

Verschijnt
tweemaandelijks

Juni
1979

MASSA COMMUNICATIE

VII/3

1979

Inhoud nr. 3, jaargang 7, 1979

Prof. D. McQuail

The uses and gratifications approach: past, troubles and future (p. 73)

Dr. C. J. Hamelink

Informatica en een nieuwe informatie-orde (p. 90)

Boekbespreking (p. 104)

Korte besprekingen (p. 108)

MASSACOMMUNICATIE

wordt uitgegeven door de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

onder redactie van:

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

* leden kernredactie

sekretariaat:

A. D. Reijnders,
postbus 258, 6500 AG Nijmegen, tel. 080-512372

administratie en druk:

Drukkerij-Uitgeverij H. Gianotten bv
Bredaseweg 61 5038 NA Tilburg, tel. 013-425050, giro 1085553
Opgave van nieuwe abonneementen en adreswijzigingen uitsluitend te
richten aan dit adres

abonneementen:

gewoon abonneement	: f 39,50 (Bfrs. 550)
buitenland	: f 55,—
studentenabonneement	: f 24,50 (Bfrs. 340)
los nummer	: f 8,— (Bfrs. 115)

advertenties:

Over advertenties neme men contact op met het sekretariaat
prijzen: 1/1 pag.: f 250,—; 1/2 pag. f 135,—; drukspiegel 10³/₄x18³/₄ cm;
korting bij herhaalde plaatsing

BIBLIOTHEEK I.E.S.P.
FAC. SOCIALE WET.
Van Evenstr. 2 B
3000 LEUVEN

6106

DENIS McQUAIL

THE USES AND GRATIFICATIONS APPROACH: PAST, TROUBLES AND FUTURE

The kind of mass communication research which has acquired the often regretted, but now unavoidable, label 'uses and gratifications' is scarcely novel, except as a convenient focus for theoretical controversy. As such it has largely taken the place of the more simple-minded kind of 'effects' research, which can now, in contrast, be conducted in relative peace and even with some degree of approval.

Ultimately, my wish is to differentiate between the better and the worse in the research possibilities which might continue to represent this particular tradition, since part of my argument will be that the label covers research activities which will have to be carried out if the mass communication process is to be comprehensively examined. It is for this reason, rather than as a claim to credentials, that I have emphasized the lack of novelty of the research. Although recent writing (e.g. in **Blumler & Katz**, 1974) refers to a 'revival' of interest, so also does **Klapper** in his 1960 review write as if the 'functional orientation' to the study of media effects was then receiving a renewed attention. In his account, this kind of research 'has addressed itself to known consumers of escapist material, inquiring into why they were devotees and how they differed from non-devotees, and thus emphasizing the functions which such material serves rather than its presumed direct and indirect effects'. Even at that time there was much material to review, covering a wider spectrum of content than this quotation suggests. Most of the audience uses and functions which are currently studied had already been named and classified.

In approaching the question of controversial definition in the recent past (the mid-1970's), I want to comment first on the diversity of actual research which can attract the 'uses' label. Modern critics either acknowledge or point out the theoretical heterogeneity of the approach but are less inclined to find the diversity of practice and of purpose so interesting. While there is some justification for **Carey and Kreiling's** (1974) view that 'uses and gratifications emerged because of the discovered inadequacy of the older tradition of campaign or effect studies', the servicing of effect research was not a primary argument in favour of the approach when it was advocated by **Elihu Katz** in 1959. Indeed, he only remarked, parenthetically, that 'Incidentally, all this may lead to a considerable increment in our understanding of mass media effects'. While the thought has been taken up in various studies and is embedded, anyway, in the earlier seminal studies of personal influence, it is not appropriate to link the approach predominantly to the investigation of behavioural or attitudinal effects.

There is at least as strong a case for identifying it with the tradition of the study of popular culture and it was **Katz's** suggestion that the 'uses' approach could 'build a bridge to the humanistic tradition of popular culture' (**Katz**, 1959). The

basis for such a view was that the gratifications which people derive from cultural material is essential to an understanding of complete cultural experiences and that communication research might be better equipped to provide this kind of knowledge than the then established schools of cultural study.

One might summarize the original impulses behind the uses research under two main headings. Firstly, there was the opposition to deterministic assumptions about media effects expressed by the contrast between what the media do *to* people and what people do *with* the media. This was a part of the 'rediscovery of people' which occurred rather earlier in American communication sociology than in some other branches of the discipline. Secondly, there was the wish to break out of the sterile debate over mass media taste which by the end of the 1950's, in the Anglo-American tradition at least, had divided elitist critics of the consumers and products of mass culture from concerned democrats who deplored the content but believed in the salvation of its consumers. Amongst such there were those who blamed the system and also those who accepted the fact of voluntary complicity by the consumers and were disinclined to make value judgments about the content. It was to the latter that a 'uses' approach had most attraction.

It appeared as if the problem of mass 'resistance' to high culture and enlightenment, which was a generally accepted fact of western industrial (i.e. Americanised) society might be accounted for on grounds additional to a simple view of intellectual and moral inadequacy on the part of the majority, or the view that standards of taste were imposed in a class divided society according to ruling class interests. It might turn out that if the culture as 'consumed' could be seen through the eyes of the receiver, rather than as characterised by its producers or its critics, it might not seem so 'low' after all - at least there might seem some sense and reason in its appeal and it might be possible to describe it in non-evaluative terms. In addition, it might prove to be the case that environmental factors (e.g. of home and neighbourhood) might play a large part in constraining and directing tastes. The argument about 'cultural inequality' had some parallels with that over educational achievement and the distribution of innate versus acquired ability which pre-occupied British sociology in the 1950's and 1960's. Just as sociologists argued that educational outcomes might be a combination of environmental disadvantage and culturally biased testing, so was it believed that the pattern of cultural preference might also be a product of circumstances and of inappropriately applied cultural criteria. The uses and gratifications approach seemed to offer several attractive possibilities: of separating analytically the people from the product, so that audiences did not have to be characterised by the content they attended to; of finding lines of division relevant to cultural choice other than socio-economic status and its correlates; of testing the influence of environmental circumstances.

I have spelt out this rather old-fashioned sounding argument at some length, partly because it is rather dated. An acceptance of greater cultural pluralism has made the problem of cultural inequality less insistent and perhaps largely

optional. Although the problem has re-emerged in its cognitive aspect as one of a 'knowledge gap' the original uses and gratifications tradition was more explicitly concerned with what was non-cognitive, especially with what was then innocently termed 'escapist'. A reminder of earlier concerns may be necessary preliminary to understanding later research objectives, some of which, like the search for a 'structure' of media functions, were intended as steps towards other goals, but became ends in themselves.

If we consider the range of core activities which comprise the 'uses' approach, we can appreciate better some earlier expectations which were associated with the approach and also have some basis for a discussion of recent criticism. *Firstly*, the 'uses' of the mass media are considered to be those perceived benefits of attention which can be expressed, or recognised, by the audience (the 'users') for the medium or the content. Consequently, the central activity has been to collect references to relevant uses or satisfactions which might be expressed as motives, or descriptions, or reported applications of the experience in the rest of social life. *Secondly*, it has been customary to collect relevant environmental information about the same audience members - facts of social circumstance, with almost no restriction on the range and depth of such inquiry. *Thirdly*, information has had to be collected about media selection in the wider context of other communication and cultural activity. *Fourthly*, data have at times been sought about psychological dispositions - mental states or attitudes which reflect personality, social attitude or response to the social environment. Only the first of these kinds of data would be strictly required to qualify a study within the tradition of 'uses and gratifications', but it would be more normal to expect in addition some attention to the social context of the audience member and to his or her actual media choices.

The collection of evidence in the four areas described was from the beginning firmly entrusted to tried methods of empirical research: the small-group discussion; the pilot survey; the compilation of a structured interview schedule; the standardised interview; the formation of indices and variables; the statistical description and interrelation of data. The dowry for the marriage between communication research and cultural studies was to be the combination of such techniques as well as the concepts for describing and classifying the average or typical audience. It is therefore relevant to emphasize certain procedural characteristics which go with the four key areas of activity. These include: a concern to put all ideas to an empirical test of validity; an attraction to what is general and representative; a search for what is fundamental and stable over time; a preference for measures which are replicable at other times, in other places, with other populations; a loyalty to sequential or causal reasoning and to logical models for relating the varied components of data. There is little doubt that such precepts and preferences, while firmly embedded in the empirical tradition and admirable in their way, have drawn the practitioners away from potential allies in the community of communication research and distanced them in unintended ways from the subject which they set out to examine.

Nevertheless, there is little in this account of research activity nor its conventional norms of conduct to prepare one for the carefully directed and strongly felt criticism which has been voiced contemporaneously with the expansion of media 'uses' during the last ten years, and especially in cogent papers by **Elliott** (1974), **Carey** and **Kreiling** (1974) and **Swanson** (1977). It is not the purpose of this paper to summarize and evaluate the varied lines of criticism in any comprehensive way, but as part of the task of stating directions for the future, some response has to be made, in the way both of accepting and rejecting criticism. I would like firstly to attempt a general interpretation of the opposition and secondly to take a small number of particular points from which the practitioners of uses and gratifications approach might either learn (or have learned already from their own research) or which they should resist.

– TROUBLES –

When one looks at communication research in the light of the intellectual and political developments of the decade from 1968, it is not altogether surprising to find a resistance to the ideas, rather than the practices of researchers into media uses. The ideas formulated about the enterprise of research into audience uses and gratifications, although intended more to give coherence to empirical investigation than to offer any new theory of the media met an uncongenial climate. Firstly, the research was not comfortably located in any discipline with suitably protective traditions and belief systems - it was a hybrid of psychology, sociology, social statistics, cultural studies.

Secondly the main disciplines which might have given it a home were not in a sympathetic phase of development. Psychology was tending more to behavioral rather than mentalistic enterprises and further away from sociology than in the early days of communication research. Sociology in its dominant mode was both rejecting functionalism and system thinking which provided part of the framework of ideas for uses and gratifications research and also discovering a more critical position in respect of dominant social institutions. It was also firmly suspicious of methodological individualism and most forms of positivism. The realities of class difference were seen as more relevant than the modes of adaptation to social conditions. In the field of cultural studies, there was a growing tendency to extend to the products of popular culture the same rights to autonomy and claims to uniqueness that had once been reserved for traditional 'high' culture. The students of popular culture had less time for an approach which reduced the response to cultural experience to standardised 'items' or statistical manipulation of these.

In general, the dominant concerns of communication research had also shifted away from either the audience or media effects and towards the study of content and of organisation. Research on 'uses and gratifications' had little to contribute on either matter.

When it was revealed, the 'theory' of the uses and gratifications approach was found to be deeply flawed: - by its presumption of basic needs underlying the selection of and response to media content, which could not be independently

demonstrated; by its emphasis on a concept of an active audience, which was unclear and possibly contradicted by the evidence of aggregate audience behaviour or by other assumptions of environmental causation which the 'uses' approach itself espoused; by the contradiction between the wish to describe the objective functions of particular kinds of content, and the expectation that any kind of content might serve almost any function; by the gap between the closed or completed system of research designs and the openness of everyday life. When the aspirations to make a progressive contribution to cultural or communication policy were compared with the results of research, or taken up by media policy makers, it was strongly suspected that such research could in general only support the claims of media providers that they already give the audience what it wants. Worse, the 'uses' research might add to this the notion that the audience not only gets what it wants, but it gets what it needs. When the early wish to make an empirical or value-free contribution to the debate about popular taste is looked at in the light of recent research results and of critical appraisal it seems hard to deny that the uses and gratifications approach is actually rather insensitive to the essence of cultural variation.

Thus, in three main respects, the aspirations of the uses and gratifications approach have been challenged - as a theoretical enterprise, as a guide to a 'progressive' policy, as a tool of cultural analysis. Unfortunately, the strength of the challenge and its multiple character has had a pre-emptive effect on uses and gratifications researchers. They have been diverted by the more fundamental and unanswerable points of criticism from the task of providing a critical appraisal of their own efforts. A central part of this paper is the attempt to look at some of the criticisms from the point of view of the practitioner of the 'uses' approach, to accept some, answer some and add further problems to the list. An adequate specification of the difficulties would quickly become very lengthy and brief and simple statements of objections will have to suffice. In providing these, the intention has been less to do complete justice to the views of critics than to express problems in a form which is most recognisable to those who conduct such research or are familiar with its outcome.

In their most summary form, the criticisms include the following key points. *Firstly*, the approach is individualistic in method and conception and it is difficult for it to move from a concern with intra-individual data to any formulation of social structure and process. *Secondly*, it is 'mentalist', relying on subjective reports of mental states and apparently preferring these to 'objective' external facts of classification of audience members, despite the fact that self-reports are likely to be strongly influenced by circumstances of social position, especially class and life-cycle. *Thirdly*, the approach assumes that media behaviour is based on conscious or rational choice, despite the strong evidence that much use of the media is habitual and non-selective and seemingly more a response to what is available than an autonomous outcome of personal preference. *Fourthly*, the notion of an 'active' audience may be held to be inconsistent with that of determination by either fundamental needs or social conditions, both of which figure as ultimate causes in the 'system' of media consumption. *Fifthly*, the 'uses' approach has little or no time for the substance of the content itself, the

latter being considered only in its aspect as a feedback to life experience. These points could be amplified and others added, but they are sufficient to specify the main problem areas, which uses and gratifications researchers have always been aware of: the conceptual content of the gratification idea; the problem of representing social context and social process; the meaning of an 'active' audience; and the character of the explanatory model which should be used to relate the various pieces of evidence about audience selection and response.

In discussing these points, I will refer from time to time to a study of the uses of television and the press in which I played a minor part as a collaborator (with **J. Blumler** and **M. Gurevitch**), although the work was an extension of earlier developmental research for which I had more responsibility (**McQuail**, 1972). The study I refer to has not been reported in full, although some account has been given by **Blumler** (1977). Its relevance, apart from the convenience of access is that it represents in a rather extreme form, the kind of research which the critics have most in mind. It set out, with reference to a random national sample in Britain, to measure the main general satisfactions derived from both press and television and to relate the outcome of this effort to data about the background social circumstances of the respondents, with particular reference to work experience, social contact and leisure activities. The main purposes of the research were, on the one hand, to assess the degree and kind of determination by social circumstances of the most important media satisfactions and, on the other, to test some particular expectations about the links between social conditions and media experience.

In the discussion of problems we need logically to begin with the matter of what a use or gratification actually is - since the measurement of this is the one *sine qua non* of the approach, in whatever form it appears. Typically, researchers have sought to characterize either the individual, or a certain media behaviour, or a content example with reference to an expected or received benefit for the viewer, receiver, listener. The benefits can relate to internal mental states or to relationships with others and with the rest of experience. The benefits (in these terms) that have been reported cover an enormous range and can be multiplied almost indefinitely if they take account of all the possibilities of media output. On the other hand, the typical and recurring satisfactions are relatively few in number, and much uses and gratifications research is based on the assumption that a small number of basic gratifications can be identified and measured and that these will be sufficient to explain broad patterns of media behaviour. The study mentioned is no exception and in fact it strongly represents this generalising tendency in its reduction of media gratifications to four main indices, labelled as: '**surveillance**' (information-seeking about social and political reality); '**curiosity**' (a more personal version of information-seeking); '**diversion**' (both entertainment and companionship-seeking); '**personal identity**' (self-comparison, reminiscence, empathy).

Much effort was spent in the search for this economical and general set of indicators, chosen on the basis of this and earlier enquiries to maximise the

chance of capturing the typical self-view of an audience (which means here a whole national population) and at the same time providing the material for a statistical analysis in which these same ideas could be treated as dependent variables or as attributes. In the course of looking for such a general measure it has become quite clear that the expression or acknowledgement of any given 'motive' varies from person to person and over time for the same person. Inevitably, too, the pattern or 'structure' of motives, of the kind which forms the basis for the summary gratification indices varies according to the composition of the population of respondents. In addition, questions about particular uses and gratifications are answered quite differently as they should be, in relation to different kinds of media content. In fact such questions tend to be rather sensitive to relatively minor differences between examples of content which belong to the same genre. The differentiation which is a sign of success at one level of investigation becomes something of an impediment when one seeks to find a more universally valid measure to be employed for very heterogeneous population groups and a wide range of output (as when motives for watching television in general are studied). The compromise solutions which have to be adopted to deal with the most general aspects of the thesis which connects experience in society to media use may in themselves cause a loss of specific information about particular sub-groups and special types of content.

It is perhaps the precise meaning of the gratification concept which has most worried the antagonists of the 'uses' approach and it is on this point that the claim to theoretical diversity (**Blumler, 1977**) can be most readily documented. The concept has been treated as a 'motive', a 'satisfaction', an 'orientation', an 'expectation', a 'type of media-person interaction', a 'response', a 'use'. The appropriate explanatory theory connecting social experience with media use will vary according to the choice of term. The lack of fixed terminology is not a barrier to investigation, although it does stand in the way of theoretical development and there is a very real difficulty in the inability to separate out the meaning which is specific to a respondent and to his or her own experience and that meaning which has the character of a cultural norm which provides the appropriate definition of behaviour in the milieu of the respondent, or as it has been learnt by socialising experience.

The distinction is very crucial to the aspiration to find variable influences from experience on the quality of media use. Almost certainly, there will be a component of both available definition and of personal selection in any response. It seems impossible to estimate how much there is of each and no juggling with verbal forms in the posing of questions is likely to help, however much this aids theoretical consistency. Even so, as long as we have no misplaced confidence that respondents can be obliged to understand the form of questions precisely as asked, we should still be able to proceed if the enterprise overall is well-founded. What we must do, however, is to treat the substance of the 'motive-use-satisfaction' complex as a meaning system which has its origins in a specific social-cultural milieu, fed both by the forms of content and by the conventions and rules of social life. To accept this recommendation, however, turns us back to the first aspect of this problem area - the doubtful suitability of

all-purpose summary measures of media gratifications.

There is an evident tension between a search for the latter and an acceptance of the proposition that the relevant ideas are social constructs which may not be equally 'available' throughout a society. In this matter, however, uses and gratifications research is in no worse a position than most attitude and opinion survey research which presents the abstracted formulations of socially constructed knowledge for the endorsement or rejection of sample populations. It may even be better placed than other research, in confining itself to matters of direct personal experience and making efforts to base questions in recorded views of similar populations of respondents.

The second problem area has to do with the possibility of capturing for analysis relevant and significant features of social structure and process, by a method which is so dependent on the assessment of individual motive or satisfaction. The question only arises when research goes beyond the search for meaningful descriptions of media use and tries to account for these descriptions by reference to facts of social experience, or tries to explore the mediating role, of the expected gratification, between experience and media use. Crucial to purposes of the latter kind is the assumption that the recorded gratification can appropriately be treated as a self-standing datum and as a property of a social collectivity. Does the introduction of the gratification-concept help to clarify the relationship between social context and media use behaviour or does it obscure it? The answer is usually given in the negative by critics who perceive the substance of what is measured by gratification questions as either a reflection of class-related cultural norms or as the general image projected by certain media and/or content types. They would prefer to confine analysis to the more objectively measurable media choice behaviour or the 'facts' of class, life-cycle and demographic position.

The identification of a special problem of this type for uses and gratifications research is at first sight puzzling, given the amount of evidence which has already been published which shows that gratifications from media content can be both related to objective social circumstances and be independent of dominant socio-economic indicators. In the case of motives for following political television in Britain (**Blumler and McQuail**, 1968, p. 80 and 136), it seemed as if viewer expectations were related to occupation and education in rather variable ways which would have been difficult to predict. Or in the case of the audience for television quiz-programmes (**McQuail et al**, 1972) it seemed as if social class was a factor in accounting for the particular appeals of this kind of programme, but again in a rather unpredictable way (the educational appeal of quiz-programmes was highest for those with less education, for instance). In addition, measures of social contact and family situation seemed, if anything, more relevant than social class and cut across the latter distinction. Indeed, it is one of the interesting features of this kind of research that it has introduced into the discussion a number of indicators of social position which are intermediate between individual characteristics and facts of the overall social structure. These include especially such matters as family and friendship patterns, orga-

nisational membership, organisational participation, leisure interests, work satisfaction. The quality of experience in such matters is not entirely independent of social structure or personality, but, in general, such matters do not produce unilinear correlations with measures of occupational skill, education or income. It is true that the evidence on such matters has largely emerged from post-hoc analyses, in which it is inevitable that *some* plausible significant relationships will emerge, and it would take a detailed exposition of successes and failures to accept any claim to new discoveries.

For those who are sceptical, the ground for doubt is located in the view that patterns of media use are very firmly linked both qualitatively and quantitatively, to education and social class differences and to certain other major demographic sources of differentiation. In addition, the most general kinds of media satisfaction which appear in the accounts of audience members, especially those which separate learning from entertainment are likely to be similarly linked. Such conclusions are, in fact, a dominating outcome of uses and gratifications research itself. I would like only to argue here that there is sufficient validity in the gratification concept and sufficient latitude between the three elements of social structural position, perception or interpretation of media experience and actual media behaviour, for the second of these to be of some help in elaborating the fundamental relationship between the first and the third of these. This can only be done by reference, not to the intermediary aspects of social experience which I have mentioned, or some particular satisfactions of rather specific content types (as quiz-programmes or political broadcasts), but by addressing the links between general media satisfactions and basic indicators of social structure. The objections have to be met on their own ground. I choose summary data of these kinds from the national sample enquiry into general media satisfactions which has been briefly described. **Figure 1** presents relevant correlations (Pearson r) between: the indicator of **Surveillance** gratifications for the whole sample ($N = 945$) for the television medium as a whole; indicators of Social Class, School leaving age, Age and Sex; a measure of overall quantity of television viewing.

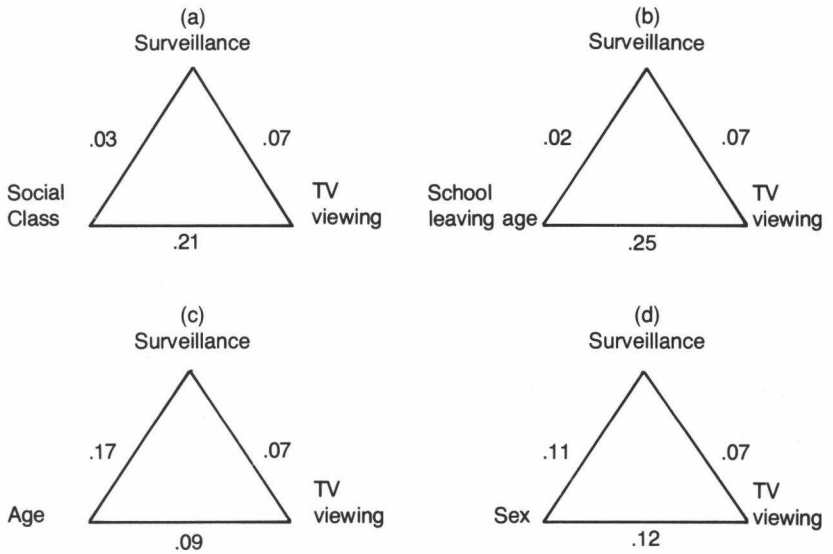
It is rather clear, first of all, that these traditional indicators of social structural position are related to the degree of television viewing, although only the measures of social position show more than slight tendencies of association and the amount of variance in viewing which can be explained is rather small. More television (in hours per week) is viewed by those with shorter education, less skilled or paid occupations, women, older people. The most obvious explanations are likely to be looked for in terms of availability of time and alternative possibilities of time use.

Secondly, the adoption of a 'surveillance' motive/expectation has only a very slight positive correlation with amount of viewing. From this one figure on its own, one would conclude that television is perceived as relevant for the purpose of keeping up with political and world events, but that the latter was not a dominant explanation for variation in the overall degree of viewing.

Thirdly, an inspection of the separate correlations between structural indicators

Figure 1

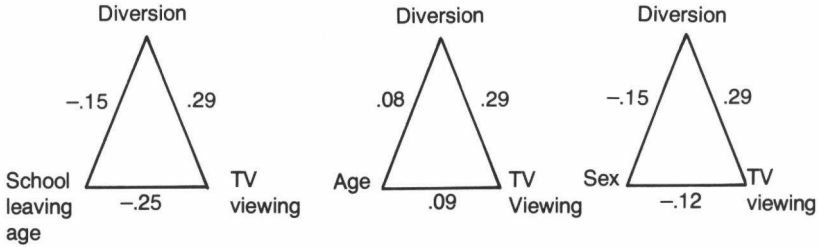
Correlations between Surveillance from Television, variables of Social Structure and overall level of television viewing



and the 'surveillance' indicator prompts the following comments. The figures for social class and school leaving age are close enough to treat together, and, in the absence of any progressive relationship between Surveillance and class, it seems as if television is defined equally as an information source for different social class groups. Given the modest positive correlation between Surveillance and viewing and the strong negative correlation between viewing and social class, the lack of an association between class and Surveillance calls for some explanation. Such an explanation could lie in some differential compensating tendency for those at the lower end of the occupational scale to define television viewing in information-seeking terms. If there is a class-related norm working against the surveillance motive, then it must be subject to some resistance, for the equality to be achieved. In the case of age differences, there is a rather symmetrical relationship in these figures - older people tend to define television in Surveillance terms and they also watch more, perhaps for its informative possibilities. The latter is suggested by a more detailed look at the underlying pattern which shows that at all levels of viewing, the older the viewer, the higher the score on the Surveillance index. In the case of differences between men and women, the contrast between a stronger male definition of viewing in surveillance terms with the female tendency for more viewing suggests that, unlike the situation just described, higher viewing should not be accounted by Surveillance seeking.

Figure II presents similar evidence for the Diversion gratification index, relying only on school-leaving age, which corresponds closely in its pattern to the social class measure.

Figure II



Firstly, it is clear that amount of television viewing is rather strongly related to the Diversion indicator. In fact, of all but one the numerous possible predictors of amount of television viewing, this proved the best. The exception was the description of television as 'best leisure activity', which produced a correlation of .37.

Although there is a consistent tendency for the less well educated to both opt for Diversion and to view more, the former correlation is much weaker than the direct line between Diversion and viewing. It follows as a probability (not out of line with experience) that the Diversion possibilities of television are not uniquely perceived by the less well educated. In the case of age, we might conclude, by comparison with **Figure I**, that the Diversion appeal matters rather less than does the informational appeal, for older people. Finally, it would seem that Diversion opportunities offer the better of the two available explanations considered here for the longer hours of viewing by women.

While providing very limited insight, the purpose of this demonstration is to support a claim for the independence of the gratification measures and to strengthen the case for deploying them in an analysis along with seemingly much 'harder' evidence of the facts of situation and behaviour. It seems as if the inclusion of gratification indicators can be helpful in specifying more closely the relationships between the latter variables and directing attention towards possible explanations.

The third problem area under discussion has to do with the presumed 'activeness' of the typical audience member, on which research strategy and much of the theoretical framework of uses and gratifications research rests. As **Blumler** (1977) has pointed out, those who work in this tradition have not, despite their claims, been totally 'ideology-free': 'their stress on the activity of the mass media audience stemmed from liberal-rationalist beliefs in human dignity and the potential of the individual for self-realisation'.

A belief in some degree of activeness of some kind is indispensable for any enquiry which uses the language and concepts of motivation and treats the subject of media attention and response as open to rational explanation. On the other hand, the assumption of free and goal-directed choice of media content leads us directly to empirical and theoretical contradiction and obscurity.

On empirical grounds, it is hard to sustain a view of the overall phenomenon of audience use as the outcome of multiple intelligent discriminations. While there may be grounds for arguing against the evidence of near-complete nonselectivity by British television viewers advanced by **Goodhart et al** (1975), it is undeniable that most viewing, listening and reading is a matter of time use guided by habit, inertia and availability. It is equally implausible to suppose that choices for media exposure are normally the outcome of planned decisions, although they may readily be given a rational definition after the event. *Secondly*, it would be hard to resist the view that content itself over time plays quite a large part in shaping expectations, providing built-in interpretations of its own appeal and creating demand for more of the same, again telling against the activism assumption. *Thirdly*, there is a seeming logical contradiction between the search for background 'determinants' of looked-for satisfactions and the concept of the active audience. The fundamental dilemma of social constraint versus freedom has provided the focus for a hundred years of sociological debate and we should be excused from responding to this particular challenge. Nevertheless, it is time to review the usefulness of a concept which originated in a wish to oppose another extreme view of media manipulation. Unless the approach is to be much more limited to a conceptually pure inquiry into motives than has typically been the case, the assumption of an active audience is not necessary, beyond the level at which it can be empirically demonstrated. The very failure to detect strong determination in social circumstances can be invoked as part of this demonstration. Thus, the research I have referred to, along with previous studies, shows that relations with social determinants are shadowy and weak, and that where an explanation can be offered of media use, it can only be reached by reference to multiple causes or contributory conditions. While this tells against the provision of any clear picture of environmental influence, it does allow a belief in freedom of choice. In a paradoxical way, the evidence of inconsistency in choice making and of 'structured randomness' can also justify the degree of confidence in audience freedom which in turn is needed to continue a search for meaning in behaviour. The lessons of experience and of criticism on the matter of the 'active' audience should however result at least in: more modest expectations about the possibility of explaining cultural choice; a readiness to put the idea of activeness to empirical test (as **Blumler**, 1977, suggested); a disinclination towards overall frameworks of interpretation which rest on the assumption of goal-directed behaviour and high autonomy. In one respect at least, evidence of recent research has indirectly supported the general assumption of audience freedom. When numerous possible influences of social circumstance on audience gratifications are examined, the results indicate that a dual process is at work, in one respect 'facilitatory' and in another 'compensatory' (**Blumler**, 1977). Briefly, it is as if some aspects of

experience and circumstances promote more and wider uses of the media (some, but not all correlated with social class), while others inhibit and restrict, so that the media act to compensate for real life deprivation (e.g. ill-health, lack of contact, worries about work, etc.). We are reminded first of the very limiting framework which deficit theories of the media have imposed on uses and gratifications research itself and of the need to approach the question of freedom and activity not as a matter of motive but of the opportunity and social circumstance of sections of the audience.

Much that is relevant to the fourth area of difficulty - that which concerns the overall model of theoretical framework - has already been touched on. Rather strong warnings have been sounded against any theory based on a high level of individual means-end rationality. The evidence collected within the tradition has not, in any case, given strong support to such theories, nor has it given any new substance to theories of basic social or social-psychological needs which could predict or account for observed patterns of media use or the accompanying definitions. The attempt to construct systematic models of the relationships between the various components of observable 'hard' data (as **Rosengren**, 1974) have been characterised by critical gaps. We can measure many intra- and extra-individual characteristics, patterns of media consumption, other relevant behaviour and (I believe) gratifications, but the time order in which these should be related is probably not fixed and certain other components which are essential for a need-gratification model are not easy to measure or, at least, not easy to differentiate one from another. As **Rosengren** acknowledges, there is a considerable difficulty in either specifying or measuring the element 'basic human values' in his paradigm. In practise a need is likely to occur as either a 'problem' or as a 'motive' which are both separate key terms in **Rosengren's** suggested paradigm for uses and gratifications research. This paradigm implies a basic sequence leading from perception of *problems* and relevant *solutions*, to *motives*, to *media behaviour*, to the pattern of *gratification* or non-gratification.

At several points, facts of social and media structure and individual characteristics are seen to affect the relationships involved.

The present gaps in our knowledge and the intrinsic uncertainty of some of the distinctions involved make it doubtful whether this version of the process of media use can ever be sustained. At the same time, to sustain it would be to neglect other possible models of the relationships and hence alternative lines of research. This particular version depends on the analytic distinction between 'motive' and 'gratification' since gratification is conceptually dependent on some reflection *after* a motivated use of mass communication. According to **Rosengren**, 'motives may be difficult to distinguish from needs and problems' and later he notes the difficulty of sustaining the conceptual difference between a 'use' and a 'gratification': 'the two concepts (. . .) although analytically distinct, are empirically so intimately intertwined that even when the researcher is explicitly setting out to measure one of them, elements of the other may step in. 'It would be difficult to avoid a similar conclusion about the two concepts of

'motive' and 'use' and if that is admitted, the empirical separation of need, problem, motive, use and gratification becomes a single, but no more soluble, problem.

The temptation, in these circumstances, is to conclude there may only be one thing, or only one thing that can be measured. My inclination, in this paper, is to come to such a conclusion and to regard the 'gratification' as measured as an independent social datum, but not one that is accessible to treatment according to the distinctions which have been discussed. If the unity of the concept of **need/motive/use/gratification** is accepted as inescapable for working purposes, it is easier to envisage alternative sequential models of its relationships with other 'hard' data (social characteristics of individuals, media use, other behaviour, etc.). For example two possibilities additional to the **Rosengren** sequence might be expressed as follows. We might begin with media content and propose that experience of mass media, based on selection differentiated according to social position, leads to certain modified expectations, or impressions, of what the media 'are good for'. These impressions are measured as the 'gratification' pattern. Alternatively, we might take class, social circumstances, or life-cycle position as starting points, with their attendant habits and constraints and their relatively given frames of interpretation. This primary experience shapes expectations from the media which are then modified over time and form a stock of ideas which can be measured as a gratification pattern. Schematically, these alternatives each contain only three basic elements (people; media use; ideas about media use) and differ only in changing the order from **media-people-ideas** to **people-media-ideas**. It will be helpful for pursuing the implication of the suggested 'unification' of the gratification concept to adopt a third ordering of the same three elements: **people-ideas-media**.

— FUTURE —

In taking this step, I find it easier to make sense of the difficulties which have overtaken this field of research and easier to see what future alternatives there are. I am also conscious of a transposition in time to an earlier phase of struggle with the conceptual difficulties of this kind of research, in the company of colleagues at Leeds University, **Jay Blumler** and **Ray Brown**. In providing a 'map' of the gratification structure which emerged from early work on audience involvement with radio and television programmes, which we presented as a basic four-fold typology (Diversion; Personal Relationships; Personal Identity; Surveillance) we decided to call the slippery things which we were classifying as 'media-person interactions'. We also used the word 'orientations' as a more general term. For us, at that time, the expression 'media-person interaction' was intended to express several important features of people's orientation to the media: *firstly*, that people actively relate to media messages and the media experience; *secondly*, that an awareness of this relationship is shaped both by expectations deriving from social background and personality and by experiences of particular content; *thirdly*, that in some sense, about which we were vague, the 'orientations' 'intervene' between continuing experience and specific

media messages. We wrote at that time that 'our intention has been to outline a framework for the systematic ordering of gratification data and to provide a basis for classifying viewer concerns according to their meanings, rather than their relative frequency of occurrence or salience to audience members'. (**McQuail, Blumler & Brown, 1972**).

In the light of subsequent difficulties, it seems to me helpful to emphasize the extent to which we are actually dealing with a meaning system - a set of available images, impressions and interpretations of media experience. This, essentially, is what the single 'middle' component of the simplified three-element model referred to consists of. Further, we may think of this meaning system as open to location 'nearer' to people and their wider social experience or 'nearer' to the content, the viewing or reading experience and other comparable cultural phenomena to mass communication. In the former, then we will be inclined to look for explanations of the actual distribution of meanings in terms of social experience, personality, needs, motives and functional orientations. If the latter, we will look for explanations in terms of the clues for interpretation built into content by its producers (who will also have ideas about its gratifications) and in terms of socially and culturally distributed norms and definitions, acquired through socialisation. It seems difficult to make progress without first making a choice between these alternative 'locations' of the gratification concept. Further, it might seem that the typical **methods** of the predominant approach (as they appear in **Katz, Gurevitch, Blumler, Rosengren, McQuail**, etc.) are actually more appropriate to dealing with the second of the two alternatives (meaning system close to content), despite the fact that they were primarily developed for behavioural investigations. After all, the methods almost invariably use verbal descriptions of content which are offered for recognition. In this respect, the method is a tool for cultural analysis, for exploring the abstracted manifestation of cultural objects in the language and perceptions of representative samples of given populations.

Several points follow from this. *Firstly*, it allows a recognition of a valuable achievement which may be lost sight of because it is not recognised as an objective in the behavioral/motivational model. This achievement lies in the mapping, weighting and ordering of an overall meaning system appropriate to a specific area of cultural experience which is otherwise liable to misrepresentation, selective perception, idiosyncratic report and fragmentary accounting. In addition, the quantitative description can be extended to deal with sub-cultural groups and very specific types of experience. *Secondly*, the approach is likely to have a future as a means of differentiating between content and between people. In this respect, the possibilities of application as a tool of cultural analysis are as yet little explored. This will require more attention to the culturally specific and a taking note of the stricture that researchers in this field show too little interest in the substance of what is mass communicated. According to **Carey and Kreiling (1974)** 'Uses and gratifications researchers are still not "seeing the movies" '. We have even implicitly, made a virtue of the possibility that the results of the 'verbal Rorschach test' provided by gratification measures

can be used as a convenient substitute for the messy and variable content. While, at the most general level, there is some universality to the meaning structure which accompanies media provision, the cultural transferability of measures of general gratification is proving limited (e.g. **Levy**, 1978) and it would be consistent with the direction suggested here to expect this. The value of the approach as a means of differentiating media has already emerged in, for instance, the work of **Katz, Gurevitch and Haas** (1973) and in **Brown** (1976). It follows as a *third* implication of the choice indicated above that more attention could be concentrated on cultural experience which is comparable to, though different from, that represented by the mass media and less to what is not comparable. If we are primarily recording the contours of a meaning system, then it is likely that meaning is established by contrast and comparison with other similar phenomena, especially those which are primarily concerned with cultural communication. Such phenomena as education, sport, rituals, organisational involvement, would be relevant. These tend to be neglected in the *causal* model yet they provide the context for, and the alternatives to, the mass media. Work in the uses and gratifications tradition is not without some examples (for instance that by **Katz et al**, already cited or by **Murdock and Phelps**, 1973), but an extension in this direction is limited by a continuing emphasis on explaining behaviour, rather than accounting for interpretations of behaviour.

– FINALLY –

There are a number of other points about future directions in this field of research which can be briefly mentioned in concluding. For instance, it may not be desirable, and it is not necessary, that continuing work in the uses and gratifications tradition should be directed and defined by the concerns, theory and methods of the research tradition itself. There does seem to be little profit in trying to enlarge the list of possible uses or functions or in searching for better predictors of various functional orientations, or in mapping out and redefining the general gratification structures, as ends in themselves. At the same time, it is hard to envisage future studies of the audience or of mass media effect which will not draw on some of the methods and ideas which have been developed and no doubt there will have to be further reflection on the overall formulation of media functions in society. There is no shortage of purposes to which the approach is relevant. In accordance with the division, outlined above, between conceptions of media gratifications which place these either 'near' to the audience or to the content, there will be divergent lines of enquiry in which this kind of work plays a part: - one concerned with relating media choice to other social behaviour or concerned with the analysis and prediction of media effects; another with the study of culture, in which the method provides tools for both recording the meaning of forms of cultural experience and for interpreting variations in the structure of meaning.

A third, as yet undeveloped line of enquiry will involve reference to provisional theories of the overall structure of gratifications, would be concerned with comparing the perception of media functions held by receivers with those

planned or anticipated by cultural producers or, alternatively, posited in communication policy declarations of society or its media institutions.

I began by arguing that the claim to policy-relevance for the uses and gratifications approach originated with a once real problem in the search for a basis for cultural equality. The original problem has now either changed or been re-defined. In particular, it is no longer generally assumed that the traditional literary culture of the middle class which was once defended by social democrats against commercial encroachment and popular debasement, can provide the basis for a common culture. The goal of 'improvement' of the working class, from above, finds few supporters and, if any further evidence was needed, uses and gratifications enquiries have confirmed that, in quantitative terms, there is little variation in orientations to mass communicated culture between groups defined according to social class. The components of the culture of better-educated strata, to whom the research community largely belongs, can still be defended, especially those which have to do with the acquisition of information, rational argument, originality and true perception, but there is no unified cultural provision which represents these desiderata. The politics of information and culture provide objects of enquiry which now require to be looked at without presumed solutions or manipulative intention and this will require an analytic separation between planning for policy objectives and scientific research. It is almost certainly true that an explicit social theory or a theory of society is necessary to deal with such questions but neither a behavioristic model nor a cultural/structural model are intrinsically more or less suited to an effective deployment of research for policy objectives.

REFERENCES

- J. G. Blumler, *The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies*, Paper to ICA Conference, Berlin, 1977
- J. G. Blumler & E. Katz, eds., *The Uses of Mass Communications*, Sage Publications, 1974
- J. G. Blumler and D. McQuail, *Television in Politics: Its Uses and Influence*, Faber, London, 1968
- Ray Brown, ed., *Children and Television*, Collier Macmillan, 1976
- J. W. Carey and L. W. Kreiling, 'Popular Culture and Uses and Gratifications: notes towards an accommodation' in Blumler & Katz, 1974, 225-248
- D. C. Chaney, *Processes of Mass Communication*, Macmillan, 1972
- P. Elliott, 'Uses and Gratifications Research: a critique and a sociological alternative', in Blumler & Katz, 1974, 249-268
- G. J. Goodhart, A. S. C. Ehrenberg and M. A. Collins, *The Television Audience: Patterns of Viewing?* Saxon House, 1975
- E. Katz, Mass Communications Research and the Study of Popular Culture, *Studies in Public Communication*, 2, 1959, pp. 1-6
- J. T. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, Free Press, 1960
- M. R. Levy, 'Television News Uses: a Crossnational Comparison' *Journalism Quarterly*, 55, 2, 1978, 334-337
- D. McQuail, J. G. Blumler, J. R. Brown, The television Audience: a revised perspective, in D. McQuail, ed. *The Sociology of Mass Communications*, Penguin, 1972

INFORMATICA EN EEN NIEUWE INFORMATIE-ORDE *

In het debat over het tot stand komen van een nieuwe internationale informatie-orde richten voor- én tegenstanders zich met verve op emotionerende randverschijnselen. De recente UNESCO-vergadering (oktober/november 1978) is daarvan een goed voorbeeld. Na ingewikkelde diplomatieke manoeuvres en onverholen financiële chantage, produceerde deze 20e Algemene Vergadering twee resoluties en een verklaring over internationale informatie-uitwisseling. In deze documenten wordt veel nadruk gelegd op de internationale nieuwsdistributie, de rol van de nieuwsmedia en de bescherming en verantwoordelijkheid van journalisten. Ook met de Derde Wereldwens tot verandering van de huidige situatie wordt rekening gehouden. Dit blijkt althans uit uitdrukkingen als "een evenwichtige informatiestroom" en een "meer rechtvaardige en effectieve internationale informatie- en communicatie-orde". De kern van de internationale communicatieproblematiek werd echter zowel in de debatten als in de documenten zorgvuldig vermeden.

De werkelijk harde vragen liggen op terreinen waar in het openbaar veel minder over wordt gediscussieerd. Sleutelvragen zijn bijvoorbeeld: wie beheert de technisch-infrastructurele organisatie van de internationale communicatie en wie stelt de politiek-economische voorwaarden die de toegang daartoe bepalen.

Veel doorslaggegender dan de UNESCO-vergaderingen zijn echter de bijeenkomsten van de door de *International Telecommunication Union* (ITU) georganiseerde *World Administrative Radio Conference* (WARC). Later dit jaar (september/oktober) vindt zo'n WARC plaats in Geneve: een vergadering waar voor de komende 15 jaar de frequenties in het electromagnetisch spectrum zullen worden vastgelegd. Daar worden vitale beslissingen genomen over de toegankelijkheid van essentiële hulpbronnen voor deelname aan internationale communicatie. Nu het internationale debat zich zo toespitst op in feite marginale kwesties, ziet het er naar uit dat Derde Wereldlanden in het komende decennium enkele veldslagen zullen winnen en de oorlog verliezen. Terwijl hun politieke retoriek overgenomen (gecoöpteerd) zal worden door de geïndustrialiseerde landen en men inderdaad veranderingen zal aanbrengen in o.m. de nieuwsvoorziening en de produktie van TV-programma's, zullen controle over en gebruik van hulpbronnen zoals satellietparkeerplaatsen en frequenties ¹⁾ en geavanceerde communicatietechnologie (o.m. computers en optische vezels) plus het onderzoek en de ontwikkeling daarvan, steeds steviger in handen komen van een kleine groep geïndustrialiseerde landen en hun transnationale ondernemingen.

Dit geldt in het bijzonder voor het thema van dit artikel: de snel in omvang en betekenis toenemende internationale stroom van computergegevens ("trans-

* Dit artikel werd oorspronkelijk in het engels geschreven. Enkele tabellen zijn niet vertaald vanwege het informatica-jargon.

border data-flow") die een nieuw en cruciaal aspect toevoegt aan de studie van internationale communicatie. Dit is juist ook het geval omdat deze vorm van informatie-uitwisseling niet publiekelijk toegankelijk en controleerbaar is, dit in tegenstelling tot de relatief openbare stroom van bijvoorbeeld TV-programma's, films, boeken, etc. Bovendien zal de economische, politieke en culturele betekenis van het internationale computerverkeer in de komende jaren vele malen groter blijken te zijn dan van de media die in de jaren '80 en '90 "traditioneel" genoemd zullen worden.

Stromen van computergegevens vormen de ruggegraat van het internationale handels- en financiële verkeer en daarmee is deze vorm van informatieverbreiding integraal onderdeel van de huidige internationale economische orde. De samenhang tussen het streven naar een nieuwe economische en een nieuwe informatie-orde is hier dan ook duidelijker dan bij andere vormen van informatie-uitwisseling.

Er kan weinig twijfel over bestaan dat in het geval van computer-communicatie de controle over de getransporteerde informatie belangrijke economische en politieke macht geeft. Deze vorm van internationale communicatie wordt beheerd door een zeer klein aantal westerse ondernemingen die tezamen een van 's wereld belangrijkste industriële sectoren vormen. Eén van de gevolgen hiervan is dat 95% van alle in databanken opgeslagen informatie slechts voor 10% van de wereldbevolking toegankelijk is.

– TRANSNATIONALE COMPUTER-COMMUNICATIESYSTEMEN –

Voor de in dit artikel te bespreken vorm van communicatie zijn verschillende aanduidingen in gebruik: "telematique", "comunications" en "informatics". Ik geef de voorkeur aan het Nederlands equivalent van de laatste term ²⁾ en duid daarmee aan: *het hele terrein van ontwerp, productie, distributie, onderhoud en gebruik van transnationale computer-communicatiesystemen*. In een overzicht (tabel 1) zijn de belangrijkste toepassingen van deze systemen weergegeven, alsmede voor elke toepassing het type systeem, type gegevensverkeer, type inhoud van gegevens, de voornaamste gebruikers en een voorbeeld.

De transmissie van computergegevens via telecommunicatiecircuits is begonnen in de jaren '50 met de eerste netwerken voor luchtvaart en defensie. In de loop van de jaren '60 komt een groter aantal toepassingen in gebruik: het bankwezen, regeringen en transnationale bedrijven. De werkelijke groei van computer-communicatiesystemen vindt plaats in de jaren '70. Hierbij zijn drie elementen essentieel: de computer, de databank en het transmissiekanaal. Ten aanzien van deze drie elementen hebben zich in de jaren '70 belangrijke technologische ontwikkelingen voorgedaan, die voor de komende decennia een enorme toename van gegevenscommunicatie zullen betekenen. De kern van deze ontwikkelingen is gelegen in de integratie van elektronische gegevensverwerking met geavanceerde telecommunicatiedragers en in de miniaturisatie.

Snelheid, betrouwbaarheid en omvang van het gegevenstransport nemen toe met de vervanging van dragers zoals telefoonsystemen met coaxiaal-kabels of

TABEL 1

TRANSNATIONAL COMPUTER-COMMUNICATION SYSTEMS

APPLICATIONS	TYPE SYSTEM	TYPE TRAFFIC	TYPE DATA	EXAMPLE	REASONS	USERS
coordination corporate management	centralized processing/computer to central computer	bulk transfer	production/marketing accounting/funds personnel/payroll	IBM	large volume- transport & processing	transna- tional firms
banking and credit control	distributed networks/computer to computer & men to computer	interactive + data trans- mission	customer transfer banks transfer foreign exchange bond, stock and share/credit letters	SWIFT	resource sha- ring/volume + speed/valid- ation + secu- rity	banks/ credit bu- reaux
reservations	distributed networks/computer to computer & men to computer	interactive + data trans- mission	personal records availability reserv.	SITA	resource sha- ring	airlines travel- agencies
databanks	remote access (tele-processing) time-sharing men to computer	interactive + data pro- cessing	scientific/tech. data simulation models economic data general data	CERN General Electric Lockheed	resource sha- ring/volume of data pro- cessing/access to information	scientists government business community
international govern. cooperation	distributed networks/men to computer	interactive + data trans- mission	meteorol. data criminal records	World Meteor. Org. INTERPOL	resource sharing/infor- mation ex- change	government inter- govern. or- ganization
public tele- communication	message switching/ men-to-computer- to-men	message trans- mission	telephone/telex messages	RCA Globcom	large volume transport/ speed/reliable performance	general

met korte-golfcircuits door kabels van optische vezels en satellieten. Bovendien worden tegelijkertijd analoge netwerken vervangen door digitale netwerken: alle tot nu toe in analoge-vorm overgedragen gegevens zullen met de snelheid en betrouwbaarheid van het digitale signaal vervoerd kunnen worden. ³⁾ Deze ontwikkeling, gecombineerd met de miniaturisatie, betekent ook dat steeds meer informatie op steeds kleinere oppervlakten opgeslagen kan worden. De integratie van de "chip" en telecommunicatie per satelliet schept de mogelijkheid *digitale discotheken* in de ruimte op te slaan, of *digitale bibliotheken* die via de huiscomputer toegang geven tot zo'n 100 triljoen informatie "bits". ⁴⁾

– INFORMATICA EN MASSAMEDIA –

Computer-communicatie is op vitale wijze geïntegreerd met dragers en systemen van telecommunicatie. In toenemende mate zal aan deze integratie ook het terrein van de gangbare massamedia toegevoegd worden. In algemene zin zijn informatica en massamedia met elkaar verbonden middels een groeiend aantal dienstverleningen van computersystemen aan media-operaties, zoals computer-gestuurde schakelmechanismen in telefoonsystemen of d.m.v. de computer-geleide sorteermachines in postkamers van kranten. Op meer specifieke manier raken informatica en massamedia verbonden zoals aangegeven in tabel 2.

TABEL 2

MASSAMEDIA	INFORMATICA
Newspaper	Word processing/Text composition
Magazine	Home terminal publishing
Television	on-line editing
	computer generated video
Film	viewdata
Radio/TV	graphics produced via computer
Educational publishing	computer steered satellite transmissions
Telephone	computer-assisted instruction packages
Telegraph	computer voice recognition
	data networks

Een recente studie door *Arther D. Little Inc.* geeft aan dat deze integratie in de jaren '90 ingrijpende gevolgen zal hebben voor de nieuwsindustrie. In Noord-Amerika en West-Europa zullen dan op grote schaal huis-terminals gebruikt worden en slechts die uitgeverij die hun traditionele rol laten varen en zich toeleggen op het creëren van databanken zullen winstgevende markten vinden. ⁵⁾

Belangrijke gevolgen van deze integratie zijn:

- de consumptie van informatie wordt sterk geïndividualiseerd ("geatomiseerd")
- distributiemediën voor informatie worden informatie-opslagsystemen

- computers worden informatie/communicatiemedi
- het technisch onderscheid tussen gegevensstromen en traditionele informatiestromen verdwijnt.

Dit laatste is van grote betekenis voor massamediale communicatie. Wanneer alle vormen van informatie-overdracht gedigitaliseerd worden, vervalt een belangrijk verschil tussen computergegevens en bijvoorbeeld journalistieke informatie. Een politieke en juridische kernvraag in verband hiermee is wat de betekenis is van het opleggen van restricties aan het computerverkeer, zoals dat door enkele westerse landen is gedaan (Frankrijk, Zweden en de Bondsrepubliek), en die hiermee een interessante inbreuk maken op het ook door hen sterk ondersteunde principe van de vrijheid van informatie. Voor welk type informatie geldt die vrijheid wel en voor welk type niet? Dit is zeer belangrijk omdat Derde Wereldlanden, wanneer zij media-informatie willen beperken, dezelfde argumenten gebruiken als deze westerse landen t.a.v. computergegevens, namelijk "veiligheid" en "culturele soevereiniteit".

Een boeiende discussievraag voor communicatie-onderzoekers zou dan ook zijn: "Wat is het verschil tussen economische informatie die in digitaal-vorm van computer naar computer getransporteerd wordt ten behoeve van een transnationale onderneming (bijvoorbeeld *IT&T*) én economische informatie die van journalist naar journalist via een computer in digitaal-vorm getransporteerd wordt ten behoeve van een transnationale onderneming (bijvoorbeeld *UPI*)?"

- ECONOMISCHE ASPECTEN -

Diverse schattingen laten zien dat in 1980 de activiteiten van de informaticasector van de communicatie-industrie tussen de 5% en 10% van het BNP van de geïndustrialiseerde landen zullen omvatten. Waarschijnlijk zal dit percentage snel stijgen omdat de informatica, vooral op het gebied van de mini-computers, een zeer snelle groei (ruim 20% jaarlijks) doormaakt.

De wereldverkoop van computers en toebehoren bedroeg in 1977 ruim 40 miljard US dollar.

De informatica-industrie wordt oligopolistisch beheerd: één onderneming *IBM*- controleert zelfs een marktaandeel van ongeveer 60%. In tabel 3 staan de vijftien grootste transnationale computerondernemingen. De zeven belangrijkste zijn alle in de VS gevestigd en nemen van de verkoop van de vijftien ruim 23 miljard dollar voor hun rekening, oftewel 85%. Van de 50 top-computerondernemingen in de VS nemen de genoemde zeven ruim 75% voor hun rekening en *IBM* zelfs 50%. Voor de zeven grootste ondernemingen zijn hun internationale activiteiten erg belangrijk, want gemiddeld 41% van de verkoop komt uit het buitenland. ⁶⁾

De wereldhandel in computers en toebehoren bedroeg in 1975 bijna 10 miljard dollar, d.w.z. dat voor dit bedrag aan computerproducten werd geïmporteerd en geëxporteerd. De tien grootste importeurs (waaronder Nederland) namen daarvan ongeveer 50% voor hun rekening. In tabel 5 zijn voor 1975 globale import- en exportcijfers aangegeven. Internationaal groeide de computerimport, gerekend over de periode 1972-1975 gemiddeld met 22%. Opvallend

TABEL 3. De 15 grootste transnationale computerbedrijven (1977)

Rangorde	Bedrijf	Verkoop van computer- produkten/services in miljoenen US \$	% inkomen uit het buitenland
1	<i>IBM (VS)</i>	14.765.	50%
2	<i>Burroughs (VS)</i>	1.844.	41%
3	<i>NCR (VS)</i>	1.574.	49%
4	<i>CDC (VS)</i>	1.513.	34%
5	<i>Sperry (VS)</i>	1.472.	41%
6	<i>Digital Eq. (VS)</i>	1.059.	36%
7	<i>Honeywell (VS)</i>	1.037.	37%
8	<i>Fujitsu (Japan)</i>	856.	
9	<i>CII-HB (Frankrijk)</i>	765.	
10	<i>Hitachi (Japan)</i>	720.	
11	<i>Siemens (BRD)</i>	550.	
12	<i>Memorex (VS)</i>	405.	
13	<i>Hewlett Packard (VS)</i>	402.	
14	<i>Nippon (Japan)</i>	400.	
15	<i>Nixdorf (BRD)</i>	384.	

(BRON: DATAMATION, juni 1978).

Voor de verkoop van de verschillende produkten en diensten van de informatica-industrie zijn de percentages aangegeven in tabel 4.

TABEL 4. Verdeling verkoopcijfers (in %) naar produktcategorie (1977)

computers	24%
mini-computers	8%
service en software	18%
terminals	44%
disks, tapes, etc.	6%

(Berekend naar gegevens uit DATAMATION, juni 1978).

snel groeide in deze periode de import in het Midden-Oosten, namelijk met 81%, in Afrika met 44,2% en in Latijns-Amerika met 38% (vooral in Chili: 202% en Cuba: 97%). In Azië was de import minder met een groei van 14%. Dit hangt vooral samen met de sterke exporteur in deze regio, namelijk Japan. Geschat kan worden dat de wereldhandel in computerprodukten in 1979 ruim 22 miljard dollar zal bedragen.

TABEL 5. Import/Exportcijfers voor computerproducten (1975) *

REGIO	IMPORT (in miljoenen US \$)	EXPORT (in miljoenen US \$)
West-Europa	5.231.	4.528.
Noord-Amerika	1.441.	2.951.
Oost-Europa	826,8	803.
Azië	703,6	986.
Latijns-Amerika	601,7	176.
Oceanië	276,8	20.
Afrika	236.	4.
Midden-Oosten	163.	12.

(BRON: DATAMATION, maart 1978).

* Een lichte vertekening treedt op omdat import- en exportcijfers berekend zijn aan de hand van OECD-gegevens die de *Standard International Trade Classifications* code volgen waarin onder categorie 704 computers + kantoormachines - zoals schrijf- en rekenmachines - vallen (naar schatting 15% van het totaal).

Een belangrijk economisch aspect is verder dat de kosten van toegang tot de systemen sterk zijn afgenomen, hoewel het aantal functies van computersystemen toeneemt, evenals de snelheid waarmee deze verricht kunnen worden. In de afgelopen 25 jaar is de geheugencapaciteit 10.000 maal toegenomen en de snelheid van gegevensverwerking zelf 50.000 maal. Tegelijkertijd zijn echter de kosten van onderzoek en ontwikkeling steeds hoger geworden, zodat nog slechts de allergrootste bedrijven zich deze grootschalige activiteit kunnen permitteren. In 1977 waren de uitgaven voor onderzoek en ontwikkeling in de informatica-industrie bijna 2 miljard dollar. Dat is meer dan in de chemische of farmaceutische of ruimtevaart-industrie werd uitgegeven aan onderzoek. De zeven top-ondernemingen namen van deze uitgaven 90% voor hun rekening. ⁷⁾

– POLITIEKE ASPECTEN –

"Data accumulation and storage are part of the process of decision-making, the effectiveness of which depends to an increasing degree on access to massive amounts of data, which are only manageable when computerized". ⁸⁾

De centrale rol die het opslaan, bewerken en transporteren van computergegevens speelt in processen van politieke besluitvorming, maakt de oligopolisatie van de informatica-industrie een essentieel politiek probleem. De concentratie van computercapaciteit in handen van een klein aantal ondernemingen in de VS betekent, dat zeer veel andere landen belangrijke economische en sociale (en ook persoonlijke) gegevens laten opslaan en bewerken buiten hun grenzen. Bijna 60% van West-Europese computergegevens wordt bewerkt door ondernemingen in de VS. (In het Zweedse Malmö bijvoorbeeld zijn brandweerlieden voor informatie over mogelijke risico's bij het uitbreken van brand, afhankelijk

van een computer in de VS). Dit schept een afhankelijkheid, zelfs al op het triviale niveau van het falen van de telefoon- en elektriciteitssystemen van het andere land. Belangrijker is echter dat, bijvoorbeeld in het geval van Frankrijk, vitale economische gegevens en de econometrische modellen voor hun bewerking zijn opgeslagen in een computer van *General Electric* in Cleveland, Ohio. Voor macro-economische projecties is het Franse Ministerie van Economische Zaken afhankelijk van de gegevensopslag en -bewerking van *General Electric*. Afhankelijkheid van buitenlandse databanken betekent ook afhankelijkheid van de wijze waarop de gegevens georganiseerd zijn.⁹⁾ Een databank is als het ware de organisatie van een collectief geheugen en wanneer dat uit handen wordt gegeven, verdwijnt een belangrijk deel van de eigen beslissingscapaciteit. De concentratie van databanken in de VS kan geïllustreerd worden met de volgende cijfers. Van de 277 databanken voor wetenschap en techniek (in 1975) bevinden zich 160 in de VS. De belangrijkste databank wordt gecontroleerd door *Lockheed*. Van het totaal aantal databankgebruikers is de helft klant van *Lockheed Information Systems*.

De bedreiging van de nationale politieke soevereiniteit is het meest evident op het gebied van de integratie van "remote resources sensing" met behulp van satellieten en de elektronische bewerking van de zo verkregen gegevens.¹⁰⁾ Het verkennen van grondstoffen (mineralen, olie) en landbouwontwikkelingen met behulp van fotosatellieten, stelt de landen die "afgetast" worden bloot aan een belangrijk verlies van soevereine besluitvorming. De verkregen gegevens worden immers elders bewerkt en verkocht, zodat vreemde belangengroepen toegang hebben tot informatie die economische en politieke beslissingen beïnvloedt.

Een ander politiek aspect van de communicatie per computer is de bedreiging van het privé-leven van de burger. In Canada bijvoorbeeld zijn veel persoonlijke gegevens over credietwaardigheid van vele burgers, medische en justitiële bijzonderheden, informatie over carrière etc., opgeslagen in computers in de VS. Daarmee is de Canadese regering niet langer in staat de "privacy" van haar burgers te beschermen.

Inmiddels is een aantal Europese landen op dit terrein actief geworden en worden er wetten voorbereid of zijn reeds aangenomen (zie tabel 6).

In de "privacy"-wetgeving zijn drie elementen belangrijk: *openbaarheid*, *eigendom* en *controle*.

Openbaarheid: de wetgeving is gericht op het openbaar maken van databanken en het voor het publiek toegankelijk maken van computergegevens.

Eigendom: in artikel 1 van de Franse informaticawet staat dat gegevensbewerking ten dienste moet staan van alle burgers en noch de menselijke identiteit, noch de mensenrechten mag schaden. Hiermee wordt impliciet de categorie "privacy" verbreed en gewezen op de noodzaak misbruik van de vrijheid van informatie te voorkomen. Zoals F. Hondius opmerkt: "Information ceases to enjoy the protection of the law if it is a falsehood, or a half truth".¹¹⁾ Een belangrijk aspect van de eigendomsregeling van informatie is, dat in het conflict tussen de vrijheid van informatie voor de gegevenshouder (databank) en het gegevenssubject, het belang van de laatste doorslaggevend is.

TABEL 6. Status wetgeving bescherming gegevens in West-Europa

Land	Wet aangenomen	Wetgeving in Parlement	Regeringsrapport voorbereid	Regeringsrapport in voorbereiding
Oostenrijk	x		x	
België		x		
Denemarken	x		x	
Finland				x
BRD	x		x	
Griekenland				
Ierland				
Italië				x
Luxemburg		x		
Nederland		x	x	
Noorwegen	x		x	
Portugal	Heeft een paragraaf in de grondwet m.b.t. gegevensbescherming			
Spanje		x		
Zweden	x			
Zwitserland				x
Engeland	x		x	

(BRON: TRANSNATIONAL DATA REPORT).

Controle: "The question of control over the exercise of computing power is the focal point of data-protection laws".¹²⁾ Dit is de politieke kernvraag ten aanzien van de informatica: welke vorm zal de institutionele controle in een samenleving hebben ten aanzien van de toepassing van deze communicatietechnologie? Wie zal het beheer voeren en wie zal er baat bij hebben?

Dit is in feite de vraag naar de verdeling en uitoefening van maatschappelijke macht. Hier moeten beslissingen genomen worden voor een gecentraliseerde of een gedecentraliseerde organisatie van de controle, en moet gekozen worden voor particuliere winst of openbare dienstverlening. De technologische ontwikkelingen in de informatica zijn primair gericht op het vervullen van de doelstellingen van transnationale ondernemingen en niet op het openbaar belang. Een voorbeeld is het terrein van communicatiemediën en educatie. Moderne communicatiemediën zijn niet ontwikkeld om aan educatieve doelstellingen te beantwoorden, hun maatschappelijke organisatievorm is daarop niet ingesteld, en er zijn geen adequate institutionele controlemechanismen om dit te corrigeren. Dit geldt zeer sterk ten aanzien van de recent ontwikkelde communicatietechnologie (video-platen, computer-assisted instruction, viewdata, etc.). Terwijl de opvoeders nog discussiëren over de toepasbaarheid van deze technieken in educatieve processen, heeft de industrie al een organisatievorm ontwikkeld (commerciële productie onder oligopolistische condities) die de mogelijke toepassingen vergaand zal bepalen.

De vraag naar de politieke controle ten aanzien van de ontwikkelingen op informatica-gebied heeft belangrijke sociaal-culturele consequenties.

Verlies van politieke soevereiniteit betekent dat beslissingen over de essentiële elementen van een cultureel systeem, buiten dat systeem genomen zullen worden. Belangen, die niet noodzakelijkerwijs die van het betreffende culturele systeem zijn, bepalen de technieken, instrumenten, symbolen en sociale modellen van dit systeem.¹³⁾ Omdat er in de rijke geïndustrialiseerde landen (vooral in de VS) een sterke concentratie van computercapaciteit is, staan de culturele systemen van de afhankelijke landen onder sterke invloed van deze metropolis. Transnationale computercommunicatiesystemen zijn een zeer belangrijke factor in het proces van culturele gelijkschakeling.¹⁴⁾ Belangrijke aspecten van deze gelijkschakeling zijn:

- in zeer uiteenlopende culturele systemen gebruikt men dezelfde instrumenten die met een universele taal benaderd moeten worden;
 - men moet zich in toenemende mate verlaten op het geautomatiseerde geheugen;
 - men wordt geconfronteerd met de gevolgen van een versnelde uitwisseling van informatie;
 - bij een computersamenleving behoort een specifieke sociale organisatie.
- Ten aanzien van dit laatste: zoals al opgemerkt zal de huiscomputer¹⁵⁾ tot een sterke atomisering van de samenleving leiden. Bovendien zal de micro-electronica niet alleen leiden tot arbeidsplaatsenverlies in de industrie, maar ook in de dienstensector: dienstverleningen zoals informatievoorziening, amusement, financieel verkeer, posteries en bibliotheken zullen sneller, efficiënter en betrouwbaarder werken wanneer ze geautomatiseerd worden. Met deze ontwikkelingen zal, zoals Louis Emmerij concludeert, ook de kloof tussen arm en rijk groter worden.¹⁶⁾ Daarbij moet dan opgemerkt worden dat dit niet slechts geldt voor de verhouding arme-rijke landen, maar in nog sterkere mate voor de discrepantie tussen arme en rijke klassen in die Derde Wereldlanden waar de informatica is binnengehaald (en wordt) als panacea voor ontwikkeling en vooruitgang.

– INFORMATICA EN EEN NIEUWE INFORMATIE-ORDE –

"There is little doubt the *entire* US economy will be adversely affected if we manage to lose the decisive position of strength and leadership we now hold in computer technology"

Charles P. Lecht, president van de *Advanced Computer Techniques Co.*

Informatica en de controle erover vormen de kern van de huidige internationale informatie-orde. Daarom is de informatie-industrie in de VS zich pas zorgen gaan maken over mogelijke veranderingen in die orde, toen enkele West-Europese landen het precedent schiepen van restricties op transnationale gegevensstromen en de eigen informatica-industrie gingen beschermen. In tegenstelling tot wat in UNESCO en bij de niet-gebonden landen en hun nieuwsagentschappen gebeurt, is hier sprake van een serieuze "information-war".¹⁷⁾ Op het terrein van de informatica staan grote economische belangen

op het spel en daarmee is het tegelijkertijd een kwetsbaar terrein waarop afhankelijke landen een zekere mate van tegenmacht zouden kunnen ontwikkelen.

Enkele West-Europese landen zijn daar inmiddels mee begonnen. De terminologie die daarbij gebruikt wordt, klinkt overtuigend: bescherming van de privacy, soevereiniteit, informatievrijheid, autonome culturele ontwikkeling. Achter deze termen gaan echter dezelfde motieven schuil als die waardoor de Amerikanen geleid worden: het tegemoet komen aan de economische belangen van particuliere ondernemers en nationale overheden. De Amerikaanse zakenwereld heeft dat snel ingezien: Brendan McShane van *General Electric* commentarieert: "Europe has finally figured out a way to blunt American technology. The privacy issue provides an economic wedge that they weren't able to develop in the computer mainframe and service business". En Rossiter W. Langhorne van *Manufacturers Hanover Trust* vraagt: "Is the real concern protection for host country industries, neutralization of foreign competition, the erosion of control and monopolistic domination of the home market and labor displacement by a more competitive, cost-effective technological service offered outside a given nation state? Is the intent to hold international communication users to ransom in the name of transborder data flows in order to increase domestic communications or tax revenue?"

Voor Derde Wereldlanden is de rol van West-Europa niet onbelangrijk. Op de wereldmarkt bedrijven de West-Europese landen meer handel met Derde Wereldlanden dan de VS. West-Europa is zowel een belangrijke leverancier als een belangrijke markt voor de Derde Wereld. Daardoor is een multi-polair economisch systeem ontstaan waarbinnen voor Derde Wereldlanden een grotere vrijheid van handelen mogelijk is.

Echter ook West-Europa functioneert binnen hetzelfde metropolisatellietsysteem als de VS. De voorstellen van de Europese Gemeenschap ten aanzien van de relaties met Derde Wereldlanden zijn weinig belovend. Ze houden onder meer in: een gedragscode, niet voor transnationale ondernemingen, maar voor gastregeringen; het vermijden van overheidsinterventies op de mineralen- en goederenmarkt; een krachtige bescherming van West-Europese patenten. Bovendien is het terugboeken van inkomsten vanuit Derde Wereldlanden naar het moederland in het algemeen veel omvangrijker bij West-Europese ondernemingen dan bij Amerikaanse firma's.¹⁸⁾ Ook is de Europese Gemeenschap sterk geïnteresseerd in een internationale arbeidsverdeling waarbij West-Europa oligopolistische voordelen kan verwerven, zoals juist in satellieten, computers en electronica.

Het optreden van West-Europese landen is dan ook voor Derde Wereldlanden bruikbaar in zoverre er afbreuk wordt gedaan aan de overmacht van de industrie in de VS, maar als model of als partner biedt Europa weinig perspectief.

De vraag is dan in hoeverre Derde Wereldlanden hun eigen weg kunnen gaan.¹⁹⁾

Voorbeelden zijn India en Brazilië. In India heeft de regering (in overeenstemming met een in 1974 aangenomen wet) *IBM* voorgesteld om 40% van de aandelen in de Indiase vestiging over te dragen aan burgers van het land. Na

moeizame onderhandelingen besloot *IBM* hier niet op in te gaan. Met ingang van 1 juni 1978 verdween de firma uit India. Onder de belangrijkste opvolgers die nu - met voormalige *IBM*-medewerkers - computers fabriceren en onderhouden, zijn twee door de staat beheerde bedrijven: *Computer Maintenance Corp.* en *Electronics Corp. of India*. Het financiële verlies door het vertrek uit India is voor *IBM* zeer gering. De activiteiten van de Indiase vestiging bedroegen slechts 0,2% van de wereldverkoop. Toch is *IBM* met een serieus probleem geconfronteerd, omdat verwacht wordt dat India in de jaren tachtig een van de belangrijkste computermarkten zal zijn. Daar komt nog bij dat een soortgelijke ontwikkeling zich lijkt te herhalen op een andere potentiële Derde Wereldmarkt: Nigeria.

Het andere voorbeeld van hoe een Derde Wereldland zijn eigen weg kan gaan is Brazilië, waar vrijwel de gehele mini-computer sector is genationaliseerd. Dit heeft tot een gevoelig verlies geleid voor Amerikaanse ondernemingen. Het voorbeeld van Brazilië maakt duidelijk, dat het principe van de nationale soevereiniteit enerzijds het Amerikaanse monopolie afbreuk doet, maar anderzijds een conveniente legitimatie is van de belangen van de leidende klasse. Deze zal juist door de toepassing van de moderne communicatie-technologie beter in staat zijn haar repressie ten opzichte van de meerderheid van de bevolking te continueren.

Om de huidige internationale orde (en de nationale pendanten daarvan) werkelijk te veranderen, zouden de volgende principes moeten worden gerealiseerd:

- de oligopolistische controle over de productie en distributie van informatie moet worden afgebroken;
- een totale informativrijheid moet afgewogen worden tegen de noodzaak van het handhaven en/of ontwikkelen van adequate culturele systemen, autonome politieke besluitvorming en economische ontwikkeling op eigen kracht;
- men moet informatie als een openbaar goed erkennen;
- informatieprocessen dienen te worden gedemocratiseerd.

Een nieuwe informatie-orde impliceert een keuze voor een sociaal model, voor een institutionele organisatievorm van maatschappelijke kennis, die het opslaan, bewerken en transporteren daarvan democratisch toegankelijk en controleerbaar maakt.

Dit is extra urgent omdat de technologische ontwikkelingen ons aangeboden worden met een vanzelfsprekende oncontroleerbaarheid. Tijdens een recente bijeenkomst van computerfabrikanten in New York was het de algemene teneur om te spreken over innovaties als een bijna metafysisch gegeven ("it can't be stopped") en als de enige weg naar een werkelijk menselijk bestaan.²⁰⁾

In een dergelijke situatie kunnen de beslissingen niet slechts aan de technologen worden overgelaten, maar moeten politieke beslissingen genomen worden ten aanzien van het gewenste sociale model.

Op dit punt zijn we ook in Nederland ver achterop geraakt: "Justitie sleutelt aan de privacy, economische zaken houdt een oogje op de verpieterde computer-industrie, de PTT ziet zich alleen als vervoerder en zo stommelt Nederland halfblind de informatiemaatschappij binnen".²¹⁾

Het lijkt me dat hier een evidente verantwoordelijkheid voor communicatiewe-

tenschappers ligt: onderzoek te doen naar beleidsimplicaties en beleidsalternatieven met betrekking tot de ontwikkelingen en toepassingen van de integratie tussen informatica, telecommunicatie en massamedia.

Noten

1. Zie Cees J. Hamelink: Imperialism of satellite technology, in *WACC Journal*, 1, 1979.
2. Deze term wordt ook gehanteerd door het *Intergovernmental Bureau for Informatics* (Rome), de internationale organisatie bij uitstek voor computercommunicatie.
3. Traditionele telecommunicatienetwerken zijn ingesteld op de overdracht van de menselijke stem-in-analoog-vorm; de overdracht van het digitale computersignaal vraagt om transmissiekkanalen van zeer veel hogere snelheid. Bij transmissie in analoog-vorm is de snelheid gewoonlijk beperkt tot 4800 bits per seconde. Voor digitaal-transmissie moet een snelheid van meer dan 600 miljoen bits per seconde bereikt kunnen worden. Een extra probleem vormt de tariefstructuur van de bestaande telecommunicatie-netwerken.
4. "Chips" zijn microprocessors die op een klein oppervlak (een plaatje silicon van enkele mm²) een groot aantal functies verenigen. In combinatie met geheugenchips en input/output-elementen is het een minicomputer met een capaciteit en snelheid die de grote computer bijna evenaart. Met het toenemen van het aantal functies wordt de chip steeds goedkoper.
5. Volgens studeeileider Donald Sparrow in een interview met *Variety*, 28 maart 1979.
6. Een zelfde concentratie doet zich voor op het terrein van de met de informatica geïntegreerde telecommunicatie, met name t.a.v. de satellieten, zie Cees J. Hamelink, o.c.
7. De uitgaven voor onderzoek en ontwikkeling vormen in de informatica-industrie ook een hoger percentage van de verkoopcijfers dan in de andere vermelde sectoren. Gegevens uit *Business Week*, 3 juli 1978.
8. A. Gotlieb, Ch. Dalfen en K. Katz: The transborder transfer of information by communications and computer systems, in *The American Journal of International Law*, vol. 68, april 1974, p. 247.
9. Zie S. Nora en A. Ninc: *L'informatisation de la société*, Parijs, 1978.
10. Zie Cees J. Hamelink, o.c.
11. F. Hondius: Data legislation on the march, in *Information Privacy*, no. 1, september 1978, p. 6.
12. F. Hondius, o.c., p. 7.
13. Voor een uitvoeriger analyse zie Cees J. Hamelink: *Derde Wereld en Culturele Emancipatie*, Baarn, 1978.
14. In een Delphi-onderzoek onder betrokkenen bij de computerindustrie gaf 75% op het eens te zijn met de uitspraak "The use of computers across national boundaries will contribute to the homogenization of cultural values and attitudes", zie B. Nanus, L. M. Wooton en H. Borko: *The social implications of the use of computers across national boundaries*, 1973.
15. De huiscomputer is in feite niets meer dan de combinatie van elementen die nu reeds in veel woningen aanwezig zijn: telefoon, televisie, de schrijfmachine en de elektronische rekenmachine.
16. Louis Emmerij: Tijdperk van technisch imperialisme voor de deur? in *NRC-Handelsblad*, 10 april 1979.
17. Zie *Washington Post*, 15 januari 1978: "The coming information war".
18. Dit is een gevolg van de verhouding tussen inkomsten in het moederland en onkosten (voor o.m. onderzoek en ontwikkeling) in het moederland. Wanneer dit negatief uitvalt, zoals in landen met een kleine thuismarkt, is er een grotere kapitaalstroom van de buitenlandse vestingen naar het hoofdkwartier dan wanneer grote binnenlandse markten voldoende revenuen opbrengen.
19. Dit is verder uitgewerkt in Cees J. Hamelink: *Derde Wereld en Culturele Emancipatie*, Baarn, 1978.
20. Conferentie over Data Regulation, New York, november 1978.
21. F. Kuitenbrouwer, in *Informatie*, 1/1978, p. 32.

Niet in de noten en bronopgaven vermelde literatuur.

- Herbert I. Schiller: Computer systems: power for whom and for what? in *Journal of Communication*, autumn 1978, vol. 28:4, pp 184-193.
- Herbert I. Schiller: Sources of opposition to American Information Supremacy, "paper" voor *The Seventh Annual Telecommunications Policy Research Conference*, Pennsylvania, mei 1979.
- Robert Jacobson: Satellite Business Systems and the concept of the dispersed enterprise ("paper"

- voor een *East-West Communication Institute* seminar, Hawaii, 1978).
- Study for OECD by Logica: The usage of international datanetworks, 1977.
 - James T. Martin: Communication and computers, in: G. Gerbner, L. P. Gross en W. H. Melody: *Communications technology and social policy*, New York, 1973, pp 7-12.
 - Dieter Kimbel: An assessment of the computer-telecommunications complex in Europe, Japan and North America, in *idem*, pp 147-164.
 - Edwin B. Parker: Technology assessment or institutional change? in *idem*, pp 533-546.

BOEKBESPREKING

Dr. M. Schneider/dr. J. Hemels, DE NEDERLANDSE KRANT 1618-1978, van 'nieuws-tydinghe' tot dagblad, Het Wereldvenster Baarn 1979, vierde geheel herziene en uitgebreide druk, 583 blz., ill., tab., bijl., bibl., registers. ISBN 90 293 9661 X, f 44,50.

Het is onmogelijk, dit boek te beschouwen als een uitgave an sich; het is veel meer dan dat: het is een encyclopedie, een almanak, een bijbel.

In 1885 verscheen een eerste globaal overzicht van de geschiedenis van de krant in het algemeen, met veel aandacht voor de Nederlandse pers. De auteur - Rotterdamse bibliothecaris R. van der Meulen - maakte gebruik van de resultaten van het jarenlange speurwerk van mr. W. P. Sautijn Kluit (1838-1894), een naam waar pershistorici moeilijk omheen kunnen. In de bibliografie van dit werk is hij dan ook met 67 titels vertegenwoordigd!

Pas 50 jaar later kwam een vervolg: dr. Kurt Baschwitz (1886-1968), docent in de leer van de pers, propaganda en openbare mening aan de Universiteit van Amsterdam, publiceerde in 1938 *De krant door alle tijden* (tweede druk in 1948).

In 1943 verscheen de eerste druk van *De Nederlandse Krant*; in zijn inleiding stelde auteur Maarten Schneider duidelijk dat hiermee allermindst de draad van Sautijn Kluit weer werd opgepikt. Daarvoor zou nog veel meer pershistorisch onderzoek gedaan moeten worden, m.n. over de 19e en 20e eeuw.

Ook met deze vierde druk (tweede druk 1949, derde druk 1968) gaat die wens volgens de auteurs nog niet in vervulling, al zijn er dan inmiddels diverse belangrijke publikaties, waaronder proefschriften, verschenen. Deze nieuwe uitgave is niet alleen herzien en bijgewerkt op basis van nieuwe gegevens en publikaties, maar ook aanzienlijk uitgebreid vooral wat betreft de jongere en jongste historie. Een kleine (kwantitatieve) vergelijking tussen de derde en vierde editie moge dit illustreren: de omvang ging van

248 naar 583 pagina's, de bibliografie groeide van 100 naar ongeveer 800 titels, het registervolume verdubbelde, en er verschenen bijna 100 pagina's bijlagen met de meest uiteenlopende interessante gegevens. Nieuw zijn ook de hoofdstukken 14, 15 en 19; resp. gewijd aan de populaire pers en de opkomst van persconcerns, samenspel en tegenspel tussen journalisten, dagbladuitgevers en typografen, en het recente beleid voor en van de pers.

De ondertitel *Van 'nieuwstydinghe' tot dagblad* geeft aan wat dit boek probeert te schetsen: de ontwikkeling van inlichtende nieuwstydinghe via commentaar en toelichting tot het hedendaagse, universeel in- en voorlichtende, ook ontspanning en verstrooiing biedende dagblad, een evolutie van ambachtelijk tot industrieel produkt.

Het boek opent - hoe kan het anders - met de uitvinding van de boekdrukkunst, het gebruik van de losse letters. Dit was een noodzakelijke voorwaarde voor de ontwikkeling van de courant. Daarvóór werden nieuwsbrieven met de hand geschreven; het essentiële verschil tussen die *scribale* en *typografische* communicatie: de eerste fixeert de boodschap, de tweede fixeert ze niet alleen maar diffuseert ze bovendien. De sociale gevolgen van de (boek)drukkunst zijn zeer belangrijk geweest voor de diffusie van de wetenschap, voor standaardisering van de communicatie, stabilisering van de volkstalen en voor de controle en de kritiek op vondsten van anderen. Men vergelijk dit met de opvattingen van m.n. McLuhan; door de drukkunst introduceerde men het in fasen uiteenleggen van het produktieproces, wat leidde tot specialisatie en automatisering: het fun-

dament voor de industriële revolutie. Een tweede noodzakelijke voorwaarde vormde de ontwikkeling van het postverkeer; een wijde verspreiding van de nieuwstijdingen werd hiermee mogelijk. Dan volgt de rijk-gedocumenteerde geschiedenis van de geschreven nieuwsbrieven, de vlugschriften en de eerste gedrukte couranten. De oudste gedrukte krant tot op heden bekend komt uit Duitsland (1609); wat Nederland betreft is het oudste exemplaar van 14 juni 1618 (in 1938 gevonden in de Koninklijke Bibliotheek van Stockholm). Vervolgens besteden de auteurs aandacht aan de advertenties in de couranten en aan de opkomst van de politieke pers, voortgesproten uit de onenigheid over de vierde oorlog met Engeland, begonnen in 1780; naast registratie van nieuws brengt men nu ook interpretatie en commentaar. De vrijheid van drukpers wordt in 1798 heilig verklaard (ongetwijfeld de geest van de Franse revolutie) en de Staatsregeling van 1801 luidt: "Een iegelijk kan doen en verrigten alles wat hem behaagt, maar blijft wegens alle zijne daden, zo wel als wegens het verspreiden zijner gevoelens, verantwoordelijk volgens de Wet". Spoedig zou blijken dat de rollen van theorie en praktijk vóór en na 1798 waren omgekeerd; de voorafgaande periode kende een - zij het dan ook gematigde - praktische persvrijheid zonder een theoretische, de jaren ná 1798 kenden wel dat laatste maar geen praktische vrijheid. In de Napoleontische periode werd de persbreidel nog sterker; in 1804 werd een buro tot uitoefening van de censuur in het leven geroepen onder de weidse naam van 'Bureau voor de Persvrijheid'. De weinige kranten die nog mochten verschijnen moesten twee-talig zijn: Nederlands/Frans. In 1813 begon Napoleons' troon te wankelen en al snel verschenen de kranten weer in het Nederlands. . . De Grondwet van 1814 kende geen persvrijheids-artikel; de gedachte was dat aan het vastleggen daarvan geen behoefte bestond, omdat "alle die begin-

selen bij ons de facto bestaan". In 1815 kwam het er uiteindelijk toch in, samen met andere grondrechten, vooral op aandrang van België, de partner in het Verenigd Koninkrijk der Nederlanden. In 1848 kwam een nieuwe formule tot stand, die ook nu nog geldt: "Niemand heeft voorafgaand verlof nodig, om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren, behoudens ieders verantwoordelijkheid voor de wet".

Het begin van de negentiende eeuw wordt gekenmerkt door algemene malaise, inertie en apathie, en de ontwikkeling en inhoud van de kranten was daarmee in overeenstemming. In 1828 wordt het *Algemeen Handelsblad* opgericht, dat vanaf 1 oktober 1830 dagelijks verschijnt. Dit is het eerste echte *dagblad* van Nederland. In 1844 komt een andere beroemde krant op het toneel: *Nieuwe Rotterdamse Courant*, in 1845 gevolgd door *De Tijd*, waarmee naast de algemeen/liberale kranten nu ook de confessionele dagbladpers een feit is geworden.

Ter nadere orientatie iets over de oplagen; in 1851 had *De Tijd* 100 abonnees, het *Algemeen Handelsblad* 5400, *NRC* 1800, *Opregte Haarlemsche Courant* 3250 en *De Nederlander* 350. Deze kleine oplagen werden niet op de laatste plaats veroorzaakt door het dagbladzegel; de belasting op kranten maakte de abonnementsprijs voor velen te hoog. Dit blijkt dan ook uit de enorme vlucht die de dagbladpers neemt na de afschaffing van het dagbladzegel in 1869. Vóór die datum waren er slechts 9 dagbladen; aan het eind van datzelfde jaar zijn dat er al 14, in 1890 uitgegroeid tot 54 en in 1894 zijn er maar liefst 62. Als mogelijke verklaringen (naast het verdwijnen van het dagbladzegel) noemen de auteurs o.a.: vooruitgang in het economisch leven, door beter onderwijs daling van het analfabetisme, toenemende urbanisatie als gevolg van de industrialisatie, ontwikkeling van de arbeiderspers, groeiende interesse voor buitenlandse ontwikkelingen, ontstaan van politieke partijen, snellere communicatie dankzij

telegraaf en telefoon en verbetering van de postverbindingen.

Na een grondig overzicht van de ideologische geïndeederde pers (katholiek, liberaal, gereformeerd, socialistisch en communistisch), ruim aandacht voor de opkomst van de populaire pers en de persconcerns. *De Telegraaf* en *De Courant* (beide 1893 opgericht) vormen één concern en kopen stelselmatig andere kranten op; in 1902 is het concern goed voor een oplage van 16.000, in 1911 zijn het er al 140.000 en in 1930 (*De Courant* heet inmiddels *D.C./Nieuws van den Dag*) maar liefst 365.000 ex. Ter vergelijking: *NRC* heeft dan een oplage van 35.000 en het *A.H.* van 50.000 ex., terwijl de anti-revolutionaire *De Standaard* niet verder komt dan 24.000 ex. In 1939 heeft het *Telegraaf*-concern een marktaandeel van 21.6%, en de dreun na de Tweede Wereldoorlog is men in 1955 alweer teboven (aandeel 22.8%). De hoofdredakteur van het *Utrechtsch Provinciaal en Stedelijk Dagblad*, P. H. Ritter jr., schreef in 1931 over de vervlaking in de pers: "Helaas, er is een sterke neiging waar te nemen in de moderne journalistiek, om de degelijkheid en beginselvastheid van de courant aan de kant te zetten, en den oppervlakkigen lezer in het gevele te komen. Veel meer dan vroeger verwijderd de courant zich van haar geestelijke oorsprong, en zoekt zij door bevrediging van Jan Rap en zijn maat haar handelswaarde te vergroten". Een apart hoofdstuk is gewijd aan de onderdrukking, het verzet en de zuivering van de pers tijdens en na de Tweede Wereldoorlog; de oprichting van *Het Parool*, *Trouw*, *Vrij Nederland* en *De Waarheid*, en de na-oorlogse perikelen omtrent *NRC* en *Telegraaf*. Uiteraard ook veel aandacht voor de concentratie en polarisatie in de jaren zestig en zeventig; de auteurs noemen hiervoor medium-interne en -externe factoren. Intern o.a.: meer aandacht voor ontspanning in dagbladen (weekend-bijlagen), fotografisch zetten, schaalvergroting, opkomst van de gratis advertentiebladen huis-aan-huis, tendens tot regionalisatie, profes-

sionalisering en specialisatie. Extern o.a.: groei van de bevolking na Tweede Wereldoorlog, ontzuiling en polarisatie, gestegen koopkracht, invoering etherreclame en fiscale maatregelen.

Het laatste hoofdstuk van dit boek houdt zich bezig met het recente beleid voor en van de pers: persraad, bedrijfsfonds voor de pers etc.

In hun slotbeschouwing delen de auteurs het tijdvak 1618-1978 in zeven perioden; de eerste van 1618 tot 1780 met zijn inlichtende nieuwstijdingen; de tweede tot 1798, van inlichting naar toelichting; de derde tot 1813, Napoleontische persbreidel; de vierde tot 1869, vrijheid van drukpers; de vijfde tot de Duitse bezetting in 1940, afschaffing van het dagbladzegel en opkomst van de landelijke pers; de zesde tot 1945, bezetting en verzet; de zevende periode begint na de Tweede Wereldoorlog en loopt door tot heden.

De bijna honderd pagina's bijlagen die dan volgen omvatten onder meer: de inventaris van een krantendrukkerij in 1747; instructies voor de meesterknecht uit 1768; kranten en periodieken tussen 1840 en 1860; de samenhang tussen post- en persgeschiedenis; de winst- en verliesrekeningen van het *AH* in de periode 1830-1845; pers en Eerste Wereldoorlog in Nederland; het *ANP* vóór 1940; het aantal journalisten tussen 1849 en 1947; het journalistenbesluit van 1941; chronologisch overzicht van persconcentraties (1946-1978); oplagespecificaties 1977 en 1978; ledenlijst van de *Vereniging De Nederlandse Dagbladpers* en de ontwikkelingen van het Nederlandse telexnet. Kortom, een schat aan saillante en frappante gegevens!

De bibliografie heeft, zoals hierboven al opgemerkt werd, een onstuimige groei door gemaakt en bevat zeer veel specialistische studies en publikaties; tussen de *Aanwinstenlijsten van de Nederlandse Persbibliotheek* en *Zonder embargo, 75 jaar NJK* ligt het hele pershistorische en massacommunicatieve alfa-

bet besloten. Het zakenregister en het namenregister tenslotte maken het boekwerk extra toegankelijk en nodigen uit tot een regelmatig naslaan en nalezen van *De Nederlandse Krant*.

Nol Reijnders

KORTE BESPREKINGEN

BELEIDSVOORNEMENS REGIONALE RADIO-OMROEP BEKEND GEMAAKT

De minister van CRM, mevrouw M. H. M. F. Gardeniers-Berendsen, heeft de Tweede Kamer in een brief haar beleidsvoornemens met betrekking tot de regionale radio-omroep bekend gemaakt. De ministeriële brief is ook aan een aantal betrokken en belanghebbende organisaties en instanties gezonden, met wie nader overleg gevoerd zal worden. De minister heeft tevens de Omroepraad gevraagd advies uit te brengen over haar voornemens.

De beleidsbrief geeft in de eerste paragraaf een beeld van de situatie waarin de regionale radio-omroep thans verkeert. Daarna wordt ingegaan op de rol van de overheid en de regio in relatie tot de regionale omroep. Het streven naar decentralisatie van het overheidsbeleid brengt minister Gardeniers ertoe de regio verantwoordelijkheid te geven voor de ontwikkeling en de financiering van de regionale radio-omroep. De betekenis en functie van de regionale radio-omroep (zeker bij een mogelijke landelijke dekking in de toekomst) leiden volgens de minister echter ook tot verantwoordelijkheid van de rijksoverheid. Deze gedeelde verantwoordelijkheid wil de minister tot uitdrukking brengen in een gedeelde financieringslast voor de regionale radio-omroep tussen het rijk en de regio. Minister Gardeniers verwacht overigens geen heil van de invoering van regionale radio-etherreclame en wijst deze - door sommigen bepleite - financieringsbron voor de regionale radio-omroep af.

In een aparte paragraaf wordt de voorgestelde financiering door het rijk uitgewerkt. De minister van CRM kiest voor een vaste, genormeerde jaarlijkse bijdrage in de exploitatiekosten van de regionale radio-omroep, die uit de om-

roepmiddelen zal worden betaald. Zender- en gebouwenkosten zullen volledig door het rijk worden vergoed. De hoogte van de exploitatiesubsidie is zodanig gekozen, aldus minister Gardeniers in haar brief, dat de verantwoordelijkheid van de regio voor de regionale radio-omroep een duidelijke rol blijft spelen. In iedere provincie waar men dat wenst, kan jaarlijks aanspraak gemaakt worden op één overheidsbijdrage, die is becijferd op ca. f 1 mln. (prijspeil 1978). Wegens de uitzonderlijk grote bevolkingsdichtheid en de hoge urbanisatiegraad van deze provincie, kan Zuid-Holland bij wijze van uitzondering jaarlijks aanspraak maken op twee overheidsbijdragen. In elke provincie kan men desgewenst bovendien éénmaal (in Zuid-Holland tweemaal) aanspraak maken op een tegemoetkoming van maximaal 50% in de voorbereidingskosten voor regionale radio-omroep (tot een maximum van f 0,5 mln.). De uitwerking van deze regelingen, waarbij gedacht wordt aan het verstrekken van een bijdrage aan samenwerkingsorganen per provincie (waarin de provincie en de gemeenten binnen een bepaalde provincie vertegenwoordigd zijn), gebaseerd op de Wet gemeenschappelijke regelingen, zal in nader overleg met de betrokken instanties en organisaties plaatsvinden. De totale kosten van het voorlopig beleidsplan worden bij een landelijke dekking door 12 regionale omroepen en een twintigtal zenders geraamd op f 31 mln. per jaar (prijspeil 1978).

Minister Gardeniers gaat in haar beleidsbrief vervolgens nog in op enige technische en organisatorische vraagstukken met betrekking tot de benodigde zendmiddelen voor de regionale radio-omroep. Details van de uitvoering van de

beleidsvoornemens worden in de laatste paragraaf van de beleidsbrief uitgewerkt. Hier worden o.a. problemen aan de orde gesteld die verband houden met de beëindiging van de volledige financiering door de rijksoverheid van de als experiment begonnen regionale radio-omroepen STAD/Radio Amsterdam en SROB/Omroep Brabant. Ook de programmatische zelfstandigheid, de organisatiewijze van (nieuwe) regionale radio-omroepen (volgens art. 47 A resp. 48 B van de Omroepwet), alsmede de taak, samenstelling en inrichting van (nieuwe) regionale programmaraden worden ter sprake gebracht. De beleidsbrief besteedt tenslotte nog aandacht aan de verhouding tussen de reeds bestaande regionale omroepen ROZ (Limburg), ROF (Friesland), RON (Groningen/Drenthe), ROO (Overijssel/Gelderland), STAD en SROB, de nog op te richten nieuwe regionale radio-omroepen en de Nederlandse Omroep Stichting (N.O.S.).

In enkele bijlagen wordt een overzicht gegeven van mogelijke zenderopstelplaatsen ten behoeve van de regionale omroep in Nederland en is een meerjarrenraming (t/m 1983) van de rijksbijdragen in de kosten van de regionale omroep opgenomen.

Persbericht CRM

J. Beljon & J. van Poppel, EINDVERSLAG ONDERZOEK REGIONALE RADIO OMROEP deel 1, probleemstelling, dataverzameling en samenvattende resultaten, Tilburg 1979, IVA, Instituut voor Sociaal-wetenschappelijk Onderzoek van de Katholieke Hogeschool Tilburg, 125 blz., tab., bijl., lit.

Het betreft hier een verslag van een publieksonderzoek naar twee experimenten met regionale ether-radio ex art. 47B Omroepwet: STAD Radio Amsterdam en Omroep Brabant. Het onderzoek werd uitgevoerd in de jaren 1976-1978; in 1977 en 1978 zijn door het IVA zeven interimrapporten over dit onderzoek uit-

gebracht. Dit eindverslag wordt gepubliceerd in vijf afzonderlijke delen; in dit eerste deel een inleidende terreinverkenning, de probleemstelling (kan de regionale omroep een eigen functie opbouwen in het toaal van de reeds aanwezige media, en bestaat aan deze functie in zekere mate behoefte bij de regionale bevolking of bij bepaalde categorieën daarin?), de dataverzameling en een samenvatting van de resultaten. Hieruit blijkt, dat de beide omroepen in kwestie voldoen aan vier van de zes gestelde criteria; zij verhogen de pluriformiteit in de verschaffing van regionale informatie, dragen bij aan een verlaging van informatiedrempels, worden door de regionale bevolking gewaardeerd en er blijkt in die regionale bevolking ook behoefte te bestaan aan de door hen verschaafte informatie. Wat een vijfde criterium betreft, betere informatie over regionale zaken, zijn de onderzoeksresultaten niet eënduidig en wat het zesde criterium betreft zijn er geen aanwijzingen, dat de regionale omroepen binnen de vrij korte onderzoeksperiode van ongeveer één jaar, hebben geleid tot een grotere betrokkenheid van de regiobevolking bij regionale problemen.

N.R.

Drs. Jo Bardoel & Renso H. van Bergen (samenstellers), NOS IN ALLE OPENHEID, gesprekken over tien jaar omroepwet en tien jaar NOS, mei 1979 (omroeppodium 5), 96 blz., foto's, f 7,50.

Het ligt voor de hand dat bij de redactie van de enige jaren geleden opgezette brochure-reeks de gedachte is opgekomen om aandacht te besteden aan de Omroepwet, die op 29 mei 1979 tien jaar in werking was. Dit heeft geresulteerd in een alleraardigst boekje met twee inleidingen en acht vraaggesprekken over 10 jaar Omroepwet en 10 jaar NOS. Die inleidingen zijn van de hand van de beide samenstellers; Jo Bardoel is beleidsmedewerker op de afdeling Studie & Documentatie en schrijft onder de veelzeg-

gende titel *De omroepwet is dood, leve de omroepwet*: "De Omroepwet is tot stand gekomen als een kompromis tussen diverse bestaande opvattingen over de maatschappelijke inrichting van het bestel. Maar de achteloos ingevoegde 'openheid' heeft ruimte geboden aan nieuwe ontwikkelingen die het bestaansrecht van deze wet tien jaar later alweer op de helling zetten". Naast een terugblik geeft hij ook een persoonlijke visie op de 'mediatoekomst' en de nieuwe keuzen waarvoor de omroep gesteld wordt.

De tweede inleiding is van Renso van Bergen, medewerker afdeling voorlichting/persdienst NOS. Onder de kop *N.O.S. contra NOS* gaat hij na of de afgelopen periode gekenmerkt werd door schermutselingen; inderdaad - in de periode 1972/1974 hing er kruiddamp boven de Stichting. Eerst werd de herstructurering getroffen, vervolgens het gezamenlijk programma.

De acht gesprekken werden gevoerd met achtereenvolgens: dr. Marga Klompé, Jan Broeks, mr. Joop Landré, mr. dr. Jacob Ozinga, mr. Harry van Doorn, mr. Molly Geertsema, Emile Schüttenhelm en drs. Joop Voogd. Zij waren alle betrokken bij de wet-in-ording en de wet-in-werking; ze spreken over hun idealen en hun ervaringen en - soms - hun teleurstellingen. Verschillende bijdragen bieden een boeiende doorkijk naar toekomstige ontwikkelingen.

Deze brochure kan besteld worden bij de NOS: f 7,50 overmaken op girorekening 1422 o.v.v. 'omroepodium-brochure no. 5'.

N.R.

Bert Edens, VAN STAMELAAR TOT REDENAAR, 1979 Educaboek b.v., 134 blz., lit., ISBN 90 11 39201 9, f 15,—.

Een boekje over een (massa)medium, waarover ieder mens beschikt en waar zo weinig over wordt gepubliceerd: de menselijke stem, de toespraak, de redevoering.

De auteur gaat voorbij aan allerlei gele-

genheidsspeeches (tafel-, begroetings- en herdenkingsspeeches) en gaat vooral in op de informatieve voordracht.

Spoken in het openbaar is voor velen een noodzaak geworden sinds inspraak, democratisering en ondernemingsraden gemeengoed zijn geworden. Het onderwijs is hierin tot op heden nog onvoldoende meegegaan en de auteur pleit voor het invoeren van 'spreken' als facultatief of zelfs verplicht examenvak.

In acht heldere en vlot geschreven hoofdstukken behandelt hij achtereenvolgens de *doelstellingen* van de spreker ("wat redenaars aan diepte ontbreekt, dat geven zij u aan lengte", zie Montesquieu al); de *inhoud, duidelijkheid, aantekeningen, houding, taalgebruik* (hoofdzinnen, hoofdzinnen, hoofdzinnen!) en de *stem*. Als laatste hoofdstuk een *controle*-lijst, waarmee het gehoor kan nagaan in hoeverre de spreker het zojuist geleerde succesvol in praktijk weet te brengen.

Het boek is doorspekt met voorbeelden en citaten; enkele parels zijn "Vlugge sprekers zijn gewoonlijk langzame denkers" (Jonathan Swift), "Intelligente mensen luisteren nooit en domme mensen praten nooit" (Oscar Wilde) en "Hier komt de redenaar met zijn zeeën van woorden en zijn druppeltje verstand" (Benjamin Franklin). Als laatste een verzuchting van Georg C. Lichtenberg: "Wat een zegen zou het zijn als we onze oren even gemakkelijk konden open en dicht doen als onze ogen".

Een prima boek voor wie er zijn voordeel mee kan doen.

N.R.

W. J. van Diggele & drs. P. de Ruyter, DE RELATIE BURGERIJ EN GEMEENTELIJKE OVERHEID IN APELDOORN, 1979 Samenwerkingsorgaan Oost-Veluwe, 137 blz., tab.

Burgemeester en wethouders van Apeldoorn gaven begin 1978 aan de sociologische afdeling van het Samenwerkingsorgaan Oost-Veluwe opdracht de

relatie tussen burgerij en gemeente te onderzoeken. Hiervoor werden aan 2260 inwoners vragen gesteld; de response was 82%. Enkele conclusies: de helft van de ondervraagden wil meer informatie over de plannen van de gemeente. Deze informatie willen de mensen geregeld ontvangen. Van groot belang vindt men een vroegtijdige berichtgeving. Schriftelijke informatie wordt verkozen boven persoonlijk contact met wethouders, raadsleden of ambtenaren. De brochures en informatiebladen van de gemeente worden positief beoordeeld: ze zijn voor de meesten begrijpelijk en geven voldoende informatie. Het minste contact zowel met bestuurders als met ambtenaren hebben de jongeren van 18-29 jaar en de laagste inkomens (minder dan f 15.000,— per jaar). Er bestaan geen grote verschillen tussen de onderzoeksresultaten van Apeldoorn en die uit eenzelfde onderzoek dat in 1974 in twaalf (middel)grote gemeenten in Nederland werd gedaan. Informatiekanalen: 88% van de Apeldoorners leest de *Nieuwe Apeldoornse Courant*, 71% het *Stadsblad* en 65% de *Stedendriehoek*; de wijkbladen worden door 38% gelezen. *NAC*, *Stadsblad* en *Stedendriehoek* blijken ook de belangrijkste bron om te weten te komen wat er in Apeldoorn gebeurt; daarna komen als bronnen burens en vrienden (35%), wijkblad (30%), gemeentelijke advertentie (25%), het werk (21%), Radio Oost (11%), contacten binnen de wijk (10%), contacten binnen clubs (9%), weekblad (7%) en gemeentelijke voorlichting (7%). Hierbij moet worden opgemerkt dat de meeste nieuwtjes over de gemeente in de dag- en nieuwsbladen via de afdeling voorlichting naar buiten gaan. Bij veel Apeldoorners bestaat interesse voor lokale radio omroep (radio en/of televisie), maar informatie over de gemeente mag niet de boventoon voeren. Ruim 40% van de ondervraagden wil wel een lokale omroep die zich dus alleen op Apeldoorn richt; 16% maakt het niets uit; 40% vindt het niet nodig. Bijna 30% wil

best voor een plaatselijke omroep jaarlijks een bedrag betalen.

N.R.

Drs. Tom H. A. van der Voort & Frans Beekenkamp, *EDUKATIEVE TELEVISIE VOOR VOLWASSENEN*, een research-overzicht, NOS afd. Studie & Dokumentatie 1978, 209 blz., lit., f 12,50.

Deze studie geeft antwoord op de vraag: "Wat valt er op grond van de bestaande onderzoeksliteratuur te zeggen over de functies van televisie in open onderwijs en vorming van volwassenen". Hiervoor is reeds eerder gepubliceerd onderzoek systematisch geanalyseerd. Achtereenvolgens aandacht voor: *het publiek dat via edukatieve televisie wordt bereikt* (kijkdichtheid, wie kijken, waarom kijkt men, wanneer wil men kijken, het socio-economisch nivo van deelnemers aan televisiecurssussen); *edukatieve televisie op zichzelf beschouwd* (effektiviteit van edukatieve televisieprogramma's, voor- en nadelen van edukatieve televisie, het effect van verschillende produktiestijlen en gekommitteerde versus ongekommiteerde doelgroepen); *edukatieve televisie als komponent van een multimediaal systeem* (welke komponenten, welke functies moeten in een multimediaal systeem vervuld worden, de werving van deelnemers, motivatieondersteuning, hoe worden cognitieve en non-cognitieve doelstellingen bereikt via welke systeemkomponenten, waarom moet televisie in een multimediaal systeem opgenomen worden, bezwaren van edukatieve televisie); *evaluatie van edukatieve televisieprogramma's* (het belang van evaluatieonderzoek, technieken van evaluatieonderzoek, interne en externe evaluatie). Een lange literatuurlijst besluit deze uitgave, die u voor f 12,50 kunt bestellen bij de NOS: girorekening 1422 o.v.v. "Edukatieve televisie".

N.R.

ONDERZOEK, interuniversitair bulletin van de 13 Nederlandse universiteiten en hogescholen. Nummer 10, maart 1979.

Dit bulletin is een gezamenlijke uitgave van de voorlichtingsdiensten van de dertien universiteiten en hogescholen in Nederland. Het beoogt de media en andere geïnteresseerden te attenderen op het wetenschappelijk onderzoek dat aan deze instellingen plaats vindt. Elk bulletin is gewijd aan één of twee, bij voorkeur actuele thema's. Nummer 10 is gewijd aan de media en de communicatie; genoemd worden o.a. de volgende onderzoeken: terrorisme en media, heksenjacht in de media, taalgebruik in televisiereclame, wat doen de vrouwenbladen met de vrouwenbeweging, buitenlands nieuws op de televisie, kinderen en televisie, informatie-centrum: vraagbaak in de wijk.

Exemplaren van dit circa tweemaandelijks bulletin zijn bij alle voorlichtingsdiensten van universiteiten en hogescholen verkrijgbaar. Voorlopig centraal adres: Erasmuslaan 4, Nijmegen. Telefoon 080-512771 (512230). Bulletin zijn gratis.

N.R.

Dick Houwaart (samenstelling) NIEUWS, 150 JAAR KRANTENKIJK OP DE WERELD, Omniboek Den Haag 1978, 146 blz., facsimile's, ISBN 90 620 71325, f 45,—.

"Nieuws begeleidt de mens van zijn geboorte af tot aan zijn dood. Zijn geboorte is nieuws. Zijn sterven is nieuws. Sinds mensen op deze aarde met elkaar vertoeven is er nieuws". Met deze woorden begint dit groot-formaat 'plaatjesboek met begeleidende tekst'. De 150 jaar krantenkijk op de wereld start in 1795, toen ons land bezet werd door de Franse troepen van Napoleon, en eindigt in 1953 met de watersnood in Zeeland. De ruim 140 pagina's daartussen zijn een aanenschakeling van krantenfragmenten met groot en minder groot nieuws; en-

kele facsimile's van de *Opregte Haarlemsche Courant* en de *Amsterdamsche Courant* de troonopvolging van koningin Wilhelmina in 1898, de Eerste Wereldoorlog en berichten over de Russische revolutie, allemaal gelardeerd met advertenties uit die dagen en familieberichten. Natuurlijk ook de mouterij aan boord van *De Zeven Provinciën*, het opkomend nazisme in Duitsland, de Tweede Wereldoorlog met zijn illegale pers, de atoombommen op Japan, de Indonesische kwestie en de opvolging van koningin Juliana.

Waarom juist deze periode van 150 jaar werd gekozen en waarom uit deze periode juist deze topics worden belicht, is niet erg duidelijk. Het is wel een fraai kijken en mijmerboek geworden met enige weemoed over de dingen die voorbij gaan.

N.R.

A. J. Heideman, DE GRAAFSCHAPPER, VAN IDEEAAL TOT KRUIDENIERSWAAR, Zutphen 1979 Walburg Pers, ISBN 90 60 112350, 64 blz., ill., f 22,50.

Dit boekje van de journalist Heideman handelt over het verschijnen en verdwijnen van de regionaal-christelijke krant *De Graafschapper*, vanaf de oprichtingsdatum 5 januari 1877 tot en met de opheffing in 1949.

De krant behoorde tot de ARP-zuil; vandaar dat de uitgave van Heideman samenvalt met het 100-jarig bestaan van de ARP in Gelderland.

Het protestant-christelijk ideaal van *De Graafschapper* trok in het begin nog voldoende lezers om uit de rode cijfers te blijven. In 1882 had de krant zelfs meer abonnees dan de landelijke *De Standaard*. Dit werd echter alras minder; de zaak stond door geldgebrek al spoedig op springen. Reddingspogingen van drie Aaltense hoofdonderwijzers en een kortstondig verschijnen onder de vlag van het *Deventer Dagblad* konden de

definitieve ondergang niet meer tegenhouden (1949). Ook de opvolger van *De Graafschapper - De Oosthoek* - moest enige jaren later haar kantoren sluiten (1957).

Heideman concludeert dat na ongeveer tachtig jaar, omstreeks het midden van

de jaren vijftig, het vuur van de christelijke pers in de Graafschap is gedoofd. Ook aan dit deel van Nederland gingen de maatschappelijke ontwikkelingen niet voorbij.

Cees van Riel

GEGEVENS OMTRENT DE AUTEURS:

Prof. D. McQuail is hoogleraar in de leer der communicatiemiddelen bij de vakgroep massacommunicatie van de Universiteit van Amsterdam.

Dr. C. J. Hamelink is verbonden aan het ILET (Mexico) en het Institute of Social Studies (Den Haag). Auteur van o.m. *De mythe van de vrije informatie* en *Derde Wereld en culturele emancipatie*.

A. D. Reijnders is doktoraal-student publicistiek aan de Katholieke Universiteit Nijmegen.