spelen in de discussie tussen cultuurimperialisme en cultureel pluralisme. We hebben geconstateerd dat de telenovela een begrip is geworden in de theorie van de internationale communicatie en voor vele auteurs een schoolvoorbeeld vormt van *contraflow*, een programmastroom vanuit de periferie, tegen de unilaterale stroom vanuit het centrum in. Heel wat argumenten pro en contra werden afgewogen. Voor de Latijns-Amerikaanse auteurs is de telenovela bruikbaar materiaal ter illustratie van hun theoretische constructies. We hebben gezien dat de telenovela wel degelijk verregaande gevolgen heeft gehad in de eigen Latijns-Amerikaanse regio. Ze heeft zich ontwikkeld tot een autonoom genre dat in concurrentie gaat met de soap opera. Op het thuisfront heeft ze met andere woorden de strijd gewonnen. De vier besproken factoren van Lee's media-imperialisme zijn grotendeels verdwenen. We kunnen Straubhaar's conclusie (1982:145) voor de Braziliaanse telenovela-industrie uitbreiden naar de andere grote producerende landen Mexico en Venezuela. De telenovela-industrie is vrij onafhankelijk. Ze beschikt over een hoge productiecapaciteit, ze is onafhankelijk van buitenlandse financiering, en door de opbouw van eigen know-how verwierf ze technologische onafhankelijkheid. De inhoudelijke waarden tenslotte, hoewel consumptiegericht, zijn nationaal getint. De VS-invloed is gedaald op alle vlakken en de culturele afhankelijkheid is verminderd of getransformeerd (Straubhaar, 1984:235). Maar het vijfde element, de *contraflow*, staat ter discussie. De Latijns-Amerikaanse televisiemarkt is een goed voorbeeld van de mogelijkheden en de beperkingen van de derdewereldcultuurindustrie. De ontwikkeling van commerciële genres zoals de telenovela en hun succes in de nationale, regionale en mondiale markt betekenen voor Straubhaar (1991:49) een stap voorbij de traditionele dependentie in de richting van een interdependentie binnen het mondiale kapitalistische systeem. Er is een kwalitatieve verandering, maar er is nog geen gelijkheid op de internationale markt: de dependentie is

niet volledig verdwenen. Vandaar dat Straubhaar spreekt van een asymmetrische interdependentie. Dit is een zekere wederzijdse verbondenheid, maar met een overwicht van bepaalde krachten. Het gewicht van de regionale mediamachten in de culturele stromen op wereldvlak moet dus niet worden onderschat. Maar ze zullen nooit dezelfde hegemonische positie innemen als de VS-concerns in de jaren zestig, bij het begin van het imperialismedebat (Sinclair, 1993:132).

Het theoretisch debat kan ook vanuit een andere invalshoek worden benaderd. Het is noodzakelijk het onderscheid te maken tussen de perifere landen enerzijds en de mediaconcerns die opereren vanuit die landen anderzijds. Alleen zo wordt de rol van de Latijns-Amerikaanse media-elite - de mediabonzen van Globo, Televisa en andere - op het internationale veld juist ingeschat. De mediaconcerns functioneren in een internationale economische context en deze wereldeconomie vertoont sterke globaliseringstendensen. We kunnen het voorbeeld van Sinclair (et al 1996:24) beamen, dat Murdoch net zomin Australisch is als Azcárraga (Televisa) Mexicaans of Marinho (Globo) Braziliaans. De nationaliteit of het feit vanuit een perifeer land te opereren zijn inderdaad niet langer de hoofdzaak. De concerns trachten alle de winst te maximaliseren en het terrein uit te breiden. De Latijns-Amerikaanse producenten hebben de marketinglessen van de Verenigde Staten immers goed onthouden. Export wordt een steeds grotere sector van inkomsten voor de Latijns-Amerikaanse producenten. We vinden ze bijvoorbeeld alle terug op de Aziatische markt. Het gaat dus om commerciële mediaconcerns op zoek naar winst en niet om benadeelde landen die nu plots naar voren treden uit de afhankelijkheid. Toch kan de Latijns-Amerikaanse export in tweede instantie een mogelijke correctie op het onevenwicht in de stromen betekenen.

Op basis van ons onderzoek hebben we een bijdrage trachten te leveren aan de discussie of de telenovela nu al of niet een relevante tegenstroom vormt. Maar zelfs als we ons laten leiden door de Europese feiten, zijn er verschillende interpretaties mogelijk. Dit hebben we ondervonden in de literatuur, en het geldt ook voor de resultaten van ons onderzoek. Aanhangers van het cultuurimperialisme zullen wijzen op de nog steeds overheersende stroom van de Verenigde Staten. Ze zullen beweren dat de kapitalistische marktprincipes overwinnen en ook voor de export van telenovelas de leidraad vormen. Pluralisten zullen optimistischer reageren en wijzen op de weliswaar beperkte Latijns-Amerikaanse stroom naar Europa, toch een mediacentrum bij uitstek.

Het is in ieder geval duidelijk geworden dat de internationale televisiestromen niet langer in een *one way street* (Varis, 1974) zitten, maar eerder een *patch-*

work quilt (Sinclair et al, 1996:5) vormen. Dit rechtvaardigt geenszins al te optimistische theorieën over cultuurpluralisme. In Europa dienen de kleurrijke Latijns-Amerikaanse stoffes immers bijna uitsluitend om de gaten in het lappendeken op te stoppen. Het Europese kleurenpatroon heeft nog steeds overheersend Noord-Amerikaanse en West-Europese tinten.

NOTEN

- 1 Voor een uitwerking van evolutie en kenmerken van de telenovela als genre, zie Meers (1997b)
- 2 De volgende zenders werkten mee aan het onderzoek: België: BRTN, VTM, VT4, RTBf; Nederland: NOS, KRO, VARA, NCRV; Oostenrijk: ORF; Zwitserland: DRS, TSR, TSI, S4; Duitsland: ARD, ZDF, NDR, ORB, BR, SWF, WDR, MDR, SDR, 3SAT, RBR, SAT1, PRO7, RTL; Groot-Brittannië: BBC, CHANNEL4, S4C, BSKYB, MERIDIAN, CARLTON; Ierland: RTE; Zweden: SVE-RIGESTV, KANAL5; Denemarken: DRTV, TV2; Noorwegen: NRKK, TV-NORGE, TV2, TV3; Finland: YLE, MTV3; IJsland: RIKISUT, MEDIA ICELAND; Spanje: TVE, TV3, ETB, TELEMADRID; Portugal: RTP, SIC; Italië: RAI; Griekenland: ERT, MEGACHANNEL; Turkije: TRT Litouwen: TELE3, LNKTU; Estland: TV3; Moldavië: TV MOLDAVIA; Hongarije: MAGYAR TV; Slovenië: RTV; Slovakije: SLOVAK TV; Tsjechië: CHZEC TV; Polen: POLSKI TV; Bulgarije: BNT; Kroatië: HRT; Albanië: ALBANIA TV; Roemenië: RUMANIAN TV; Rusland: RTR, TB6.
- 3 Voor een meer uitgebreide behandeling van de resultaten, zie Meers (1997a) en Meers en Biltreyst (1997).

LITERATUURLIJST

- Alleyne, M.D. (1995) *International Power and International Communication*. New York: Saint Martin's Press.
- Antola, L. & Rogers, E. (1984) 'Television Flows in Latin America', *Communication Research*, 11(2): 183-202.
- Biltreyst, D. (1995a) *Hollywood in het Avondland*. Brussel: VUBPress.
- Biltreyst, D. (1995b) *Internationale Communicatie*. Werkbundel eerste licentie Communicatiewetenschap, K.U.Leuven.
- Busato, L. & Caparelli, S. (1990) 'A Novela Vista de Fora', *Intercom*, 62-63: 57-60.
- Colomina, M. (1993) 'De las Crónicas de Indias a "Cristal", una Historia de la Contracolonización Massmediática Latinoamericana', Paper *Primeras Jornadas Internacionales de la Telenovela Latinoamericana*, Universidad Autónoma de Barcelona.
- De la Fuente, A.M. (1997) 'Endless Love', *TV-World*, (1): 45-47.
- Fortner, R.S. (1993) *International Communication History: Conflict and Control of the Global Metropolis*. Belmont: Woodsworth.

- Fox, E. (1993) 'Tres Visitas al Paradigma de la Dependencia Cultural', *Chasqui*, 44: 80-87.
- Frey-Vor, G. (1990) 'Soap Opera', *Communication Research Trends*, 19(1): 1-16.
- García-Canclini, N. (1988a) 'Cultura Transnacional y Culturas Populares. Bases Teórico-Metodológicas para la Investigación', pp. 17-76 in N. García-Canclini & R. Roncagliolo (eds.) *Cultura Transnacional y Culturas Populares*. Lima: Ipal.
- García-Canclini, N. (1988b) 'Culture and Power: The State of research', *Media, Culture and Society*, 10: 467-497.
- García-Canclini, N. & Roncagliolo, R. (eds.) (1988) *Cultura Transnacional y Culturas Populares*. Lima: Ipal.
- Geddes-Gonzales, H. (1993) 'Articulating Narrative Strategies: The Peruvian Telenovelas', pp. 47-62 in A. Fadul (ed.) *Serial Fiction in TV: The Latin American Telenovelas*. São Paulo: ECA.
- Hernández, F. (1993) 'Televisa en España', *Comunicación y Sociedad*, 16-17: 75-104.
- Lee, C. (1979) *Media Imperialism Reconsidered*. Beverly Hills, Sage.
- López-Pumarejo, T.A. (1988) 'Another Soap World: The Brazilian Telenovela', Paper *International Television Studies Conference*.
- Marques de Melo, J. (1988a) *As Telenovelas da Globo: Produção e Exportação*. São Paulo: Summus.
- Marques de Melo, J. (1988b) 'Communication Theory and Research in Latin America: A Preliminary Balance of the Past Twenty-Five Years', *Media, Culture and Society*, 10: 405-418.
- Marques de Melo, J. (1993) 'Brazil's Role as a Television Exporter within the Latin American Regional Market', *Brazilian Communication Research Yearbook*, 2: 75-86.
- Martín-Barbero, J. (1988) 'Communication from Culture: The Crisis of the National and the Emergence of the Popular', *Media, Culture and Society*, 10: 447-465.
- Martín-Barbero, J. (1993) *Communication, Culture and Hegemony: From the Mediated Mediations*. London & New York: Sage.
- Martín-Barbero, J. (1996) 'El Agenda de Investigación de America Latina' openingsrede voor *Curso de Doctorado*, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Martín-Barbero, J. & Muñoz, S. (eds.) (1992) *Televisión y Melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Mattelart, A. (1995) 'Los Nuevos Escenarios de la Comunicación Internacional', *Revista Mexicana de Comunicación*, 7(40): 38-42.
- Mattelart, M. & Mattelart, A. (1987) *Le Carnaval des Images*. Paris: Editions Anthropos.
- Mc Anany, E. (1989) 'Television and Cultural Discourse: Latin America and United States Comparisons', *Studies in Latin-American Popular Culture*, 8: 1-22.
- Mc Anany, E. (1993) 'The telenovela and Social Change', pp. 135-148 in A. Fadul (ed.) *Serial Fiction in TV, the Latin American Telenovelas*. São Paulo: ECA-USP.

- Medina-Cano, F. & Montoya, M.I. (1989) *La Telenovela el Milagro del Amor*. Bogotá: Editorial U.P.B.
- Meers, Ph. (1997a) 'Latijns-Amerikaanse Soapseries (Telenovelas) in Europa', *Mediagids/Audiovisueel*, 53-70.
- Meers, Ph. (1997b) *Het Fenomeen Telenovelas in Europa*. Verhandeling Departement Communicatiewetenschap, K.U.Leuven.
- Meers, Ph. & Biltreyst, D. (1997) *Valt Europa voor Latino-Hartstocht? Onderzoek naar de Aankoop en Programmatie van Latijns-Amerikaanse Fictie (Telenovelas) in Europa (1995)* Onderzoeksrapport Department Communicatiewetenschap, K.U.Leuven i.s.m. BRTN-Studiedienst.
- Mowlana, A. (1996) *Global Communication in Transition: The End of Diversity?* Thousand Oaks: Sage.
- Muraro, H. (1987) *Invasión Cultural, Economía y Comunicación*. Buenos Aires: Legasa.
- Nordenstreng, K. & Varis, T. (1974) *Television Traffic - A One-Way Street?* Paris: Unesco.
- Oliveira, O.S. (1990) 'Brazilian Soaps Outshine Hollywood: Is Cultural Imperialism Fading Out?', pp. 116-131 in K. Nordenstreng & H. Schiller (eds.) *Beyond national Sovereignty: International Communication in the 1990's*. Norwood: Ablex.
- Petras, J. (1992) 'El Imperialismo Cultural a Finales del siglo XX', *Voces y Cultura*, 2 (4): 81-93.
- Reeves, G. (1993) *Communications and the 'Third World'*. London: Routledge.
- Reina-Schement, J. & Rogers, E. (1984) 'Media Flows in Latin America', *Communication Research*, 11(2): 305-320.
- Rogers, E. & Antola, L. 'Telenovelas: A Latin American Success Story', *Journal of Communication*, 35(4): 24-36.
- Rojas-Vera, L.R. (1993) *La Telenovela Venezolana: El Éxito de un Negocio Comunicacional*. Maracaibo: Imprenta de Mérida.
- Sarti, I. (1981) 'Communication and cultural dependence: A misconception', pp. 317-334 in E. Mc Anany, J. Schnitman & N. Janus (eds.) *Communication and Social Structure*. Critical Studies in Mass Media Research. New York: Praeger.
- Schiller, H. (1991) 'Not Yet the Post-Imperialist Era', *Critical Studies in Mass Communication*, 8: 13-23.
- Schlesinger, J. (1992) 'Introduction', pp. i-xiii in J. Martín-Barbero *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*. London & New York: Sage.
- Schlesinger, J. & Morris, N. (1997) 'Cultural Boundaries: Identity and Communication in Latin America', *Media Development*, 1:1-23.
- Schramm, W. (1964) *Mass media and National Development*. Stanford: University Press.
- Servaes, J. (1987) *Media Aid*. Leuven & Amersfoort: Acco.
- Sinclair, J. (1986) 'Dependent Development and Broadcasting: The Mexican Formula', *Media, Culture and Society*, 8: 81-101.
- Sinclair, J. (1990) 'Neither West nor Third World: The Mexican Television Industry within the NWICO Debate', *Media, Culture and Society*, 12: 343-360.

- Sinclair, J. (1993) 'The Decentering of Cultural Imperialism: Televisa-Ion and Globo-Ization in the Latin World', *Intercom*, 16(1): 120-134.
- Sinclair, J., Jacka, E. & Cunningham, S. (1996) 'Peripheral Vision', pp.1-32 in J. Sinclair, E. Jacka & S. Cunningham (eds.) *New Patterns in Global Television: Peripheral Vision*. New York: Oxford University Press.
- Sreberny-Mohammadi, A. (1993) 'The Global and the Local in International Communications', pp. 118-138 in J. Curran & M. Gurevitch (eds.) *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.
- Straubhaar, J. (1982) 'The Development of the Telenovela as the Pre-Eminent Form of Popular Culture in Brazil', *Studies in Latin-American Popular Culture*, 1: 138-150.
- Straubhaar, J. (1984) 'The Decline of American Influence on Brazilian Television', *Communication Research*, 11(2): 221-240.
- Straubhaar, J. (1985) 'Television', pp. 111-134 in H.E. Hinds & C.M. Tatum (eds.) *Handbook of Latin American Popular Culture*. Westport: Greenwood Press.
- Straubhaar, J. (1991) 'Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity', *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1): 39-59.
- Varis, T. (1984) 'The International Flow of Television Programs', *Journal of Communication*, 34: 143-152.
- Vink, N. (1988) *The Telenovela and Emancipation*. Amsterdam: Koninklijk Instituut voor de Tropen.
- Wilton de Souza, M. (1993) 'Telenovela Brasileira: Uma Internacionalização em Processo'. Paper *Primeras Jornadas Internacionales de la Telenovela Latinoamericana*. Universidad Autónoma de Barcelona.

AUTEUR

Philippe Meers is licentiaat communicatiewetenschappen, K.U.Leuven.

Dit artikel is gebaseerd op zijn eindverhandeling *Het fenomeen telenovelas in Europa*, juli 1997.

Web electronic publishing: op weg naar een nieuw mediamodel?

Piet Porteman

SAMENVATTING

Online kranten en nieuwsdiensten zijn een niet weg te denken fenomeen op het World Wide Web. Het definiëren van de online kranten en nieuwsdiensten is een moeilijke opdracht. Zeggen dat de online krant een totaal ander medium is dan de papieren krant, is even fout als beweren dat online publiceren nauwelijks verschilt van de papieren krant. De komst van nieuwe technologieën heeft een vervaging van de grenzen tussen mediadomeinen tot gevolg. In dit artikel trachten we de online kranten binnen de bestaande indelingen van de media te plaatsen door hun belangrijkste kenmerken te omschrijven en ze met de bestaande mediamodelen te vergelijken. Interactiviteit, multimedia, selectiemogelijkheden en vele nieuwe (gebruiks-)functies geven de online kranten een eigen karakter. Uiteindelijk komen we tot een nieuw theoretisch mediamodel, het Web Electronic Publishing model.

Sluutelwoorden: nieuwe media, online kranten, World Wide Web, Internet, mediamodel, elektronisch publiceren

In het begin van de jaren '90 zetten de eerste kranten hun stappen op het Internet. Met de komst van het World Wide Web (WWW) steeg het aantal elektronische online kranten spectaculair. Ook niet-uitgevers startten nieuwsdiensten op het Net. In de beginfase waren de elektronische versies van de papieren kranten niet meer dan een selectie van artikels die je op een scherm kon lezen. Ondertussen zijn de zogenaamde e-kranten een eigen leven gaan leiden. Uitgevers spelen meer en meer in op de nieuwe functies die het WWW als medium biedt. Vaak wordt de vraag gesteld hoe de online kranten en nieuwsdiensten moeten worden gedefinieerd. Zeggen dat de online krant een totaal ander medium is dan de papieren krant, is even fout als beweren dat online publiceren nauwelijks verschilt van publiceren op papier. De komst van nieuwe technologieën heeft een vervaging van de grenzen tussen de media-

domeinen tot gevolg. In dit artikel trachten we de belangrijkste kenmerken van online kranten te omschrijven en ze te plaatsen binnen de bestaande indelingen van de media. De problematiek rond online kranten is natuurlijk veel breder dan wat we in deze theoretische bijdrage behandelen. Zo hangt het slagen van online kranten af van de behoeften bij het doorsnee traditionele mediapubliek. Minstens even belangrijk zijn de financiële aspecten. Is de lezer bereid te betalen voor de digitale diensten, zal de adverteerder geïnteresseerd zijn in een gefragmenteerd Internet-publiek, of zullen nieuwe vormen van financiering zoals electronic commerce de kosten van de online krant kunnen dragen?

■ HET DOCUMENT-MODEL VOORBIJGESTREEFD

Online elektronische publicaties zijn zeer moeilijk te classificeren binnen de bestaande indelingen van het communicatieproces. De elektronische media verschillen op vele vlakken van de gedrukte massamedia. Boeken, tijdschriften en kranten hebben alle min of meer dezelfde karakteristieken, zij behoren tot één vorm van communicatie die vaak omschreven wordt als de 'print media'. McQuail (1994:13-21) onderscheidt naast de print-media vier andere vormen van massamedia: de broadcast-media, film, opgenomen muziek en de nieuwe elektronische media. Hij omschrijft de nieuwe media als een geheel van ontwikkelingen 'at the core of which is a visual display unit (...) linked to a computer network'. Tot deze groep van de telematische media behoren teletext, videotex, CD-Rom en de online diensten. De belangrijkste eigenschappen zijn interactiviteit, de decentralisatie van het aanbod en het selectieproces, en de flexibiliteit van de vorm, de inhoud en het gebruik. Hoewel McQuail niet spreekt over elektronische kranten op het WWW, mogen we - gezien de overeenkomsten met online diensten en videotex - ervan uitgaan dat hij de elektronische krant als een nieuw elektronisch medium zou definiëren, en dus niet als een print-medium.

Fidler volgt deze indeling niet. Hij voorziet geen aparte categorie voor de nieuwe elektronische media. Fidler onderscheidt drie domeinen binnen het communicatieproces: het interpersonele domein (bv. face-to-face communicatie, telefonie, online chatten), het broadcast-domein (bv. radio, televisie, digitale tv, teletext) en het document-domein (bv. boeken, gedrukte kranten, World Wide Web) (Fidler, 1997:32-33). De 'page-based forms' van kranten, tijdschriften en boeken die op computernetwerken zoals het World Wide Web staan, plaatst hij net zoals de gedrukte krant in het document-domein.

Maar kan een document-medium zoals een krant wel elektronisch zijn? Of is een krant die niet meer op papier gedrukt is, nog wel een krant? De Engelse term 'newspaper' verbindt het medium nauw met papier als de drager van de

boodschap. Maar in andere talen verwijst het gebruikte woord - Die Zeitung, le journal of el periódico - overwegend naar de tijdsdimensie. Zo kunnen we papier zien als niet meer dan een middel om op regelmatige tijdstippen nieuws te verspreiden. Verschillende definities van kranten beschouwen naast de openbaarheid, de periodiciteit, de universaliteit en de actualiteit, het papieren exemplaar als kenmerk 'om de krant te onderscheiden van andere vormen en technieken van openbare communicatie' (Noelle-Neumann, 1989:287). Toch zijn er auteurs die deze begrenzing niet opnemen, onder andere Groth (1960: 104):

Die Zeitungen (Zeitschriften), die den Gegenstand der Zeitungswissenschaft bilden, ihr den Grundbegriff liefern, bestehen nicht aus den sinnlich Wahrnehmbaren, aus Papier und Druckerschwärze oder sonstwie hergestellten "Exemplaren". Auch die einzelnen Nummern, die nur in Exemplaren sinnlich wahrnehmbar werden, sind noch nicht die Zeitung, die Zeitschrift. Bei jeder Zeitung, Zeitschrift handelt es sich um eine geformte Gesamtdesee, und zwar um eine (...) geistige oder ideelle Realität, die selbst niemals in Erscheinung tritt, uns nicht unmittelbar in sinnlich wahrnehmbarer Materialisation gegeben ist, die nicht aus Nummern und Exemplaren besteht, sondern ihre Realität nur als Idee hat, sich in Nummern manifestiert und in Exemplaren materialisiert.

Voor Groth maakt het dus niet uit of de krant gesproken, met de hand geschreven of via de telex wordt gematerialiseerd. De andere kenmerken die onder andere Noelle-Neumann aanhaalt, worden niet beïnvloed door de verspreidingsvorm. Dus kan men samen met Brössler (1995:16-17) besluiten dat 'de krant, op de druk en de distributie na, een institutie is die nieuwsberichten verzamelt, selecteert en bewerkt, en regelmatig een actueel, universeel en openbaar medium produceert dat onafhankelijk van tijd of plaats raadpleegbaar is'. Een krant kan dus ook elektronisch worden verspreid. Brössler waarschuwt terecht dat 'niet elke nieuwe dienst, die "elektronische krant" wordt genoemd, deze titel waardig is.'

Bovenstaande redenering vertrekt echter van het idee dat een elektronische krant slechts een afdruk is van een print krant met enkele extra functies. Brössler onderscheidt op basis van het bereik drie vormen van online nieuwsdiensten op het WWW: 'complete diensten', 'doelgroepgeoriënteerde diensten' en 'special interest diensten' (Brössler, 1995:50-55).

Special interest diensten hebben een centraal thema, maar in vergelijking met de klassieke media worden meer inhoud en diensten aangeboden rond het centrale thema. De Engelse krant The Guardian bijvoorbeeld heeft een website 'Football', waarop naast de gewone wedstrijdverslagen en randartikels een

hele resem extra diensten staan zoals statistieken, specifieke informatie per club, grafische animaties waarin de goal van de week stap per stap wordt uitgelegd, en verschillende vormen van infotainment en entertainment (zie ook Porteman, 1998:7-8). Doelgroepgeïntereerde diensten richten zich op makkelijk te omvatten doelgroepen, zoals bijvoorbeeld de jeugd. De meeste elektronische kranten maken deel uit van de derde vorm: de volledige diensten. Brössler zegt dat de complete diensten het brede spectrum van de gedrukte krant dekken, al hebben ze soms andere zwaartepunten zoals sport of berichtgeving rond computer, multimedia en Internet (Brössler, 1995:50). In de praktijk gaat het vaak om sites die al de artikels van de papieren krant, de zogenaamde shovelware, online aanbieden, aangevuld met enkele primaire diensten zoals archieven en discussiefora. Online kranten zijn dan niet meer dan een elektronisch supplement dat het beschermen van de inkomsten, het opkrikken van de oplage en het imago van de papieren krant als hoofddoelen heeft. Fidler (1997:236) ziet geen toekomst in de huidige online elektronische kranten. De elektronische krant zal enkel overleven als zij wordt gedragen door 'portables tablet'. Digitale tabletten zijn platte, draagbare beeldschermen die offline raadpleegbaar zijn. Zo worden de leesbaarheid en het gebruiksgemak van papier behouden en gecombineerd met interactiviteit, hypertext en audio en visueel materiaal. De eerste experimenten met tabletten of electronic broadsheets dateren van het begin van de jaren '80. Enkele initiatieven werden gecommmercialiseerd, maar zonder noemenswaardig succes (zie ook Lie & Bender, 1992:199-209; Gilder, 1994:4-8; Fidler, 1997:237-244). Belangrijker is dat Fidler hiermee benadrukt dat een elektronisch nieuwsproduct de vertrouwde kenmerken van print moeten behouden. Met andere woorden elke soort van digitale kranten die succesvol wil zijn - dus ook een online krant - moet de karakteristieken van het document-domein overnemen.

Indien we de indeling van Brössler en de redenering van Fidler volgen, zouden we e-kranten als kranten kunnen beschouwen en plaatsen binnen het document-domein, wat impliceert dat de e-krant op termijn de papieren krant zou vervangen. Guedon (1994:17) wijst echter op het gevaar om elektronisch publiceren te beschrijven als een 'process of replacement rather than one of displacement'. De verschillen tussen elektronische en papieren nieuwspublicaties maken niet dat de twee zichzelf uitsluiten.

The passage from potential to real in e-publishing includes the possibility of print among other possibilities. In other words? Electronic publishing relocates print. Until now, most relations to information were mediated via paper. Now, print is not the absolute negative of electronic but merely a subset of its possible modes of materialization. (Guedon, 194:17-18)

De classificatie van elektronische kranten wordt nog moeilijker als we uitgaan van de huidige online diensten die de kranten op het WWW aanbieden. Onze tijd wordt gekenmerkt door het door elkaar vloeien van verschillende communicatietechnologieën en aansluitend de modellen van communicatie. De verschillen tussen zowel de media als het openbare en private communicatieproces vervagen (McQuail, 1994:21). Het Internet en het WWW zijn niet enkel drager van communicatieprocessen op grote schaal (bv. print media of broadcasting), ook openbare en private interpersonele communicatie voelen zich thuis op het wereldwijde netwerk (bv. online chatten, e-mail, bulletin board systemen). Zolang de toepassingen op het WWW zich binnen één tak van het communicatieproces bevinden, kan men ze vrij eenvoudig binnen de bestaande indelingen van bijvoorbeeld McQuail of Fidler plaatsen. Wanneer - en dat verwacht men toch - de diensten optimaal gebruik gaan maken van de mogelijkheden van het Web, nemen ze zowel elementen van het broadcastmodel, het printmodel als het interpersonele model over.

Uit het voorgaande kunnen we besluiten dat we de elektronische publicaties op het net niet als pure print-documenten mogen beschouwen. Anderzijds zou het een even grote fout zijn de e-krant als de antagonist van de p-krant te definiëren. 'Electronic publishing both partakes of the past and heralds the future' (Guedon, 1994:17). Het verband met de papieren krant mag niet uit het oog verloren worden. Een ander belangrijk punt is dat de elektronische krant een wereld binnenstapt van bestaande krachtige communicatiemiddelen (Guedon, 1994:17). We kunnen dus onmogelijk de verschillende vormen of domeinen van communicatie strikt gescheiden houden. Meer zelfs, verschillende elementen uit verschillende domeinen kunnen samen een nieuw medium vormen. En in een enkel geval groeit deze nieuwe vorm van communicatie uit tot een nieuw domein, naast het interpersonele, het broadcast- en het document-domein. Fidler (1997:44) erkent dat de digitale technologie een brede waaier van nieuwe communicatievormen doet en zal doen ontstaan die de dominante attributen van de media-domeinen zullen combineren op een manier die vandaag voor de meeste mensen onvoorstelbaar is.

■ KENMERKEN VAN DE ONLINE KRANTEN EN NIEUWSDIENSTEN

De online nieuwsdiensten zijn thans duidelijk meer dan een elektronische afdruk van papieren artikels. Zoals wij zullen aantonen, combineren zij kenmerken van verschillende communicatieprocessen. Guedon bepleit dat de elektronische kranten vanuit hun natuur een eigen plaats in het mediumlandschap gaan innemen. Hij stelt dit proces voor door elektronisch publiceren te verge-

lijken met een rechthoek die vier raakvlakken heeft met de andere domeinen van het communicatieproces (Guedon, 1994:18). Welke elementen worden overgenomen en welke nieuwe innovaties zullen blijven bestaan, hangt in grote mate af van de noden van de gebruiker, de verdere technologische evoluties en de commerciële haalbaarheid. Het beschrijven en het positioneren van deze nieuwe vorm van nieuwsberichtgeving kan het best gebeuren aan de hand van een lijst van criteria. Onze selectie van criteria is gebaseerd op de kenmerken die Filder (1997), Guedon (1994), McQuail (1994) en De Grooff (1986) gebruiken om twee of meer communicatieprocessen van elkaar te onderscheiden en te definiëren: de vorm van de boodschap, de richting van de boodschap, interactiviteit en selectie, het gebruik van het medium en tot slot zijn functies.

Multimedia

De vorm van de boodschap slaat op de soorten signalen die het medium kan gebruiken om zijn boodschap over te brengen. Verbale (het gesproken woord) en non-verbale communicatie (lichaamstaal) zijn de belangrijkste signalen binnen de interpersonele communicatie en aanverwanten. Niet-gemedieerde, geschreven vormen van 'computer mediated communication' (CMC) zoals e-mail of online chatten kunnen ook dienen voor interpersoonlijke communicatie (zie o.a. Fidler, 1997:47). De media uit het broadcast-model verspreiden hun inhoud bijna uitsluitend in de audio- en/of visuele vorm. De print media tenslotte bestaan hoofdzakelijk uit tekstuele boodschappen, dikwijls aangevuld met illustraties (bv. foto's, infografieken, ...). De tekst kan op verschillende manieren worden verspreid: geschreven, gedrukt, op een scherm, ... Online kranten en nieuwsdiensten moeten zich niet beperken tot één of enkele soorten signalen. De technologie van het Internet maakt het mogelijk zowel geschreven tekst, illustraties, geluid als beeld te verspreiden. Tot nu toe waren de media eenvoudig te scheiden op basis van de relatie tussen de inhoud, de vorm en het kanaal. Multimedia heeft echter tot gevolg dat de grenzen tussen massamedia onderling en tussen massamedia en interpersoonlijke communicatie vervagen: 'nun gibt es keine medientypische, spezifische materielle Form mehr, nur noch Bits' (Berghaus, 1997:76).

Online kranten experimenteren regelmatig met illustrerende geluids- en beeldfragmenten. Een aantal Amerikaanse online diensten en kranten produceren kleine multimedia-documentaires waarin tekst, dia's, en AV-materiaal samen een verhaal vertellen. Het multimedia-gedeelte van online kranten zal in de toekomst aan belang winnen. Momenteel is de bandbreedte te klein om een vlotte ontvangst en een goede kwaliteit te garanderen. Een tweede probleem is het opdoen van de nodige kennis en ervaring om met geluid en beelden te

kunnen werken. Journalisten die tot nu toe voor print media schreven, moeten leren omgaan met de beeldtaal. Een aantal kranten nemen dan ook journalisten uit de radio- en televisiewereld aan. Deze 'cross over' verrijkt de kunde van krantenredactie. Een alternatief is een samenwerking of partnership met een televisiezender. Krant en televisiezender creëren dan samen een website. De redactie van de krant verzorgt de teksten en de analyse, de televisieredactie staat in voor de onmiddellijkheid van de berichtgeving en de multimedia-aspecten. Dat het Internet in de toekomst toepassingen van broadcastmedia zal dragen, staat nu al vast. 'Televisie en computer groeien langzaam naar elkaar, waardoor naast video via het Internet en Internet via de televisie allerlei boeiende mengvormen ontstaan' (Bauwens, 1998:30). Online nieuwsdiensten zullen ongetwijfeld gebruikmaken van deze broadcast-mogelijkheden op het Net. Berghaus gaat verder: de nieuwe media doen nu nog een beroep op de 'oude' media om zichzelf te oriënteren, te sturen en inhoud te verzamelen. Als alle mogelijkheden die omschreven worden als 'multimedia' en 'interactiviteit' gerealiseerd worden, zal een ander medium ontstaan 'das nicht mehr auf charakteristische Eigenschaften des Fernsehens beschränkt ist' (Berghaus, 1997: 74).

Maar de overeenkomsten met de klassieke broadcast-media zijn nu nog groot. De selectie en de productie van de inhoud worden gecontroleerd door de communicatoren, de communicatie verloopt uni-directioneel en het product richt zich tot een grote groep gebruikers. Door de samensmelting van de broadcast-technologie met de Internet-technologie ondergaat het model wel enkele wijzigingen. In het klassieke broadcast-model is de gebruiker passief en moet hij de informatie opnemen in de volgorde en op het tijdstip dat de communicatoren bepalen (zie o.a. McQuail, 1994). Deze lineariteit verdwijnt gedeeltelijk bij Web-tv of andere vormen van nieuwsberichtgeving op het Web. Het publiek kan zelf de volgorde bepalen waarin de verschillende sequenties worden geplaatst. Wil men echter het nieuwsbericht helemaal begrijpen, dan zal men de logische verhaallijn moeten respecteren. Broadcasting wordt actiever: de interactiegraad tussen zender en ontvanger neemt toe naarmate de digitaliteit van een medium stijgt. Toepassingen op het WWW zoals online kranten nemen niet enkel signalen van radio en tv over. De redacties maken meer en meer gebruik van communicatievormen uit het interpersonele domein. Indien we samen met Fidler opmerken dat 'e-mail, bulletin board services en online chatten - ondanks het feit dat ze geschreven vormen van communicatie zijn - fundamenteel ongestructureerde extensies van orale communicatie zijn die spontane interactie zonder mediatie van externe personen of instellingen mogelijk maken' (Fidler, 1997:36), dan kunnen we stellen dat discussiefora via e-mail of online chat elementen overnemen uit het interpersonele domein.

Hierbij moet wel een kritische noot worden geplaatst. Ten eerste is deze computer mediated communicatie (CMC) een communicatieproces met meer dan twee deelnemers. Ten tweede gaat de redenering enkel op indien het om niet-gemodereerde vormen van communicatie gaat. Wanneer de communicatoren om uiteenlopende redenen een grondige selectie doorvoeren in de ingezonden boodschappen, behoort dit communicatieproces niet meer tot het interpersonele domein. Deze nieuwe mogelijkheden beletten echter niet dat geschreven tekst nog steeds een belangrijk, misschien wel het belangrijkste deel uitmaakt van een elektronische krant of nieuwsdienst. Gilder (1994:7) beweert dat de kracht van de krant juist in haar geschreven karakter ligt. Beelden en infografieken zijn enkel informatief als ze in combinatie met tekst worden gebruikt: 'images are supplementary, not primary'. Online nieuwsdiensten zullen in de toekomst ongetwijfeld een mengvorm van signalen hanteren.

Richting van de boodschap

Broadcast-media en print-media zijn uni-directionele media. McQuail (1994: 38-39) omschrijft ze als 'impersonal and anonymous': televisie, radio en kranten hebben een heterogeen massapubliek dat altijd anoniem en niet-interactief is en een homogene interesse heeft. Communicatievormen die behoren tot het interpersonele domein zijn per definitie bi-directioneel. Online kranten versturen net zoals broadcast- of printmedia hun boodschap naar een ruim publiek. Maar bij de klassieke massamedia wordt geen reactie verwacht van het publiek. En als die reactie toch komt, is dat 'feedback onder de vorm van brieven, publieksonderzoek of monitoring systems die de nieuwe/toekomstige inhoud beïnvloedt' (Fidler, 1997:46).

Online kranten en nieuwsdiensten hebben meer feedbackmogelijkheden. Via e-mail kan op elk artikel worden gereageerd. Discussiefora zijn zelfs multi-directioneel. Lezers kunnen in interactie treden met journalisten én met andere lezers. De 'elektronische' lezer beïnvloedt bovendien veel meer dan de 'papieren' lezer de inhoud van zijn krant. Via de Internet-technologie kunnen lezers nieuws op eigen maat voorgeschoteld krijgen. Hiervoor duidt de gebruiker op een elektronisch invulformulier zijn voorkeuren aan. De computer stuurt enkel het gevraagde nieuws door (cf. infra: interactiviteit en selectie). Ondanks deze invloed op de inhoud en de betrokkenheid van de gebruiker, plaatsen we deze vormen van berichtgeving niet binnen het bi-directionele model, maar wel onder het uni-directionele model van de klassieke massamedia. De selectie die kan worden gemaakt, is namelijk slechts een keuze uit het totale aanbod van wat een krantenredactie produceert (Brössler, 1995:81). In die zin verandert niets aan de gatekeeping of aan de andere processen die de inhoud van de krant bepalen. De uitgever krijgt wel een duidelijker beeld van het profiel van de gebruiker en kan zo zijn diensten aan de klant aanpassen.

Interactiviteit en selectie

Het verschil tussen de online kranten en de papieren kranten ligt dus niet zozeer in de richting van de nieuwsboodschap, maar in de graad van interactie tussen de communicator en de gebruiker. Interactiviteit wordt gedefinieerd als het simultaan doorgeven van een boodschap. Deze definitie laat verschillende interpretaties van het begrip interactiviteit toe (Dobal & Werner, 1997:119). Zo kan men de definitie interpreteren vanuit een technisch standpunt en zich de vraag stellen of de communicatie op het WWW wel simultaan kan verlopen. Het WWW immers is in principe een asynchroon medium¹ (Morris & Ogan, 1996:43) en zou bijgevolg niet interactief kunnen zijn. Rafaeli (1988: 118-119) daarentegen onderscheidt drie niveaus van interactiviteit in gemeedeerde communicatieprocessen:

Two-way communication is present as soon as messages flow bilaterally. Reactive settings require, in addition, that later messages refer to (or cohere with) earlier ones. Full interactivity (responsiveness) differs from reaction in the incorporation of reference to the content, nature, form, or just the presence of earlier reference.

Op basis van deze defintie kunnen we het WWW als interactief bestempelen. De interactiviteit kan worden omschreven als feedback 'that relates both to previous messages and to the way previous messages related to those preceding them' (Rafaeli, 1998:120). Uit deze twee uiteenlopende verklaringen kunnen we afleiden dat ten eerste een kanaal ter beschikking moet staan dat een interactief communicatieproces moet kunnen dragen, en ten tweede dat de aard van het communicatieproces interactief is. De vraag is dus niet of een medium interactief is, maar wel of het medium op een interactieve manier kan worden gebruikt. En dat is beslist het geval voor het WWW (Dobal & Werner, 1997:119).

Verschillende toepassingen tonen een grote graad van interactiviteit. We wezen al op de communicatie tussen de lezers en de journalisten en tussen de lezers onderling met betrekking tot bepaalde actuele onderwerpen. Online kranten moeten meer zijn dan verspreiders van kennis. 'Electronic publications are better characterized as tools of communication than tools of diffusion' (Guedon, 1994:19). Een site van een krant moet aanzetten tot communicatie. Is de krant nu een product, in de toekomst zal zij meer 'een platform' moeten zijn (Coenen, 1997). Dat platform draagt niet enkel nieuws. Discussiefora bijvoorbeeld behoren tot de essentie van het Internet als medium en moeten ook op een krantensite terug te vinden zijn. Rond het product krant moeten andere diensten en functies worden ontwikkeld die normaal via een ander medium of in het reële leven gebeuren. Deze nieuwe toepassingen kan je

richten naar zeer specifieke doelgroepen. Zo ontstaan 'online communities' rond bepaalde thema's of gaan bestaande communities ook een online leven leiden (Mortelmans, 1997). J-P Coenen, hoofd nieuwe media van de Regionale Uitgeverijgroep (RUG), wijst erop dat dit voor krantenuitgevers en -redacties een nieuw gegeven is. 'We hebben al jaren gekeerd naar de lezer toe, maar we dachten nooit dat die de bal zou terugspelen. Nu speelt hij de bal wel terug. En daarmee moeten we nog leren omgaan' (Coenen, 1997).

Interactiviteit wijst ook en vooral op het kiezen van een bepaalde inhoud. Daar waar de klassieke massamedia hoofdzakelijk passief zijn, worden online nieuwsmedia gekenmerkt door een hoge graad van interactie met betrekking tot de selectie van inhoud. De Internet-technologie maakt het mogelijk dat de lezer nieuws op eigen maat voorgeschoteld krijgt. Een aantal auteurs zijn overtuigd van het succes van de persoonlijke krant of 'the daily me' (Negroponte, 1995:152-153).

Negroponte, boegbeeld van deze stroming, beweert dat de redactie van een krant kan worden vervangen door een computer, die op basis van het profiel van de lezer op het Internet informatie zoekt en zo een krant samenstelt. De concepten interactiviteit en 'the daily me' leiden volgens Bardeel (1995:140-143) tot een zoveelste verzwakking van de journalistieke positie. Niet enkel de toenemende 'communicatiedruk' - de vermenigvuldiging van volume, omloopsnelheid en dichtheid van de openbare communicatie - maar ook interactiviteit maken 'dat de geïnteresseerde gebruiker minder vaak hoeft genoeg te nemen met de schaarse selectie aan informatie die een journalistiek medium doorsluit'. Steeds meer ruw materiaal, zoals de databanken van persagentschappen, wordt voor de eindgebruiker toegankelijk. Samen met de groei van de horizontale communicatie tussen de burgers onderling, kan dit volgens Bardeel ten koste gaan van de traditioneel belangrijke filterende positie van de gevestigde media in het communicatieproces tussen de overheid en de burgers. Deze discussie zal aan belang toenemen naarmate 'the daily me' ook in de praktijk realistisch wordt.

Vandaag spreekt men beter nog van 'the daily us'. De inhoud van de online kranten kan slechts gedeeltelijk door de lezer zelf worden beïnvloed. 'Der Rezipient ist aktiv durch Selektionsstrategien (...) er ist aber passiv insofern, als er nur aus denjenigen Informationen auswählen kann, die ihm auch angeboten werden' (Brössler, 1995:81). De redactie van een online medium kan dus vrij bewegen op het continuüm tussen een actieve selectie en een passieve ontvangst (Roessens, 1997). Coenen maakt een onderscheid tussen push en pull toepassingen (Coenen, 1997). De grootste keuzevrijheid en het hoogste niveau van activiteit bereikt de gebruiker met het pull-model. Dan gaat hij zelf

doelgericht informatie zoeken op het web. Bij push stuurt de uitgever de informatie helemaal of gedeeltelijk naar de gebruiker via e-mail, aparte kanalen (de zogenaamde channeling) of screensavers. Channeling omschrijft Coenen als het 'broadcast-gebeuren' op het Net. De uitgever zendt grote hoeveelheden algemene informatie via een eigen kanaal uit. Net zoals de televisie, de radio en de krant is channeling een uni-directioneel medium. De invloed van de ontvanger op de inhoud van de communicatie is zeer gering. Tot dezelfde groep behoren de e-mail-diensten met een vaste inhoud. Zo verspreidt De Standaard bijvoorbeeld dagelijks een e-mail-krant met de belangrijkste titels en de inleiding van de artikels. Het volledige artikel vind je terug op de website. De andere push-diensten creëren meer mogelijkheden om de inhoud aan het profiel van de gebruiker te koppelen. Vaak gaat het hier om toepassingen van de e-mail-technologie, waarbij de gebruiker zelf via elektronische invulformulieren de inhoud van het nieuwsproduct kan kiezen. In de nabije toekomst zal het principe van selectie uitmonden in het 'database-publishing'-systeem. Elk artikel of elke eenheid van informatie wordt in één groot bestand opgenomen en de gebruiker roept ofwel zelf, via een zoekrobot en zoektermen, de artikels op, ofwel gaat de computer de artikels uit de database doorgeven die voldoen aan het profiel van de gebruiker. In dezelfde toekomst zal de gebruiker daarenboven zelf het kanaal kiezen waarlangs hij de geselecteerde informatie wil raadplegen.

Gebruik

Het gebruik van een medium is gebonden aan een aantal vaste factoren of belemmeringen. De verschillende media zijn te onderscheiden op basis van de controle of invloed die de gebruiker op het gebruik heeft. Bijna elk broadcast-medium is tijdsgebonden. Het publiek kan alleen luisteren of kijken voor de duur en op het tijdstip die door de zender op voorhand zijn vastgelegd. Opname-apparatuur kan de gebruiker enkel helpen in het verlaten van het tijdstip van gebruik. Ook de plaats waar men het medium raadpleegt, is niet vrij. Luisteren of kijken kan enkel op de plaats waar het toestel is opgesteld. Daarenboven is het gebruik van radio of televisie een passief gebeuren.

Media uit het document-domein, waaronder kranten, zijn volgens Fidler niet gebonden aan een gegeven tijd of plaats. 'Readers can interact with documents at any time and in any place that is comfortable and convenient for them' (Fidler, 1997:49). Het gebruik van een document is actiever dan tv-kijken of naar de radio luisteren. De krantenlezer kan zelf artikels selecteren en de volgorde vastleggen waarin de artikels worden gelezen. Met de komst van online media worden twee nieuwe dimensies toegevoegd aan het document-domein: hypermedia en hypertext (Fidler, 1997:43-44). Via hypermedia wordt de tijdsdimensie van broadcast-media geïncorporeerd in sites op het WWW

die op tekstmedia zijn gebaseerd. Het integreren van audiovisueel materiaal in een website betekent echter niet noodzakelijk dat het raadplegen van de informatie op een website gebonden wordt aan een tijdstip, bepaald door de zender van de boodschap. In tegenstelling tot televisie of radio beslist de gebruiker zelf over het tijdstip waarop hij het beeld- of geluidsfragment zal bekijken of beluisteren. Eventueel kan hij het stukje downloaden en pas later openen (vgl. met de video). Hypertext maakt het mogelijk verbanden te leggen tussen verschillende tekstbestanden. Door 'links' te gebruiken, wordt de diepte een typerend kenmerk van tekstdocumenten op elektronische dragers. Indien de lezer op de links klikt, kan hij extra informatie verzamelen en dit op een niet-sequentiële wijze. Via hyperlinks vervaagt het onderscheid tussen breedteberichtgeving en diepteberichtgeving. Televisiejournals brengen veel items, maar gaan minder diep in op de materie. Kranten daarentegen brengen veel meer nieuwsanalyses. Online nieuwssites kunnen probleemloos beide combineren. Volgens Mortelmans zal de kern van de website bestaan uit snelle en kernachtige berichtgeving. Maar daarnaast zal iedere lezer vrijwillig zijn eigen interesses verder kunnen uitwerken zowel via links naar artikels en informatie van de eigen krant als via links naar andere websites (Mortelmans, 1997). Hoe diep iemand op een thema ingaat, beslist hij zelf. Het gebruik van een online nieuwsmedium vergt dus meer activiteit van het publiek. Het publiek moet ten eerste beslissen welke artikels het gaat lezen, wanneer en via welk specifiek kanaal, en ten tweede hoeveel extra informatie het wil opnemen. In de toekomst zal de lezer bovendien zelf instaan voor de keuze van het kanaal waarlangs hij de informatie wil ontvangen.

Functies

Online media onderscheiden zich van de klassieke media doordat zij een aantal functies beter kunnen ontwikkelen. Zowel bij radio en televisie als bij kranten en tijdschriften is de hoeveelheid informatie die kan worden verspreid, fysisch begrensd. Een krantenredactie moet zich houden aan een maximum aantal pagina's. Artikels moeten regelmatig worden ingekort. Wanneer het medium krant overgebracht wordt naar het WWW, valt deze beperking weg. In principe kan de online nieuwsdienst oneindig veel informatie bevatten. Online nieuwsmedia zijn dus in staat om inhoud te brengen die wegens ruimtegebrek niet in de papieren versie opgenomen is.

Een tweede en belangrijker functie is de archivering van de krantenartikels. Hierbij wordt de vraag gesteld in welke mate een medium er zich toe leent 'om door het medium verstuurd berichten op een zodanige manier te archiveren dat de gebruiker deze boodschap achteraf op een snelle en efficiënte (c.q. systematische) wijze (terug) kan consulteren' (De Grooff, 1986: 411-412). Zelfs indien het papier goed bewaard kan worden, dan rest nog steeds de vast-

stelling dat het opvragen van de informatie vaak gepaard gaat met een omslachtige procedure: 'print tends to bury information as much as it archives it' (Guedon, 1994:20). Elektronische publicatiesystemen, waaronder het WWW, lenen zich bijzonder goed voor een doelmatige archiveerbaarheid 'omwille van de technische compatibiliteit tussen elektronisch gegenereerde informatie en elektronische geheugensystemen en door de beschikbaarheid van programmatuur om efficiënt stockeren en consulteren mogelijk te maken' (De Grooff, 1986:412).

Een derde functie van online media sluit nauw aan bij het interactieve karakter en de selectiemogelijkheden van het medium. Doordat gewerkt wordt met specifieke doelgroepen en pakketten van informatie, kan de uitgever de inhoud volledig aanpassen aan de noden van ieder individueel lid van het publiek. Wanneer de mogelijkheden van een online publicatie volledig worden benut, zal de lezer weinig of niet op ongewenste of overbodige informatie botsen. De Grooff maakt hier het onderscheid tussen 'substantiële' en 'casuele' informatie (De Grooff, 1986:408). Substantiële informatie is het soort gegevens dat door de gebruiker bewust wordt opgezocht of geconsulteerd en een autonome, op zichzelf staande waarde heeft. Casuele informatie wordt toevallig of niet-bewust opgenomen doordat ze of in de context van substantiële informatie is verweven (contextuele casuele informatie), of ruimtelijk verweven is met substantiële informatie (compositorische casuele informatie). Door de interactiviteit en de ruime selectiemogelijkheden die eraan gekoppeld zijn, zijn online dragers uiterst geschikt voor de verspreiding van substantiële informatie. 'De kans dat de recipiënt bij het gebruik van de elektronische krant geconfronteerd zal worden met casuele informatie, is dan ook in principe miniem, gezien het sterk gefragmenteerd karakter van het informatie-aanbod, althans zoals het aan de gebruiker, namelijk in latente vorm, wordt aangeboden' (De Grooff, 1986:408).

Het succes van een medium, en zeker een massamedium, wordt mede bepaald door de geloofwaardigheid. Het technisch tot stand brengen van een document of een programma vergt ruime kennis en vaardigheden. De toepassing van deze nieuwe technieken heeft een aantal sociale en politieke gevolgen. De pers evolueert tot 'de vierde macht'. Doordat gegevens via de klassieke massamedia worden verstuurd, krijgen ze automatisch een hoge graad van geloofwaardigheid en oefenen ze invloed uit op het sociale en politieke gebeuren. In tegenstelling tot de klassieke massamedia, worden online media gekenmerkt door een zeer lage instapdrempel. Iedereen met een basiskennis van de e-mail-technologie of de html-code kan een online nieuwsdienst opstarten. Het gevolg is dat online publicaties geen geloofwaardigheid putten uit hun technologische basis (Guedon, 1994:19). De legitimiteit van online publicaties zal vooral gebaseerd zijn op de institutie die het nieuws produceert. Vandaar het belang

van de merknaam voor online nieuwsdiensten. De merknaam staat voor een bepaalde deontologie, een geheel van codes waaraan elke journalistieke praktijk moet voldoen. De merknaam is ook synoniem van een bepaalde soort berichtgeving. Online nieuwsdiensten die aan een papieren product zijn gekoppeld, hebben het grote voordeel dat zij dezelfde merknaam op het WWW kunnen cultiveren en ontwikkelen (Roessems, 1997). De nieuwe, onafhankelijke uitgevers zullen een nieuwe merknaam moeten ontwikkelen en zo geleidelijk de geloofwaardigheid en autoriteit opbouwen. Niet iedereen beweert dat digitale kranten een merknaam of imago zullen dragen. In het systeem van 'the daily me' (cf. supra) stellen de gebruikers zelf het nieuws samen en ontwikkelen een eigen interface voor de krant. Ondanks de aantrekkingskracht van deze visie kan het verlies van de merknaam en de identiteit van een publicatie zuur opbreken voor de uitgever en de lezer. Want juist 'aan de merknaam koppelen de lezers een graad van geloofwaardigheid' (Fidler, 1997:250). Het concept van 'the daily me' elimineert bovendien een deel van de sociale functie van de krant. Kranten plaatsen berichten in een sociale context en 'help to establish the relative importance of events and issues as well as contribute to a general understanding of the world in which we live' (Fidler, 1997:247-248). De ontvanger van de persoonlijke krant kan systematisch berichten omzeilen waarmee hij in de papieren krant wel regelmatig wordt geconfronteerd. Fidler wijst nog op een tweede aantrekkelijk aspect van de papieren krant dat verloren gaat bij persoonlijke kranten: het 'verrassings-effect' (Fidler, 1997:247). Het plezier van het ontdekken van verhalen over onderwerpen die ons niet interesseerden tot op het moment dat we ze tegenkwamen, is moeilijk te transponeren naar een systeem waar de inhoud van een krant door de lezer zelf wordt samengesteld. Of met andere woorden, de compositorische casuele informatie gaat verloren.

■ MASSAMEDIMUM OF INDIVIDUEEL MEDIUM?

Moeten we online kranten beschouwen als massamedia of als individuele media? Met deze vraag raken we een moeilijk theoretisch probleem aan: wanneer houdt een massamedium op massamediaal te zijn en wanneer wordt het een point-to-point medium? De communicatieprocessen worden meestal onderscheiden op basis van een uiteenlopende waaier van criteria en definities, zoals de definitie van een medium, de samenstelling van het publiek, de richting van de boodschap, de universaliteit van de boodschap, enz. (cf. Fauconier, 1995:44-52).

Morris & Ogan schrijven dat Internet niet past in de theorieën over massamedia, die onlosmakelijk verbonden zijn met print- en broadcast-modellen. Wanneer het Internet als massamedium wordt beschouwd, dan is 'the Internet

a multifaceted mass medium ... it contains many different configurations of communication' (Morris & Ogan, 1996:42). Hierbij moet worden opgemerkt dat het Internet zelf niet het medium is, maar wel de drager van het medium. Meteen worden we met een nieuwe vraag geconfronteerd. Moeten we het WWW, naast e-mail, FTP, enz., als een afzonderlijk medium definiëren of als een integrerend hybride medium, waarbij verschillende media op één gezamenlijk platform functioneren (Dobal & Werner, 1997:108)?

Een tweede knelpunt is de toegankelijkheid van het medium. Fauconnier (1995:49) zegt dat de massamediale signalen via een kanaal openbaar moeten kunnen worden ontvangen en 'de zender in principe bewust of onbewust de intentie heeft niemand uit te sluiten'. In het massacommunicatiemodel van Maletzke heeft 'de openbaarheidsdrang' invloed op de taken van de communicator en dus op de inhoud van het massamedium (Fauconnier, 1986:63). Technische, sociale en economische factoren maken dat niet ieder individu zomaar het WWW kan raadplegen. De openbaarheid van het medium is niet gegarandeerd. Anderzijds geraakt het Internet meer en meer ingeburgerd in het werk- en ontspanningsleven en wordt het dus steeds toegankelijker. Het grootste probleem biedt het begrip 'massapubliek'. Bereiken de diensten - en dus ook de online kranten - een 'kritische massa'? Kritische massa verwijst naar de graad van verspreiding die moet worden bereikt om informatie die op een medium verzonden is, te kunnen ontvangen (zie o.a. Markus, 1987:491-511). Het gebruik van het WWW als informatiedrager is pas interessant als voldoende inhoud wordt aangeboden, maar omgekeerd zal pas voldoende inhoud worden aangeboden wanneer het publiek groot genoeg is. Wil men het WWW en zijn toepassingen - waaronder online kranten en nieuwsdiensten - definiëren als een massamedium, dan zal een gewenning moeten optreden in het gebruik van het medium, die de transformatie van medium naar massamedium automatisch met zich meebrengt (Dobal & Werner, 1997:107). Ondanks deze onbeantwoorde vragen kunnen we stellen dat in de literatuur het WWW en zijn toepassingen als massamedium worden benaderd. Het WWW heeft vele kenmerken van een massamedium, maar draagt ook de potentialiteit van een individueel medium met zich mee. De online kranten zijn hier een mooi voorbeeld van. Zowel Morris & Ogan als Dobal & Werner pleiten voor het ontwikkelen van nieuwe mediabegrippen die aangepast zijn aan een online omgeving en meer specifiek aan het WWW (Morris & Ogan, 1996:41-43; Dobal & Werner, 1997:108). Dobal & Werner motiveren deze thesis door te stellen dat de theorieën rond de werking van de massamedia geen rekening houden met de mogelijkheid dat 'een massamedium ook als een instrument voor individuele communicatie kan worden gebruikt omdat in de periode dat de theorieën ontwikkeld werden deze technologische mogelijkheid nog niet bestond' (Dobal & Werner, 1997:108-109).

■ BESLUIT: HET WEP-MODEL

Het model van online kranten en nieuwsdiensten is dus, net als het WWW zelf, zeer moeilijk te plaatsen binnen de bestaande mediadefinities en -indelingen. De bestaande modellen houden geen rekening met toepassingen die verschillende communicatieprocessen combineren. Ook het 'SNM/De Grooff-model' uit 1985 biedt geen uitweg (Fauconnier, 1986:86-88). Het project, ontwikkeld door De Grooff en Fauconnier binnen de onderzoeksgroep Nieuwe Media van de K.U.Leuven, trachtte een typologie op te stellen die voldoende flexibel was om de opkomende nieuwe media als teletekst en beeldplaat een plaats te geven naast de conventionele media. Het model voorziet echter geen plaats voor de huidige online kranten en nieuwsdiensten. Hoofdoorzaak is de vervaging van de grenzen tussen verschillende zenders, kanalen, talen, publieken, Willen we het WWW en de toepassingen duidelijk definiëren en positioneren, dan moeten ongetwijfeld de opgesomde termen worden herdacht.

Op basis van onze analyse kunnen we, in tegenstelling tot Fidler en Brössler, stellen dat online kranten en nieuwsdiensten niet meer thuishoren in het print-model. We volgen Fidler wel in de redenering dat er een waaier van nieuwe communicatievormen ontstaat die de voornaamste kenmerken van de drie klassieke mediadomeinen - interpersoonlijke, broadcast- en het document-domein - op een onvoorspelbare wijze combineert. Vaak zijn deze nieuwe communicatievormen in een eerste fase complementair aan een medium uit één van de drie klassieke domeinen. Zo is de online krant vandaag nog een 'extra bijlage' van de papieren krant. Of en wanneer deze hybride media-vormen uitgroeien tot een vierde domein, hangt af van 'een complexe interactie van noden, politieke en economische druk, en sociale en technologische innovaties' (Fidler, 1997:51). De online kranten en nieuwsdiensten van nu en van de nabije toekomst zijn ongetwijfeld aan het uitgroeien tot zo'n mengvorm. Zoals we hebben aangetoond, combineren zij elementen uit de verschillende klassieke communicatieprocessen. Het verschil met de drie bestaande domeinen is echter te miniem om nu al te spreken over een nieuw domein. De contouren van het 'web electronic publishing'-model (WEP) tekenen zich wel af. De naam model is zeer bewust gekozen, omdat we ons ervan bewust zijn dat het voorgestelde model snel kan evolueren of veranderen en sterk onderontwikkeld is in vergelijking met het document-domein. In figuur 1 plaatsen we het besproken WEP-model tegenover de drie domeinen van communicatie. Zo kunnen de belangrijkste kenmerken van online kranten en nieuwsdiensten nog eens op een rijtje worden gezet.

Figuur 1: Het WEP-model (gebaseerd op Fidler, 1997:45)

	Interpersoonlijk	Broadcast	Document	WEP
Vorm	ongestructureerd	gestructureerd	gestructureerd	(on-)gestructureerd
	gesproken	geluid/beeld	tekst/visueel	multimedia
	niet-lineair/lineair	lineair	lineair/niet-lineair	niet-lineair/lineair
	tijds/plaats-gebonden	tijdsgebonden	plaatsgebonden	geen beperkingen
Flow/controle	niet gemedieerd	gemedieerd	gemedieerd	gemedieerd
	bi-directioneel	uni-directioneel	uni-directioneel	uni-directioneel (bi-directioneel)
Interactie/ selectie	interactief	passief	passief	interactief
Ontvangst	actief	passief	passief/actief	actief/passief
	(tijds/plaats)-gebonden	tijds/(plaats)-gebonden	(tijds)-gebonden	(tijds/plaats)-gebonden

Het WEP-model onderscheidt zich, naast het gebruik van multimedia, vooral op het gebied van de mogelijke communicatieprocessen. De interactie tussen zender en ontvanger heeft twee onderdelen. Ten eerste kan het publiek via e-mail of discussiefora reacties geven op artikels en reportages. De drempel om te reageren of om mee te doen aan een discussie, is in een WEP-model veel lager dan in het document-domein. De tweede vorm van interactiviteit ligt in de ruime selectiemogelijkheden, waardoor de gebruiker de dienst aan zijn eigen noden en wensen kan aanpassen. In ruil heeft de uitgever een duidelijk beeld van het profiel van de gebruiker en kan hij het product aanpassen aan de bezoeker van de website. Gecombineerd met het ruime scala van actieve en passieve ontvangstmogelijkheden, wordt het massamediale karakter van de online kranten en nieuwsdiensten vaak in vraag gesteld. Toch wijzen vele kenmerken van deze diensten aan dat zij in principe massamedia zijn, met dat verschil dat ze mogelijkheden tot individuele communicatie in zich dragen. De boodschap verloopt in het WEP-model uni-directioneel en het totale aanbod is voor elk individu gelijk. Enkel de selectiemogelijkheden maken dat de inhoud van het medium varieert van gebruiker tot gebruiker. De inhoud wordt nog steeds samengesteld door de communicatoren, al is de invloed van de recipiënt in vergelijking met het document- en het broadcast-domein sterk toegenomen. Het WEP-model verbetert ten slotte een aantal functies uit de klassieke media-domeinen, zoals de archivering, de hoeveelheid informatie die kan worden verspreid, en de actualiteitswaarde.

Hoe de hierboven geschetste mogelijkheden en kenmerken van online kranten en nieuwsdiensten in de praktijk zullen evolueren, hangt in grote mate af van de vraag en de behoeften van de gebruiker. Een tweede bepalende factor is de financiële haalbaarheid van elektronische media. Is de lezer bereid te betalen voor de digitale diensten, zal de adverteerder geïnteresseerd zijn in een gefrag-

menteerd Internet-publiek of zullen nieuwe vormen van financiering zoals electronic commerce de kosten van de online krant kunnen dragen?

NOOT

- 1 Asynchroon betekent dat de zender en de ontvanger niet tegelijk met elkaar kunnen communiceren.

LITERATUURLIJST

- Bardoel, J. (1995) "Journalistieke Tussenkost Overbodig?" *Professie Tussen Informatiemaatschappij en Civiele Samenleving*, *Massacommunicatie*, 23(5): 136-158.
- Bauwens, M. (1998) '27 Web-TV Url's', *Clickx*, 1(65): 30.
- Berghaus, M. (1997) 'Was macht Multimedia mit Menschen, machen Menschen mit Multimedia? Sieben Thesen und ein Fazit', pp.73-85 in P. Ludes & A. Werner (Hrsg.) *Multimedia-Kommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag .
- Brössler, D. (1995) *Zeitung und Multimedia. Was Leser und Journalisten erwartet - Visionen aus Amerika*. München: KoPäd.
- Coenen, J.-P. (1997) Interview met J.-P. Coenen, hoofd nieuwe media van de Regionale Uitgeversgroep (RUG), 10 december.
- De Grooff, D. (1986) *De Elektronische Krant: Een Onderzoek naar de Mogelijkheden van Nieuwsverspreiding via Elektronische Tekstmedia en naar de Mogelijke Gevolgen daarvan voor de Krant als Bedrijf en als Massamedium*. Leuven: s.n. Doctoraat Faculteit Sociale Wetenschappen.
- Dobal, R. & Werner, A. (1997) 'Das World Wide Web aus funktionalistischer Sicht', pp. 105-122 in P. Ludes & A. Werner (Hrsg.) *Multimedia-Kommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag .
- Fauconnier, G. (1986) *Algemene Communicatietheorie. Een Overzicht van de Wetenschappelijke Theorieën over Communicatie*. Leiden: Martinus Nijhoff.
- Fauconnier, G. (1995) *Mens & Media*. Leuven: Garant.
- Fidler, R. (1997) *Mediamorphosis: Understanding New Media*. London: Pine Forge Press.
- Gidler, G. (1994) 'The Digital Newspaper: Building on the Document Model', *Newspaper Techniques*, 4-8 januari.
- Groth, O. (1960) *Die Unerkannte Kulturmacht: Grundlegung der Zeitungswissenschaft*. Berlin: De Gruyter.
- Guedon, J.-C. (1994) 'Why are Electronic Publications Difficult to classify? The Orthogonality of Print and Digital Media', pp. 17-21 in A. Okerson (ed.) *Directory of Electronic Journals, Newsletters, and Academic Discussion Lists*. Washington: Association of Research Libraries.

- Lie, H. & Bender, W. (1992) 'The Electronic Broadsheet: All the News that Fits the Display', pp. 199-209 in C. Vanoirbeek & G. Coray (eds.) *Proceedings of Electronic Publishing 1992*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Markus, M. (1987) 'Towards a "Critical Mass" Theory of Interactive Media', *Communication Research*, 14(5): 491-511.
- McQuail, D. (1994) *Mass communication Theory: An Introduction*. London: Sage.
- Morris, M. & Ogan, C. (1996) 'The Internet as Mass Medium', *Journal of Communication*, 46(1): 39-50.
- Mortelmans, J. (1997) Interview met J. Mortelmans, coördinator van StandBy, 7 oktober.
- Negroponte, N. (1995) *Being Digital*. New York: Knopf.
- Noelle-Neumann, E. (1989) *Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt: Fischer.
- Porteman, P. (1998) 'Online Kranten in Groot-Brittannië: Een Voorbeeld voor Vlaanderen?', *Kluwer Mediagids Boek en Pers*, 1998(1): 33-45.
- Rafaëli, S. (1988) 'Interactivity: From New Media to Communication', pp. 110-134 in R. Hawkins, J. Wiemann & S. Pingree (eds.) *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*. London: Sage.
- Roessems, L. (1997) Interview met L. Roessems, manager informatieverwerking van de Vlaamse Uitgevers Maatschappij (VUM), 6 november.

AUTEUR

Piet Porteman is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U.Leuven. Zijn onderzoek 'Grafisch versus elektronisch publiceren in de dagbladsector' is een project verricht met steun van het Vlaams Gewest (IWT).

De rol van de geschreven pers in het democratiseringsproces in Guatemala

Lisbeth Van de Merlen

SAMENVATTING

Hoewel de pers in Guatemala nog steeds met een aantal (maatschappelijk inherente) problemen kampt als autocensuur, intimidatie, corruptie, economische afhankelijkheid, desinformatie, ... illustreren o.m. de gebeurtenissen van mei 1993 dat er daadwerkelijk een rol voor de pers is weggelegd in het huidige democratiseringsproces. Het democratiseringsproces en de invloed van de geschreven pers hierop blijken evenwel aan elkaar gerelateerd: waar de democratisering meer mogelijkheden voor de geschreven pers biedt, stimuleert de pers anderzijds ook het democratiseringsproces.

Sleutelwoorden: democratisering, Guatemala, pers

Na ruim dertig jaar burgeroorlog en tien jaar experimenteren met democratie en democratisering werden in Guatemala in 1995-1996 nieuwe verkiezingen uitgeschreven. Deze verkiezingen werden reeds lang vooraf als historisch bestempeld, omdat Guatemala definitief zou beslissen of het de democratische koers verder zou zetten. Des te meer historisch, omdat voor het eerst een linkse partij aan de verkiezingen zou deelnemen. Ook de rol van de pers bleef in de periode voorafgaand aan de verkiezingen niet onopgemerkt: de bevolking werd sterk aangemoedigd een stem uit te brengen en de pers bleef vooral hameren op het maatschappelijke belang van de verkiezingen. De pers haalde samen met de internationale gemeenschap opgelucht adem toen een nieuwe extreem-rechtse koers net kon worden afgewend. Hoewel de pers meteen in aanvaring kwam met de nieuwe president, kon zij anderzijds onmogelijk zijn opmerkelijke impulsen aan het vredesproces ontkennen. Meteen werd gewag gemaakt van een nieuwe democratische start. Dit artikel wil dieper ingaan op deze evolutie, waarbij pers en politiek schijnen te interageren: (1) welke rol speelt de geschreven pers in de huidige koerswijziging; en (2) welke weerslag had de democratisering op de pers?

■ MEDIA IN GUATEMALA

Radio is het enige intrinsieke massamedium in Guatemala, omdat radio als enige medium in Guatemala voor iedereen toegankelijk is. Ondanks dit potentieel speelt radio geen politieke rol van betekenis omwille van haar ver doorgevoerde commercialisering (met de mogelijke uitzondering van Radio Sonora). Televisie bereikt slechts een miniem gedeelte van de bevolking en bericht nauwelijks of slecht. De politieke impact van regionale bladen kan eveneens buiten beschouwing worden gelaten omwille van het amateurisme waarmee zij gemaakt worden, en het kleine lezerspubliek.

De voorlopige (maar snel verbeterende) verkeerstechnische problemen, de beperkte modale koopkracht en het hoge analfabetisme brengen met zich mee dat de geschreven pers nog niet volop is doorgedrongen op het platteland.

De conservatieve krant *Prensa Libre* werd in 1951 opgericht als een direct antwoord op het heersende linkse regime van Arbenz. De hoge oplagecijfers zijn het rechtstreekse gevolg van het zo breed mogelijke profiel dat de krant aanhoudt. *Prensa Libre* tracht vooral de overheid welgezend te zijn en is uitsluitend kritisch in haar hoofdartikelen en columns (Marfording, 1992:153 e.v.).

El Gráfico daarentegen was jarenlang de enige (centrum-rechtse) oppositiekrant omwille van haar niet aflatende kritiek op de toenmalige rechtse regeringen (Woodman, 1981:82) en het politiek engagement¹ van haar oprichter en politicus Jorge Carpio Nicolle (C.E.G., 1994:169), maar het blad is sedert de moord op haar frontman politiek stuurloos en neigt naar sensatiejournalistiek.

De enige namiddagkrant *La Hora* kenmerkt zich door een hoog intellectuaalisme en een rabiaat nationalisme. De krant put haar huidige maatschappelijke aanzien hoofdzakelijk uit haar lange bestaan, ondanks de voortdurende periodes van censuur en repressie (Alisky, 1981:212).

El Diario de Centroamérica ontstond als commercieel blad, maar werd in 1931 omgebogen tot officieel staatsblad. Vanuit deze positie was ze over de jaren verplicht zich steeds aan te passen aan de politieke koers van de machthebbers. *El Diario de Centroamérica* bezit naast het officiële katern met wetteksten, nog een tweede informatief katern, maar ondanks haar regelmatige informatievoorsprong (informatie springt vaak uitsluitend voort uit overheidskanalen (Schneider, 1983:127 en cf. infra)) is de krant weinig attractief voor de lezer. Ze is alleen via abonnering verkrijgbaar en arriveert steevast te laat

Tabel: Geschreven pers in Guatemala

Krant	Ontstaan	Oplage	Markt-aandeel	Periodiciteit	Verschijsning	Eigenaar	Advertentie-aandeel
El Diario de Centroamérica	1880	15.000	5,1 %	werkdagen	ochtend	overheid	geen
La Hora	1920	10.000	3,4 %	dagelijks	namiddag	Marroquín Rojas	10 %
Prensa Libre	1951	125.000	42,4 %	dagelijks	ochtend	N.V.	60-90 %
El Gráfico	1963	55.000	18,6 %	dagelijks	ochtend	N.V.	over 50 %
Siglo Veintiuno	1990	75.000	25,4 %	dagelijks	ochtend	Marroquín Rojas	40 %
La República	1993	15.000	5,1%	dagelijks	ochtend	Marroquín Rojas	20-25 %
		295.000 (*)	100 %				

Tijdschrift	Ontstaan	Oplage	Periodiciteit	Eigenaar	Advertentie-aandeel
Crónica	1987	10.000	weekblad	N.V.	40 %
Crítica	1989	6.000	maandblad	N.V.	25 %
Tinamit	1992	500	weekblad	N.V.	minder dan 10 %
Infopress Centroamericana	1972	500	weekblad	N.V.	geen

(Marfording, 1992:154). Het lezerspubliek is bijgevolg uitsluitend samengesteld uit lezers die het blad beroepshalve nodig hebben. Net als de kleinere tijdschriften Tinamit en Inforpress Centroamericana wordt dit dagblad verder hoofdzakelijk achterwege gelaten. Deze laatste bladen kenmerken zich weliswaar door een uitgesproken analytische en diepgaande berichtgeving, maar de oplagen zijn te klein om een significante maatschappelijk-emancipatorische rol te kunnen spelen.

Vier bladen ontstonden in de naweeën van de 'apertura democrática': de krant SigloVeintiuno, die in navolging van het weekblad Crónica middels een stijlbreuk met de heersende reproductieve journalistiek meteen een hoge oplage wist te verwezenlijken (zelfs gedeeltelijk ten nadele van Crónica). De meest progressieve krant La República en het opiniërende weekblad Crítica trachten dit succes te evenaren, maar beide kampen met structurele financiële en distributieve problemen. Bovendien lijkt de markt voorlopig verzadigd. Crítica hervormde zich om deze redenen ondertussen tot maandblad.

■ VAN MILITAIRE DICTATUUR NAAR DEMOCRATISCHE RECHTSTAAT?

Na de onafhankelijkheid van Spanje in 1821 bleven de koloniale machtsstructuren grotendeels intact. De Oktoberrevolutie van 1944, gedragen door de middenklasse, studenten en militaire dissidenten, betekenden een breuk in de caudillistische traditie (Schlumberger, 1983:194).² Een volksregering kwam aan de macht: zij trachtte de economie te moderniseren en de indigenas³ via allerlei maatregelen (onder meer een landhervorming) maatschappelijk te emanciperen. Deze progressieve politiek leidde in 1954 evenwel tot een reactionaire militaire staatsgreep, geïnitieerd door de C.I.A. (Needler, 1983:35).⁴

Alle hervormingen werden onmiddellijk teruggedraaid en een stringente contra-revolutie jegens de communistische subversie begon. De elkaar in hoog tempo opvolgende regeringen waren uiterst instabiel, waarop het leger meer macht naar zich toetrok. Voor de internationale wereld school Guatemala echter achter een zorgvuldig opgetrokken democratische façade. In de loop van de jaren zeventig ontstonden verschillende marxistische guerrilla's, wat aanleiding gaf tot de escalatie van het geweld. Het leger oefende massaal terreur uit op de bevolking in de hoop communistische infiltratie uit te sluiten (counterinsurgency).⁵ De pers werd in deze periode een geliefkoosd medium om de terreurpolitiek maatschappelijk te rechtvaardigen: details en foto's over foltering, verminkingen en massamoorden maakten deel uit van de dage-

lijkse berichtgeving. Vanaf 1967 werden de overlijdensberichten op last van de politie routinenieuws. Elke vorm van commentaar op het gebeuren was vanzelfsprekend uitgesloten; journalisten werden hiertoe voldoende geïntimideerd (McClintock, 1985:42). Autocensuur werd een vanzelfsprekende journalistieke praktijk.

De onmacht van het leger om het conflict in zijn voordeel te beslechten, het economische wanbeleid, de onoverzichtelijke bureaucratie en de toenemende internationale druk leidden in 1986 tot de 'apertura democrática', een democratische opening, die de eerste verkiezing van een burgerpresident in decennia betekende. Het leger bleef echter de dominante machtsfactor en mensenrechten werden nog steeds op grote schaal geschonden (Sandoval, 1990:77-78). Het democratiseringsproces wankelde in 1993 toen de wettelijk verkozen president Jorge Serrano Elias na studentenoproer de grondwet opschortte en in een ultieme poging zijn macht te verstevigen een zelfputsch opzette (C.E.G., 1993: 57). Zijn autogolpe⁶ mislukte echter (onder meer dankzij de inzet van de pers) en de mensenrechtenactivist Ramiro De León Carpio werd interimpresident. Ondanks brede internationale steun kon ook hij geen definitief einde stellen aan de terreur van het leger.

De verkiezingen van 1995-1996 betekenden een ommekeer: voor het eerst sinds decennia participeerde een linkse partij (F.D.N.G.),⁷ die de belangen van de indígena-bevolking⁸ behartigde. De winnaar Arzú haalde net de overwinning op zijn extreem-rechtse rivaal. Arzú slaagde er vrij snel in een vredesakkoord met de guerrilla te sluiten, maar de obstakels die nog overwonnen dienen te worden om de democratie in Guatemala te consolideren, blijven immens.

■ PERS EN DEMOCRATISERING IN GUATEMALA

Nationale geschreven pers is, zoals reeds eerder aangestipt, het enige medium dat in Guatemala als vierde macht kan ageren. Deze waakhondfunctie wordt echter niet in dezelfde mate door alle kranten en tijdschriften onderschreven. Prensa Libre profileert zich nauwelijks op politiek vlak en handhaaft bij voorkeur een neutrale berichtgeving, wat vanuit haar achtergrond als krant van het establishment goed te verklaren valt. Anderzijds heeft deze krant de laatste vijf jaar een zekere richting naar politiek engagement ingeslagen, onder meer door het invoegen van regelmatige analytische nieuwssupplementen. De dagelijkse hoofdartikelen vormen eveneens een merkwaardige uitzondering op de doorgaans weinig kritische en oppervlakkige ingesteldheid van Prensa Libre. Wegens haar ouderdom beschikt de krant over oudere - en in Guatemala ach-

tenswaardige - journalisten, die nu het klimaat er rijp voor is, regelmatig snedige commentaren schrijven. Ondertussen blijft Prensa Libre toch een krant die haar lezers niet voor het hoofd wil stoten en bijgevolg voor zichzelf slechts een beperkte functie als vierde macht ambiëert.

De oppositierol die El Gráfico vóór de democratisering voerde, heeft het dagblad in grote mate opgegeven, en de krant vervalt vaker in sensatiejournalistiek. Hoewel ze soms sterk opiniërend schrijft, is ook Crítica enige sensatiejournalistiek niet vreemd. Het zijn vooral Siglo Veintiuno en Crónica die door kritische politieke verslaggeving en (pogingen tot) investigatiejournalistiek hun rol opnemen als vierde macht. Problematisch en typerend voor Siglo Veintiuno is de slechte opvolging van haar berichtgeving en de voorkeur voor onderwerpen met een licht sensationele invalshoek. La República probeert een dynamische en actieve perscultuur op te bouwen, maar stuit vooralsnog te veel op financiële problemen.

Toch is de geschreven pers niet blind voor de maatschappelijke veranderingen die zich de laatste jaren in Guatemala hebben voltrokken, maar blijft zeer sceptisch. Alle kranten en tijdschriften zijn de democratische principes (weliswaar in verschillende mate) toegewijd en onderstrepen het belang van de demilitarisatie van de strijdmacht, de legale integratie van de guerrilla, het uitzuiveren van de corruptie, evenals de internationale druk. Met betrekking tot de rol die de enige progressieve partij in het parlement het F.D.N.G. te spelen heeft, en de wenselijkheid van een landhervorming laten journalisten zich veeleer negatief uit.

De rol van de pers tijdens de autogolpe van mei 1993

De gebeurtenissen van mei 1993 illustreren het best de hoedanigheid van de pers als vierde macht in Guatemala. Tijdens de autogolpe van Serrano sprongen media als Siglo Veintiuno en Crónica in de bres voor de democratie en het daaruit voortvloeiende recht op vrije meningsuiting. In mei 1993 was het de eerste keer in de Guatemalteekse geschiedenis dat de pers het heersende regime zwaar op de korrel nam en opriep tot een massale volksmobilisatie. Siglo Veintiuno en Crónica weigerden resoluut zich neer te leggen bij de officieel ingestelde censuur en Siglo Veintiuno startte haar 'Siglo Catorze-actie',⁹ waarin de opgelegde censuur werd aangeklaagd middels een aantal zwarte pagina's. De pers wierp zich voor de eerste keer in de praktijk op als waakhond van het democratiseringsproces en droeg actief bij tot de vorming van de openbare mening. Siglo Veintiuno en Crónica realiseerden een maatschappelijke protestbeweging en de organisatie van een geweldloze omsingeling van het presidentieel paleis door journalisten, studenten, vakbondsactivisten, intel-

lectuelen,... Mede door de houding van de pers besloot het parlement zijn machten op te nemen en de president terug te fluiten. Siglo Veintiuno en Crónica bleken zowat de enige media die nog aan voldoende informatie geraakten over wat er precies aan de gang was en/of hierover durfden te berichten. Hieruit putten zij hun huidige maatschappelijke aanzien. La República weigerde vanuit haar prioriteit (informatie eerst!) mee te doen aan de actie 'Siglo Catorze'. Blanco bladzijden zouden volgens de krant immers geen informatiewaarde opleveren. De andere kranten bleken minder bij machte zich een beeld te vormen van wat er precies aan de hand was.

■ DE DUBBELE FUNCTIE VAN DE GESCHREVEN PERS IN DE GUATEMALTEEKSE DEMOCRATISERING

Controle op de overheid via kritische berichtgeving en onderzoeksjournalistiek

De geschreven pers staat unaniem achter de idee dat de pers de bevolking moet informeren over de politieke veranderingen in het land, maar is niet immer het principe van kritische berichtgeving welgezind. Zo vinden Prensa Libre en La República vooral de nauwgezette reproductie van feitenmateriaal primordiaal. Zij beschouwen het geenszins als hun taak bijkomend te opiniëren. Een functie die Siglo Veintiuno en Crónica wel vervullen, een houding die o.m. sterk tot uiting kwam gedurende de autogolpe van mei 1993.

Hoewel de grondwet theoretisch de persvrijheid garandeert, staan er nog altijd remmen op de vrije uitoefening van het journalistieke beroep. De belangrijkste zijn: (1) de wijdverbreide zelfcensuur, ingegeven door angst voor repressie en een jarenlange traditie van het stilzwijgen van gebeurtenissen; (2) intimidatie vanuit militaire en aanverwante milieus; (3) tegenwerking door de overheid, die informatie verzwijgt of manipuleert; (4) de plaatsing van betaalde berichten (fafa's); (5) economische druk vanwege adverteerders en media-eigenaars; en (6) het ontbreken van wettelijke bescherming voor de pers.

Autocensuur

Van officiële censuur is momenteel geen sprake, maar des te meer van autocensuur. Guatemalteekse journalisten verdedigen zich vaak door er op te wijzen dat het verkeerd is het fenomeen enkel tot Guatemala te herleiden, omdat overal ter wereld journalisten om uiteenlopende persoonlijke, politieke, economische, ... redenen zouden zelfcensureren. De precieze omvang van de autocensuur laat zich niet inschatten, maar verklaart het huidige gebrek aan onderzoeksjournalistiek. De autocensuur is historisch verklaarbaar: tijdens de mili-

taire dictaturen durfde geen enkel medium het aan de terreur aan te klagen uit angst voor repercussies.

De zelfcensuur heeft meestal betrekking op de zogenaamde 'delicate' facetten van de maatschappij, zoals de invloed van het leger, narcotrafiiek, georganiseerde internationale autodiefstal, economische fraude, overheids corruptie,...

Desalniettemin wordt, telkens de democratie meer mogelijkheden biedt, de gelegenheid door de pers waargenomen om zich meer manoeuvreerruimte toe te eigenen. Ter staving hiervan wordt meermaals gerefereerd aan een vergelijking met de situatie vijf jaar geleden en nu. Een dergelijke vergelijking kan dit enkel bevestigen: destijds was het ondenkbaar dat de belangenvermenging van het leger werd aangeklaagd zoals vandaag onafgebroken gebeurt door Siglo Veintiuno en Crónica.

Intimidatie

Intimidatie (anonieme dreigbrieven en -telefoons, achtervolgingen, fysieke aanrandingen,...) gaat vooral uit van het leger, mede omdat de strijdmacht ongetwijfeld het meest in opspraak komt en een lange traditie van intimidatie en terreur kent. Toch blijken noch Siglo Veintiuno, noch Crónica zich zonder meer in deze praktijken te schikken. Beide media menen dat het slechts in het voordeel van de democratie is dat de nefaste rol van de strijdkrachten wordt blootgelegd, omdat zo sneller werk van de uitzuivering en de consolidatie van democratische staatsinstellingen kan worden gemaakt.

De geschreven pers maakt, met uitzondering van Siglo Veintiuno en Crónica, melding van een gestage afname van intimidatie. Ironisch genoeg voor Siglo Veintiuno en Crónica omdat het leger ten opzichte van deze media de strijd voorlopig in haar voordeel weet te beslechten. Vooral Prensa Libre blijkt snel geïntimideerd te zijn. Bovendien is rechtstreekse intimidatie niet immer noodzakelijk: confrontaties uit het verleden garanderen nog steeds een florissante autocensuur.

De mate waarin de pers onderworpen is aan intimidatie, is onverbrekelijk verbonden met de mate waarin het betreffende blad aan onderzoeksjournalistiek doet. Vooral Siglo Veintiuno heeft te kampen met regelmatige en veelvuldige intimidatie. De krant heeft daarop besloten alle intimidatie te publiceren. Vooralsnog heeft deze strategie ertoe geleid dat de geuite intimidatie niet werd uitgevoerd. Bovendien wist het dagblad op deze wijze verder te bouwen aan het onkreukbare imago. Andere factoren zijn de reikwijdte en de maatschappelijke invloed van de pers. Inforpress Centroamericana bijvoorbeeld heeft ondanks het veelvuldig aan het licht brengen van maatschappelijke wantoe-

standen, tot dusver weinig last gehad van intimidatie, omdat de oplagen te klein zijn om een reële maatschappelijke impact te hebben.

Informatievoorziening door de overheid

De pers kampt met twee verschillende vormen die het inzamelen van nieuwsberichten in de weg staan. Enerzijds is er de bewuste desinformatie, een tactiek waaraan zowel overheidsinstellingen als privé-ondernemingen zich bezondigen. Om allerlei redenen wordt de pers foutief ingelicht, waarbij handig wordt ingespeeld op allerlei structurele problemen als tijdgebrek en onvoldoende opgeleid personeel. De pers laat daarbij te vaak na haar bronnen te evalueren en na te trekken. De overheid op haar beurt manipuleert getuigen. 'Getuigen' staan vaak op de loonlijst van de autoriteiten of worden geïntimideerd.

Anderzijds wordt de toegang tot de bronnen vaak ontzegd door zowel de overheidsbureaucratie als de president zelf. De grondwet stelt onmiskenbaar dat alle staatsakten en -documenten vrij ter inzage van het publiek staan. Veel journalisten leggen zich bij dit verhinderen op het recht tot informatie neer en publiceren op basis van allerlei niet nagetrokken geruchten.

Ook de president legt momenteel een vijandige houding ten aanzien van de pers aan de dag en weigert haar te woord te staan (González Moraga, 1996: 31-32; Medina Bermejo, 1996:7). Kort na zijn inauguratie beschuldigde Arzú de pers bijvoorbeeld van leugenachtige berichtgeving. De pers steigerde en trok meteen parallellen met gewezen president Serrano, die op basis hiervan de censuur in 1993 instelde. Buiten de pers (en vooral vanuit politieke hoek, waarbij het opmerkelijk is dat het ganse politieke spectrum dit argument hanteert) wordt er echter op gewezen dat de pers onder de uittrekkende president te zeer verwend is geweest en ten onrechte klaagt. Het zou veeleer om stijverschillen handelen, dan om een regelrechte oorlogsverklaring aan de pers. De León handhaafde zijn ambt bij gratie van de pers en stond de pers steeds uiterst gewillig te woord, Arzú daarentegen zou een typische low profile man zijn, die liefst buiten de kijker blijft. Bovendien, zo wordt gedacht, zal de pers zich als tegenreactie kritischer opstellen. Inderdaad lijkt de pers zich hier steeds vaker af te tekenen.

Toch dient de overheid zo snel mogelijk werk te maken van de onderkenning van het recht op informatie en de praktische uitoefening ervan. Eén van de grootst mogelijke bijdragen van de overheid aan het democratiseringsproces is het creëren van een transparant beleid, zodat zich hierrond een gefundeerde openbare opinie kan vormen, die op haar beurt weer de overheid kan controleren.

Fafa's

Fafa¹⁰ is het Guatemalteekse equivalent voor een geïnstitutionaliseerd systeem van steekpenningen uitbetaald aan de pers (de faferos, de omgekochten) door allerlei drukkingsgroepen (fafaadores, de omkopers) (Medina Bermejo, 1996: 6; Girón Valdéz, 1996:8-9). Deze deontologisch betwistbare praktijken zetten de pers ertoe aan bepaalde artikels al dan niet te publiceren, of om informatie 'aan te passen'. Medewerking op alle echelons is hierbij noodzakelijk. Beide partijen hebben er baat bij: de journalist wordt er economisch beter van en de omkoper wordt niet geschaad in zijn imago. Hierdoor laat het fenomeen zich moeilijk ontmantelen, en bovendien wordt het fafa-systeem in de Guatemalteekse gecorrumpeerde maatschappij als een sociaal legitieme vorm van dienstverlening beschouwd.

De overheid ondernam als actief participant weinig, maar met de wijde publicatie van een lijst met veertien namen van faferos en fafadores door het Ministerie van Binnenlandse Zaken werd een nieuwe trendbreuk ingezet. Deze lijst gaf aanleiding tot publieke verontwaardiging, en in alle bladen verschenen hoofdartikelen die de fafa's afkeurden of toch alleszins probeerden te encadreren als een maatschappelijk inherent probleem.

De media zelf ondernamen tot dusver ook weinig: Siglo Veintiuno en Crónica pogen het probleem in te dammen door de uitbetaling van hogere lonen,¹¹ maar merken zelf ook op dat het vrijwel onmogelijk is om collega's voortdurend te controleren. Vanuit dit perspectief valt waarschijnlijk ook mede te verklaren dat zowel Crónica als Siglo Veintiuno meer te maken hebben met intimidatie, omdat het alternatief - het aanbieden van fafa's - moeilijker wordt. Prensa Libre is koploper in het aannemen van fafa's, omdat het op de redactie een aanvaarde praktijk is.

Economische druk

De geschreven pers is eigendom van de economische oligarchie. De pers kan sedert de apertura democrática weliswaar optreden als intermediairend orgaan tussen de politieke klasse en de bevolking, maar is onmachtig kritiek uit te oefenen op de economische machthebbers. Tegen de grote adverteerders kan de pers niets schrijven, omdat een sanctionering de krant op de rand van het bankroet kan brengen. De frontvorming van de grote bedrijven dwingt de geschreven pers te zelfcensureren. Bovendien is de economische elite bij machte een journalist persoonlijk te straffen door ontslag.

Siglo Veintiuno, La Hora en de tijdschriften kunnen zich hiertegen, omwille van hun relatief lage advertentieaandeel, enigszins beschermen, maar El Grá-

fico en Prensa Libre zijn verplicht zich te plooien naar de wensen van de adverteerders. El Gráfico heeft reeds een aanvaring met de economische sector achter de rug: een kritisch artikel over de Guatemalteekse fastfood-gigant Pollo Campero leidde tot de jarenlange terugtrekking van advertenties, evenals die van de toeleveringsbedrijven. Tien jaar lang plaatste de keten geen enkele advertentie; een zware financiële sanctie voor El Gráfico. Siglo Veintiuno beschouwt zichzelf weliswaar als onderhevig aan de marktprincipes, maar blijft erover waken dat een minimale afstand tot de ondernemers in acht wordt genomen. La República staat wellicht het verst van de economische elite: er worden nauwelijks inkomsten gehaald uit advertenties en de krant laat sowieso informatie primeren. Het dagblad geraakt daarom ook niet uit zijn financiële impasse, omdat het te onaantrekkelijk is voor de adverteerder.

Discrepancie tussen legaal en reëel kader

Samenvattend kan worden gesteld dat ondanks allerlei constitutionele garanties nog steeds een kloof bestaat tussen werkelijkheid en juridisch kader. Desalniettemin is er in vergelijking met het verleden reeds vooruitgang geboekt. Om naar een kritische en vrije pers te evolueren moet de pers echter nog een aantal obstakels overwinnen en in de eerste plaats de politieke en economische dependentie, die repressie mogelijk maakt. Slechts nadat deze hindernissen genomen zijn, kan de pers komaf maken met de hieraan gerelateerde problemen als zelfcensuur en corruptie.

Het grondwettelijke kader schiet ook tekort: de wet biedt enkel garanties met betrekking tot de vrijheid van meningsuiting en het verbod op overheids-censuur, maar waarborgt nergens de bescherming van de pers. De dagelijkse realiteit is een opeenstapeling van intimidatie, corruptie, ... waarbij een wettelijk kader ter bescherming van de pers volkomen ontbreekt.

Een gebrek aan gedegen onderzoeksjournalistiek is in Guatemala omwille van verschillende problemen verklaarbaar: er wordt te weinig met gekwalificeerde mensen gewerkt, die bovendien onderbetaald worden; journalisten staan onder druk van de kranteneigenaars om zoveel mogelijk en zo goedkoop mogelijke artikels af te leveren; en de pers is ondanks alles nog steeds partijdig en te nauw verbonden met het establishment om stinkende potjes te openen.

Pers als spreekbuis van de publieke opinie

Hoewel alle bladen menen dat het eigenlijk hun taak is de populaire basisbewegingen te steunen in hun ontvoogdingsstrijd voor meer democratie en meer sociale gelijkheid, varieert de mate waarin de pers dit doet. De weinige initiatieven van de pers en het gebrek aan engagement laten zich historisch omka-

deren. Het merendeel van de Guatemalteekse kranten en tijdschriften zijn, met uitzondering van La República, sociaal-conservatief. De pers voelt zich bovendien te vaak onwennig in haar rol van spreekbuis van de openbare opinie: Prensa Libre en El Gráfico beschouwen het niet als hun opdracht gehoor te geven aan de lezer. La Hora en La República ondernemen pogingen in deze richting, doch met wisselend succes, terwijl Siglo Veintiuno en Crónica het prefereren om zelf thema's op de politieke agenda te plaatsen.

Pers als vierde macht?

Enkel Siglo Veintiuno, Crónica en in geringere mate La República (evenals La Hora) vervullen de tweeledige taak van de pers, namelijk de controle op de overheid via politieke verslaggeving en onderzoeksjournalistiek, en anderzijds de weergave van de publieke opinie. Alle andere bladen komen hieraan veel minder of nauwelijks tegemoet. Deze houding is vooral ingegeven door de andere doelstellingen waaraan zij willen voldoen: Prensa Libre bijvoorbeeld treedt meer op als intermediaïrend orgaan tussen adverteerder en potentiële koper, dan als medium tussen overheid en burger. El Gráfico komt eerder tegemoet aan de politiek ongeïnteresseerde lezer en beklemtoont sensationelere berichtgeving. Crítica en La Hora, die niet noodzakelijk grote blokken reclame bevatten, brengen wel kritische verslaggeving, maar zijn nauwelijks bij machte de publieke opinie te vormen, omdat hun oplagen te laag zijn. La Hora richt zich daarbij ook nog tot een hoger opgeleide doelgroep, terwijl Crítica in vele opzichten het zwakke broertje van haar concurrent Crónica is en ook volledig in haar schaduw staat.

De discrepantie tussen het grondwettelijke en reële kader leidt ertoe dat - weer op Siglo Veintiuno en Crónica na - de kranten het niet aandurven om zich volledig te wijden aan hun taak als vierde macht. De mogelijke repercussies vormen voorsnog een hinderpaal in het formuleren en openbaren van een publieke opinie. Zowel de pers als burgers worden daarvoor te veel geïntimideerd. Voor het opstarten van een brede maatschappelijke beweging is overigens het bereik van de geschreven pers te klein. Afgezien daarvan richt -op het kleine Tinamit na - geen enkel blad zich rechtstreeks tot de meerderheid van de bevolking: de indígenas.

Oplossingen zijn momenteel vooral te situeren binnen een ruim pleidooi voor een groter pluralisme binnen de geschreven pers, de uitbouw van een beter distributienetwerk en vanzelfsprekend de verdere alfabetisering van de bevolking. Een groter pluralisme zou alle stemmen binnen de Guatemalteekse samenleving kunnen bereiken en kanaliseren. Momenteel richt geen enkel nationaal blad zich in hoofdzaak tot de meerderheid van de bevolking en -ten-

gevolge van al haar vooroordelen - weet de geschreven pers niet eens hoe de meerderheid van de bevolking tegenover de democratisering en de bestaande orde staat. Bijgevolg wordt de politieke integratie van de indigenas belemmerd. Omtrent dit gebrek aan pluralisme zijn de verwachtingen evenwel hooggespannen: de democratisering heeft al een groter pluralisme door de oprichting van allerlei nieuwe dag- en weekbladen met zich meegebracht, en moeten er dus op middellange termijn meer progressieve media mogelijk zijn. Het beëindigen van de huidige afhankelijkheid van de politieke (en economische) macht zou een groter pluralisme in het huidige medialandschap kunnen brengen.

De huidige uitbouw van de infrastructuur zou ook een betere distributie genereren, zodat de kranten overal in het land beschikbaar zijn. Naar alle verwachting zal de koopkracht ook toenemen, zodat een krant ook meer binnen het bereik van de gewone burger komt te liggen. De grootste hindernis zal zich echter enkel op lange termijn weten op te lossen: slechts na alfabetisering van de bevolking zal iedereen toegang tot de pers hebben, want wat baten een feilloze distributie en publicaties in de Maya-talen wanneer velen analfabeet zijn?

■ HOUDING VAN DE OVERHEID TEGENOVER GESCHREVEN PERS EN DEMOCRATISERING

De meningen van de overheid omtrent de noodzaak van een vrije geschreven pers in het Guatamaltekse democratiseringsproces lopen uiteen, waarbij het conservatisme garant staat voor de ongewenstheid van een vierde macht. De huidige regering is officieel de idee van een vrije en kritische pers niet ongenegen, integendeel, maar belemmert in de praktijk regelmatig haar goede werking. Zij ziet de rol van de pers veeleer weggelegd in de openbaring van de politieke besluitvorming naar de bevolking toe en veel minder in kritische verslaggeving en publieke opinievorming. Deze laatste functies worden door de autoriteiten beschouwd als schadelijk voor het democratiseringsproces, want: 'de pers is uitsluitend een medium om de bevolking te informeren omtrent de regeringsbeslissingen'.¹² Bovendien mag de pers zich volgens de overheid niet vastbijten in haar kritische rol, omdat: 'het voortdurend hameren op de inefficiënties van het bestel een culpabiliserende houding bij de bevolking ten aanzien van de overheid genereert en de pers hiermee de democratische instellingen en de democratisering op de helling zet'.¹³

De gespannen relatie tussen pers en politiek komt onder meer tot uiting in de vijandige houding van de huidige president ten aanzien van journalisten. Dit doet vermoeden dat het respecteren van de persvrijheid meer wordt ingegeven

vanuit de angst voor het eventuele ontmoedigen van buitenlandse investeringen, dan een reëel geloof in het belang van een vrije en kritische pers in een democratisch bestel. Desalniettemin wordt de pers meer bewegingsruimte geboden, waarbinnen zij een brug tussen de burger en de politiek kan slaan. De recentste verkiezingsuitslagen illustreerden bijvoorbeeld sterk de functie van de pers in de democratisering. In de hoofdstad en de aangrenzende departementen haalde Arzú's gematigde partij P.A.N.¹⁴ een overtuigende meerderheid, in tegenstelling tot alle andere departementen waar de ultrarechtse partij van Ríos Montt (F.R.G.)¹⁵ de meerderheid van de stemmen achter zijn naam schaarde. De tweede ronde symboliseerde de keuze voor een verdere democratisering of de terugkeer naar de veiligheidsstaat van Ríos Montt. De verschillen tussen de verschillende regio's zouden onder meer het belang van de media illustreren: de pers is in de hoofdstad en enkele aangrenzende departementen meer verbreid dan in rurale regio's. Deze diepere maatschappelijke verankering kan parlement en burger dichter bij elkaar brengen. De meeste Guatemalteekse kiesgerechtigden weten echter nauwelijks wat er in het land gebeurt, wat zich sterk vertaalde in de populistische kiescampagne - en navenante resultaten - van extreem-rechts.

De overheid stelt zich de verdere democratisering van het politieke bestel als doel, maar wil die vooral gradueel laten verlopen. Een belangrijke stap in deze richting is gelegen in de vredesakkoorden met de guerrilla, het aantrekken van buitenlandse steun met het oog op de modernisering van de economie en de demilitarisatie van de politieke instellingen (hoewel omtrent dit laatste heel wat ambiguïteit bestaat). De sociale emancipatie en vooral de politieke integratie van de indígenas wordt momenteel niet als prioritair beschouwd.

■ CONCLUSIE

Van een vrije en kritische pers, die haar dubbele functie als controleorgaan op de overheid en als spreekbuis van de publieke opinie kan waarmaken, is in Guatemala weinig sprake. Het zou echter verkeerd zijn de politieke impact van de media te minimaliseren, getuige bijvoorbeeld hun rol in het vrijdelen van de staatsgreep in 1993 en de recentste presidentsverkiezingen.

Een (legale) ademruimte werd geschapen, waarbinnen de pers (of althans een gedeelte daarvan) politiek ageert. De maatschappelijke impact van de pers zal bovendien toenemen, naarmate de alfabetiseringsgraad stijgt en de verkeers-technische problemen worden verholpen. Een al te groot optimisme is niettemin misplaatst: de problemen van de Guatemalteekse pers zijn vaak dezelfde problemen waarmee de ganse Guatemalteekse maatschappij te kampen heeft (analfabetisme, corruptie, militaire terreur, gebrek aan gekwalificeerd perso-

neel, economische dependentie,...) en een oplossing hiervoor is slechts op langere termijn realiseerbaar.

De perssituatie is de laatste jaren verbeterd, maar een zeker scepticisme is zeker niet misplaatst. Politici bewijzen de idee van een vrije en kritische pers als vierde macht weliswaar lippendienst, maar in de praktijk werken zij journalisten in de uitoefening van hun ambt tegen door hen onder meer geen toegang tot de bronnen te verlenen, de militaire intimidatie tegen de pers oogluikend toe te staan,... Zeker in het geval van president Arzú worden soms de meest elementaire rechten van de pers inzake informatieverlening met de voeten getreden. Het vermoeden rijst daarom ook dat persvrijheid eerder wordt gerespecteerd om niet de woede van de internationale gemeenschap op de hals te halen en nodige steun te verliezen.

Het is duidelijk dat enkel de nationale geschreven pers bij machte is om een rol in het democratiseringsproces te spelen. Radio en televisie zijn te gecommmercialiseerd en/of in handen van de overheid om een waakhondfunctie te kunnen vervullen, en de regionale pers is te klein en te amateuristisch.

Binnen het perslandschap zijn de verschillen groot: sommige bladen (bijvoorbeeld Prensa Libre) handhaven een strikte neutraliteit, wat in de praktijk neerkomt op de bevestiging van de status quo. Anderen zoeken hun heil in sensatiejournalistiek om de oplage op te drijven, inzonderheid El Gráfico en in mindere mate Crítica. Deze periodieken beschouwen zichzelf meer als economisch bedrijf dan als een politieke actor.

Slechts een minderheid beschouwt zichzelf daadwerkelijk als een vierde macht, maar neemt die rol dan ook ernstig. Het betreft hier dan vooral de bladen die na de apertura democrática van 1986 het daglicht zagen: de krant Siglo Veintiuno en in iets geringere mate het dagblad La República. Met weinig middelen weten deze periodieken een relatief hoogstaande politieke berichtgeving en onderzoeksjournalistiek uit de bouwen, ondanks alle remmen die nog steeds op de persvrijheid staan.

Ook in dit geval geldt weer dat het wettelijke kader tekortschiet ten opzichte van de werkelijkheid. In plaats van directe inbreuken (het uitroepen van de noodtoestand en het opschorten van de grondwet, militaire repressie, instellen van censuur,...) op de vrijheid van meningsuiting, zoals vaak in het verleden gebeurde, schijnt er een verschuiving plaats te vinden naar meer indirecte druk: zelfcensuur tengevolge van (militaire) intimidatie, slechte informatievoorziening door de overheid, het plaatsen van betaalde berichten (fafa's), commerciële druk vanwege adverteerders en media-eigenaars,...

Een ander probleem is het gebrek aan pluralisme binnen het huidige persland-
schap. Vrijwel alle bladen steunen de democratisering, maar zijn overwegend
sociaal-conservatief, met uitzondering van La República. De pers is bijgevolg
de populaire basisbewegingen en de bestaande linkse partij F.D.N.G. (eigen-
lijk haar natuurlijke bondgenoot in de strijd voor een meer democratische
samenleving) ongenegen; een houding die zij deelt met de overheid. De Indi-
aanse bevolking, die de meerderheid van de bevolking uitmaakt, komt nau-
welijks aan het woord in de media: de mogelijkheden om de onderlaag van de
maatschappij een spreekbuis te geven en op deze manier te integreren in de
politieke besluitvorming worden tot op heden onvoldoende benut (weliswaar
met uitzondering van Tinamit).

De apertura democrática heeft wel een opening aan de pers geboden, maar
nog veel veranderingen zullen noodzakelijk blijken in een land waar maar één
macht regeert, namelijk de strijdmacht. De pers wordt momenteel minder
gebruikt als machtsinstrument in handen van de politieke machthebbers, maar
komt nog steeds meer tegemoet aan de wensen van de bestaande oligarchie,
dan aan deze van de bevolking.

De pers zal zich dan ook vooraleer zij haar waakhondfunctie kan opnemen,
moeten loswrikken uit de huidige politieke en economische afhankelijkheids-
relaties. In het belang van de democratisering moet de pers verder durven
gaan dan de reproductie van feitenmateriaal. Enkele bladen wijken daar reeds
van af, maar een investigatieve perscultuur is nog vrijwel onbestaande. Veel
valt hierbij te herleiden tot de jarenlange repressieve traditie, waarbij de pers
een geliefkoosd doelwit was. Bovendien schrijft de pers voor een select
publiek: de meerderheid van de bevolking heeft geen toegang tot een krant
wegens het analfabetisme en de verkoopprijs.

NOTEN

- 1 Jorge Carpio Nicolle kwam in 1986 en 1991 zowel voor de burgermeesterszetel
van de hoofdstad als voor de presidentsverkiezing op.
- 2 Caudillisme vulde het ontstane machtsvacuüm na de onafhankelijkheid op en
kenmerkte zich als semi-feodaal, autoritair, personalistisch en militaristisch
(Karlen, 1991:333; Mols, 1985:76-77; en Bendel, 1992:120). Gedurende deze
periode nam de aanwezigheid en dependentie van de Verenigde Staten in deze
regio enorm toe vanwege de eenzijdige koffie- en bananenexport.
- 3 De niet-gehispaniseerde, meestal arme boerenbevolking.
- 4 De nationalisatie van de Amerikaanse United Fruit Company-landerijen (UFC^o)
zetten de Minister van Buitenlandse Zaken J.F. Dulles tot een coup aan. John
Foster Dulles was de broer van UFC^o's zakenadvocaat Allan Dulles...

- 5 Het begrip 'counterinsurgency' maakt deel uit van een Amerikaanse doctrine en is het equivalent voor terrorismebestrijding. In Guatemala echter, werd het specifiek gehanteerd in termen van een nationale veiligheidsstaat, als legitimatie om alle vergrijpen tegen de gevestigde autoriteiten te bestraffen (Millett, 1993:250).
- 6 Deze zelfputsch is de literatuur ingegaan als de 'autogolpe'.
- 7 Frente Democrática Nueva Guatemala, Democratisch Front voor een Nieuw Guatemala.
- 8 Alfonso Portillo Cabrera, stroman van gewezen dictator Efraín Ríos Montt (1982-1983).
- 9 'Veertiende eeuw' in plaats van Siglo Veintiuno, eenentwintigste eeuw.
- 10 In Mexico spreekt men van *mordida*, in Cuba van *botella*,...
- 11 Omdat de lonen te laag liggen, is de journalist verplicht *fafa's* aan te nemen. De media-eigenaars houden er overigens rekening mee: wanneer een journalist wordt aangeworven, wordt het salaris 'vanzelfsprekend aangevuld' met de inkomsten uit *fafa's*.
- 12 Op citaat Idugo Hemmerling (lid P.A.N.) en vergelijk Luis Basquez (voorzitter van het Congres).
- 13 Op citaat Marco Vinicio Cerezo Arévalo (president van Guatemala 1986-1991).
- 14 Partido Avanzada Nacional, Partij voor Nationale Vooruitgang.
- 15 Frente Republicano Guatemalteco, Guatemalteeks Republikeins Front

LITERATUURLIJST

- Alisky, M. (1981) *Latin American Media*. Ames: Iowa State University Press.
- Aguilera, G. (1994) 'Guatemala: La agenda se mantiene, pero se maneja con mayor dificultad', pp. 228-240 in H. Muños (ed.) *El desafío de los '90*. Caracas: Editorial Nueva.
- Bendel, P. (1992) 'Guatemala', in D. Nohlen & F. Nuscheler (Hrsg.) *Handbuch der Dritten Welt. Band 2*. Bonn: Verlag J.H.W.
- Berger, S.A. (1992) *Political and Agrarian Development in Guatemala*. Boulder: Westview Press.
- Casas Zamorra, K. (1996) 'The Bitter Chalice of Alvaro Arzú', *Central America Report*, 23(8): 2-4.
- Centro de Estudios de Centroamerica (C.E.G.) (1994) *La democracia de las armas*. Guatemala Stad: Nueva Imagen Guatemala.
- Feuereisen, E. & Schmacke, E. (1973) *The Press in Latin America. Die Presse in Lateinamerika*. Munchen: Verlag Dokumentation.
- Girón Valdés, G. (1996) 'Fafa, Fafeadores y Faferos', *Tinamit*, 4(61): 8-9.
- Godoy Checa, A. (1993) *Historia de la Prensa en Iberoamérica*. Sevilla: Ediciones Alfar.
- González Moraga, M. (1996) 'Prensa y Ejercito: Derechos y Privilegios', *Crónica*. 9(416): 31.32.
- Guatemala Team Report (1995) <http://www.ige.apc.org/pbi/index/html>.

- Hernán Uribe, O. (1988) *La Guerra Secreta de las Noticias*. Praga: Organización Internacional de Periodistas.
- Jonas, S. & Stein, N. (1990) 'Contradictions of Guatemala's 'Political Opening'', pp. 65-83 in S. Jonas (ed.) *Democracy in Latin America*. New York: Bergin & Garvey Publishers.
- Karlen, S. (1991) *Paz, Progreso, Justicia y Honradez*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Krumwiede, H.W. (1992) 'Guatemala', pp. 241-244 in A. Von Gleich et al. (Hrsg.) *Lateinamerika Jahrbuch 1*. Hamburg: Vervuert Verlag.
- La Hora, 4 mei 1993 en 26 oktober 1995.
- La República, 20 mei 1993.
- Marfording, B.D. (1992) 'Massenmedien in Guatemala', pp. 142-185 in J. Wilke (Hrsg.) *Massenmedien in Lateinamerika. Erster Band: Argentinien, Brasilien, Guatemala, Kolumbien, Mexiko*. Frankfurt am Main: Vervuert Verlag.
- Mcclintock, M. (1985) *The American Connection*. London: Zedbooks.
- Medina Bermejo, J. (1996) 'El Día "D" para los faferos', 4(161):6.
- Medina Bermejo, J. (1996) 'La cosa se está poniendo peliaguda', 4(163):7.
- Millett, K. (1993) *Entmenschlicht*. Hannover: SOAK.
- Mols, M. (1985) *Demokratie in Lateinamerika*. Stuttgart: Verlag W. Hohlhammer.
- Needler, M.C. (1983) *Latin American Politics*. London: Prentice-Hall.
- Polonius, I. (1990) 'Are Human Rights Transferable?', *Lateinamerika*, 28(14): 61-80
- Prensa Libre, 11 oktober 1988, 15 januari 1990, 9 september 1995, 11 oktober 1995, 11 en 12 januari 1996.
- Sandoval, L. (1990) 'Die nationale Versöhnungskommission von Guatemala', *Lateinamerika*, 28(14): 89-100.
- Schlumberger, H. (1983) *Kreuzweg Mittelamerika*. München: Autoren Edition.
- Schneidert, T. (1983) *Presse, Hörfunk und Fernsehen in Centroamerika*. Münster: LIT Verlag.
- Schulz, C. (1995) 'Guatemala', pp. 244-249 in A. Von Gleich et al. (Hrsg.) *Lateinamerika Jahrbuch 3 (1994)*. Hamburg: Vervuert Verlag.
- Siglo Veintiuno, 15 januari 1996, 8 februari 1996, 21 maart 1996 en 6 mei 1996.
- Weyersberg, S. (1989) 'Guatemala: Demokratie niedriger Intensität', pp. 211-221 in D. Dirmoser, M. Ehrke et al. (Hrsg.) *Lateinamerika: Verlierer der Weltwirtschaft*. Hamburg: Junius.
- Woodman, F.B. (1981) *Guatemala*. Oxford: Clio Press.

AUTEUR

Lisbeth Van de Merlen is licentiaat communicatiewetenschappen, V.U.Brussel. Dit artikel is gebaseerd op haar eindverhandeling *Communicatiebeleid in Guatemala*, september 1996.

boekbesprekingen

J.R. COHEN,
**Communication criticism:
developing your critical powers.**
London, Sage, 1998, 221 blz.

Communication criticism is bedoeld als een praktische gids om studenten kritisch te leren nadenken over communicatie. De auteur is vooral thuis in (neo-Aristotelische) retoriek, maar beperkt haar analyse niet tot het traditionele 'publieke spreken'. Ze wil instrumenten aanreiken om alle vormen van communicatie te onderzoeken, vanuit verschillende invalshoeken. Cohen heeft oog voor een brede waaier van intellectuele denkkaders, ook 'postmoderne'. Dit breed, synthetisch denken vormt een sterkte van dit werk, dat banden legt tussen een aantal aanschouwelijk voorgestelde concepten. De belofte een praktisch werkinstrument te leveren wordt echter niet volledig ingevuld. Ondanks de duidelijke kijk op uiteenlopende analyse-instrumenten blijft het vaak bij een introductie. De voorbeelden lijken niet genoeg om het doelpubliek - studenten die niet vertrouwd zijn met de materie - het toepassingsdomein en de concrete werking van de verschillende benaderingen te verduidelijken. De retorische concepten komen wel goed uit de verf, en de auteur slaagt er ook in een kritisch bewustzijn wakker te maken. Maar het is te hoog gegrepen bijvoorbeeld de principes van filmmontage in zeven bladzijden afdoende te willen uitleggen.

A.Dh.

K. ROSS,
**Black and white media: black images in
popular film and television.**
Cambridge, Polity Press, 1996, 206 blz.

Hoewel de verbeelding van zwarten in de westerse massamedia de afgelopen jaren minder stereotiep verloopt dan voorheen, blijft de problematiek van de zwarte mythen beeldvorming urgent. Karen Ross' zeer toegankelijk boek 'Black and white media. Black images in popular film and television' wijst tegelijk naar de blijvende actua-

liteit van de eenzijdige representatie van zwarten (hier opgevat als 'African Americans' in de VSA en 'African Caribbeans' in het VK), als dat het positieve ontwikkelingen signaleert. In dit laatste opzicht verwijst Ross vooral naar de toenemende culturele en politiek-economische bewustwording van de zwarte gemeenschappen in de VSA en het VK. Dit weerspiegelt zich onder meer in een grotere participatie van zwarte media professionals en de groei van eigen media. Een zwak punt van dit boek is wel dat Karen Ross uitsluitend aandacht schenkt aan de audiovisuele media film en televisie, en dan nog enkel aan zeer bekende populaire mediaproducten in de VSA en het VK. 'Black and White Media' haalt zijn meerwaarde vooral uit de breed uitgemeten historische overzichten.

D.B.

H. ROTHSCHILD EWALD & R.E. BURNETT,

Business communication.

New Jersey, Prentice Hall, 1997, 597 blz.

In *Business communication* richten Ewald en Burnett zich tot 'past, present and future students' en dat merk je vooral aan de praktisch opgevatte lay-out van dit boek. Wat betreft de inhoud benutten de beide auteurs hun 50 jaar lange ervaring als onderwijzers en communicatieverantwoordelijken voor nationale en internationale ondernemingen.

Business communication is een werk- en leerboek. De zes hoofdstukken introduceren via talrijke voorbeelden, illustraties en opdrachten de theorieën over

- organisatiecultuur en -communicatie,
- communicatiestrategie,
- het schrijven van bedrijfs correspondentie,
- het ontwerpen van bedrijfsdocumenten,
- het voorbereiden van rapporten, voorstellen, handleidingen en presentaties,
- het voorbereiden van personeelsactiviteiten en administratieve berichten.

Bovendien bevinden zich in bijlagen handige en concrete tips om bedrijfsdocumenten, zoals standaardbrieven, memo's, ver-

slagen en brochures, te optimaliseren qua inhoud, stijl en lay-out.

Kortom, deze gids hoort niet thuis op de boekenplank maar binnen handbereik van studenten of personen die beroepsmatig met bedrijfs correspondentie begaan zijn.

J.H.

J. FRIEDMAN (ed.),

Writing long-running television series.

Luton, John Libbey, 1996, 220 blz.

Het boek *Writing long-running television series* bundelt enkele essays en lezingen in het kader van PILOTS, een project van de Europese Unie binnen haar MEDIA Programma. PILOTS heeft tot doel om de productie van langlopende fictieseries te stimuleren. Een belangrijke activiteit binnen het project bestaat uit het organiseren van lezingen en workshops voor professionals, waarvan dit boek getuigt. Hoewel het boek enige interessante bijdragen bevat, is het voor de lezer noodzakelijk om een grondige selectie door te voeren om bruikbare informatie te vergaren uit 'Writing long-running television series'. Het mag misschien wat bevreemden, maar de beste bijdragen aan dit boek over Europese televisiefictie handelen over de Amerikaanse productie. Zo kunnen we verwijzen naar de bijdragen van Amerikaanse scriptwriters als Robert McKee, die het heeft over het belang van personages, of van Christopher Vogler, die de mythische structuur van series behandelt.

D.B.

Abstracts

Latin American Telenovela: Between Media Imperialism and Cultural Pluralism

Philippe Meers

Several Latin American scholars have made a substantial contribution to the paradigmatic debate on international communication. In this debate between adherents of media imperialism and cultural pluralism theses, the telenovela is introduced as an interesting case. It is often considered to be a classic example of contra flow: the export of television programmes against the unilateral flows from the US and Europe to the so-called Third World. It is supposed to be the ultimate refutation of the media imperialism thesis. The actual value of the telenovela as an argument for declining dependency is evaluated on different levels: ownership and production system of the telenovela industry, content and values of the programmes and especially contra flow from the South to the North. Partly on the basis of a study on telenovela flows to Europe, critical remarks are formulated on the validity of the telenovela as contra flow and on the optimism of cultural pluralism theories.

Keywords: international communication, telenovela, contra flow, media imperialism, Latin American television

Web Electronic Publishing: Towards a New Mediamodel?

Piet Porteman

Online newspapers and news services are a recent and important phenomenon on the World Wide Web. It is a difficult task to define online newspapers and news services. Claiming that electronic publishing is little other than print transferred to the electronic medium is as wrong as saying that electronic publishing is radically different from print. Technological innovations tend to blur the boundaries between the different media domains. In this article we try to place online newspapers in the existing framework of the media by describing their main dimensions and by comparing them with other models of media. Interactivity, multimedia, selection and other new functionalities give online newspapers unique characteristics. Finally we come to a new theoretical media model, the Web Electronic Publishing model.

Key-words: new media, online newspapers, World Wide Web, Internet

Role of the Press in the Democratization of Guatemala

Lisbeth Van de Merlen

Although the press in Guatemala is more or less acting like a watchdog, its function in society remains rather limited due to a lot of problems inherent not only to the press but also to society. The main press-related problems are self-censorship, intimidation, corruption, difficulties with gathering information and the links with the economic elite, in short, the continuing discrepancy between legal framework and reality. At the same time, there is an influence from broader social phenomena: such as illiteracy and the country's bad infrastructure.

Keywords: democratization, Guatemala, press

Communicatie is een wetenschappelijk tijdschrift dat bijdragen publiceert over alle vormen, niveaus en aspecten van de menselijke communicatie, benaderd vanuit een diversiteit aan theoretische en methodologische invalshoeken. *Communicatie* neemt, hetzij onder de vorm van een artikel (10 à 15 blz.) of als een kort verslag (3 à 5 blz.), theoretische bijdragen, verslagen van empirisch onderzoek, en literatuurreviews op. Verder is er een rubriek met korte boekbesprekingen en een rubriek 'Standpunten', waarin gereflecteerd of gepolemiseerd kan worden over actuele feiten en problemen uit de wereld van de communicatie.

Manuscripten die als artikel worden ingezonden, worden aan een dubbel-blinde beoordelingsprocedure onderworpen en dienen, in het Nederlands en het Engels, vergezeld te zijn van een samenvatting (max. 10 lijnen) en drie à vijf sleutelbegrippen.

Manuscripten dienen het redactiesecretariaat te bereiken zowel in geprinte vorm als op diskette in WordPerfect 5.1 of Word for Windows 6.0.

Het manuscript dient op een redelijke manier gestructureerd te worden in onderdelen, die niet genummerd worden, maar wel van tussentitels worden voorzien. Citaten dienen aangeduid te worden met enkele aanhalingstekens, citaten in citaten met dubbele. Langere citaten worden opgenomen zonder aanhalingstekens en dienen van de rest van de tekst geïsoleerd te worden door middel van tussenwit. Voetnoten worden doorgenummerd en achteraan de tekst samengebracht onder de titel NOTEN. Tabellen en grafieken worden genummerd en krijgen een korte titel. Grafieken, figuren, modellen en andere illustraties (b.v. foto's) moeten fotografisch overgenomen kunnen worden.

Geciteerde auteurs en hun werk worden in de tekst als volgt opgenomen: Langer (1981:365) stelt dat ...; of: ... zoals door verschillende auteurs wordt opgemerkt (Connel & Curti, 1985:106; Altheide & Snow, 1991:46-47). De letters a, b, c ... worden gebruikt om de verschillende werken aan te duiden die eenzelfde auteur gedurende hetzelfde jaar heeft gepubliceerd, b.v. (Fiske, 1992a, 1992b). Gebruik 'et al.' wanneer een werk geciteerd wordt van meer dan twee auteurs, b.v. Leiss et al. (1990).

Alle geciteerde werken dienen achteraan, na de noten en onder de titel LITERA-TUURLIJST, alfabetisch gerangschikt te worden, waarbij bij boeken, indien nodig, het volume en bij tijdschriftartikels de jaargang en tussen haakjes het nummer van het tijdschrift worden vermeld:

Altheide, D.L. & Snow, R.P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.

Fiske, J. (1992a) 'British Cultural Studies and Television', pp. 284-326 in R.C. Allen (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled*. 2nd ed. Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.

Fiske, J. (1992b) 'Cultural Studies and the Culture of Everyday Life', pp. 154-173 in L. Grossberg, C. Nelson & P. Treichler (eds.) *Cultural Studies*. New York & London: Routledge.

Langer, J. (1981) 'Television's Personality System', *Media, Culture and Society*, 3(4): 351-365.