

Verschijnt
driemaandelijks

okt.
1975

MASSA COMMUNICATIE

herfst
1975

herfst 1975, jaargang 3, no. 4

Prof. dr. G. van Parys
Inhoudsanalyse en functionele theorie (p. 169)

Drs. C. J. van Woerkum
Prefesten in de schriftelijke voorlichting (p. 193)

Kroniek (p. 108)
— VARA over WSO
— VARA-identiteit

Boekbesprekingen (p. 220)

MASSACOMMUNICATIE

wordt uitgegeven onder auspiciën van de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE

Redactie: Dr. E. Diemer (VU, Amsterdam)
Prof. Dr. G. A. J. Fauconnier (KU, Leuven)
Drs. P. M. Hendriksen (NOS, Hilversum)
Prof. Dr. G. van Parys (VU, Brussel)
Drs. H. J. Smets (SOM, Nijmegen)
Dr. J. G. Stappers, (KU, Nijmegen)
Drs. F. E. Wermer (Teleac, Utrecht)
Drs. E. Willems (GU, Amsterdam)

Sekretariaat: Drs. H. J. Smets
Postbus 258, Nijmegen
tel. 080 - 512372
Aanwijzingen voor auteurs en aanwijzingen voor het recenseren van boeken zijn op dit adres verkrijgbaar.

Abonnementen:	gewoon abonnement	f 34,00	BFrs 495
	studentenabonnement	f 22,50	BFrs 315
	losse nummers	f 10,00	BFrs 145

Men abonneert zich voor een gehele jaargang. Deze loopt van januari tot en met december. Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men voor het einde van de jaargang opzegt.

Uitgave: Drukkerij Uitgeverij H. Gianotten B.V.
Bredaseweg 61
Tilburg
tel. 013 - 423036; giro 1085553
Opgave van nieuwe abonnementen en adreswijzigingen uitsluitend te richten aan dit adres.

Advertenties: Geertsema's Publiciteits Onderneming B.V.
Rijksweg Noord 118, Postbus 382, Geleen
tel. 04494 - 46365 (4 lijnen)

INHOUDSANALYSE EN FUNCTIONELE THEORIE

INLEIDING

De onmiddellijke aanleiding tot de redactie van deze tekst was een uitnodiging van het *Instituut voor Massacommunicatie* van de *Katholieke Universiteit* te Nijmegen om op 3 december 1974 een uiteenzetting te houden, dit in het kader van het Belgisch-Nederlands Cultureel Akkoord.

De onderliggende aanleiding tot de keuze van het onderwerp was een tot dusverre onuitgesproken ontevredenheid over de waarde van resultaten van de meeste inhoudsanalyses van massacommunicatiewetenschappen, zowel die welke wijzelf ondernomen hebben als die welke onder onze leiding of in andere onderzoekcentra gerealiseerd werden. Deze tekst dient dan ook gezien te worden als een poging tot bezinning op de bruikbaarheid van de methode der inhoudsanalyse voor fundamenteel wetenschappelijk onderzoek op het terrein van de massacommunicatie. Te Nijmegen werd onze uiteenzetting gevolgd door een levendige discussie. Wij hopen dat ook dit artikel aanleiding zal geven tot een ruime gedachtenwisseling.

I. ONTSTAAN VAN DE INHOUDSANALYSE ALS WETENSCHAPPELIJKE ONDERZOEKSMETHODE - TYPOLOGIE VAN HET DAGBLADONDERZOEK - EVOLUTIE EN EVALUATIE

Iedere beoefenaar van het sociaal-wetenschappelijk onderzoek kent onderhand wel de vóórgeschiedenis van de methode der inhoudsanalyse. Deze techniek werd reeds lange tijd toegepast vooraleer de naam werd gebruikt en vooraleer ze als wetenschappelijke onderzoekstechniek beschreven werd. Aan de basis liggen de technieken voor analyse van geschreven teksten, die sinds eeuwen aangewend werden bij de bijbelexegese, de kunst- en tekstkritiek, het onderzoek naar de authenticiteit van geschriften toegeschreven aan een bepaald auteur en die bij de filologen bekend waren onder de naam van "semantische statistiek".

HET DAGBLADONDERZOEK

Reeds vrij vroeg werd de methode der inhoudsanalyse bij de studie van dagbladen aangewend. In de Verenigde Staten werd zij rond 1920 voor het eerst gebruikt door studenten in de journalistiek. Later bestudeerden navorsers de inhoud van de Amerikaanse dagbladen, dit in verband met de groeiende bijval van het populaire dagblad rond de eeuwwisseling. ¹⁾

In de tweede helft van de dertiger jaren valt een grote belangstelling te noteren voor het dagbladonderzoek. Baanbrekend waren de studies van H. D. Lasswell en zijn medewerkers.²⁾ Hun grote verdienste is ongetwijfeld te hebben ingezien dat de inhoud van de massacommunicatieboodschappen vatbaar is voor kwantitatieve verwerking. Deze vaststelling en de methode van analyse die zij als gevolg ervan ontwikkelden, betekenden een stimulans voor de toepassing van de inhoudsanalyse, omdat zij de onderzoeker in staat stelde de verschijnselen met een vrij grote graad van precisie te meten, de betrouwbaarheid te berekenen en de resultaten van de diverse onderzoeken onderling te vergelijken. Kan het zoëven geciteerde werk van H. D. Lasswell en zijn medewerkers beschouwd worden als het vertrekpunt van de wetenschappelijke inhoudsanalyse, dan komt aan B. Berelson, in 1951-1952 voorzitter van "The American Association for Public Opinion Research" de eer toe met *Content analysis in communication research* (Glencoe, 1952) het eerste systematische handboek over inhoudsanalyse te hebben geschreven.

Dat deze onderzoeksmethode tijdens W.O. II aangewend werd bij het onderzoek naar vijandige propaganda, droeg veel bij tot het bekend worden van de inhoudsanalyse.

Sinds het einde van Wereldoorlog II is het aantal dagbladonderzoeken sterk toegenomen.³⁾ Tot de voornaamste onderzoekobjecten behoren o.m. het onderzoek naar symbolen in de pers.⁴⁾

Enigszins verwant met de analyse van symbolen is het onderzoek naar stereotypen in de pers⁵⁾, of naar de wijze waarop bepaalde thema's behandeld worden.⁶⁾ Talrijke onderzoeken gaan na hoe een bepaalde gebeurtenis in de kranten behandeld wordt⁷⁾, welke de houding of de gezindheid van de krant is ten aanzien van een gegeven probleem of gebeuren⁸⁾, hoeveel aandacht de pers wijdt aan een bepaald soort nieuws⁹⁾, of nieuws afkomstig uit diverse informatiebronnen.¹⁰⁾

Ook de verschillende onderdelen van de krant vormden herhaaldelijk het object van een inhoudsanalyse. Dit is o.m. het geval met brieven gestuurd aan de redactie en hoofdartikelen, gemengd nieuws, verslagen van gerechtszaken, "comic's" enz.¹¹⁾

In een *eerste paranthèse* willen wij eraan herinneren dat de methode der inhoudsanalyse, zo vooral toegepast op het terrein van de studie van de massacommunicatie, zowel in de U.S.A. als in Europa met goed gevolg is gebruikt in sterk uiteenlopende disciplines als culturele antropologie, literatuurstudie, studie van de internationale betrekkingen, de psychologie en de psychiatrie en ten slotte in het onderzoek van het survey-type bij de analyse en het coderen van de antwoorden, in het bijzonder die op "open ended questions".

In een *tweede paranthèse* willen wij er de aandacht op vestigen dat ons overzicht hoofdzakelijk betrekking heeft op de inhoudsanalyse van de (gedrukte) pers. Dat er méér inhoudsanalyses gemaakt werden

(en worden) over de geschreven pers dan over de audiovisuele media-boodschappen is gemakkelijk te verklaren: het geschreven en gedrukte document is materieel onmiddellijk beschikbaar, terwijl het vrij om-slachtig is het materiaal bij radio, film- of T.V.-analyse bijeen te brengen.

EVOLUTIE EN EVALUATIE

Twijfels over de betekenis

Is de omvang van de inhoudsanalyse-productie indrukwekkend, de wetenschappelijke bijdrage van al deze studies wordt door de auteurs niet steeds hoog aangeschreven. Zo meenden M. Janowitz & R. Schulze, in hun "status questionis" van de studie van de massacommunicatie op het 4de Wereldcongres van de Sociologie in 1959¹²⁾ dat de meerderheid van deze studies er ten hoogste toe bijgedragen heeft specifieke sociale problemen te behandelen en te belichten, doch dat er slechts weinige onder hen significante bijdragen bevatten of suggereren voor de opbouw van een massacommunicatietheorie.

Voor deze eerder beperkte sociologische bruikbaarheid zien vernoemde auteurs twee redenen, of beter, zij wijzen erop dat twee vragen, nog steeds op een antwoord wachten.

1. De basisvraag. "What does the content of mass communications mainly reflect?"

- a. De karakteristieken van het publiek?
- b. Wat door de communicator geacht worden de karakteristieken van het publiek te zijn?
- c. De karakteristieken en bedoelingen van de communicator?

Zolang dit niet uitgemaakt is, voor elke maatschappij en voor elke bestudeerde periode blijven, aldus Janowitz en Schulze, de betekenis en de waarde van de inhoudsanalyse twijfelachtig.¹³⁾

2. De vraag: kan de analyse zodanig uitgevoerd worden dat de resultaten zowel van statisch als van sociologisch oogpunt uit relevant zijn? De auteurs blijken hieraan te twijfelen. Zij geven blijkbaar eerder de voorkeur aan studies van het descriptieve type.¹⁴⁾

Zonder iets af te doen aan de belangrijkheid van de beide gestelde vragen, geloven wij persoonlijk niet dat het falen van de meeste inhoudsanalyses aan deze redenen toe te schrijven is. Juist zoals voor de studie van de massacommunicatie in het algemeen is het zo, dat men zich vooral voor "short-run" problemen heeft geïnteresseerd. Zoals in het onderzoek van de massacommunicatie in het algemeen zijn de onderzoekers van de inhoud a.h.w. gebiologeerd geweest door vragen in verband met *het effect* van het medium. (bv. "Is there more violence in T.V. programmes aimed at children than in those aimed at adults?" of "in terms of their political coverage, do American newspapers in fact constitute a "one party press"? enz.¹⁵⁾

Wat zijn de mogelijkheden?

Aan de andere kant weigeren dan weer sommige auteurs de bijdrage werkelijk als "nihil" te beschouwen. Zo meent D. M. Quail¹⁶⁾ dat de interessante vraag met het oog op de sociologie van de massacommunicatie, waarop de inhoudsanalyse antwoord kan geven, deze is naar het verband tussen de algemeen geldende gezindheden en waarden in de gemeenschap en wat Warner noemt "de public symbol systems" van deze maatschappij.¹⁷⁾ M.a.w. de vraag of de inhoud van de massacommunicatie de sociale waarden en de bestaande sociale structuren weerspiegelt dan wel of zij er onafhankelijk van evolueert. Als types van dergelijke studies vermeld D. Mc. Quail:

- studies die wijzen op het duidelijk contrast tussen de "*picture of reality*" zoals voorgesteld door de massamedia en de *realiteit van de maatschappij* waarin de inhoud tot stand komt;
- inhoudsanalyses die zich uitstrekken over een min of meer lange periode en die een reeks bevindingen opleverden met betrekking tot de *wisselwerking* tussen de waargenomen veranderingen in de media-inhoud en de sociale verandering in de maatschappij.¹⁸⁾

Deze studies, aldus D. Mc. Quail¹⁹⁾ laten de cruciale vraag onbeantwoord, nl. of de media-inhoud de veranderingen in de maatschappij bepaalt, dan wel weerspiegelt. De studies, aldus de auteur, geven eerder de voorkeur aan de tweede hypothese. Als antwoord op de tot nog toe onbeantwoorde vraag "wat weerspiegelt de inhoud van de media?" meent D. Mc. Quail dat hij de *tendens vertoont om te beantwoorden aan wat het publiek geacht wordt te wensen*.²⁰⁾ De auteur wijst in dit verband naar de studies van S. Kracauer²¹⁾ en van M. V. Martel & G. J. Mc. Call.²²⁾ De inhoud schijnt zich aan te passen aan wat het publiek geacht wordt te verkiezen ("is considered to like"). Zoals Martel en Mc. Call aanstippen: "distortions of reality need to be understood both in relation to the interests of the proposed audience and the economic and organizational structure in which media content is produced".

Deze vaststelling wijst volgens D. Mc. Quail op de mogelijke waarde van de inhoudsanalyse voor de socioloog: De betekenis van een specifiek inhoudsitem hangt af, enerzijds van *de omstandigheden waarin het werd geproduceerd*, anderzijds van *de manier waarop het gebruikt wordt*, welke betekenis het heeft en welke plaats het inneemt in het geheel van communicatiepatronen door het individu waargenomen. Dit is belangrijk. Voor het eerst immers wijst een auteur op de "link" tussen de studie van de inhoud en de studie van de "uses and gratifications", die wij zullen beschouwen als functionele analyse op het micro-niveau.

Een andere oriëntatie

Tenslotte nog dit: sommige auteurs hebben de mening uitgesproken

dat een verfijning van de aangewende analysetechnieken, nieuwe mogelijkheden zou openen voor de studie van de media-inhoud. Een aantal onderzoekers, waaronder voornamelijk A. L. George van de "Rand Corporation" dient vermeld te worden, kwamen tot de vaststelling dat de inhoudsanalyse zoals die zich verder ontwikkelde in de lijn van wat H. D. Lasswell en zijn volgelingen hadden vastgesteld en die hoofdzakelijk een analyse van het frequentie type was: d.w.z. dat zij vooral naging met welke frequentie bepaalde symbolen, thema's of begrippen of ongeacht welk inhoudselement in de boodschap voorkwamen, in veel gevallen niet toeliet zich een precies beeld te vormen van de *intenties van de communicator*.

Bovendien verschaftte de louter frequentie analyse weinig of geen inzicht in de *structuur van de boodschap*. De inspanningen van de beoefenaars van de inhoudsanalyse gingen zich vanaf dat moment dan ook in twee richtingen concentreren: ²³⁾

a) een grotere oriëntering in de richting van de communicator.

Uitgaande van de analyse van de boodschap tracht men door interferentie op te klimmen tot de uitzender ervan.

b) Men tracht meer verfijnder gegevens af te leiden uit de analyse van het bericht, die tegelijkertijd meer kwalitatief en beter gestructureerd zijn, dan bij de frequentie analyse zonder meer.

Dit geschiedde hoofdzakelijk aan de hand van volgende technieken:

- 1) *de niet-frequentie analyse* (A. George) die een betere meting toelaat van de aandacht die een berichtgever wijdt aan een of ander type van gebeurtenis; ²⁴⁾
- 2) *de analyse van waarde-oordelen* (C. E. Osgood) die toelaat de gezindheid van de communicator t.o.v. een bepaalde persoon, een begrip of een symbool na te gaan en kwantitatief uit te drukken; ²⁵⁾
- 3) *de gezindheid van de communicator* kan ook gemeten worden door de "semantische differentiaal". Deze techniek, ontworpen door C. E. Osgood, G. I. Suci en P. H. Tannenbaum, bestaat erin dat men een aantal concepten uit de boodschap neemt en ze op een schaal plaatst, aan welke uiteinden men polaire adjectievenparen bv. sterk-zwak, moedig-laf, enz.) plaatst. Door de plaats op de schaal kan de gezindheid van de communicator ten aanzien van het bestudeerde object worden bepaald; ²⁶⁾
- 4) *de contingentie-analyse* (C. E. Osgood) die nagaat met welke frequentie een bepaald concept één of meer andere met zich meetrokt; ²⁷⁾
- 5) *de close-procedure*. Door deze techniek, ontwikkeld door W. Taylor, kan worden onderzocht of de bedoelingen van de communicator in toto - d.w.z. met inbegrip van semantische en grammaticale eigenschappen - door de ontvanger begrepen werden. ²⁸⁾

Van groot belang voor deze nieuwe oriëntering in de inhoudsanalyse was de in 1955 georganiseerde "Allerton House Conference", een

werkconferentie over inhoudsanalyse georganiseerd door het "*Committee on Linguistics and Psychology of the Social Science Research Council*", waar specialisten op het gebied der content-analysis hun bevindingen naar voor brachten.²⁹⁾

De mogelijkheid een beroep te doen op computers heeft ook vooruitgang gebracht wat betreft de toepassing van de onderzoekstechnieken die hierboven werden beschreven, toepassing die menig onderzoeker afschrikte omwille van de massa arbeid die zij vereiste. Baanbrekend in dit opzicht is het zgn. "General Inquirer"-programma ontworpen aan het *Massachusetts Institute of Technology*.³⁰⁾ Ook andere handboeken wijden uit over het aanwenden van computers.³¹⁾

Ondanks het feit dat deze onderzoekstechnieken ook in Europa voldoende bekendheid verwierven, worden ze er tamelijk weinig toegepast. Het is immers een feit dat de Europese onderzoekcentra weliswaar geleidelijk aan over meer computeruitrusting zijn gaan beschikken maar dat het ontbreken van de "soft ware" m.a.w. de computerprogramma's als een ernstige handicap aangevoeld wordt.

De meer verfijnde onderzoekstechnieken waarover wij het zoëven hadden zijn hoofdzakelijk toegepast bij het psychologische en psychiatrische onderzoek, waar zij nieuwe mogelijkheden geschapen hebben voor benadering van de patiënt door analyse van de gesproken taal (interviews en gesprekken), of van persoonlijke documenten zoals brieven geschreven door de patiënt aan de behandelende psychiater, dagboeken, "life stories", bekentenissen van delinquenten, nagelaten geschriften van zelfmoordenaars.³²⁾ Waar de klassieke, frequentieële inhoudsanalysetechnieken zich beperken tot het opsporen van thema's en het nagaan van de frequentie waarmee deze optraden - b.v. het agressie-thema bij de analyse van T.A.T.-protocollen - scheppen meer verfijnde technieken, bv. de contingentie-analyse, de mogelijkheid om dieper door te dringen in de associatiestructuur van de tekst en uitgaande daarvan een inzicht te krijgen in de associatiestructuur van de patiënt.³³⁾

Wij kunnen dit hoofdstuk niet afsluiten zonder de vraag te stellen hoe het komt dat de verdere ontwikkeling van de inhoudsanalyse in de richting van meer verfijning, beter inzicht in de structuur van de boodschap en in de gedachtengang van de communicator zo weinig toepassing heeft gevonden in de studie van de massacommunicatie?

De reden hiervoor is o.i. duidelijk. Deze verfijnde, al dan niet frequentieële technieken zijn bijzonder geschikt om data te verzamelen omtrent de communicator, b.v. de auteur van een letterkundig werk, de schrijver van een propagandageschrift of de patiënt bij een psychiatrisch onderzoek. Op dit laatste toepassingsgebied worden zij gebruikt in dezelfde orde als de projectietesten en het psychiatrisch gesprek. Een voortdurende vergelijking tussen resultaten van de inhoudsanalyse (b.v. van persoonlijke documenten) en andere gegevens verzameld over de persoonlijkheid van de patiënt is hierbij mogelijk. Bij het

onderzoek van de massacommunicatie is dit meestal onmogelijk. W. R. Budd, R. K. Thorp en L. Donohew wijzen erop, dat de toepassing van de "contingency analysis" (en dit geldt mutatis mutandis ook voor andere analyse-technieken) moeilijk toegepast kan worden op boodschappen van de massamedia, voor welke de onderzoeker meestal niet over gedetailleerde inlichtingen beschikt over de producent van de boodschap.³⁴⁾ Deze toepassing is eveneens beperkt, in de zin zoals C. E. Osgood zelf aangaf: "(an analyst) cannot make valid inference about the total association structure of a liberal newspaperman hired to write editorials for the *Chicago Tribune*".³⁵⁾ Hogergenoemde auteurs menen evenwel dat deze techniek met goed gevolg gebruikt kan worden voor de analyse van ondertekende hoofdartikelen, ingezonden stukken of brieven van de lezers.³⁶⁾

Een bijkomende moeilijkheid is dat men bij het onderzoek van de media-boodschap - meer speciaal dan voor de krant - af te rekenen heeft met een aantal vorm- en structurelementen (titels, illustratie, lettertype) en met het probleem van wat J. Kayser "la mise en valeur" noemt ("evaluatie") (plaatsing in de krant, plaats op de pagina, etc.) elementen die uiteraard bij de analyse van een T.A.T.-protocol of een dagboek geen rol spelen.

Wij menen dit gedeelte van het artikel reeds te kunnen besluiten met een *voorlopige conclusie*. Zoals wij zagen zijn de auteurs niet onverdeeld gelukkig over de werkelijke bijdrage van wat op het stuk van de inhoudsanalyse gepresteerd werd. D. Mc. Quail wijst evenwel op twee o.i. interessante krachtlijnen; *primo*: de studie van het verband tussen de veranderingen in de media-inhoud en de veranderingen die zich voordeden in de maatschappij, tijdens een gegeven periode; *secundo*: de studie van het verband tussen de inhoud van de media-boodschap en het "gebruik" dat ervan gemaakt wordt.

Het eerste gedeelte van de uiteenzetting had in hoofdzaak betrekking op de stand van het onderzoek in de Verenigde Staten. In het hierna volgende deel zal worden nagegaan in welke mate het onderzoek in Europa en vooral dan in België - verder gebouwd heeft op deze krachtlijnen.

ONTWIKKELINGEN OP HET EUROPESE VASTELAND

De inhoudsanalyse werd in Europa reeds vrij vroeg toegepast.³⁷⁾ De grote bloei komt ook hier na W.O. II en in hoofdzaak kunnen wij zeggen dat zij resoluut de weg opgegaan is, aangegeven door H. D. Lasswell en zijn school, m.a.w. de weg van de frequentieanalyse. Wij menen evenwel dat er zich in de Europese inhoudsanalysebeoefening twee specifieke richtingen afgetekend hebben.

Eerste richting: Het zijn voornamelijk de Europese beoefenaars der inhoudsanalyse die in hun onderzoek *de krant zelf centraal gesteld hebben*. Uitgaande van de analyse van de structuur, de inhoud en de vorm van het dagblad, trachten zij te komen tot bepaalde vaststellin-

gen met betrekking tot de rol en de functie van de pers in de maatschappij.

De voornaamste centra die tot deze richting kunnen gerekend worden zijn het "*Institut française de Presse*", gesticht door wijlen J. Kayser, en sinds 1957 geïntegreerd in de Universiteit van Parijs;³⁸⁾ het "*Cracovian University Press Research Center*" onder leiding van I. Tetelowska³⁹⁾ en het "*Centre d'Etudes des Techniques de Diffusion Collective*"⁴⁰⁾ van de Université Libre de Bruxelles, onder leiding van R. Clause.⁴¹⁾ Aan deze centra werd bovendien de analysetechniek verder ontwikkeld. Vooral het werk van J. Kayser⁴²⁾ en van R. Clause⁴³⁾ kan op dit gebied voor Frankrijk en voor België als toonaangevend aangezien worden.

Tweede richting: Door de impuls van de onderzoekers verbonden aan het C.E.C.M.A.S. (*Centre d'Etude des Communications de Masse/Ecole des Hautes Etudes*) te Parijs en aan het *Institut de Psychologie Locale* van de Universiteit van Straatsburg ontwikkelde de analyse van media-boodschappen zich in Frankrijk vooral in de richting van de *semio-logie*.⁴⁴⁾ De voornaamste vertegenwoordigers van deze richting zijn zonder twijfel Roland Barthès⁴⁵⁾ en Abraham Molès.⁴⁶⁾

Naast de studie van de "tekens" besteden zij ook bijzondere aandacht aan de *structuur van de boodschap*. De ideeën van de structuralisten (o.m. R. Barthès, C. Levy-Strauss, L. Goldman) vormden een sterke impuls in deze richting. Ook in België werd enig structuralistisch werk verricht.⁴⁷⁾

Deze richting is ongetwijfeld belangrijk. Herhaaldelijk werd erop gewezen (zie o.m. de discussies in de werkgroepen op het "Vijfde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap", Leuven, 1973) dat de beoefenaars van de communicatiewetenschap veelal te weinig aandacht besteden aan wat bij het communicatieproces centraal staat, nl. *de boodschap zelf*.⁴⁸⁾ Ook G. Fauconnier meent dat de combinatie van inhoudsanalyse en semiologische benadering ten zeerste wenselijk is, met het oog op de meer sociaal-wetenschappelijk gerichte studie van de massacommunicatie.⁴⁹⁾ Wij menen echter dat (vooral nog) de filologen beter uitgerust zijn op methodologisch terrein om deze richting met vrucht te kunnen beoefenen, dan de communicatie-sociologen.

G. Fauconnier⁵⁰⁾ bestempelt de studie van F. Vanstreels: *De communistische landen in de Belgische pers*⁵¹⁾ als de eerste Belgische inhoudsanalyse. Dit is onjuist, gezien het feit, dat de vroegste inhoudsanalyses gerealiseerd door het hierboven besproken "*Centre d'Etudes Techniques de Diffusion Collective*" dateren van 1952. Vanstreels komt evenwel de eer toe de eerste Nederlandstalige inhoudsanalyse in boekvorm in België te hebben gepubliceerd. Dit is ook wellicht de reden waarom zij zoveel - vooral afbrekende - kritiek te incasseren kreeg!⁵²⁾

Aan G. Thoveron destijds medewerker - thans opvolger - van Prof. Dr. R. Clausse komt de verdienste toe, uitgaande van de principes uiteengezet door J. Kayser een aangepaste analysetechniek voor de (Belgische) kranten te hebben gerealiseerd.

Zijn hoger geciteerde studie: "*Le contenu des quotidiens belges*" heeft in België model gestaan voor talloze dagbladanalyses.

Wij schrijven wel "talloze" dagbladanalyses. Sinds de studie van Vanstreels kennen wij ook in België een werkelijke "boom" van inhoudsanalyses; vooral van dagbladanalyses, zodanig dat wij in onze inleiding, gehouden op het 6de Wereldcongres van de Sociologie te Evian in 1966 over de stand van het onderzoek van de massacommunicatie in België, gerust durfden beweren dat de content analysis de meest gebruikte onderzoekstechniek in België geworden was.⁵³⁾

Sinds de studenten de mogelijkheid ontdekten inhoudsanalyses te maken bij wijze van licentieverhandeling, stijgt het aantal jaarlijks met ettelijke eenheden. Wij zullen ons niet wagen aan een ook maar uiterst beperkte opsomming. De hoger geformuleerde kritiek op de geringe wetenschappelijke bijdrage kunnen hier zeker onderschreven worden. Bovendien werd ook op methodologisch en onderzoekstechnisch terrein vrijwel geen vooruitgang meer geboekt.⁵⁴⁾

De situatie in België resumerend menen wij te kunnen zeggen dat de belangrijkste bijdrage tot de bruikbaarheid van de inhoudsanalyse tot fundamenteel onderzoek o.i. geleverd werd door enkele studies gerealiseerd door het reeds herhaaldelijk vermelde "*Centre d'Etudes des Techniques de Diffusion Collective*", studies die kunnen beschouwd worden als een poging om de methode der inhoudsanalyse bruikbaar te maken bij de functionele analyse. Dit brengt ons dan tot het tweede deel van de uiteenzetting.

II. DE FUNCTIONELE BENADERING VAN DE MASSACOMMUNICATIE (IN CASU: DE PERS)

Aan de concepten "functies" of "sociale functies" van de massacommunicatie worden door de auteurs vaak sterk uiteenlopende betekenissen gegeven, waarbij in hoofdzaak drie richtingen kunnen worden onderscheiden.

Vooreerst is er de *functionele benadering van de massacommunicatie*. Zij komt neer op de toepassing van de door R. K. Merton geponeerde begrippen van "functions" en "dysfunctions" op de massamedia. Deze benadering is niet nieuw, zij gaat terug tot de eerste empirische onderzoeken van de pers, door W. I. Thomas en R. E. Park. Zij kwam opnieuw tot bloei in de veertiger jaren, zij het dan met een zekere verandering van niveau. Inderdaad, sociologen, psychologen en opvoeders, geobsedeerd door de angst voor de "hidden persuaders" en bekommerd over de invloed van geweld en erotiek op de jeugd, kwamen tot de vaststelling dat van belang is, niet "wat de televisie de kinderen aandoet, maar wat de kinderen met de televisie

doen". M.a.w. het begrip "functies van de media" kwam in de plaats van de zo gevreesde "invloed van de media".⁵⁵⁾

Wij hebben in ons doctoraal proefschrift vrij veel aandacht besteed aan de functionele benadering bij de studie van de massamedia en meer in het bijzonder van de pers.⁵⁶⁾ Wij hebben hierbij het door C. R. Wright voorgestelde schema⁵⁷⁾ als te weinig operationeel beoordeeld en vervangen, naar het voorbeeld van I. Gadourek, door een beschrijving van de functionele analyse op drie niveau's, nl. het macro-sociologisch, het meso-sociologisch en het micro-sociologisch niveau.⁵⁸⁾ Wij komen aanstonds hierop terug.

Het concept "functies van de media", "functies van de pers" wordt door een andere reeks auteurs *geïnterpreteerd in de betekenis van "opgedragen functies"*. Centraal staat bij deze auteurs de idee dat de media in het algemeen en de pers in het bijzonder in de maatschappij een bepaalde taak te vervullen hebben. De "opgedragen functies" van de pers zullen wezenlijk verschillen volgens de politieke constellatie en zullen enkel in dit kader kunnen worden bestudeerd.

Deze opvatting over de functies van de pers komt hoofdzakelijk tot uiting in een reeks "perstheorieën".

Een derde reeks van onderzoekers acht beide opvattingen ontoereikend om tot een sociologie van de pers te komen. Beide opvattingen richten zich a.h.w. te veel op de uiterste punten van het communicatie-proces en besteden te weinig aandacht aan wat, in de opvatting van deze auteurs, centraal dient te staan, nl. de media-boodschap zelf. Inderdaad, de functionele benadering - vooral dan op het micro-sociologisch niveau - richt zich bijna hoofdzakelijk op het gebied van de studie van het effect van de media (de vijfde "W" in het bekende paradigma van H. D. Lasswell), terwijl tegen de opvatting van de "opgedragen functies" van de pers het bezwaar kan worden aangevoerd, dat zij zich te exclusief richt op aan het andere einde van het communicatieproces, nl. op het niveau van de communicator (de eerste "W"). Studie van de functies op dit laatste niveau, komt neer op de studie van de bedoelingen, opvattingen en ideeën van de communicator; hierbij dreigt het gevaar dat de onderzoeker zich laat verleiden tot beschouwingen van politieke en filosofische aard.

Verscheidene auteurs zijn dan ook de mening toegedaan dat al deze zienswijzen onvoldoende rekening houden met het centrale element bij het communicatieproces: nl. de "output", het gepubliceerde zelf, m.a.w. de krant in haar uiterlijke vorm, met eigen structuur en inhoud, artistiek en commercieel produkt, zoals het uit het productieproces te voorschijn treedt. *De vraag naar de 'sociale functies' van de pers, dient dan ook geïnterpreteerd te worden als de vraag naar de 'functies van de inhoud'*.

Wij menen de eerste te zijn die, zoals hierboven gezegd, Gadourek's schema op de functionele analyse van de massacommunicatie, in het bijzonder van de pers, hebben toegepast; gaan we even op dit schema in:

A. Op het *macro-sociologisch niveau* wordt onderzocht welke de functie is van bepaalde maatschappelijke instituties in de samenleving.⁵⁹⁾ Toegepast op de pers betekent dit, dat op dit niveau onderzocht wordt in welke mate de pers bijdraagt tot het beter functioneren van het maatschappelijk systeem of van bepaalde constituerende onderdelen ervan, zoals politieke partijen, religieuze groeperingen, beroepsgroepen, enz. Het referentiekader is hier wat men genoemd heeft "the wider community" of "la société globale" (H. Janne). Verschillende auteurs hebben zich beperkt tot een theoretische uiteenzetting waarin een lijst van functies centraal staat, zonder te pogen hun opvattingen te staven aan de hand van empirisch onderzoek. Dit is o.m. het geval voor de studies van H. D. Lasswell⁶⁰⁾ en P. F. Lazarsfeld en R. K. Merton.⁶¹⁾

Tot de bekendste empirische onderzoeken behoren ongetwijfeld de klassieke studie van W. I. Thomas en F. Znaniecki over de functie van de pers bij de totstandkoming van de Poolse Natie in het begin van deze eeuw.⁶²⁾ Verder kunnen wij nog vermelden de eveneens klassiek geworden studie van D. Lerner and L. Pevsner over de functies van de pers bij de overgang van een traditioneel agrarische naar een moderne samenleving,⁶³⁾ terwijl G. W. Marsman de functies onderzocht van de katholieke dagbladpers in de veranderende Nederlandse samenleving.⁶⁴⁾

B. Op het *meso-sociologisch niveau* gaat de aandacht hoofdzakelijk uit naar de functie die concrete maatschappelijke organismen in een bepaalde maatschappelijke entiteit (b.v. een provincie, stad of gemeente) vervullen.⁶⁵⁾ De empirische studies op dit niveau hebben als kader de sociale context van het individu die men als "the community" kan omschrijven.

Klassiek in dit opzicht is de studie die R. E. Park, E. W. Burgess en R. D. Mc. Kenzie hebben gewijd aan de afkomst en de ontwikkeling van de stedelijke pers in de Verenigde Staten.⁶⁶⁾ Wij kunnen hier eveneens de studies van W. L. Warner and P. S. Lunt⁶⁷⁾, M. Janowitz⁶⁸⁾ en in België van N. De Volder, A. Hendriks e.a.⁶⁹⁾, vermelden.

C. Op het *micro-sociologisch niveau* wordt in de "small group" functionele analyse bedreven.⁷⁰⁾ Het kader is hier voornamelijk de referentiegroep(en) waarvan het individu deel uitmaakt. Onderzocht wordt hoe de media (in het bijzonder de pers) het individu de mogelijkheid bieden tot verscheiden sociale deelname aan het groepsleven, indirect contact met de anderen en middel tot sociale participatie. Klassiek geworden is in dit opzicht de studie die B. Berelson wijddde aan de functies van de krant.⁷¹⁾ ⁷²⁾

Bij deze indeling van de functionele studies op drie niveau's kunnen een paar opmerkingen geformuleerd worden.

1. In zijn reeds hoger vermeld handboek meent G. Fauconnier⁷³⁾ dat bij de analytische studie heel wat overlappingsen kunnen ontstaan. Evenwel maakt hij verder in het werk gebruik van onze classificatie om een (beknopte) opsomming te geven van de empirische studies gerealiseerd op de verschillende niveau's.⁷⁴⁾

2. Men zou de bemerking kunnen maken dat in de hierboven gebruikte classificatie twee dimensies vermengd worden: enerzijds op het eerste en tweede niveau wat D. Mc. Quail noemt "The interpretation of mass media in terms of their objective social consequences" en anderzijds (op het derde niveau) "The study of mass media in terms of the subjectively perceived motives and gratifications of their users".⁷⁵⁾

Dit lijkt ons niet onverzoenbaar. Ook D. Mc. Quail is deze mening toegedaan: "These two approaches, (. . .) are supportive of each other rather than inconsistent, since overall social functions are only achieved through the action of individuals. The observed tendency of the media to support the existing social orders is for example partly explained by evidence that individuals use the media to resolve their problems, to escape from an oppressive social reality and to find compensations for social deprivation". Hij wijst erop, dat zowel "societal" en de "individual orientation" gecombineerd werden in het schema van C. Wright.⁷⁶⁾

3. Wat is de bijdrage van de studierichting van de *functies van de inhoud*? Wij beschouwen ze niet langer (althans operationeel gezien) als een afzonderlijke studierichting doch als een *afbakening* v.h. object van de functionele analyse. Inderdaad: het object kan zijn het medium zelf⁷⁷⁾ de totaliteit van de inhoud, een bepaald onderdeel van de inhoud, of het quasi instrumentale gebruik van het medium.⁷⁸⁾

III. MOGELIJKHEDEN EN GRENZEN VAN DE TOEPASSING VAN DE METHODE DER INHOUDSANALYSE BIJ DE FUNCTIONELE STUDIE

De auteurs wijzen erop dat de functionele analyse geen eigen research-technieken ontwikkelde.⁷⁹⁾ Ook bij R. K. Merton vinden we geen enkele aanduiding over de methodologie van het onderzoek van de functies. Volgens I. Gadourek is de functionele analyse van onderzoekstechnisch standpunt bekeken een gerichte beschrijving. Hieruit volgt, volgens deze auteur, dat in regel geen hoog niveau van kwantificatie van gegevens vereist wordt, teneinde de functionele hypothesen te toetsen.⁸⁰⁾ Dit geldt volgens I. Gadourek à fortiori voor de analyse op micro-sociologisch niveau. Het is slechts daar, waar men de functionele invloeden via de sociaal-psychologische tussenscha-

kels tracht vast te stellen (b.v. de invloed van godsdienst op het seksueel of verkiezingsgedrag van de mens) dat volgens de auteur een enquêteteknik en de toepassing van inductieve statistiek nodig zal zijn.

Nauwkeurige vergelijking en meting is eveneens vereist bij het gebruik van de termen van functionele onder- resp. overbezetting.⁸¹⁾ De bepaling van indicatoren (wat zal gelden voor functie-uitbreiding of -wijziging) bepaalt tevens de techniek van verzamelen van gegevens en de omvang, die de studie moet aannemen.⁸²⁾

Uit de voorbeelden van functionele analyse op de onderscheiden niveau's blijkt dat zowel rechtstreekse observatie, enquête en inhoudsanalyse voor dit doel met goed gevolg aangewend kunnen worden.⁸³⁾

De vraag is dus of de methode der inhoudsanalyse bruikbaar gemaakt kan worden. Zo ja, met welke begrenzing of tot op welke hoogte bij het functionele onderzoek, in het bijzonder bij het onderzoek naar de functies van de inhoud (of van bepaalde inhoudselementen) van de media.

Beschouwen wij achtereenvolgens de drie niveau's, deze keer echter niet in volgorde.

1) OP HET MICRO-SOCIOLOGISCH NIVEAU

Op het eerste gezicht is het antwoord positief. Wij wezen er reeds op dat op dit niveau reeds heel wat onderzoek gewijd werd aan zeer precieze inhoudsitems: verslagen van processen, comics, fait-divers, etc. Er zijn echter, vrezen wij, wel bezwaren. Niettegenstaande het affirmatieve karakter van bepaalde studies lijkt het ons niet zo gemakkelijk aan te geven welke inhoudselementen precies die bepaalde functie (evasie, relaxatie enz.) vervullen.

Herinneren wij in dit verband aan B. Berelson's bedenking dat de individuen de diverse onderdelen van de krant om verschillende redenen lezen. Het grote probleem, aldus deze auteur, is de voorwaarden te bepalen waaronder de krant voor een bepaald individu een bepaalde functie vervult.⁸⁴⁾

2) OP HET MACRO-SOCIOLOGISCH NIVEAU

De mogelijkheid de inhoudsanalyse toe te passen op het macro-sociologisch vlak werd als hypothese geponeerd door Roger Clause (al gebruikt hij de term macro-sociologisch vlak niet en al wordt de hypothese in het werk zelf niet als zodanig uiteengezet). Zijn opvatting komt in feite overeen met wat D. Mc. Quail later bestempelde als de leidende idee van de functionele benadering: "a regularity in the pattern of media content is observed, linked to an assumed configuration of social and individual needs which fit their pattern".⁸⁵⁾

Ook volgens G. Maletzke is het vertrekpunt van de functionele benadering de vaststelling dat over een lange periode beschouwd, het

publiek zich vrijwillig wendt⁸⁶⁾ tot zekere objecten die voor hun een bepaalde functie hebben, die andere niet hebben. Deze regelmaat kan volgens R. Clausse teruggevonden worden in de *inhoud* van het medium en in de veranderingen die deze ondergaat (R. Clausse wordt dan ook meestal gerangschikt onder de auteurs die "functies" interpreteren als "functies van de inhoud").

Vandaar dat de inhoudsanalyse en vooral de analyse van dat type die vooral aandacht besteed aan de vorm, de inhoud en de structuur van het medium deze auteur het best geschikt lijkt om deze "regularity in the pattern of media content" te ontdekken.

In de lijn van de opvattingen van R. Clausse situeert zich de studie van C. Geerts en E. Watrin over de jeugdpers.⁸⁷⁾ Centraal staat de inhoud van de jeugdmagazines en de evolutie die erin waar te nemen valt: "Soumis à des tendances diverses; un journal pour jeunes n'est pas une oeuvre fixée définitivement, il évolue continuellement sous les pressions de son public, clientèle difficile, dont on s'efforce de connaître les goûts . . ." ⁸⁸⁾ Ook wijzen de auteurs op de noodzaak het onderzoek uit te breiden over een lange periode: "L'avantage de l'étude sur une longue période est de permettre de séparer les tendances avortées, fugaces, de celles qui sont profondes et durables. L'étude des magazines pendant la guerre, à une époque où les restrictions de papier ne permettent pas de satisfaire tous les goûts en consacrant à chacun une partie de surface, permet de voir ce qui est principal et essentiel dans les intentions des éditeurs". ⁸⁹⁾

E. Sullerot gaat bij haar klassiek geworden studie over de damespers⁹⁰⁾ eveneens uit van de inhoud. Zij tracht de functies van verschillende onderdelen van deze pers na te gaan, rekening houdend met het opduiken, in belang toenemen of afnemen, veranderen van uitzicht en opvatting van de bestudeerde rubrieken. Aldus behandelt zij de functies van de fotoroman⁹¹⁾, het feuilleton⁹²⁾, de rubriek "hartaangelegenheden"⁹³⁾ enz. "Les fonctions de cette presse déterminent son contenu. Elles sont admirablement résumées par le triple devoir que définit la formule de P. Lazareff: "rendre service, distraire, informer". ⁹⁴⁾ De auteur is de mening toegedaan dat de functies slechts kunnen begrepen worden wanneer men de hiërarchie van deze publikaties nagaat: "Pour comprendre mieux les fonctions de la presse féminine moderne, rien de plus éclatant que d'en retracer l'histoire". ⁹⁵⁾

Varin d'Ainvelle bestudeert de verschillende functies die de krant in Frankrijk, sinds haar ontstaan achtereenvolgens vervulde.⁹⁶⁾ De gevolgde werkwijze is dezelfde als bij E. Sullerot, doch uiteraard is de bestudeerde periode langer. Zoals bij E. Sullerot wordt ook hier overwegend de nadruk gelegd op de psycho-sociale functies van de pers (fonction divertissante, fonction psycho-thérapeutique, etc.).

Tenslotte dienen wij hier onze eigen studie te vermelden, die terugging tot een idee van R. Clausse.⁹⁷⁾ Uitgaande van de analyse van de

structuur, de inhoud en de vorm van twee Nederlandstalige Belgische kranten (*Vooruit* en *Het Laatste Nieuws*), over een vrij lange periode (1894-1960) trachten we te besluiten tot het vervullen van een reeks functies door deze bladen.

Kommentaar

Op het eerste gezicht lijkt optimisme gewettigd: het heeft er de schijn van dat de methode der inhoudsanalyse een bruikbaar element kan zijn bij de functionele analyse op het macro-sociologisch niveau.

Er zijn echter een paar adders onder het gras. De problemen die zich voordoen kunnen wij indelen in twee reeksen. Problemen van meer technische aard en meer fundamentele problemen.

Wat de problemen van technische aard betreft, beperken wij ons tot twee bondige bedenkingen.

A. Wij vertellen waarschijnlijk niets nieuws wanneer we zeggen dat de inhoudsanalyse van grote hoeveelheden kranten over een lange periode een zeer lastig, tijdrovend en tamelijk vervelend werk is. Ik geloof dat u samen met mij het volgende citaat van D. M. Ogilvie, P. J. Stone en E. F. Kelly kunt onderschrijven: "Most content analysis tasks are time-consuming, tedious, unexciting, demanding dull, hateful and boring".⁹⁸⁾ Het gebruik van de computer kan gelukkig het werk reeds ten dele verlichten.⁹⁹⁾

B. Vervolgens is er dit: bij een dergelijk studieopzet doet de onderzoeker bewust afstand van de studie van individuele feiten en van de manier waarop de pers bepaalde gebeurtenissen behandelt, om alle aandacht te besteden aan de trend in de inhoud. Met F. Braudel, zijn wij de mening toegedaan dat bij de studie over een lange periode, geschiedenis en sociologie meer en meer versmelten.¹⁰⁰⁾ Op het "derde niveau" (macro-niveau) wordt noodzakelijkerwijze meer en meer afstand genomen van het individuele gebeuren, om bepaalde regelmatigheden en patronen te kunnen ontdekken. Op die manier gaan echter elementen verloren: bv. de functies op een bepaald crisismoment, bij een bepaalde gebeurtenis.

En nu de meer fundamentele problemen.

A. Studie van de functies van de inhoud van de pers impliceert het aantonen van een verband tussen enerzijds de inhoud en de wijzigingen die zich daarin voordoen en anderzijds bepaalde veranderingen in de maatschappij. Dit verband werd tot op heden hoofdzakelijk onderzocht bij de studie van films en novellen in de geïllustreerde pers.¹⁰¹⁾

D. Mc. Quail zegt hierover "The analysis of trends over time has also produced a set of findings about the interaction between changing media content and social change".¹⁰²⁾ De meeste studies zijn er evenwel niet in geslaagd een afdoend antwoord te geven op de vraag

naar het causaal verband tussen maatschappij en media-inhoud. Zo merkt D. Mc. Quail op, sprekende over de studie van P. Johns-Heine and H. Gerth: "*Values in mass periodical fiction 1921-1940*"¹⁰³): "This study leaves unresolved the crucial question whether communication content determines or reflects changing trends".¹⁰⁴) Bovendien stelt zich de vraag naar significante indices voor die bedoelde veranderingen in de maatschappij.

Met uitzondering van de studies van E. Sullerot en M. Varin d'Ainville die het verband leggen met de historische achtergrond (de eerste vooral met de veranderingen in de juridische status en de sociale rol van de vrouw, de tweede met het politieke gebeuren) is daar bij het onderzoek naar de functies van de pers, vooralsnog weinig aandacht aan besteed geworden. Uit het door ons gedane onderzoek bleek afdoende hoe moeilijk het is significante indices in het maatschappelijk gebeuren af te zonderen.

B. Vervolgens is er de vraag wat de inhoud van de media precies weerspiegelt. Met andere woorden: laat de analyse van de inhoud het toe om te besluiten tot het al dan niet bestaan van bepaalde functies.

Sommige auteurs hebben hieromtrent enig voorbehoud gemaakt. Zo stelt U. Magnus bij zijn analyse van het Duitse televisieprogramma wel een lijst van "functies" op (Information, Meiningsbildung, Unterhaltung, Kunstgenuss und Erbanung, Behlerung, Unterricht), doch meent eerder te moeten spreken van "möglicherweise erfüllten Funktionen".¹⁰⁵) Hij voegt er aan toe "Die Feststellung einer realiter erfüllten Funktion ist eine Aufgabe der Wirkungsforschung, die von der Methode der Aussageanalyse nicht geleistet werden kann".¹⁰⁶)

Mogelijke gevolgtrekkingen met betrekking tot de werking van de inhoud (m.a.w. de werkelijk vervulde functies) steunen op, wat de auteur noemt, de "Reflexionshypothese", nl. de hypothese dat de media-inhoud de wensen en behoeften van het publiek zonder vertekening en vervorming weerspiegelt en de "Kontrolhypothese", nl. de mening dat de media-inhoud ten volle aan deze wensen, behoeften en noden tegemoet komt.¹⁰⁷) D. Mc. Quail meent, op grond van de resultaten van verschillende onderzoekingen, dat een groot gedeelte van de media-inhoud niet a priori kan worden beschouwd als verzorgd door de communicator om een bepaalde behoefte te bevredigen¹⁰⁸), bv. de zgn. reclamefunctie. De vraag blijft dus nog steeds open.

De vraag kan worden gesteld, of dit tweede probleem niet uit de weg geruimd kan worden, door de inhoudsanalyse aan te vullen met, wat we zouden kunnen noemen, een "tweede luik" nl. het onderzoek van het publiek om na te gaan of men werkelijk van "functies" kan spreken?¹⁰⁹)

Een dergelijke opzet werd, althans op het macro-niveau, nog niet gerealiseerd. Afgezien van de materiële problemen gesteld door de

organisatie van een dergelijk onderzoek en van al de "biases" eraan verbonden, blijft het o.i. de vraag of men via de subjectieve ervaringen van het publiek wel kan komen tot het vaststellen van objectieve ervaarbare functies. Bovendien is deze manier van werken uiteraard uitgesloten bij de analyse over een lange periode.

3) OP HET MESO-SOCIOLOGISCH NIVEAU

Onze mening is, dat de inhoudsanalyse bij de studie van de functies van de pers met het beste gevolg kan worden gemeten op het meso-sociologisch niveau.

Het is, geloven wij, geen toeval dat juist vorsers als Park, Burgess, Mc. Kenzie en Janowitz, die qua onderzoekstraditie tot de zgn. "Chicago-school" kunnen worden gerekend, zich precies met dat soort studies hebben beziggehouden. Wij menen als geslaagd voorbeeld de studie van M. Wilmet, gewijd aan de West-Vlaamse weekbladpers te kunnen vernoemen.¹¹⁰⁾ Waarom lijkt dit niveau van analyse het best bruikbare? Vooreerst zijn dit soort studies beperkter in omvang (zowel qua object, qua aantal van functies en qua uitgebreidheid van het lezerspubliek). Zij zijn derhalve realiseerbaar zonder al te grote moeite, binnen een redelijke tijdspanne. De eerder beperkte omvang van het opzet laat toe naast de inhoudsanalyse ook andere onderzoekstechnieken toe te passen die de inhoudsanalyse komen aanvullen en controle mogelijk maken o.m. onderzoek naar de communicator, (bedoelingen, back-ground, historiek, economische en sociale bindingen), het onderzoek van een aantal indices (bv. de graad van beschikbaarheid van de verschillende media) en tenslotte het onderzoek van het publiek. M. Janowitz' reeds herhaaldelijk vermelde studie over de "community press" te Chicago blijft o.i. hiervoor het aangewezen voorbeeld. Bij dit alles blijkt de studie van de inhoud centraal, maar hij wordt a.h.w. voortdurend gecontroleerd en getoetst aan de hand van bevindingen verkregen via andere technieken, waardoor hij relevanter en vooral ondubbelzinniger wordt.

IV. BESLUIT

Ons besluit zal kort zijn. Het was geenszins de bedoeling het onderwerp: nl. de bruikbaarheid van de inhoudsanalyse van mediaboodschappen voor fundamenteel onderzoek volledig uit te putten. Evenmin was het onze opzet een definitief recept voor bruikbaarheid voor te leggen.

Dit artikel dient gezien te worden als het resultaat van een langdurige reflexie. Zoals wij in de inleiding zeiden was het uitgangspunt een latent ongenoegen over het nogal magere resultaat van een massa onderzoekswerk, dat vaak ten koste van grote inspanning gerealiseerd werd. Bij deze reflexie betrokken wij zowel de voornaamste richtingen

die in het inhoudsanalyse-onderzoek kunnen worden onderscheiden als de belangrijkste onderzoekstechnieken.

Zoals gezegd hopen wij dat deze bijdrage aanleiding zal geven tot een nieuwe gedachtenwisseling. Misschien betekent zij dan de start van een nieuwe oriëntatie op het gebied van inhoudsanalyse.

Noten:

- 1) Het belangrijkste werk uit deze periode is ongetwijfeld de studie van M. Willey: *The country newspaper. A study of socialisation and newspaper content*, University of North Carolina Press, 1926. Een andere interessante studie is deze van J. L. Woodward: *Foreign news in American Newspapers. A study in public opinion*, Columbia University Press, 1930.
- 2) Zie o.m. H. D. Lasswell, N. Leites e.a. *Language of politics, studies in quantitative semantics*, New York, 1949.
- 3) Reeds in 1959 kwam F. E. Barcus tot een inventaris van 1.700 inhoudsanalyses (zie F. E. Barcus: *Communications content: analyses of the research 1900-1958*, Ph. Dissertation, University of Illinois, Arbor, Michigan, 1959. Vermeld in R. E. Mitchell: "The use of content analyses for explanatory studies", *Public Opinion Quarterly*, vol. XXXI, Spring 1967, nr. 1, blz. 231, voetnoot 1. Uit de vakliteratuur blijkt afdoende dat het aantal studies sindsdien aanzienlijk is toegenomen.
- 4) Zie H. D. Lasswell, D. Lerner en I. De Sola Pool: *The comparative study of symbols*, Stanford, 1951; I. De Sola Pool: *The prestige papers: Idem: Symbols of internationalism; Idem: Symbols of democracy*; allen gepubliceerd te Stanford, 1952.
- 5) Zie o.m. J. C. Merrill: "The image of the "Yanqui" in the Mexican Press", *Gazette*, Vol. VIII, 1962, nr. 4., blz. 251, e.v.
- 6) Zie b.v. W. J. Mackinnon and R. Centers: "Social-psychological factors in public orientation toward an out-group", *The American Journal of Sociology*, Vol. LXIII, 1958, nr. 4, blz. 415-419. Nagegaan werd op basis van een thematische analyse, in welke mate de dagbladen de back-ground verschaffen voor de Amerikaanse opinie over de U.S.S.R.
- 7) In het Frans spreekt men van "la couverture d'un évènement" in het Engels van de "coverage". Hier zijn de voorbeelden legio: o.m. G. H. Stempel III: "The prestige papers in two presidential elections", *Journalism Quarterly*, Winter 1965, blz. 15 e.v.; W. Schramm (ed.): *One day in the world's press: fourteen great newspapers on a day of crisis, november 2, 1956*, Stanford, 1959.
- 8) O.m. J. E. Backer: "The prestige press and news management in the Cuban crisis", *Journalism Quarterly*, 1964, jg. 49, nr 2, blz. 264-265; M. R. Brooks: "Socio-political attitudes of leading negro-newspapers", *Sociology and Social Research*, Vol. 41, 1956, nr. 2, blz. 100-107.
- 9) O.m. R. W. Budd: "U.S. news in the press down under", *Public Opinion Quarterly*, Vol. XXVIII, 1964, nr. 1, blz. 39-56; J. W. Markham: "Foreign news in the United and Latin American Press", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 25, Summer 1961, nr 2, blz. 249-262.
- 10) D. Gold and J. L. Simmons: "News selection patterns among Iowa dailies", *Public Opinion Quarterly*, Vol. XXIX, 1965, nr 8, blz. 425-430.
- 11) Zie o.m.: A. Inkeles and K. Geiger: "Critical letters to the editors of the Soviet Press: areas and modes of complaint", *American Sociological Review*; Vol. 17, April 1952, nr. 6, blz. 694-703; A. Piekara: "Spalecza rola prasy W. Ramach instytucji skag e wrioskow" (Le role social de la presse dans le cadre de l'institution des plaintes et des propositions), *Zeszyty Prasoznawcze*, 1960, nr. 1-2, blz. 64-83. A. Davidovitch et R. Beanjamin: "La presse et la criminalité", *Cahiers Internationaux de Sociologie*, vol. XXXIV, 1963, blz. 137-150. H. Mc. Gill Hughes: *News and the human intrest story*, Chicago, 1940; L. Bogart: "Adult talk about newspaper comics", *The American Journal of Sociology*, vol. LXI, 1955, nr. 1, blz. 26-30.

- 12) M. Janowitz and R. Schulze: Trends in mass communication research, in *Transactions of the Fourth World Congress of Sociology, Milan and Stresa, 8-15 september 1959*, Vol. III, blz. 136.
- 13) Ibidem.
- 14) Idem, blz. 137.
- 15) Idem, blz. 136. De auteurs spreken van "answers to pressing of interesting questions-of-the-day".
- 16) D. Mc. Quail: *Towards a sociology of mass communications*, London, 1969, blz. 68 e.v.
- 17) W. L. Warner: "Mass media: a social and psychological analysis", in *American Life*, Chicago 1962, vermeld in D. Mc. Quail, op cit. blz. 67.
- 18) Als voorbeeld kunnen wij hier de bekende studie citeren van L. Löwenthal: Biographies in popular magazines, in B. Berelson and M. Janowitz (eds): *Reader in public opinion and communication*, New York, 1953.
- 19) D. Mc. Quail, op cit., blz. 69.
- 20) Idem, blz. 70: "... in the response to what the audience is believed to want".
- 21) S. Kracauer: "Hollywood terror films: do they reflect an American State of mind?", *Commentary*, 2: blz. 132-136.
- 22) M. V. Martel & G. J. Mc. Call: "Reality orientations and the pleasure principle: A study of American mass periodical fiction 1890-1955", in A. Dexter and D. M. White (eds.): *People, society and mass communications*, New York, 1964, blz. 283-333.
- 23) Een goede uiteenzetting hierover vindt men in R. Stéphane-Clausse: "Het onderzoek van de massacommunicatie in 1961". *Tijdschrift voor Sociale Wetenschappen*, 7de Jg., 1962, nr. 1, blz. 6 e.v.
- 24) A. L. George: Quantitative and qualitative approaches to content analysis, in I. de Sola Pool (ed.): *Trends in content analysis*; Urbana, 1959, blz. 7 e.v.
- 25) Oorspronkelijke benaming: "evaluative assertion analysis". Voor de meest volledige uiteenzetting over deze techniek verwijzen we naar C. E. Osgood, S. Saporta and J. T. Nunnally: "Evaluative assertion analysis", *Litera*, 1956, nr. 3, blz. 47-162, Goede uiteenzettingen ook in W. R. Budd, R. K. Thorp, L. Donohew: *Content analysis of communication*, New York, 1967, blz. 62-63; R. C. North, O. R. Holsti, M. G. Zaninovich, D. Zinnes: *Content analysis. A handbook with application for the study of international crisis*, 1963, blz. 91, e.v.
- 26) Zie hiervoor het handboek van C. E. Osgood, G. J. Suci and P. H. Tannenbaum: *The measurement of meaning*, Urbana, 1957.
- 27) Een goede uiteenzetting hierover vindt men in I. de Sola Pool (ed.): *Trends in content analysis*, op cit., blz. 196-202.
- 28) Hiervoor verwijzen we eveneens naar I. de Sola Pool (ed.): *Trends in content analysis*, op cit., blz. 37.
- 29) De rapporten van de hand van A. L. George (The Rand Corporation), C. E. Osgood (University of Illinois); G. F. Mahl (Yale University); S. Saporta en T. A. Sebeok (Indiana University), R. Plant (University of Arizona), J. A. Garraty (Columbia University) en I. de Sola Pool (Massachusetts Institute of Technology) werden naderhand door deze laatste gebundeld tot een "reader". Dit boek, waar we reeds naar verwezen (*Trends in content analysis*) is thans naast het bekende werk van B. Berelson één der meest geciteerde studies over inhoudsanalyse.
- 30) P. J. Stone, D. C. Dunphy, M. Smith and D. M. Ogilvie: *The General Inquirer, a computer approach to content analysis*, Cambridge, Massachusetts, London, 1966. De auteurs hebben later in talrijke bijdragen hun oorspronkelijke werk toegelicht en aangevuld. Zie o.m. P. J. Stone: *The General Inquirer: Status Report*, April 1972, (gestencild); D. M. Ogilvie, P. J. Stone and E. F. Kelly: Computer aided content analysis, Harvard University, July 1970, for publication in R. B. Smith (ed): *Social science methods: a new introduction*.
- 31) Zie b.v. R. C. North, O. R. Holsti, M. G. Zaninovich, D. Zinnes, op. cit., in het bijzonder Chapter VIII, "Computer content analysis" (blz. 129-147).
- 32) Zie o.m. C. H. Mertens de Wilmars et R. Hogenraad: "Essai d'analyse de contexte linguistique chez un pré-psychotique", *Journal de Psychologie normale et pathologique*, 1965, no. 4, blz. 443-464. Ook in *The General Inquirer* worden be-

langrijke toepassingen op dit domein voorgesteld: zie b.v. Chapter twelve: "Letters from Jenny: an approach to the clinical analysis of personality structure by computer" (blz. 431 e.v.); Chapter fifteen: "A thematic analysis of interviewers statements in therapy-analogue interviews" (blz. 504 e.v.), Chapter sixteen: "Some characteristics of genuine versus simulated suicide notes" (blz. 527 e.v.). Vermelden we eveneens dat een volledig nummer van het tijdschrift *Bulletin d'Etudes et Recherches Psychologiques* aan inhoudsanalyse gewijd werd (16e année, Tôme XVI, juillet-septembre 1967).

- 35) Zie b.v. het hierboven geciteerde artikel van C. H. Mertens de Wilmars et R. Hogenraad.
- 34) W. R. Budd, R. K. Thorp, L. Lonoheuw; op. cit., blz. 78.
- 35) C. E. Osgood: The representative model and relevant research methods, in I. de Sola Pool (ed.): *Trends in content analysis*; op. cit., blz. 73.
- 36) W. R. Budd, R. K. Thorp, L. Donohew, op. cit., blz. 78.
- 37) Een der oudste studies is ongetwijfeld deze van H. de Nausanne: "Que vaut la presse quotidienne française". *Revue hebdomadaire*, 11e année, T.VII, juin, 1902, blz. 1-26.
- 38) Zie hierover J. Kayser: "L'institut français de Presse", *Gazette*, vol. VIII, 1962, nr. 2, blz. 107-112. Talrijke bijdragen van dit Centrum werden gepubliceerd in het Tijdschrift *Etudes de Presse*.
- 39) Zie "The activities of the Cracovian University's Press Research Center", *Gazette*, Vol. VIII, 1962, nr. 1 blz. 45-48. Gegevens over de werkzaamheden van dit Centrum, alsook de publikatie van de voornaamste onderzoeksresultaten vindt men in het tijdschrift *Zeszyty Prasoznawcze* gepubliceerd door dit Centrum. Zie eveneens: P. Dubiel: "Analizy zawartosci prasy Polsce w latach 1947-1963" (Les analyses de presse en Pologne au cours des années 1947-1963), *Zeszyty Prasoznawcze*, 1964, nr. 3 (21) blz. 194-205.
- 40) Verslag over de werkzaamheden van dit Centrum vindt men in de cahiers: *Etudes et Recherches Techniques de Diffusion Collective*.
- 41) Idem.
- 42) De meest volledige uiteenzetting van de ideeën van J. Kayser m.b.t. de inhoudsanalyse, alsook een uitgewerkte studie van de Franse pers vindt men in *Le quotidien français*, Paris, 1963, waarin grotendeels de gedachten hernomen werden, vroeger uiteengezet in "L'étude du contenu d'un journal. Analyse et mise en valeur", *Etudes de Presse*, Vol. XI. 1959, nr. 20-21, blz. 6-20.
- 43) Aanduidingen met betrekking tot de techniek der inhoudsanalyse vindt men terug in de diverse studies die door het Brusselse Centrum verricht zijn. Deze kunnen, gemakshalve ingedeeld worden in drie groepen:
- a) Studies m.b.t. de structuur en de inhoud van de Belgische kranten. Zie o.m. G. Thoveron: "Le contenu des quotidiens belges", *Etudes et Recherches. Techniques de diffusion collective*, 1959, nr. 2, blz. 50-69.
- b) Onderzoek naar de manier waarop de Belgische pers bepaalde gebeurtenissen behandelt. Zie o.m. G. Thoveron: "L'évènement et le fait-divers. La table ronde Belgo-Congolaise et la procès Jaccoud dans la presse quotidienne belge d'expression française", *Etudes et Recherches. Techniques de Diffusion Collective*, 1960, nr. 3, blz. 7-45. Vermelden wij eveneens onder dit hoofd een reeks studies gewijd aan de wijze waarop de Belgische pers de verkiezingen versloeg, nl.: R. Clause: *La presse quotidienne et les élections législatives du 1er juin 1958* (avec la collaboration de R. Paquet); Publication du Centre National à Etudes des Techniques de Diffusion Collective, (ronéo) 1952; zie eveneens R. Clause: *La campagne électorale de mai 1958 dans la presse quotidienne*, in *Les élections législatives belges du 1er juin 1958*. Bibliothèque de l'Institut Belge de Science Politique 1e série, no 7, Bruxelles, 1959; R. Clause, G. Thoveron et E. Venken: *Presse, radio et télévision dans la campagne électorale de mars 1961* "Etudes et Recherches. Techniques de Diffusion Collective", 1962, nr. 7-8, blz. 53-21; R. Clause e.a. *Belgique 1965. Presse, radio et télévision aux prises avec les élections. Les rapports entre communautés et "Face à l'opinion"*. Bruxelles, 1968. Een gedeeltelijke publikatie van de voornaamste resultaten van deze laatste studie vindt men in R. Clause e.a.

"Presse, radio et télévision belges dans la campagne électorale de mai 1965", *Res Publica*, vol. VIII, 1966, nr. 1, blz. 24-66.

- c) studies gewijd aan bepaalde vormen van de pers; nl. M. Basch et G. Thove-ron: "Situation de la presse d'entreprise en Belgique et au Grand Duché de Luxembourg, 1957-1962", *Etudes et Recherches. Techniques de Diffusion Collective*, 1962, nr. 7-8, blz. 201-227; C. Geerts en E. Watrin: "Vingt-cinq ans d'évolution de la presse enfantine. Analyse de contenu comparée: journaux pour enfants et pages magazines pour enfants de la presse quotidienne", *Etudes et Recherches. Techniques de Diffusion Collective*, 1963, nr. 9-10, blz. 85-175.

- 44) Reeds vrij vroeg brachten sommige auteurs, o.m. Kaplan ("Content analysis and the theory of signs", *Philosophy and Science* 10, 1943, blz. 230-247, vermeld in B. Berelson: *Content analysis*, op. cit., blz. 25) de inhoudsanalyse zoals opgevat door H. D. Lasswell in verband met de semiologie (d.w.z. de algemene theorie der tekens.)

Volgens B. Berelson bestaat er evenwel een fundamenteel onderscheid tussen beide (*Content analysis*, op. cit., blz. 25).

- 45) Zie hierover R. Barthes in *Le Centre d'Etudes des Communications de Masse 1960-1966*, I: Orientation de la recherche, blz. 4-5. Onder "semiologie" verstaat R. Barthes: "l'ensemble des recherches qui portent sur le statut symbolique des phénomènes culturels, dès lorsque dans leurs descriptions elles s'inspirent du modèle linguistique. Dans la mesure où la culture apparaît de plus en plus comme un système de symboles, bref comme un langage, il est légitime de prévoir (...) le développement d'un véritable science de la culture qui soit d'inspiration sémiologique".

Zie ook R. Barthes: *De nulgraad van het schrijven. Inleiding in de semiologie*, Meulenhoff Nederland, 1970.

- 46) A. Molès: *Theorie de l'information et perception esthétique*, Paris, 1958, zie ook: A. Rienz: *Pour analyser les media, l'analyse de contenu*, Imprimerie de la Maison Mamo, 1971.

Talrijke studies op het gebied van de semiologie werden gepubliceerd in *Communications*, Tijdschrift van het "Centre d'Etudes des Communications de Masse" te Parijs (zie vooral de nummers 4 (1964), 7 (1966), 8 (1967) ("Recherches sémiologiques: l'analyse structurale du récit") en 11 (1968) ("Recherches sémiologiques: le vraisemblable").

- 47) Zie o.m. R. Lindekens: *Vergelijkende analyse van de narratieve structuren in twee radionieuwsberichten (BRT en RTB)*, Leuven, 1972.

- 48) *Amusement in de massamedia: informatieve en persuasieve functies*, Referaten van het Vijfde Vlaamse Congres voor Communicatiewetenschap, Leuven 15 november 1973, Leuven 1975, blz. 43 e.v.

- 49) G. Fauconnier; *massamedia en samenleving. Inleiding tot de wetenschappelijke studie van de massa-communicatie*, Antwerpen, Utrecht, 1973, blz. 62.

- 50) G. Fauconnier, op. cit. blz. 62

- 51) Antwerpen, Brussel, 1963.

- 52) Zie o.m. G. van Parys "Inhoudsanalyse van een dagblad. Enkele beschouwingen bij een recente publikatie", *Tijdschrift voor Sociale Wetenschappen*", 9de Jg. 1964, nr. 2, blz. 160-170.

- 53) G. van Parys: *La situation actuelle de l'étude de la communication de masse en Belgique*. Communication présentée au 6ème Congrès Mondial de Sociologie Evian, 4-11 septembre 1966.

- 54) Juist omwille van deze relatieve armoede van de inhoudsanalyses van het frequentie type en van het feit dat onderzoeks-technisch gezien geen vooruitgang meer wordt geboekt besloot het College van de Sectie Pers- en Communicatiewetenschappen van de V.U.B. voorlopig deze aanpak niet meer toe te laten bij wijze van licentieverhandeling.

- 55) W. Schramm: *Television in the lives of our children*, Stanford, 1961, blz. 169.

- 56) G. van Parys: *Een onderzoek naar de functies van de pers op grond van inhoudsanalyse van twee Vlaamse dagbladen over de periode 1894-1966*, Gent, 1971, (Zie "Inleiding" blz. 1-3).

- 57) C. R. Wright: Functional analysis and mass communication, in L. A. Dexter and D. M. White (eds.), op. cit., blz. 100-101.
- 58) I. Gadourek: *Sociologische onderzoekstechnieken*. Inleiding tot de werkwijze bij het sociaal- en gedragswetenschappelijk onderzoek, Arnhem, 1967, blz. 45-46.
- 59) I. Gadourek: op. cit., blz. 45.
- 60) H. D. Lasswell: The structure and functions of mass communications, in W. Schramm (ed.) *Mass communications*; Urbana, 1960, blz. 118 e.v.
- 61) in B. Rosenberg and D. M. White (eds.): *Mass culture. The popular arts in America*, Illinois, 1957, blz. 461-465.
- 62) W. I. Thomas and F. Znaniecki: *The Polish peasant in Europe and America*, New York, 1918-1927, in het bijzonder het hoofdstuk over "The wider community and the role of the press" (blz. 1376 e.v.). Zie hierover ook M. Janowitz (ed.): *W. I. Thomas: on social organization and social personality*. Selected papers edited and with an introduction by M. Janowitz, Chicago and London, 1966, blz. 105 e.v.
- 63) D. Lerner and L. W. Pevsner: *The passing of traditional society: modernizing the Middle East*, Illinois, 1958.
- 64) G. W. Marsman: *De katholieke dagbladpers in sociologisch perspectief*. Een bijdrage tot de sociologie van de massa-communicatie, Assen, 1967.
- 65) I. Gadourek, op. cit., blz. 46.
- 66) R. E. Park, E. W. Burgess and R. D. MacKenzie: *The city*, Illinois, 1925, vooral Chapter IV "The natural history of the newspaper" blz. 80 e.v.
- 67) W. L. Warner and P. S. Lunt: *The social life of a modern community*, New Haven, London, 1950, (8e druk). In het bijzonder hoofdstuk XI "Reading and other symbolic behaviour of the classes" blz. 378 e.v.
- 68) M. Janowitz: *The community press in an urban setting*, Illinois, 1952.
- 69) N. de Volder, A. Hendriks, F. Vanstreels, en A. Leroy: *Regionale informatieweekbladen*. Een onderzoek naar de sociale, culturele en economische functies van de regionale informatieweekbladen in de Vlaamse provincies, Mechelen, s.d.
- 70) I. Gadourek, op. cit., blz. 46.
- 71) B. Berelson: What "missing the newspaper" means, in W. Schramm (ed.): *The process and effects of mass communications*, Urbana, 1961, blz. 37-47.
- 72) Deze opsomming van studies maakt geen aanspraak op volledigheid. Wij vermelden bij voorkeur die studies die in de literatuur als de voornaamste beschouwd worden. Evenmin hebben wij uitgewijd over de zgn. "dysfuncties" van de media die eveneens op de drie hoger beschouwde niveau's kunnen worden bestudeerd.
- 73) G. Fauconnier, op. cit., blz. 76.
- 74) Idem, blz. 86.
- 75) D. Mc. Quail, op. cit., blz. 86.
- 76) Idem, blz. 87.
- 77) Meer en meer wordt aandacht besteed aan de functionele werking van het aanwezig zijn, of van het introduceren van een medium. Het belang van de functionele benadering van het medium zelf, staat centraal in het werk van M. Mc. Luhan, wiens slagzin "The medium is the message" algemene bekendheid verwierf. De boodschap, aldus Mc. Luhan, of de informatie die een bepaald medium brengt is totaal ondergeschikt aan het medium zelf, m.a.w. men kijkt niet naar televisie om te zien wat de programma's brengen, doch hoofdzakelijk om televisie te kijken. Zie daarover M. Mc. Luhan: *Understanding media*; New York, 1964, in Nederlandse vertaling verschenen onder de titel *Mens en media*, Utrecht, 1967. Zie vooral Hfdst. I: "Het medium is de boodschap", blz. 18 e.v. Deze gedachte vinden we eveneens terug in de bovenvermelde Finse studie van V. Pietila: "By their pure existence, mass media are important to people even if people did not actively seek for meaningful messages out of them". "Immediate versions delayed reward in newspaper reading", *Acta Sociologica*, vol. 12, nr. 4, blz. 269. B. Berelson noemde het lezen zelf "a strongly and pleasurable motivated act", en legt de nadruk op het "quasi ritualistic character of some newspaper reading". W. Stephenson bouwde hierop zijn zgn. "play theory" of "ludenic theory" op, zie W. Stephenson: "The ludenic theory of newsreading", *Journalism*

- Quarterly*, 1964, Summer, blz. 367-384; Idem: *The play theory of mass communication*, Chicago and London, 1967.
- 76) M. Versichelen: *Grondige studie van vraagstukken over sociologie*. Cursus gedoceerd aan de Rijksuniversiteit Gent. blz. 43.
- 79) I. Gadourek, op. cit., blz. 47.
- 80) Ibidem.
- 81) Ibidem.
- 82) Idem: blz. 45-46.
- 83) B. Berelson: What "missing the newspaper" means, op. cit., blz. 47. o.i. dient hier zeer behoedzaam te werk gegaan te worden. Diepteonderzoek is hier noodzakelijk en o.i. kan met goed gevolg gebruik gemaakt worden van de door R. K. Merton ontwikkelde "focused interview" - techniek. Op dit niveau kan de inhoudsanalyse gecombineerd met andere, meer "klassieker" onderzoekstechnieken doeltreffend aangewend worden.
- 84) Zo meent W. Schramm dat bepaalde nieuws-items een onmiddellijke voldoening schenken ("immediate reward") en andere een uitgestelde voldoening ("delayed reward"). Tot de items waarvan de lezer een onmiddellijke voldoening verwacht, kunnen volgens de auteur gerekend worden: nieuws over misdaden en corruptie, ongevallen en rampen, sport, ontspanning en zgn. "society news". Tot de tweede groep nieuws-items, deze waarvan de lezer een voldoening op langere termijn verwacht, behoren de berichtgeving over politieke en sociale aangelegenheden, wetenschap, opvoeding en gezondheidszorg (W. Schramm: "The nature of news", *Journalism Quarterly*, Vol. 26, 1949, blz. 259-269 en W. Schramm, J. Lyle and E. B. Parker: "Patterns of children's reading of newspapers", *Journalism Quarterly*, Vol. 37, 1960, blz. 35-40. V. Pietila testte de stelling van W. Schramm en zijn medewerkers aan de hand van concreet onderzoek. V. Pietila: op. cit.
- 85) D. Mc. Quail: op. cit., blz. 88.
- 86) G. Maletzke: *Psychologie der Massenkommunikation*, Hamburg, 1963, blz. 133.
- 87) C. Geerts et E. Watrin: "Vingt-cinq ans d'évolution de la presse enfantine. Analyse de contenu comparée: journaux pour enfants et pages - magazines pour enfants de la presse quotidienne", op. cit.
- 88) Idem, blz. 86.
- 89) Idem, blz. 87.
- 90) E. Sullerot: *La presse féminine*, Paris, 1963.
- 91) Idem, blz. 93.
- 92) Idem, blz. 142.
- 93) Idem, blz. 161 e.v.
- 94) Idem, blz. 91.
- 95) Idem, blz. 13.
- 96) M. Varin d'Ainville: *La presse en France. Génèse et évolution de ses fonctions sociales*, Paris, 1965.
- 97) op. cit.
- 98) D. M. Ogilvie, P. J. Stone and E. F. Kelly, op. cit., blz. 6.
- 99) Zie o.m. G. van Parys: "Het gebruik van de computer bij de inhoudsanalyse van dagbladen", *Informatiebulletin Ce.Co.We.*, 1971, nr. 3-4, blz. 29-39.
- 100) F. Braudel: Histoire et sociologie, in G. Gurvitch: *Traité de sociologie*, I. Paris, 1967, blz. 93.
- 101) Onder de belangrijkste studies vermeldt D. Mc. Quail (op. cit., blz. 69) o.m. S. Kracauer: op. cit., "Hollywood's terror films: do they reflect an American state of mind?"; Idem: "National types as Hollywood presents them"; *Public Opinion Quarterly*, Vol. 13, 1949, blz. 53-72; M. v. Martel and G. J. Mc. Gall, op. cit., blz. 283-333.
- 102) D. Mc. Quail, op. cit., blz. 69.
- 103) *Public Opinion Quarterly*, Vol. 13, 1949, blz. 105-113, vermeld in D. Mc. Quail, op. cit., blz. 69.
- 104) Ibidem.
- 105) U. Magnus: *Aussage analyse. Eine Untersuchung des 1e Fernsehens Programs*, Hamburg, 1966, blz. 23.
- 106) Ibidem.

- ¹⁰⁷⁾ Idem, blz. 19.
- ¹⁰⁸⁾ D. Mc. Quail, op. cit., blz. 91.
- ¹⁰⁹⁾ Ongeveer gelijktijdig met ons onderzoek naar de functies van de geschreven pers op grond van inhoudsanalyse, startte G. Thoveron, eveneens uitgaande van het functie-schema van R. Clausse, met een onderzoek naar de functies van radio en T.V. gebaseerd op de ondervraging van het publiek (G. Thoveron: *Radio et télévision dans la vie quotidienne*, Bruxelles, 1971). G. Thoveron gaat uit van de behoeften van het publiek. ("Les besoins"). Dit concept is o.i. als uitgangspunt te ruim en te vaag. Aan de behoeften van het publiek (behoefte aan informatie, ontspanning enz.) kan ook door andere technieken, media en instellingen voldaan worden. Het juiste aandeel van de bestudeerde media, d.w.z. hun typische functie, komt op die manier onvoldoende tot uiting.
- ¹¹⁰⁾ M. Wilmet: *De regionale dagbladpers in West-Vlaanderen: structuur en rol*, Brussel, 1973.

PRETESTEN IN DE SCHRIFTELIJKE VOORLICHTING

INLEIDING *

Dit artikel is geschreven ten behoeve van de praktijk van de voorlichting. De lezer die ik op het oog heb is of in de praktijk werkzaam, of op de praktijk georiënteerd. In het eerste geval is het de voorlichter zelf of degene die het beleid van een voorlichtingsorganisatie (mede) bepaalt. In het tweede geval kan dit zijn de onderzoeker die zich speciaal richt op de praktijk, of de docent die studenten voor de praktijk van de voorlichting wil opleiden. Een nogal heterogeen leespubliek dus. Niet alles zal dan ook voor iedereen even interessant of duidelijk zijn.

Dit artikel past in de huidige trend binnen de voorlichtingskunde om de voorlichter meer aan bod te laten komen. Jarenlang heeft de voorlichtingskunde zich vooral gericht op een analyse van de ontvanger en het ontvangersysteem. Men denke aan het onderzoek naar het adoptie- en diffusieproces. Vaak waren daarbij de implicaties voor het concrete handelen van de voorlichter of enigszins twijfelachtig of onvoldoende duidelijk. ¹⁾ De reactie hierop heeft ons weer de ogen geopend voor de voorlichter en zijn werk. Leidraad voor dit artikel is het proces van een voorlichtingsactie: hoe deze actie wordt voorbereid, uitgewerkt en afgerond. Pretesten is een onderdeel van dit proces.

Ik veronderstel dat dit artikel niet bij voorbaat weggeselecteerd wordt omdat ik het vertrouwen heb dat er in de praktijk een groeiende interesse bestaat voor een onderwerp als pretesten. Voorlichters nemen meer en meer afstand van de overleefde formule: veel materiaal verspreiden met een hoge frequentie volgens standaard-procedures 'die zich in de praktijk bewezen hebben'. Het type van de op zijn intuïtie vertrouwende ijveraar wordt geleidelijk vervangen door het type van de 'voorlichtingskundige voorlichter', iemand die zich duidelijke communicatie-doelen stelt, die bewust aandacht schenkt aan alternatieve middelen en besef heeft van een aantal criteria, waarmee hij de alternatieven kan relateren aan wat hij wil bereiken. Iemand tenslotte, die weet hoe hij aan de voor dit alles noodzakelijke informatie kan geraken.

Bij de 'noodzakelijke informatie' denkt de voorlichtingskundige voorlichter niet alleen aan inhoudelijke gegevens, maar ook aan gegevens omtrent de ontvanger. Kenmerkend is zijn idee over kosten. Hij weet

* Bij het schrijven van dit artikel heb ik kunnen profiteren van de (positieve) ervaringen, die met pretesten zijn opgedaan in de sectie Schriftelijke Voorlichting van het Instituut voor Toegepaste Voorlichtingskunde te Wageningen. Bovendien ben ik erkentelijkheid verschuldigd aan een aantal reclame-onderzoekers, die mij inzicht hebben gegeven in hun werkwijze t.a.v. pretesten.

dat hij de kosten van een voorlichtingsactie niet zozeer moet berekenen, uitgaande van het medium of de boodschap (bijvoorbeeld de kosten per folder) maar dat de kosten per adequaat bereikte lezer graadmeter moet zijn. Mede daarom is hij ontvanger-gericht.

De wil om informatie te vergaren over de ontvanger brengt hem wellicht in contact met het veelbelovende begrip actieonderzoek. Maar zijn aanvankelijke enthousiasme voor dit soort onderzoek bekoelt aanzienlijk als hij merkt dat hier wel veel over gepraat wordt (de roep om actieonderzoek is een gemeenplaats), maar dat bruikbare methoden in de schriftelijke voorlichting nog nauwelijks voorhanden zijn.

Met dit artikel wil ik een poging doen een van de vormen van dit soort actieonderzoek, pretesten, wat nader uit te werken. Ik wil daarbij starten met het noteren van een aantal uitgangspunten. Daarna volgt een overzicht van enkele methoden.

UITGANGSPUNTEN

WAT IS PRETESTEN ?

Onder pretesten verstaan we het informatie verzamelen over een tekst bij een beperkt gedeelte van het te bereiken leespubliek vóórdat de tekst in de beoogde, oplage verspreid wordt. Het doel van pretesten kan van tweeërlei aard zijn:

a. We willen weten of het de moeite waard is om tot verspreiding van een tekst op grote schaal over te gaan. Schriftelijke voorlichting is soms een erg kostbare zaak. Als het vooraf gestelde doel onvoldoende bereikt kan worden kan de uitgave eenvoudig te duur zijn in relatie tot het effect. Mogelijk is dat we meerdere versies aldus uittesten;

b. We willen weten hoe een tekst te verbeteren valt. De reacties van de proeflezer kunnen aanwijzingen bevatten over te wijzigen passages of globale kenmerken van de tekst, zowel ten aanzien van de vorm als van de inhoud.

Beide doelstellingen behoeven elkaar niet geheel en al uit te sluiten. Wel maakt het voor de practijk van het pretesten veel uit waar men het accent legt.

PRETESTEN ALS EEN VORM VAN ACTIEONDERZOEK

Het academische, vaak op lange termijn georganiseerde communicatieonderzoek is doorgaans niet bij machte de voorlichter in zijn meestal korte-termijn beslissingen bij te staan. De ware oorzaak hiervan is niet zozeer het verschil in tijdsplanning maar het karakter van het meeste van dit soort onderzoek: het is conclusiegeoriënteerd, d.w.z. het is er vooral op uit de wetenschappelijke kennisvoorraad te vergroten. Daarentegen vraagt de voorlichter om decisiegeoriënteerd onderzoek. Uitgaande van zijn plannen wil hij zien hoe hij de beschikbare middelen moet aanwenden om deze plannen te verwezenlijken. ¹⁾

van onderzoek waarbij de probleemstelling sterk (mede)bepaald wordt door, in ons geval, de voorlichter zelf en waarbij de resultaten direct en onmiddellijk in handen van deze voorlichter komen om hem in staat te stellen, in de loop van het productieproces van schriftelijk materiaal, de effectiviteit hiervan te toetsen of te vergroten.

Het zal ieder duidelijk zijn dat pretesten tot actieonderzoek gerekend moet worden. Maar actieonderzoek in de schriftelijke voorlichting is niet tot pretesten te beperken. Er zijn meer momenten in het productieproces van een tekst die om actieonderzoek vragen. Wie zich in pretesten wil verdiepen moet volgens mij enig idee hebben van dit andere onderzoek, dat pretesten vaak zal vergezellen.

Bezien we het schrijven als een activiteit, die zich geenszins beperkt tot het formuleren van zinnen, maar meerdere, anderssoortige stadia omvat (zie schema 1). Actieonderzoek kan ons helpen om in de voorbereidingsfase de nodige informatie te verzamelen over de voorkennis, de informatieve behoefte en een aantal houdingsaspecten bij het publiek. Het resultaat is van belang voor de keuze en de uitwerking van de thema's. Maar vaak zal dit onderzoek ook tot bijstelling van onze aanvankelijke doelgroepkeuze (denk aan de noodzaak van een zekere homogeniteit) en van het door ons gewenste en verwachte effect leiden. In dit onderzoek kunnen bovendien vragen aan de orde komen over het mediagebruik.

Ook leesbaarheidsonderzoek valt wellicht tot actieonderzoek te rekenen, al is het geen publieksonderzoek. Bedoeld is hier het werken met z.g. leesbaarheidsformules. In Nederland is de belangstelling hiervoor sinds enige tijd flink opgebloeid. Het laat zich aanzien dat binnen enkele jaren goed gevalideerde formules, speciaal opgesteld voor de Nederlandse taal, gereed zullen komen.²⁾ Uiteraard kunnen deze formules geen vervangingsmiddel voor de pretest zijn. Op de eerste plaats meten ze enkel formele tekstkenmerken en niet de inhoudelijke, terwijl de laatste volgens velen van een dominante betekenis zijn. De pretest gaat wel op de inhoud in. Bovendien zijn de formules gebaseerd op generalisaties die de leesbaarheid van een concrete tekst bij een concreet publiek vaak maar ten dele zullen voorspellen. De pretest is juist wel op dit specifieke publiek afgestemd en heeft dus een grotere voorspellende mogelijkheid. Maar anderzijds kampen we in de praktijk van het pretesten met allerlei beperkingen, bijvoorbeeld bij het aantal vragen dat we kunnen stellen maar ook bij het aantal te benaderen proefpersonen, zodat we dit instrument maar voor een deel in zijn potenties kunnen gebruiken. Leesbaarheidsformules zijn dan een welkome en bijna noodzakelijke aanvulling.

Tenslotte: evaluatieonderzoek. Dit is eigenlijk geen actieonderzoek omdat de resultaten niet tijdens het productieproces van schriftelijk materiaal, maar achteraf beschikbaar komen.³⁾ Het is uiteraard wel decisiegericht onderzoek. De resultaten zijn bruikbaar om gelijksoortige voorlichtingsacties in de toekomst te verbeteren, zowel m.b.t. het

Schema 1

Het proces van schriftelijke voorlichting

<i>Stadia</i>	<i>Opmerkingen</i>
De voorbereidingsfase	In deze fase moet beslist worden voor wie we gaan schrijven en wat we bij onze doelgroep willen bereiken. Om tot een goede beslissing te komen, hebben we informatie nodig, die we in de literatuur of bij deskundigen maar ook bij de doelgroep kunnen vinden. Bovendien moeten we het medium kiezen (of de media) en de thema's die we gaan aansnijden. Ook hiervoor zijn gegevens nodig. Tenslotte moeten organisatorische afspraken worden gemaakt, mede aan de hand van een tijdschema.
Het overzicht	De thema's worden met het materiaal bijeengebracht zodat men duidelijk voor ogen heeft wat precies in de tekst moet komen.
Het ontwerp	De thema's worden gerangschikt naar een bepaalde volgorde. De accenten worden aangegeven.
Het uitschrijven	De tekst wordt, in een concept-versie, geformuleerd. Het formuleren, dient spontaan, zonder al te veel haperingen, te gebeuren.
De eerste revisie	De eerste revisie is bedoeld om te zien waar de tekst te verbeteren valt. Dit kan aan de hand van zgn. leesbaarheidscriteria, die voor een deel empirisch getoetst zijn (b.v. lange zinnen lezen moeilijker). We kunnen ook gebruik maken van een leesbaarheidsformule.
De tweede revisie	De tekst, in een verbeterde versie wordt voorgelegd aan een aantal personen uit de doelgroep. Er bestaan verschillende methoden om te pretesten. Doel kan zijn te testen of we met de tekst het gestelde doel wel kunnen bereiken, of verspreiding op grote schaal zin heeft. Ook kunnen we de doelgroep inschakelen om de tekst te verbeteren.
De grafische verzorging en vermenigvuldiging	De grafische verzorging en het drukken is een activiteit die terecht meestal onder de hoede van specialisten geschiedt. Een goede schrijver-voorlichter zal zich tot een overleg-partner kunnen ontwikkelen.
De verspreiding	Als we niet via de persmedia onze boodschap versturen, moeten we een programma voor een gerichte verspreiding opstellen.
De evaluatie	Voorals we met een serie van soortgelijke voorlichtingsacties bezig zijn, verdient het aanbeveling te evalueren. Het meten van het effect kan doorgaans onder meer realistische condities geschieden bij het pretesten.

te bereiken eindresultaat (aantal adequaat bereikte lezers) als de wijze waarop dit tot stand kwam, (methode van werken, de samenwerkingsrelaties etc.).

PRETESTEN OP BASIS VAN DE DOELSTELLING

Pretesten is geen bezigheid die los van andere activiteiten in het schrijfproces gecultiveerd kan worden. Bij pretesten wordt met name verondersteld dat men goed weet wat het doel van de voorlichtingscampagne is. Een tekst op zich is, uit communicatie-oogpunt, nooit goed of slecht. Dit hangt af van wie er welke informatie uit moet winnen. In de doelstelling moet dit helder en concreet omschreven zijn, idealiter in operationele termen zodat men door de pretest werkelijk bij machte is om te toetsen of en in hoeverre de tekst aan de doelstelling beantwoordt.

Een belangrijk punt is dat in de doelstelling in ieder geval niet slechts een verder grijpend doel is vermeld: b.v. een gedragsverandering, of een duurzame houdingsverandering. Pretesten om te zien of de tekst werkzaam is zou dan betrekkelijk zinloos zijn, omdat via een pretest meestal geen houdings- en gedragsverandering valt vast te stellen. In de doelstelling moet het ware communicatie-doel, wie moet welke informatie winnen, prevaleren. Dit communicatiedoel kan een voorwaarde zijn voor verder liggende doelen. Hierbij moet direct gesteld worden, dat het zelden een voldoende voorwaarde is.

DE DRIE POSITIES VAN DE ONDERZOEKER

Actieonderzoek, dus ook pretesten, kan vanuit drie posities ondernomen worden:

- a. Een onderzoeker of onderzoeksteam kan van buiten de voorlichtingsorganisatie aangetrokken worden;
- b. Binnen de voorlichtingsorganisatie kan een speciale onderzoeksafdeling bestaan;
- c. De voorlichter kan zelf geschoold worden om eenvoudige vormen van onderzoek te verrichten.

Elk van deze posities heeft een aantal voor- en nadelen. Dit artikel behoeft hierop niet in te gaan. Wel wil ik een lans breken voor het derde alternatief, waar de voorlichter, alleen of met zijn collega's tevens onderzoeker is. Mogelijkheid b. zal in de praktijk helaas vaak ontbreken. ⁴⁾ Mogelijkheid a. is meestal nogal kostbaar, of wordt als kostbaar gezien, waardoor dit soort onderzoek vaak een incidenteel karakter heeft. De voorlichter die via actieonderzoek zijn werk wil verbeteren is nogal eens op zichzelf aangewezen. De vraag is natuurlijk of dit een realistisch alternatief is.

Ik ben van mening dat via een gerichte cursus annex training op dit punt veel te bereiken valt. ⁵⁾ De basis voor zo'n opleiding moet natuurlijk zijn een goed inzicht in de principes van de communicatieleer. Dit betekent dat de voorlichter ontvanger-gericht denkt. Deze gerichtheid

dient verder te gaan dan het schrijfbureau lang is. De voorlichter moet in contact treden met zijn lezers, vooral tijdens de voorbereidingsfase en ook bij de pretest. Hoe hij dit systematisch zou kunnen doen zou onderwerp van de cursus/training moeten zijn.

Natuurlijk wijkt dit soort onderzoek af van wat meestal onder onderzoek verstaan wordt. Het is een vrij nieuw terrein, zowel voor de praktijk als voor de voorlichtingskundige die de praktijk bij wil staan. Methodologisch advies is in het algemeen, dacht ik, een zeldzaam gebeuren. In een nawoord wil ik dit wat meer uitdiepen. Eerst wil ik enige methoden behandelen, zodat de lezer weet welke mogelijkheden feitelijk aanwezig zijn.

METHODEN VAN PRETESTEN

DRIE METHODEN

Wie denkt in het onderstaande een pasklaar antwoord te kunnen vinden op zijn vraag naar een voor hem uitgewerkte methode moet ik teleurstellen. Op de eerste plaats wisselen de omstandigheden in de praktijk zo sterk, dat het aantal antwoorden op deze vraag de ruimte van een boekwerk zou beslaan, zeker als we ze zo gedetailleerd zouden behandelen dat directe toepassing mogelijk werd (een soort receptenboek voor pretesten dus). De een heeft weken tijd ter beschikking, de ander amper een dag. De een heeft veel geld te besteden, de ander weinig. De een heeft veel ervaring met het zelf verrichten van (actie)onderzoek, de ander praktisch geen. De een staat alleen, de ander werkt in teamverband. Tel daarbij nog op de verschillen in doelstelling en duidelijk zal zijn dat we met één uitgewerkte methode slechts een zeer beperkte groep lezers zouden dienen. Dus is gekozen voor een overzicht van methoden, die daardoor eerder aanduidend dan gespecificeerd zijn weergegeven.

Maar ons ontbreekt het bovendien aan de nodige kennis om met stelligheid te verkondigen dat deze of die methode in een bepaalde omstandigheid de beste is. De praktijk en vergelijkend onderzoek naar de resultaten van alternatieve methoden zal ons langzamerhand die zekerheid moeten geven. Voorlopig zal de pretester zijn eigen weg nog moeten zoeken.

Gelukkig behoeven we bij een inventarisatie van misschien bruikbare methoden niet bij het nulpunt te starten. Het advertentieonderzoek heeft op dit gebied een vrij rijke traditie waar we dankbaar van zullen profiteren. Nadeel is dat een advertentie vaak niet hetzelfde beoogt als een voorlichtende tekst en dat bijgevolg de advertentie-pretests voor ons maar ten dele waardevol zijn.

Een tweede bron van ervaringen op het gebied van pretesten is het onderzoek dat is gericht ten behoeve van informatieve T.V.-programma's. Hier geldt het bezwaar dat het gaat om het gesproken woord (met bewegende beelden) in plaats van het geschreven of gedrukte

woord, hetgeen vaak tot andere methoden van pretesten leidt. Tenslotte vinden we ook in de voorlichting wel enkele methoden. Maar dit zijn vaak meer suggesties vanuit de studeerkamer dan dat ze gebaseerd zijn op een levende praktijk.

Samenvatten komen we toch tot een aardige reeks, die we grofweg in drie klassen kunnen indelen:

- a. De methoden van effectmeting;
- b. De methoden van beoordeling;
- c. De zgn. Content Response Code.

Bij de eerste groep methoden gaan we na wat het effect is van het in zo realistisch mogelijke condities laten lezen van een tekst.⁶⁾ Dit type pretest zegt ons vooral iets over het effect dat we van een tekst mogen verwachten. Minder gemakkelijk leert het ons iets over hoe we de tekst zouden moeten verbeteren.

Bij het tweede type wordt de lezer op de stoel van een beoordelaar gezet. Hij zegt, na de tekst kritisch te hebben doorgelezen wat hij van de tekst vindt, in antwoord op onze vragen daarover. We kunnen hieruit veel informatie destilleren over mogelijke zwakheden van de tekst en hoe deze mogelijk te overwinnen zijn. Over het werkelijk effect komen we maar weinig aan de weet. Tussen wat iemand van een tekst zegt en wat het effect van die tekst op hem is mogen we niet zonder meer een hoge correlatie veronderstellen.

Het derde type is eigenlijk een variant op het tweede, met dit belangrijke verschil dat de respondent geen antwoorden geeft op vooraf gestelde vragen, maar zijn spontane reacties, die hij zelf registreert tijdens het lezen van de tekst, in een gesprek achteraf toelicht.

Voor we deze drie typen wat beter gaan bekijken moeten we nog even ingaan op de vraag welke proefpersonen uitgenodigd moeten worden. We zouden graag enkele 'gemiddelde lezers' willen uitkiezen. Maar wat is nu een gemiddelde lezer? Eén methode om hiertoe te komen is het per toeval selecteren van een aantal lezers, binnen de aangegeven doelgroepomschrijving. Samen vormt deze groep dan een representatieve doorsnee van ons publiek, een 'gemiddelde lezer'. Is dit niet haalbaar, dan kunnen we proberen om de representativiteit te verkrijgen door uit de verschillende segmenten van onze doelgroep een of enkele mensen (naar evenredigheid) te kiezen. Bijvoorbeeld als we een folder over de principes van de Bijstandswet voor potentiële cliënten willen uitgeven kunnen we enkele bejaarden, enkele kleine middenstanders, kortom, enkele vertegenwoordigers uit de verschillende segmenten van de groep die we willen bereiken, om hun medewerking vragen. Een laatste methode is om een soort minimum niveau aan te geven. Het idee is: als dit gedeelte uit de doelgroep het begrijpt, begrijpen de anderen het zeker wel. We kiezen dan vertegenwoordigers uit dat segment van de doelgroep waarin we verwachten dat het overdrachtsprobleem het grootst is.

Tenslotte nog dit. Gezien het aantal aspecten dat we zouden kunnen

pretesten en de beschikbare tijd, zullen we vaak gedwongen zijn een keuze te maken. We moeten prioriteiten stellen. We kunnen ons hiervoor de twijfels die er gerezen zijn tijdens de eerste revisie in herinnering brengen. Verder moeten we onze doelstelling nog eens voor ogen houden en nog eens recapitulieren waar het ons *vooral* om begonnen was. Het is belangrijker om de essentiële punten te verbeteren d.m.v. de pretest dan enkele kleine puntjes. Daarnaast zal ook meespelen welke aspecten door ons goed te pretesten zijn. Als niet een goed pretest instrument voorhanden is, moeten we zo'n aspect maar bescheiden laten rusten.

DE METHODEN VAN EFFECTMETING

De effecten die we zouden willen meten kunnen we grofweg onderscheiden in twee categorieën:

- de effecten die samenhangen met de te creëren bekendheid met 1) de tekst als geheel en 2) de verschillende thema's in de tekst. We meten dan of de tekst wel gelezen is en welke thema's in de herinnering zijn blijven hangen.
 - de effecten die samenhangen met het eigenlijke doel van de tekst: 3) het scheppen van inzicht en begrip t.a.v. een aantal thema's of 4) het vestigen van een bepaalde waardering of beoordeling.
- Natuurlijk staan de eerste twee genoemde effecten niet los van de laatste. Ze zijn te beschouwen als voorwaardelijk.

1. *Wordt een tekst gelezen?*

Om te zien of een folder of een artikel kans maakt om opgemerkt en ingezien te worden kunnen we ze in een concurrerend milieu plaatsen (een map met soortgelijke folders of een knipselkrant met allerlei artikelen) en de proeflezer dit geheel ter hand stellen. Na een vastgestelde tijd kan nagevraagd worden of de tekst wel of niet is opgemerkt of ingezien. ⁷⁾

2. *Herinnert de lezer zich de thema's?*

De voorlichter heeft m.b.t. zijn onderwerp een bepaalde voorkeur. Hij onderscheidt kardinale thema's, belangrijke thema's en minder belangrijke thema's. Het is gewenst dat de lezer bekend raakt met die thema's waar het de voorlichter werkelijk om gaat.

De proeflezer wordt gevraagd om alle onderwerpen die hij zich na het doorlezen van de tekst kan herinneren op te schrijven of te noemen 'of hij ze nu belangrijk vindt of niet'. De thema's die niet of pas laat in het rijtje worden genoemd zijn kennelijk niet voldoende 'werkzaam'. Ze beklijven onvoldoende. Wanneer ze toch prioriteit hebben kan de voorlichter ze in een herziene versie meer accent geven, b.v. meer regels toekennen. ⁸⁾

3. *Ontstaat het bedoelde inzicht of begrip?*

Bij het analyseren van inzicht en begrip vragen we ons af of de proefpersoon het belangrijkste uit de tekst doorziet. Kan hij de argumentatie volgen en de verklaarde begrippen hanteren? Begrijpt hij de expliciet of misschien impliciet aanwezige conclusie van de auteur? Etc. ⁹⁾

Mogelijkheden om dit te onderzoeken zijn: ¹⁰⁾

a. De essay-methode

Deze methode vraagt om een schriftelijke reactie op een vraag als: "Kunt U een samenvatting geven van de belangrijkste punten uit deze tekst?"

Nadeel van deze methode is dat lang niet iedereen goed schriftelijk kan reageren. Sommige mensen schrijven maar uiterst zelden. Bovendien zet het schrijven a.h.w. een nieuw leerproces in gang. De proefpersoon moet zijn gedachten structureren. Verdere vragen worden hier waarschijnlijk sterk door beïnvloed. Deze vragen meten dan het resultaat van lezen *plus* overdenking. Een nadeel is ook de moeilijke interpretatie van de reacties. Hier kunnen we niet aan subjectiviteit ontkomen. Bovendien, een laatste nadeel, bestaat de kans dat de proefpersoon, door de tekst aangesproken, zijn eigen opinies e.d. gaat weergeven. Dit is nadelig, want lang niet altijd blijkt uit zo'n antwoord begrip of inzicht.

b. Het gerichte vraaggesprek

Tussen een volledig natuurlijk, vrij gesprek en een geprogrammeerde vragenlijst waarbij op elke specifieke vraag maar één specifiek antwoord mogelijk is bestaat een tussenvorm, het gerichte vraaggesprek. Dit biedt ons een aantal mogelijkheden.

We kunnen bijvoorbeeld uitgaan van, zeg, een vijftal vragen, die we qua formulering niet vastleggen en in een vrij willekeurige volgorde, al naar gelang het gesprek loopt, aan de orde stellen. Om een voorbeeld te geven. Als we als hoofdthema hebben de oorzaken voor de stijging van de criminaliteit zou een vraag kunnen zijn: 'Een twintigtal jaren terug gebeurden er minder misdaden. Hoe zou dit komen?'

Een voordeel van deze methode is dat we het gesprek een wat natuurlijker karakter kunnen geven. Bovendien kunnen we gemakkelijker aan de weet komen wat de achtergronden zijn van een eventueel misverstaan. Bij de essaymethode is dit moeilijker.

Een nadeel is zeker dat de uitkomsten moeilijk te vergelijken zijn. Hoe ongestructureerder het gesprek, hoe meer elk gesprek een ander gesprek is. De winst aan diepgang kan het verlies aan vergelijkbaarheid betekenen.

Duidelijk is verder dat zo'n gesprek nogal wat deskundigheid vereist van de kant van de interviewer. Om erachter te komen of de gewenste communicatieve effecten, hier: inzichten, tot stand zijn gekomen, in welke mate of waarom niet, vraagt nogal wat interviewtechniek.

Een praktisch probleem is de formulering van de reactie. Als men voor

het verwerken veel tijd heeft en de geïnterviewde geen bezwaar maakt, is de bandrecorder een mogelijke uitkomst. Anders moet er drittig geschreven worden in een later nog leesbare vorm.

c. Specifieke vragen

Een derde mogelijkheid is het stellen van enkele van te voren omschreven specifieke vragen waarop steeds één specifieke reactie moet volgen. Zaak is, de vraag zo eenvoudig mogelijk en zo specifiek mogelijk te formuleren. Als de reactie negatief is moet dat liggen aan een slecht begrip van de tekst en niet van de vraag. Soms kan het verstandig zijn om enige informatie voorafgaande aan de vraag te verstrekken. Verder moet de vraag ook echt begrip meten en niet het vermogen om een aantal termen te reproduceren.

Hoe gaan we te werk bij het opstellen van de vragen? Globaal kunnen we dit als volgt aanpakken. We kunnen vooraf de tekst analyseren en een onderscheid maken, getrouw aan onze doelstellingen, tussen cardinale thema's, belangrijke thema's en minder belangrijke thema's. Voor al deze niveau's kunnen we vragen opstellen.

Achteraf kunnen we, als we een totaal uitkomst voor elke respondent willen samenstellen, de uitkomsten op deze drie types van vragen gaan 'wegen', d.w.z. we zorgen ervoor dat het begrijpen van de cardinale thema's meer gewaardeerd wordt dan het begrijpen van alle minder belangrijke thema's. Hoe we dit precies kunnen doen laat ik hier in het midden.¹¹⁾

Om na te gaan hoe we de tekst aan de hand van de uitkomsten kunnen verbeteren verzamelen we alle foutieve uitkomsten per vraag en gaan we bekijken waardoor de misverstanden kunnen zijn ontstaan. Mogelijk kan er ook met de proefpersoon aan het einde van het interview over gepraat worden. Ook een groeps gesprek achteraf tussen de geïnterviewden is een te overwegen, maar niet altijd haalbaar, alternatief.

4. Vestigt de tekst de bedoelde waardering?

Met onze tekst willen we misschien een bepaalde waardering vestigen of, dit lijkt moeilijker, wijzigen.¹²⁾ Twee methoden geven we hier:

a. uitspraken

Een opinie of een waardering valt te verwoorden in een uitspraak (of statement) of meerdere uitspraken. Wie door schriftelijke voorlichting de wilde tuin wil propageren kan de proefpersoon, nadat hij de tekst heeft gelezen, vragen te reageren op de uitspraak: 'Onkruid bestaat niet'. De proefpersoon heeft als reactiemogelijkheden: sterk mee eens . . . zwak mee eens (vijf posities b.v.). Gebeurt dit schriftelijk dan moet hij kruisjes zetten. Bij een mondelinge enquête is het handig als hij een kaartje met antwoordmogelijkheden in handen heeft.

b. polaire adjectieven

De waardering voor iets valt weer te geven in een aantal adjectieven. Zo kan de waardering voor een wilde tuin gemeten worden aan de

hand van de kenmerken: interessant, praktisch goed haalbaar, niet duur, uniek etc. Daartegenover staat dan: oninteressant, praktisch niet haalbaar, kostbaar, niets bijzonders. Tussen beide woordparen staat een streep met 5 of 7 posities die respondenten, naar gelang hun voorkeur dienen aan te kruisen. Achteraf valt te constateren wat het gemiddelde waarderingspatroon is.

DE METHODE VAN TEKSTBEOORDELING

De lezer kan bij de voorgaande methoden gedacht hebben dat pretesten toch eigenlijk eenvoudiger kan. Wat ligt er meer voor de hand om datgene wat we willen weten direct maar te vragen aan degenen waarvoor het bedoeld is? ('Is dit of dat duidelijk?', 'Is deze of die informatie werkelijk van nut?' e.d.). We blijven zo ook dichter bij onze tekst, d.w.z. we kunnen veel gemakkelijker aanwijzingen voor verbeteringen verzamelen.

Inderdaad: aanwijzingen verschaft deze methode volop. Maar een erg juist beeld van het effect mogen we niet verwachten. Het is als met een T.V.-voetbalreportage, die een veelvoud van flitsen uitzendt, maar geen doelpunten laat zien. We kunnen hieruit gevolgtrekkingen maken over hoe club A de volgende keer zou moeten spelen. Maar erg zeker zijn we niet. We missen de einduitslag.

Het is verstandig om de respondent expliciet in de helpersrol te plaatsen, en deze rol te verduidelijken. Dan zal hij wellicht minder behoefte gevoelen om zich te onderscheiden van die categorie die de tekst niet kan begrijpen. Dan zal hij ook inzien dat hij ons met ongenueanceerd welwillende antwoorden niet gelukkig maakt. De pretest is geen applaus-meter.

Soms kan ook een niet-bedoelde lezer een nuttige beoordelaar zijn. We denken hierbij bijvoorbeeld aan personen die veel direct contact met de doelgroep hebben: zgn. sleutelfiguren. Als de doelgroep uit mensen bestaat die minder goed in staat zijn om een tekst vanaf 'n meer afstandelijke positie te bekijken, zullen we nogal eens op sleutelfiguren moeten terugvallen. Maar we moeten met de keuze van sleutelfiguren wel voorzichtig zijn. De afstand tot de doelgroep mag niet te groot worden.

Wat kunnen we nu laten beoordelen? In principe bijna alles waarover we een oordeel wensen. Zowel de inhoudelijke uitwerking als de vormgeving kunnen onderwerp van beoordeling zijn. Enkele hoofdcategorieën zijn bijvoorbeeld:

- de gebruikte taal: moeilijke woorden, onduidelijke formulering etc.
- de illustraties, grafieken, schema's
- de aansprekelijkheid van de voorbeelden
- de aantrekkelijkheid van de lay-out
- de praktische waarde van de informatie
- de winst aan informatie (wat wist men al)
- typografische aspecten, lettergrootte, -type e.d., etc.

Ook hierbij kunnen we enkele van de bij de vorige methoden genoemde onderzoeksinstrumenten ('polaire adjectieven'¹³), het gerichte vraaggesprek e.d.) gebruiken, al zal de werkwijze anders zijn vanwege de andere positie van de proeflezer. Verder kunnen we tekstbeoordeling laten volgen door een gesprek over de achtergronden van een bepaalde beoordeling of over mogelijkheden om aangeduide zwakheden te corrigeren. (Wat is precies onduidelijk? Wat mist men eigenlijk? Hoe zou men het zelf aangepakt hebben?)

Natuurlijk kan deze methode best met die van de vorige gecombineerd worden. De procedure kan dan als volgt zijn. Eerst laat men de proefpersoon, zoveel mogelijk zoals hij dit normaal gewend is, de tekst doorlezen. Dan volgt de effectmeting. Daarna kan men de tekst nogmaals, maar dan wat grondiger laten doorlezen en kan men, eventueel met de tekst in de hand, de beoordelvingsvragen stellen.

Tenslotte: overwogen kan worden om de beoordelaars samen te brengen in een groep, eventueel pas nadat ze eerst individueel schriftelijk of mondeling hebben gereageerd. Uit de groepsdiscussie kunnen suggesties voor verbetering worden verkregen, die individueel misschien niet boven water gekomen zouden zijn.

DE CONTENT RESPONSE CODE

De methode die we hier voorstellen is een goed omschreven en meermalen beproefde methode.¹⁴) De procedure is globaal als volgt. De proefpersonen geven spontaan door middel van een plus of een min tijdens het lezen aan of ze de betreffende passage waarderen of niet. Dit kan zijn omdat ze het met een bepaalde passage eens of oneens zijn, of omdat ze de passage erg duidelijk of onduidelijk vinden, interessant of oninteressant, eerlijk of oneerlijk etc. Per content unit, een afgerond stuk tekst met één thema, worden nadien de uitkomsten gecodeerd. De uitkomsten kunnen individueel doorgesproken worden of in een groep. Natuurlijk zijn voor ons juist de negatieve tekens interessant. We vragen waarom men bij deze passages negatief reageerde.

Een voordeel van deze procedure is dat we veel aanwijzingen krijgen over wat zwakke passages zijn en, in tweede instantie, hoe we deze kunnen verbeteren. Bij verschillende versies kunnen we quasi-exact bepalen welke de beste versie is, eenvoudig door het aftrekken van de minnen van de plussen (bij gelijk aantal content units). Het doorpraten achteraf kan ons aanwijzingen geven over hoe deze onderwerpen in de doelgroep besproken worden, welke woorden of uitdrukkingen men gebruikt etc.

Ten opzichte van de vorige methode, die van beoordeling, bestaat het grote voordeel dat de punten waarover gepraat wordt spontaan door de proeflezer worden aangeduid. Zij maken a.h.w. zelf de vragenlijst. Dit kan een belangrijke correctie zijn op de beperkte, altijd wat eenzijdige blik van de voorlichter die zijn eigen tekst aan onderzoek onderwerpt.

Vooraf moeten we de 'content units' vaststellen. Dat zullen vaak alinea's zijn. Maar het kan ook een tekening zijn. In principe moet het een afgerond stukje informatie voorstellen. De proefpersoon moet echter niet te zien krijgen, door strepen of zo, wat de content units zijn. Hij moet op een gewone en niet op een opgedeelde tekst reageren.

Ons is gebleken dat deze methode voor de lezer-beoordelaar niet te moeilijk is. Een goede instructie lijkt belangrijk.

Natuurlijk kunnen we deze methode weer met de andere combineren. De methode van effectmeting moet dan weer voorrang krijgen. In tweede instantie kunnen we de Content Response Code-methode uitvoeren. De methode van beoordeling komt bij voorkeur *na* de methode van de Content Response Code.

Om met de presentatie van pretest-methoden te besluiten wil ik een tweetal praktische methoden noemen die moeilijk in het bovenstaande schema onder te brengen zijn.¹⁵⁾ Ze zijn vooral erg gemakkelijk toepasbaar, vragen relatief weinig onderzoekservaring en weinig tijd. Wat ze precies waard zijn moet m.i. nog blijken.

Bij de eerste methode laten we de proeflezer de tekst hardop voorlezen. Hieruit kan tot op zekere hoogte afgeleid worden welke woorden slecht begrepen worden of onbekend zijn (haperingen, fouten). Een vertragend tempo kan een indicatie zijn dat een passage relatief moeilijker te begrijpen is. De interviewer noteert waar haperingen, fouten, tempovertragingen e.d. optreden en vraagt na wat de oorzaak hiervan is.

Bij de tweede methode laten we een aantal personen uit de doelgroep de tekst lezen en over de inhoud discussiëren. De discussie wordt op een bandrecorder opgenomen. Hieruit kan enigszins blijken hoe de tekst ontvangen is, welke thema's als relevant zijn overgenomen. Soms kan onbegrip geregistreerd worden. Verder krijgen we hierdoor enige informatie over hoe we ons taalgebruik aan kunnen passen aan dat van de doelgroep.

NAWOORD

Het lijkt me niet onmogelijk dat menige methodologisch geschoolde lezer van bovenstaande doe-het-zelf aanpak gruwet. Waar zijn de garanties t.a.v. de representativiteit? Welke waarborgen zijn er t.a.v. de geldigheid en de betrouwbaarheid van dit soort resultaten?

Voor zover het om een misverstand gaat zou dit te wijten kunnen zijn aan het referentiegedrag van de meeste onderzoekskundigen. Zij vergelijken deze riskante methoden met wat in de meeste sociaal-wetenschappelijke handboeken gelegitimeerd wordt, en dan vallen de tekorten op. Er is geen echte experimentele opzet met pre- en post-meting, er is geen controlegroep etc. Degene echter die, zoals wij,

de huidige voorlichtingspraktijk als referentiepunt nemen, hebben er minder moeite mee. De genoemde methoden lijken dan een nuttige aanvulling op (geen vervanging van!) de huidige praxis.

De hier voorgestane aanpak gaat ook van een enigszins ander idee van objectiviteit uit dan waar de professionele, vaak conclusiegerichte onderzoeker aan denkt. Uitgangspunt is een aan de werkelijkheid te toetsen inzicht in de relatie middel - doel. De objectiviteit die wij hier voor ogen hebben is voor alles een bepaalde *houding* om werkelijk, via de reacties van bedoelde ontvangers, het product te toetsen of te verbeteren. De objectiviteit laat zich maar ten dele vertalen in objectieve methoden. Het streven naar een in de methodologie ingebouwde objectiviteit moet sterk ondersteund worden. Maar dan in het licht van de beperkingen van tijd, geld e.d. die in de praktijk regel zijn. Methoden zijn er tenslotte ook om toegepast te worden.

Tussen intuïtie en de huidige sophisticated methodologie ligt een gebied waarin veel meer te ontdekken valt dan een mengsel van slechte, afgedankte methoden en wat gezond verstand. Om dit duidelijk te maken introduceer ik de term *aangepaste methodologie*.¹⁶⁾ Bij aangepaste methodologie streven we naar een optimaal onderzoeksinstrument, gezien de praktische omstandigheden. Aangepaste methodologie zou een belangrijke rol kunnen spelen bij de verwetenschappelijking van de praktijk van de voorlichting in goede relatie met de verbreiding van theoretische inzichten. Dit proces zou sterk bevorderd kunnen worden door afgestudeerde communicatie-deskundigen, die vaker dan vroeger in de praktijk werk vinden. Nodig is dan wel dat ze niet enkel weten hoe b.v. factor-analyse wordt uitgevoerd, maar ook ruime ervaring hebben met eenvoudige vormen van actieonderzoek. Zoals pretesten.

Noten:

- 1) Vergelijk: Van den Ban A.W., *Inleiding tot de voorlichtingskunde*. Boom, Meppel, 1975, blz. 89.
- 2) Voor een beschrijving van de verschillen tussen een conclusiegerichte en een decisisiegerichte wetenschap: zie Zwart, C. J., *Gericht veranderen van organisaties*, Lemniscaat, Rotterdam, blz. 298-311.
- 3) Zie Van Hauwermeiren, P., *Leesbaarheidsonderzoek*, Tjeenk Willink, Groningen 1975.
- 4) De verschillen tussen deze soorten onderzoek staan beschreven in: Clark, P. A., *Action research and organisational change*, Harper and Row, Londen, 1972.
- 5) Mogelijkheid b. lijkt ons ideaal, tenminste als het productieteam en het onderzoeksteam hun werkzaamheden goed op elkaar weten af te stemmen. In de praktijk ontbreekt het hier nogal eens aan.
- 6) Enige aanwijzingen hiervoor zijn verkregen uit onderwijsactiviteiten, waaronder een cursus voor voorlichters.
- 7) Natuurlijk is in de schriftelijke voorlichting de tekst meestal maar een onderdeel van de boodschap. We blijven slechts over dit onderdeel praten omdat het toch vaak het hoofdbestanddeel vormt, naast tekeningen, foto's, grafieken e.d.
- 8) Zie Aeyelts Averink, G. J. en P. E. V. de Bruin, *Reclame-research*, Standaard wetenschappelijke Uitgeverij, 1965, blz. 32-33.

- 9) Zie verder Stapel, J., *Reclameresultaten meten voor marketing*, Samsom, Alphen aan den Rijn, 1972, blz. 75-95.
- 10) We stelden dat het lezen in zo realistisch mogelijke omstandigheden zou moeten plaatsvinden. Naarmate dit beter lukt meten we ook inderdaad, wat Belson noemt, 'actual understanding'. We kunnen ook begrip meten in zeer begunstigende omstandigheden. Dit begrip noemt Belson 'basic comprehesibility'. Wat dan niet begrepen wordt zal in de werkelijke leessituatie zeker te moeilijk zijn. Zie: Belson, W. A., *The impact of television*, Crosby Lockwood and Son, Londen, 1967, blz. 119.
- 11) Voor het meten van begrip zie Belson, W. A., op. cit., blz. 111-157, of: Trenaman, J. M., *Communication and comprehension*, Longmans, Londen, 1967, blz. 24-31.
- 12) Zie Trenaman, J. M., op. cit., blz. 26-27.
- 13) Vaak zijn opinies gegrond in houdingen. Als deze een nogal fundamenteel karakter hebben valt er weinig van het effect te verwachten.
- 14) Zie Van der Zwan, A. W., *Meting van de reclamewerking van advertenties*, *Tijdschrift voor Marktonderzoek*, maart 1968, blz. 1-14. Het betreft hier de zgn. Ad-fact meting.
- 15) Ahlschwede, M. P., *Pretesting, a publication for low income homemakers*, report no. 10 Department of Agricultural Information, N.C. State University at Raleigh, mei, 1970.
- 16) Deze methoden zijn gebaseerd op suggesties van: Bowers, J., *Action research in communication*, AG Communication, jan. 1974, blz. 11-14.
- 17) De analogie met de "aangepaste technologie" dringt zich op. Ook hier discussies of we niet een stap terug aan het zetten zijn. Ook hier aanwijzingen dat toch in een reële behoefte voorzien wordt. Maar analogieën leveren uiteraard slechts zeer triviale argumenten.

KRONIEK

DE KLEINE MARGES VAN EEN SOCIALISTISCHE OMROEP

1 november 1975 vierde de VARA zijn 50-jarig bestaan. "**Massacommunicatie**" heeft het wenselijk geacht bijzondere aandacht te wijden aan het socialistisch gebruik van de omroep. Het blad heeft daarom in het vorige nummer een soort rapport gepubliceerd van een "**Werkgroep Socialistische Omroep**", bestaande uit leden en/of vrienden van de VARA (men lette op de fijne nuance!). Het stuk gaat over de "identiteit" van de VARA. Dat is een belangrijk onderwerp, waarover de VARA zelf in mei 1975 een aantal uitspraken heeft gedaan. Die waren de vrucht van een discussie die zich ongeveer twee jaar lang heeft afgespeeld in de verenigingsorganen (afdelingen, districten, verenigingsraad, hoofdbestuur) en in het VARA-bedrijf. Discussies die beslist niet zonder gerucht zijn verlopen omdat zij diepgaand waren en ook vaak fel.

Die discussies hebben zich geconcentreerd op een viertal vragen die betrekking hadden op:

1. Namens wie en tot wie spreekt de VARA?
2. Moet de VARA in hoofdzaak een signalerende, registrerende en analyserende functie hebben of moet zij in de eerste plaats het accent leggen op sociale actie en mobilisatie?
3. In hoeverre moet ook in amusementsprogramma's e.d. de eigen identiteit van de VARA tot gelding komen?
4. In hoeverre moet binnen de VARA als socialistisch-progressieve omroep pluriformiteit mogelijk zijn voor alle stromingen binnen democratisch links?

Het antwoord op die vragen is ten-

slotte gegeven door de Verenigingsraad van de VARA, een uit gekozen leden bestaand orgaan, dat niet ten onrechte wel eens wordt gekwalificeerd als het "VARA-parlement".

De Verenigingsraad heeft zijn uitspraken met algemene stemmen gedaan. Het lijkt ons voor een goede informatie van de abonnees van "**Massacommunicatie**" wenselijk dat deze conclusies ook aan hen bekend zijn, zodat wij ze bij deze beschouwing voegen (zie verderop). Zij geven op een aantal punten een duidelijk afwijkend standpunt op het stuk van de "**Werkgroep Socialistische Omroep**".

Omdat het identiteitsrapport van de VARA echter niet geschreven is als reactie op het stuk van de werkgroep hebben wij wel behoefte daarbij nog een aantal kanttekeningen te plaatsen.

WAAROM NIETS OVER DE RADIO?

1. Het is bijzonder jammer dat het stuk van de "werkgroep" zich beperkt tot de televisie. De radio komt nauwelijks aan de orde. Toch zou ook daar het een en ander over te zeggen zijn. Omdat vooral bij de radio blijkt hoe de mogelijkheden voor een socialistische omroep in het huidige bestel steeds kleiner worden als gevolg van een omroepbeleid dat ook door de progressieve partijen wordt gesteund. Wij denken daarbij in de eerste plaats aan de voortschrijdende zenderkleuring. Hilversum III, de lichte muziekzender met een bepaald karakter, is er niet in de laatste plaats gekomen onder druk van progressieve kamerleden, die een politiek

alibi zochten voor het doen verdwijnen van de zeezenders.

Hilversum IV, de klassieke muziekzender, start op 1 januari 1976. Dat is een besluit van een progressieve minister van C.R.M., mede gesteund door progressieve fracties.

Zou het niet op de weg liggen van de zo politiek-geëngageerde leden van de "werkgroep" eens duidelijk te maken hoe de VARA zich op deze zenders moet profileren? Beseffen zij dat zulk een ontwikkeling de VARA dwingt een groot deel van haar zendtijd te vullen op zenders die het brengen van een eigen "identiteit" bijna onmogelijk maken.

De opiniërende en informatieve programma's van de VARA moeten nu geheel worden uitgezonden op Hilversum I en II en dat geldt ook evenzeer voor andere omroepen. Bovendien zenden op I en II ook de tientallen kleine zendgemachtigden uit, allemaal praters! Om Hilversum I en II niet tot een onbeluisterbare brei van permanent gepraat te maken, die alle eetlust van de luisteraars verdrijft, moet ook daar het "zwaardere" geluid niet al te veel uit de hand lopen. De vlucht naar III en IV zou immers steeds groter worden!

Bovendien ontstaat door de kleurige van zenders, die onafgebroken één bepaalde programmasoort brengen, voor grote groepen luisteraars een gemakkelijke afsluiting van alle andere, wat meer aandacht vragende mogelijkheden die de radio biedt en komt de functie van de radio zelf in gevaar.

Het is daarom jammer dat de "werkgroep" aan de radio is voorbij gegaan. Een "open brief" van hen aan bevriende ministers en kamerleden waarin een ander omroepbeleid wordt bepleit, zou zinvoller zijn geweest dan een oproep aan de VARA, die het slachtoffer van dat beleid is.

Maar goed: laten wij ons, zoals het stuk van de "werkgroep" dat doet, beperken tot de televisie.

Dan stelt de publicatie van "de werkgroep" een aantal vragen aan de orde. De voornaamste zijn:

2. DE SOCIALIST EN DE TELEVISIE

Hoe gebruikt een socialist het medium televisie? De "werkgroep" zegt - ten onrechte - dat over dit vraagstuk in ons land al vele jaren niet meer is nagedacht. Zij zegt in domme hovaardigheid dat de verklaring van de "werkgroep" een uitnodiging is om daarmee eens een begin te maken. Twee jaar lang heeft juist over die vraag de identiteitsdiscussie binnen vereniging en bedrijf van de VARA "gewoed". Wil "de werkgroep" nu echt beweren dat daarbij niemand heeft gedacht over de functie van een socialistische omroep? Want dat was nu precies het onderwerp van de discussie, waarbij "rekkelijken" en "preciezen" (en alle nuances daartussen) fel tegenover elkaar stonden. De ideeën die nu door de "werkgroep" worden gepubliceerd, zijn daarbij ruimschoots aan de orde geweest, maar zijn door de VARA niet aanvaard. De verenigingsorganen en ook de grote meerderheid van de medewerkers hebben die gedachten afgewezen. Wat kan een socialist met de televisie doen? Namens wie gebruikt hij het medium. Tot wie richt hij zich? Wat voor programma's zendt hij uit? Drie onderling verbonden vragen. In praktische termen vertaald:

a. **Namens wie zendt de VARA uit of - zoals de "werkgroep" zegt - van wie is de VARA?**

Het antwoord van de "Werkgroep" is: "De VARA is van de arbeidersklasse, van de onderliggenden, de machtelozen, de kans-armen, de achtergestelden. En deze groepen

richten zich tot elkaar, om tot solidariteit te komen, om hun kennis te vergroten en om daardoor greep te krijgen op de gebeurtenissen, die zich om hen heen afspelen".

De VARA zelf heeft een andere conceptie: **De VARA is van de leden.** Dat zijn inderdaad - en gelukkig - voor een groot deel mensen die behoren tot grote groepen, die op allerlei gebied achtergesteld zijn. Maar zij zijn niet een toevallige groep van "onderliggenden". Zij vormen samen een omroeporganisatie, die vanuit **een bewuste keuze** die achterstelling ongedaan wil maken. Zij doen dat vanuit maatschappelijke ideeën en menselijke waarden, die hen samenbinden.

b. Tot wie richt de VARA zich?

De "werkgroep", redenerend vanuit haar **van** "van anderen" en **voor** "van anderen"-filosofie, zegt dat de onderliggenden in onze samenleving zich **tot elkaar** richten. De VARA wil haar opvattingen t.a.v. mens en maatschappij in beginsel richten op alle luisteraars en kijkers. Niet omdat zij, zoals het stuk van de "werkgroep" wat demagogisch suggereert, de illusie zou hebben dat socialistische doeleinden zouden worden bereikt door het begrip dat wordt opgebracht door de "heersende klasse". Maar wel omdat zij meent dat de gedachten die zij wil uitdragen het waard zijn in de ruimst mogelijke kring verbreed te worden en gemeengoed te worden van velen, die daar nu nog onverschillig of zelfs afwijzend tegenover staan. De VARA moet de opvattingen waarvoor zij als socialistische en progressieve omroep staat, maken tot voorwerp van algemene discussie. Zij wil die opvattingen bepleiten bij iedereen en zich daarom richten tot iedereen. Zo kan zij in een maatschappij die op democratische besluitvorming is gebaseerd, er toe meewerken het

denken en handelen in de door haar gewenste zin te bevorderen. Zij is zich daarbij bewust van de beperkte mogelijkheden die radio en televisie hebben. Zij weet dat zij dit niet alleen kan. Juist daarom zoekt zij contact met gelijkgezinden, met politieke groeperingen die gelijke doelen hebben, met de vakbeweging, met groepen en stromingen in kerken en levensbeschouwelijke organisaties, die zij als gelijkgericht onderkent. Maar zij wil niet in de plaats van die organisaties treden, niet zelf voor politieke partij of vakbond spelen. Zij wil duidelijk omroeporganisatie zijn en blijven.

c. Welke programma's moet de VARA als socialistische en progressieve omroep uitzenden?

In het stuk van de "werkgroep" wordt een antwoord op deze vraag nauwelijks gegeven. Laten wij daarom eerst zien wat de VARA wil en dan eens kijken op welke punten de "werkgroep" een afwijkende opvatting heeft.

De VARA heeft een in haar statuten vastgelegde doelstelling, die erop neerkomt dat zij

a. geestelijke ontplooiing, ontwikkeling en ontspanning van de kijkers wil bevorderen;

b. als zelfstandige organisatie samenwerkt en steun verleent aan werknemersvakorganisaties, democratisch-socialistische en andere vooruitstrevende partijen en groeperingen, die op democratische grondslag ingrijpende hervormingen nastreven op cultureel, economisch of sociaal gebied.

Deze doelstelling heeft een nadere invulling nodig. Deze nadere uitwerking wordt gegeven in art. 3 van de statuten. Daarin wordt na enkele passages die - terecht - de activiteiten van de VARA plaatsen in een breder cultureel verband, ook verder ingegaan op - wat wij

zouden willen noemen - de waarden waarvoor de VARA staat:

vrijheid en **gelijkwaardigheid** van alle mensen ongeacht hun ras, geslacht, levens- of wereldbeschouwing; **solidariteit** met de sociaal zwakkeren in de wereld.

Maar - en dat is het belangrijkste - deze waarden zijn niet vrijblijvende frases. Zij kunnen naar de mening van de VARA alleen bereikt worden in een maatschappelijk bestel dat gekenmerkt wordt door een rechtvaardige inkomensverdeling en een systeem van productie en distributie dat een rechtvaardige behoeftenvoorziening op geestelijk en materieel gebied bewerkstelligt. En dan op democratische grondslag, d.w.z. in een staatkundig systeem dat de mensenrechten garandeert.

Die doelstelling vinden wij in het stuk van de "werkgroep" niet besproken. Toch is het niet onbelangrijk te weten of de "werkgroep" deze doelstelling accepteert? Zou dat niet het geval zijn dan zijn er heel fundamentele - maar nog niet genoemde - verschillen. Zou er over die doelstelling wel overeenstemming bestaan, dan gaat het alleen over de invulling van het programma. Overigens nog belangrijk genoeg.

Hoe ziet de VARA die invulling? Wij beperken ons daarbij, omdat de "werkgroep" dat doet, tot de televisie.

De VARA moet zijn doelstelling verwerkelijken in een bestaand omroepbestel. Dat houdt in

a. de verplichting volgens de wet een "volledig" programma te brengen, dat in redelijke onderlinge verhouding programma's op het gebied van ontspanning, cultuur, educatie en informatie bevat.

b. een beperkte zendtijd: **8 uur en 20 minuten per week!**

c. zendtijd die hoofdzakelijk in de avonduren tussen 7 en 11 uur valt.

d. een potentieel groot publiek dat

op die avond veel gezelligheid en ontspanning verwacht, dat "geamuseerd" en in ieder geval "geboeid" wil worden. En dat niet elk uur de eigen "sores" wil zien.

e. een publiek dat met een licht handgebaartje kan omschakelen naar een ander programma in binnen- of buitenland of simpelweg de knop kan omdraaien als het gebodene niet aan de verwachtingen voldoet.

Een omroep die een groot publiek wil trekken, die uitsluitend op de kijkcijfers let, heeft het gemakkelijk. Zij zorgt voor goed, licht amusement, voor wat spannende filmseries, mengt die met wat spelletjes en lichte informatie (vooral natuurfilms). Zij zit dan gebeiteld, gooit de hoogste ogen en wint de pot. Je kunt het ook anders doen. Je kunt de boodschap die je wil brengen in al je programma's verpakken, je richten tot de eigen al overtuigde kring, die zich koestert in zelfbevrediging. Je zit dan slecht, gooit lage ogen en blijft of wordt C-omroep. De VARA kiest de middenweg. Zij wil haar functie vervullen, rekening houdend met een aantal reële omstandigheden, die het kijkpatroon bepalen. Dat betekent: een redelijke dosis drama, films, jeugd- en sportprogramma's. En een goede dosis informatie. Wij menen dat kijkers(sters) feitelijk een veel breder belangstellingsveld hebben dan alleen maar amusement en misdaad-films. De kijker(ster) is best bereid ook naar informatieve programma's te kijken, mits die maar **boeiend** en **begrijpelijk** zijn. En mits je de **dosis** niet te groot maakt. De VARA wil daarbij niet alleen rekening houden met bestaande cultuurpatronen en bestaande behoeften. Zij wil best wat vooroplopen, maar niet in de situatie komen dat zij achteromkijkend alleen maar de leegte ziet. Bij **al** haar programma's zal de

VARA proberen te voldoen aan de normen die de doelstelling van de VARA vraagt. En op de gebieden waar dat moeilijker is (zoals amusement en film) omdat de afhankelijkheid van anderen groot is, zal de VARA er op toezien dat niets wordt uitgezonden dat in strijd is met de doelstellingen. Als het mogelijk is ook daar een positieve bijdrage aan de doelstellingen te geven, moet dat gebeuren. Bij de keuze van films, bij drama en bij sommige zelf-geproduceerde amusementsprogramma's is dat stellig mogelijk.

De VARA-tv besteedt in het winterseizoen 1975/1976 ongeveer 30% van haar zendtijd aan films, 30% aan gevarieerde programma's, 10% aan drama en kunst en 30% aan informatieve programma's. Er is de laatste tijd nogal eens gesproken over de zg. "vertrossing" van de VARA., het gaan op de lichte toer ten koste van "zwaardere" programma's. De één praat daarbij de ander na. Wij tarten iedereen om het bewijs van die stelling te leveren!

3. Wat wil de "werkgroep" toch?

Wat is nu het verschil tussen deze benadering van de VARA en datgene wat de "werkgroep" wil? Het is, ook na nauwkeurige lezing moeilijk te zeggen. Vaagheid is keukenmeester. De "werkgroep" waardeert de vasthoudendheid waarmee de VARA t.a.v. de drama-producten een eigen beleid probeert te voeren. Zij vindt dat de VARA op het gebied van cultuur (amusement daarbij inbegrepen) feitelijk een beperkte keuzemogelijkheid heeft, maar dat zou moeten betreffen en op langere termijn met hardnekkigheid naar andere mogelijkheden zou moeten zoeken. Een stelling die wij onderschrijven. Zij vindt dat **Achter het Nieuws** bij de keuze van de onderwerpen teveel de norm

hanteert van "wat de mensen willen horen". Een stelling die niet waar gemaakt wordt en o.i. ook niet waar te maken is. De "werkgroep" is van mening dat de VARA te veel als haar opdracht ziet om voor de arbeiders de toegangswegen open te maken naar bestaande kunstuitingen. Wij kunnen het verkeerde daarvan niet inzien, maar zouden daarnaast ook graag een ontwikkeling van eigen "socialistische cultuurpolitiek" zien, al heeft wat dit betreft het verleden weinig spectaculaires opgeleverd. Men leze er de publicatie **Links richten tussen partij en arbeidersstrijd** van de projectgroep "Literatuursociologie" I maar eens op na. Maar nieuwe pogingen zullen zeker ruimte en steun van de VARA krijgen.

Het verschil tussen wat de VARA doet en wil en wat de "werkgroep" in alle vaagheid nastreeft, lijkt vooral te liggen op het gebied van de informatie. Niet in kwantitatieve zin. Want ook de "werkgroep" vindt in de eerste plaats dat "de totale hoeveelheid informatie beperkt moet worden gehouden".

"Er zal", zo zegt de "werkgroep" "altijd slechts een minderheid van de beschikbare zendingen voor informatie gebruikt mogen worden." Op dit ogenblik is dat ongeveer 30% van de zendtijd. De "werkgroep" wil blijkbaar ook niet meer dan dat, wellicht zelfs minder.

Dan moet het verschil dus gaan over inhoud en aanpak. Moet de **Ombudsman** dan weg of anders worden? Moet **Koning Klant** verdwijnen of anders worden? Moet **F.C. Avondrood** een andere invalshoek kiezen? Is er een duidelijk alternatief t.a.v. onze actuele en niet-actuele documentaires? Van **Achter het Nieuws** begrijpen wij dat de selectie van de onderwerpen anders zou moeten zijn, maar meer dan een vage aanduiding lezen wij niet, zoals dat men "hardnekkig

een eigen keus uit het wereldgebeuren zal moeten maken." Nu, dat doet de redactie van **Achter het Nieuws** stellig ook.

Wij hebben de indruk dat het de "werkgroep" in feite om een tweetal punten gaat:

a. een andere **keuze** van informatieve onderwerpen, waarbij vooral de specifieke politieke opvattingen van de leden van de "werkgroep" maatgevend moeten zijn. Waarbij ook in het bijzonder de geluiden uit de "critische vakbeweging" moeten worden gehoord. Voor die geluiden moet bij de VARA stellig ook ruimte zijn. Maar zij kunnen en zullen niet **het** geluid van de VARA worden, omdat er dan een griezelige verschraling van de informatie zou optreden. De VARA wil zich niet binden aan één bepaalde groepering binnen socialistisch en progressief Nederland. Wij zijn huiverig voor "vrienden" die menen dat de VARA moet worden "omgeturnd" opdat zij pasklaar wordt gemaakt voor een van de vele stromingen binnen links Nederland.

b. De informatieve programma's zouden meer **door** "van onderen" **voor** "van onderen" moeten worden gemaakt. Maar programma's kunnen niet gemaakt worden zonder het initiatief, de voortdurende hulp en begeleiding van vakkundige programma-makers, die door de selectie van onderwerp, deelnemerskeuze, montage en zoveel andere mogelijkheden in wezen het heft volkomen in handen hebben. De kans op manipulatie door de programma-medewerkers van "van onderen" t.b.v. specifieke eigen doeleinden is ruimschoots voorhanden. Het voorbeeld dat de "werkgroep" geeft t.a.v. zo'n programma voor OR-leden is er een griezelig voorbeeld van. Wij geven graag toe dat in elk programma programma-makers vooropgezette doeleinden kunnen en vaak zullen nastreven. Maar wie de illusie op-

roept dat als "van onderen" maar zelf de programma's samenstelt (maar wel met hulp van programma-makers die het veldwerk doen en de gang van zaken verder kunnen bepalen) er geheel andere en veel betere programma's uit de bus komen verkoopt "van onderen" knollen voor citroenen. Het enige dat bereikt wordt is dat de manipulatie zich steeds meer in het duister gaat afspelen, volstrekt oncontroleerbaar wordt.

VOORTGEZETTE PROGRAMMA-DISCUSSIE IS WELKOM

Het verzorgen van radio- en televisie-uitzendingen vraagt een open opstelling van iedereen die er mee te maken heeft, van publiek tot programma-maker toe. "Alles beweegt", ook in radio en televisie. Om ons tot de televisie te beperken, zoals de "werkgroep" ook steeds doet, is het even wenselijk als vaststaand dat in de komende jaren ook in de programma's ingrijpende wijzigingen zullen plaats vinden. Alleen al door technische oorzaken: kabelomroep, satellieten. Maar juist om het gevaar te vermijden dat uitsluitend technische ontwikkelingen doorslaggevend zullen zijn, moeten andere overwegingen tijdig in de discussie worden gebracht. Programma-makers, wetenschapsmensen, kunstenaars, kijkers moeten daarbij ook worden betrokken, evenals maatschappelijke en culturele organisaties.

Er is thans zonder twijfel in de televisie in de hele wereld na een periode van 30 jaar sprake van een zekere verstarring, van voortgaan op oude wegen. Nadenken daarover is noodzakelijk. Aspecten die daarbij aan de orde moeten komen zijn (onder meer) de vraag of televisie niet veel meer dan tot nu toe minderheden en doelgroepen zal moeten proberen te bereiken. Of

televisie niet in veel sterkere mate met de maatschappij zal moeten zijn verweven.

Zeker voor een socialistische omroep is er reden aan die discussies volop deel te nemen en daarbij zelfs een belangrijke rol te spelen. Radio en televisie hebben zoals de "werkgroep" opmerkt beperkte mogelijkheden tot beïnvloeding. Maar zij kunnen samen met andere media, samen met groeperingen in de maatschappij zelf, wel

degelijk een rol spelen bij het zoeken naar en bevorderen van nieuwe vormen van menselijk samenleven. Studie en discussie daarover in socialistische kring zijn hoofdzakelijk. Maar die kan niet worden gevoerd vanuit vooringenomen, te eenzijdige en intolerante standpunten, zoals wij die in het stuk van de "werkgroep" aantreffen.

J. W. Rengelink
Omroepsecretaris VARA

VARA IDENTITEIT

DE VARA EN ZIJN PUBLIEK

Vraag I:

Er zijn argumenten aan te voeren voor de stelling dat de VARA zich tot bepaalde groepen van de samenleving dient te richten en voor de stelling dat zij er naar moet streven een zo groot mogelijk deel van het Nederlandse volk te bereiken. De eerste redenering komt er op neer dat de VARA zich in de eerste plaats tot hen moet richten die maatschappelijk in verdrukking verkeren: de minder geschoolden, de slechtbetaalden, de slecht gehuisvesten etc. Deze groepen dienen zich door de VARA in eerste instantie aangesproken, vertegenwoordigd en verdedigd te voelen. Kortom, de VARA dient **hun** spreekbuis te zijn; daarbij zou het verheugend zijn als andere groepen door een dergelijke keuze eveneens bereikt zouden kunnen worden. De tweede redenering komt er op neer dat de VARA een zo wijd mogelijke belangstelling dient te wekken voor de fundamentele problemen van deze tijd en dat zij in haar streven wezenlijke maatschappelijke hervormingen tot stand te brengen een zo groot mogelijk publiek moet proberen te bereiken. Weliswaar dienen zij die maatschappelijk in verdrukking verkeren zich door de

VARA aangesproken te voelen, maar niet zij alleen. De redenering mondt uit in de conclusie dat de machtsvorming van links wordt bevorderd door een VARA die zich tot mensen uit alle lagen der bevolking richt.

Overwegingen

De VARA functioneert binnen een omroepbestel dat is gebaseerd op een aantal omroeporganisaties die tezamen aan het publiek een totaal-programma bieden. Op grond van vergelijkingen met buitenlandse omroepssystemen enerzijds en de erkenning van de geestelijke geschakeerdheid van het Nederlandse volk anderzijds, is het Nederlandse bestel een waardevolle democratische verworvenheid te achten. Het omroepbestel heeft - vooral na de oorlog en met de intrede van de televisie - een "ontzuilende" invloed uitgeoefend. De toegang die belangrijke geestelijke en maatschappelijke stromingen tot de massacommunicatiemiddelen kregen, bleek in de ontwikkeling niet sectorisch te werken, maar integendeel de openheid en de geestelijke verruiming te bevorderen. Ook dat laatste dient positief te worden aangemerkt.

De VARA heeft nooit een sectorische omroep willen zijn, die zich

uitsluitend richt tot de eigen achterban. Een programmabeleid dat alleen de medestanders en beperkte doelgroepen bedient kan niet anders dan verstarrend en "situatie-bevestigend" werken.

Daarom zal de VARA zich in beginsel tot alle luisteraars en kijkers moeten richten. Dat geldt niet alleen voor ontspanning - drama, amusement, muziek etc. - maar ook voor de menselijke, sociale, politieke en culturele opvattingen die de VARA kenmerken. Het streven een zo groot mogelijk publiek te bereiken wordt niet alleen gerechtvaardigd door de democratische gezindheid, maar wordt ook geboden door de wens naar verbreiding van de socialistische ideeën. Alleen dan immers kan de VARA naast de "versterkende" de "wervende" functie naar behoren vervullen.

De VARA dient haar werk te doen vanuit haar socialistische achtergronden. Daarbij moet worden geconstateerd dat niet van een eenvormige ideologie kan worden uitgegaan. Onder de gegeven omstandigheden wordt de VARA niet zo zeer beheerst door de vraag welke socialistische conceptie zij moet uitdragen als wel de vraag welke mentaliteit zij moet weerspiegelen. Natuurlijk moet de VARA qua inhoud, vormgeving en taalgebruik sterk rekening houden met het kennis- en ervaringsniveau van die groepen, die het meest open staan voor opvattingen van de VARA en zich ook door de VARA vertegenwoordigd voelen. De VARA dient echter steeds te pogen de gedachten, die aan haar doelstellingen ten grondslag liggen zodanig over te dragen dat iedereen bereid is zich voor haar informatie open te stellen.

De drie media, televisie, radio en gids, dienen zowel ieder op zich en op zijn eigen wijze als in continue samenwerking het publiek aan

zich te binden. Dat betekent in de praktijk niet dat moeilijke of enigszins "zware" onderwerpen geschuwd moeten worden, maar wel dat bijzondere zorg er aan moet worden besteed het publiek erbij betrokken te houden. Een socialistische omroep schiet zijn doel voorbij indien hij er niet in slaagt de mensen ervan te weerhouden makkelijk af te haken ten gunste van het luchtige aanbod der media. Dit kan alleen bereikt worden door middel van goed vakmanschap, want ook hier is vakmanschap een element van het meesterschap dat de belangstelling gevangen houdt.

De gedachte dat de VARA zich in de eerste plaats zou moeten richten tot hen die maatschappelijk in verdrukking verkeren: de minder geschoolden, de slechtbetaalden, de slechtgehuivesten etc. is een volstrekt onjuiste opvatting. De VARA moet hun recht op betere omstandigheden bepleiten, zoals de VARA ook moet opkomen voor consumentenbelangen, voor politieke verdrukten, voor algemeen menselijke waarden. Maar de VARA moet die rechten tot een voorwerp van algemene discussie maken, die rechten bepleiten bij iedereen en zich daarom richten tot **iedereen**. De VARA moet zich profileren als een progressieve vooroplopende organisatie, die aansluiting houdt met brede lagen van het Nederlandse volk en die hen binnenleidt in en begeleidt door het maatschappelijk en geestelijk doolhof waarmee de historische ontwikkeling nu eenmaal telkens waarneembaar is.

Conclusie

De beide in vraag I voorgelegde standpunten vertonen belangrijke verschillen in aanpak.

De VARA staat op het standpunt dat zij zich in het algemeen duidelijk principiëel zal hebben te richten tot het gehele Nederlandse volk,

maar dat als de gelegenheid zich voordoet, het gewenst en nodig kan zijn dat de VARA zich tot een bepaalde omliggende groep wendt.

DE WERKWIJZE VAN DE VARA

Vraag II:

Het progressieve streven kan ermee gediend zijn dat de massamedia van de VARA de maatschappelijke problemen voornamelijk signaleren, registreren en analyseren. Hiermee zou het publiek het nodige inzicht kunnen worden verschaft om zijn opinie te vormen. Daarnaast zou de VARA incidenteel tot acties kunnen aansporen of zelfs de leiding van bepaalde acties op zich kunnen nemen. In het laatste geval zou zij **naar vermogen** ook buiten de uitzendingen om het publiek service kunnen verlenen. Er is echter ook een andere benadering denkbaar waarbij het accent wordt gelegd op het gebruik van de massamedia voor sociale actie. Daarbij dient de programmering bij voorkeur een mobiliserend karakter te dragen. De keuze van onderwerpen dient afgestemd te worden op de mogelijkheden van sociale actie.

De konsekwentie van een dergelijk programmabeleid is dat voor de in beweging gekomen mensen een opvang moet worden gevonden waarvoor binnen de organisatie van de VARA mogelijkheden geschapen moeten worden. De vraag is welke van deze twee werkwijzen of welke eventueel andere werkwijze voor de VARA aanbeveling verdient?

Overwegingen

Het belangrijkste streven van de VARA is er op gericht wijzigingen te bewerkstelligen in de hoofden en harten van velen. Te dien einde moet de VARA de maatschappelijke problemen signaleren, registreren en analyseren, alsmede idealisme

wekken voor nieuwe mogelijkheden. Daarvoor is het nodig dat te allen tijde de beste mensen waarover de VARA kan beschikken zowel op de voorgrond als op de achtergrond ingezet worden. Ook is een grote slagvaardigheid van televisie, radio en gids vereist, die slechts te werkelijk is door een grote onderlinge samenwerking, door onderlinge verstaanbaarheid en terughoudendheid, door nauw en regelmatig overleg op de verschillende niveaus en door de bereidheid waar nodig of wenselijk algemene en bijzondere beleidslijnen in acht te nemen.

De VARA moet een omroeporganisatie blijven die door middel van televisie, radio en de gids massacommunicatie beoefent. Zij wil daarbij steun verlenen aan een aantal organisaties, die gelijke democratisch en sociale doelstellingen hebben. Zij moet echter niet in de plaats van die organisaties willen treden. De politieke, economische en sociale strijd moet door hen worden gevoerd. De VARA verleent daarbij steun met haar eigen middelen en op haar eigen wijze. Zij tracht door haar programma's en het geschreven woord bekendheid te geven aan die strijd en er begrip voor te wekken in zo breed mogelijke kring. Ook in dit opzicht is het dus wenselijk dat wij ons tot het gehele publiek richten.

Hoewel de VARA dus geen partij, vakbond of actiegroep is en de "organisatorische activiteiten in het veld" aan anderen dient over te laten, kan zij daarop in de praktijk uitzonderingen maken. Dat is afhankelijk van het beroep dat anderen op de VARA doen (charitatieve acties, Portugal-actie) of van leemtes die blijken te bestaan (De Ombudsman). Daarbij kan het slechts gaan om tijdelijke en incidentele activiteiten. Elke beslissing op dit gebied zal ernstig gewogen

moeten worden en alleen al vanwege de personele en financiële beperkingen uitzonderingen moeten blijven. In ieder geval zal het steeds nodig zijn ieder beroep van buiten te toetsen aan beginselen en doelstellingen van de VARA. Die toetsing moet geschieden in het kader van het gebruikelijke programma-overleg.

Conclusie

De in vraag II neergelegde opvattingen zijn fundamenteel verschillend. Programmering gericht op eigen sociale actie en programmering van een mobiliserend karakter dienen over het algemeen te worden afgewezen, als zijnde in de eerste plaats niet de eigenlijke functie van de VARA. Niettemin kan het, als de gelegenheid en de noodzaak zich voordoen, nodig zijn daarvoor te kiezen, bij voorkeur in samenwerking met bevriende organisaties, die dan voor opvang zorgen.

AMUSEMENT

Vraag III

In hoeverre dienen de uitgangspunten die de identiteit van de VARA bepalen ook voor amusementsprogramma's te gelden. Dienen de sociale opvattingen van de VARA ook positief door te klinken in haar amusementsprogramma's of dienen die programma's alleen op hun verstrooiingsgehalte resp. hun succes bij een breed publiek getoetst te worden, waarbij het voldoende zou zijn alleen de eis te stellen dat zij niet duidelijk in strijd zijn met de identiteit van de VARA?

Overwegingen

Het pretentieloze amusement moet zonder twijfel deel uitmaken van het programmapakket van de VARA. De taak om voor de ontspanning van de mensen te zorgen is zeer

goed te rijmen met menselijke bevoegdheid. Het zou geforceerd zijn om in ieder amusementprogramma krampachtig een boodschap in te vlechten, maar vanzelfsprekend dient de VARA ook programma's te produceren, die meer zijn dan oppervlakkig amusement, die blijf geven van engagement. De VARA heeft dat in het verleden gedaan en zal op dit punt ook in de toekomst actief moeten blijven.

Het is echter onmogelijk alles zelf te produceren. De VARA is voor het amusement aangewezen op door anderen vervaardigde programma's. Nu is veel vermaak een spel met en om de gangbare normen. Amusement dat veel mensen aantrekt is vaak gebaseerd op vaste patronen die een "bevestigend" enigszins conservatief karakter dragen. Hierop moet de VARA attent zijn en in de keuze veel belang hechten aan oprechtheid, waarachtigheid, menselijke warmte, kortom aan kwaliteit.

De wel geuite gedachte dat amusementsprogramma's alleen maar een soort aangename verpakking zijn van informatie die de VARA verstrekt, dient zij af te wijzen. Ontspanningsprogramma's zijn een wezenlijk deel van het totale programma. De VARA moet zeer bewust goede ontspanning brengen. Als omroeporganisatie moet zij gelijke aandacht besteden aan amusement, informatie en educatie. Er is geen sprake van prioriteiten. Alle programma-categorieën zijn voor de VARA gelijkwaardig. Waarbij de ervaring leert dat goede, populaire ontspanningsprogramma's met een hoog menselijk warmtegehalte vaak leiden tot een grote belangstelling voor in de buurt staande informatieve programma's.

Conclusie

De in vraag III genoemde tegenstelling laat geen enkelvoudig ant-

woord toe. Alhoewel het bij voortduring ook in de amusementsprogramma's laten doorklinken van sociale boodschappen tot een hinderlijke krampachtigheid leidt, is het aan de andere kant noodzakelijk hoge eisen te stellen aan wat in het kort omschreven kan worden als kwaliteit.

PLURIFORMITEIT BINNEN DE VARA

Vraag IV:

Volgens de statutaire doelstellingen van de VARA dient deze (art. 2a) door middel van de omroep de geestelijke ontplooiing, ontwikkeling en ontspanning van kijkers en luisteraars te bevorderen en (art. 2b) samen te werken met en steun te verlenen aan werknemersvakorganisaties en democratisch-socialistische zowel als andere vooruitstrevende partijen en groeperingen die op democratische grondslag ingrijpende hervormingen nastreven op cultureel, economisch of sociaal gebied.

Uit de statuten is de conclusie te trekken dat de pluriformiteit van de VARA hierin ligt dat zij een podiumfunctie vervult voor links-democratische stromingen. De grenzen van de pluriformiteit zouden in die opvatting in beginsel daar moeten liggen waar volgens de maatstaven van de VARA aan een mening, stroming, actie of beweging een wezenlijke sociale en democratische gezindheid ontzegd moet worden. De ruimte die de VARA verleent kan er toe leiden dat zij verschillende visies weergeeft en toelicht die in linkse kring leven, zonder zich tot spreekbuis van één van die opinies te maken.

Tegenover die opvatting staat de mening dat de VARA in de keuze van onderwerpen, de soorten programma's en de gidsartikelen, zowel in stellingname als in helder

woordgebruik duidelijk herkenbaar moet zijn als één opinieleidende organisatie. Deze laatste opvatting zou wellicht een wijziging van de statuten noodzakelijk kunnen maken.

Overwegingen

Het Nederlandse omroepbestel, met zijn ingebouwd gevaar van versnippering en sectarisme, vraagt een grote omroeporganisatie dat zij voor een breed achterland optreedt. De keuze om een grote, invloedrijke organisatie te blijven (zie I), d.w.z. een A-omroep, heeft uit hoofde van de wet al een grote aanhang tot gevolg, zo groot dat een eenduidig geluid ondenkbaar is.

De VARA kiest bovendien voor een dergelijk bestaan als grote organisatie, omdat te eenzijdige of te extreme standpunten tot nieuwe omroeporganisaties(tjes) zullen leiden en dus tot verdere versplintering van het bestel.

Een grote omroeporganisatie als de VARA moet dus binnen zijn democratische en socialistisch-progressieve doelstelling ruimte bieden aan de meningsverscheidenheid die ook binnen haar achterland bestaat. Als omroeporganisatie dankt zij zelf de mogelijkheid tot het gebruik van haar media aan de vrijheid van meningsuiting, en behoort zij dit democratisch principe (ook voor anderen) te verdedigen. De VARA moet binnen haar doelstellingen ook zelf tolerant zijn t.a.v. de stromingen en opvattingen binnen de groepen die zij in de ether wil steunen. Dat stelt hoge eisen aan toon en inhoud van de door ons verstrekte informatie. Het in stand houden van een "open maatschappij" is er bij gebaat als via de VARA ook de veelzijdige gedachtenwereld van andere progressieve groeperingen, naast die van de socialisten tot uitdrukking komt. De VARA aanvaardt dan ook het beginsel van pluriformiteit binnen haar uitzendingen.

Voor een democratische, progressieve en socialistische omroep houdt dat echter niet in, dat hij dan een onverschillig doorgeefluik is voor alle ideeën, die zich op deze uitgangspunten beroepen. De grenzen van de pluriformiteit kunnen niet zo wijd getrokken worden, dat de VARA een karakterloze omroep wordt zonder een voor het publiek herkenbaar gezicht. Op de programmamakers rust daarbij een grote verantwoordelijkheid. Zij moeten in de dagelijkse programma-praktijk kaf en koren weten te scheiden. Zij moeten vooral er voor zorgen dat de VARA een te eenzijdige informatie van bepaalde stromingen binnen links vermijdt, maar werkelijk pluriform is in tolerante zin. Zij moeten vooral ook de in hun uitzendingen verbreide opinies toetsen aan de algemene doelstelling van de VARA. Zij moeten in de eerste plaats zorgen voor een juist evenwicht. Eigen opinies zullen daarbij steeds een rol spelen, maar die rol moet ondergeschikt blijven aan de pluriformiteit van de te geven informatie. Het lijkt, zeker in de gegeven situatie, niet mogelijk dat de VARA zich tot opinion-leader opwerpt. Daarvoor zijn de inzichten op tal van wezenlijke punten, zowel binnen politiek-links als binnen de vakbeweging te verscheiden, wellicht meer dan ooit.

Verschillen die zich daardoor ook binnen de VARA-organisatie en binnen het VARA-bedrijf voordoen, eisen een verdraagzame mentaliteit. Wij kunnen in ieder geval twee dingen doen:

1. op overtuigende wijze bekendheid geven aan de gemeenschappelijke visies binnen ons achterland;
2. indien er wel verschillen zijn een podiumfunctie vervullen.

Voor het dagelijks beleid in deze kwesties is het moeilijk stringente regels op te stellen. Daarom is een

regelmatig overleg binnen de kring van de programmamedewerkers nodig en dient het programma ook door de Verenigingsorganen regelmatig en diepgaand te worden getoetst.

Het is in ieder geval duidelijk dat de grenzen van de pluriformiteit van de VARA daar liggen waar volgens de beginselen en maatstaven van onze omroepvereniging aan een mening, stroming, actie of beweging een wezenlijke sociale en democratische gezindheid ontzegd moet worden.

Conclusie

De VARA moet een podiumfunctie vervullen voor de linkse democratische stromingen, en niet de spreekbuis zijn van een enkele organisatie. Verschillen in inzicht mogen niet verdoezeld worden om een schijneenheid te bereiken. Anderzijds zal dat wat werkelijk gemeenschappelijk is, getoond en benadrukt moeten worden.

Aan de programmamakers kan de eis worden gesteld een instelling te bezitten die tolerant is ten opzichte van andere geluiden die binnen het getrokken kader toegelaten kunnen worden.

Het redactionele beleid dient er op gericht te zijn dat het laten horen van de verschillende geluiden zorgvuldig afgewogen plaats vindt, zodat een behoorlijk evenwicht in de berichtgeving wordt bereikt. Ook is daarbij van belang een verstandige dosering van de te verstrekken informatie.

BOEKBESPREKINGEN

H. C. J. Duijker en E. M. Uhlenbeck, TAALKUNDE EN SOCIALE WETENSCHAPPEN, B.V. Noord-Hollandsche Uitgeversmaatschappij, Amsterdam, 1975. (Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen, Sociaal-Wetenschappelijke Raad, Werkdocumenten nr 4), 44 pp, f 10,—; ISBN 07 204 8313.

Volgens het "Woord Vooraf" moet deze brochure over de relatie tussen de taalkunde en de sociale wetenschappen dienen om de discussie te stimuleren over de verdere ontplooiing van de beoefening der sociolinguïstiek en psycholinguïstiek in Nederland. Centraal staat de problematiek van de linguale communicatie, en wel in het bijzonder die van het spreken en verstaan. Getracht wordt een beeld te geven van de talrijke factoren die hier werkzaam zijn en waaraan, zo men een juist inzicht wil verwerven, aandacht moet worden besteed. Voorts wordt betoogd dat dit ingewikkelde samenstel van factoren de noodzaak demonstreert tot samenwerking tussen beoefenaars van verschillende menswetenschappelijke disciplines.

De inleidende paragraaf van dit korte geschrift is gewijd aan een centraal probleem der taalwetenschap: de relatie tussen taal en spraak. Uitgangspunt is de interpretatie van spreken als taalgebruik. Deze interpretatie impliceert concentratie op één aspect van de communicatieve situatie en wel het klankaspect. De ontdekking van de taal als achtergrond van het spreken heeft geleid tot het ontstaan van een taalwetenschap. Die wetenschap heeft zich in het verleden een object van onderzoek geschapen, waarbij van allerlei aspecten die aan het spreken eigen zijn of het spreken als regel vergezellen, werd geabstraheerd. Dat geldt vooral voor de westerse taalwetenschap, die gedurende ruim 2000 jaar nagenoeg uitsluitend gebaseerd is ge-

weest op de studie van geschreven teksten. De auteurs verdedigen echter de stelling dat de relatie tussen spreken en taal tegenwoordig als een klemmender probleem ervaren wordt dan vroeger.

In de tweede paragraaf vermelden de auteurs drie mogelijke benaderingen van de relatie tussen de taalwetenschap en de sociale wetenschappen. Men kan zich baseren op een systematiek van de wetenschappen. Men kan zich baseren op een systematiek van de wetenschappen, op de huidige stand van het wetenschappelijk onderzoek of op de postulaten die ten grondslag liggen aan de menswetenschappen. De auteurs menen dat alleen in het licht van deze postulaten het probleem van de relatie tussen taalwetenschap en andere menswetenschappen op een zodanige manier kan worden gesteld, dat het tot een hanteerbare oplossing is te brengen.

De derde paragraaf is een opsomming van postulaten die ten grondslag liggen aan de menswetenschappen. De opsomming, die niet volledig wil zijn, leidt tot een definitie van het centrale begrip 'gedrag' als 'een heterogeen gedetermineerde activiteit van een levend wezen'.

In de vierde paragraaf wenden de auteurs zich tot het probleem van de categorisering van gedrag. Zo niet alle, dan toch de meeste categorisering van gedrag impliceren zekere supposities over determinanten van het besproken gedrag, nl. over intenties en vaardigheden. In de (mens)wetenschappen dienen

wij ons te bekommeren over de aard en de gegrondheid van de met gedragscategorisering samenhangende vooronderstellingen. Categorisering van gedrag impliceert bijna altijd ook een interpretatie. Daarmee hangt samen dat gedrag multi-interpretabel is. Als iemand gedrag observeert, wordt de wijze waarop hij dat geobserveerde gedrag categoriseert, niet uitsluitend bepaald door het gedrag dat geobserveerd wordt, maar in minstens gelijke mate door de observator. Een ander belangrijk aspect van de categorisering is dat de zich gedragende persoon intenties kan voorwenden.

Wat wordt nu geïmpliceerd als wij menselijk gedrag categoriseren als 'spreken'? Aan deze vraag is de vijfde paragraaf gewijd. Vastgesteld wordt dat iedereen de spraakklanken op eigen wijze vormt, maar dat invariante aspecten te ontwaren zijn in de klankvormen die door verschillende sprekers voortgebracht zijn. Bij het categoriseren van een gedragsaspect als 'spreken' wordt geabstraheerd. Hiermee wil echter allerminst gezegd wezen dat de aspecten die voor de categorisering als 'spreken' irrelevant zijn, geen dragers van informatie zouden zijn. Er klinkt in de spraak iets mee van het individu. Mensen die (Nederlands) spreken, kunnen dat op allerlei manieren doen. Wanneer wij omtrent iemand beweren dat hij (bijvoorbeeld Nederlands) spreekt tellen sommige aspecten van de klankstroom wel, andere niet mee: we brengen een soort ceasuur aan. We oordelen dat iemand spreekt op basis van impliciete vooronderstellingen, die betrekking hebben op determinanten van het gedrag van de spreker. Van die vooronderstellingen bespreken de auteurs er drie.

Het spreken grijpt niet zelden plaats in een vis-à-vis situatie. De wijze

waarop een spreker wordt gepercipieerd hangt af van trans-situatoneel constante kenmerken (bv. geslacht, leeftijd, huidskleur) situationeel variabele omstandigheden (bv. afstand, ruimtelijke opstelling, lichaamshouding, lichaamsbeweging, gelaatsmimiek, kleding) en aspecten van de spreesituatie (bv. peuzes, oogcontact en spreesnelheid). Zelfs een globale analyse van de spreesituatie bevat talrijke verwijzingen naar problemen die in andere onderzoekstradities dan de linguïstische aan de orde zijn gesteld en zou dus aanknopingspunten kunnen bieden voor het centrale vraagstuk waar **Taalkunde en Sociale wetenschappen** aan is gewijd.

Eer de auteurs echter in de laatste paragraaf tot deze problematiek terugkeren, nemen zij in paragraaf 6 eerst nog enkele kenmerken van de taal in ogenschouw. Deze dienen als uitgangspunt voor een nadere bezinning op de relatie tussen de studie van de taal enerzijds en die van andere gedragsdeterminanten anderzijds. Taal, zo stellen de auteurs, is transindividueel. Om ons enig inzicht in dat trans-individuele te verschaffen bespreken ze het grammatische en het semantische aspect en hun onderlinge samenhang. (Het fonische aspect kwam al eerder ter sprake). Ook de niet-linguale aspecten worden behandeld. De taal is niet alleen transindividueel, maar ook gemeenschappelijk (potentieel universeel) en gemeenschapstichtend.

De opsplitsing van het menswetenschappelijk onderzoek in allerlei deelgebieden veroorzaakt een fragmentatie van het kennisbestand. Die fragmentatie is voor een deel het gevolg van de complexiteit van de mens en het menselijk gedrag en voor een ander deel van een gebrek aan integratieve theorieën die samenhang en orde stichten in

een grote verscheidenheid van verschijnselen. De auteurs achten het niet hun taak een grondslagenonderzoek te ondernemen, dat tot zulke theorieën zou kunnen leiden. In de laatste paragraaf van hun geschrift vermelden zij slechts enkele suggesties waarvan zij hopen dat zij in praktisch opzicht niet geheel onbruikbaar zullen zijn. In de spreeksituatie, de verzameling van actueel werkzame determinanten waardoor het 'spreekgedrag' wordt bepaald, kan men deelverzamelingen van determinanten onderscheiden, waarnaar men via abstracte termen als 'taal', als 'cultuur', als 'maatschappelijke positie', als 'persoonlijke identiteit' kan verwijzen. Deze en dergelijke categorisering stammen uit verschillende onderzoekstradities. Als men stelt dat elk van de in aanmerking komende onderzoekstradities een combinatie van linguale en andere determinanten voor haar rekening moet nemen, komt men tot bv. een 'sociolinguïstiek' een 'psycholinguïstiek', een 'ethnolinguïstiek', enz. Men neemt daarbij aan dat de gangbare opdeling van het menswetenschappelijk onderzoek ook voor het onderzoek van het spreekgedrag relevant en bruikbaar is. Maar dat is geenszins evident, want het spreken, respectievelijk het kunnen spreken is wellicht fundamenteel, zelfs constitutief voor het menselijk bestaan en het menselijk handelen. Vormen de determinanten van het spreekgedrag een noodzakelijke voorwaarde voor alle menselijke activiteiten, dan zou dat van invloed moeten zijn op de organisatie van het onderzoek van het spreekgedrag. De auteurs pleiten voor interdisciplinair overleg. Het zou kunnen bijdragen tot datgene wat eigenlijk de voorwaarde is voor de integratie tussen de diverse menswetenschappen, namelijk de verandering van de mentaliteit van de

onderzoeker. Als zulk een overleg traditie zou worden, zou daaruit op den duur wellicht een andere rangschikking van de menswetenschappen resulteren. Die zou dan uit een confrontatie met de problemen, en niet uit een willekeurig metafysisch of epistemologisch a priori zijn voortgekomen.

Taalkunde en sociale wetenschappen zal ongetwijfeld de discussie over de relatie tussen de taalkunde en sociale wetenschappen verdiepen. De auteurs zien weinig in het scheppen van een nieuwe reeks (super)specialismen, zoals psycholinguïstiek en sociolinguïstiek. Ze zijn echter niet overtuigend op p. 38, waar ze hun houding motiveren, omdat ze niet duidelijk stellen in hoeverre ze onderschrijven dat 'qui dit homme, dit langage'. Hun onzekerheid ter zake komt tot uiting in het gebruik van voorwaardelijke zinnen: "Want als het waar is (en het behoeft nog niet eens 'the whole truth' te zijn) dat 'qui dit homme, dit langage', dan (...)" en "Als het spreken, respectievelijk het kunnen spreken, fundamenteel, zelfs constitutief is voor het menselijk bestaan en het menselijk handelen (en voor dit standpunt valt veel te zeggen), dan (...)".

Het wil mij ook voorkomen dat de behandelde problematiek te complex is om in het bestek van een brochure van 44 pagina's zoals **Taalkunde en sociale wetenschappen** behandeld te worden. Het geschrift is bedoeld voor beoefenaars van de diverse taalkundige en sociale wetenschappen, maar zelfs voor dat lezerspubliek lijkt mij de tekst te gecompliceerd.

P. van Hauwermeiren

F. Vlaemynck, G. Fauconnier, G. De Meyer, HET VRAAGSTUK 'LEUVEN' (1968) IN DE SPIEGEL VAN DE BELGISCHE PERS, Werkdocumenten nr 4, CeCoWe/Acco, Leuven, 1973, 80 pp, Bfrs 150,—.

Op 15 jan. '68 wordt het expansieplan bekend van de franstalige afdeling van de K.U. Leuven; het voorziet in de handhaving van deze afdeling bij de K.U.L. Dit wordt gevolgd door akties van Vlaamse studenten en hoogleraren, die gepor-teerd zijn voor de overheveling van de franstalige afdeling naar Wallo-nië. Niet alleen de Inrichtende Macht van de Alma Mater (de Bel-giese bisschoppen) maar zelfs de regering-Vanden Boeynants struiken binnen een maand over dit over-hevelingsperikel. Medio '68 besluit de regering-Eyskens tot een geleidelijke overheveling van de franstalige afd. naar Ottignies, Waals-Brabant.

4 Jaar later verschijnt er een rap-port, getiteld: **De Leuvense proble-matiek van het jaar 1968 in de Bel-gische Dagbladpers** (F. Vlaemynck, Leuven, 1972); een jaar later ver-schijnt een syntese daarvan als bo-vingenoemd Werkdocument Nr. 4. Het valt niet mee, 7¹/₂ jaar na de Leuvense kwestie, de gebeurtenis-sen aan de hand van het inleidend chronologische overzicht te rekon-strueren. De historische kontekst (de Vlaamse ontvoogdingsstrijd; rela-tie taalkwestie en politieke, sociale en economische verhoudingen) die mede de plaats van en bijgevolg de berichtgeving in de pers ver-klaart, wordt eerst bij het lezen van de analyses per afzonderlijke krant duidelijker.

De vraagstelling van de Leuvense onderzoekers laat zich raden: op welke manier reageert de Belgiese dagbladpers op het gebeuren? De kapstok waaraan de methodiek van onderzoek is opgehangen, de zgn. werkhypotese, luidt als volgt: "Daar de Leuvense problematiek van het jaar 1968 in de eerste plaats

als een probleem van culturele autonomie mag beschouwd worden, zal de taalgerichtheid van de kranten, die in het onderzoek betrok-ken zijn, van doorslaggevende be-tekenis zijn bij de evaluatie van de gebeurtenissen in die kranten. De strekking en het 'populaire' karak-ter van de dagbladen zullen pas in tweede instantie de problematiek doorkruisen en dan vooral in die domeinen die verder van het cul-turele autonomie-aspect verwijderd zijn."

M.a.w. de variantie tussen de franstalige en nederlandstalige dagbla-den zal groter zijn dan die binnen elke groep van dagbladen. Waar deze verwachting op stoelt, dus de plaats van de pers in de Belgiese samenleving, blijft evenwel onduidelijk. Waarom het primaat van de culturele autonomie? ¹⁾

Strekking en 'populair' karakter komen op de tweede plaats - ook dit wordt niet uitgelegd.

Men zou de berichtgeving (lees: de evaluatie van de genoemde kwestie) in verband kunnen brengen met het concentratieverschijnsel dat ook toentertijd al in de Belgiese pers woekerde. ²⁾ Enerzijds wordt ge-sproken van een sterk politiek en ideologies gebonden pers in Bel-gië ³⁾; anderzijds kan men teoretiseren, dat het omwille van verkoop-baarheid, een hachelijke zaak is om dit kommunautaire probleem waarbij sterke 'nationalistische' ge-voelens spelen primair vanuit kon-sekwente politieke of ideologiese achtergrond te bekomentariëren. Gekozen is voor de methode van mededelingsanalyse; "beter dan in-houdsanaliese: niet zelden wordt de analiese uitgevoerd op vorm-elementen van de mededeling" - blijkens het voorwoord bij dit boek-

je ligt de nadruk overigens niet zozeer op methodologische noch op geschiedkundige verantwoording, maar op een bespreking van het verzamelde krantenmateriaal en de communicatiewetenschappelijke besluiten die eruit getrokken konden worden (de term 'werkdokument' is dan ook niet geheel duidelijk).

De kranten zijn geselecteerd op grond van taalgerichtheid, politieke strekking en 'het al dan niet populaire karakter' van de dagbladen. Welke kranten 'populair' genoemd kunnen worden, wordt niet duidelijk gemaakt: **De Standaard** en **La Libre Belgique** (beide katholiek) zouden minder populair zijn; **La Cité** heeft slechts een oplage van 36.000⁴⁾. Resteren nog **Het Volk** (evenals **La Cité** christen-demokraties genoemd), **De Volksgazet** en **La Wallonie** (socialisties), **Het Laatste Nieuws** en **La Dernière Heure** (liberaal) en **Le Soir** (Brussels en kleurloos).

Een gegeven dat niet in de analyse is betrokken, is dat **La Libre Belgique** in 1968 een kwart van haar oplage in de 4 Vlaamse provincies verspreide⁵⁾.

Zowel de hoeveelheid belangstelling (in frekwentie en oppervlaktematen) als de richting van de belangstelling voor de Leuvense kwestie worden gemeten m.b.v. commentaarartikelen (129 in totaal uit het eerste half jaar van 1968). De andere berichtgeving is op generlei wijze bij het onderzoek betrokken. De richting van de belangstelling wordt als volgt operationeel gemaakt: meting van de frekwentie en aard van argumenten pro of kontra de overheveling.

De onderzoekers komen tot een interessante indeling van argumenten zoals die vigeren bij Leuven-Frans en Leuven-Nederlands: argumenten m.b.t. de Inrichtende Macht van de K.U.L., taalkundige, culturele, sociale, universitaire en fi-

nanciële argumenten. Verder worden een aantal komplementaire argumenten (van Franstalige zijde; in termen van de katholieke eenheid van de Alma Mater en de eenheid van België) en enkele stellingen op hun aanwezigheid en evaluatie in de commentaren onderzocht.

Enkele cijfergegevens worden gevolgd door een "voor elk dagblad afzonderlijk zo systematies mogelijke beschrijving van de gevolgde argumentatie"; daarbij wordt de houding van de krant zoveel mogelijk via citaten uit de commentaarartikelen gestaafd: dit beslaat ca. 60% van het werkdokument.

Enige resultaten:

— zowel bij frekwentie- als oppervlakteberekening (altijd een betrekkelijke methode -gl) blijven de niet-katholieke dagbladen achter bij de katholieke;

— de Nederlandstalige pers verwerpt de argumenten van Leuven-Frans en de komplementaire argumenten en gebruiken frekwent de argumenten van Leuven-Nederlands; de Franstalige pers doet het omgekeerde;

— verschillen in berichtgeving worden eerst in de 'Conclusies' toegeschreven aan taalgerichtheid, strekking en lezerspubliek; dan blijken de kranten toch tamelijk vaak vanuit hun kleur te oordelen; — de katholieke bladen binden het felst de strijd aan met de kwestie; de populaire bladen (christen-demokraties?) zijn gematigder; de liberale bladen staan vrij neutraal en de socialistiese vrij onverschillig tegenover de overhevelingsaffaire;

— een eigen vergelijking tussen de beide socialistiese bladen leert, dat geen met elkaar strijdende argumenten door deze kranten worden gebruikt, integendeel; hoogstens houdt de **Volksgazet** zich wat intensiever met de problematiek be-

zig, wellicht te verklaren vanuit de Vlaamse situatie.

— Als mogelijke reden dat de minder populaire katholieke pers zich meer met de kwestie inlaat dan de populaire katholieke pers zien de onderzoekers, dat het lezerspubliek van de eerstgenoemde pers de burgerij is waaruit ook de Leuvense studenten gerekruteerd zijn; terwijl voor het lezerspubliek van de populaire bladen (arbeiders en bedienden) de kwestie minder relevant zou zijn in vergelijking met ander gebeuren - dat ligt m.i. dan wél aan de wijze waarop de kwestie door de krant geplaatst en beoordeeld wordt.

— **Le Soir** schrijft duidelijk geïnspireerd vanuit de francofone burgerij van Brussel (ekspansie is geldverkwisting, strengere toelatingseisen tot de universiteit, angst voor een nieuw 'Leuven' in Brussel).

De hypothese wordt bevestigd geacht, en dat ondanks gekonstateerde verschillen tussen kranten met verschillende strekking en met een al dan niet populair karakter.

Dit laatste wordt nog eens benadrukt als gezegd wordt dat de Belgische pers in haar commentaren in nauwe relatie staat met de cultuurelementen "waarmee de structuur van de maatschappij en haar subentiteiten bekleed is. Elke sociale entiteit wenst zijn waardensysteem op een optimale wijze te handhaven, ondermeer door passende ideologische constructies te ontwikkelen over de realiteit. De voorhanden zijnde communicatiekanalen dragen in een belangrijke mate bij tot de verspreiding van de cultuur over de sociale entiteit" (p. 75). Die 'passende ideologische constructie' wordt hier door de auteurs blijkbaar in praktijk gebracht: want wie zijn eigenlijk die sociale entiteiten en wat is "hun" waardenpatroon? In elk geval volop opti-

misme over de pluriformiteit in de Belgische dagbladpers.

Al met al blijven een aantal theoretische en onderzoekstechnische vragen open; vragen waarop men zeker in een werkdokument antwoord mag verwachten.

Voor degenen die bij de kwestie betrokken zijn (geweest) zal de vergelijking tussen de geselecteerde kranten ongetwijfeld interessant zijn.

En tenslotte: wie doet een analyse naar de teneur (m.n.v. emotieve taalelementen) in de beschrijving van deze inhoudsanalyse? Immers, de auteurs zijn Vlamingen en Prof. Fauconnier toentertijd zelfs p.r.-man van de K.U.L.

G. Lugtenberg

Noten

1) In de 'Conclusies' spreken de onderzoekers van een bredere 'ontvoogdingsstrijd' van de Vlamingen. De hoofdredakteur van de Volksgazet ziet de Vlaamse strijd als onderdeel van een grote sociale beweging.

W. van der Biesen spreekt in zijn artikel "De Dagbladpers in België 1958-1968" (in: *Bijdragen tot de Communicatiewetenschap*, Leuven, 1970, pp. 199-235) onomwonden van "een sociale, politieke, economische en zelfs culturele achterstand van de Vlamingen t.o.v. de franssprekenden" (p. 223). Verhullen termen als 'taalkwestie' en 'culturele autonomie' niet meer dan ze doen vermoeden?

2) W. van der Biesen, id. en recenter: L. Boone e.a. Crisis in de pers, in *Communicatie*, 5(1975), nr 2, pp. 1-16.

3) Zie ook de licentiaatsverhandeling van F. Vlaemynck, in *Informatiebulletin CeCoWe*, 3.73.2, pp. 28-29.

4) W. van der Biesen, a.w., p. 216.

In een recent kranten-artikel wordt *La Cité* overigens genoemd als zijnde nauw verwant aan de christelijke arbeidersbeweging (Europese pers diep in zorgen; België; bestaan wordt gerekt *De Volkskrant*, 30 aug. '75).

5) W. van der Biesen, a.w., p. 223.

C. J. J. Korswagen: MONDELINGE COMMUNICATIE IN THEORIE EN PRAKTIJK I, H. D. Tjeenk Willink bv, Groningen 1974, 252 pp, f30,—, ISBN 90 01 49420. X.

Het eerste deel van de duologie die Korswagen wijdt aan mondelinge communicatie, omvat op zijn beurt twee afzonderlijke boeken nl: "De grondslagen en componenten van het mondelinge communicatieproces" en "Discussie- en vergadertechniek". In het voor 1975 aangekondigde tweede deel zal aandacht gegeven worden aan spreken in het openbaar en instructie en vervolgens aan het gesprek en het interview.

Het eerste deel over grondslagen en componenten van het mondelinge communicatieproces opent met een hoofdstuk waarin de betekenis van communicatie binnen onze huidige, zeer complexe maatschappij wordt geschetst. In een tweede hoofdstuk wordt ingegaan op het communicatieproces zelf. Onder communicatie verstaat de auteur dan: "het in gemeenschap treden van een of meer personen met een of meer andere personen door het verrichten of verricht hebben van een waarneembare activiteit die ten doel heeft die ander(en) van iets op de hoogte te stellen" (p. 15). De verwerkelijking van dit uitgangspunt wordt dan nagegaan voor eenzijdige, tweezijdige en meerzijdige communicatieprocessen zoals deze bv. bij toespraken, gesprekken en vergaderingen plaatsvinden. Vervolgens omschrijft de auteur verbale communicatie als het doen van mededelingen in taaltokens, "klanken die tot woorden en zinnen worden gecombineerd" (p. 31). In datzelfde hoofdstuk worden uitvoerig de storingen behandeld die er in de mondelinge communicatie kunnen optreden. De taal is daarin een primair communicatiemiddel. Daarnaast bestaan er nog een aantal sekundaire of extra-linguale kom-

municatiemiddelen, (intonatie, stemverheffing, woord en zinsaksent, tempo, ritme, oogopslag, mimiek, gebaren en houding). Deze middelen, zo wordt betoogd, kunnen het effect van de linguale communicatie versterken of verzwakken, zelfs kunnen ze deze vorm van communicatie geheel vervangen of de betekenis ervan wijzigen. In dit communicatieproces kan ook ruis optreden oftewel "storing tijdens het transport van de boodschap". Deze kan veroorzaakt worden door factoren binnen of buiten zender en ontvanger.

Na op deze wijze aandacht geschonken te hebben aan het communicatieproces en de factoren die daar positief of negatief op inwerken wordt in een intermezzo "de mens in het communicatieproces" beschreven. De centrale stelling daarin is dat de menselijke waarneming selectief, interpreterend en zingend plaats vindt en dat de verklaring hiervoor gezocht moet worden bij de persoonlijkheidsconstellatie en de ervaring, waarin algemene en sociale psychologie alsmede sociologie inzicht verschaffen.

Het betoog wordt weer opgenomen met een omvangrijk hoofdstuk over logisch denken en redeneren en vooral de fouten die daarbij gemaakt worden. In een aanzienlijk korter gedeelte wordt het luisteren behandeld, niet alleen het vermogen daartoe, maar ook de wil om het te doen. Spreken en luisteren zijn activiteiten die ook plaats vinden in formele organisaties. Daarbij kan organisatie zeer ruim opgevat worden als "een lichaam waarin menselijke actie tegelijk gefunctionaliseerd en gecoördineerd wordt om bepaalde doelstellingen te verwe-

zenlijken" (p. 121). Toch kan er ook binnen een dergelijk kader weer sprake zijn van informele communicatie op te vatten als afwijkend van officiële regels en kanalen. De auteur rekent daar ook geruchten onder. Het eerste boek besluit de schrijver dan met een hoofdstuk over de organisatie van de mondelinge communicatie. Daarin wordt een voorbereidingsprocedure van vier fases opgezet die gedeeltelijk en op een vanzelfsprekende wijze samenvalt met de uitgebreide Lasswell-formule: 1) met welk doel zegt wie wat; 2) aan wie; 3) wanneer en waar; 4) hoe.

In het tweede boek dat handelt over discussie- en vergadertechniek komen achtereenvolgens aan de orde de besloten discussie, de besloten vergadering, het discussie- en vergaderklimaat en de openbare discussie en vergadering. Op een los bijvoegsel is dan nog een breed opgezet schema afgedrukt van de verschillende soorten besloten en openbare discussies en vergaderingen. Vooral m.b.t. het eerste boek zouden we enkele kanttekeningen willen maken. Op de eerste plaats maakt de auteur feitelijk geen onderscheid tussen verschillende vormen van mondelinge communicatie terwijl deze toch duidelijk meer beslaat dan alleen face-to-face situaties. Terwijl hij dus enerzijds minder bedoelt dan hij zegt, behandelt hij anderzijds meer dan hij aankondigt. Hij heeft bij de mondelinge communicatie als zodanig al gesproken over de sekundaire middelen (mimiek, gebaar etc.). Richt hij zich echter nog meer naar de praktische verschijningsvormen van mondelinge communicatie zoals hij die opvat, dan moet hij (onvermijdelijk) ook aandacht schenken aan schriftelijke en visuele boodschappen. Natuurlijk is dit zeer begrijpelijk als men een praktijkgericht standpunt inneemt zoals de auteur.

Desalniettemin is de schrijver hier enigszins blijven steken omdat hij niet anders kan dan het totale kompleks van interpersonale communicatie benaderen. Maar juist vanuit de praktijk gezien blijven de niet-mondelinge modaliteiten van deze communicatie toch te veel in de sfeer van de sekundaire, ondersteunende en eventueel ruis veroorzakende factoren steken.

Het boek heeft duidelijk geen prenties om bij te dragen aan nieuwe theoretische inzichten in het spreken van aangezicht tot aangezicht. Daarom is het des te lovenswaardiger dat de auteur toch de tweezijdigheid van geslaagde communicatie heeft uitgewerkt door een apart hoofdstuk op te nemen over luisteren en daarbij niet alleen aandacht te besteden aan luistervaardigheid, maar ook aan luisterbereidheid. Daarmee is een eerste aanzet gegeven voor het beeld van een ontvanger die medeverantwoordelijk is voor het slagen van gesprek, discussie of vergadering die als vanzelfsprekend voor alle of een deel der deelnemers rolwisseling inhouden.

We zouden even wat dieper in willen gaan op het hoofdstukje over ruis dat enkele opvallende omschrijvingen bevat. Ruis wordt naar analogie van de informatietheorie opgevat als "storing tijdens het transport van de boodschap" (p. 67). Daarmee is ruis een faktor van of in het kanaal geworden. De auteur wil ruis echter nog breder opvatten nl. als "een stoornis tijdens het transport, het zenden en ontvangen van een boodschap" (p. 68) en het wordt dan iedere ongunstige faktor tengevolge van het gebonden zijn aan tijd en plaats. Onduidelijk wordt dan hoe er ook nog over interne ruis gesproken kan worden nl. iedere verstoring of ongunstige beïnvloeding van het communicatieproces van "binnenuit" (p. 70). Want

wat is tenslotte het verschil tussen verstrooidheid en vermoeidheid op maandagmorgen (externe ruis) en lusteloosheid tengevolge van ziekte (interne ruis), behalve dat het eerste misschien meer structureel en het tweede meer individueel van aard is. Misschien is de verwarring ook wel enigszins terug te voeren op de (te) ruime opvatting van ruis als zodanig. Waarom daarvoor alle negatieve invloeden tijdens produktie, distributie en konsumptie genomen? Een reden zou kunnen zijn dat in de mondelinge communicatie inderdaad niet zo precies het kanaal van zender en ontvanger te onderscheiden (althans te scheiden) is. Een andere reden zou kunnen zijn dat de auteur een redeneerfout heeft gemaakt en het begrip communicatie stilzwijgend heeft vervangen door het begrip geslaagde communicatie.

Wat de literatuur betreft nog het volgende. Korswagen heeft bewust afgezien van een notenapparaat en

zich in zijn verwijzingen beperkt tot geschriften die hij zelf gebruikt heeft en/of die relatief goedkoop zijn. Deze gerichtheid op de bereikbaarheid voor de student verdient navolging en we moeten het dan misschien maar voor lief nemen dat de lijst iets achter blijft bij de aktualiteit. De auteur die docent is aan het Instituut voor Bedrijfskunde "Nijenrode" heeft stevig geput uit zijn eigen onderwijservaring. Dat blijkt ook uit het feit dat ieder hoofdstuk afgesloten wordt met een lijstje "vragen, toepassingen, opdrachten". De lijstjes kunnen ook zeer dienstig zijn als iemand zich op eigen kracht zet aan de bestudering van dit boek. Steun vindt de lezer dan ook bij de vele voorbeelden en toelichtingen die in het boek zijn opgenomen. Ook voor iemand die al jarenlang aan het informeren, instrueren of doceren is kan dit boek een hulp zijn voor een kritische bezinning op de alledaagse routine.

H. J. Smets

WERKEN MET VIDEO. Schrijversgroep o.l.v. G. Stappershoef, Wolkers-Noordhoff bv, Groningen 1974, 360 pp, f 45,—, ISBN 90 01 80670 8.

Werken met video is tot stand gekomen als onderwijsproject onder leiding van Gijs Stappershoef. De inleidende tekst van S. J. Strijkstra, hoofd van het Opleidingscentrum van de NOS, vermeldt, niet onpretentius, doel en opzet:

een geprogrammeerde instructieve tekst met oefeningen voor hen die video willen gebruiken in onderwijs, vormingswerk, omroep en bedrijfsleven. Het boek poogt via vernoemde methode van overdracht leken basiskennis te verschaffen ten behoeve van het maken van een programma.

Stappershoef, stafdocent aan de School voor Journalistiek, en Strijkstra oordeelden de literatuurvoorziening in Nederland voor zaken betreffende de produktie van soft-

ware voor videocircuits wat mager. Als resultaat van de samenwerking tussen groepen studenten van de Journalistenschool, omroepfunctionarissen, het opleidingscentrum van de NOS, hardware-industrie, verkooporganisaties INELCO, NIVICO, Philips, Shibaden, Sony en de Audiovisuele Diensten van de universiteiten van Rotterdam en Nijmegen kwam de publikatie tot stand, waarvan de inleider zegt dat het "de literatuurvoorziening met betrekking tot het maken van software voor video-circuits vetter maakt".

Nog afgezien van de naar de vleesverwerkende industrie riekende terminologie, de opsomming van de bij het project betrokken groeperingen doet wat ridikuul en, op z'n minst, niet geheel belangen-vrij

aan. Wanneer althans gepretendeerd wordt een leerboek samen te stellen voor videogebruikers in school en bedrijf, naast mensen uit andere categorieën, ben je als potentiële koper in ieder geval geïnteresseerd in de namen van de onderwijskundige medewerkers, bijvoorbeeld die van de gewone praktijkman uit onderwijs en vormingswerk. Deze namen ontbreken. Een lichte twijfel steekt dan zijn kop op ten aanzien van de aard van de in het leerboek verwerkte stof en de strekking van de gehanteerde methode.

Deze twijfels ten opzichte van **Werken met video** bleken voor uw recensent wel degelijk op zijn plaats. Het boek maakt zijn doelstelling maar zeer ten dele waar. **Werken met video** is beslist niet geschreven voor de amateur, de leek, die zich wil oefenen in het vervaardigen van programma's voor videocircuits. **Werken met video** gaat veelal uit van situaties die met de beste wil van de wereld niet amateuristisch genoemd kunnen worden. De professionele omroepsituatie heeft model gestaan voor het totale complex van accommodatie, apparatuur en organisatie waar het boek zich mee uiteenzet. De man uit de praktijk van onderwijs en vormingswerk zal beslist wel een zekere interesse vertonen voor het hoe en wat van de "grote" tv-organisatie. Wanneer je hem echter een leerboek presenteert ten behoeve van zijn gewone werk, dan moeten echter een aantal andere zaken in het oog gehouden worden. In tegenstelling tot zijn professionele programma-broer werkt de amateur vanuit een geheel andere behoefte en op basis van totaal andere voorzieningen. Kenmerkend zijn minimale technische en organisatorische mogelijkheden: 'n kamera en een eenvoudig geluids-toestandje - als het meezit - en een

simpele video-machine met monitor. Doel is het leren hanteren van beeld/geluids-taal in communicatieprocessen, waarbij de elektronische registratie wordt aangewend om de aangeboden informatie te interpreteren en zelf feitelijke mededelingen, meningen, gevoelens en ideeën vorm te geven en over te dragen. Deze zaken laten zich moeilijk verenigen met inhoud en uitwerking van het boek. Vanuit deze opvatting en je baserend op bovengeschetste technische uitrusting kom je tot de konklusie dat **Werken met video**, althans voor deze groepering, zijn doel grotendeels voorbij geschoten is. Daar komt bovendien bij, dat de methode van de geprogrammeerde instructie, autoritair als die is, slecht te rijmen valt met de intentie waarmee video-amateurs hun programma's opzetten en uitwerken.

Wanneer je konkludeert tot een misser voor de doelgroep uit onderwijs en vormingswerk, ga je je afvragen in hoeverre **Werken met video** tegemoet komt aan de behoeften van diegenen die vragen hebben op het terrein van de elektronika, in het bijzonder die de hardwaretchniek van de magnetische registratie van beeld en geluid betreffend, zij die willen beginnen met een opleiding voor programma-medewerker en degenen die zich interesseren voor massakommunikatie. Het zal ongetwijfeld wel waar zijn dat bovengenoemde groeperingen als eerste oriëntatie met verschillende paragrafen van het boek hun voordeel kunnen doen. Jammer is alleen dat, waar je graag exakter geïnformeerd zou willen zijn, nadere schema's, cijfers, modellen en tekeningen ontbreken. Toegegeven moet worden dat het boek rijk geïllustreerd is, met name de tekeningen zijn soms erg geestig, ondanks dat is het nuttig effect van de afbeeldingen bij wijlen diskutabel. Over het al-

gemeen moet toch gezegd worden dat men teveel verwachtingen wekt. Wanneer je zoveel en zo uiteenlopende groeperingen bedienen wilt, dan is het geen wonder dat niemand zich tevreden gesteld voelt. Dat wil dan niet zeggen, dat **Werken met video** in het geheel geen functie zal kunnen vervullen. Maar deze functie zal voornamelijk liggen in de beantwoording van vragen van hen die belangstelling hebben in de organisatie van het, hoofdzakelijk professionele, tv-pro-

gramma-maken en de daarbij behorende technische valkuilen. Dat dan ook een zekere vaardigheid verworven wordt in de hantering van het te gebruiken vakjargon is mooi meegenomen. Wanneer je de illusie koestert na het doorwerken van het boek een programma te kunnen maken, iets wat de titel: **Werken met video** wel degelijk suggereert, dan is het volgen van een praktische cursus meer aan te raden.

R. A. M. Verheul

Bertrand R. Canfield and H. Frazier Moore, PUBLIC RELATIONS; PRINCIPLES, CASES AND PROBLEMS. Richard D. Irwin Inc., Homewood, Illinois, 1974, 486 blz., \$ 12,50, ISBN 0-256-01426-4.

Sinds de eerste druk in 1952 heeft dit boek zes uitgaven beleefd, telkens vrij regelmatig om de vier jaren. Na het overlijden van Canfield heeft Moore de zesde uitgave van 1973 herzien, waarvan twee ongewijzigde herdrukken zijn verschenen. Bij vergelijking van een vroegere uitgave met de jongste druk blijkt deze er door de herziening in het algemeen niet op vooruit te zijn gegaan, doch het werk is een goed bruikbare inleiding gebleven. Als voorbeeld van de modernisering diene de weliswaar niet zo diepgaande beschouwing over de sociale verantwoordelijkheid van public relations. Het boek is overeenkomstig het voorwoord een "basic text in the principles of public relations", dat tevens studerende in de journalistiek en de bedrijfskunde (business administration) inleidt in de betekenis van public relations voor het bestuur van verschillende soorten instellingen.

Met de definitie: "public relations is a social philosophy of management expressed in policies and practices which through two-way communication with its publics, strives to secure mutual understand-

ing and goodwill" (blz. 2) zullen weinig Nederlanders moeite hebben, alleen een aantal overheidsvoorlichters met het woord "goodwill". Meer bezwaar kan men hebben tegen de opvatting van het woord publiek, gezien van het begrip publieke opinie uit, als een groep mensen met gelijke belangen die een gemeenschappelijke mening hebben over een **controversieel** onderwerp (blz. 27). Sterker geldt het bezwaar tegen te veel veralgemenisering in de definitie, dat professionele opinieleiders demagogen zijn die persoonlijk voordeel nastreven uit sociale, politieke of economische ontevredenheid door publieke oppositie te wekken (blz. 36). Zo vallen er nogal wat omschrijvingsbloempjes te plukken uit deze Amerikaanse hof, die op zijn minst door bepaalde schoonheidsfouten opvallen.

Anderzijds zijn duidelijke pluspunten van deze herziene "Canfield" ten eerste, dat het geen receptenboek is, al bevat het een redelijk aantal de moeite waard zijnde praktijkgevallen; ten tweede dat het bijv. bij de bespreking van groepsinvloeden op de individuele opinie een aantal (sociaal-) psychologische fac-

toren opsomt en kort omschrijft, zodat de lezer in enkele gevallen een weliswaar vluchtig kijkje krijgt op belangrijke punten uit "bijvakken" voor de public relations. Ten derde valt te vermelden een aantal ook voor Nederlanders nuttige adviezen naast de voor Amerikanen wetenswaardige feiten en feitjes. Alles bijeen genomen is het een

boek, dat beginners en mogelijk ook specialisatie-blind geworden ouderen een zeer brede, maar zelden diepgaande blik geeft op het ruime veld van de in de Ver. Staten en elders- zeker op bepaalde gebieden - zo belangrijk geworden public relations.

Drs. G. de Bruyn

Aufermann, Jörg, Hans Bohrmann, Rolf Sülzer, GESELLSCHAFTLICHE KOMMUNIKATION UND INFORMATION; Forschungsrichtungen und Problemstellungen - ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation, Athenäum Fischer, Frankfurt am Main, 1973, twee delen, 873 bladzijden, ISBN 3-8072-4021-7 en ISBN 3-8072-4022-5.

Bij het bespreken van de meeste boeken is de kwaliteit van het papier slechts een ondergeschikt criterium. Belangrijk is vooral de inhoud van het boek. Van Wilbert Ubbens is in de hier te bespreken reader een bibliografie van readers opgenomen. Ubbens hanteert daarin vier richtlijnen voor de beschrijving van dit soort boeken: 1. opsomming van thema's in de reader, 2. vorm en aard van de artikelen, 3. doel van de reader en 4. kenschets van de samensteller(s) en auteurs. Ubbens geeft zelf een beschrijving van **Gesellschaftliche Kommunikation und Information** aan de hand van deze vier richtlijnen. Deze beschrijving luidt ongeveer als volgt: 1. thema's: massakommunikatieproces (4 artikelen), massakommunikatieinstituten (7), boodschap (4), ontvangers (8), juridische problemen (2), onderzoeksmethoden (5), geschiedenis van onderzoek en instituten (1), communicatie in sociale systemen (1) en bibliografieën (1 van readers en 1 van informatiediensten en tijdschriften); 2. vorm en aard van de bijdragen: in de reader zijn 34 lange (d.w.z. meer dan 10 bladzijden omvattende) artikelen opgenomen, waarvan er 16 voor het eerst verschijnen.

De onderzoeksmethoden of onderzoeksrichtingen van de bijdragen zijn sociologisch, economisch of sociaal-psychologisch. Het betoog in de artikelen is theoretisch, empirisch of beschrijvend. De artikelen variëren van betrekkelijk gemakkelijk tot betrekkelijk moeilijk; 3. doel van de reader: de reader is bedoeld voor **graduates** gevorderde studenten en voor specialisten van andere vakgebieden; 4. samenstellers en auteurs: wetenschappers van verschillende vakgebieden en enkele praktijkmensen: Naschold, Catton, Klapper, Holzer, Lazarsfeld, Lang, Schiller en Grotta. In het eerste hoofdstuk van de reader wordt een algemeen theoretische inleiding gegeven op het onderwerp, de **gesellschaftliche Kommunikation und Information**. De term '**gesellschaftliche**' onderstreept, dat massakommunikatie niet gezien wordt als een geïsoleerd stuk van de samenleving. Massakommunikatie wordt opgevat als een uitdrukkingsvorm, van maatschappelijke communicatie, d.w.z. er bestaat een dialektisch verband tussen massakommunikatie en de politieke en sociale ontwikkelingsfase van de samenleving. Men moet als het ware een stapje achteruit doen en de sociaal-structurele voorwaar-

den van communicatie meenemen bij de bestudering. Op diverse plaatsen in de reader wordt erop gewezen, dat dit stapje achteruit, dat een minder direkte betrokkenheid bij het studie-objekt mogelijk maakt, in veel gevallen niet is gezet. De studie van massakommunikatie heeft te veel en te lang aangelopen achter de behoeften van sectoren van de samenleving. Soms heeft men zich zelfs tewerkgesteld als ideologie-oppoetser van de media-praktijk. De wetenschappers konden vaak ook moeilijk anders, omdat het geld voor onderzoek vooral van bepaalde kanten ter beschikking werd gesteld.

De artikelen van Naschold (kommunikatie-theorieën), Klapper (massakommunikatie - attitude-stabiliteit en attitude-verandering) en van Catton (massamedia als oorzaak van effecten) geven een overzicht van de ontwikkeling van theorie en onderzoek over massakommunikatie. Alle drie de artikelen zijn reeds eerder verschenen en geven de inmiddels wel bekende feiten. Ze werden dan ook geschreven in 1968, 1967 en 1969. Nieuw is het artikel van Bohrmann en Sülzer over het onderzoek in de B.R.D. Dit artikel gaat vergezeld van een nagenoeg compleet overzicht van de belangrijkste publikaties in boeken en tijdschriften in West-Duitsland in de periode van 1960 tot 1972. Daarna volgen drie artikelen over spraak en tekst, waarna het eerste hoofdstuk wordt afgesloten met drie artikelen van respectievelijk Dröge (**Wissensvermittlung** in de burgerlijke samenleving), Hoffmann (het probleem van de ontwikkeling van een materialistische kommunitietheorie) en van Sülzer (sociale geschiedenis als aspekt van de media-theorie). De vertegenwoordigers van de dialektisch-kritische richtingen in de communicatiewetenschap corrigeren elkaar veelvuldig in hun

denkbeelden en benaderingswijzen; het artikel van Hoffmann is daar een zoveelste voorbeeld van (Een overzicht van een hele pagina van deze onderlinge korrekties is te vinden in **Kritische Medientheorien**, een andere recent verschenen reader van Baacke). Hoffmann bekritiseert Negt en Kluge vanwege hun uit de lucht gevallen benadering van het begrip **Offentlichkeit**, en ook Dröge en Modelmog vanwege hun situering van communicatie als een min of meer apart deelgebied van de burgerlijke samenleving. Hoffmann geeft echter toe, dat Dröge en Modelmog tot nu toe de meest doortimmerde poging hebben gedaan de marxistische aanzet voor de verklaring van de maatschappelijke communicatie vruchtbaar te maken.

Na dit eerste, meer algemeen theoretische hoofdstuk volgt het tweede hoofdstuk over organisatie en concentratie van de pers en over de situatie van de communicator in de organisatie. Van de zeven artikelen in dit hoofdstuk zijn er vijf nieuw. Daaronder bevindt zich een overzicht van Gertrude Robinson over 25 jaar **gatekeeper-onderzoek** dat de moeite waard is. Ze deelt de onderzoeken op dit gebied in drie groepen in: de eerste groep behandelt individuele **gatekeepers** zoals de **wire-editor**, de tweede gaat over onderzoeken die de sociale institutie als achtergrond meenemen, en de derde groep tenslotte omvat de cybernetische studies. Het derde hoofdstuk behandelt in zes artikelen consumptie-aspekten. Nieuw is hier alleen het artikel van Aufermann over reclame, pers en gemanipuleerde openbaarheid. Aufermann verstaat in dit artikel onder reclame ook partijpropaganda. Hij tracht uit de afhankelijkheid van de pers van reclame een direkte gemanipuleerdheid van de openbaarheid af te leiden. Wanneer

men dit doet begeeft men zich op een uiterst glibberig terrein en ondanks de vele rekensommetjes en voorbeelden die Aufermann geeft, is hij er naar mijn mening niet helemaal in geslaagd de verhouding tussen reclame, pers en openbaarheid op een samenhangende manier te beschrijven. Zijn betoog blijft te veel in voorbeelden steken en mist een systematische aanpak. De lezer wordt nauwelijks duidelijk gemaakt wat hij zich in dit verband onder manipulatie van de openbaarheid moet voorstellen. Het percentage advertentie-inkomsten of het percentage advertenties zegt op zich genomen daarover niets.

Het laatste hoofdstuk bevat artikelen over de kans op artikulation van conflicten in de samenleving: lokale communicatie, openbaar protest en repressie, en internationale communicatie-barrières. Het artikel van Sülzer over architectonische barrières van openbare communicatie past geheel in de sfeer van het boek. (Massa)communicatie in de steden wordt in dit artikel bestudeerd tegen de achtergrond van de maatschappijvorm, waarin deze steden zijn ontstaan. In het artikel van Skriver is een nieuwe klaagzang te vinden over de stand van het onderzoek op het gebied van de berichtgeving over het buitenland. Het is een dringend en door goed gekozen voorbeelden ondersteund pleidooi nu eindelijk eens te beginnen met het onderzoek naar de manier waarop de nieuwsmedia ons beeld van de wereld helpen vormen.

Levert de verdeling tussen de hoeveelheid oorspronkelijke en 'tweedehands' bijdragen al een gunstige verdeling op (16:18), de verdeling tussen de hoeveelheid West-Duitse en Noord-Amerikaanse bijdragen slaat met 21 tegen 12 in het voordeel van de Duitse bijdragen uit. De omgekeerde '**brain drain**' uit de

Verenigde Staten is in deze reader dus wat tot staan gebracht. Vooral voor een reader zoals deze, waarin massakommunikatie als een konstitutief onderdeel van de samenleving wordt gezien, is deze betrekkelijk grote Duitse invloed een voordeel. De theorie over de massasamenleving, die onder andere in Duitsland is ontstaan en die zijn invloed heeft gehad op de communicatie-wetenschap, is vooral door de Amerikaanse onderzoeken ingrijpend veranderd. Op dit moment echter lijken vanuit Duitsland de meest vruchtbare aanzetten te komen om massakommunikatie in de samenleving op een nieuwe wijze te beschrijven en te bestuderen.

Overigens is het opvallend, dat uit de rest van Europa alleen een bijdrage uit Engeland (Halloran, Elliot, Murdock) is opgenomen. De wetenschappelijke redactie-raad van deze Athenäum-reeks, waarin onder anderen Dröge, Holzkamp, Krippendorf, Narr, Naschold, Offen en Ritsert zitting hebben, wijst er in een voorwoord bij deze reeks op, dat het de bedoeling is in de readers belangrijke, nog niet gepubliceerde of moeilijk toegankelijke stukken uit te geven. Wanneer men zoiets volhoudt bij deze keuze van artikelen, laadt men de verdenking op zich dat men onvoldoende geïnformeerd is over wat er in de rest van Europa gaande is of dat men zich voor het commerciële karretje van de uitgever heeft laten spannen. Maar dit neemt niet weg dat (zeker voor het Duitse taalgebied) een flink aantal artikelen in de reader wél aan de genoemde selectie-kriteria voldoen. Het is ondoenlijk in een kort bestek een adekwate beschrijving te geven van een reader van 873 bladzijden. Veel punten van kritiek moeten onvermeld blijven. De algemene indruk van deze reader is dat het niet zomaar een willekeurige

verzameling teksten is, maar wel degelijk een samenhangend geheel. Op de eerste plaats omdat konsekvent gekozen is voor een wegwijzer-functie. De vele verwijzingen in de voetnoten en in de bibliografische gegevens maken dat duidelijk. Op de tweede plaats ademt de reader een behoorlijk(e) dialektisch-kritische sfeer, die eveneens konsekvent is volgehouden. Niet alleen konsekvent omdat de samenstellers de inleidingen op de hoofdstukken hebben geschreven, maar ook omdat ze een flink aantal artikelen zelf hebben geschreven. De strekking van de reader kan misschien het beste worden omschreven als een mixture of, zo men wil, kompromis tussen de dialektisch-kritische benadering enerzijds en de empirische (sociaal-we-

tenschappelijke) aanzetten anderzijds. Zelf schrijven de samenstellers, dat naar hun mening de dialektisch-kritische richting in staat lijkt te zijn de empirische benadering in zich op te nemen. Of dit zo is, zal de toekomst uitwijzen. Tenslotte: de visie op (massa)kommunikatie als een vorm, waarin de samenleving als zodanig tot uitdrukking komt, en die dus niet geïsoleerd bestudeerd kan worden, lijkt een vruchtbare aanpak. Van de readers die de laatste jaren zijn verschenen is dit er zeker een 'om te hebben'. Dat blijkt ook uit de frequentie, waarmee de artikelen uit deze reader in de onlangs verschenen literatuur worden aangehaald.

Jack Saarloos

INGEKOMEN PUBLIKATIES

Best J. J.

PUBLIC OPINION

micro and macro

Homewood 1973, 270 pp, \$ 6,50, ISBN 0 256 01412 4

Boer A. A. de

INFORMATIEVERVUILING

de voorlichtingscrisis rondom techniek en wetenschap

= Nieuwspootreeks

Wetenschappelijke Uitgeverij

Amsterdam 1975, 98 pp, f 14,50, ISBN 90 214 2827 x

Boost Ch.

HET FILMJOURNAAL

kroniek van gemiste kansen

= Nieuwspootreeks

Wetenschappelijke Uitgeverij

Amsterdam 1975, 88 pp, ill., f 14,50, ISBN 90 214 2829 6

Bosland H.

PERSONEELSBLADEN

journalistiek tegen de verdrukking in

= Nieuwspootreeks

Wetenschappelijke Uitgeverij

Amsterdam 1974, 94 pp, f 14,50, ISBN 90 214 28 23 7

Bouman H.

ONDERWIJSREVOLUTIE EN PERMANENTE EDUCATIE

Vijftientig werkterreinen van audiovisuele media en hun mogelijkheden voor de verdediging van onze cultuur

= Nieuwspootreeks

Wetenschappelijke Uitgeverij

Amsterdam 1975, 97 pp, f 14,50, ISBN 90 214 2825 3

Canfield B. R. en H. Frazier Moore

PUBLIC RELATIONS

principles, cases and problems

Rich D. Irwin Inc.

Homewood 1973 / 6, 486 pp, \$ 12,50, ISBN 0 256 01426 4

Dalton W. M.

THE STORY OF RADIO

di I: **How radio began**

A. Hilger

Londen 1975, IX+ 150 pp, ISBN 0 85274 241 x

id.

di II: **Everyone an amateur**

A. Hilger

Londen 1975, IX+ 157 pp, ISBN 0 85274 307 6

id.

dl III: The world starts to listen

A. Hilger

Londen 1975, IX+ 154 pp, ISBN 0 85274 308 4

Florquin J.

TEN HUIZE VAN . . . 11

= Keurreeks nr 130-1975-3

Davidfonds

Leuven 1975, 344 pp, ill., ing. 175 BFr, geb. 210 BFr ISBN 90 6152 121 1

Gallo M.

AFFICHES

de tijd in beeld

met een bijdrage van C. A. Quintavalle

(= I Manifesti, Milaan 1972, vert. M. Beumer)

Het Spectrum

Utrecht/Antwerpen 1975, 319 pp, ill., f 69,50, ISBN 90 274 8333 7

Geerts C.

UNE ENQUETE BUDGET-TEMPS AUPRES DES JEUNES DE 9 A 17 ANS

= rapport no 81

RTB / Institut des emissions francaises; Enquête Permanente sur les programmes

Brussel 1975, 251 pp, tab.

Haney W. V.

COMMUNICATION AND ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

text and cases

Rich. D. Irwin Inc.

Homewood 1973/3, 583 pp, \$ 11,95, ISBN 0 256 01432 9

Hauwermeiren P. van

HET LEESBAARHEIDSONDERZOEK

H. D. Tjeenk Willink

Groningen 1975, 262 pp, ISBN 90 0137470 0

Jensen J. P.

MENSPSYCHOLOGIEEN

een inleiding tot de europese en anglo-amerikaanse humanistische psychologie

(= Om humanistieke psykologier, Kopenhagen 1975, vert. D. Brabijn)

= teksten psychologie

Boom Pers

Meppel 1975, 185 pp, ISBN 90 6009 185 x

Lazer W. en E. J. Kelley

SOCIAL MARKETING

perspectives and viewpoints

Rich. D. Irwin

Homewood 1973, 505 pp, \$ 8,25

Luttberg N. R. (ed)
PUBLIC OPINION AND POLITICAL LINKAGE
models of political linkage
The Dorsey Press
Homewood 1974/2, 477 pp, \$ 7,95, ISBN 0 256 01532 5

Manschot B.
MEDIA, MACHT EN MENSEN
over massacommunicatie en beïnvloeding
= Nieuwspootreeks
Wetenschappelijke Uitgeverij
Amsterdam 1974, 149 pp, f 15,90, ISBN 90 214 2824 5

Markel N. N. (ed.)
PSYCHOLINGUISTICS
an introduction to the study of speech and personality
The Dorsey Press
Homewood 1969, 400 pp, \$ 9,00

MEDIA ZEGGEN NEEN TEGEN NOTA VAN DOORN
NOTU
Amsterdam z.j., 98 pp

POPULAIRE LITERATUUR
= Amsterdamse smaldelen 1
Thespa
Amsterdam, 1975/2, 272 pp, f 10,—, ISBN 90 6185 041 x

Sandage C. H. en V. Fryburger
ADVERTISING THEORY AND PRACTICE
Rich. D. Irwin Inc.
Homewood 1975/9, 703 pp, \$ 12,95, ISBN 0 256 01655 -0

Silbermann A. en U. M. Krüger
SOCIOLOGIE VAN DE MASSACOMMUNICATIE
(= Soziologie der Massenkommunikation Stuttgart 1973 vert. A. Hoekstra
voorzien van een selectieve biografie door dr J. Hemels)
= Aula 551
Het Spectrum
Utrecht/Antwerpen 1975, 159 pp, , ISBN 90 274 5305 5

Thayer L.
COMMUNICATION AND COMMUNICATION SYSTEMS
in organization, management and interpersonal relations
Rich. D. Irwin Inc.
Homewood 1968, 375 pp, \$ 12,00

Weidenmann B.
DISKUSSIONSTRAINING
Überzeugen statt überreden, argumentieren statt attacckieren
Rororo Sachbuch 480
Rowohlt's Taschenbuch Verlag
Reinbek 1975, 117 pp, , ISBN 3 499 16922 3

GEGEVENS OVER DE AUTEURS:

Prof. dr. G. van Parys is voorzitter van de Sectie Pers- en Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit te Brussel.

Drs. C. J. van Woerkum is medewerker bij de Vakgroep Voorlichtingskunde van de Landbouw Hogeschool te Wageningen.

INHOUDSOPGAVE 1975 JAARGANG 3

ARTIKELEN

CRONE F. EN P. DE KROON: Video: een medium in ontwikkeling	11
HAAK, DR. C. P. M. VAN DER: Wil de kommunikatiwetenschap zich alsjeblijft probleemgericht opstellen	53
HAASBROEK, J.: Radio-ontkoppeling: kiezen tussen zenders en zuilen	32
KROON, P. DE: zie Crone, F.	
OVERSTE, DRS. A. M.: Aktualiteitenrubrieken	91
PARYS, PROF. DR. G. VAN: Inhoudsanalyse en functionele theorie	169
PELT, DR. H. VAN: Kabeltelevisie in België	3
PENNOCK, DR. J. A.: Omroepreclame in 12 Westeuropese landen	123
SAARLOOS, J.: Enkele aspecten van televisienieuws in binnen- en buitenland	111
SNIJDERS, DRS. TH. EN DR. O. WIEGMAN: Het effect van tegen-gestelde informatie in een televisie-aktualiteitenprogramma	72
WENTINK, DRS. A. A.: Mediabeleid doorlicht	61
WERK GROEP REDACTIONELE MEDEZEGGENSCHAP: Redactionele medezeggenschap in 5 Europese landen	25
WIEGMAN, DR. O.: zie Snijders, drs. Th.	
WOERKUM, DRS. C. J. VAN: Het pretesten van voorlichtingsteksten	193

ONDERZOEKSVERSLAGEN

De regionale omroepen (drs. A. M. Overste)	39
De radio-omroep in Belgisch Kongo (G. Pauwels-Boon)	136
Archie Bunker gaat naar Nederland (H. de Bock)	138

KRONIEK (langere bijdragen):

— Gevolgen persconcentratie voor journalisten	40
— Esomar-seminar over editorial research	141
— Socialistische omroep	144
— De kleine marges van de socialistische omroep	208
— De identiteit van de VARA	214

BOEKBESPREKINGEN

Aufermann, J., H. Bohrmann en R. Sülzer: Gesellschaftliche Kommunikation und Information (J. Saarloos)	231
Ban, A. W. van den: Inleiding tot de voorlichtingskunde (C. van der Haak)	45
Bastiaans, W. Ch. J.: Figuren uit de Indische journalistiek (B. Manschot)	159
Brants, K.: Journalistiek ondersteboven (J. Saarloos)	158
Canfield, B. R. en H. Frazier Moore: Public relations, principles, cases and problems (G. de Bruyn)	230
Dijker, H. C. J. en E. M. Uhlenbeck: Taalkunde en sociale wetenschappen (P. van Hauwermeiren)	220
Ferrée, H. (red.): Groot praktijkboek voor effectieve communicatie (H. Manders)	162
Feshback, S. en R. D. Singer: Television and aggression (J. Peters)	43
Korswagen, C. J.: Mondelinge communicatie in theorie en praktijk I (H. Smets)	226
Oltheten, Th. H. en J. van der Toorn Vrijthoff: Vorm en inhoud (J. Saarloos)	161
Pelt, H. van: De omroep in revisie (N. Breuval)	44
De Pers/La Presse 1975 (85) (H. Smets)	161
Stappershoef, G.: Werken met video (R. Verheul)	228
Tromp, J.: Gekonkel om de kabel (H. Manders)	160
Vlaemynck, F., G. Fauconnier en G. de Meyer: Het vraagstuk "Leuven" (1968) in de spiegel van de Belgische pers (G. Lugtenberg)	223

COMMUNICATIE

TIJDSCHRIFT VOOR MASSAMEDIA EN CULTUUR

is een driemaandelijks tijdschrift, uitgegeven door het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de Katholieke Universiteit te Leuven (België), met volgende rubrieken:

- Wetenschappelijke en/of artikels van blijvend belang
- Licentiaatthesissen
- Feiten uit de mediawereld
- Literatuur
- CeCoWe-berichten en agenda.

De abonnementsprijs bedraagt 200 Fr. (studenten 100 Fr.), over te schrijven op postrekening 890 van de Kredietbank te Leuven, voor rekening nr. 431-0370171-86 van de K.U. Leuven, Centrum voor Communicatiewetenschappen, Leuven.

Voor Nederland kan men ook per giro overschrijven op deze postrekening 890 (vermelden: abonnement Communicatie 1975).