

Verschijnt
tweemaandelijks

juni
1977

MASSA COMMUNICATIE

V/3

1977

Inhoud nr. 3, jaargang 5, 1977

Drs. H. J. Smets
Grenzen van de medianota (p. 89)

Dr. C. Hamelink
Internationale orde en internationale communicatie (p.99)

Onderzoeksverslagen (p. 105)
– een kinderjournaal ?
– boek en televisie

Boekbesprekingen (p. 111)

MASSACOMMUNICATIE

wordt uitgegeven door de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

onder redactie van:

dr. E. Diemer (Amsterdam), prof. dr. G. Fauconnier (Leuven),
drs. P. M. Hendriksen (Hilversum)*, dr. H. van den Heuvel (Voorburg),
prof. dr. P. Kluyskens (Gent), prof. dr. G. van Parys (Gent)*,
drs. H. J. Smets (Nijmegen)*, dr. J. G. Stappers (Nijmegen)*,
drs. F. Wermer (Utrecht), drs. C. J. van Woerkum (Wageningen).

* leden werkredeactie

sekretariaat:

drs. H. J. Smets,
postbus 258 Nijmegen, tel. 080 - 512372

administratie en druk:

Drukkerij-Uitgeverij H. Gianotten bv
Bredaseweg 61 Tilburg, tel. 013-423036, giro 1085553
Opgave van nieuwe abonnementen en adreswijzigingen uitsluitend te
richten aan dit adres

abonnementen:

gewoon abonnement : f 36,50 (Bfrs. 515)
buitenland : f 51,—
studentenabonnement : f 22,50 (Bfrs. 315)
los nummer : f 7,50 (Bfrs. 110)

advertenties:

Over advertenties neme men contact op met het sekretariaat
prijzen: 1/1 pag.: f 300,—; 1/2 pag. f 160,—; 1/4 pag. f 90,—
korting bij herhaalde plaatsing

GRENZEN VAN DE MEDIANOTA

Massakommunikatie vraagt in onze democratische samenleving om een niet aflatende, zelfs toenemende zorg vanwege haar centrale betekenis in het maatschappelijk proces. Naar inhoud, structuur en uitwerkingen dient ze, gegeven de huidige toestand van de maatschappij, naar vermogen democratisch en tegelijk democratisch te zijn. In dat perspectief laat de *Medianota* ¹⁾ van de inmiddels demissionaire minister van CRM zich goed lezen.

In een eerdere bijdrage in dit tijdschrift ²⁾ heb ik de algemene uitgangspunten van deze nota beschreven en aangegeven welke kritiek daarop mogelijk is. Dit tweede artikel gaat in op de problematiek van de samenhang tussen de media en de handhaving van de verscheidenheid die in de nota een hoofdrol speelt, en op enkele materiële beperkingen die in de nota aanwezig zijn.

DE RELATIE TUSSEN DE MEDIA

In het inleidende hoofdstuk van de nota gaat de minister ervan uit dat er tussen de media zodanige verschillen bestaan dat een gelijke beleidsaanpak niet goed mogelijk is. De fundamentele verschillen moeten blijken uit een opsomming van de diverse bestaande media. Verder wordt het standpunt niet beargumenteerd, slechts geïllustreerd met een citaat van Boukema, die aangeeft dat de verschillen zowel publiek als inhoud en verwerking daarvan betreffen. Vanwege deze verschillen moet gekozen worden voor een "afzonderlijke benadering van de diverse media". ³⁾ De wezenlijke konsekventie hiervan is dat een geïntegreerd mediabeleid niet tot de mogelijkheden behoort. Hoogstens kan er sprake zijn van een samenhangend beleid ter zake omdat de minister wel overeenkomstige uitgangspunten ziet en tevens de noodzaak onderkent van onderlinge afstemming van beleidsmaatregelen omdat deze toch meerdere media tegelijk kunnen beïnvloeden. ⁴⁾

Het belangrijkste punt waarop deze afzonderlijke benadering toegepast wordt is de pluriformiteit. Deze kan volgens de nota niet beoordeeld worden door alle communicatiemediën als een geheel te beschouwen, want "ook daarvoor zijn de verschillen tussen bv. omroep en pers veelal te groot". ⁵⁾ De media zijn niet onderling verwisselbaar in hun functioneren, ze verschillen fundamenteel in de wijze waarop zij in relatie tot het publiek werken. Binnen elk der mediakategorieën dient dus een "bepaalde diversiteit in stand gehouden" ⁶⁾ te worden.

Samengevat verloopt de gedachtengang aldus: de verschillen tussen de media maken een geïntegreerd mediabeleid onmogelijk. De media (-categorieën) moeten afzonderlijk benaderd worden: de beleidsuitgangspunten moeten op de mediakategorieën apart toegepast en daarbinnen gerealiseerd worden. Met deze opstelling gaat de minister voorbij aan de feitelijke situatie van de media waardoor hij zich blootstelt aan de kritiek van Roegele die meent: "Wer heute noch Gezetze und andere Rechtsvorschriften erlassen möchte, die von der

isolierten Existenz eines Mediums ausgehen, zielt an der Wirklichkeit vorbei. Denn diese Wirklichkeit ist durch die aktive Koexistenz der Medien gekennzeichnet, durch Konkurrenz und Komplementarität, wechselseitige Abhängigkeit und Beeinflussung".⁷⁾ In zijn overwegingen gaat de minister weliswaar voortdurend in op de functionele samenhang tussen de media. Hij spreekt nl. over "de eisen die men vanuit het oogpunt van wenselijke pluriformiteit aan het geheel der media zou willen stellen . . .".⁸⁾ Wil men echter pluriformiteit "bezien in het geheel der media" dan zal er onderzoek nodig zijn.⁹⁾ In zijn beleid echter legt de minister zich ondertussen wel vast op de afzonderlijke benadering en de overwegingen t.a.v. de samenhang tussen de media leiden alleen maar af van de kern van zijn betoog: handhaving van de pluriformiteit *binnen* de media.

Omwille van deze pluriformiteit wil de minister nu de handhaving of versterking van de concurrentie binnen de afzonderlijke media, daarmee gelijktijdig een niet nader uitgewerkt verband tussen pluriformiteit en concurrentie aangevend. Maar zoals de minister er niet in slaagt om pluriformiteit overtuigend te koppelen aan de aparte media, slaagt hij er evenmin in om concurrentie bij uitsluiting te verbinden aan één medium. Er wordt nl. gezegd "dat - zoals ook op landelijk vlak - omroep en pers in de regio zowel een concurrerende als een complementaire functie vervullen"¹⁰⁾ en elders dat er sprake kan zijn van "deels elkaar overlappende functies van de verschillende massamedia".¹¹⁾

Koncurrentie en komplementariteit zijn hoe dan ook gezien slechts mogelijk en zinvol binnen een groter geheel of men dat nu aanduidt als het eigensoortige verschijnsel massacommunicatie of als industrie of als markt.¹²⁾ Als men dus stelt dat de media concurreren of elkaar aanvullen, dan plaatst men hen tesa-men binnen een groter geheel. Precies hetzelfde gebeurt als gesproken wordt over het vervullen van bepaalde functies. Functies worden meer of minder door een bepaald medium vervuld, maar nimmer exclusief door een medium.¹³⁾ Het gaat derhalve in beide gevallen om een innerlijke samenhang die de afzonderlijke aanpak van een enkel medium essentieel relateert. Overigens zijn concurrentie en komplementariteit geen elkaar uitsluitende verschijnselen:

Wedijver kan zich op meerdere manieren voordoen. Niet alleen kan men bepaalde soorten programma's relatief meer aanbieden (bv. meer amusement dan informatie), men kan ook binnen een programmakategorie wedijveren (bv. meer informatie over sport dan over politiek). Bovendien kan men wedijveren door de wijze waarop men een onderwerp benadert en presenteert.¹⁴⁾ Voor de minister ligt de meest ideale vorm van concurrentie in deze laatste vorm van wedijver nl. alternatieve benaderingen vanuit verschillende sociale, politieke en kulturele achtergronden. Overigens kan men geen rechtstreeks verband aannemen tussen de aanwezigheid van deze geestelijke pluriformiteit en de oplossing van het vervlakkingsprobleem, immers vervlakkings schuilt niet alleen in de keuze van programmasoorten en onderwerpen, maar ook in de benadering en presentatiewijze.¹⁵⁾

De konklusie lijkt gewettigd dat het voorgestelde afzonderlijke beleid per medium niet of nauwelijks gebaseerd is op een gefundeerde visie op de samenhang van de media, eerder op een gebrekkige. Overigens geeft de minister zelf toe dat er behoefte bestaat aan "inzicht in de bestaande taakverdeling tussen

de media en de situatie binnen elk der mediacategorieën".¹⁶⁾

Als de onzekerheid over het functioneren van de media in hun onderlinge samenhang dan zo groot is wordt het onbegrijpelijk waarom de minister zijn argumenten voor een afzonderlijke benadering van de media juist bij dit functioneren gaat zoeken waar eerder redenen voor een meer omvattende, gezamenlijke, samenhangende en zelfs geïntegreerde benadering te vinden zijn. Argumenten voor een aparte benadering liggen toch veel meer in het statuut, het institutioneel-juridische kader van de verschillende media.

Anders gezegd: de ruimte voor het voeren van een actief beleid is bij de verschillende media werkelijk gevarieerd. Maar de bestaande beleidsruimte kan aangepast worden middels parlementaire besluitvorming, ook al hoeft de haalbaarheid van een meer dan marginale verandering, mede gezien onthaal en afhandeling van de nota, niet hoog aangeslagen te worden. Niet zozeer de wijze waarop de media werken, als wel de politieke moeizaamheid van het regelen van hun werkwijze verleidt tot een afzonderlijke benadering van de media.

VERSCHEIDENHEID

De wijze waarop in de nota de relatie tussen de media en de pluriformiteit wordt behandeld, problematiseert ook de toepassing van het pluriformiteitsprincipe. Over de pluriformiteit wordt ook in heel verschillende bewoordingen gesproken.¹⁷⁾ Het eigenlijke probleem dat de minister op het oog heeft is niet de technische pluriformiteit, maar de "geestelijke", d.w.z. de mediale expressie van de geestelijke konstellatie in de maatschappij, "voortkomend uit een vrije keuze van uitgangspunten en denkwijzen".¹⁸⁾ De bewindsman wil de bestaande pluriformiteit handhaven: hij wil dat de politieke, sociale, kulturele en levensbeschouwelijke stromingen in het volk de mogelijkheid behouden om zich via de media te uiten. Behouden wil zeggen dat de aanwezige pluriformiteit in de media geaksepteerd wordt als een adequate of althans voor dit moment best haalbare afspiegeling van de pluriformiteit in de maatschappij. Op beleidsvlak wordt deze doelstelling t.a.v. omroep en pers verschillend geconcretiseerd.

OMROEP

Aangaande omroep heeft de minister twee duidelijke voornemens. Eerstens wil hij uitdrukkelijk proberen om een relatie tussen omroepen en achterban te herstellen door ontkoppeling van het abonnement op een programmablad en het lidmaatschap. De minister poogt dus een interveniërend gegeven uit te schakelen. Simpel gezegd: de omroepen moeten volgens de bewindsman een maatschappelijke stroming representeren en niet het succesvolle marketingconcept van een geïllustreerd weekblad met programmagegevens.

Ten tweede geeft de minister te kennen dat hij het zg. "volledig-programma-voorschrijf" uitgevoerd wil blijven zien. Dit voornemen, ongetwijfeld gericht tegen de vervlakkigtendens, kan betekenen dat de minister niet toekomt aan een waardering van een inhoudelijke taakverdeling tussen bv. omroep en pers, gezien hij hiervan de omroep (juridisch korrekt) eenzelfde universele inhoud verlangt als de dagbladen in feite hebben. De mogelijke komplementariteit van pers en omroep wordt gezien als ondergeschikt aan de verbetering van

de konkurrentie binnen een medium. Het idee is dat de omroepen hun ware gezichten zullen laten zien als zij gedwongen zijn veelzijdig te opereren, m.a.w. de pluriformiteit moet gered worden door de universaliteit.

In de gevolgde gedachtengang zitten op twee punten moeilijkheden. Wat de universele programma-inhoud betreft, deze ligt inderdaad wettelijk vast, maar geestelijke pluriformiteit is veelomvattend. Vanuit zeer verschillende opvattingen kan men juist komen tot het afwijzen van een veelzijdige programmering. Een eenzijdige of onevenwichtige programmering bij een deel der omroepen zou wel eens een getrouwe afspiegeling kunnen zijn van de opvattingen die heersen onder de mensen waaruit zo'n omroep zijn aanhang rekruteert. Uitsluitend uitgaande van de afspiegelingsidee van de geestelijke konstellatie van de maatschappij kan men ook de afschaffing van het volledig programmavoorschrift bepleiten omdat sommigen blijkbaar voornamelijk willen verkondigen en anderen hoofdzakelijk amuseren. Wellicht wordt door het strikt handhaven van de verplichting tot het uitzenden van een volledig programma de vervlaking enigermate bestreden en de veelkleurigheid en veelzijdigheid bevorderd. Maar veelkleurigheid en veelzijdigheid zijn nog geen pluriformiteit van inzicht en benadering.

Een pleidooi voor een volledig programmavoorschrift zal wellicht nog explicieter te ondersteunen zijn met een beroep op de sociale verantwoordelijkheid van de omroepen. Een omroep zendt niet alleen uit voor zijn eigen achterban, maar zou door gebruik te maken van een openbare faciliteit gehouden zijn tegemoet te komen aan de behoefte van de maatschappij aan de verschillende vormen en soorten communicatie.

het bestel. De handhaving en de werking van het bestel kunnen zogezien met Een tweede probleem schuilt mogelijk in een zekere feitelijke kontradiktie tussen de aard van het bestel en het functioneren ervan. Het open bestel is de juridisch-organisatorische uitdrukking van de pluriforme konstellatie van de maatschappij. De verscheidenheid aan waarden die leven in de maatschappij hoeft echter niet per definitie waarden als openheid en verantwoordelijkheid in te houden. Zo die afwezig zijn kan de doorwerking van andere waarden in de programmering in principe een aantasting inhouden van de grondslagen van het bestel. De hadhaving en de werking van het bestel kunnen zogezien met elkaar in konflikt komen. In dat licht kan instigeren op uitvoering van het volledig-programma-voorschrift de sociale verantwoordelijkheid van de omroepen effectueren, en zo de grondslagen van het bestel beschermen.

Het is overigens de vraag of bij de minister nu werkelijk de zorg voor de programmatische pluriformiteit in de omroep als zodanig voorop zit, of dat er een onuitgesproken vrees voor de invloed van de televisie in meespeelt. Als hij wil dat de *omroepen* hun ware gezicht laten zien, waarom ziet hij er dan geen been in om bij de radio over te gaan tot zenderstylering, die immers een regelrechte bedreiging kan inhouden voor omroeprofilering. Uiteraard hebben alle vier de radiozenders tesamen een universele inhoud, maar het versnipperd opvullen van een bepaalde tijd op een kategoriale zender is toch moeilijk te zien als een positieve bijdrage aan te tonen van het ware gezicht van de omroepen of juist weer wel?

Wat de omroep betreft is er nog een ander punt waarvan men de konsistentie

met de twee genoemde beleidsvoornemens kan betwijfelen. De minister ziet de lokale en de regionale omroep als een vergroting van de pluriformiteit. Hier heeft de bewindsman weer een wat ander soort pluriformiteit op het oog. Immers de pluriformiteit wordt hier uitgebreid met het beginsel van de algemeenheid te weten lokale of regionale representativiteit, een beginsel dat nationaal niet aanwezig is. ¹⁹⁾ De NOS immers wordt door de minister blijkbaar gezien als een dienstverlenende instelling, als ontmoetingspunt en servicebedrijf, niet als een representatieve instelling op nationaal niveau. Door het oprichten van lokale en regionale omroepen wordt ook het medialandschap meer gevarieerd in stad of streek, veelvormiger, want er komt een medium bij. Maar ook veelvormigheid is, zoals de minister al elders opmerkte, niet hetzelfde als de door hem beoogde geestelijke pluriformiteit. Maar of het nu gaat om meer veelvormigheid of om de vergroting van de kans dat meerdere stromingen aan het woord komen, in beide gevallen kan de minister zich niet beperken tot een medium (-categorie) maar moet het totale medialandschap in ogenschouw nemen.

PERS

Ook ten aanzien van de pers worden een aantal beleidsmaatregelen voorgesteld ter handhaving van de pluriformiteit. Op de eerste plaats is er de optie voor individueel gerichte steun aan bedreigde dagbladen en opinieweekbladen, wanneer het verdwijnen van een dergelijk orgaan het pluriformiteitsniveau binnen de categorie aan zou tasten. Belangrijk is op de tweede plaats dat deze steun alleen verleend zal worden als de identiteit van een dergelijk blad geregeld is en vast ligt in een redaktiestatuut. Bij de persmaatregelen geldt: "Een beleid dat gericht is op pluriformiteit van de pers dient juist de concurrentie tussen persorganen als journalistieke produkten te bevorderen en wel zodanig, dat ongelijke posities en invloeden op het economische en commerciële vlak zoveel mogelijk gecompenseerd of genivelleerd worden". ²⁰⁾ Vanuit dat oogpunt kiest de minister dan logisch voor het afbouwen van de generieke steunmaatregelen en het bevorderen van individuele steun.

Waar echter in dit geheel de toezegging van steun bij het oprichten van nieuwe bladen past is onduidelijk. Steunverlening wordt gebaseerd op het principe van de zinvolheid van de status quo d.w.z. door te bestaan bewijzen bladen in principe hun nut voor de pluriformiteit, en hun bijdrage aan die pluriformiteit dient vastgelegd te worden in een redaktiestatuut zodat de aard van hun bijdrage ook verzekerd wordt. Het oprichten van nieuwe persorganen met overheidssteun zou echter de status quo als legitimatiegrond aan de steunmaatregelen doen ontvallen omdat men deze als zodanig ter discussie gaat stellen. Dit zou betekenen dat men voor het toekennen van steun een onderzoek zou dienen te gaan doen dat verder gaat dan de economische levensvatbaarheid van een krant en juist de feitelijke of te verwachten bijdrage aan de pluriformiteit op het oog zou dienen te hebben als ook de vraag of het handhaven of oprichten van een krant de juiste bijdrage aan de pluriformiteit is.

TUSSENBALANS

Werkend langs de hiervoor geschetste lijnen valt de inkonsistentie niet meer te

ontkennen: steunverlening aan individuele persmedia wordt beargumenteerd als het tegengaan van het verminderen van pluriformiteit binnen een afzonderlijk medium en invoering van de regionale omroep wordt geargumenteed door te wijzen op een toename van de pluriformiteit in alle media tesamen. Alleen wat de pers betreft houdt de minister zich dus strak aan zijn uitgangspunt: benadering van afzonderlijke media. Wat de omroep betreft is de minister blijkbaar al bezig met een, zij het bescheiden, geïntegreerd mediabeleid dat hij zelf in het begin van zijn nota afgewezen heeft.

Na de vaststelling dat pluriformiteit in de nota een meerduidig begrip is dient toch nog een enkele opmerking gemaakt te worden. In de nota wordt primair zorg aan de dag gelegd voor de pluriformiteit van aanbod. Er wordt tevens aangegeven dat vanuit het publiek gezien pluriformiteit een kwestie van keuzevrijheid is. ²¹⁾ Derhalve een overstap naar een andere fundering van de pluriformiteit dan de op de voorgrond staande idee van de afspiegeling. Stelt men zich namelijk op het standpunt van de ontvanger dan wordt de praktische betekenis van de afspiegeling gerelativeerd omdat de ontvanger aangewezen is op een of enkele media van zijn keuze.

Het wordt echter niet duidelijk of het publiek bekwaam en bereid gevonden wordt tot het doen van keuzes. De visie op de ontvanger is enigszins wankelmoedig. Enerzijds heeft voor de ontvanger de louter redelijk denkende en handelende burger model gestaan, zoals gekonstateerd is. ²²⁾ Anderzijds heeft op sommige plaatsen de zg. passieve en onderontwikkelde massamens als model gefungeerd. ²³⁾ Maar ofschoon men blijkbaar in het onzekere verkeerd of de ontvanger eigenlijk wel mondig is, wordt in het beleid een zodanige voorrang gegeven aan de oplossing van de zenderproblematiek dat men niet toekomt aan voorstellen voor verbeteringen aan de kant van het publiek. De vorming van de ontvanger tot bewuste mediagebruiker zou een uitdrukkelijk doel moeten zijn en die kan, zoals reeds opgemerkt ²⁴⁾, niet overgelaten worden aan de media, maar dient integraal opgenomen te zijn in onderwijs en vorming.

BEPERKINGEN

MEDIAAL

Op het feit dat in de *Medianota* maar twee media behandeld worden is door anderen al kritisch en soms uitvoerig gereageerd. ²⁵⁾ Na het vaststellen van deze opzichtige tekortkoming blijft de meer principiële vraag over of de minister er goed aangedaan heeft en of er in de toekomst goed aan gedaan zal worden, om zich überhaupt tot de media te beperken. Zoals hiervoor al betoogd, zijn de media werkzaam binnen, hebben deel aan een eigensoortig maatschappelijk proces dat massakommunikatie of sociale of openbare kommunikatie genoemd kan worden. ²⁶⁾ Uit langdurige wetenschappelijke discussies mag ondertussen toch duidelijk zijn dat zelfs als men de massamedia daarin een centrale plaats wil toekennen hun werking en uitwerking onbegrijpelijk wordt zonder de bij behorende veelvormige interpersonale kommunikatie. ²⁷⁾ Maar ook als men het grote geheel toch nog louter institutioneel zou willen definiëren als bewustzijnsindustrie of kennisindustrie dan vormen de massamedia daarvan slechts een

onderdeel. Een relativering van de media treft men bv. aan in recentere publicaties van Schramm: "The mass media are thus only one part of a very large industry that provides and circulates knowledge. In fact they are not even the largest part; that distinction belongs to education". Waaraan hij dan nog toevoegt: "But an interplanetary visitor would probably find them the most spectacular part".²⁸⁾

Dichterbij huis blijft het ondertussen heel goed voorstelbaar dat voorlopig slechts konkrete beleidsmaatregelen te geven zijn m.b.t. dé media. Maar het is eveneens voorstelbaar dat een benadering vanuit het totale verschijnsel, de maatschappelijke sektor waarbinnen de massamedia opereren leidt tot andere prioriteiten en andere konkretisering. Omdat dit zal brengen tot een andere waardering van de plaats van de massamedia in relatie tot de sociale en openbare communicatie.

Naast de plaatsing van de media in hun eigen werkingsgebied is een tweede stap dat het mediale en derhalve het institutionele en zendergerichte denken gekonfronteerd wordt met en gekoppeld aan een ontvangergecentreerd denken. Media zijn middelen en de mens is een doel. Realisatie van het emancipatiebeleid: spreiding van kennis, macht en inkomen, ligt op het terrein van de massacommunicatie maar zeer ten dele in een beter functioneren van de media, omdat de media maar zeer ten dele bij kunnen dragen aan het vormen van een goed toegeruste ontvanger die in staat is om de media te gebruiken en zich niet onbewust en ongewild laat gebruiken door de media.

INFORMATIEF

Intussen worden wel meerdere functies van de massamedia genoemd maar in feite wordt er maar een behandeld: informatie. Ook hier wordt het meest direkt voor de hand liggende aangepakt. Dit voor de hand liggen is echter maar een deel van de verklaring. In de nota wordt de bemoeienis van de overheid met de media niet alleen gebaseerd op het feit dat de politieke en sociale grondrechten in het geding zijn, maar ook op het belang van de massamedia voor het democratisch besluitvormingsproces. Doordat de nota dan gefixeerd raakt op dit tweede argument komt een feitelijke beperking tot informatie tot stand, zozeer zelfs dat waar gepleit wordt voor handhaving van het volledig program-mavoorschrift bij de omroep het aksent toch ligt op nieuws en opiniëring. Men denke in dit verband ook aan de motivering om zich tot pers en omroep te beperken: "Vooral die media, die de maatschappelijke actualiteit in haar algemeenheid doch in het bijzonder de politieke, sociaal-culturele en economische aspecten op de voet volgen met feitelijke informatie, analyse en commentaar, kunnen meewerken aan een goed functioneren van de democratie. Dat zijn vooral pers en omroep".²⁹⁾

Zelfs als we ons zouden kunnen bepalen tot democratie als wijze van besluitvorming lijdt een beperking tot informatie aan perspectiefverenging. Kan men op zinvolle wijze tot besluitvorming komen zonder verdieping van inzicht, waarden en interpretatiekaders? Die lijken bovendien ook een onmisbare voorwaarde voor een zelfstandige beoordeling van de aangeboden informatie, analyse en commentaar.

De relatie tussen besluitvorming in de democratie en de bijdrage die cultuur-

spreiding daaraan kan geven, vraagt blijkbaar nog om aan nadere bezinning. De feitelijke beperking tot informatie komt nog moeilijker te liggen als we democratie niet alleen zien als een wijze van besluitvorming maar ook als een bestaansvorm. M.i. zou dit een adequaat kader vormen voor een discussie over de betekenis van amusement of vertrooïing. Voor een dergelijke discussie zal het noodzakelijk zijn terug te gaan naar het eerste en meest fundamentele argument voor overheidsingrijpen in de massakommunikatie nl. de realisatie van de sociale grondrechten van de mens, wat een niet diskutabel doel van een democratie behoort te zijn. De feitelijke hoeveelheid amusement in de media en elders maakt een discussie over deze materie zeer wenselijk hoe controversieel dit onderwerp ook is in wetenschappelijke en kommunikatieve kringen. ³⁰⁾ De behandeling van deze kwestie wordt in ieder geval onvermijdelijk als men overgaat tot het behandelen van meer media dan nu het geval is.

NATIONAAL

Een derde beperking die in de nota gekonstateerd kan worden is het primair nationale perspectief waarin de problematiek van de media behandeld is. Weliswaar wordt gewezen op de tendensen en beleid in andere landen, maar op de direkte relatie met het buitenland wordt niet ingegegaan. Nederland wordt gezien als een afgegrensde eenheid. Afhankelijkheid van of zelfs maar invloed van het buitenland valt achter de horizon van de nota. Zeker is bv. de invoer aan kranten in Nederland een verwaarloosbare hoeveelheid, maar het invoervolume aan publiekstijdschriften benadert de oplage van een flink nationaal tijdschrift, maar tijdschriften worden niet behandeld. Radio en televisie worden wel behandeld. En buitenlandse programmas worden in 1/3 tot 1/6 van de Nederlandse huishoudens benut, weliswaar wonen deze huishoudens buiten de randstad. ³¹⁾ Maar de nationale programmas zijn inhoudelijk voor ruim een kwart uit het buitenland afkomstig, overigens het meest in die programmasoorten die door de nota het minst behandeld worden. ³²⁾ Film en boek noemen we alleen maar om duidelijk te maken dat de bedoelde problematiek wel aandacht moet krijgen als alle media behandeld gaan worden.

Het internationale karakter van de economische én technologische ontwikkelingen wordt niet of nauwelijks aangeroerd evenmin als de daarmee verbonden programmatische veranderingen. De bijdrage van satelliet en kabel aan het toenemend ter beschikking komen van internationaal programma-aanbod is voor deze nota geen punt van overweging. ³³⁾

Tot zover is ook het perspectief van de kritiek nog nationaal omdat de vraag centraal staat wat de invloed van deze gegevens is op de nationale massakommunikatie en dus hun betekenis voor het nationale beleid.

Of men juist in het kader van deze medianota een bezinning mocht verwachten op de consequenties van onze uitvoer van kommunikatieprodukten is niet meteen duidelijk en evenmin of deze nota de geëigende plaats geweest zou zijn voor een behandeling van de internationale kommunikatiesituatie en de plaats van Nederland daarin. Deze vraagt ondertussen wel degelijk de aandacht en Nederland neemt ook al deel aan discussies in internationale organen. ³⁴⁾ Dit buitenlands beleid dat meerdere ministeries regardeert, richt zich ongetwijfeld

op de realisatie van de politieke en sociale grondrechten van de mens zoals die vastgesteld zijn in internationale verklaringen en verdragen en kan dus in lijn liggen met het binnenlands beleid. Een principiële en materiële samenhang tussen binnen- en buitenlands beleid op dit gebied is daarmee gegeven.

Noten:

- 1) *Nota over het massamediebeleid*, Staatsuitgeverij, Den Haag 1975 (Medianota).
- 2) H.J. Smets: De ideologie van een nota, in: *Massacommunicatie*, 1976 IV (2), blz. 72-89.
- 3) Medianota blz. 7. Geciteerd wordt uit het artikel van Boukema: "Overheids subsidie en persvrijheid", uit: *A.R. Staatskunde*, 1970, 10.
- 4) Medianota blz. 7.
- 5) Id. blz. 6.
- 6) Id. blz. 19/20.
- 7) O. Roegele: *Die Zukunft der Massenmedien*, Osnabrück, 1970 blz. 47. Vgl. ook id.: *Kommunikationspolitik, und wie man sie macht*, Osnabrück, 1974.
Roegele baseert deze konstatering vooral op het feit dat het gebruik van meerdere media toeneemt en dat ook de differentiatie tussen de media toeneemt.
- 8) Medianota blz. 13.
- 9) Id. blz. 14.
- 10) Id. blz. 66.
- 11) Id. blz. 19.
- 12) Vgl. voor enige standpunten: R. Geissler: *Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie*, Tübingen 1973; St. Müller-Doohm: *Medienindustrie und Demokratie*, Frankfurt a.M. 1972; B. Manschot: *Media, macht en mensen*, Amsterdam 1974; O. Burgelin: *La communication de masse*, Parijs 1970; J. Stappers: *Massacommunicatie, een inleiding*, Amsterdam 1973.
- 13) Vgl. voor een functionele benadering bv.: A.W. van den Ban: *Inleiding tot de voorlichtingskunde*, Meppel 1974; een poging om de functies van radio tv en pers te vergelijken onderneemt: Th. Stemmler: *Press, radio, television, complementary competition between the mass media*, in: *Gazette*, 1972, XVIII, blz. 166-178.
- 14) Men vergelijkte qua selectie en presentatie *Studio Sport* en *FC Avondrood* en men denke aan de verschillen van mening over het al of niet uitzenden van boksen.
- 15) Vgl.: Werkgroep Mediabeleid: een kritiek op de medianota, *NieuwSchrift*, 16 1975; zie voorts: J. Bardeel e.a.: *Marges in de media*, Baarn 1975, vooral hfdst. 2.
- 16) Medianota blz. 13.
- 17) Een aantal synoniemen en verwante begrippen wordt gebruikt zoals: diversiteit, verscheidenheid, veelvormigheid, veelzijdigheid, veelkleurigheid.
- 18) Medianota blz. 13.
- 19) ROZ en RONO vallen onder verantwoordelijkheid van de NOS. Bij deze gezamenlijkheid zijn ook de omroepen betrokken.
- 20) Medianota blz. 40.
- 21) In zijn artikel: *Presse, Fernsehen und Demokratie*, in: *Publizistik*, 1965, blz. 385-390, meent H. Starkulla dat het kiezen tussen kranten alleen iets betekent voor "beroepslezers", wat mogelijk opgaat op zeer korte termijn gereduceerd.
- 22) Vgl. J. Hemels: *Der Regierungsbericht über die Mediepolitik in den Niederlanden*, in: *Publizistik*, 1975 (3) blz. 763).
- 23) Kritiek vindt men bij Werkgroep Mediabeleid o.c.
- 24) J. Hemels o.c. blz. 767 en id.: *Persvrijheid? Antwoord aan uilen en valken*, Amsterdam 1975.
- 25) O.m.: *Media zeggen nee tegen Van Doorn*, NOTU, Amsterdam 1975.
- 26) Deze begrippen houden een andere ingang in tot hetzelfde maatschappelijke verschijnsel.
- 27) W. Schramm en D.F. Roberts merken in een inleiding in: *The process and effects of mass communication* (revised edition), Urbana 1971, blz. 58, op: "any message of the mass media, enters into a flow of communication that is already in progress. In most cases, therefore, it does not retain its identity. It is picked up and relayed through personal channels. It is reinterpreted, retold, redirected". Dit probleem vindt men o.a. behandeld in de aangehaalde werken van Stappers en Manschot.
- 28) W. Schramm: *Men, messages and media*, New York etc. 1973, blz. 138.

- ²⁹⁾ Medianota blz. 8.
- ³⁰⁾ Verschillende standpunten t.a.v. televisie-amusement treft men aan in: G. Praeger (hrsg.): *Unterhaltung und Unterhaltendes im Fernsehen*, Mainz, 1971.
- ³¹⁾ Gegevens ontleend aan R. Uenk: *Massenkommunikationsmittel und ihr Overlapping in West-europa*, Düsseldorf 1971.
- ³²⁾ Gegevens ontleend aan: *Kijken en luisteren 1972/1974*, NOS, afd. Kijk- en luisteronderzoek, Hilversum z.j.
Uiteraard komen technologische aspecten uitvoerig aan de orde in de tegelijk met de *Medianota* door staatssecretaris Van Hulten gepubliceerde *Nota betreffende het beleid inzake de aanleg en exploitatie van draadomroepinrichtingen*, 's Gravenhage 1975.
- ³³⁾ Een recente en brede oriëntatie in deze problematiek geeft de reader: G. Gerbner, L. Gross en W. Melody: *Communications technology and social policy*, New York etc. 1973.
- ³⁴⁾ Zie bv. C. Hamelink: De multinationals en de bewustzijnsindustrie, in: *Massacommunicatie*, 1976

INTERNATIONALE ORDE EN INTERNATIONALE COMMUNICATIE

"Het verzwijgen van feitelijke machtsverhoudingen is immers één van de veiligste technieken om de macht te behouden."

I. Gadourek

De bestaande internationale orde wordt gekenmerkt door ongelijke machtsverhoudingen die een systeem van asymmetrische relaties tussen ontwikkelde industrielanden ("metropolis") en ontwikkelingslanden ("satelliet") consolideren. Deze asymmetrie houdt voor de satelliet een afhankelijkheid ten opzichte van de metropolis in, die politieke, economische en culturele aspecten heeft. In de koloniale fase van de internationale geschiedenis speelt vooral de politiek-militaire afhankelijkheid de doorslaggevende rol. In de post-koloniale fase, na de verwerving van politieke onafhankelijkheid, krijgt de afhankelijkheid vooral een economische basis: handelsbepalingen, tarieven, leningen, hulp en investeringen. In de tweede helft van de twintigste eeuw wordt de internationale asymmetrie in toenemende mate door een culturele basis gegarandeerd. Een massief éénrichtingsverkeer van in de metropolis geproduceerde socio-culturele perspectieven structureert de symbolische omgeving van de meerderheid van de wereldbevolking.

De culturele component van de metropolis-satelliet verhouding is geen historisch nieuw verschijnsel, maar ondergaat wel met ingang van de vijftiger jaren een beslissende schaalvergroting. Dat zijn immers de jaren van de significante transnationale expansie van de kapitalistische economieën en de ingrijpende transnationalisatie van industriële productie ¹⁾. Daarmee verspreiden de exponenten van het economisch systeem van de metropolis (de transnationale ondernemingen) een revolutie in het commerciële denken: de wereld moet gezien worden als één economische eenheid ²⁾. De transnationale onderneming erkent niet langer de geldigheid van de autonome nationale staat of de nationale cultuur. Daarmee is het fundamentele conflict van deze nieuwe fase gegeven, in de woorden van *IBM*-president Jacques Maisonrouge: "between the search for global optimization of resources and the independence of nation-states". Voor de transnationale onderneming geldt, dat nationale grenzen, politiek, economisch en cultureel uit de tijd zijn: "They do not define business requirements or consumer trends" ³⁾. De wereld is één grote markt en essentieel voor die markt is het ontstaan van wat Ernest Dichter, de man van de Essotijger, noemt: "de wereldklant". Wereldmarkt en wereldklant vragen om een zo groot mogelijke vervlakking van culturele verschillen zodat eigenzinnige nationale culturele karakteristieken de eenheid van het transnationale economische systeem niet bedreigen.

De satelliet moet in dit systeem geïntegreerd worden onder meer door aanpassing aan de door de metropolis ontworpen culturele legitimatie ervan. De internationale communicatie-industrie, die zich ontwikkeld heeft tegelijk met de

transnationale industriële expansie, is de belangrijkste drager van deze "cultural levelling" (Herbert Schiller). Illustratief daarvoor is de reclame- en marketingtak van deze industrie, die wereldwijd het concept van het "global shopping center" uitdraagt. De belangrijkste adverteerders in de wereld zijn de grootste ondernemingen van de metropolis-economie, en de internationale propagande voor hun producten wordt gecontroleerd door de 10 grootste Noord-Amerikaanse reclamebureaus. Deze top tien zijn in de afgelopen 25 jaar uitgegroeid tot internationale ondernemingen die qua omzet tot de 500 grootste industriële bedrijven in de wereld behoren, met opbrengsten uit de buitenlandse markt variërend van 30 % tot 70 %⁴⁾.

In dienst van de transnationale cultuurfilosofie is hun werkterrein breed en gevarieerd: het omvat de verkoop van Barbie Dolls aan de kinderen in Recife, Coca Cola aan Mexicaanse boeren, "white is beautiful"-huidcrème aan Afrikanen, maar ook hand- en spandiensten aan geheime diensten en het ontwerpen van de Chileense contra-revolutie⁵⁾.

Evenals andere takken van industrie heeft de communicatie-industrie in haar expansie de productie en distributie van goederen en diensten van nationale naar internationale markten uitgebreid. Daarbij zijn twee elementen van essentieel belang. Enerzijds bleef in een aantal takken van de communicatie-industrie de productie voor de nationale markt primair. Voorbeelden zijn de internationale nieuwsagentschappen *UPI* en *AP*. Hun belangrijkste markt (tussen de 60% en 70% van de totale omzet) wordt gevormd door de massamedia in de V.S. Daardoor wordt de productie en distributie van hun nieuws in de eerste plaats geleid door de logica van de nationale markt. Anderzijds wordt in de communicatie-industrie geproduceerd voor een internationale markt wanneer de nationale markt niet voldoende rendement oplevert, zoals bij de productie van TV series. Wanneer de *Music Corporation of America*, verantwoordelijk voor o.m. *Mc. Cloud*, *Columbo*, *Kojak* en *Baretta*, één uur TV-drama produceert kost dat gemiddeld 400.000 dollar. De verkoop aan TV-stations in de V.S. dekt ongeveer 75% van deze productiekosten. De noodzaak van de internationale export is dus evident. Daarom wordt een massaproduct gefabriceerd dat zozeer van specifieke culturele kenmerken ontdaan is dat het in het "global shopping center" van Hong Kong tot Saoedi Arabië, Kenya, Venezuela en Nederland verkocht kan worden.

In de zojuist beschreven ontwikkelingen is internationale communicatie een integraal bestanddeel ter ondersteuning en legitimatie van de transnationale metropolis-economie geworden.

Media-industrieën, zoals de film-, TV-, en reclameproductiebedrijven, nieuwsagentschappen en uitgeverijen, werden zelf transnationale industriële ondernemingen van indrukwekkende omvang. In hun diversificatiestrategie namen veel industriële ondernemingen communicatie als een winstgevende investering op. Zo'n 10% tot 15% van de grootste ondernemingen in de wereld hebben aanzienlijke belangen bij de handel in communicatie, hardware en/of software. Oligopolievorming deed zich voor zoals in andere takken van industrie: de huidige internationale communicatiemarkt wordt voor $\frac{3}{4}$ gecontroleerd door

ongeveer 80 transnationale ondernemingen, die tezamen het transnationaal communicatie-industrieel complex vormen ⁶).

In dit complex komen de drie elementen samen die de basis van economische macht in de oligopolistische economie van de metropolis zijn: het financieringskapitaal, de technologie en de marketing.

De groeiende industrialisatie van de media vraagt om steeds grotere investeringen. Daarmee is de communicatie-industrie zeer kapitaalintensief geworden. Dit benodigde financieringskapitaal wordt verschaft door de associatie van transnationale industrieën met transnationale institutionele investeerders (zoals banken en verzekeringsmaatschappijen). In het bijzonder heeft de concentratie van belangen tussen transnationale industriële ondernemingen en transnationale financiële ondernemingen geleid tot de vitale rol die grote banken nu spelen in de communicatie-industrie. De belangrijkste aandeelhouders in de transnationale communicatie-industrie zijn de drie grootste banken in New York, de *Citycorporation*, *Case Manhattan* en *J. P. Morgan*.

De kapitaalintensiviteit hangt nauw samen met de afhankelijkheid van zeer hoog ontwikkelde communicatietechnologieën. Research, ontwikkeling en toepassing van deze technologieën zijn slechts toegankelijk voor een klein aantal grote industriële ondernemingen.

Dit is het geval bij de communicatiesatellieten die grotendeels beheerd worden door 4 elektronische industrieën: *GTE*, *IT&T*, *AT&T*, en *RCA*. Ook voor andere communicatietechnologieën geldt dat in de meeste ontwikkelingslanden de patenten en licenties voor 60% tot 90% in handen zijn van transnationale ondernemingen.

Het derde element in het communicatie-industrieel complex is de toegang tot de transnationale marketing, die de verspreiding en legitimatie van metropolisconcepten en -structuren garandeert. Deze marketing is essentieel voor de transnationale industrie, die hiervoor in de communicatie-industrie de meest adequate instrumenten vindt.

Financieringskapitaal, technologie en marketing vormen de substantiële basis van de culturele macht die het communicatie-industrieel complex uitoefent binnen de bestaande internationale orde. De socio-culturele consequenties daarvan zijn elders uitvoerig gedocumenteerd, onder meer door Armand Mattelart, Herbert Schiller, Osvaldo Sunkel, Karl Sauvante, Fernando Reyes Matta, Juan Somavia, Luis Beltran, Asok Mitra, Rita Cruise O'Brien en Hamid Mowlana. Tegen deze gevolgen is sinds het begin van de zeventiger jaren een verzet gerezen, vooral in Derde-Wereld-landen, maar ook in onder andere Australië en Canada.

Dit verzet tegen het cultureel imperialisme is conceptueel onder meer tot uitdrukking gebracht in de vraag om een nieuwe informatie-orde ⁷). Vooralsnog is daarbij gedacht aan een streven naar een meer evenwichtige internationale nieuwsstroom en een aanvulling op het werk van de Westerse nieuwsagent-schappen met behulp van een pool van persbureaus in niet-gebonden Derde-Wereld-landen. Het is van belang daarbij te bedenken dat internationaal nieuws maar een bescheiden onderdeel van de internationale communicatiemarkt uitmaakt (waarschijnlijk minder dan 10%) en dat de voorgestelde pool vooral beoogt een verbetering van de ondelinge uitwisseling van nieuwsberich-

ten. Om Westerse commerciële gevoeligheden te ontzien wordt in de documenten van de niet-gebonden landen bovendien nadrukkelijk gesteld, dat de pool niet bedoeld is als vervanging of zelfs maar concurrent van de bestaande nieuwsagenschappen.

Zoals er een dialectische relatie bestaat tussen de bestaande internationale economische orde en de huidige internationale communicatie-orde, zullen ook een nieuwe internationale economische orde en een nieuwe internationale communicatie-orde nauw samenhangen. Het is dan ook begrijpelijk dat in het merendeel van Derde-Wereld-documenten over de nieuwe communicatie-orde verwezen wordt naar het verband met het streven naar een ingrijpende verandering van de bestaande internationale economische orde. In dat streven worden drie fundamentele vooronderstellingen van het bestaande internationale systeem afgewezen, en wel 1: het mondiale economisch systeem is principieel gezond maar slechts tijdelijk in de war; 2: rijke zowel als arme landen hebben een gezamenlijk belang bij het handhaven van dit systeem; 3: arme landen zijn voor hun ontwikkeling afhankelijk van de welvarendheid van de rijke landen ⁸⁾.

Met het verwerpen van deze vooronderstellingen wijst de nieuwe internationale economische orde principieel een internationale interdependentie tussen ongelijke partners af. De nieuwe internationale economische orde impliceert een interdependentie tussen gelijkwaardige deelnemers aan het mondiale economisch systeem, hetgeen slechts mogelijk is met een ingrijpende herverdeling van de economische macht. Deze uitgangspunten worden nu ook overgedragen op het terrein van de internationale communicatie. Daar impliceert de nieuwe internationale communicatie-orde een fundamentele herverdeling van culturele macht als component van de herverdeling van economische macht. De nieuwe internationale communicatie-orde kan alleen tot stand komen wanneer de gemonopoliseerde toegang tot de kernelementen van economische en culturele macht doorbroken wordt: financieringskapitaal, technologie en marketing.

Als strategie voor het omzetten van de bestaande asymmetrische verhoudingen in een interdependentie op gelijke voet worden de landen van de Derde Wereld twee modellen aangeboden: integratie of ontkoppeling. In het integratiemodel wordt voorgesteld via een ruimere overdracht van metropolis-kapitaal en -technologie de satelliet in staat te stellen als gelijke partner in het mondiale economisch systeem mee te doen, c.q. aan de internationale communicatiestroom deel te nemen. De metropolis maakt het financieel en technisch mogelijk voor de satelliet om complementaire instrumenten te ontwikkelen op het terrein van informatieproductie en -distributie, waarmee dan de eigen belangen in de internationale uitwisseling ingebracht kunnen worden. Deelname aan de geavanceerde communicatietechnologieën van de metropolis alsmede de modernisatie van de eigen communicatie-infrastructuur worden bevorderd. In de internationale communicatiehandel worden ook producten uit de satelliet opgenomen.

Dit integratiemodel, dat ook door veel vertegenwoordigers van de Derde Wereld verdedigd wordt, kan evenwel de internationale asymmetrie niet werkelijk aan-

tasten, zoals indringend aangetoond is door Dieter Senghaas⁹⁾. Integratie betekent, juist ook door de overdracht van metropolis-kapitaal en -technologie, een opgenomen worden in een wereld-economisch systeem dat principieel tegen de belangen van Derde-Wereld-landen functioneert. Daaraan is slechts te ontkomen door fundamentele ontkoppeling van de metropolis-economie. Ten aanzien van de internationale communicatie-orde zou dit betekenen, dat de satelliet onafhankelijk van de asymmetrische structuur van de internationale communicatiemarkt, zelf de eigen ruwe grondstoffen (voor nieuws zijn dat de "events") selecteert, bewerkt en verspreidt. Dit zou dan gedaan moeten worden met behulp van informatiedefinities en professionele codes die het materiaal encoderen naar criteria die aansluiten bij de eigen economische en culturele prioriteiten. Communicatiegoederen en -diensten zouden door een kleinschalige communicatie-industrie geproduceerd moeten worden die kan beantwoorden aan de "basic needs". Bovendien zou gewerkt moeten worden met geëigende communicatie-technologieën hetgeen minder overdracht vanuit de metropolis noodzakelijk maakt.¹¹⁾ Zoals Senghaas terecht gesteld heeft betekent ontkoppeling niet een volledige autarkie. Het impliceert wel dat een internationale uitwisseling blijft bestaan, maar dat de satelliet daar uit slechts opneemt wat een werkelijke economische en culturele souvereiniteit bevordert.

Hiermee is nog slechts geraakt aan de vraag hoe het substantiële aspect van de macht in de bestaande internationale orde doorbroken kan worden. Zoals de auteurs van *Graven naar macht*¹²⁾ echter terecht vaststellen heeft macht niet slechts een substantieel maar vooral ook een relationeel aspect. Herverdeling van de macht betekent dan ook niet alleen een herverdelen van de machtsattributen, zoals kapitaal en techniek, maar ook een fundamentele verandering van die sociale verhoudingen die de bestaande vormen van machtsuitoefening mogelijk maken.

Het transnationaal communicatie-industrieel complex is gebaseerd op een samenstel van specifieke maatschappelijke relaties. Ten eerste op de coalitie van maatschappelijke élites in de metropolis. Ten tweede op de coalitie tussen de élites in de metropolis en de élites in de satelliet.

Deze sociale netwerken zijn essentieel voor de beïnvloedingsmogelijkheden van de nationale en transnationale communicatiemedia, omdat zij bepalen welke socio-culturele perspectieven geproduceerd en verspreid worden. M.a.w. omdat zij de agenda van de maatschappelijke waardetoedeling bepalen. De kernfunctie van deze agenda is de integratie van satellietklassen in zowel metropolis als satelliet in het transnationale systeem.

Om dit aanschouwelijk voor te stellen zou men het door Marten Brouwer voorgestelde mycelium-model kunnen hanteren¹³⁾. In dit model zijn de formele communicatiemedia de opvallende vruchtlichamen van de paddestoel, terwijl het eigenlijke van de openbare communicatie gevormd wordt door het formele communicatie-proces dat zich afspeelt in de zwamvlok (het ondergrondse netwerk van dunne draden). Om nu de maatschappelijke machtsverhoudingen adequater weer te geven, moet men de paddestoel een onverantwoord aanzien

geven, namelijk met aan beide zijden van het vruchtlichaam een zwamvlok. De communicatiemediën zijn dan de gespecialiseerde, institutionele bemiddelaars tussen de sociale netwerken van de élites in metropolis en satelliet enerzijds en de sociale netwerken van de satellietklassen in metropolis en satelliet anderzijds. Daarmee is de beslissende vraag voor de tot stand koming van een nieuwe internationale communicatie-orde: is het mogelijk de bestaande coalities te doorbreken en nieuwe coalities te vormen, die gericht zijn op het bemiddelen van die socio-culturele perspectieven die een werkelijke culturele pluriformiteit mogelijk maken?

Samenvattend: internationale orde en internationale communicatie hangen ten zeerste samen. Een nieuwe internationale communicatie-orde is slechts mogelijk bij een ingrijpende verandering van de bestaande internationale machtsverhoudingen. Daarbij zijn twee aspecten belangrijk: macht als substantie en macht als relatie. *Substantieel* zou via ont koppeling een oplossing gevonden kunnen worden voor de monopolisering van de basiselementen van het wereld economisch systeem door de metropolis. Daarmee zou voor de landen van de Derde Wereld de mogelijkheid gegeven zijn economische en culturele soevereiniteit te realiseren.

Relationeel zouden nieuwe sociale coalities opgebouwd moeten worden die gericht zijn op de bemiddeling van een veelvormigheid aan adequate, soevereine socio-culturele perspectieven.

Dit model van dissociatie en associatie is niet in tegenspraak met zichzelf; beide aspecten zijn verenigbaar in het ontwerp van een symmetrisch internationaal systeem waarin economische en culturele macht evenwichtig gespreid zijn.

Noten:

- 1) Robin Murray: The internationalization of capital and the nation state, blz. 128, in: H. Radice (ed.): *International firms and modern imperialism*; Penguin, 1975.
- 2) Citaat van IBM President Jacques Maisonrouge in: R. Barnet & R. Müller: *Global Reach*; New York, 1974, blz. 18.
- 3) J. Maisonrouge: *How international business can further world understanding*; 1971.
- 4) H.I. Schiller: Advertising and international communications; in: *Instant Research on Peace and Violence*; Tampere, 4/1976, blz. 177.
- 5) Documentatie over de relatie van J.W. Thompson met de CIA en de rol van Mc Cann-Erickson in de anti-Allende-campagne is te vinden in: C. Hamelink: *The Corporate Village*; Idoc-Rome, 1977.
- 6) Zie o.m. A. Mattelart: *Multinationales et systèmes de communication*; Parijs, 1976; C. Hamelink: *The Corporate Village* en de studie van T. Varis: *Transnational Media Industries*, die later dit jaar bij UNESCO verschijnt.
- 7) Zie o.m. Th. Ruyter: De Derde Wereld en de nieuwsvoorziening; in: *Internationale Spectator*, november 1976; F. Klaver: Bewustzijnsindustrie: tegenstromen; in *Massacommunicatie*, 1/1977; Fernando Reyes Matta (ed): *La información en el nuevo orden internacional*; ILET, Mexico, 1977.
- 8) G. Barraclough: The haves and the have nots; in: *The New York Review of Books*, 13-5-1976.
- 9) D. Senghaas: *Weltwirtschaftsordnung und Entwicklungspolitik: Plädoyer für Dissoziation*; Frankfurt, 1977.
- 10) Rede E.W. Hommes, 22-4-1977, Universiteit van Utrecht.
- 11) I.v.m. problemen van de overdracht van communicatietechnologie: R. Cruise O'Brien: *Domination and dependence in broadcasting*, Sussex, 1974 en *Professionalism in broadcasting*, Sussex, 1976.
- 12) H.M. Helmers, R.J. Mokken, R.C. Plijter, F.N. Stokman: *Graven naar macht*; Amsterdam, 1975.
- 13) M. Brouwer: *Stereotypen als folklore*; Vinkeveen, 1968, blz. 42, 43.

ONDERZOEKSVERSLAGEN

EEN KINDERJOURNAAL?

Naar het eventueel instellen van een apart journaal voor kinderen waarmee in verschillende landen zoals Engeland, Zweden en Denemarken reeds is geëxperimenteerd, werd door Spekking* een studie verricht. Aan het onderzoek werkten 371 kinderen uit de stad Utrecht mee, die daartoe op school klassikaal een vragenlijst invulden. Op grond van haar onderzoek komt de schrijfster tot de volgende conclusie: 'Gezien het hoge percentage kinderen dat inderdaad een eigen nieuwsjournaal wil hebben, menen wij te moeten concluderen dat de wens van een ruime meerderheid van de kinderen dient te worden gehonoreerd'. Deze conclusie, zoals de schrijfster hier dus stelt, was gebaseerd op de geuite wens van de betrokken kinderen zelf. Op de vraag 'vind je dat er een apart journaal voor jullie moet komen' had namelijk 73% van de kinderen bevestigend geantwoord. Bovendien werd er gevonden dat 73% van de kinderen het leuk vond om naar het bestaande journaal voor volwassenen te kijken. Wanneer de kinderen echter een keuze moesten maken tussen de STER-reclame en het journaal, dan bleek dat ze vaker voor de reclame (58,6%) dan voor het journaal (41,4%) kozen.

Het is o.i. voorbarig om op grond van deze resultaten te concluderen dat er een apart kinderjournaal moet komen omdat het de wens is van een ruime meerderheid van de kinderen zelf. Immers, ook een meerderheid van dezelfde kinderen verkoos de reclame boven het bestaande journaal; zou dit dan ook betekenen, maar dit wordt niet door Spekking gesuggereerd, dat er meer reclame moet komen, eventueel ten koste van het bestaande journaal?

Hiermee willen wij niet suggereren dat wij tegen het tot stand komen van een apart kinderjournaal zijn. Wij zijn het on-

eens met de conclusie dat het instellen hiervan een uitdrukkelijke wens van de kinderen zelf is. Dat zo'n grote meerderheid van de kinderen voor het invoeren van een apart kinderjournaal is, is o.i. te wijten aan het feit dat de kinderen geen andere alternatieven kregen aangeboden waarvoor ze tevens konden kiezen. Een dergelijke benadering als Spekking geeft, is eenzijdig en kunstmatig omdat het kind in het dagelijks leven vrijwel altijd en op ieder moment een aantal gedragsalternatieven heeft: het kan bijvoorbeeld televisie kijken en mits de anderen hem dat niet beletten een eigen programma kiezen, gaan lezen, buiten spelen en er zijn nog legio andere mogelijkheden.

Ons onderzoek naar kinderprogramma's

In 1976 werd door het Instituut voor Sociale Psychologie te Utrecht een evaluatief onderzoek verricht met betrekking tot kinderprogramma's. Aan dit onderzoek werkten behalve kinderen ook ouders, onderwijzers en programmamakers mee. Doel van dit onderzoek was om na te gaan hoe deze vier verschillende groepen een aantal kinderprogramma's evalueerden. Elke respondent kreeg de volgende kinderprogramma's te zien: **Pipo de Clown, Koning Bolo, Tom en Jerry, Crystal Tips** en **Chapi-Chapo**. Na het vertonen van elk afzonderlijk kinderprogramma vulden de respondenten een vragenlijst in, die betrekking had op dit specifieke programmaonderdeel. Bovendien werden er in dit onderzoek een aantal vragen van algemene aard gesteld die wel te maken hadden met televisie, maar niet direct met de vertoonde kinderprogramma's.

De algemene vragen van dit onderzoek hadden hoofdzakelijk betrekking op de volgende problematiek:

1. Hoe staan ouders t.o.v. het aanbod van agressie op de televisie?
2. Verbieden ouders hun kinderen wel eens om televisie te kijken?
3. Hoe staat men t.o.v. het instellen van een kinderjournaal?

Aan het onderzoek namen in totaal 175 kinderen deel. Deze kinderen waren vierde en zesde klassers van 3 scholen uit het basisonderwijs uit de plaatsen Utrecht, Eemnes en Zutphen. Wij hebben deze plaatsen gekozen omdat we enige spreiding naar plaats wilden hebben, vandaar dat wij een school uit de grote stad, een provincie-stad en een dorp hebben gekozen. Bovendien hebben we rekening gehouden met de sociaal-economische achtergrond: de school in Utrecht wordt voornamelijk bevolkt met kinderen uit de lagere sociaal-economische klasse, de school in Eemnes is als een school uit de midden-klasse te typeren en de school in Zutphen als hogere midden-klasse. Wat de religie betreft: twee scholen waren openbare scholen en één school was rooms-katholiek. Er was dus een spreiding naar regio, milieu en religieuze achtergrond.

Tabel 1: Frekwentie m.b.t. voorkeuren voor een bepaald programma uitgedrukt in percentages

	KWIS	SPORT	CIRCUS	JOURNAAL
kinderen	39	31	23	7
ouders	31	11	19	39

Er werd een significant verschil tussen beide groepen gevonden ($X^2 = 36,22$, $df = 3$, $p < 0,001$). Met name bestaan er opmerkelijke verschillen met betrekking tot het kinderjournaal. Bij afzonderlijke toetsing van het kinderjournaal tegen de rest, werd er wederom een significant verschil gevonden ($X^2 = 31,17$, $df = 1$, $p < 0,001$): de ouders hebben significant

Tabel 2: Frekwenties m.b.t. voorkeuren voor een bepaald programma uitgedrukt in percentages

	COWBOYFILM	KINDERJOURNAAL	LACHFILM	NATUURFILM
kinderen	37	2	43	18
ouders	0	16	47	37

Om de ouders van de kinderen in het onderzoek te betrekken werd door middel van een brief een appèl gedaan om op een avond op school aanwezig te zijn teneinde aan het onderzoek deel te nemen. In totaal hebben 60 ouders aan deze oproep gehoor gegeven.

Resultaten

In twee vragen die wij hier afzonderlijk zullen weergeven kwam het kinderjournaal op een directe wijze aan de orde. Deze vragen werden zowel aan de kinderen als aan de ouders gesteld. In onze vraagstelling zijn we uitgegaan van meerdere alternatieven en hebben we nagegaan in hoeverre er een voorkeur bestaat voor een kinderjournaal in relatie tot een aantal andere mogelijkheden. Daarbij hebben we zowel de mening van de kinderen als de ouders betrokken.

Vraag:

Welk van de volgende vier programma's zou u (jij) het liefst (voor kinderen) maken?

Een kwis voor kinderen, een sportprogramma voor kinderen, een circus voor kinderen, een journaal voor kinderen?

meer voorkeur voor het kinderjournaal dan de kinderen.

Vraag:

Welke van de volgende vier programma's zou u (jij) het liefst (voor kinderen) maken?

Een cowboyfilm, een kinderjournaal, een lachfilm, een natuurfilm.

Ook hier werd een significant verschil tussen de ouders en de kinderen gevonden ($X^2 = 45,03$, $df= 3$, $p < 0,001$). Bij afzonderlijke toetsing van het kinderjournaal tegen de rest werd weer een significant verschil tussen ouders en kinderen gevonden ($X^2 = 13,18$, $df= 1$, $p < 0,001$); de ouders hadden een grotere voorkeur voor het kinderjournaal. Opvallend is dat in beide vragen de kinderen van de genoemde alternatieven het kinderjournaal verreweg het minst kozen. Illustratief in deze zijn de antwoorden op

een andere vraag die wij de ouders en de kinderen hebben gesteld en die met deze kwestie samenhangt. Deze vraag luidde:

Zou u (jij) in uw (jouw) programma:

- **dingen laten zien** die bij je thuis of op school gebeuren
- dingen laten zien die in je eigen dorp of stad gebeuren
- dingen laten zien die je in de wereld gebeuren
- dingen laten zien die niet echt gebeuren maar die je zelf verzint.

Tabel 3: Frekwenties m.b.t. voorkeuren voor bepaalde onderwerpen

	THUIS OF OP SCHOOL	DORP OF STAD	WERELD	FANTASIE
kinderen	7	14	31	48
ouders	3	20	53	24

Er werd een significant verschil gevonden tussen ouders en kinderen ($X^2 = 13,97$, $df= 3$, $p < 0,001$). Met name waren er grote verschillen tussen beide groepen met betrekking tot het wereldgebeuren en de fantasie. Bij afzonderlijke toetsing van fantasie versus wereld vonden we een significant verschil tussen ouders en kinderen ($X^2 = 11,28$, $df= 1$, $p < 0,01$); de kinderen hadden een significant sterkere voorkeur voor de categorie fantasie, terwijl de ouders hun voorkeur voor het wereldgebeuren uitspraken.

In hoeverre hangt dit laatste nu samen met het kinderjournaal? De vraag of er een kinderjournaal moet komen is een abstracte zaak, omdat zo'n journaal tot op heden niet bestaat. Als ouders/kinderen deze vraag beantwoorden dan zal men mogelijk afgaan op het huidige journaal voor volwassenen. In dit journaal neemt het wereldgebeuren een zeer belangrijke plaats in. Uit de vraag over programma-onderwerpen blijkt echter dat het wereldgebeuren het kind niet zo aanspreekt, in tegenstelling tot de ouders die hieraan blijkbaar zeer hechten. Het is mogelijkwerwijs mede het relatieve gebrek aan belangstelling voor het wereldgebeuren dat de kinderen ertoe heeft

gebracht om in de beide andere vragen het kinderjournaal zo weinig te kiezen, dit in tegenstelling tot hun ouders.

Een ander gegeven is in dit verband eveneens interessant. Aan het onderzoek hebben zoals wij reeds vermeldden ook onderwijzers en programmamakers meegewerkt, maar vanwege hun geringe aantal hebben wij hier niet de resultaten van deze groepen weergegeven. Opvallend was echter wel dat de onderwijzers zowel als de programmamakers nog een grotere voorkeur voor het kinderjournaal maar ook voor het wereldgebeuren uitspraken dan de ouders! Dit illustreert eens te meer hoe goed het kinderjournaal bij volwassenen in de markt ligt. In dit licht gezien wordt het wellicht begrijpelijk waarom Spekking tot de conclusie komt dat het de wens van de kinderen zelf is dat er een kinderjournaal moet komen. Wellicht is hier haar wens de vader van de gedachte geweest, in die zin dat zijzelf wellicht bij voorbaat hiervoor geporteerd was.

Conclusie

In ons onderzoek werd gevonden dat van de aangeboden alternatieven het kinderjournaal door de kinderen zelf het

minst werd gekozen. Bij de ouders daarentegen bestond er een grote voorkeur voor het kinderjournaal. Tevens bleek dat ouders geporteerd waren voor het wereldgebeuren en de kinderen daarentegen een grotere voorkeur uitspraken voor beelden uit de fantasie. Wellicht is mede aan het relatieve gebrek aan belangstelling voor het wereldgebeuren te wijten dat de kinderen zich zo weinig uitspraken voor een kinderjournaal. In ieder geval werpen onze resultaten een geheel ander licht op het onderzoek van Spekking. Als men het kind meerdere alternatieven aanbiedt dan blijkt dat de populariteit van het kinderjournaal bij kinderen een schijnresultaat is. Hiermee willen wij niet zeggen dat ons onderzoek een afdoende veroordeling door kinderen van het kinderjournaal inhoudt; daarvoor is veel diepgaander onderzoek vereist en dient men veel meer gedragsalternatieven aan te bieden. Bovendien zou men een aantal proefversies van een dergelijk journaal moeten maken en deze vervolgens ter beoordeling aanbieden aan een aantal groepen kinderen.

Oene Wiegman, ISP, Rijksuniversiteit, Utrecht
Theo Snijders, VARA-televisie, Hilversum

* A. Spekking: **Nieuws in de kinderschoenen**; onderzoek kinderjournaal. Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage 1975.

BOEK EN TELEVISIE

De studie en documentatie-afdeling van de NOS (Studok) heeft in samenwerking met de CPNB een verkennend onderzoek ingesteld naar de invloed van de televisie-bewerking van een boek op de verkoop van dat boek. Daarbij hebben zij zich beperkt tot bestaande Nederlandse romans die voor de televisie bewerkt zijn. Aan de uitgevers is gevraagd om gegevens van de verkoop van die boeken te verstrekken over de periode vóór, tijdens en ná de televisie-uitzending.

Er moet met de allergrootste nadruk op gewezen worden, dat uit de hierbijgaande resultaten van dit onderzoek geen konklusies getrokken mogen worden ten aanzien van de algemene invloed van een televisie-bewerking op de verkoop van het boek. Het bevat hoogstens aanwijzingen in die richting, die met de grootst mogelijke voorzichtigheid geïnterpreteerd moeten worden.

Dat heeft de volgende oorzaken:

- ten eerste wordt de verkoop van boeken zeker niet alleen door een televisie-uitzending beïnvloed. Pieken in verkoop kunnen bv. ontstaan door de opname in een boekenclub of een bekroning, met de daaraan gepaard gaande publiciteit, van de schrijver enz.
- ten tweede is het materiaal voor dit onderzoekje slechts gebaseerd op een twaalfstal boeken. Over het resterende deel van de nederlandstalige 'tv-boeken' ontbraken bij Studok en CPNB de nodige gegevens. Het is moeilijk vast te stellen in hoeverre deze 12 representatief zijn voor alle nederlandstalige 'tv-boeken'. Het is goed mogelijk dat boeken met een ander karakter (zoals bijv. 'Sleutel tot het heelal', of '58 miljoen Nederlanders') volstrekt andere verkoopcurves laten zien.
- ten derde zijn er beperkingen van de door de uitgevers verstrekte gegevens. Speciaal van trilogieën e.d. worden soms niet onbelangrijke aantallen van de losse delen verkocht, die niet bij de verstrekte cijfers zijn opgenomen.

Dat de onderzoekers toch tot publikatie van deze gegevens zijn overgegaan vindt zijn oorzaak in de 'zeldzaamheid' van deze gegevens. Er is bijzonder weinig bekend over de relatie tussen een televisie-uitzending en boekverkoop. En binnen dat kader kunnen deze gegevens misschien als gedachtebepalers fungeren.

Resultaten

In totaal zijn er in de periode 1970 - 1976 24 nederlandsstalige boeken voor de televisie bewerkt. Van de twaalf boeken, die na een eerste sectie op onderzoekstechnische gronden overbleven, zijn er zeven gebruikt voor een televisie-serie, en vijf voor een éénmalige uitzending. De volgende gegevens zijn verwerkt: het (gemiddelde) verkoopcijfer in de jaren **voor** de uitzending, het verkoopcijfer **in** het jaar van de uitzending en het verkoopcijfer van het jaar **na** de uitzending, de (bij een televisie-serie gemiddelde) kijkdichtheid en waardering, en het aantal afleveringen.

Met de hiervoor al genoemde voorbehouden in het achterhoofd geven de resultaten het volgende beeld (zie ook tabel):

1. Over het algemeen neemt de verkoop van boeken waar een televisie-serie van is gemaakt, sterk toe. Boeken die gebruikt zijn voor een éénmalige uitzending worden op een enkele uitzondering na nauwelijks beter of soms zelfs minder verkocht. Hierbij moet wel bedacht worden dat alleen van de 'tv-serie-boeken' televisie-edities zijn uitgebracht, wat uiteraard op de verkoopcijfers van invloed kan zijn geweest;

2. Bij de series bleek na de verkooppeik in het jaar van de uitzending de verkoop weer sterk te dalen. In vijf van de zeven gevallen zelfs onder het peil van vóór de uitzending;
3. De verkoop van boeken die vóór de uitzendingen van de televisie-serie al goed werden verkocht, neemt **relatief gezien** minder sterk toe. De absolute toename is wel groter;
4. De kijkdichtheid en waardering van een televisie-serie blijken niet samen te hangen met de verkoopcijfers. De kijkdichtheid en waardering hangen wel met **elkaar** samen. Hoe hoger de kijkdichtheid, des te hoger was de waardering;
5. Het aantal afleveringen van de serie blijkt geen invloed te hebben op de verkoopcijfers van het boek.

Slotopmerking

Helaas kan aan bovenstaande conclusies geen algemene geldigheid worden toegekend vanwege het beperkte materiaal waarop ze gebaseerd zijn. Het is te hopen dat een dergelijk onderzoek in de toekomst kan worden herhaald doch dan met gebruikmaking van alle thans nog niet beschikbare gegevens.

	(1)	(2)	Kijkdichtheid % (3)	Waardering (4)	Aantal afleveringen
1. De stille kracht (L. Couperus)	+ 860	+ 70	48.9	76	4
2. Het meisje met de blauwe hoed (J. Fabricius)	+ 853	- 79	49.4	79	7
3. Karakter (F. Bordewijk)	+ 344	+ 134	34.2	77	5
4. Van oude mensen, de dingen die voorbijgaan (L. Couperus)	+ 262	- 60	22.5	74	7
5. De koperen tuin (S. Vestdijk)	+ 250	- 55	29.5	66	5
6. Klaaglied om Agnes (M. Gijsen)	+ 158	+ 89	32.0	72	1
7. De kleine waarheid (J. Mens)	+ 131	- 62	55.7	78	26
8. Bartje (A. de Vries)	+ 122	- 67	57.6	80	4
9. Bint (F. Bordewijk)	+ 54	+ 33	11.1	62	1
10. Titaantjes (Nescio)	+ 40	+ 49	6.6	62	1
11. Marijke (C. Van Marxveldt)	+ 9	- 34	29.6	73	2 (5)
12. 'n Zomerztheid (C. van Marxveldt)	- 51	- 65	34.6	78	1

- (1) Procentuele stijging (+) of daling (-) van de verkoop in het jaar van uitzending t.o.v. de gemiddelde verkoop in de jaren voorafgaand aan het jaar van uitzending.
- (2) Procentuele stijging (+) of daling (-) van de verkoop in het jaar na uitzending t.o.v. de gemiddelde verkoop in de jaren voorafgaand aan het jaar van uitzending.
- (3) 1% kijkdichtheid komt overeen met ruim 100.000 kijkers van 12 jaar en ouder.
- (4) Het waarderingscijfer is het gemiddelde (vermenigvuldigd met 10) van de door de kijkers gegeven beoordelingscijfers. De beoordelingscijfers lopen van 1 (zeer slecht) tot en met 10 (zeer goed).
- (5) 'Marijke' werd op twee opeenvolgende dagen (29 en 30 juli) uitgezonden, reden om deze televisie-bewerking in dit onderzoek tot de eenmalige uitzendingen te rekenen.

Chris Vos/Marjan Griffioen
NOS-Studie en Documentatie

BOEKBESPREKINGEN

C. Hamelink: PERSPECTIVES FOR PUBLIC COMMUNICATION. A STUDY OF THE CHURCHES' PARTICIPATION IN PUBLIC COMMUNICATION; Ten Have B.V., Baarn, 1975, 174 blz., f 14,50, ISBN 90 259 4075 7.

In 1973, toen de ook in Nederland bekend geworden Amerikaanse communicatiewetenschapper Herbert I. Schiller zijn boek **The mind managers** publiceerde, is het onderzoek op het gebied van massacommunicatie met een nieuw sleutelwoord uitgebreid. Schiller schreef primair vanuit zijn kennis van het opvallend commerciële mediasysteem van de Verenigde Staten, maar zijn kritiek treft ook de andere geïndustrialiseerde landen van het Westen. In het begin van de jaren zeventig ontstond een klimaat waarin het bloot leggen en kritiseren van machtsverhoudingen in de samenleving goed kon gedijen. Met minder speurzin en stilistische kwaliteiten begaafden voelden zich aangetrokken tot de Schilleriaanse werkwijze. Het sleutelwoord werd een sleutelgat dat een doorkijkje verschafte in een wereld waarvan wetenschappers wel altijd het bestaan gekend hadden, maar waaraan nog nauwelijks systematisch onderzoek gewijd was. De 'mind managers' van de culturele industrie werden aangeklaagd; hun slachtoffers werden beklaagd en regeringen opgeroepen het kwaad van de beïnvloedende elite te bestrijden.

Het lag voor de hand, dat iemand vroeg of laat ook met een beschuldigende of waarschuwende vinger op de kerkelijke mind managers zou wijzen. Na lezing van het als proefschrift in de Faculteit der Godgeleerdheid van de Universiteit van Amsterdam verdedigde boek van Hamelink mag men tevreden zijn, dat juist deze auteur door het sleutelgat van kerkdeuren gekeken

heeft. Hamelink, die theologie studeerde, was van 1971 tot 1976 studeesecretaris voor massacommunicatie bij de **Lutherse Wereldbond** in Genève en daarvóór programmamaker bij het toenmalige **IKOR**.

Een proefschrift op het gebied van massacommunicatie is in Nederland nog steeds een zeldzaamheid en dat geldt temeer voor theologisch onderbouwde dissertaties op dit gebied. De theologisch georiënteerde gedeelten van Hamelinks boek zijn overigens voor wie geen theologie gestudeerd heeft (zoals schrijver dezes bijvoorbeeld) geen gemakkelijke leesstof. De gedrongen schrijfstijl is er mede oorzaak van, dat de geïnteresseerde leek de auteur in zijn hoedanigheid van theoloog soms niet kan bijbenen.

Uitgangspunt van het boek is, dat de concepten 'kerk' en 'openbare communicatie' in weerwil van andere voorstellingen toch in een toestand van een 'moeilijk evenwicht' verkeren. Er is in de laatste jaren wel meermalen gepleit voor meer onderzoek (de 'alibi-functie' van de wetenschap), maar **wat** precies onderzocht zou moeten worden en **hoe** dat zou kunnen gebeuren, bleef nogal vaag. In die vaagheid werkend, heeft Hamelink geprobeerd vooruitzichten gekoppeld aan visies voor de toekomst te formuleren. In tegenstelling tot de meeste proefschriften getuigt het resultaat van een zeer sterke persoonlijke betrokkenheid, hetgeen ondermeer tot uiting komt in een directe en soms wat aanvallende betoogtrant.

Drie onderzoeksgebieden staan centraal: de theologische motieven

voor de deelneming van de kerken aan openbare communicatie, de sociale werkelijkheid van openbare communicatie en metawetenschappelijke aspecten van communicatieonderzoek, een gedeelte dat overigens het minst uitgewerkt is. Opgemerkt zij, dat de auteur met grote stelligheid kiest voor de zijns inziens minder beladen, ook in de Verenigde Staten opgeld doende begrippen 'openbare communicatie' in plaats van 'massacommunicatie' en voor 'openbare media' in plaats van 'massamedia'. Openbaar maken, door Hamelink zozeer beklemtoond, is een bruikbaar Nederlands equivalent voor 'massacommunicatie', zodat hier eigenlijk geen strijdpunt kan liggen. De lezer wordt eerst geconfronteerd met een inhoudsanalyse van vier bekende officiële documenten uit de laatste tien jaar over kerk en massacommunicatie. Het gaat om het concilie-document **Inter Mirifica** (1963), **The Church and the Media of Mass Communication** (Wereldraad van Kerken, 1968), de pastorale instructie **Communio et Progressio** (1971) en **Joint Report of the Task Force on Mass Communication and the Task Force on Publication Strategy** (Lutherse Wereldbond, 1973). Aan deze stukken ligt theologisch denken ten grondslag dat aanzet tot het benutten van massamedia met de bedoeling bepaalde effecten te bereiken. Het gebruik van de media wordt gestimuleerd en/of gelegitimeerd enerzijds door **ethische** overwegingen die voornamelijk op het individu betrekken zijn en anderzijds door **theologische** overwegingen die uitgaan van de 'communicatio divina' (Gods volmaakte communicatie), de incarnatie (het proces van secularisatie), het kerugma (de verkondigende en apostolische functie van de kerk) en het Lichaam van Christus (het dogmatisch-ecclesiologische model). Wat

de effecten betreft wordt van massamedia verwacht, dat zij mensen verbeteren, hun gevoel van goede smaak ontwikkelen, hun vooruitgang bevorderen, hun kennis vermeerderen en een belangrijke apostolische uitwerking hebben.

Hamelink verwijt de bestudeerde documenten naïviteit, aangezien ze 'volledig' voorbij zouden gaan aan de analyse van de concrete sociale werkelijkheid waarin openbare communicatie zich voltrekt. Zeker wat **Communio et Progressio** betreft, vinden wij zijn formulering wel wat hard klinken. Men mag toch bedenken, dat de katholieke kerk na meer dan een eeuw in een afweershouding tegenover massacommunicatie — uitgezonderd het preken — volhard te hebben, sinds enige jaren van een andere, meer positieve houding blijk geeft. Bijna geen enkel kerkelijk document kan zonder de historische dimensie in het oordeel te betrekken, recht gedaan worden.

Het moge duidelijk zijn: Hamelink heeft een boodschap voor zijn lezers. Hij wil hen duidelijk maken, dat hij de kerken de wacht aanzegt. Daarbij gaat hij niet voorbij aan het feit dat de communicatiewetenschap heel lang op dezelfde wijze als de kerken openbare communicatie geïsoleerd van de sociale werkelijkheid heeft bestudeerd. Hamelink stelt de vraag, welke structuren, functies en ideologieën de toegankelijkheid van boodschappen van openbare communicatie controleren. Onderzoek zou dan gericht moeten zijn op het blootleggen van de controlemechanismen die uitmaken, welke boodschappen in het openbaar worden uitgewisseld en welke niet. Studie van massacommunicatie zou van een emancipatorische doelstelling moeten uitgaan. Hamelink onderschrijft, dat de massamedia — ondanks ver sluierende theoretische bespiege-

lingen — in feite functioneren als 'mind managers', een en ander tot eigen nut en tot schade van het publiek. De massamedia zouden ontspoord zijn door hun dienstbaarheid aan economische, politieke en culturele belangen van die groepen in de samenleving, die de voor-sprong van een machtspositie bezitten. Massamedia, aldus een uitspraak op blz. 79, weerspiegelen de dominante sociaal-economische structuren en tegelijkertijd zijn zij van levensbelang voor het verspreiden van de visies die deze structuren in stand houden.

Wat nu te denken van de kerken die een indrukwekkende wereldomvattende 'infrastructuur' van massamedia bezitten ofwel anderszins betrokken zijn bij een duizendvoud aan activiteiten op het gebied van de openbare communicatie, zo luidt de vraag die aan de orde komt in het vierde hoofdstuk. De kerken, zo betoogt de schrijver, moeten onderhand afstand nemen van de nu overheersende visie op massacommunicatie die hen degradeert tot een onderdeel van de 'mind management industry', welke een uiting is van sociale structuren die mensen afhouden van krachten die hun leven onder controle houden. De kerken zouden dit oude kleed moeten afleggen en moeten kiezen voor een dialectische visie op openbare communicatie die hen uitdaagt die massacommunicatieprocessen aan de kaak te stellen die een uiting zijn van sociale structuren die het mensen onmogelijk maken hun eigen denken richting te geven. Uitdrukkelijk zouden wij er op willen wijzen, dat kerken in hetzelfde moeilijke parket verkeren als de overheid die enerzijds zelf massacommunicatieprocessen op gang brengt door activiteiten in de sfeer van overheidsvoorlichting en anderzijds heeft te waken over de kwaliteit van het geheel van open-

bare communicatieprocessen in de samenleving. Heeft Hamelink de kerken dan in een uitzonderingspositie geplaatst? In zekere zin wel, geloven wij. Hij betoogt immers, dat kerken zich niet kunnen verschuilen achter het argument dat andere instituties het niet beter doen. Dat kan de overheid ook niet. Van kerken, maar ook van de overheid, wordt een andere, meer principiële en onbaatzuchtiger opstelling verwacht.

Onafhankelijk van het antwoord op de vraag, of Hamelinks analyse van de massacommunicatieve werkelijkheid in en buiten de kerken tot de enige juiste conclusie heeft geleid, zijn appèl op de kerken is intrigerend. Misschien is hij wel te negatief, ziet hij althans te weinig tekenen die enig optimisme rechtvaardigen.

Bij de verwezenlijking van het door Hamelink geschetste 'concreet utopia' rijzen — nogal wat problemen, met name wanneer men de consequenties in een nationale situatie onder ogen wil zien. Stelling zes van de promovendus heeft betrekking op een heet hangijzer uit de Nederlandse 'Religionspublizistik'. Zij luidt: 'De in de concept-statuten van de Stichting Inter-Kerkelijke Omroep Nederland opgenomen bepaling dat 'bestuursleden moeten zijn aangesloten bij één der binnen het kader van de Stichting samenwerkende rechtspersonen' laat onvoldoende ruimte voor de kritische confrontatie met niet-kerkelijke sectoren van de openbaarheid in de beleidsbepaling ten aanzien van de aan de kerken toegewezen zendtijd'. Noch bij de beroepscommunicatoren, noch bij de betrokken kerken zien wij grote overeenstemming over hun **Selbstverständnis** bij kerkelijk omroepwerk. De kerken hebben bovendien veel persorganen en andere uitingsmogelijkhe-

den verloren en kunnen zich gedwongen voelen het eigen geluid door eigen spreekbuizen en — eventueel nieuwe — media te laten klinken. De door Hamelink bepleite kritische reflectie op wat men nu eigenlijk als kerken wil bereiken met de nieuwe voorlichtingsactiviteiten, ontbreekt of wordt niet uitgedragen. Het gevaar van manipulatieve 'church publicity' zoals men dat met name in de Verenigde Staten kent, kan slechts negatief uitwerken.

Een andere kanttekening dringt zich aan ons op. Ruimte voor het brengen van alternatieve boodschappen, dat wil zeggen boodschappen die de vercommercialiseerde media bewust uit de weg gaan, moet niet alleen bevochten worden op de kerkelijke opdrachtgevers, maar juist ook op het publiek, wanneer dat een hardnekkig kritische informatie-ontwijkend gedrag lijkt te ontwikkelen. Dit problematische aspect heeft Hamelink

onaangeroerd gelaten en de onwil, onkunde, onhandigheid, het establishmentisme, preken voor eigen parochie en de kerktoerenpolitiek van de kerken overbelicht. Men kan bovendien de vraag stellen, in hoeverre het kerkelijk spreken via vastenbrieven en andere stukken en de prediking buiten beschouwing kunnen blijven.

In 1961 legde H. J. Prakke in Münster de grondslag voor een wetenschappelijke studie van aspecten van de verhouding tussen kerken c.q. religies en massacommunicatie. Inmiddels is ook bij de Nederlandse theologie-opleidingen een toenemende belangstelling voor dit terrein van studie en onderzoek bespeurbaar, zodat het boek van Hamelink niet ongebruikt hoeft te blijven. Het bibliografisch apparaat had met het oog op deze gebruikswaarde uitvoeriger en beter verzorgd kunnen zijn.

J. M. H. J. Hemels

H. Bouman: ONDERWIJSREVOLUTIE EN PERMANENTE EDUCATIE. Vijfentwintig werkterreinen van audiovisuele media en hun mogelijkheden voor de verdediging van onze cultuur (Nieuwspoortreeks); Wetenschappelijke uitgeverij, Amsterdam, 1975, 97 blz., f 14,50, ISBN 90 214 2825 3.

In een zevenennegentig pagina's tellend boekwerk gaat Bouman in op het veelbesproken en veelbescreven begrip permanente educatie en de toepassing van audiovisuele media.

Het middelste hoofdstuk, waar de vijfentwintig werkterreinen van audiovisuele media kort worden behandeld, wordt voorafgegaan en gevolgd door hoofdstukken die duidelijk maken hoe de auteur aankijkt tegen ideeën als permanente educatie, open school en open universiteit. Als rode draad door het gehele verhaal speelt zijn cultuurpolitieke opstelling die duidelijk, maar zeker aanvechtbaar is. Zijn zorg is

het in stand houden van de fundamentele waarden van de westerse beschaving en het verdedigen van menselijke waardigheid. Zijn grootste angst is een gepolitiseerde maatschappelijke vorming, waarbij een maatschappijkritische benadering naar voren komt. Een politieke geëngageerdheid moet vervangen worden door een cultureel engagement, waarbij op de grote tradities van de beschaving teruggegrepen moet worden. Zijn cultuurpolitieke opvattingen zijn er dan ook op gericht om achtergestelde groepen en mensen die om welke reden dan ook kansen hebben gemist, te verheffen uit hun achter-

stand en hun de waarden van de westerse beschaving bij te brengen. Uitgangspunt zijn de idealen van de Verlichting, uitgedragen door figuren als de filosoof Ortega y Gasset, Huizinga, von Humboldt. Karakteristiek voor de opvattingen van Bouman is het volgende citaat, waarbij het gaat om één van de werkerreinen van audiovisuele media, te weten de cultuuroverdracht:

'Bij een goed overwogen programma zou er ook plaats zijn voor het aan de kaak stellen van straat-schenderij, vernielzucht en onsportief gedrag op de sportvelden. Satires — er is daar tijd genoeg voor in de sportuitzendingen — op het gedrag van spelers en toeschouwers zouden het kind opmerkingen kunnen ontlokken die op bepaalde ouders ontnuchterend kunnen werken. Men maakt dan tenminste een kans hen een minimum aan beschaving mee te geven — uit een beschrijving in de Universiteitskrant Groningen (6 maart 1974) van de smeerbeoel in het hoofdgebouw van de universiteit aldaar blijkt dat het zelfs studenten aan opvoeding ontbreekt.' Dergelijke citaten, die uitgaan van een verouderd cultuurideaal, zijn veelvuldig aan te halen. In twee van de laatste hoofdstukken worden de open school en de open universiteit behandeld. Hier komt het centralistisch denken van de auteur naar voren, opnieuw gekoppeld aan de verwerping van elke politiserende invloed. De overheid heeft een grote verantwoordelijkheid, zowel naar het in stand houden van een 'professioneel web' dat nodig is voor een doelmatige behandeling van de gewone kennisoverdracht, onderwijs televisie, onderwijscomputer en permanente informatie, als naar het pogen bijzondere scholen over te halen zich aan te sluiten bij educatieve netwerken en multimediale systemen.

Over het niveau van de huidige universiteiten is Bouman in het geheel niet tevreden. ('Ik wil zeker erkennen dat veel universiteiten niet meer zijn dan een soort ambachtsscholen voor mensen die een wat hoger IQ hebben dan de meerderheid van de bevolking, en studenten afleveren die niet het geringste besef hebben van de idealen van de erflaters van onze beschaving, maar daar gaat het hier niet om.') De universiteit moet weer worden wat het was, een sereen bolwerk waar het onderwijs en onderzoek op hoog niveau staan, waar politisering uit den boze is en waar de 'messiaanse hunkering' van de studenten in goede banen geleid wordt. Wel moet het universiteitsstelsel een verandering ondergaan, elke universiteit moet een universiteit zonder muren zijn van waaruit een cultuurspreiding op grote schaal moet plaatsvinden, vooral m.b.v. audiovisuele media.

In zijn conclusies en aanbevelingen voor het te voeren beleid laat Bouman geen twijfel bestaan over de verantwoordelijkheid van de overheid. Vele ministeries krijgen taken in het scheppen van mogelijkheden om permanente educatie mogelijk te maken. Hij denkt hierbij ondermeer aan: oprichting van een centrum voor onderwijstechnologie en communicatievraagstukken, stichting van een afdeling coördinatie permanente educatie en een 'regeringsomroep permanente educatie, opzetten van informatiesystemen en het creëren van wegen waarlangs democratische besluitvorming en controle door de burgers gewaarborgd is. (Echter binnen de grenzen van een gegeven cultuurpolitieke opvatting!) De waarde van het boekje is dat er een duidelijke gedachte naar voren komt over het te volgen beleid m.b.t. permanente educatie en wat

er mee samenhangt, zoals die leeft in invloedrijke kringen van de kultuurbeschermers van onze beschaving. Wel doet het een onweerstaanbaar verlangen opwekken om een publicatie ter hand te ne-

men die permanente educatie behandelt vanuit de door de auteur zo verguisde maatschappijkritische stroming.

Gé Westenberg

J. M. Galjaard: VERKENNING VAN OPENHEID EN VOORLICHTING BIJ 92 GEMEENTEN; VVA, Apeldoorn, 1976, f 10,—.

Deze 'verkenning' is ingesteld als activiteit van de VVA, de Vereniging van Voorlichtingsambtenaren bij lagere publiekrechtelijke organen, 'om iets meer te weten van openheid en openbaarheid, meelevens van de burger en inspraakactiviteit bij de Nederlandse gemeenten'.

Zoals te doen gebruikelijk somt de auteur in zijn inleiding bij het rapport allerlei beperkingen op, waaraan het onderzoek onderhevig is geweest. Zo laat Galjaard weten dat het 'zeker geen langs wetenschappelijke lijnen opgezet onderzoek, met berekende fouten en een statistische verantwoording' is. Verder dient de lezer te bedenken dat het om 'een selectie van gemeenten die een voorlichter in dienst hebben', gaat. Bovengenoemde 92 gemeenten vertegenwoordigen namelijk 76% van het totale aantal bij de VVA aangesloten gemeenten.

Indien 92 gemeenten $\frac{3}{4}$ gedeelte van de VVA vormen, leert een slordige rekensom ons vervolgens dat ± 120 Nederlandse gemeenten lid zijn van de VVA. Op een totaal van 842 zijn er dat niet zo veel. ± 720 Nederlandse gemeenten zijn dus geen lid van VVA. Komt dit nu doordat deze overgrote meerderheid geen voorlichter in dienst heeft, of hebben deze gemeenten wel voorlichters in dienst, maar zijn ze niet bij de VVA aangesloten?

Ongetwijfeld zijn er bij meer dan 120 gemeenten voorlichters werkzaam. Ten aanzien van voorlichters

die lid van de VVA zijn, zouden we durven stellen dat zij meer de noodzaak inzien van organisatie in een 'vakbond' dan hun kollega's die geen lid zijn. Des te interessanter wordt het dan te weten, waarom ongeveer **een kwart** van de VVA-leden de vragenlijst niet heeft ingevuld. Waren de vragen te moeilijk? Was de vragenlijst te lang? Waren de antwoordmogelijkheden onvoldoende? Aan een dergelijke verantwoording komt Galjaard niet toe.

De feitelijke gegevens die dit onderzoek heeft opgeleverd (pp.'s 4-13), zijn zonder meer waardevol te noemen. Zeker omdat er nog maar zo weinig onderzoeksgegevens met betrekking tot de gemeentelijke voorlichting voorhanden zijn in Nederland. De meeste auteurs op dit gebied komen immers niet veel verder dan vrijblijvend getheoretiseer. 'Harde' onderzoeksgegevens ontbreken nog al eens.

Van het resterende deel van het rapport: 'Enkele Algemene Beschouwingen voor Openheid en Voorlichting' (pp.'s 14-27) hebben wij de indruk dat Galjaard wat al te enthousiast aan het konkluderen is geslagen. In het licht van bovengenoemde onderzoeksbeperkingen lijken stellingen als (bovenaan p. 15) 'elke gelijkenis tussen de burgerlijke bemoeienis met het gemeentebestuur en de politieke belangstelling is toevallig', zeer du-

bieus.

Van zulke gevolgtrekkingen zijn er nog wel meer te vinden. Zo heeft Galjaard de voorlichters ook gevraagd wat de belangrijkste problemen van 'het publiek' zijn bij inspraak (aanhalingstekens van mij, gt). Nog afgezien van de benaming 'het publiek' (die doet vermoeden dat hij het heeft over een te veroveren markt) vinden wij het

toch wel uiterst merkwaardig dat Galjaard zo veel waarde hecht aan de antwoorden op deze vraag als blijkt uit de pp.'s 25 en 26. Want even tevoren (pg. 19) is hij van oordeel dat de voorlichters in Nederland zich nog te weinig bezighouden met het nagaan van de effecten en de efficiency van hun voorlichting.

Gerard Tijhuis

KORTE BESPREKINGEN

Mr. M. P. Bajetto: BEWERKING VAN DE OMROEPWET EN DE WET OP DE OMROEPBIJDRAGEN; Editie Schuurman en Jordens no. 164; Tjeenk Willink-Zwolle 1975, 168 blz.

Zoals bekend mag worden verondersteld omvat de collectie Schuurman en Jordens alle staatswetten waaronder de hier summier te bespreken Omroepwet en de wet op de Omroepbijdragen. Het deel omvat naast de wetteksten ook de uitvoeringsbesluiten zoals het Omroepbesluit en het Besluit Omroepbijdragen. Bovendien zijn opgenomen de instructiebesluiten voor de Omroepraad en de Reclameraad, alsmede de voorschriften voor de Nederlandse etherreklame en de regelen voor de behandeling van aanvragen om vrijstelling van de verplichting tot het betalen van de omroepbijdrage als bedoeld in art. 14, lid 2 van het bovenvermelde Besluit Omroepbijdragen. Inzichtelijk worden de NOS, de stichting Radio Nederland Wereldomroep en de STER door opneming van hun statuten. Deze statuten lijken mij naast de wetteksten tot het meest relevante van dit deel te behoren, daar de statuten taak, doel, interne structuur, geldmiddelen en werkwijze van de stichtingen verwoorden. Deze statuten zijn bovendien belangrijk voor de bepaling van interne en/of externe verantwoordelijkheden van de bestuurders. Enige toelichting verdienen dan nog de wetten en wel primair de Omroepwet van 1 maart 1967. In het tijdens de oorlog door de regering in ballingschap opgestelde Tijdelijk Telegraaf-, Telefoon- en Radiobesluit als basis-regeling voor het functioneren van de omroep onmiddellijk na de bevrijding, werden voorschriften gegeven m.b.t. de samenwerking van de omroeporganisaties in de NRU, de zendtijdverdeling, de regeringscommissaris

en de financiële middelen.

Deze probleemgebieden spelen, zoals evident zal zijn, nog steeds een belangrijke rol als men de opzet en redactie van de Omroepwet 1967 bekijkt. Deze is dan ook de eerste formeel-wettelijke regeling die niet bepaald een korte parlementaire geschiedenis kan worden toegeschreven.

In de huidige structuur is, onder handhaving van vrijheid en openheid als uitgangspunten, vooral gestreefd naar het invoegen van mogelijkheden voor meer samenwerking, zoals dit mogelijk is door het betrekken van grote, nationale samenwerkingsorganen op cultureel terrein bij de bestaande omroepstructuur, zowel op bestuurlijk niveau als bij het programma-scheppend en -coördinerend werk. Een beschouwing over het slagen van dit streven, zoals dit hierboven conform de tekst der Nota Omroepbestel, Bijl. Handelingen II 1964/1965 is gegeven, zou in de opzet van deze bespreking te ver voeren. De Omroepwet is tot op heden niet gewijzigd, alhoewel deze mogelijkheid reëel aanwezig geacht moet worden sinds de indiening van de 'Nota over het massamediabeleid' door de Minister van CRM.

De bepalingen inzake het luisteren kijkgeld zijn opgenomen in de Wet op de Omroepbijdragen. Als criteria voor de wettelijke regeling golden in 1968:

— zomin mogelijk verschillen in de wettelijke bepalingen betreffende de heffing en de inning van het luister- en kijkgeld;

— regeling van een rationele en efficiënte administratie en invordering;

— de regeling dient te zijn aangepast aan de ver ontwikkelde en geavanceerde apparatuur om ontduiking en wanbetaling tot een minimum te beperken;

— de gehele materie dient zo eenvoudig mogelijk en daardoor inzichtelijk te worden gehouden.

De geïnteresseerde lezer vindt een

weergave van deze doelstellingen in de wettekst. Een rechtszekere positie van de betaler en een rechtvaardige verdeling van de lasten wordt mede dankzij de vrijstellingsbepalingen van het Besluit omroepbijdragen gewaarborgd.

Fred van den Beld

WENN ERNIE MIT DER MAUS IN DER KISTE RAPPELT; Vorschulerziehung im Fernsehen; Fischer Taschenbuch 1580 (Information zur Zeit), Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main 1975, 222 blz., D.M. 6,80; ISBN 3 436 02053 2.

De 'Projektgruppe Fernsehen' — journalisten, mediawetenschappers, sociologen en pedagogen — heeft zich één jaar lang bezig gehouden met een gedetailleerd onderzoek naar de 'Vorschulsendungen' van de Duitse televisie. Dit onderzoek werd in de zomer van 1974 afgesloten.

Na een overzicht van de structuur en de ontstaansgeschiedenis van de Duitse tv gaan de auteurs nader in op enkele kinderprogramma's met een opvoedende strekking: **Sesame Street**, **Rappelkiste** en **Kli-Kla-Klawitter**. Bij **Sesame Street** stuit men direkt al op een oud zeer, nl. het cultureel imperialisme van de Verenigde Staten ('coca-colonization').

Ook kinderprogramma's blijken geen uitzondering te vormen op de

commerciële regel!

Volgens de auteurs gelden m.b.t. de onderzochte programma's in het algemeen deze bezwaren:

— de lagere klasse profiteert niet zoveel van de uitzendingen als de middelklasse; de achterstand bij het begin van de lagere school blijft gehandhaafd;

— de uitzendingen ademen de geest van de prestatie maatschappij: competitie, bezitsvorming e.d.

Het laatste hoofdstuk noemen de auteurs heel toepasselijk 'de gemiste kans'; volgens hen is de greep van de commercie op het schoolstelsel én op de structuur van de omroep zo stevig geworden, dat geen betere programma's te verwachten zijn.

N. Reijnders

POPULAIRE LITERATUUR, Amsterdamse Smaldelen 1, Thespa, Amsterdam 1975/2, 272 blz., f10,—; ISBN 90 6185 041 x.

Dit eerste boekje uit de reeks Amsterdamse Smaldelen is gewijd aan deze verguisde literatuurvorm: het populaire boek. Het zijn een aantal informatief-bibliografische artikelen van verschillende auteurs over definities, historische ontwikkeling en functies van de populaire literatuur in heden en verleden. Daarnaast ook concrete analyses van een aantal genres, zoals de vampier-

verhalen en de stripverhalen.

In het laatste artikel probeert J. Fontijn een beeld te geven van de 'auteur van de populaire roman'; hij doet dit aan de hand van een enquête, waaraan 20 auteurs hebben meegedaan.

Als een schuchtere verkenning in een nog nauwelijks in kaart gebracht gebied toch wel de moeite waard.

N. Reijnders

ONS BOEKJE OPEN OVER TOEGEPASTE FILM, DIA, VIDEO; Producenten-afdeling van de Nederlandse Bioscoopbond, Amsterdam, 1976, 28 blz.

De bedrijfsafdeling Filmproductie van de Nederlandse Bioscoopbond heeft een brochure uitgegeven om geïnteresseerden te wijzen op de mogelijkheden om audio-visuele produkten te laten maken. Volgens een begeleidende brief bestaan er tal van misverstanden m.b.t. het gebruik van audio-visuele media. Met deze brochure tracht de N.B.B. hier iets aan te doen. Ze bevat korte informatie over produktie, gebruik en toepassing van vooral film, dia en video. Ingegaan wordt op de onderlinge verschillen en de

specifieke toepassingsmogelijkheden. Ook de meting van de impact, het kostenaspect en mogelijkheden van vertoning en distributie komen aan de orde. Het boekje eindigt met een korte verklarende woordenlijst (jargon) en enkele cijfers over vertoningsduur per meter film. Zij die na lezing nog vragen hebben kunnen deze via een aangehechte kaart nog stellen. Brochure aan te vragen bij: BFP nr. 55, Postbus 5048, Amsterdam.

H.M.

Gegevens over de auteurs:

Dr. C. Hamelink is wetenschappelijk medewerker van het Latin American Institute for Transnational Studies (ILET) in Mexico.

Drs. H. J. Smets is verbonden aan het Instituut voor Massacommunicatie van de Katholieke Universiteit te Nijmegen.