Ed Hollander en James Stappers

Kleinschalige Massacommunicatie: Kanttekeningen bij een verschijnsel

Verschijnselen die aangeduid worden met de benaming 'kleinschalige massacommunicatie' kunnen in toenemende mate en in toenemende verscheidenheid worden waargenomen. Was het een aantal jaren terug vooral de lokale kabelomroep die de gemoederen bezighield, thans staan ook andere kleinschalige mediavormen als lokale etheromroep, wijkbladen, alternatieve bladen, lokale nieuwsbladen, wijkradio en ook kleinschalige voorlichtingsaktiviteiten in de belangstelling.
De verzamelnaam 'kleinschalige massacommunicatie' die voor deze fenomenen gebruikt wordt lijkt op het eerste gezicht een contradictio in terminis; het voorvoegsel 'massa' in massacommunicatie lijkt immers de toevoeging 'kleinschalig' nagenoeg uit te sluiten. Daarbij moeten we echter bedenken dat de benaming 'massacommunicatie' is ingevoerd uit het amerikaans, zonder dat die term enige affiniteit had met het toen heersende europese spraakgebruik.[1]) Omdat de term gebruikt werd voor verschijnselen waar veel mensen bij betrokken zijn (of eigenlijk: waar veel mensen door bereikt worden) leidde dat tot een interpretatie waarbij de samenstellende delen, – massa en communicatie –, hun oorspronkelijke betekenis schenen te houden, nl. communicatie met een massa. Dit ondanks het feit dat deze combinatie op zich al als een contradictio in terminis beschouwd kan worden.[2]) Maar zolang voor eenieder duidelijk was dat het om massamedia als radio, film, pers en televisie ging leverde de benaming massacommunicatie voor het dagelijks spraakgebruik weinig problemen op.
Wanneer het echter om minder voor de hand liggende media gaat als affiche, redevoering, boek, stencil, demonstratie e.d. en om niet mediaspecifieke communicatievormen als voorlichting, verkondiging, het gesprek op het werk en in de kroeg wreekt zich de tegenstrijdigheid in de term massacommunicatie.[3]) Het is tegen die achtergrond dat vanuit een meer europese traditie in de communikatiewetenschap de term openbare communicatie als alternatief voor de term massacommunicatie wordt gebezigd.[4])

Openbare communicatie is het verspreiden van boodschappen, zodanig dat er in principe niemand en niemand in principe wordt uitgezonderd van de ontvangst. Dat zulk een verspreiding onder daartoe gunstige omstandigheden zoveel ontvangers kan trekken dat de benaming 'massa' niet zou misstaan is zeer waarschijnlijk. Maar tegelijkertijd is het aanbod van dergelijke boodschappen zo talrijk dat het niet meer anders kan of een groot deel van die boodschappen bereikt maar relatief weinig ontvangers. Openbare communicatie omvat zowel de massamedia als andere openbare verspreidingsvormen van boodschappen. Wanneer 'kleinschalige massacommunicatie' gelezen wordt als 'kleinschalige vormen van openbare communicatie' is de aanvankelijke tegenstrijdigheid voor een groot deel weggeruimd. Daarmee is echter niet gezegd dat al die vormen van openbare communicatie waarbij men slechts een gering aantal ontvangers bereikt ook als kleinschalige vormen van openbare communicatie interessant zijn. Met de benaming 'segmentatie' wordt een type massacommunicatie aangeduid waarbij weliswaar ontvangst van boodschappen in principe voor iedereen en voor eenieder in principe openstaat, maar waarbij is ingecalculeerd dat de feitelijke ontvangst beperkt zal zijn. De verspreide boodschappen zijn

wel voor iedereen toegankelijk, maar de thema's zijn qua vorm of inhoud meer op een bepaalde groep gericht en minder op een algemeen publiek. De zenders van zulke boodschappen richten zich tot een gespecialiseerd publiek, dat al bij voorbaat in bepaalde onderwerpen geïnteresseerd is. Zo ontstaan gespecialiseerde media: bladen voor filatelisten, voor zoetwatervissers en voor zoutwatervissers, radioprogramma's voor jongeren en voor klassieke muziekliefhebbers, films binnen en buiten het bioscoopcircuit en ook de (verdere) regionalisering van de radio kan in dit perspectief bezien worden.

Wat we met kleinschalige massacommunicatie op het oog hebben zijn echter die kleinschalige vormen van openbare communicatie die bedoeld zijn voor een in principe beperkte doch open groep van ontvangers die (doorgaans) niet ruimtelijk verspreid zijn: lokale kabel- en etheromroep, buurt- en wijkbladen, gesprekken met buren, kennissen, kollega's e.d. De personen waar het dan om gaat (zowel zenders als ontvangers) hebben gemeenschappelijke interesses; gemeenschappelijke interesses in de dubbele zin van het woord, dwz. gemeenschappelijke belangstelling en gemeenschappelijke belangen. Hierin zit dan ook het verschil met de segmentatiestrategie van grootschalige massamedia. Zenders bij kleinschalige massacommunicatie spreken hun ontvangers aan op de relevantie die bepaalde onderwerpen voor beide (zenders en ontvangers) hebben, omdat beide van eenzelfde gemeenschap deel uitmaken, buurt, wijk, gemeente etc. De onderwerpen die aan de orde komen refereren aan een gemeenschappelijk belang. Het is aan die belangenbehartiging dat kleinschalige massacommunicatie een politieke dimensie ontleent; een dimensie die met name in de verhouding tot de grootschalige massamedia de laatste jaren naar voren is gekomen.

Kleinschalige en grootschalige massacommunicatie

Kleinschalige massacommunicatie heeft als verzamelbegrip betrekking op de toepassing en het gebruik van communicatievormen op kleine schaal.[5]) Hoe klein die schaal is (moet zijn) valt niet zonder meer af te leiden uit de praktijk; kleinschalig lijkt in deze kontekst vooral te betekenen: kleiner dan de grootschalige massamedia.
Evenmin kan uit de soort van communicatievormen die bij kleinschalige massacommunicatie een rol spelen een eenduidig kenmerk afgeleid worden; het gaat hier om een variëteit aan media en andere communicatievormen, van spandoek en muurkrant tot lokale kabelomroep en videotheek. Voor zover er kenmerken te vinden zijn betreft het wederom een afgrenzing van de grootschalige massamedia. Kleinschalige massacommunicatie is iets anders en wil ook iets anders zijn dan de formele, geïnstitutionaliseerde, grootschalige massamedia. Dat betekent dat wanneer bijv. landelijke dagbladen zich via een jeugdpagina of de vrouwenpagina tot een deelgroep uit hun publiek richten, we dit niet tot kleinschalige massacommunicatie rekenen. Men kan zich zelfs afvragen of datzelfde ook niet geldt voor de berichtgeving over een gemeente in het verspreidingsgebied van een regionale krant.
Zowel naar schaal waarop gewerkt wordt als naar soorten communicatievormen wil kleinschalige massacommunicatie voor alles iets anders en wil ook anders zijn dan 'massacommunicatie', massacommunicatie dan opgevat als al datgene waar de 'instituties' pers en omroep voor staan.

Dit afstand nemen van de traditionele massamedia past in een ontwikkeling die in de zestiger jaren op gang kwam en die gekenmerkt wordt door een kritische stellingname jegens alle maatschappelijke instituties, het parlement, de universiteiten, de kerk, het bedrijfsleven en de massamedia. Hiermee

hing samen een zich wijzigende visie op de wijze waarop democratische principes gestalte kregen (dienden te krijgen) in het maatschappelijk bestel. De gangbare opvatting is dat de massamedia, als pijlers van de democratie een waakhondfunktie vervullen: het kritisch volgen van de politiek. Deze opvatting veronderstelt echter wel een vertrouwen in de waakzaamheid van het beest en juist op dat punt vonden sommigen dat tekort geschoten werd, anderen vonden dat de hond te selectief blafte: bijvoorbeeld de neiging had om niet voldoende waaks te zijn als het gevestigde autoriteiten betrof.
Tegenover het gedelegeerde vertrouwen in het funktioneren van de massamedia en van het parlement groeide een andere opvatting van democratie, de participatiedemocratie. Dit hield in meer medezeggenschap over voor betrokkenen relevante zaken, participatie in besluitvormingsprocessen en daarmee samenhangend grotere participatie in menings-uiting en meningsvorming over relevante zaken.[6])

Op nationaal nivo manifesteerde deze ontwikkeling zich in het ontstaan van alternatieve (niet-massamediale) vormen van openbare communicatie; alternatieve of undergroundpers, alternatief filmcircuit e.d. Parallel hieraan valt op regionaal en lokaal nivo een tendens te konstateren dat men zich in toenemende mate ging richten op thema's in de directe woon-, werk- en leefsituatie, getuige de opkomst van actiegroepen, wijk- en buurtcomité's, huurdersverenigingen, milieugroepen e.d. Omdat de onderwerpen waar men zich op richt veelal op lokaal nivo spelen en omdat de politieke besluitvorming op hetzelfde nivo ligt (gemeenteraad) ontstaat een oriëntatie op lokaal nivo waarbij groeperingen uitingsvormen zoeken om mede-inwoners te wijzen op zaken die van belang zijn. Deze kleinschalige vormen van openbare communicatie zijn niet altijd zozeer op confrontatie gericht maar vooral op de articulering, meningsvorming, uitwisseling van ideeën en discussie.[7]) Tegen deze achtergrond groeit het belang van lokale of kleinschalige communicatievormen als uitingsmiddel voor groeperingen, vooral omdat grootschalige massamedia dergelijke uitingsmogelijkheden niet of in onvoldoende mate (kunnen) bieden en omdat massamedia, als ze dat zouden willen –, gezien de algemene publieksverwachtingen en gezien de professionele opvattingen van massamediaproducenten – nauwelijks in staat zijn dergelijke specifieke thema's in hun aanbod op te nemen.[8]) Het is deze dubbele diskwalificatie van de grootschalige massamedia – gebrek aan vertrouwen in wat ze wel doen en hoge prioriteit voor die zaken die massamedia niet (kunnen) doen – die de verhouding tussen kleinschalige en grootschalige massacommunicatie karakteriseert.

Kenmerken van kleinschalige massacommunicatie

De afgrenzing van kleinschalige vormen van openbare communicatie tegenover de grootschalige massamedia houdt echter geenszins in dat daarmee het verschijnsel kleinschalige massacommunicatie adequaat in kaart is gebracht. Uit het voorgaande is duidelijk geworden dat het naast kleinschalige media om veel meer gaat dan media alleen en dat in feite alle uitingsvormen, van gesprekken tot samenscholingen en van muurkrant tot pamflet in aanmerking komen. Op dit punt wreekt zich het feit dat onderzoek zich veelal tot de media heeft beperkt, landelijke media maar ook lokale media. Voor zover onderzoek op lokaal nivo plaatsvond ging het dan vooral om de afzonderlijke lokale media en hun publiek, i.c. de lokale dagbladpers.[9]) Thans is er een tendens om niet uitsluitend de aandacht te richten op specifieke media maar op integrale communicatiestructuren. Een dergelijke benadering leent zich minder voor onderzoek op macro-nivo en is sterk gebaat bij onderzoek binnen een lokale setting, omdat juist onderzoek op lo-

kaal nivo inzicht geeft in de samenhang tussen verschillende vormen van openbare communicatie. De vraag is dan niet langer 'wat doen de media met de mensen?' zelfs niet: 'wat doen mensen met de media?', maar 'welke rol speelt openbare communicatie in menselijke samenlevingen?' Het onderzoek richt zich dan op kleine eenheden, enerzijds om die integrale aanpak te verwezenlijken, anderzijds om ook de kontekst van die eenheid in het onderzoek te betrekken.

Dit andere perspectief op massacommunicatie – van media naar communicatienetwerken – leidt tot andere uitgangspunten en tot andere theoretische concepten. Zo merkt Chaney op: ". . . the inadequacies of conceptualizing the communication process as one of 'exchange' or 'information transmission' has meant a growth of interest in the communal grounds of communicative interaction. In this perspective the social organization of the possibilities for communication can be seen to structure the politics of collective experience".[10]) Uitgangspunt is hier dat openbare communicatie van wezenlijk belang is voor de collectivering van ervaringen en dat de kontekst waarbinnen dat gebeurt – 'Community' – essentieel is voor de interpretatie van collectieve ervaringen. Chaney zet zich dan ook af tegen de opvatting dat massamedia deze zelfde functie zouden kunnen vervullen. In zijn ogen is het naïef te veronderstellen dat openbare communicatie de funktie heeft van een spiegel of van een telescoop waardoor de aandacht gevestigd zou worden op zaken die van belang zijn; het is naïef omdat gesuggereerd wordt dat het belang van gebeurtenissen in die gebeurtenissen zelf ligt besloten en dat communicatie dat belang aan eenieder zichtbaar maakt, terwijl het in feite zo is dat in iedere collectiviteit machtsrelaties spelen en dat het belang wat aan gebeurtenissen toegekend moet worden afhankelijk is van de kontekst en van de aspiraties en bedoelingen van de leden van die collectiviteit. Een soortgelijke opvatting treffen we aan bij Negt en Kluge, wanneer zij, vanuit een kritiek op de massamedia het concept 'Öffentlichkeit' inhoud geven. Zij vatten het begrip openbaarheid op als het organiseren – d.m.v. openbare communicatie – van authentieke ervaringen en behoeften welke voor een bepaalde groep relevant zijn.[11])

Tussen beide concepten, 'Öffentlichkeit' en 'Community' bestaan overeenkomsten die met name voor de bestudering van kleinschalige massacommunicatie interessant zijn. Zo wordt er in beide concepten vanuit gegaan dat er niet een, allesomvattende Öffentlichkeit of Community bestaat maar dat het gaat om 'Teil-Öffentlichkeiten' en om meerdere 'Communities'. Dat wil zeggen dat afhankelijk van de relevantie van datgene waar openbare communicatie over gaat zich een eenheid laat onderscheiden van participanten aan die openbare communicatie die vanuit een gemeenschappelijk belang, maar in elk geval vanuit een gemeenschappelijke belangstelling een Community of een Öffentlichkeit vormen. De kontekst van dat gebeuren speelt een rol in de mate waarin de sociale struktuur waarvan de participanten deel uitmaken mede bepaalt of en in hoeverre sommige thema's relevant zijn. De twee concepten vullen elkaar aan in de zin dat het concept 'Community' de maatschappelijke structuur-aspecten benadrukt terwijl in het concept 'Öffentlichkeit' het communicatie-aspect meer gewicht krijgt. Essentieel in beide concepten is echter openbare communicatie over voor de betrokkenen – d.w.z. zenders en ontvangers samen – relevante zaken. Vanuit die gedachtengang creëert het gesprek op de universiteit over de dreigende opheffing van 'n vakgroep een eigen Community c.q. een eigen Öffentlichkeit. In zo'n gesprek heeft het onderwerp eenzelfde relevantie voor zenders en ontvangers terwijl de sociale struktuur in zoverre een rol speelt dat de deelnemers aan het ge-

sprek in hun hoedanigheid als medewerkers of studenten verontrust zijn. Vanuit hetzelfde perspectief kan ook communicatie onder ethnische minderheden of de communicatie in een nieuwbouwwijk bezien worden.

De hier aangeduide gedachtengang kunnen we doortrekken naar kleinschalige massacommunicatie op lokaal of sublokaal nivo. Het in de duitstalige literatuur gebezigde concept is 'lokale Öffentlichkeit'. De gedachtengang die eraan ten grondslag ligt is dat een 'Öffentlichkeit' wat betreft sociale struktuur samenvalt met een lokale eenheid, de gemeente, het dorp, het stadsdeel of de wijk. In het engels spreekt men dan van een 'geographical community'. Veelal wordt er min of meer vanuit gegaan dat een wijk of een gemeente een 'community' vormt. Correcter zou het zijn om na te gaan of dit inderdaad het geval is. Het kan zijn dat in een grote gemeente op het nivo van de gemeente geen 'community' aan te treffen is: er zijn bv. geen thema's die door de inwoners als relevant voor de hele gemeente ervaren worden, terwijl dit bv. wel het geval kan zijn op wijk- of buurtnivo.
De verschillen in verloop en in de mate van succes tussen de in Nederland gehouden experimenten met lokale kabelomroep zijn mede te verklaren uit de verschillen tussen het bestaan van een 'community' en een lokale 'Öffentlichkeit' (zoals in Goirle, Melick of Dronten) dan wel het ontbreken van zulk een 'community' of 'Öffentlichkeit' op het nivo waarop de lokale omroep zich richtte (zoals in Zoetermeer en Bijlmermeer).[12])

De maatschappelijke betekenis van kleinschalige massacommunicatie

De politieke klimaatsverandering, waarbij een grotere aandacht voor het idee van participatiedemocratie op kwam, bracht de kleinschalige massacommunicatievormen in de belangstelling, zowel van de zittende machthebbers als van de veranderingsgezinden. Dat leidde tot opleving van die kleinschalige massacommunicatievormen; was het al niet een kwantitatieve groei (er is geen betrouwbaar cijfermateriaal voorhanden om dienaangaande uitspraken te doen) dan toch een groei in élan. De opkomende vormen kregen ook de welwillende belangstelling van wetenschapsbeoefenaren en aanstaande wetenschapsbeoefenaren. Vooral de meer oppositionele en de minder-legale verschijningsvormen: underground, piraten, muurkranten. De aandacht van de autoriteiten ging – niet geheel onbegrijpelijk – meer uit naar de mogelijk illegale aspecten van die activiteiten. In een tijd dat men zei zich zorgen te maken over de verschraling in de nieuwsvoorziening, de vermindering van de meningspluriformiteit en het opkomen of zelfs overheersen van 'one-paper-cities', werden de spontaan optredende bescheiden pogingen om de nieuwsvoorziening te verrijken, de meningspluriformiteit te vergroten en het 'one-paper'-karakter af te zwakken met wantrouwende ogen bekeken. Het is niet waarschijnlijk dat zulks alleen verklaard moet worden uit het oppositionele karakter van die pogingen. Ook de zeer legale en in veel opzichten traditionele vormen – men denke slechts aan de nieuwsbladpers – werd en wordt veelal verwaarloosd. Het feit dat deze laatste vaak professioneel wordt bedreven en mede op grond van marktoverwegingen in stand blijft, maakt haar voor de voorstanders van het 'alternatieve' natuurlijk ook niet bijster interessant. Maar blijkbaar evenmin voor anderen. Dat huis-aan-huisbladen voor een groot deel in handen (gekomen) zijn van de weinige dagbladuitgevers is economisch heel begrijpelijk en uit het oogpunt van bedrijfsvoering van die ondernemingen uitstekend te begrijpen. Tegen de bezwaren van de 'one paper city' helpt het natuurlijk niets.
Voor het gebrek aan politieke belangstelling – of correcter: het gebrek aan belangstelling bij politici – zijn min-

stens twee argumenten aan te geven. Op de eerste plaats vertoont mediabeleid sterk de neiging een crisisbeleid te zijn: de omroepwet wordt veranderd omdat vanaf de Noordzee piraten beginnen uit te zenden, de zgn. kerstbeschikking van 1971 wordt afgekondigd omdat de kabels ook ongestraft gebruikt kunnen worden door daartoe niet aangewezenen.
Deze constatering is niet alleen maar kritiek: veel ontwikkelingen op mediagebied zijn niet te voorzien geweest. Trouwens als alles was voorzien en door regelingen voorkomen, zouden de problemen wel anders maar niet noodzakelijkerwijs geringer geweest zijn.
Op de tweede plaats is het besef dat de diverse vormen van openbare communicatie een interdependent geheel vormen maar heel langzaam aan het doordringen. Weliswaar spreekt de WRR nota van een 'samenhangend' mediabeleid,[13]) maar eigenlijk is dat alweer een stap terug omdat in politieke kringen de uitdrukking 'geïntegreerd' mediabeleid niet wenselijk gevonden werd, omdat geïntegreerd beleid niet voor mogelijk werd gehouden. Misschien is het niet mogelijk geïntegreerd beleid te voeren en heel moeilijk samenhangend beleid te voeren; men moet echter wel bedenken dat de massacommunicatieve werkelijkheid wèl samenhangt en wel naar integratie neigt.
De moeilijkheden om tot een samenhangend, laat staan een geïntegreerd beleid te komen hangen samen met de moeilijkheden om de belangen van de omroep (= Hilversum) en van de Pers (= de dagbladen) op een lijn te krijgen. Het zou wenselijk zijn als de voor het beleid verantwoordelijken zich realiseerden dat een samenhangend communicatiebeleid op lokaal niveau even hard nodig is, en dat de ontwikkeling daarvan niet hoeft te wachten op het landelijk mediabeleid. Bij zo'n lokaal beleid zouden niet alleen de lokale media betrokken moeten worden maar ook andere activiteiten als de overheidsvoorlichting, de openbare leeszaal e.d. En er zou rekening moeten worden gehouden met de bestaande structuur van de lokale Öffentlichkeit.

De wetenschappelijke betekenis van kleinschalige massacommunicatie

'Massacommunicatie' wordt meestal opgevat als een activiteit van weinigen, professionele zenders, die met behulp van hen daartoe ten dienste staande instrumenten, media geheten, boodschappen zenden aan zeer vele ontvangers die daardoor beïnvloed worden. In het voorgaande is duidelijk geworden dat een dergelijke opvatting weinig adekwaat is, bovendien is ze in het licht van de onderzoeksresultaten van de laatste decennia onhoudbaar. Dat verhinderde echter niet dat ze impliciet toch werd aangehouden: beleidsmakers en ook onderzoekers zàgen dat massacommunicatie "iets deed" in de samenleving, en bij gebrek aan inzicht over hoe dat gebeurde hielden ze ongemerkt en misschien wel onbewust vast aan verworven theorie zolang ze de nieuwe inzichten nog niet in toepasbare vorm in handen hadden. 'Massacommunicatie' is echter een proces waaraan door zenders èn ontvangers, elk op grond van eigen motieven, wordt deelgenomen.[14])
Bovendien gaat het niet om geïsoleerde media-activiteit maar om een samenhangend geheel van informatieverschaffing en informatie-inwinning. Die samenhang is op kleine schaal gemakkelijker te bestuderen: gemeenschappelijke belangen en gemeenschappelijke belangstelling van alle betrokkenen zijn eerder inzichtelijk te maken. Derhalve zou uitvoerige bestudering van kleinschalige massacommunicatie kunnen leiden tot meer en beter inzicht in hoe massacommunicatie überhaupt – dus ook de grootschalige "werkt". Meer inzicht in kleinschalige massacommunicatie betekent dan bijgevolg ook meer afstand van de simplistische en mechanistische visie van communicatie als informatie-transport.[15])

En ook het andere gereleveerde aspect wordt bij bestudering van kleinschalige massacommunicatie duidelijk. De strenge scheiding van actieve beroeps-zenders aan de ene kant en een passief, althans afwachtend publiek aan de andere kant gaat duidelijk niet op. Meer en meer leden van de samenleving worden bij het informatieverschaffend aspect betrokken (de democratisering van de massacommunicatie), meer en meer mensen zijn niet alleen ontvanger maar óók zender. Het meest typerend valt dat aan te wijzen in een van de prototypen van openbare communicatie: het gerucht, waar iedereen zender èn ontvanger is, en de informatievoorziening een gezamenlijke collectieve activiteit.
Aandacht voor kleinschalige massacommunicatie is op deze wijze een nieuwe opening voor de communicatiewetenschap.

NOTEN

1. J.G. Stappers, Inleiding: ontwikkelingen in de massacommunicatie, in: J.G. Stappers (red), *Massacommunicatie en Samenleving*, van Gorcum, Assen, 1982, p. 9-10.
2. Ph. Elliot, Mass communication – a contradiction in terms, in D. McQuail (ed) *Sociology of Mass Communication*, Penguin Books, Harmondsworth 1972, p. 237-259.
3. Cfr. H. Menzel, Quasi-mass communications: a neglected area. *Public Opinion Quarterly, 1971, XXXV, 3*, p. 406-409.
4. J.G. Stappers, *Publicistiek en Communicatiemodellen*, diss. Nijmegen, 1966, Hfdst. 3.
5. E. Hollander, *Kleinschalige Massacommunicatie: Lokale Omroepvormen in West-Europa*, W.R.R., M.2., Staatsuitgeverij, 1982, p. 17 ev.
6. R. Geissler, *Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie*, Mohr, Tübbingen, 1973.
7. H. Dunckelmann, *Lokale Öffentlichkeit*, Kohlhammer Verlag, Stuttgart, 1975.
8. F. Böckelmann, *Theorie der Massenkommunikation*, Suhrkamp, Frankfurt a.M. 1975.
9. P. Dorsch, Lokale Kommunikation, Ergebnisse und Defizite der Forschung, *Publizistik, 1978, XXIII, 3*, p. 189-201; U. Saxer, Lokale Kommunikation, Anspruch und Realität: Bilanz der Forschung, *Media Perspektiven 1978, 5*, p. 367-379.
10. D. Chaney, Communication and community, *Communication, 1978, VII, 1*, p. 1.
11. O. Negt & A. Kluge, *Öffentlichtkeit und Erfahrung*, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1972, p. 470, noot 5.
12. J.G. Stappers & E.H. Hollander, Bürgernahes Fernsehen und Kabelpilotprojekte, *Rundfunk und Fernsehen, 1981, XXIX, 1*, p. 13-26; J.G. Stappers, Lokales Kabel Fernsehen in den Niederlanden, *Media Perspektiven, 1978, 12*, p. 877-886.
13. Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, *Samenhangend Mediabeleid*, Staatsuitgeverij, 's Gravenhage, 1982.
14. J.G. Stappers, A.D. Reynders & W.A.J. Möller, *De Werking van Massamedia*, W.R.R., M.16., p. 160 e.v.
15. Cfr. D. Chaney, *l.c.*