

Boekbesprekingen

Tussenstand: 25 jaar Tijdschrift voor Taalbeheersing

Frans van Eemeren, Paul van den Hoven, Carel Jansen & Peter Jan Schellens (redactie, 2002)
Assen: Van Gorcum

ISBN 90 232 3887 7; 230 BLZ.; € 19,95

Bedrijfscommunicatie II

Corine van den Brandt & Margot van Mulken (redactie, 2002)
Nijmegen: Nijmegen University Press

ISBN 90 5710 111 4; 264 BLZ.; € 15,-

De twee hier te bespreken bundels geven een selectief, maar tamelijk representatief beeld van de bestudering van communicatie vanuit voornamelijk taalkundig, tekstwetenschappelijk en conversatieanalytisch perspectief, die aan de Nederlandse letterenfaculteiten traditioneel plaatsvindt binnen de taalbeheersing van het Nederlands, maar inmiddels geïnstitutionaliseerd is onder de naam *Communicatie- en Informatiewetenschappen* (CIW). Beide bundels zijn gelegenheidsbundels: het een ter viering van het 25-jarig bestaan van het tijdschrift dat in belangrijke mate het gezicht van de taalbeheersing in Nederland bepaald heeft, en het ander als eerbetoon aan de Nijmeegse conversatieanalyticus Dick Springorum ter gelegenheid van zijn afscheid.

In *Tussenstand: 25 jaar Tijdschrift voor Taalbeheersing* zijn veertien door redactie en redactieraad geselecteerde artikelen uit de jaargangen 1979 tot en met 1999 van dat tijdschrift herdrukt. Waarom de meest recente jaargangen niet vertegenwoordigd zijn, wordt in de bundel niet toegelicht, evenmin als de volgorde van de bijdragen. Die is niet chronologisch, maar alfabetisch, wat met name voor de jongere lezer een mooie uitdaging had kunnen zijn om zich aan een datering van de bijdragen te wagen – ware het niet dat het oorspronkelijke jaar van publicatie op de eerste pagina van elk artikel vermeld staat.

Van Eemeren benadrukt in zijn redactioneel voorwoord dat de selectie niet compleet, maar wel representatief is. Dat laatste gaat ook op voor de historische ontwikkeling van centrale thema's, vraagstellingen en methoden. De vijf artikelen uit de eerste tien jaar (1979-1989) gaan over schrijf- en leesprocessen en normatieve tekstbeoordeling, terwijl in de jaren 1990 tekstwetenschappelijk onderzoek en institutionele communicatie centraal staan – veranderingen in het vakgebied die ook in de reeks bundels van Braet terug te vinden zijn, waarin taalbeheersing in 1980 als 'nieuwe retorica', in 1993 als 'tekstwetenschap' en in 2000 als 'communicatiewetenschap' gepresenteerd wordt. Overigens gaat het hierbij niet zozeer om een verschuiving, als wel om een verruiming van het vakgebied. Nog steeds wordt de kern van de taalbeheersing gevormd door analyse en beoordeling van teksten, maar er is meer aandacht voor de institutionele context en voor het feitelijk gebruik van teksten door hun doelgroepen, en een breder spectrum van tekstsoorten en onderzoeksmethoden. Taalbeheersing is, zoals Spoor (2003) in zijn oratie betoogt, een 'interdiscipline' geworden.

Waar de taalbeheersing zich in de richting van CIW ontwikkeld heeft zonder haar disciplinaire wortels kwijt te raken, is binnen CIW de taalbeheersing als de misschien belangrijkste moederdiscipline in onderwijs en onderzoek nadrukkelijk aanwezig. Dat blijkt ook uit de bundel *Bedrijfscommunicatie II*. De twintig originele artikelen en essays in deze bundel bestrijken een veel breder gebied dan de titel 'Bedrijfscommunicatie' zou doen vermoeden. In feite betreft het een boeiende vlootshouw van onderzoek in en om de afdeling Bedrijfscommunicatie aan de Katholieke Universiteit Nijmegen. De auteurs zijn op enkele uitzonderingen na docenten en afgestudeerden van de Nijmeegse CIW-opleiding Bedrijfscommunicatie. Inhoudelijk loopt als rode draad het concept 'perspectief' door bijna alle bijdragen. Hierbij dient wel aangemerkt te worden, dat dit notoir vage concept hier zeer uiteenlopende interpretaties krijgt: van talige en tekstuele realisaties van polyfonie ('Wie spreekt?'), interactionele 'rolneemvaardigheid' en interculturele bewustwording, tot aan feedbackstrategieën in het schrijfonderwijs.

De bijdragen worden in vijf secties gepresenteerd: 'Feedback', 'Interactie-analyse', 'Imago en interne communicatie', 'Interculturele communicatie' en 'Genres'. De eerste twee sectietitels zijn enigszins misleidend. Onder de noemer 'Feedback' gaat het eigenlijk om academische schrijfvaardigheid, met twee essays over schrijfonderwijs en een empirisch onderzoek naar ontwikkelingsgerichte feedback bij academische schrijfp opdrachten. De sectie 'Interactie-analyse' begint met twee bijdragen (van Ensink en Foolen) over de inbedding van geciteerd materiaal in doorgaans monologische (i.c. kranten)teksten en eindigt met een onderzoek naar de beoordeling van de beroepsspecifieke gespreksvaardigheid van buitenlandse artsen. De enige interactieanalytische bijdrage in deze sectie is een uiteenzetting over sequentieel redeneren van Mazeland. In de sectie 'Imago en interne communicatie' komen zo uiteenlopende onderwerpen als de imagowaarde van kunstcollecties, interne communicatie rondom een stadsvernieuwingsproject en het gebruik van *large scale interventions* bij organisatieveranderingen aan bod. 'Interculturele communicatie' is met vier bijdragen vertegenwoordigd, met als thema's:

interculturele bewustwording, wederzijdse beoordeling van presentatiegedrag door Nederlanders en Duitsers, vreemde talen in Nederlandse organisaties en een crosslinguïstische vergelijking van temporeel perspectief in verdachtenverklaringen in vier talen. De 'Genres' in de laatste sectie zijn call-in-talkshows, tijdschriftadvertenties, on line wetenschappelijke tijdschriften en contactadvertenties in verschillende Europese landen. Al met al een breed en gevarieerd palet van thema's, vragenstellingen en methoden die als typerend voor CIW-onderzoek kunnen worden beschouwd.

Resteert de (in de voorwoorden en aankondigingen niet aan de orde gestelde) vraag voor wie deze bundels bedoeld zijn. Mede gezien de relatief 'zachte' prijs van beide bundels zou in elk geval ook aan studenten gedacht kunnen worden. Bij gebruik door studenten zou er overigens wel op gewezen moeten worden dat bij *Bedrijfscommunicatie II* een flink aantal onge-rechtigdheden in teksten en literatuurlijsten aan de aandacht van de redacteurs zijn ontsnapt. Ook zijn de bijdragen hier – geheel terecht voor het genre en de doelstelling – minder uitgerijpt dan we dat van tijdschriftartikelen zouden verwachten. Desondanks zijn beide bundels zonder meer aan te raden voor wie zich wil oriënteren op taalbeheersing en CIW in het Nederlands taalgebied.

Communicatieonderzoek (in Nederland en elders) kenmerkt zich door grote variatie in theorieën en methoden. Organisaties als de Vereniging Interuniversitair Overleg Taalbeheersing (VIOT), tijdschriften als *Tijdschrift voor Taalbeheersing* en *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* en bundels zoals deze twee, zorgen ervoor dat de verschillende benaderingen steeds weer bij elkaar gebracht worden. Ik deel de hoop van Craig (1999) dat wederzijdse kritische receptie en dialoog tussen deze benaderingen tot een 'dialogisch-dialectische coherentie' zullen leiden, dus tot samenhang en samenwerking met behoud van de theoretische en methodologische pluriformiteit.

Gisela Redeker
Communicatie- en Informatiewetenschappen
Rijksuniversiteit Groningen

Literatuur

Braet, A. (red., 1980). *Taalbeheersing als nieuwe retorica*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

Braet, A. & Gein, J. van de (red., 1993). *Taalbeheersing als tekstwetenschap: terreinen en trends*. Dordrecht: ICG.

Braet, A. (red., 2000). *Taalbeheersing als communicatiewetenschap: Een overzicht van theorievorming, onderzoek en toepassingen*. Bussum: Coutinho.

Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9, 119-161.

Spooren, W. (2003). Taalbeheersing als interdiscipline. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 25(4), 342-356.

De puinhopen in het nieuws: De rol van de media bij de Tweede-Kamerverkiezingen van 2002

Jan Kleinnijenhuis, Dirk Oegema, Jan de Ridder, Anita van Hoof & Rens Vliegthart (2003)
Alphen a/d Rijn/Mechelen: Kluwer

ISBN 90 130 0067 3; 156 BLZ.; € 30,55

Zelden was er voor de Nederlandse politiek zoveel aandacht als in mei 2002. Er waren enkele goede redenen voor. Het verloop van de verkiezingscampagne en met name de steile opgang van de extravagante nieuweling Pim Fortuyn waren zonder meer indrukwekkend. De moord op de veelbesproken politicus zorgde voor een dramatische anticlimax, maar verhoogde tevens het historische karakter van de campagne. De moord werd snel opgehelderd, maar over het fenomeen Fortuyn en het bizarre verloop van de verkiezingen blijven nog heel wat vragen onbeantwoord.

Een eerste uitgebreide poging om zicht te krijgen op wat de auteurs omschrijven als 'de meest

bijzondere campagne uit de Nederlandse parlementaire geschiedenis' wordt ondernomen door de onderzoeksploeg rond Kleinnijenhuis. De vijf communicatiewetenschappers richten hun aandacht voornamelijk op de rol die de media in de campagne speelden. Het feit dat het boek een jaar na de bewuste feiten al in de winkel ligt, doet vermoeden dat het om een vluchtige analyse van enkele programma's en kranten gaat. Niets is minder waar. De berichtgeving van verschillende krantentitels (vijf) en nieuwsuitzendingen (drie) werd in het half jaar voor de verkiezingen nauwgezet ontleed tot op zinsniveau. Deze gedetailleerde mediadata worden verder aangevuld met een (bescheiden) panelsurvey-onderzoek om na te gaan hoe de partijvoorkeur van de kiezer tijdens de campagne vorm kreeg. Alsof dit nog niet voldoende is, kunnen de onderzoekers hun bevindingen nog in longitudinaal perspectief plaatsen. Ook tijdens de verkiezingscampagnes in 1994 en 1998 werd immers een gelijkaardige media-analyse ondernomen. Een geïnteresseerde lezer uit België, waar het onderzoek naar verkiezingscampagnes en de media niet veel verder staat dan in de Baltische staten, steekt zoveel wetenschappelijke rijkdom meer dan eens de ogen uit. In Nederland is men op het vlak van campagne-onderzoek iets meer gewend en kan men als het bijvoorbeeld over infotainmentprogramma's gaat, rustig naar het onderzoek van enkele collega's verwijzen. Kortom, voor in media en/of politiek geïnteresseerden is dit boek een must, zelfs al zouden Kleinnijenhuis et al. met hun onderzoek weinig interessants aanvangen. Gelukkig doen ze dat wel en staat het boek vol boeiende bevindingen en relevante interpretaties.

Een eerste interessante vaststelling is dat veel aandacht in de media niet noodzakelijk is voor electoraal succes. Wel het soort nieuws en de timing zijn belangrijk, stellen Kleinnijenhuis et al. Zo kreeg de uiteindelijke grote winnaar van de verkiezingen, het CDA, slechts 7% van de totale mediakoek. De PvdA, de grote verliezer, kreeg vier keer meer aandacht. De auteurs tonen aan hoe de partij van Balkenende erin slaagde om kritiek te geven op Paars en zelf buiten schot te blijven. Het CDA was bovendien zo slim om het succes van Pim Fortuyn tijdig in te schatten en

haar pijlen niet op de LPF te richten. Na de moord op de flamboyante politicus waren de christen-democraten van Balkenende dan ook een valabel alternatief voor de LPF. Met de mediawind in de zeilen, werd het CDA in de laatste weken afgeschilderd als een potentiële winnaar. Niet onbelangrijk vermits uit de effectstudie in het boek blijkt dat succes vaak leidt tot meer succes.

Zo is ook de analyse van de manier waarop Fortuyn zijn standpunten in de media bracht, zeer leerzaam en brengt ze meer inzicht in zijn succes. 'Haalde hij de media in eerste instantie door de extremiteit van zijn standpunt, in tweede instantie verscheen hij weer op de voorpagina's toen hij diezelfde standpunten sterk matigde'. De onderzoekers stellen dan ook terecht dat een belangrijk deel van het fenomeen Fortuyn moet gezocht worden in 'ordinair politiek vakwerk', wat het verkondigen van een politiek verhaal in campagnetijd betreft. De inhoud was belangrijk en het charisma van Fortuyn daaraan ondergeschikt. Al moet opgemerkt worden, dat zulke aandacht voor één politicus ongezien is in de Nederlandse context en dat Fortuyn helemaal alleen verantwoordelijk is voor een spectaculaire personalisering van de politieke campagne van 2002.

De auteurs geven nog meer voorbeelden van hoe het spel en de verhoudingen tussen de verschillende partijen (en de vertaling daarvan in de media) cruciaal kunnen zijn om de uiteindelijke uitslag te verstaan. De zeer gedetailleerde effectstudie toont aan dat de media tijdens dit spel niet aan de zijlijn staan, maar dat hun rol ook niet overschat mag worden.

Hoewel de auteurs de impact van de media niet opblazen, zijn ze toch zeer kritisch over de nefaste rol die de kranten en het televisienieuws in deze campagne hebben gespeeld, wat ook blijkt uit de titel van het boek. Op dit punt heb ik de indruk dat ze verder willen springen dan hun data toelaten. Ten eerste gebruiken de auteurs te weinig en niet altijd correct hun longitudinaal materiaal om deze historische campagne te duiden. De auteurs verontrusten zich erover dat het conflictgeoriënteerde nieuws verder toeneemt. Bij het bekijken van de cijfers valt mij echter de stabiliteit van de soorten nieuws op en niet zozeer de verandering. Het aandeel van het con-

flictnieuws is inderdaad hoog (49%), maar niet toegenomen in vergelijking met de typische, oer-Nederlandse campagne van 1998 (en amper 2% in vergelijking met 1994). Dat betekent dat de zeer omstreden politicus Fortuyn nauwelijks een impact heeft gehad op de aard van het nieuws. De voorliefde van de media voor conflicten stamt allicht van voor de jaren 1990 en vraagt onderzoek dat verder teruggaat in de tijd. Belangrijker is de argumentatie dat de media zich hebben laten opjagen door Fortuyn en dat plots veel negatiever werd bericht over de feitelijke toestand waarin Nederland zich bevond. De media namen het 'puinhopenverhaal' over, zonder na te gaan of het wel klopte. De auteurs stellen zich hierbij grote vragen. Jammer genoeg tonen ze zelf niet aan waarom het puinhopenverhaal niet geoorloofd was. Er word enkel verwezen naar een 'survey' van *The Economist* dat Nederland er in vergelijking met de buurlanden nog niet zo slecht aan toe was. Het zou allicht nuttig zijn om de argumentatie op dit vlak verder uit te werken.

Deze bedenkingen doen weinig af aan de rijkdom van het onderzoek en het boek dat ik met plezier heb verorberd. Al vraag ik me wel af of het boek voor heel wat geïnteresseerden niet al te rijk is aan gegevens en daardoor toch wat zwaar op de maag kan liggen. Mijn suggestie zou dan ook zijn om bij een volgend boek bepaalde verhaallijnen van de campagne er uit te lichten en niet alle gegevens in één boek te presenteren. Ik geef toe: het zijn luxeproblemen waar de meesten van ons niet mee kampen.

Peter Van Aelst
 onderzoeksgroep 'Media, Middenveld
 en Politiek' (M2P)
 Universiteit Antwerpen

De schepping van de wereld in het nieuws: De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken

Jaap van Ginneken (2002)
Alphen a/d Rijn/Mechelen: Kluwer

ISBN 90 140 9273 3 (PAPERBACK); 235 BLZ.; € 34,75

Een aantal jaren geleden heb ik de Engelse versie van dit boek, *Understanding global news: A critical introduction*, al eens gerecenseerd voor een ander tijdschrift. Als ik dat stuk er nog eens op nalees, valt me de enigszins geïrriteerde toon op waarmee ik een aantal zaken uit het boek aankaart. Nu ik de Nederlandse vertaling lees, die hier en daar is geactualiseerd met een *box-text*, verbaast me die verontwaardigde toon een beetje. *De schepping van de wereld in het nieuws* is helemaal zo'n slecht boek niet, als je tenminste in het oog houdt voor welk publiek het geschreven is: met name voor studenten journalistiek (en volleurde journalisten?) en communicatiewetenschap.

Toch kan ik me ook wel wat voorstellen bij mijn toenmalige irritatie. Psycholoog, docent communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam en media-personality Jaap van Ginneken is niet iemand die de nuance zoekt. Van Ginneken legt de lezer uit hoe de wereld in elkaar steekt en dat heeft zijn voordelen – het leest lekker weg – maar ook zijn nadelen. Zo neigt hij nu en dan naar een stijl waarvan men zich in kritische communicatiestudies ook nogal eens bedient. Zinsneden als 'verborgen ideologieën' en 'de schijnbaar neutrale rasters die de schepping van de wereld in het nieuws stilzwijgend oriënteren' sturen de lezer iets te veel in de richting van complottheorieën, terwijl met meer neutrale formuleringen hetzelfde punt ook gemaakt kan worden. Daarnaast verwijst de auteur wel heel graag naar eigen werk en veel minder graag naar dat van anderen. Maar dit terzijde.

De schepping van de wereld in het nieuws geeft een overzicht van de manier waarop het nieuws op wereldschaal totstandkomt, het problematische karakter van deze productie van nieuws en de gevolgen voor de inhoud en vorm van het nieuws dat de lezers en kijkers voorgeschoteld krijgen.

Zoals bijvoorbeeld Berger en Luckmann dat vóór hem deden, stelt Van Ginneken dat de werkelijkheid totstandkomt doordat mensen hem definiëren. Journalisten zijn wat dat betreft net gewone mensen: ook zij creëren een beeld van de wereld wanneer ze een gebeurtenis tot 'nieuws' bombarderen, een stuk schrijven in de krant of een reportage maken voor een nieuwsuitzending. Een verschil met niet-journalisten is dat journalisten dit wereldbeeld openbaar maken, het voor grote groepen mensen beschikbaar maken. Aangezien de meeste mensen van de meeste gebeurtenissen uit het nieuws niet zelf directe kennis hebben, hebben ze een gemedieerd wereldbeeld, een wereldbeeld waarin mensen over de hele wereld gesocialiseerd worden.

Het wereldbeeld dat door de media wordt verspreid, is dus verre van objectief. Typisch journalistieke opvattingen over objectiviteit, nieuwswaarde en 'goede' journalistiek in het algemeen, zorgen er bijvoorbeeld voor dat bepaalde gebeurtenissen als 'nieuws' worden beschouwd en andere niet. Journalisten lijken zich van de subjectiviteit van hun professe nauwelijks bewust. Wanneer hen ernaar gevraagd wordt, zijn ze nauwelijks in staat de rol van de eigen individuele en professionele (voor)oordelen bij het maken van nieuws in te schatten. Sterker, journalisten houden graag het imago in stand van de journalist als objectief doorgeefluik van nieuws: 'Wij rapporteren slechts wat er gebeurt.' Dat het beeld van de journalist als objectieve verslaggever niet klopt, blijkt op grofweg twee manieren. Ten eerste selecteren journalisten gebeurtenissen om verslag van te doen; verreweg de meeste gebeurtenissen die op een dag in de wereld plaatsvinden, komen niet in de krant of in het journaal terecht. Om het met Van Ginneken te zeggen: er gaan dagelijks in de hele wereld zo'n 140.000 mensen dood, maar het overgrote deel van deze tragische gebeurtenissen wordt – logischerwijze – geen nieuws. Journalisten zeggen vaak dat ze dit doen op basis van 'nieuwswaarden', maar in de praktijk blijken vaak (ook) andere factoren een rol te spelen,

zoals de tijd van de dag waarop een gebeurtenis plaatsvindt (tijdens kantooruren?) en technische, financiële en tijd-ruimtelijke beperkingen.

Behalve dat journalisten uit gebeurtenissen selecteren wat nieuws is en wat niet, worden deze gebeurtenissen door journalisten gedefinieerd, geïnterpreteerd. Niet alleen schrijft de dagelijkse routine van het maken van een krant of journaaluitzending bepaalde regels voor met betrekking tot hoe een nieuwsbericht er uit hoort te zien, zoals het aantal woorden dat wordt gebruikt of de elementen die een bericht (niet) moet bevatten. Ook de manier waarop de gebeurtenis van een betekenis wordt voorzien, de 'framing' (om maar eens een modewoord te gebruiken), is afhankelijk van die deels ongeschreven regels en van individuele voorkeuren. Naast de professionele normen en waarden van journalisten bepaalt de cultuur waaruit de journalist afkomstig is voor een groot deel hoe hij of zij tegen een gebeurtenis aankijkt. Die cultuur is voor verreweg het grootste deel van de journalisten die *global news* maken uiteraard de West-Europese en Noord-Amerikaanse: nagenoeg alle global-newsorganisaties, alle grote internationale persbureaus komen uit deze contreien. Journalisten zijn zelf sterk gesocialiseerd in hun eigen groep van doorgaans blanke mannen van middelbare leeftijd. Het is dan ook onontkoombaar dat in het nieuws de werkelijkheid wordt vertekend door een westers perspectief. Let maar eens op, zo stelt Van Ginneken, wie worden er geïnterviewd als er in Afrika een ramp heeft plaatsgevonden? Precies, blanke hulpverleners, die weer vanuit hun westerse denkpatroon het probleem voor de kijker thuis definiëren. De mensen om wie het gaat, blijven als anonieme zwijgende massa op de achtergrond en daardoor komt ook hun definitie van de situatie niet aan bod. De ramp wordt door westerse ogen bekeken, gerapporteerd en over de hele wereld verspreid. Volgens het nieuws zijn blanke hulpverleners en zwarten slachtoffers.

Dit hele proces van nieuwsproductie wordt door Van Ginneken helder uiteengezet, met tal van anekdotes en wetenswaardigheden. Vooral voor lezers die zich nooit serieus met de problemen van nieuwsproductie hebben beziggehouden, zal het dan ook beslist een verhelderend boek zijn. Het is dan ook jammer, maar wel verklaarbaar,

dat het boek de belofte van de eigen titel niet inlost. Hoe maken al die grote en kleine vertekeningen in het nieuws nu uiteindelijk verschil in de publieke opinie, in het wereldbeeld dat de lezer en kijker zich vormt? Het voorlaatste hoofdstuk heet 'Welke effecten hebben mediaberichten over "anderen"?' Als we dat wisten, waren we klaar. En dat dit niet het geval is, mag bekend zijn. Van Ginneken gaat dan ook niet verder dan het schetsen van wat algemene psychologische mechanismen en een paar veronderstellingen uit de cultivatietheorie en agendasettinghypothesen. Het vervelende gevolg kan zijn dat een geïnteresseerde leek of eerstejaars student gaat denken dat het antwoord op de vraag even simpel is als Van Ginneken lijkt te suggereren.

Een ander punt is dat Van Ginneken lijkt te willen zeggen dat het nieuws de waarheid verdraait, zoals ook de titel van het boek suggereert. Zoals hij zelf in feite ook stelt met zijn sociaal-constructivistische uitgangspunt, kan nieuws niet beschouwd worden als een vervormd verslag van 'de' realiteit die ergens *out there* bestaat. Het nieuws is niet zozeer een vertekening van een objectieve werkelijkheid die ons door de journalisten onthouden wordt, maar een product van een realiteitsconstructie, van het proberen te vatten van de wereld, zoals wij dat allemaal doen. Dit laat natuurlijk onverlet dat de productie van nieuws iets is waar kritisch naar gekeken moet worden.

De schepping van de wereld in het nieuws: De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken is mijns inziens vooral geschikt voor studenten journalistiek, journalisten en geïnteresseerde leken. Voor onderwijs aan studenten communicatiewetenschap of aanverwante academische studies kan het boek dienen als eerste inleiding in het veld, hoewel het daarvoor naar mijn smaak wat weinig expliciet verwijst naar onderzoek. Daardoor verliest het een beetje zijn waarde als startpunt voor meer fundamentele studie. Zo is het boek echter waarschijnlijk ook bedoeld: als lekker leesbare en toch vrij complete inleiding op het gebied van de constructie van het nieuws. Voor dat doel is het dan ook zeker geschikt.

Gabi Schaap
 Communicatiewetenschap
 Katholieke Universiteit Nijmegen

Manifest van een cultuurpopulist: Over de media, het middenveld en de cultuur van het volk

Gust De Meyer (2003)
Leuven/Leusden: acco

ISBN 90 334 5362 2; 131 BLZ.; € 19,80

Gust de Meyer is hoogleraar Populaire Cultuur aan de universiteit van Leuven, dat staat nadrukkelijk op de achterflap van zijn laatste publicatie, *Manifest van een cultuurpopulist*. Daarin bekritiseert hij gangbare opvattingen van Vlaamse intellectuelen over de massamedia en formuleert hij een eigen populistische visie op media en cultuur. Zijn werk is een extreme interventie in de Vlaamse strijd over hoge en lage cultuur. De Meyer legt genadeloos de tegenstrijdigheden bloot in het werk van Vlaamse collega-sociologen en cultuuronderzoekers die in de traditie van de Amerikaan Robert Putnam (*Bowling Alone*) klagen over de vermeende teloorgang van het maatschappelijke middenveld en de debilerende invloed van de media. Hij ontmaskert eveneens het jargon van Vlaamse artistiek leiders, cultuurexperts en beleidsmakers.

Daartegenover ontwikkelt hij zijn eigen populistische visie op media en cultuur waarin de gewone man de maat van alle dingen is en de elite de grootste vijand. De populist beroept zich op het gezond verstand, spreekt vanuit de buik, houdt van concrete formuleringen en heeft spot en provocatie als sterkste wapens. De kern van de culturele strijd gaat volgens De Meyer niet zozeer over smaak, maar over de financiering daarvan. Dat de elitaire snob zijn smaak gebruikt om zich elitaristisch te etaleren en de gecultiveerde schijn op te houden, is tot daar aan toe, 'als de elitaristische snob zijn smaak dus maar zelf betaalt. Het punt is nu dat in alle elitaire milieus, via de belastingen, een beroep wordt gedaan op de (weinig) centen van de gewone man om de elitaire smaak in stand te

kunnen houden' (p. 11). Aan de Vlaamse Opera betaalt elke Vlaming, ongeacht of hij er ooit komt of zelfs van gehoord heeft, ff 2,50 per jaar, aldus De Meyer. Dat is uliem onrecht, want de gewone man besteedt zijn privé-cultuurbudget veel liever aan 'dvd's, reizen naar de Spaanse costa's, videospelletjes, populaire boekjes, cd's van Helmut Lotti, musicals' (p. 90). Als er dan toch cultuursubsidies moeten worden verleend, zo besluit De Meyer zijn boek, doe het dan via consumptiesubsidie of cultuurbonnen die financieel zwakke mensen naar eigen smaak kunnen besteden. Maar nog liever doekt De Meyer de cultuurbegroting in zijn geheel op, om de vrijgekomen gelden aan te wenden ter bestrijding van werkloosheid, armoede en dakloosheid (p. 128).

Manifest van een cultuurpopulist is tegelijkertijd een goed en een slecht boek en dat komt voort uit de tegenstrijdige positie van de auteur als wetenschapper-activist. Het boek is een prima manifest en misschien wel dringend nodig in de Vlaamse verhoudingen. De Meyers schrijfstijl is meeslepend en provocatief. Zijn pleidooi om de cultuursubsidie op te heffen ten behoeve van de armoedebestrijding, doet sympathiek aan. Maar het is moeilijk te vergeten dat hier een hoogleraar aan het woord is (dat staat immers prominent op de achterflap) en om de verwachtingen die dat met zich meebrengt opzij te zetten. Het manifest als genre leent zich niet voor de eisen die je aan een wetenschapper mag stellen, zoals kennis van theoretische en empirische zaken, erkenning van variatie, tegenstrijdigheden en nuances. In De Meyers manifest komen nauwelijks verwijzingen voor naar internationale theorievorming op het gebied van populaire cultuur, die zijn argumentatie een veel grondigere en bredere onderbouwing zou kunnen geven; met name het werk van John Fiske is hier relevant en het is ondenkbaar dat De Meyer het niet kent. Bij een manifest hoort een dergelijke verankering echter niet, over Fiske of ander relevant academisch werk leest men dus niets. In de Leuvense onderzoeksgroep waar De Meyer deel van uitmaakt, vindt interessant empirisch onderzoek plaats over populaire cultuur, bijvoorbeeld over de betekenis van populair televisiedrama voor de (re)constructie van een Vlaamse nationale identiteit. Ook daarover komt de lezer

nauwelijks iets te weten. Een keiharde scheiding tussen 'wij' en 'zij' hoort bij een manifest, dus maakt De Meyer een scherp onderscheid tussen het volk en de elite wier respectievelijke smaken in oorlog met elkaar zijn, waarbij de elite altijd wint. Enige erkenning voor de verschillen binnen 'het' volk' en 'de' elite ontbreekt; dat is aanvaardbaar voor een manifest maar niet voor de publicatie van een wetenschapper. In de sociale en de cultuurwetenschappen gaat het immers de laatste decennia vrijwel uitsluitend over verschillen in de betekenis daarvan.

Mag je als wetenschapper dan geen manifest schrijven, mag je je niet opwerpen als verdediger van de cultuur van het volk, mag je je niet mengen in het openbaar debat? Mainstream-wetenschappers, zo zou het antwoord van De Meyer luiden, nemen op precies dezelfde manier positie in, maar ten behoeve van de culturele elite en onder het mom van objectiviteit. De Meyers standpunt en de verkondiging daarvan zijn het probleem echter niet; zijn keuze om zelf als populist te opereren brengt hem echter in de problemen. Hij zegt dat zelf ook al in zijn uitleg van populisme: de populist wantrouwt wie namens iemand spreekt en gelooft alleen in zijn eigen analyse (p. 10). Wat kun je dan als hoogleraar nog meer te vertellen hebben dan datgene wat de eerste de beste voorbijganger

ook al zegt? De Meyers standpunt heeft daarmee geen ander gewicht dan dat van zijn volkse buurman of elitaire overbuurman (vrouwen zijn opvallend afwezig in De Meyers gespierde betoog). De Meyers keuze voor de stijlmiddelen van het populisme maakt hem tot een van de soldaten in de culturele strijd tussen elite en volk, een strijd die neerkomt op een geschil over smaak en die het karakter van 'welles-nietes' nooit kan ontstijgen. In het openbare debat is maar één onwrikbare positie voor hem weggelegd: waarschijnlijk wordt hij overspoeld door journalisten die vragen of hij in debat wil met een bekende cultuurpauze. Dat levert immers de duidelijke tegenstellingen op waaraan de televisie behoefte heeft en waarvan men denkt dat 'het volk' daarop zit te wachten. Los van het feit dat zo'n positie wetenschappelijk niet deugt, is het strategisch stom. Als hoogleraar heeft hij de status en de bronnen (kennis, onderzoek, argumenten) om de zaak van het cultuurpopulisme veel beter te bepleiten dan hij nu met zijn populistische tirade doet. De Meyer vecht als soldaat, maar heeft de wapens van een generaal in handen. Die gebruikt hij niet; dat is pas echt volksverraad.

Liesbet van Zoonen
ASCoR/Centrum voor Populaire Cultuur
Universiteit van Amsterdam