



Om aan te tonen dat ons onderzoek naar gezondheidsbehoeften voorbijgaat aan "de behoeftenarticulatie door de betrokkenen" gebruikt hij o.m. volgend citaat: "Gezondheidsbehoeften kunnen in eerste instantie afgelezen worden uit naakte sterfte- en ziektecijfers". In het boek op dezelfde geciteerde pagina 23 luidt dit citaat evenwel: "*Ofschoon onze gezondheidsbehoeften in eerste instantie kunnen afgelezen worden uit naakte sterfte- en ziektecijfers, zijn gezondheid en ziekte evenwel onder geen enkel geding als amorfe, waarde vrije zaken te beschouwen. Aan de ene kant weven wij rond deze bestaanscategorieën allerlei opvattingen, verwachtingen en waarderingen, aan de andere kant gedragen wij ons, oog in oog met ziekte of gezondheid, op een of andere wijze*".

Een ander voorbeeld van verdraaid en uit zijn context gelicht citaat: "Wanneer het ganse zorgengebeuren afgestemd ligt op een snelle en adequate zelfdetectie van gezondheidsstoornissen en mensen hebben niet de vereiste kennis dit te doen, dan stoot men op een behoefte". Conform aan het boek (p. 106) moet het volledige citaat luiden: "*In de wijze waarom mensen ziekte, gezondheid en gezondheidszorg evalueren, kan men inderdaad verdere aanwijzingen terugvinden voor latente of manifeste behoeften. Wanneer bijvoorbeeld het ganse zorgengebeuren afgestemd ligt ...*"

Helemaal gortig wordt de auteur waar hij de onderzoekers "het directe verband dat, gezien het gehanteerde analysemodel, wordt gelegd met de (dus noodzakelijk geachte uitbreiding van de) zorgenverlening" in de schoenen schuift en daarna aan de wetenschappelijke schandpaal spijkt. Citaten ter illustratie van deze uitspraak verschijnen deze keer niet, ook niet in lichtjes aangepaste versie, zodat de lezer het met een grofkorrelig scherm moet rooien en Notre Dame op zijn goed woord moet geloven. Een serieuze en niet-vooringenomen lektuur van het onderzoek zal de lezer wel tot andere inzichten brengen, m.n. dat in eerste instantie het aanbod wordt geproblematiseerd, waarbij de cliënt verschijnt als maatschappelijke verdichting in deze problematisering. Dit betekent totaal iets anders dan het gesuggereerde "blaming the victim" waarbij "de zorg als exclusieve aangelegenheid van de professionelen veiligheidshalve op het actief van diezelfde leek worden geschreven".

Slechts één voorbeeld mijnerzijds om dit duidelijk te stellen.

Notre Dame citeert wel dat wij (p. 123) een onteigeningssyndroom m.b.t. de zorg voor de eigen gezondheid bij belangrijke fracties in de bevolking vaststellen, maar citeert uitdrukkelijk niet wat, na een analyse van het aanbod, op p. 135 wordt vermeld: "*De gezondheidsonteygening bij belangrijke fracties van de bevolking vindt deels haar verklaring in de opstelling van het professionele hulpverleningsapparaat, dat de cliënt weinig als serieuze, volwaardige medespeler beschouwt en behandelt*". Who is blaming who of nog: welk soort behoefte drijft een auteur om op de geschetste wijze met wetenschappelijke producten en analyses om te springen?

Het antwoord op deze laatste vraag blijf ik de lezer schuldig, wat vermoedelijk samenhangt met de afwezigheid van wat de auteur aanduidt als minimale voorwaarden voor een behoeftenidentificatie: "geen ruimte voor de analyse van de maatschappelijke achtergrond van deze behoefte, geen kaders waarbinnen gebruikers behoeften kunnen formuleren en politiseren, het niet-doorbreken van de heersende ideologie van de verzorgingsstaat". Wellicht een nieuwe normatieve behoefte voor Notre Dame?

enkele bedenkingen aangaande communicatie en informatie

Jan Servaes

Niet alleen de internationale nieuwsgaring en informatievoorziening kenmerkt zich door een eenrichtingsverkeer; ook de communicatiewetenschappelijke discussie wordt nagenoeg volledig beheerd door westerse theorievorming.

Hiernavolgende 'bedenkingen' beogen deze 'bepaaldheid' te doorbreken, en kunnen beschouwd worden als de neerslag van een kennismaking en een confrontatie met de interessante, maar in West-Europa spijtig genoeg on- of te weinig bekende, Latijns-Amerikaanse communicatietheorie (1).

Tevens is deze tekst bedoeld als aanvulling op en uitbreiding van twee vorige artikels (2).

Om de dorheid van vele 'wetenschappelijke' bijdragen te vermijden, heb ik bovendien bewust gepoogd zoveel mogelijk ballast, waaronder overbodige uitweidingen, achterwege te laten. Op die manier wil ik de lezer niet alleen tot mee-denken, maar hopelijk ook tot zelfreflectie aanzetten. De in de voetnoten vermelde bibliografische gegevens kunnen hierbij ter inspiratie of ter oriëntatie dienen.

1. BASIS EN BOVENBOUW

Volgens de meest Latijns-Amerikaanse communicatiewetenschappers mogen en kunnen informatie en communicatie niet in een maatschappelijk vacuüm bestudeerd worden. Het betreft hier immers wezenlijk sociale fenomenen. Daarom wordt meestal, en dit in tegenstelling tot het merendeel der westerse communicatietheoretische visies, gestart met een situering van de communicatieproblematiek binnen een ruimer maatschappelijk geheel (3).

Elke samenlevingsvorm wordt gedetermineerd door een *economische basis* die, in laatste instantie, het karakter van de sociaal-economische formatie bepaalt. Elke maatschappij richt zich m.a.w. op één fundamentele activiteit: de produktie van goederen en diensten voor de bevrediging van behoeften.

Op deze (en tengevolge van deze) economische basis verheft zich een *sociale bovenbouw*, bestaande uit politieke, juridische, ideologische en culturele vormen die de heersende productiewijze verklaren, rechtvaardigen en versterken. Hiermee wordt m.a.w. bedoeld dat aan elke ontwikkelingsfase van de economische basis welbepaalde bovenbouw-elementen beantwoorden.

Deze relatie is evenwel niet mechanisch, maar *dialectisch*. Alhoewel de economische



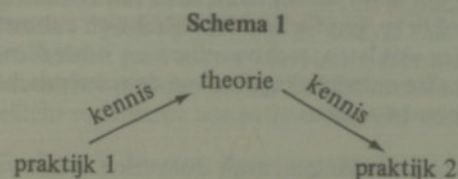
basis de bovenbouw in laatste instantie determineert, oefent deze laatste, op zijn beurt, een invloed uit op de ontwikkeling en het instandhouden van de economische basis. Beide bepalen elkaar zodoende wederzijds en moeten als onderscheiden elementen van één geheel bestudeerd worden.

Daar de bovenbouw een zekere autonome beweging doorloopt, beantwoordt hij niet noodzakelijk op ieder historisch moment volledig aan de basis. Dat zij zich *parallel* ontwikkelen, is slechts zichtbaar indien men langere historische periodes beschouwt. Zo is het mogelijk dat de politieke verhoudingen zich langzamer wijzigen dan de productieverhoudingen, dat het recht zich slechts langzaam aan de economische veranderingen aanpast, of omgekeerd, dat de ontwikkeling van de wetenschap ver vooruit is op de economische toepassing ervan.

De kennis is, als ze technologische toepassingen in de productie krijgt, een productiekraft. In die zin maakt ze deel uit van de economische basis. Als culturele of wetenschappelijke expressie van een sociale formatie bevat ze evenwel ook bovenbouwelementen. Vanuit dit gezichtspunt kan men stellen dat de kennis — die als culturele manifestatie niet van de ideologie kan gescheiden worden — zowel het uitvinden van productietechnieken, die de productie opdrijven en uiteindelijk dus de maatschappij als geheel ten goede (zouden moeten) komen, heeft bespoedigd, als tevens de criteria om deze productietechnieken en maatschappij fundamenteel te bevragen, heeft opgewekt.

Het is duidelijk dat ook kennis noodzakelijkerwijze een *oorsprong* heeft en niet spontaan van generatie op generatie wordt overgedragen, aangezien ze een weerspiegeling van de maatschappelijke realiteit in zich draagt. De kennistheorie leert ons dat deze oorsprong de sociale praktijk is. Op die manier verheft de menselijke bedrijvigheid, die slechts na jarenlange herhaling en accumulatie tot systematisatie komt, zich tot wetenschap. Op zijn beurt maakt de wetenschappelijke kennis een kwalitatief nieuwe en rijkere praktijk mogelijk. Hij stelt de mens in staat de bewegings- en ontwikkelingswetten van natuurlijke en sociale fenomenen met meer 'kennis' terzake te bestuderen.

In dit proces (zie schema 1) dat van een eerste praktijk tot de theorie, en van de theorie tot een volgende praktijk leidt, komt de mens tot een 'hoger' maatschappelijk bewustzijn. Hij doet meer kennis of informatie op over buitenwereld of wetenschap, en treedt terzelfdertijd in communicatie of contact met verschijnselen of mensen ('Verschijnsel' wordt hier in zijn fenomenologische betekenis, als 'waarneembaar' fenomeen, gebruikt).



De geschiedenis toont aan dat dit '*leerproces*' zich van bij de aanvang van menselijk leven ontwikkeld heeft. De primitieve mens kon bv. pas van het nomadenbestaan naar een sedentaire levenswijze overstappen nadat hij herhaalde malen ontdekte dat de plantaardige voedingsgewassen gereproduceerd konden worden dankzij een combinatie van bepaalde natuurlijke verschijnselen (water, temperatuur, zon, lucht) en een welbepaalde produktievorm (de landbouw).

Ook op de uitvinding van de stoommachine is dit proces toepasbaar. Evenwel met dien verstande dat deze uitvinding niet mogelijk was zonder de ge-accumuleerde praktijk van duizenden jaren zeevaarterming, en zonder de dubbele noodzaak van de mercantiele maatschappij om een oplossing te vinden voor de verhoogde vraag naar textielproducten enerzijds, en voor het probleem om commerciële producten steeds maar sneller over grotere afstanden te vervoeren anderzijds.

Op het eerste gezicht heeft dit thema niets met ons onderwerp vandoen. Dit is slechts schijnbaar zo, aangezien, bij nader inzien, deze in algemene bewoordingen geschetste theoretische criteria belangrijke implicaties voor een betere kennis van de massamedia in de Derde Wereld inhouden.

Nemen we bv. het probleem van de *overdracht van technologie* naar de Derde Wereld. Sommigen beweren dat de oorzaak van economische, culturele en technische achterstand in de ontwikkelingslanden zelf dient gezocht, dat men aldaar deskundige informatie en kennis mist, en dat het probleem kan opgelost worden door het zenden van westerse 'know how'. O.i. ziet men bij deze redenering over het hoofd dat de ontwikkelde technologieën van de geïndustrialiseerde wereld aan specifieke noden van de industrielanden voldoen, en dat ze ontwikkeld zijn op basis van de eigen maatschappelijke praktijk. Het gaat niet op om een ontwikkelingsland, dat met gans andere problemen worstelt en een totaal verschillende realiteit op het vlak van technologie en maatschappelijke praktijk kent, op mechanistische wijze deze westerse know-how, resultaat van het vrije concurrentie-kapitalisme en de ontwikkeling naar een transnationale markt, op te dringen.

Derde Wereld-landen moeten, alvorens westerse technologie te importeren, eerst een intermediaire technologie kunnen ontwikkelen die aan de behoeften van hun samenleving aangepast is. Deze intermediaire technologie moet niet alleen aan geologische of geografische (bv. m.b.t. de grondstoffenwinning), maar ook aan sociaal-economische en culturele eisen voldoen. Momenteel voert de Derde Wereld een niet-nuttige kennis in waardoor haar afhankelijkheid van de geïndustrialiseerde wereld toe in plaats van afneemt (4).

2. KENNIS EN COMMUNICATIE

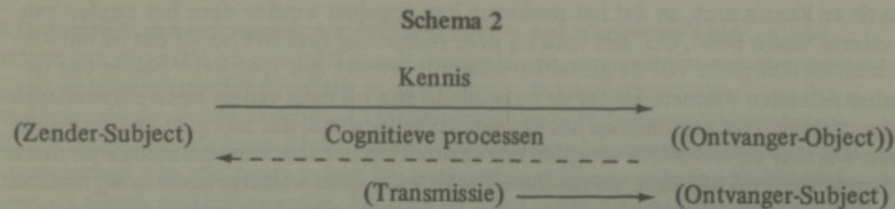
Uit bovenstaande kan, met betrekking tot ons onderwerp, reeds geconcludeerd worden dat de relatie maatschappij-kennis-communicatie als één geheel dient opgevat, dat er een dialectische band tussen de communicatiemedia en de hiermee corresponderende sociale entiteit bestaat.



Ons baserend op een door Pasquali ontwikkeld schema kunnen we kort stellen dat in een kennisrelatie de *ontvanger* (O) eufemistisch beschouwd het kenobject is, en de *zender* (Z) het kennend subject. Alhoewel er in een dergelijke relatie natuurlijk geen sprake kan zijn van een authentieke bipolaire inter-communicatie, poogt het kennend subject (of zender) toch in relatie te treden met het (ontvangend) object. Het subject bezit 'vormen van kennis' (denkbeelden, gezichtspunten, opvattingen, e.d.) die op een of andere wijze 'doorgegeven' worden. Deze 'transmissie' kan best in zijn filosofische betekenis, als een literaire expressie van 'in-formeren', begrepen worden.

Hieruit kunnen we besluiten dat *niemand* in feite tot kennis komt zonder tegelijk drager te zijn van vooroordelen, waarden ... ideologieën die zijn manier van handelen ten opzichte van het object of fenomeen, dat hij wil kennen, bepalen. Vandaar ook de *onmogelijkheid* om, bij het bestuderen van maatschappelijke verschijnselen, *ideologie en wetenschap van elkaar te scheiden*.

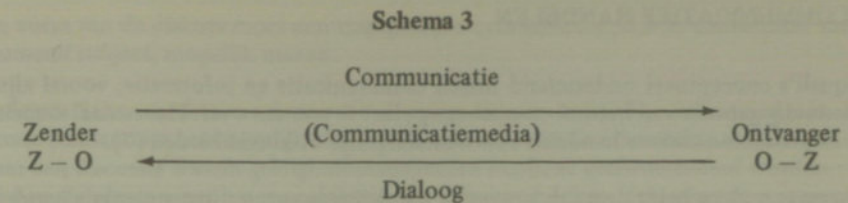
Het produkt van elke kennisrelatie (poëzie, wetenschap, techniek, data, enz.) kan door middel van alle mogelijke communicatiekanalen of media, die de mens ter beschikking staan, verspreid worden. Deze transmissiekanalen zijn niet inherent aan de kennisrelatie. Ze kunnen daarenboven ook door andere ontvangers-subjecten gebruikt worden (zie schema 2) (5).



3. COMMUNICATIE

Communicatie is een noodzakelijkerwijze menselijke relatie waarbij een zender-subject met een ontvanger-subject in contact treedt. Het fundamentele kenmerk van dit proces is dat beide polen van de relatie om beurt zowel zender als ontvanger kunnen worden, en zodoende een dialoog tot stand brengen.

De dialectische relatie in een alzo gedefinieerd communicatiebegrip is tweevoudig: enerzijds vindt er, extern en secundair, een onderlinge verwisselbaarheid van zender en ontvanger, als evenwaardige polen van de relatie, plaats. Zender en ontvanger hebben dus de capaciteit om afwisselend op te nemen en weer te geven, uit te zenden en te ontvangen. Anderzijds reflecteert deze relatie, op intrinsieke en primaire wijze, de interne contradicties van het gecommuniceerde. Communiceren houdt immers steeds de transcendente mogelijkheid tot 'objectiveren' in. Anders treedt non-communicatie of aliënantie op (zie schema 3).



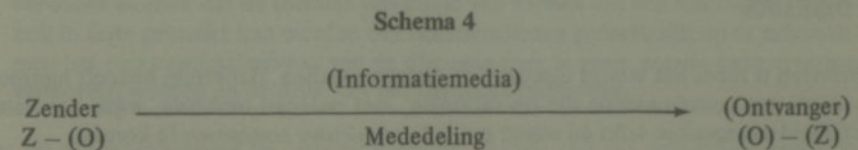
Ons op dit schema inspirerend dienen we vast te stellen dat de hedendaagse samenleving zich niet bepaald door 'communicatie' laat kenmerken. De wijze waarop boodschappen verspreid worden is immers unilateraal (cfr. infra). Om van een *dialoog* te kunnen gewagen, dient een democratisch maatschappelijk kader geschapen, waarin de ontvangers in de mogelijkheid verkeren georganiseerde zenders te worden.

4. INFORMATIE

We hebben communicatie dus gedefinieerd als de, op niet-mechanische wijze, uitwisseling van boodschappen tussen gelijkwaardige polen met het oog op een zo maximaal mogelijke mededeelbaarheid. Terzelfdertijd stelden we vast dat dergelijke vormen van dialogerende communicatie in de huidige maatschappij niet aanwezig zijn. Dat er eerder van een eenrichtings- dan van een tweerichtingsverkeer kan gesproken worden. Om dit onderscheid aan te brengen voeren vele Latijns-Amerikaanse wetenschappers, met Pasquali op kop, het informatiebegrip in (6).

Aangezien de deelnemende subjecten in elke interpersonele relatie informatie uitwisselen, wordt informatie algemeen (hier zowel als in Latijns-Amerika) als de *inhoud* van elke communicatie opgevat.

Pasquali gaat evenwel verder en stelt dat elk *informatieproces*, en dit in tegenstelling tot het communicatieproces, zich kenmerkt door een *unilaterale (machts)verhouding* tussen een zender en een ontvanger, in die zin dat één van de polen boodschappen uitzendt zonder dat de andere pool de mogelijkheid heeft hier op niet-mechanische wijze op te reageren (zie schema 4). Hier ligt volgens hem dan ook het fundamenteel verschil tussen communicatie en informatie.





5. COMMUNICATIEF HANDELEN

Pasquali's conceptueel onderscheid tussen communicatie en informatie, vooral zijn tweeduidig gebruik van het informatiebegrip, laat te wensen over. Habermas' theorie van het communicatieve handelen kan waarschijnlijk uitkomst bieden (7).

Habermas onderscheidt drie fundamentele handelingssoorten: instrumentale handelingen met natuurlijke objecten, strategische handelingen tussen personen, en communicatieve (interactieve) handelingen tussen personen. Onder communicatief handelen verstaat hij handelen dat er op gericht is begrip tot stand te brengen. Niet subjectiviteit, maar *intersubjectiviteit* door middel van het medium taal staat hierbij centraal.

Elke taalhandeling heeft een dubbele structuur: een illocutief gedeelte (waarin de zender zijn normatieve en performatieve relatie met de ontvanger uitdrukt), en het propositioneel of inhoudelijk gedeelte van een uitspraak. Dit laatste kan informatie (als inhoud) genoemd worden. Habermas' centrale stelling luidt dat bij iedere taalhandeling door de zender tegelijkertijd aanspraak wordt gemaakt op de *begrijpelijkheid* van datgene wat hij zegt, de *waarheid* van wat hij meedeelt, de *waarachtigheid* van de intentie die hij tot uitdrukking brengt en de *juistheid* van de houding die hij ten opzichte van de ontvanger(s) aanneemt. Communicatief handelen steunt m.a.w. op *vier geldigheidsaanspraken*: de verstaanbaarheid van de taal, de waarachtigheid van de spreker, juistheid versus passendheid van de normatieve relatie en waarheid van de uitspraak. Wanneer één van deze geldigheidsaanspraken door de ontvanger niet aanvaard wordt, wordt het communicatief handelen ofwel afgebroken, ofwel wordt overgestapt op een theoretische of praktische discussie (*diskurs*), waarin zender-ontvanger en ontvanger-zender pogen een rationeel gemotiveerde consensus te bereiken aangaande de ter discussie staande geldigheidsaanspraak. In het eerste geval wordt overgeschakeld op een andere vorm van handelen; in het tweede geval op een ander niveau van communicatie. De dubbele structuur van de taalhandeling (het hogergemaakte onderscheid tussen een illocutief en propositioneel deel) verwijst immers naar twee niveaus van communicatie: communicatie over iets (inhoudelijks) is slechts mogelijk bij gelijktijdig begrip en aanvaarding van een intersubjectieve (normatieve) relatie tussen zender-ontvanger en ontvanger-zender. Het aspect van relatie enerzijds en van inhoud anderzijds, van waaruit iedere ervaring geanalyseerd kan worden, komt bij de standaardvorm van de taalhandeling overeen met het illocutieve respectievelijk propositionele gedeelte. Het onderscheid tussen deze twee communicatieniveaus brengt niet alleen de dubbelstructuur van de gesproken taal tot uitdrukking, maar ook twee soorten taalgebruik, die Habermas met interactief en cognitief taalgebruik aanduidt.

6. DISKURS

Hierboven is reeds het woord discussie of diskurs gevallen. Habermas bedoelt hiermee die vorm van communicatie die op rationele, met redenen omklede, wijze betwiste geldigheidsaanspraken wikt en weegt om tot een *nieuwe consensus* te komen.

De vorm van de diskurs moet een stapsgewijze *radicalisering*, d.w.z. zelfreflexie van het kennend subject, mogelijk maken.

Volgens Habermas bestaat deze radicalisering uit vier verschillende stappen: in de eerste plaats moet het mogelijk zijn van het communicatieve handelen over te gaan naar een discussie waarin geldigheidsaanspraken expliciet gethematiseerd worden; in de tweede plaats moet het mogelijk zijn de betwiste geldigheidsaanspraak met argumenten te verdedigen en in termen van een gekozen taalsysteem te bestrijden; in de derde plaats moet het mogelijk zijn het gekozen taalsysteem te wijzigen en af te wegen of het beter of slechter dan alternatieve taalsystemen bij de werkelijkheid past; en ten slotte moet het mogelijk zijn zich te bezinnen op het proces van verandering en omvorming van niet-passende taal- en begripssystemen. Deze bezinning brengt het normatieve karakter aan het licht, dat kennis ook bezit.

Wanneer deze vier stadia van radicalisering doorlopen zijn, is – in principe – de kans op een goede consensus aanwezig. Maar welke formele eigenschappen moet een discussie bezitten opdat de radicalisering ten volle tot zijn recht komt? Een *ideale gespreks-situatie* vereist twee maal twee voorwaarden: vooreerst de opschorting van de dwang die met handelingen verbonden is, en ten tweede de opschorting van de geldigheidsaanspraken. Een ideale diskurs, die voldoet aan het postulaat van algemene symmetrie, beantwoordt volgens Habermas aan vier grondnormen:

- a. Alle potentiële deelnemers aan een discussie moeten een gelijke kans hebben communicatieve taalhandelingen uit te kunnen voeren, zodat zij desgewenst een discussie kunnen beginnen en door middel van opmerkingen en tegenargumenten, vragen en antwoorden kunnen voortzetten.
- b. Alle discussiedeelnemers moeten een gelijke kans hebben om interpretaties, beweringen, aanbevelingen, verklaringen en rechtvaardigingen te kunnen geven en de daarmee verbonden geldigheidsaanspraken te betwisten, te verdedigen of te weerleggen, zodat geen enkele vooropgezette mening op de duur aan thematisering en kritiek onttrokken kan blijven.
- c. Aan discussies mogen slechts zij deelnemen die in het communicatieve handelen gelijke kansen hebben om representatieve taalhandelingen uit te voeren, d.w.z. hun instellingen, gevoelens en intenties tot uitdrukking te brengen. Slechts als in het communicatieve handelen aan deze voorwaarde is voldaan kan verwacht worden dat de betrokkenen ook in het kader van discussies waarachtig zullen zijn ten opzichte van zich zelf en aan anderen kenbaar zullen maken wat hen beweegt.
- d. Tot discussies worden slechts zij toegelaten die in het communicatieve handelen gelijke kansen hebben om regulatieve taalhandelingen uit te voeren, d.w.z. bevelen te geven en zich te verzetten, toestemming te verlenen en te verbieden, beloften te doen en beloften te ontvangen, enz. Slechts als aan deze voorwaarde voldaan is, kan verwacht worden dat de formele gelijkheid van kansen om een discussie te beginnen ook in feite gebruikt kan worden om realiteitsdwang gedeeltelijk op te schorten en naar het communicatieniveau van de discussie over te gaan, waarin geen ervaringen verworven worden en de druk van het handelen ontbreekt.

Pas als zender-ontvanger en ontvanger-zender bereid zijn tot wederzijds begrip en



enkel de kracht van het argument aanvaarden, wanneer m.a.w. elke andere — machts, zowel als tijds — druk is weggefallen, zijn de voorwaarden voor een ideale gesprekssituatie vervuld, en is er een vrije overgang mogelijk van het communicatieve handelen naar een diskurs enerzijds, en is het anderzijds mogelijk binnen de diskurs de verschillende stadia van radicalisering te doorlopen. Indien dit niet het geval is, wanneer een van de voorwaarden (bv. dwang) niet ingelost is, kan er geen sprake zijn van een ideale diskurs, maar van schijn discussie, *onredelijke concensus* of verwrongen communicatie. In de realiteit komt deze laatste eerder voor dan de eerste. De voorwaarden tot een ideale gesprekssituatie en redelijke concensus kunnen in de praktijk van onze niet-machtsvrije samenleving immers nooit volledig vervuld worden. Maar, stelt Habermas, toch pogen we in ons communicatief handelen een ideale gesprekssituatie en daarmee samenhangende ideale levensvorm, en dus een taal filosofische vertaling van de *gelijkheidsidee*, bewust of onbewust impliciet te anticiperen. Deze anticipatie is essentieel aangezien er anders geen communicatie mogelijk zou zijn.

De gelijkheidsidee vormt dus de normatieve basis van ons communicatief handelen. Deze *dubbele bodem* — de stilzwijgende vóóronderstelde evenwaardige verhouding tussen de discussiedeelnemers die in de praktijk op een machtsrelatie berust — is fundamenteel voor elke communicatie in een maatschappelijk systeem dat niet egalitair gestructureerd is.

7. EEN COMMUNICATIEMODEL MET ACTIEVE SOCIALE PARTICIPATIE

Keren we terug naar Latijns-Amerika. Aldaar werd door Reyes Matta een communicatiemodel voor een op democratie en actieve sociale participatie gerichte communicatie ontwikkeld (8). Ons basierend op Habermas' taal- en diskurstheorie hebben we dit model op enige essentiële punten aangepast. We hebben namelijk gepoogd om de interactie tussen zenders en ontvangers aan de ene, en plaats en belang van de informatieve boodschappen aan de andere kant, beter tot zijn recht te laten komen. We hebben namelijk gepoogd om de inter-actie tussen zenders en ontvangers aan de ene, en plaats en belang van de informatieve boodschappen aan de andere kant, beter tot zijn eigen recht te laten komen. (zie schema 5).

Volgende *doelstellingen* stonden ons hierbij voor ogen :

- a. Communicatie heeft een maatschappelijke taak, die gerealiseerd wordt in een sociopolitieke structuur die de natuur en de invloed van het communicatieproces determineert.
- b. Het recht op informatie dient individueel en sociaal gewaarborgd en gedelegeerd aan technische en professionele autoriteiten. Het blijft echter een maatschappelijk recht dat in laatste instantie bij de samenleving als geheel berust.
- c. De uitvoerende en administratieve structuren van de media dienen te functioneren op basis van een door de samenleving uitgetekende algemene politiek.
- d. Het proces van nationale en internationale communicatie vindt plaats in een kader van sociale verantwoordelijkheid en in overeenstemming met de rechten en plichten, opgesteld in een institutioneel en juridisch raamwerk.

- e. De ontvanger-(zender), als subject én object van het communicatieproces, moet participatie in en toegang tot de media krijgen.
- f. Onderwijs in communicatie is een absolute noodzaak in het individueel opvoedingsproces. De overheid heeft de plicht om speciale instanties met dit soort vorming te belasten.
- g. Via georganiseerde publieksgroepen en in het kader van geïnstitutionaliseerde experimenten moeten de ontvangers de communicatie op kritische wijze kunnen analyseren en erin participeren.
- h. De toegang tot en participatie in de media moet zodanig georganiseerd worden dat de ontvanger op een actieve wijze (dus als zender) aan de politieke, informatieve, educatieve, culturele en evaluatieve besluitvorming kan deelnemen.
- i. Communicatie is een dynamisch proces. Permanente evaluatie blijft een noodzaak.
- j. De installatie van een toezichtcommissie is nodig om de publieksgroep en de communicatieverantwoordelijken in de gelegenheid te stellen de participatiemechanismen en -methoden te verbeteren.

De elementen van het model

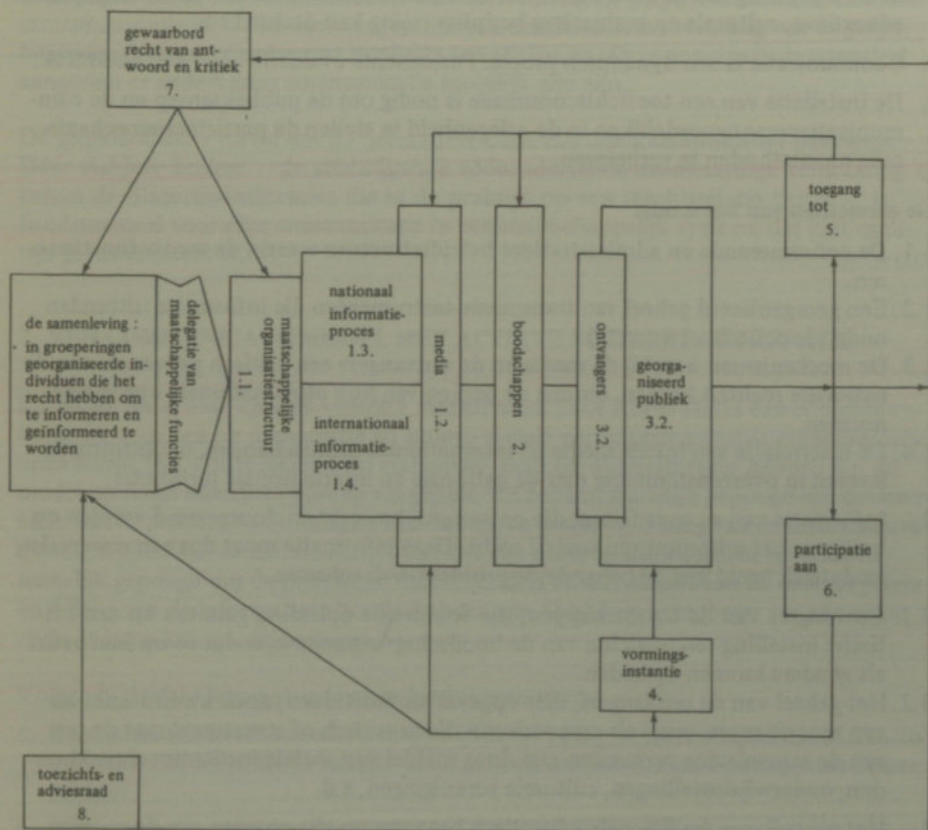
- 1.1. De coördinerende en administratieve beleidsstructuur waarin de media functioneren.
- 1.2. Een georganiseerd geheel van transmissie-instrumenten die informatie uitzenden onder de coördinatie van 1.1.
- 1.3. De mechanismen waarbij de media en de ontvangers een kritisch panorama van de nationale realiteit krijgen, binnen de perken van hun eigen nationaal opgestelde normen.
- 1.4. De interrelatie van lokale media en internationale agentschappen, die informatie leveren in overeenstemming met de nationale en internationale jurisdictie.
2. Informatie van en over feiten, die ontvangen, bewerkt en doorgeseind worden op basis van het criterium van sociaal recht. Deze informatie moet dus een onvervalst, analytisch beeld van de behandelde problematiek schetsen.
 - 3.1. Ontvangers van de boodschappen, die voldoende opleiding genoten en een kritische instelling ten opzichte van de boodschap aannemen, zodat ze op hun beurt als zenders kunnen optreden.
 - 3.2. Het geheel van de ontvangers, niet opgevat als individuen, noch kwantitatief als een amorfe masa, maar als groeperingen die organisch of structureel met de rest van de samenleving verbonden zijn door middel van sociale instituties als vakbonden, onderwijsinstellingen, culturele verenigingen, e.d.
4. Het gebruik van traditionele educatieve bronnen op alle niveaus, om de ontvanger(s) in staat te stellen zich een opinie te vormen, informatie te beoordelen, en de rol van de media als uitzenders van maatschappelijk geduide feiten te evalueren.
5. Het recht van de ontvanger op deelname aan de conceptualisering en verwerking van de informatie, en diens potentiële recht om de media te gebruiken voor verdere informatievergaring.
6. De mechanismen waarbij een georganiseerd publiek toegang heeft tot die instanties die de interne planning en besluitvorming van de media in handen hebben.



7. Wettelijke organismen, opgericht om het recht van de ontvangers op kritische informatie en georganiseerde mediaparticipatie te ondersteunen.
8. Een institutioneel mechanisme dat tot doel heeft de uitvoering van communicatie als sociaal recht en plicht te garanderen, en te helpen bij de realisatie ervan.

In wat volgt willen we deze doelstellingen meer concreet vanuit een Derde Wereld-standpunt onderzoeken. We starten met een analyse van een communicatieproces op het microvlak, nl. bij het overbrengen van een boodschap.

Schema 5

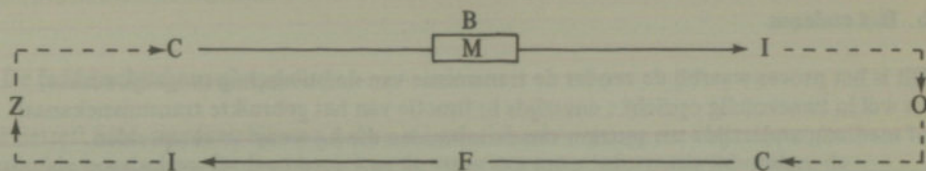


8. DE BOODSCHAP

Elk communicatieproces telt een aantal elementen: een *zender* (Z) die zijn visie over een onderdeel van de realiteit wil meedelen aan een *ontvanger* (O). Daarvoor ontwikkelt de zender een *codetaal* (C), die ook door de ontvanger begrepen wordt. Eenmaal de *boodschap* (B) gecodeerd is, moet deze via transmissiekanalen of *media* (M) ver-

spread worden. Alvorens de boodschap tot het bewustzijn van de ontvanger kan doordringen, dient ze echter nog *gedecodeerd* en *geïnterpreteerd* (I) te worden. De ontvanger kan ten slotte, op zijn beurt, de zender via de *feed-back* (F) van antwoord dienen (zie schema 6).

Schema 6



(Ook de communicatiemodellen van Berlo enerzijds, en van Shannon & Weaver – met de aanpassingen voor de menselijke communicatie door Schramm – anderzijds, kunnen als vertrekbasis genomen worden (9)).

Dit communicatieproces wil dus in de eerste plaats een boodschap overbrengen. Laten we de elementen van deze boodschap even van nabij bekijken (10).

a. De vorming of conceptie van de boodschap

Om elk communicatie- of informatieproces te bestuderen is het van belang het tot stand komen van de boodschap te analyseren, aangezien zij oorzaak en bron van het transmissieproces is.

Deze studie houdt een analyse van de communicatieve bekwaamheden en van het kennisniveau van de zender-subject in. Dit is nodig om zijn autoriteit en wetenschappelijke of culturele kwalifikaties op het vlak van de meegedeelde boodschappen te evalueren. Maar er is meer. Ook de houdingen of ideologie van de zender dienen nage trokken om zijn eventuele politieke en economische belangen te achterhalen. Een 'neutrale' boodschap, vrij van vooroordelen en ideologische schema's, bestaat o.i. immers niet. Elk menselijk wezen bekijkt de realiteit vanuit bepaalde waarde-oordelen. Het karakter van deze oordelen kan door tweërlei factoren bepaald zijn: (a) de plaats van de zender in het historische tijds kader en zijn ideologische overeen- of tegenstelling met de dominante ideologie (die op haar beurt ook door de sociaal-economische structuur bepaald wordt), en (b) de objectieve of subjectieve positie van de zender binnen de determinerende klasse of het sociale stratum.

Voortbouwende op het in de Verenigde Staten ontwikkelde 'content analysis'-onderzoek, poogt men thans deze techniek tot een 'product analysis', een onderzoek van de boodschap als geheel, uit te breiden. In een productanalyse kunnen ook de ideologische connotaties en latere effecten onderzocht worden.

Zonder het nut van dergelijk onderzoek te willen minimaliseren, dient toch aangestipt



de collectief georganiseerde ontvangers de mogelijkheid krijgen zich als zenders te manifesteren. De tweede oplossing lijkt ons het meest aangewezen.

De problemen van afhankelijkheid en informatieve beheersing kunnen evenwel slechts afdoende met *maatschappelijke middelen* opgelost worden. Hiermee bedoelen we dat indien men de eenzijdige informatiestroom wil elimineren, zonder daar terzelfdertijd een maatschappelijk emancipatieproces aan vast te koppelen, men slechts de mogelijkheden schept voor de 'institutionalisering' van ontvangers in zenders. Op die manier wordt m.a.w. het bestaande maatschappelijke systeem niet ter discussie gesteld, en blijft de ontwikkeling van een emancipatorisch communicatiemodel, dat op een actieve sociale participatie gericht is, buiten schot.

Dergelijke (voorlopig nog theoretische optie) zal natuurlijk op nogal wat maatschappelijke weerstand stuiten. Daarom is het nuttig de mogelijkheden en moeilijkheden die zich binnen de bestaande sociaal-economische formaties bij een overgang naar een democratisch maatschappij- en communicatiemodel zullen voordoen, reeds vooraf te onderzoeken.

Vast staat dat de *eenzijdigheid van de berichtgeving* zich in een kapitalistische maatschappij vertaalt in een algemene afhankelijkheid van de ontvangers van door geïnstitutionaliseerde zenders op vrije markt-basis verspreide boodschappen. In ontwikkelingslanden onderscheidt men een dubbele afhankelijkheidsrelatie: enerzijds zijn deze landen als periferie of satelliet afhankelijk van het geïndustrialiseerde centrum; anderzijds heerst er binnen het Derde Wereld-land zelf een 'interne uitbuiting' van de massa door postkoloniale nationale elites die als tussenpersonen de belangen van buitenlandse regeringen en transnationale ondernemingen behartigen.

Daar waar in de koloniale periode de onderdrukking eerder van economische en politiek-militaire aard was, heeft de technische ontwikkeling van de communicatiemediën er in het huidige *postkoloniale tijdperk* toe bijgedragen dat de economische afhankelijkheid vooral met cultureel-ideologische middelen gehandhaafd blijft. Daarmee komen we voor de paradoxale situatie te staan dat op het moment dat de Derde Wereld schuchtere stappen in de richting van een volwaardige politieke en economische emancipatie zet, de culturele overheersing hand over hand toeneemt.

Op het vlak van de nieuwsvoorziening, *bijvoorbeeld*, zien we dat het een viertal transnationale persagentschappen zijn die hun berichten over de gehele wereld op unilaterale en gemassifieerde wijze verspreiden. Hierbij is het er de zenders enkel om te doen hun product — dat toevallig 'nieuws' heet — bij zoveel mogelijk ontvangers af te zetten. Aangezien deze transnationals enkel voor de hoeveelheid, de kwantiteit geïnteresseerd zijn, veronderstellen ze maar dat alle ontvangers — zowel in de geïndustrialiseerde als de ontwikkelingslanden — kwalitatief gelijk zijn.

10. NIEUWS

Om de hier geformuleerde theoretische 'stellingen' meer draagkracht te geven, pogen we ze aan de hand van één vorm van informatie — het dagelijkse nieuwsbericht — concreet te maken (12).

a. De nieuws-elementen

Welke elementen dient een informatief bericht te bevatten, alvorens men het 'nieuws' kan noemen? O.i. zijn er vijf *hoofdcriteria*: de actualiteitswaarde, het publieke karakter, het algemeen belang, de universaliteit en de periodiciteit. In tweede instantie kunnen daar nog de snelheid waarmee het bericht verspreid wordt, de nauwkeurigheid, feitelijkheid, 'onpartijdigheid' en autoriteit aan toegevoegd worden.

- De *actualiteit*: een nieuwsbericht refereert naar feiten die zich pas hebben voorgedaan of die nog niet afgelopen zijn, en waarvan men mag aannemen dat ze een grote meerderheid kunnen boeien.
- Het *publiek karakter*: een nieuwsbericht heeft een algemeen publiek karakter aangezien het gericht is tot een anonieme massa mediaconsumenten.
- Het *algemeen belang*: een nieuwsbericht dient een algemeen belang, vermits het naar maatschappelijk relevante feiten of gebeurtenissen verwijst.
- De *universaliteit*: een nieuwsbericht kan alle aspecten van de realiteit, waar ook ter wereld, als onderwerp hebben.
- De *periodiciteit*: de regelmaat moet de continuïteit in de berichtgeving waarborgen.

Al deze elementen moeten in het westerse stelsel, met de verwording van nieuws tot een aan het marktmechanisme onderworpen koopwaar, met de nodige korrels zout genomen worden.

b. Het nieuwsproces

De opeenvolgende stappen bij het produceren van een nieuwsbericht zien er idealiter als volgt uit: (a) er gebeurt iets (op materieel, ideologisch, cultureel, politiek ... vlak); (b) dit feit of deze gebeurtenis wordt door een journalist opgevangen en in een code of taal tot een bericht verwerkt; (c) de reporter zendt dit nieuwsbericht door aan een nieuwsagentschap; (d) het agentschap, dat een op winst afgestemde onderneming is, selecteert het binnenkomend materiaal voor de eerste maal, en laat het bericht, indien het wordt weerhouden, journalistiek verwerken; (e) het agentschap stuurt het geselecteerde nieuwsmateriaal aan zijn abonnees; (f) de abonnee (pers, radio, tv ...) voert een tweede selectie uit; (g) indien het bericht ook nu geselecteerd blijft, wordt het persklaar gemaakt (van titels voorzien, herschreven, aangevuld ...); (h) het bericht wordt verspreid (via krant, radio- of tv-nieuws); (i) de ontvanger *kan* het bericht lezen, horen, zien, in één woord, ontvangen.



Zoals men wel merkt is de weg die een nieuwsbericht aflegt, alvorens het bij de ontvanger terecht komt, uitzonderlijk lang. Bewuste of onbewuste manipulaties, verminkingen of onjuistheden lijken dan ook niet uitgesloten. Laten we het nieuwsfabricatieproces nogmaals tegen deze achtergrond overlopen.

We gaan er van uit dat het feit of de gebeurtenis zelf 'objectief', 'reëel' en 'concreet' is. Op het moment dat de *reporter* dit feit opvangt en verwerkt, is het dat al lang niet meer. Hij draagt immers zijn ideologische en waarde-oordelen in het nieuwsbericht over. Temeer daar de meeste journalisten — vaak om begrijpelijke redenen — de nodige culturele en intellectuele background missen om het feit-op-zich in zijn totaliteit te kunnen overschouwen. Het feit of de gebeurtenis wordt zodoende 'geïnterpreteerd' en uit zijn maatschappelijke context gerukt.

Van zodra het *nieuwsagentschap* het bericht ontvangt, wordt het in een lucratief marktmechanisme opgenomen, dat daarenboven nog specifieke ideologische en politieke belangen te verdedigen heeft. De opeenvolgende selecties door nieuwsagentschap en (*pers of omroep*) bedrijf worden uitgevoerd onder het mom van de 'belangrijkheid van het bericht voor de lezer of kijker'. Dergelijke uitlating betekent een grove verminking en verdraaiing van de realiteit. De ontvanger of consument kan immers geen inbreng leveren, aangezien zijn mening dienaangaande nooit gevraagd wordt.

Het overwicht van de eenzijdige communicatie- en informatiestroom bepaalt vooreerst de massificatie van de informatie, en daardoor ook de massificatie van de ontvangers. De massamedia-bedrijven beslissen autonoom, eenzijdig en autoritair over de 'belangrijkheid' van een bericht op basis van hun eigen opvattingen en interesses. Op wereldvlak is de nieuwsmarkt bovendien in handen van een viertal westerse transnationale persagentschappen. Hiervoor zijn zowel technologische als economische redenen aan te halen, maar hierop kunnen we nu niet ingaan. Vooral bij de zogenaamde tweede selectie komt daar nog de publicitaire en overheids- of staatsdruk bij.

Hieruit mag men *niet* afleiden dat de inhoud van een nieuwsbericht nooit met de maatschappelijke werkelijkheid samenvalt. Soms is dit wel het geval. Maar dit betekent wel dat het informatieve (en ruimer: culturele) product in de eerste plaats afhankelijk is van een commerciële en externe beslissing.

c. De effecten van de hedendaagse informatie

Er van uitgaand dat het nieuws in het huidige maatschappelijke klimaat tot een koopwaar herleid is, bedoeld voor een zo groot mogelijke markt anonieme en passieve consumenten, wiens behoeften en prioriteiten volledig over het hoofd worden gezien, zetten we ter afronding de (negatieve) effecten van de hedendaagse informatie, die algemeen onder de termen '*mediocriteit*' en '*massificatie*' te vatten zijn, nog even op een rijtje:

- a. Aangezien de nieuwberichten op wanordelijke, heterogene ... wijze gepresenteerd worden, wordt een georganiseerde en maatschappelijke discussie of dialoog op basis van de alzo verspreide informatie welhaast uitgesloten.

- b. Het scheppen van pseudogebeurtenissen, de jacht op nieuws, het overbeklemtonen van sensatie, de oppervlakkigheid ... brengt de ontvangers tot een ziekelijke obsessie voor 'het nieuwe', en doet hen het onderscheid tussen belangrijke en onbelangrijke feiten en gebeurtenissen uit het oog verliezen.
- c. Het sensationele en de herhaling zijn cumulatieve behoeften die bijzaken tot essentie verheffen.
- d. Omdat de nieuws- en massamedia gedwongen zijn een alsmaar groter consumentenpubliek te bereiken, dient de informatie in 'algemeen verstaanbare' bewoordingen of 'zo eenvoudig mogelijke' vormen verpakt. Deze onvermijdelijke fragmentaire en vluchtige opbouw heeft een ontegensprekelijke reductie van de inhoud en een terugvallen in mediocriteit tot gevolg.
- e. Deze inhoudelijke mediocriteit vergroot en verergert de communicatiekloof en cultuurarmoede bij haar ontvangers. Uiteindelijk gaat de intellectuele capaciteit tot kwalitatieve selectie verloren en wordt zelfs het besef van de onmogelijkheid tot dialogerende communicatie in het bewustzijn verdrongen.
- f. Door het hanteren van technieken als personalisering, intimisering, het stereotypen en veralgemenen wordt het bewustzijn van structurele en maatschappelijke processen naar de achtergrond verschoven.

SLOT

En daarmee zijn we terug bij ons uitgangspunt — de maatschappij als sociaal-economische en cultureel-ideologische structuur — aanbeland. Zoals we in het eerste punt reeds aangetoond hebben, staan basis en bovenbouw in een dialectische relatie met elkaar. Gezien de verweving van de informatieve, communicatieve en culturele processen in de complexiteit van sociale relaties, dient het ontwikkelen van een alternatief communicatie- en informatiemodel dan ook in samenhang met een nieuwe economische en politieke orde, dit zowel op nationaal als internationaal vlak, te geschieden.

SAMENVATTING

Dit artikel kan beschouwd als een kennismaking en confrontatie met de Latijns-Amerikaanse communicatiewetenschappelijke discussie. Voortbouwende op de visie van één van de belangrijkste communicatietheoretici, de Venezolaan Antonio Pasquali, en de corrigerende inbreng van Jürgen Habermas' discusstheorie, vult de auteur het communicatiemodel met actieve sociale participatie van Fernando Reyes Matta aan. Daarna evalueert hij de in dit model geformuleerde doelstellingen, vanuit een Derde Wereld-standpunt, met betrekking tot het nieuwsproductieproces. Hij besluit dat het ontwikkelen van een alternatief communicatie en informatie-model in samenhang met de gehele maatschappelijke emancipatie dient te gebeuren.

ABSTRACT

This article can be seen as introduction and confrontation with the Latin American discussion on communications research. Basing on the vision of one of the most important communication theoreticians, the Venezuelan Antonio Pasquali, and the correcting contribution of the discussion theory of Jürgen Habermas, the author completes the communication model with active social



participation designed by Fernando Reyes Matta. After that he judges the objectives, formulated in this model, from a Third World viewpoint, with regard to the process of newsproduction. He concludes that the development of an alternative model of communication and information must take place together with the emancipation of the entire society.

NOTEN

- In de periode november 1978-november 1979 verrichtte ik enig communicatiewetenschappelijk onderzoek aan het *Centro de Estudios de la Comunicación* van de *Facultad de Ciencias Políticas y Sociales* van de *Universidad Nacional Autónoma de México* (UNAM), en het eveneens in Mexico gevestigde *Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales* (ILET). Algemeen wordt de Venezolaan Antonio Pasquali als de belangrijkste communicatietheoreticus beschouwd. Zie: Antonio PASQUALI, *Comunicación y cultura de masas*, Monte Avila Editores, Caracas, 1970. Verder zijn ook van belang: Rafael ECHEVERRIA, Fernando CASTILLO, e.a., *Ideología y medios de comunicación*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1973; Jaime GODED (ed.), *Antología sobre la comunicación humana*, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Mexico, 1976; Armand MATTELART, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1973; Antonio MENENDEZ, *Comunicación social y desarrollo*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Mexico, 1977; en Antonio PAOLI, *La comunicación*, Editorial Edicol, Mexico, 1977.
- Zie: Jan SERVAES, "Naar een nieuwe internationale communicatie-orde: een situationeel en conceptueel kader", in *Communicatie*, jg. 8, nr. 1, 1978; en Jan SERVAES, "Naar een bewustzijnsverruimende visie op de bewustzijnsverruimende industrie", in Jan SERVAES (red.), *Het web van de mediabusiness*, Kritak, Leuven, 1979.
- Zie, naast de reeds geciteerde auteurs, bv. ook: Daniel CAMACHO, *La dominación cultural en el subdesarrollo*, Editorial Costa Rica, San José, 1978; Alfredo CHACON (ed.), *Cultura y dependencia*, Monte Avila Editores, Caracas, 1975; Marcos GANDASEGUI, "Estructura social y medios masivos de comunicación", in *Casa de las Américas*, jg. 16, nr. 96, mei-juni 1976; en Abraham NUNCIO, *Información y poder*, Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, 1978.
- Zie bv. Marco ORDONEZ, *La planificación de la comunicación de las sociedades de cambio*, Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América latina (CIESPAL), Quito, 1975; of Enrique SANTOS, "Tecnología, imperialismo y educación", in *Comunicación y cultura*, nr. 3, 1974. Ook op internationaal vlak is men het afgelopen decennium, onder druk van de Derde Wereld, tot dit inzicht gekomen. Zie o.a. Wilbur SCHRAMM & Daniel LERNER (eds.), *Communication and change. The last ten years - and the next*, East-West Center, Honolulu, 1976; en Kaarle NORDENSTRENG & Herbert SCHILLER (eds.), *National sovereignty and international communication*, Ablex Publishing Corporation, Norwood, 1979.
- Zie ook José BALDIVIA en Mario ARRIETA, *Apuntes sobre información y comunicación*, Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, Mexico, 1979.
- Zie ook José Ignacio ACEVES, "Los diferentes enfoques teóricos de la comunicación", in *Comunicación e ideología*, nr. 4, 1977; José BALDIVIA en Mario ARRIETA, *op. cit.*; Armando CASSIGOLI, "Aspectos ideológicos en la teoría y los estudios de la información y la comunicación", in *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, jg. 23, nr. 86-87, 1976-1977; en Jaime GODED, *100 puntos sobre la comunicación de masas en México*, Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, 1979.
- Zie: Jürgen HABERMAS, "Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der Kommunikativen Kompetenz", in Jürgen HABERMAS en Niklas LUHMANN, *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung?*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1972; en Jürgen HABERMAS, "Was heisst Universalpragmatik?", in K.O. APEL (Hrsg.), *Sprachpragmatik und Philosophie*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1976. Zie ook: Gustaaf HELLEMANS, *Van het debat tussen Habermas en Luhman tot de huidige theorieën-vergelijkingsdiscussie*, eindverhandeling sociale wetenschappen KUL, Leuven, 1978; en Michiel KORTHALS en Harry KUNNEMAN, *Arbeid en interactie*, Coutinho, Muiderberg, 1979. Met dank aan Staf Hellemans voor de nuttige 'wenken'.
- Fernando REYES MATTA, *From right to praxis. A model of communication with active social participation*, paper voorgedragen op het symposium van het Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), Amsterdam, 5-8 september 1977. Zie ook Fernando REYES MATTA, "Alternative communication and its potential", in *IDOC International*, nrs. 4-5, april-mei 1980.
- Zie o.a. in Antonio MENENDEZ, *op. cit.*; en Antonio PAOLI, *op. cit.*
- Zie o.a. José CASASUS, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, DOPESA, Barcelona, 1972; Susana HERNANDEZ MICHEL, "Determinación y delimitación del tema de investigación", in *Revista Mexicana de Ciencia Política*, jg. 20, nr. 76, april-juni 1974; Mabel PICCINI, Michèle MATTELART, e.a., *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*, El Cid Editor, Buenos Aires, 1976; Héctor SCHMUELER, "La investigación sobre comunicación masiva", in *Comunicación y cultura*, nr. 4, 1975; en Máximo SIMPSON, "Reportaje, objetividad y crítica social", in *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, jg. 23, nrs. 86-87, 1976-1977.
- Zie o.a. Eleazar DIAZ RANGEL, *Pueblos sub-informados*, Monte Avila Editores, Caracas, 1976; Armand MATTELART, *La cultura como empresa multinacional*, Editorial Galerna, Buenos Aires, 1974; Armand MATTELART, *Multinacionales y sistemas de comunicación*, Siglo XXI, Mexico, 1976; José MAYOBRE, *Información, dependencia y desarrollo*, Monte Avila Editores, Caracas, 1978; Raquel SALINAS BASCUR, "L'Amérique latine vers une alternative informationnelle", in *Le journaliste démocratique*, nr. 5, mei 1980; Peter SCHENKEL en Marco ORDONEZ, *Comunicación y cambio social*, CIESPAL, Quito, 1975; en Osvaldo SUNKEL en Edmundo FUENZALIDA FAIVOVICH, *The effects of transnational corporations in culture*, paper voorgedragen op UNESCO-expertenvergadering, Paris, 17 mei 1976. Op wereldwijd vlak mag het laatste UNESCO-rapport niet onvermeld blijven: Sean MAC BRIDE (ed.), *Many voices, one world. Today and tomorrow*, UNESCO, Paris, 1980.
- Zie o.a. Leonardo ACOSTA, "Mass media and imperialist ideology", in Armand MATTELART en Seth SIEGELAUB (eds.), *Communication and class struggle*, International Mass Media Research Center, Bagnolet, 1979; Luis Ramiro BELTRAN en Elizabeth Fox DE CARDONA, "Latin America and the U.S.: flaws in the free flow of information", in Jim RICHSTAD (ed.), *New perspectives in international communication*, East-West Center, Honolulu, 1976; Luis Ramiro BELTRAN, "TV Etchings in the minds of Latin Americans: conservatism, materialism and conformism", in Heinz-Dietrich FISCHER en Stefan MELNIK (eds.), *Entertainment. A cross-cultural examination*, Hastings, New York, 1979; Patricio BIEDMA, "Prensa burguesa, prensa popular y prensa revolucionaria", in Armand MATTELART, Santiago FUNES, e.a., *Comunicación masiva y revolución socialista*, Editorial Diogenes, Mexico, 1976; Elizabeth DE CARDONA, "American television in Latin America", in George GERBNER (ed.), *Mass media policies in changing cultures*, Wiley & Sons, New York, 1977; Hugo GUTIERREZ VEGA, *Información y sociedad*, Fondo de Cultura Económica, Mexico, 1974; Fernando REYES MATTA (ed.), *La noticia internacional*, ILET, Mexico, 1977; Fernando REYES MATTA (ed.), *La información en el nuevo orden internacional*, ILET, Mexico, 1977; Ludovico SILVA, *Teoría y práctica de la ideología*, Editorial Nuestro Tiempo, Mexico, 1978; en Juan SOMAVIA, "The transnational power structure and international information", in *Laru Studies*, jg. 2, nr. 3, juni 1978.