

# MASSACOMMUNICATIE

Wetenschappelijk Kwartaaltijdschrift  
voor Communicatie en Informatie

Jaargang 20

Nummer 2, 1992

TOM VAN DER VOORT &  
JOHANNES BEENTJES

*De bruikbaarheid van indicatoren  
voor het vaststellen van historische  
trends in het lezen*

GERRIT VAN DER RIJT,  
FRANS CLEOPHAS, PAULA  
VERMEULEN, TOON VOORHAM  
& JO SCHURMAN

*Ervaren problemen en informatie-  
behoeften bij ouderen in Rotterdam*

ALBERT VRIJ, EMIL VAN SCHIE  
& FRANS WILLEM WINKEL

*Het tegengaan van vooroordelen  
jegens etnische minderheden:  
een voorlichtingsfilm gebaseerd  
op sociaal-psychologische  
uitgangspunten geëvalueerd*

JAAP WILLEMS &  
LUCIEN HANSEN

*Wetenschap op televisie: een  
vergelijking tussen vier Europese  
landen*

KAREN COESMANS &  
GEERT-JAN VAN DEN GOOR

*Volkscommunicatie in Costa Rica:  
een case-study van drie kleine  
culturele radiostations*

WIM HULSINK

*Internationalisering van de  
communicatiesector: spel zonder  
grenzen en spel zonder regels?*

**Bijdragen**, boeken ter recensie en andere stukken voor de redactie zenden aan de redactiesecretaris, drs. C.W.H.M. van der Linden, Postbus 258, 6500 AG Nijmegen, telefoon (080) 615723/612372.

**Kopij** inzenden in machineschrift op A4-formaat (eenzijdig) met regelafstand 1½ of 2 en brede marges (4cm) rondom; artikelen in viervoud, boekrecensies en andere kopij in tweevoud.

**Artikelen** (alleen in het Nederlands, Engels en Duits) dienen vergezeld te gaan van een samenvatting (max. 150 woorden) in het Engels (resp. Nederlands) en een notitie voor de rubriek 'gegevens van de auteurs' ook op een apart en los vel. Noten zoveel mogelijk beperken; voor literatuurverwijzingen hanteert de redactie het APA-systeem. Noten doornummeren en evenals de literatuuropgave achter het artikel plaatsen. Tabellen, grafieken en figuren op afzonderlijke vellen bijvoegen en in de tekst hun plaats aangeven.

Raadpleeg voor de vorm van de tekst recente nummers van het tijdschrift.

Nadere richtlijnen alsook inlichtingen over de wijze waarop de redactie en uitgever over ingezonden bijdragen beschikken, kunt u verkrijgen bij de redactiesecretaris.

**Abonnementen** uitsluitend aanmelden bij de administratie (drukker).

Gewoon abonnement *f* 98,75; abonnement buitenland *f* 108,75; studenten-abonnement *f* 48,-; los nummer *f* 25,-; dubbelnummer *f* 45,-

Bij lidmaatschap van de '**Vereniging voor Studie en Onderzoek van Massacommunicatie**' (**VSOM**) is een abonnement op 'Massacommunicatie' inbegrepen. Lidmaatschap *f* 175,-; aspirantleden (studenten) *f* 85,-.

**Advertenties** aanmelden bij de redactiesecretaris. Prijzen ½ pagina *f* 300,-; ¼ pagina *f* 165,-. Korting bij herhaalde plaatsing. Drukspiegel: 129 x 190 mm

**Administratie en druk:** Drukkerij/Uitgeverij H. Gianotten b.v., Bredaseweg 61, 5038 NA Tilburg, telefoon (013) 425050.

# MASSACOMMUNICATIE

## Wetenschappelijk Kwartaaltijdschrift voor Communicatie en Informatie

uitgegeven door de

STICHTING ONDERZOEK MASSACOMMUNICATIE (SOM)

### Onder redactie van

PROF. DR. W.F. VAN RAAIJ

PROF. MR. G.A.I. SCHUIJT

PROF. DR. J.G. STAPPERS

DR. J. WIETEN

PROF. DR. C.M.J. VAN WOERKUM

*Erasmus Universiteit Rotterdam*

*Universiteit van Amsterdam*

*Katholieke Universiteit Nijmegen*

*Universiteit van Amsterdam*

*Landbouw Universiteit Wageningen*

### Raad van Advies

prof. dr. J.C. Arnbak, *Technische Universiteit Delft* - prof. dr. J.Th.M. Bank,

*Erasmus Universiteit Rotterdam* - prof. dr. E. de Bens, *Rijksuniversiteit Gent*, -

drs. J. Bierhoff, *School voor de Journalistiek, Utrecht* - dr. H. de Bock, *Interview/*

*Burke Amsterdam* - prof. dr. ir. J.L. Bordewijk, *Technische Universiteit Delft* -

prof. dr. L. Boone, *Katholieke Universiteit Leuven* - mr. H.J.M. Boukema,

*Advocatenkantoor Geerling, Amsterdam* - dr. H. Bouwman, *Universiteit van*

*Amsterdam* - prof. dr. J.J. van Cuilenburg, *Universiteit van Amsterdam* -

prof. mr. E.J. Dommering, *Universiteit van Amsterdam* - prof. dr. G. Fauconnier,

*Katholieke Universiteit Leuven* - prof. dr. C.J. Hamelink, *Universiteit van*

*Amsterdam* - drs. P.M. Hendriksen, *Nederlandse Omroep Stichting (NOS)* - prof.

dr. G.J. Kok, *Rijks Universiteit Limburg* - prof. dr. K. Renckstorf, *Katholieke*

*Universiteit Nijmegen* - drs. A.A.M. Rennen, *Academie voor de Journalistiek Tilburg*

- prof. dr. N. Röling, *Landbouw Universiteit Wageningen* - dr. O. Scholten,

*Universiteit van Amsterdam* - dr. J. Servaes, *Katholieke Universiteit Nijmegen* - prof.

dr. G.M. van Veldhoven, *Katholieke Universiteit Brabant* - prof. dr. T.H.A. van

der Voort, *Rijksuniversiteit Leiden* - dr. A.A. Wentink, *Katholieke Universiteit Bra-*

*brant* - prof. dr. O. Wiegman, *Technische Universiteit Twente*.

**Inhoud, nummer 2, 1992****Artikel**

TOM VAN DER VOORT &amp; JOHANNES BEENTJES

De bruikbaarheid van indicatoren voor het vaststellen van historische trends in het lezen , PAGINA 91

**Onderzoek in 't kort**

GERRIT VAN DER RIJ, FRANS CLEOPHAS, PAULA VERMEULEN, TOON VOORHAM &amp; JO SCHURMAN

Ervaren problemen en informatiebehoeften bij ouderen in Rotterdam, PAGINA 103

ALDERT VRIJ, EMIL VAN SCHIE &amp; FRANS WILLEM WINKEL

Het tegengaan van vooroordelen jegens etnische minderheden: een voorlichtingsfilm gebaseerd op sociaal-psychologische uitgangspunten geëvalueerd , PAGINA 117

JAAP WILLEMS &amp; LUCIEN HANSSEN

Wetenschap op televisie: een vergelijking tussen vier Europese landen, PAGINA 128

KAREN COESMANS &amp; GEERT-JAN VAN DEN GOOR

Volkscommunicatie in Costa Rica: een case-study van drie kleine culturele radiostations , PAGINA 139

**Review Essay**

WIM HULSINK

Internationalisering van de communicatiesector: spel zonder grenzen en spel zonder regels?, PAGINA 153

**Boekbesprekingen**\*Jankowski, N., O. Preh & J.G. Stappers (red.) (1992). *The people voice*; besproken door Denis McQuail, PAGINA 166\*Weisz, R. (red.) (1991). *Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Fernsehens*; besproken door Kees van der Haak, PAGINA 167\*Blumler, J.G. (red.) (1992). *Television and the public interest*; besproken door Kees van der Haak, PAGINA 167\*Cuilenburg, J. van e.a. (1992). *Tussen krantebedrijf en mediaconcern*; besproken door Carlo Hagemann, PAGINA 170\*Rutten, P. (1992). *Hitmuziek in Nederland 1960-1985 (dissertatie)*; besproken door Piet Bakker, PAGINA 172\*Frissen, V. (1992). *Veelkijken als sociaal handelen (dissertatie)*; besproken door Paul Vierkant, PAGINA 174\*Bakker, P. G. Schreuders & Theo van Stegeren (red.) (1991). *Onthullingsjournalistiek*; besproken door Toon Rennen, PAGINA 176\*Heinsman, L. & J. Servaes (red.) (1991). *Televisie na 1992*; besproken door Theo Bors, PAGINA 178

TOM VAN DER VOORT & JOHANNES BEENTJES

## *De bruikbaarheid van indicatoren voor het vaststellen van historische trends in het lezen\**

Bij het in kaart brengen van de ontwikkelingen die het lezen van boeken, kranten en tijdschriften door de jaren heen te zien geven, kan men kiezen uit verschillende indicatoren, hetgeen soms leidt tot tegengestelde conclusies. Een treffend voorbeeld was te vinden in dit tijdschrift. In één en hetzelfde nummer van *Massacommunicatie* (1990, jaargang 18, nummer 1) stonden twee artikelen over de historie van het leesgedrag. De ene auteur (Van Ours, 1990) beweerde dat het lezen in Nederland ongeveer op hetzelfde peil was gebleven: "Ten aanzien van het leesgedrag van de Nederlandse bevolking kan (...) worden geconcludeerd dat dit over langere termijn gezien redelijk stabiel is" (p.26). De andere auteur (Van der Voort, 1990) stelde dat hij getracht had "(...) aan de hand van recente onderzoeksgegevens aannemelijk te maken dat het vrijetijds-lezen al enige decennia op zijn retour is" (p. 17). Niettemin baseerden beide auteurs zich voor een belangrijk deel op dezelfde empirische gegevens.

Het standpunt van Van Ours (1990) ziet men bijvoorbeeld ook terug in historische beschouwingen van de hoogleraar in de persgeschiedenis Blokker (1989). Volgens Blokker is er geen enkele reden om aan te nemen dat het lezen in onze eeuw is verminderd, omdat "(...) alle steekproeven en onderzoeken die tussen 1920 en 1980 dienaangaande zijn gehouden, zijn blijven uitwijzen dat hun percentage (Nederlanders die zelden of nooit een boek ter hand nemen, TvdV/JB) hardnekkig rond de vijftientig schommelt" (p. 230).

Gezien de verschillende conclusies die worden getrokken is het niet verbazingwekkend dat Wiebes (1989), die in opdracht van het ministerie van WVC een literatuurstudie naar het lezen van boeken uitvoerde, tot een weinig eenduidige slotsom over de ontwikkeling van het leesgedrag komt: "Uit de beschikbare koop- en leencijfers is niet direct af te leiden, dat er in algemene zin minder wordt gelezen. Tegenover een algemene daling van verkoopcijfers staat een stijging van de verkoop van het literaire boek (zij het voornamelijk binnen een bepaalde groep kopers). Ook staan tegenover een daling in leestijd andere gegevens, waaruit blijkt, dat het percentage lezers van 12-19 jaar nagenoeg gelijk is gebleven" (p. 63).

Wat is hier aan de hand? Zijn de beschikbare gegevens werkelijk zo poly-interpretabel dat iedereen er naar believen een andere conclusie uit kan trekken? Of wordt er fout geredeneerd? In dit artikel bespreken we enkele problemen welke eenieder die poogt het huidige gebruik van media met dat van vroeger te vergelijken tegenkomt. De discussie wordt toegespitst op het lezen van de diverse gedrukte media, in het bijzonder het lezen van boeken, dagbladen en tijdschriften. Op wat voor soort gegevens of indicatoren zijn uitspraken over trends in het gebruik van gedrukte media gebaseerd? En welke indicatoren vormen een geschikte maatstaf waaraan trends kunnen worden afgelezen?

## Problemen bij het bepalen van trends

### *Onvolledigheid*

Bij het in kaart brengen van trends in het mediagebruik doet zich een drietal problemen voor. In de eerste plaats is de beschikbare informatie niet altijd volledig. In sommige gevallen omdat in onderzoeken belangrijke onderdelen van het mediagedrag buiten beschouwing zijn gelaten. Een voorbeeld is het tijdsbestedingsonderzoek van 1955/56 (CBS, 1957a), waarin het mediagebruik van de Nederlandse bevolking slechts gedurende een deel van de week werd geregistreerd. Het tijdsbestedingsonderzoek bleef op door-de-weekse dagen beperkt tot de avonden (17.30 tot 24.00 uur); op zaterdag strekte het onderzoek zich uit van 12.00 tot 24.00 uur en op zondag van 8.00 tot 24.00 uur. De aandacht ging in die tijd uit naar de buitenshuis werkende mens die alleen 's avonds vrij had en in het weekeinde op zaterdagochtend nog werkte. Het weglaten van de tijdsbesteding overdag bemoeilijkt een vergelijking met latere gegevens uit tijdsbestedingsonderzoek, waarin het gebruik van media over alle zeven etmalen van de week is vastgesteld.

In andere gevallen is de informatie onvolledig omdat de informatie over bepaalde tijdvakken ontbreekt. Soms omdat het onderzoek te laat is begonnen. Zo is het systematisch onderzoek van het kijkgedrag in Nederland eerst tien jaar na de komst van de televisie gestart. Daarnaast zijn er hiaten in de kennis doordat onderzoeken tijdelijk stilvielen. Men ziet dit bij het tijdsbestedingsonderzoek, waarmee het CBS in 1955 en 1962 een begin heeft gemaakt. Sindsdien heeft dit type onderzoek een kleine vijftien jaar stilgelegen alvorens de draad door het Sociaal en Cultureel Planbureau weer werd opgepakt. Ook is er over het mediagedrag van kinderen aanzienlijk minder informatie dan over het mediagebruik van volwassenen.

### *Wijzigingen in onderzoekssystematiek*

Een tweede probleem is dat de onderzoeksbureaus die jaarlijks, en soms zelfs van dag tot dag, het mediagebruik van de Nederlandse bevolking doormeten, vaak na een aantal jaren verfijningen in de onderzoeksmethodiek aanbrengen, met het gevolg dat de gegevens die met de nieuwe methode zijn verkregen niet langer met de oude vergelijkbaar zijn. Zo leidden innovaties in de registratie van het kijkgedrag die door de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS in 1978 en 1987 werden aangebracht tot een kunstmatige daling in de gemeten kijktijd. Aanvankelijk werd in het zogenoemde continu kijkonderzoek gebruik gemaakt van dagboeken met overzichten van programma's die op de betreffende dag werden vertoond. Deze dagboeken werden door slechts één lid van het huishouden ingevuld en vervolgens opgestuurd. Vanaf 1978 deden echter alle gezinsleden mee. Bovendien werden de ingevulde dagboeken vanaf 1978 opgehaald. Beide maatregelen hebben vermoedelijk het aandeel van de minder fanatieke kijkers vergroot (NOS, 1990). In 1987 werd het dagboekonderzoek vervangen door de kijkmeter.

Dit apparaat registreert op welk kanaal het televisietoestel is afgestemd en ook wie er kijkt, althans wanneer de leden van de deelnemende huishoudens op een afstandsbedieningspaneel aangeven wanneer ze beginnen met kijken en ermee ophouden. Deze methode leidde tot lagere kijktijden, omdat de kijktijd in de tot dan gehanteerde dagboekmethode werd berekend door de duur van alle programma's die tenminste voor de helft waren bekeken bij elkaar op te tellen.

Ook de omgekeerde beweging komt voor. De meest recente wijziging in de registratie van het bereik van dagbladen, deed het dagbladgebruik duidelijk opleven. Het bereik van dagbladen werd aanvankelijk met een open vraagstelling gemeten. Sinds de tweede helft van 1987 is dat veranderd. De dagbladen worden door de enquêteur één voor één opgenoemd, een methode die tot een hoger bereik blijkt te leiden (Cebuco, 1988, p. 17).

#### *Vershillende indicatoren*

Een derde probleem is dat de verschillende indicatoren die men bij de schatting van de ontwikkelingen in het mediagebruik kan hanteren soms in een verschillende richting wijzen. Hierdoor kunnen waarnemers de ontwikkelingen in het gebruik van een medium verschillend duiden, afhankelijk van de indicator die men in de beschouwing betreft.

De onvolledigheid van gegevens en de veranderingen in de methodiek vormen problemen waar achteraf weinig aan te doen is. Dat geldt niet voor het derde probleem, de aanwezigheid van verschillende indicatoren. Het probleem is dat men enerzijds uit alternatieve indicatoren de verkeerde kan kiezen, en anderzijds gegevens verkeerd kan interpreteren. Deze problemen spelen het sterkst bij het vaststellen van trends in het gebruik van gedrukte media. Hieronder gaan we na welke soorten indicatoren worden gebruikt om de trends in het gebruik van de diverse gedrukte media in kaart te brengen en welke misverstanden hieruit voortvloeien.

### **Indicatoren voor het lezen van boeken**

Om trends in het boeken lezen in kaart te brengen wordt gebruik gemaakt van vijf typen indicatoren: (1) de tijd die aan het lezen van boeken wordt besteed, (2) het aantal uitgeleende boeken, (3) het aantal verkochte boeken, (4) het aantal uitgegeven boeken en (5) het percentage boekenlezers.

#### *Leestijd*

In beginsel is de tijd die aan lezen wordt besteed de meest directe en daarom beste indicator voor de ontwikkeling van het lezen, vooropgesteld dat de leestijd op een valide manier is gemeten. De leestijd kan op diverse manieren worden vastgesteld. De minst valide resultaten worden verkregen uit directe tijdschattingen die door de respondenten zelf worden verstrekt (Robinson, 1977), bijvoorbeeld als antwoord op de vraag: "Hoeveel uur besteedt u ge-

middeld per dag aan het lezen van boeken?". Zo'n vraag is moeilijk te beantwoorden omdat het lezen van boeken, anders dan bijvoorbeeld televisie kijken, een onregelmatige activiteit is die van dag tot dag sterk kan fluctueren. Blijkens onderzoek vertoonden door kinderen geproduceerde directe schattingen van de leestijd geen enkele relatie met gegevens verzameld via de dagboekmethode (Vooijs, Van der Voort & Beentjes, 1987). Onderzoek bij volwassenen wijst uit dat directe schattingen van de leestijd door een sociaal-wenselijkheidseffect worden vertekend. Respondenten zijn geneigd hun eigen leestijd te overschatten, een effect dat sterker wordt naarmate de respondent hoger is opgeleid (Knulst & Kalmijn, 1988).

Directe observatie leidt in theorie tot de meest valide schatting van de leestijd. Omdat het lezen niet aan huis gebonden is, is deze methode moeilijk uitvoerbaar. Bij ons weten is tot op heden geen enkele observatiestudie naar de leestijd uitgevoerd. Dagboekregistraties, waarbij respondenten aan het eind van elke dag van uur tot uur vastleggen hoeveel tijd zij aan lezen hebben besteed, vormen een geschikt alternatief. Bij dagboekregistraties waarin het totale vrije-tijdsgedrag, in plaats van het lezen alleen, wordt vastgelegd, is het sociaal-wenselijkheidseffect opgeheven omdat de respondent onkundig blijft van de bijzondere interesse die de onderzoeker in zijn leestijd stelt. Omdat de leestijd van week tot week kan uiteenlopen, is de uitkomst van dagboekregistraties afhankelijk van de week of weken waarin het dagboek wordt bijgehouden. Voor het vaststellen van historische trends zijn alleen dagboekregistraties bruikbaar die telkens in dezelfde periode van het jaar zijn verzameld. Bovendien is het gewenst dat de onderzoeksgroepen voldoende omvangrijk zijn zodat individuele fluctuaties worden uitgemiddeld. Aan deze voorwaarden wordt voldaan in het tijdsbestedingsonderzoek dat in 1955 door het CBS is verricht en sinds 1975 vijfjaarlijks door het SCP wordt uitgevoerd. Inspectie van Tabel 1 leert dat sinds 1955 volgens tijdsbestedingsonderzoek de tijd besteed aan het lezen van boeken op zijn minst is gehalveerd. Terwijl in 1955 gedurende een deel van de week nog 2,5 uur voor het lezen van boeken werd uitgetrokken, werd in 1990 gedurende de gehele week nog slechts 1,5 uur aan het lezen van boeken besteed.

**Tabel 1. Trends in tijd besteed aan het lezen van boeken (tijdsbestedingsonderzoek)**

	1955	1975	1985	1990
's Avonds + weekeinde (uren/week)	2,5 <sup>a</sup>	1,0 <sup>b</sup>	0,9 <sup>b</sup>	1,0 <sup>d</sup>
Gehele week (uren/week)	-	1,6 <sup>c</sup>	1,3 <sup>c</sup>	1,5 <sup>d</sup>

Bronnen: <sup>a</sup>CBS (1957a); <sup>b</sup>Knulst (1989); <sup>c</sup>Knulst & Kalmijn (1988); <sup>d</sup>Kraaykamp en Knulst (1992).

*Aantal uitgeleende, verkochte en uitgegeven boeken*

Aanhangers van de stelling dat het met het lezen goed gaat, verwijzen vaak



naar de toename in het bibliotheekgebruik, vooral onder kinderen. Onlangs nog, bij de presentatie van de 37e Kinderboekenweek (9 september 1991), sprak de directeur van de stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek zijn vertrouwen uit in het lezen van kinderen, vanwege de "al jaren stabiel blijvende" aantallen bibliotheekleden en uitleningen (Kraima, 1991). Het bibliotheekgebruik is de afgelopen jaren inderdaad gestabiliseerd na een enorme toename in de zeventiger jaren (zie Tabel 2). Leencijfers zeggen echter weinig over de ontwikkeling van het feitelijke leesgedrag. Dit wordt gedemonstreerd door een analyse van Knulst en Kalmijn (1988), die aantoonde dat de tussen 1975 en 1985 aangetroffen stijging van het aantal per bibliotheeklid geleende boeken gepaard ging met een daling van de tijd die bibliotheekleden aan het lezen van boeken spendeerden. Meer lenen hoeft dus niet te betekenen dat er ook meer gelezen wordt.

**Tabel 2. Trends in uitgeleende, verkochte en uitgegeven boeken**

	1970	1975	1980	1985	1988
Aantal uitgeleende boeken per inwoner	4,5	8,3	11,4	11,8	12,6
Aantal verkochte boeken per inwoner	3,4	2,4	2,3	2,1	1,8
Aantal uitgegeven boeken (x duizend)	11,2	12,0	14,6	12,6	13,8

Bron: SCP (1990).

Het vermoeden is gerechtvaardigd dat in de loop der tijd in toenemende mate stripboeken en dunne triviale literatuur, die vroeger uit de bibliotheek werden geweerd, worden geleend, leesstof die weinig tijd vergt. Daarnaast konden in het betreffende tijdvak - en in de meeste gevallen ook thans nog (Gasenbeek, 1987) - ongelimiteerd boeken worden geleend, zonder financiële tegenprestatie. Dit kan een leengedrag in de hand gewerkt hebben waarbij men met een stapel boeken naar huis gaat, om vervolgens thuis te bezien of er wellicht iets aardigs tussen zit (Knulst & Kalmijn, 1988). Onderzoek naar de mate waarin geleende boeken feitelijk worden (uit)gelezen is bij ons weten nog niet verricht. En het is ook niet erg waarschijnlijk dat het bibliotheekwezen of WVC bereid zouden zijn een dergelijk onderzoek geldelijk te ondersteunen. Het zou ons echter geenszins verbazen wanneer zo'n onderzoek zou uitwijzen dat slechts een fractie van de geleende boeken feitelijk wordt (uit)gelezen.

Ook gekochte boeken worden lang niet altijd (uit)gelezen, en sommigen menen zelfs dat mensen in toenemende mate geneigd zijn boeken als wandversiering aan te schaffen (Linder, 1971). Wij vermoeden echter dat bij gekochte boeken de proportie ongelezen boeken lager ligt dan bij geleende boeken, omdat men bij het ongelezen laten van een gekocht boek voor de doorgaans dure investering niets terug krijgt. Daarom lijken verkoopcijfers een betere indicator voor het lezen dan uitleencijfers. De trend in verkoop-

cijfers loopt parallel met de trend in de leestijd: tussen 1975 en 1985, toen de leestijd terugliep, daalde de boekenverkoop van 2,43 naar 2,08 per hoofd van de bevolking (zie Tabel 2). Ook na 1985 zette de dalende trend zich voort tot een voorlopig dieptepunt van 1,81 in 1989 (SCP, 1990).

Een zeer indirecte en daarom ongeschikte indicator voor het leesgedrag is het aantal uitgegeven boeken. Het aantal jaarlijkse uitgaven steeg tussen 1975 en 1980 van 12.028 naar 14.591 om daarna weer te dalen tot 12.629 in 1985 en sindsdien alleen nog maar te stijgen (zie Tabel 2). Het verloop van het aantal jaarlijkse uitgaven vertoonde in die periode geen verband met de leestijd en de boekenverkoop, die beide terugliepen.

#### *Percentage boekenlezers*

Naast vragen over de aan lezen bestede tijd zijn in onderzoeken ook wel andersoortige vragen over het eigen leesgedrag gesteld, waarvan er één aparte vermelding verdient vanwege de misverstanden die de betreffende gegevens hebben opgeleverd. Het gaat om de vraag: "Heeft u de afgelopen maand (= 30 dagen) één of meerdere boeken volledig uitgelezen?" Deze vraag werd zowel in de CBS-onderzoeken van 1955, 1960 en 1962 als in de vijfjaarlijkse SCP-onderzoeken vanaf 1975 gesteld. Evenals het bibliotheekgebruik geeft ook deze indicator voedsel aan de stelling dat het lezen van boeken in de afgelopen decennia niet is afgenomen. Het percentage personen dat bevestigend antwoordt, neemt na de invoering van de televisie af van 52% in 1955 tot 49% in 1960, maar herstelt zich na 1975 tot het niveau van 1955, toen er nog nauwelijks televisie was. Op grond van deze bevinding werd in de WRR-nota "Samenhangend mediabeleid" (WRR, 1982), waarin de toenmaals aanwezige communicatiewetenschappelijke kennis werd samengevat, geconcludeerd dat in 1982 nog evenveel werd gelezen als vóór de komst van de televisie: "Het lezen van boeken heeft tijdens de opkomstperiode van de televisie een inzinking gekend, waarbij de omvang van het boekenlezend publiek enigszins terugliep. Na de gewinning aan het scherm werd het oude niveau echter opnieuw bereikt en zelfs overschreden (p. 164)."

Het herstel was overigens deels kunstmatig omdat in de latere SCP-onderzoeken niet alleen de mensen die voor hun ontspanning lezen maar ook de lezers van studieboeken worden meegeteld. Maar los daarvan is het percentage boekenlezers als maat voor verschuivingen in mediagebruik onbruikbaar. Enerzijds omdat sociale wenselijkheid de cijfers kan vertekenen. De mate waarin een dergelijke vertekening zich voordoet is echter nimmer onderzocht. Daarnaast zegt het percentage boekenlezers niets over de frequentie waarmee boeken worden gelezen en evenmin iets over de omvang van de gelezen boeken. Het is in beginsel heel wel mogelijk dat het percentage boekenlezers constant blijft, terwijl ondertussen, omdat de boekenlezers minder of dunnere boeken zijn gaan lezen, de leestijd wordt gehalveerd.

Resumerend kunnen we stellen dat de 'optimisten' die aan de hand van stabiel gebleven cijfers omtrent het percentage boekenlezers tot de conclusie komen dat er tegenwoordig ongeveer evenveel wordt gelezen als dertig jaar terug, zich ons inziens baseren op wankele gegevens die een slecht beeld geven van de feitelijke ontwikkeling van het leesgedrag. Dat geldt eveneens voor degenen die zich op de gestegen leencijfers baseren. Tijdsbestedingsonderzoek en verkoopcijfers van boeken naar rato van het aantal inwoners vormen ons inziens een betrouwbaarder basis voor het vaststellen van historische trends in de gebruikintensiteit van boeken. De tijdreeksgegevens voor deze twee indicatoren lopen parallel, en stellen de 'pessimisten' in het gelijk die beweren dat het boeken lezen sinds de vijftiger jaren in ons land op zijn retour is.

### Indicatoren voor het lezen van dagbladen

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van het krantelezen wordt gebruik gemaakt van gegevens over (1) de leestijd, (2) de oplage, (3) het dekkingspercentage en (4) het bereik van dagbladen.

#### Leestijd

Evenals bij het boekenlezen, vormen dagboekgegevens van de leestijd de meest valide bouwstenen om trends in het lezen van kranten te traceren. Net als de leestijd van boeken is ook de tijd besteed aan het lezen van dagbladen in de afgelopen 35 jaar duidelijk teruggelopen (Tabel 3). Met name de tijd

**Tabel 3. Trends in tijd besteed aan het lezen van dagbladen (tijdsbestedingsonderzoek)**

	1955	1975	1980	1985	1990
's Avonds + weekeinde (uren/week)	2,2 <sup>a</sup>	1,4 <sup>b</sup>	.	1,2 <sup>b</sup>	1,1 <sup>d</sup>
Gehele week (uren/week)	.	2,5 <sup>c</sup>	2,3 <sup>c</sup>	2,3 <sup>c</sup>	2,2 <sup>d</sup>

Bronnen: <sup>a</sup>CBS (1957a); <sup>b</sup>Knulst (1989); <sup>c</sup>Knulst en Kalmijn (1988); <sup>d</sup>Kraaykamp en Knulst (1992).

die in de avonduren en het weekeinde aan het lezen van de krant wordt besteed is stevig gedaald: van 2,2 uur per week in 1955 naar 1,1 uur in 1990, een daling van 50%. Onduidelijk is of ook de tijd die overdag met de krant wordt doorgebracht is gedaald. In 1955 was het marktaandeel van de avondbladen (84%) aanzienlijk groter dan dat van de ochtendbladen (16%), hetgeen doet vermoeden dat de krant destijds vooral in de avonduren werd gelezen (CBS, 1957b). In beginsel kan de tijd die aan het overdag lezen van de krant werd besteed tussen 1955 en 1975 zelfs zijn gestegen. Maar dat laat onverlet dat de tijd die over de gehele week aan het lezen van kranten is be-

steed tussen 1955 en 1990 moet zijn afgenomen. Anno 1990 werd er over de gehele week gemeten evenveel tijd aan de krant besteed als in 1955 in slechts een deel van de week.

Omdat het lezen van dagbladen in tegenstelling tot het lezen van boeken voor de meeste mensen een regelmatige activiteit is, kan men behalve van de dagboekmethode gebruik maken van directe tijdschattingen. Directe tijdschattingen kunnen echter tot overschatting leiden. In het periodieke bereiksonderzoek dat door het Samenwerkingsverband voor het Uitvoeren van Multi Media Onderzoek (SUMMO) wordt uitgevoerd, wordt respondenten gevraagd te schatten hoeveel tijd ze gisteren aan de krant hebben besteed. Voor 1985 was dat gemiddeld 32 minuten. Deze schattingen komen een stuk hoger uit dan de dagboekgegevens uit het tijdsbestedingsonderzoek van dat jaar: 1,2 uur per week ofwel ruim 10 minuten per dag.

#### *Oplage en dekkingspercentage*

Als men afgaat op oplagecijfers, lijkt met het lezen van dagbladen niets aan de hand. Afgezien van tussentijdse fluctuaties, hielden de oplagecijfers in de jaren '70 en '80 ongeveer gelijke tred met de groei van de bevolking (Knulst & Kalmijn, 1988). De groei in de oplagecijfers stemde de opstellers van het reeds genoemde WRR-rapport "Samenhangend mediabeleid" (WRR, 1982) optimistisch over de positie van de krant: "De gezamenlijke oplage van de Nederlandse dagbladen heeft in de afgelopen periode een lichte toename gekend. Deze lijkt vooral te zijn beïnvloed door de groei van het aantal huishoudingen. De televisie heeft evenmin als bij tijdschrift en radio de belangstelling als zodanig voor de krant doen afnemen, maar wel het gebruikspatroon beïnvloed. De krant is meer en meer van avondmedium tot medium voor overdag geworden" (p. 164).

Oplagecijfers op zichzelf zeggen weinig omdat geen rekening wordt gehouden met de groei van de bevolking. Het is ongebruikelijk om de oplage te delen door het aantal inwoners. Meestal deelt men de oplage door het aantal huishoudens (Het zogeheten dekkingspercentage). Dit cijfer lijkt op het eerste gezicht een betere indicator voor het lezen dan het oplagecijfer. Het dekkingspercentage van alle dagbladen samen is in de periode 1973-1990 telkenjare gedaald (zie Tabel 4), grofweg parallel aan de daling van de leestijd.

**Tabel 4. Trends in oplagecijfers en dekkingspercentage van dagbladen**

	1973	1975	1980	1985	1990
Oplage (x miljoen) <sup>a</sup>	4,1	4,2	4,6	4,5	4,6
Dekkingspercentage <sup>b</sup>	96,7	94,1	92,2	82,2	76,2

Bronnen: <sup>a</sup>Schoonderwoerd en Knulst (1982); SCP (1990); <sup>b</sup>Cebuco, schriftelijke mededeling.

Kijkt men echter naar kortere perioden, dan blijken de leestijd en het dekingspercentage zich niet geheel op dezelfde manier ontwikkeld te hebben. In de periode tussen 1980 en 1985 daalde het dekingspercentage sterk van ruim 90% naar ruim 80% (Tabel 4), terwijl de leestijd op hetzelfde niveau bleef (Tabel 3). De gebrekkige correspondentie tussen dekingspercentage en leestijd hangt samen met demografische verschuivingen in de Nederlandse samenleving die de interpretatie van het dekingspercentage bemoeilijken. De daling van het dekingspercentage wordt in belangrijke mate veroorzaakt door de verkleining van de huishoudens, en met name de groei van het aantal één-persoons-huishoudens (Cebuco, 1986). De één-persoons-huishoudens bestaan voor een groot deel uit jongeren en alleenstaande vrouwen, die ook toen zij nog via een gezinsabonnement met de krant werden geconfronteerd, relatief weinig tijd aan de krant besteedden. Het wegvallen van deze groep krantelezers heeft daarom slechts een gering effect op de leestijd. Vanwege de gevoeligheid van het dekingspercentage voor demografische ontwikkelingen is dit percentage slechts een grove indicator van ontwikkelingen in het lezen.

#### *Het bereik van dagbladen*

Bij bereiksmetingen wordt vastgesteld hoeveel mensen een dagblad onder ogen hebben gehad. Bereiksmetingen worden vooral met commerciële doeleinden verricht. Daarbij wordt gekozen tussen twee methodes: de recency-methode (Heeft u blad X in het laatste interval - dag, week of maand - gelezen?) en de First-Time Read-Yesterday- of kortweg FRY-methode (Heeft u blad X gisteren gelezen? Was dat de eerste keer dat u dat nummer las?). Tegenover de grotere validiteit van de FRY-methode, waarbij een relatief gering beroep op het geheugen wordt gedaan, staat de grotere betrouwbaarheid van de recency-methode (Van Niekerk & Den Boon, 1989).

Het bereik van dagbladen is in de loop der jaren door verschillende instituten en volgens verschillende methodieken vastgesteld. Tussen 1972 en 1979 maakte het deel uit van het Nationaal Onderzoek Persmedia, van 1979 tot en met 1984 was het bereiksonderzoek onderdeel van Het NIPO Media Onderzoek, en sinds 1985 is het SUMMO verantwoordelijk. De verschillen in vraagstelling maken een vergelijking over de jaren echter problematisch (Cebuco, 1988). Bovendien zeggen bereikcijfers niets over de intensiteit waarmee de krant gelezen wordt. Het is dus mogelijk dat het percentage mensen dat bereikt wordt constant blijft, terwijl ondertussen de gebruiksintensiteit afneemt. Cijfers omtrent het bereik van dagbladen zijn daarom ongeschikt als maatstaf voor de intensiteit waarmee de krant door de jaren heen wordt gebruikt.

Samenvattend kan worden gesteld dat bereikcijfers, evenals oplagecijfers, ongeschikt zijn als indicator voor de aandacht die het dagblad ten deel valt. Afgaande op de oplagecijfers heeft het dagblad zijn positie gehandhaafd. De leestijd, ons inziens de beste van de beschikbare indicatoren, geeft echter een

ander beeld. Sinds 1955 besteedt men steeds minder tijd aan dagbladen. Ook het dekkingspercentage wijst op een afnemende rol van het dagblad, maar vormt vanwege zijn afhankelijkheid van demografische ontwikkelingen op zijn best een grove indicator voor historische trends in het lezen van de krant.

### Indicatoren voor het lezen van tijdschriften

Bij het bepalen van trends in de tijd die aan tijdschriften wordt besteed, worden de leestijd, oplage- en bereikcijfers en het dekkingspercentage als indicatoren gebruikt.

De tijd besteed aan het lezen van tijdschriften toont in de afgelopen 35 jaar een gevarieerde ontwikkeling. Tussen 1955 en 1975 is de leestijd voor tijdschriften, in ieder geval in de avonduren en het weekeinde, beduidend toegenomen. Sinds 1975 neemt de leestijd echter weer af (zie Tabel 5).

**Tabel 5. Trends in tijd besteed aan het lezen van tijdschriften (tijdsbestedingsonderzoek)**

	1955	1975	1980	1985	1990
Avonds + weekeinde (uren/week)	0,7 <sup>a</sup>	1,2 <sup>b</sup>	.	1,0 <sup>b</sup>	0,9 <sup>d</sup>
Gehele week (uren/week)	.	2,0 <sup>c</sup>	1,8 <sup>c</sup>	1,7 <sup>c</sup>	1,4 <sup>d</sup>

Bronnen: <sup>a</sup>CBS (1957a); <sup>b</sup>Knulst (1989); <sup>c</sup>Knulst en Kalmijn (1988); <sup>d</sup>Kraaykamp en Knulst (1992).

De aanvankelijk gestegen belangstelling voor tijdschriften ziet men terug in de ontwikkeling van de oplagecijfers en het dekkingspercentage (de oplage per 100 huishoudens). Met name in de zeventiger jaren namen de oplage en het dekkingspercentage sterk toe om na 1980 weer te dalen (Tabel 6). Maar, evenals het dekkingspercentage van dagbladen, blijken oplagecijfers en dekkingspercentage van tijdschriften grove indicatoren van trends in het lezen, op zijn best indicatief voor trends over een lange periode. Zo vertonen beide indicatoren tussen 1975 en 1980 een stijging (Tabel 6), terwijl de leestijd in

**Tabel 6. Trends in oplagecijfers en dekkingspercentage van tijdschriften**

	1970	1975	1980	1985	1989
Oplage (x miljoen)	4,5	5,4	6,5	6,1	5,9
Dekkingspercentage	114	119	131	108	98

Noot: Bij de berekening van oplage en dekkingspercentage zijn de omroepbladen niet meegenomen.

Bron: SCP (1990).

dezelfde periode is afgenomen (Tabel 5). Daarnaast kan de daling van de oplage na 1980 niet verklaren waarom de leestijd in 1985 geringer was dan in 1975, omdat de totale oplage in 1985 hoger was dan in 1975.

Net als voor dagbladen zijn bereikcijfers voor tijdschriften niet bruikbaar als indicator voor het lezen, omdat het bereik van een periodiek niets zegt over de mate waarin het tijdschrift wordt gelezen.

## Besluit

Voor het vaststellen van trends in het lezen is de leestijd, bij voorkeur vastgesteld via dagboeken waarin het totale vrije-tijdsgedrag in kaart wordt gebracht, de meest directe en geschikte maat. Bij ontstentenis van dagboekgegevens over het lezen van boeken zijn verkoopcijfers een bruikbare indicator. De trend in de tijd die aan het lezen van boeken wordt besteed, wordt weerspiegeld in het aantal verkochte boeken. De overige indicatoren voor het lezen van boeken zijn ongeschikt. Het dekkingpercentage van dagbladen en tijdschriften en de oplagecijfers van tijdschriften zijn grove indicatoren van leestrends over een lange periode. Wijzigingen in oplagecijfers en dekkingpercentage over een korte periode van bijvoorbeeld vijf jaar, het interval tussen de tijdbestedingsonderzoekingen, mogen niet zonder meer als veranderingen in het lezen worden geïnterpreteerd. Het percentage boekenlezers, bereik- en uitleencijfers zijn ronduit bedrieglijk. Deze gegevens vormen een slechte basis voor zowel het in kaart brengen van leesontwikkelingen in het verleden als het voorspellen van trends in de toekomst.

## NOOT

- \* Dit artikel is gebaseerd op delen uit een rapport dat in opdracht van de Mediaraad werd gemaakt (Van der Voort & Beenjes, 1991).

## LITERATUUR

- Blokker, J. (1989). *De wond'ren werden woord en dreeven verder: Honderd jaar informatie in Nederland, 1889-1989*. Deventer/Amsterdam: Kluwer/Contact.
- CBS (1957a). *Vrije-tijdsbesteding in Nederland: Winter 1955/'56. Deel 2: Avond- en weekendbesteding*, Zeist: De Haan.
- CBS (1957b). *Vrije-tijdsbesteding in Nederland: Winter 1955/'56. Deel 4: Leesgewoonten*, Zeist: De Haan.
- Cebuco (1986). *Symposium dagbladjournalistiek en marketing 1986*, Amsterdam: Cebuco.
- Cebuco (1988). *Jongeren, een segment apart: Onderzoek-compendium in het kader van het symposium Dagbladjournalistiek en Marketing 1988 'Jongeren en de krant'*, Amsterdam: Cebuco.
- Gasenbeck, B. (1987). *Op zoek naar boekenlezers: Een kritische evaluatie van onderzoek naar het lezen, kopen en lenen van het algemene boek*, Den Haag: Nederlands Bibliotheek en Lektuur Centrum.
- Knulst, W.P. (1989). *Van vaudeville tot video: Een empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgaan en het gebruik van media sinds de jaren vijftig*, Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Knulst, W., & M. Kalmijn (1988). *Van woord naar beeld? Onderzoek naar de verschuiving in tijdsbesteding aan de media in de periode 1975-1986* (Cahier 1988/nr. 66), Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Kraaykamp, G. & W. Knulst (1992). *Stijgend scholingsniveau, afnemende belezendheid: Verschuivingen in het gebruik van media tussen 1955 en 1990*, *Massacommunicatie*, 20, 22-37.
- Kraima, H. (1991). *Toespraak Henk Kraima, directeur Stichting CPNB, gehouden op de persbijeenkomst ter gelegenheid van de 37e Kinderboekenweek, maandag 9 september 1991*. RAI-Congrescentrum te Amsterdam.
- Linder, S.B. (1971). *Amme elite, toekomst en tijdgebrek*, Groningen: Wolters-Noordhoff.

- Niekerk, P. van & A. den Boon (1989). Betrouwbaarheid van de First Time Read Yesterday methode, *Massacommunicatie*, 17, 331-344.
- NOS (1990). *Horen, zien & cijfers: Vijftienvintig jaar kijk- en luisteronderzoek*, Hilversum: NOS (afdeling Kijk- en luisteronderzoek).
- Ours, J. van (1990). De Nederlands boekenmarkt tussen stabiliteit en verandering, *Massacommunicatie*, 18, 22-35.
- Robinson, J. (1977). *How Americans use their time: A social-psychological analysis of everyday behavior*, New York: Praeger.
- Schoonderwoerd, L.P.H., & W.P. Knulst (1982). Mediagebruik bij verruiming van het aanbod (WRR - Voorstudies en achtergronden mediabeleid, M4), 's Gravenhage: Staatsuitgeverij.
- SCP (1986). *Sociaal en cultureel rapport 1986*, Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- SCP (1990). *Sociaal en cultureel rapport 1990*, Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Voort, T.H.A. van der (1990). Televisie en lezen, *Massacommunicatie*, 18, 3-21.
- Voort, T.H.A. van der & J.W.J. Beentjes (1991). *De betekenis van het gedrukte woord: Over verschuivingen in mediagebruik en de consequenties hiervan voor de gelijkvormigheid van de bevolking* (Extern rapport i.o.v. de Mediaraad), Leiden, Sectie Kind & Media, RU Leiden.
- Vooijs, M.W., T.H.A. van der Voort & J.W.J. Beentjes (1987). De geschiktheid van verschillende typen vragen om de kijktijd en leestijd van kinderen te meten, *Massacommunicatie*, 15, 65-80.
- Wiebes, P.E. (1989). *Lezen en laten lezen: Literatuurstudie naar het lezen van boeken en factoren die daarop van invloed zijn* (WVC-Literatuurrapport nr. 51), Rijswijk: Ministerie van WVC.
- WRR (1982). *Samenhangend mediabeleid* (Rapporten aan de regering 24), 's Gravenhage: Staatsuitgeverij.

**Abstract. Tom van der Voort & Johannes Beentjes. The appropriateness of indicators for charting historical trends in reading. Massacommunicatie, 1992/2, p. 91-102**

When charting historical trends in reading, one can choose from different indicators, which sometimes yield opposite conclusions. Using different types of trend data, collected between 1955 and 1990, it is investigated which indicators are best suited to establish historical trends in reading. It is concluded that only two indicators reflect reading trends: reading time as assessed in time budget research, and, to a lesser extent, sales figures for books. Other indicators are of a deceitful kind.



GERRIT VAN DER RIJT, FRANS CLEOPHAS, PAULA VERMEULEN, TOON  
VOORHAM & JO SCHURMAN

## *Ervaren problemen en informatiebehoeften bij ouderen in Rotterdam*

Het theoretisch referentiekader omtrent de totstandkoming van de vraag naar voorlichting, ontworpen door Bosman e.a. (1989) suggereert dat ervaring van niet routinematig oplosbare problemen op een bepaald terrein leidt tot een interesse en zoeken naar informatie op dat terrein. In dit artikel gaan we na in hoeverre deze veronderstelling empirisch ondersteund wordt bij ouderen in Rotterdam. Bij een random steekproef uit deze populatie (N=319) is daartoe onderzocht, of en in hoeverre ervaren problemen op diverse terreinen (zoals, veiligheid, financiën, gezondheid en vrije tijdsbesteding) leidden tot interesse in informatie op die terreinen. Bevindingen ondersteunen in het algemeen de genoemde veronderstelling.

### **Inleiding**

De theorievorming in de communicatiewetenschap heeft de afgelopen decennia een paradigmawisseling doorgemaakt. Men is van een model waarin zender en media meer centraal staan overgegaan naar een model waarin de ontvanger als betekenisverlenende actor meer centraal staat. Dit betekende niet alleen een wisseling van aandachtsveld, maar vooral ook een wijziging in de theoretisch perspectief in de richting van een handelingstheoretische benadering (Renckstorf en Wester, 1989). Aan het mediumgecentreerde effectenmodel lagen enkele dubieuze veronderstellingen ten grondslag, zoals de veronderstellingen dat de media (nagenoeg) iedereen in de samenleving effectief kunnen bereiken, dat ontvangers bereid zijn mediaboodschappen vrij kritiekloos op te nemen, dat mediaboodschappen dus directe en voldoende aanleiding voor feitelijk gedrag van de ontvanger vormen en dat ontvangers zich derhalve gedragen volgens de bedoelingen van de zenders (Renckstorf, 1977). Kortom, de ontvanger wordt als een vrij passief kritiekloos consument van mediaboodschappen gezien. Het traditionele denkmodel van de almachtige media werd echter steeds meer door empirisch onderzoek tegengesproken.

Klapper brengt in 1960 al de beperktheid van dit model aan het licht, wanneer hij stelt dat media op zich zelden een noodzakelijke en voldoende voorwaarde zijn voor het optreden van publiekeffecten. Vele onderzoeken toonden aan dat de conceptie van de ontvanger als een tamelijk passief, automatisch reagerend individu geen recht deed aan de werkelijke rol van de ontvanger in het communicatieproces. De ontvanger moet daarentegen opgevat worden als een actief, bewust, doelgericht en zinvol handelend persoon in een sociale setting, die ten nutte van zichzelf en zijn omgeving gebruik maakt van mediaproducten naargelang zijn wensen en behoeften. Dit ontvangergecentreerde denkmodel heeft aanleiding gegeven tot een groot aantal alternatieve benaderingen, waarvan de 'uses and gratifications'

benadering (Katz, Blumler en Gurevich, 1974) het prototype was. Hierbij werd verondersteld, dat de ontvangers gebruik (uses) maken van de media ter bevrediging (gratifications) van de eigen behoeften (needs). Concepten als informatiebehoefte en informatiezoekgedrag waren binnen de mediumgecentreerde modellen van geen betekenis. Zij staan echter centraal in de nieuwe onderzoeksbenaderingen zoals de 'sense-making approach', waarbinnen informatiezoekgedrag opgevat wordt als poging van het individu de kloof tussen zijn kennis van de realiteit en de problematische ervaringen met de realiteit te overbruggen (Dervin, 1989).

Bosman e.a. (1989), die zich mede door de sense-making approach lieten inspireren, betogen dat een van de methoden, die mensen hanteren om problemen, discrepanties tussen kennis en realiteit, die niet routinematig opgelost kunnen worden, te lijf te gaan en op te lossen, is op zoek te gaan naar informatie. Dit is volgens de auteurs het kader waarbinnen de vraag naar voorlichting gegeneerd wordt: 'Een vraag naar voorlichting ontstaat in het algemeen naar aanleiding van een individuele vraag, die voorafgegaan wordt door een individueel subjectief geconstateerd probleem' (Bosman e.a. 1989, p.141). Zij zien de ervaring van niet routinematig oplosbare en dus problematische problemen als voornaamste (en enige) directe determinant van de vraag naar voorlichting. Hoewel betwifelbaar is of genoemde factor wel de enige is, moet zij zeker als een belangrijke determinant van het informatiezoekgedrag beschouwd worden. Meerdere theorieën hebben een vergelijkbaar uitgangspunt, zoals de dissonantietheorie van Festinger (1957) en de sense-making approach van Dervin (1989).

Behalve ervaren problematische problemen kunnen ook factoren als nieuwsgierigheid, interesse in een bepaald kennisterrein, professionele noodzaak om op het vakgebied geïnformeerd te blijven, als determinanten aangemerkt worden voor een zij het meer routinematig gekenmerkt informatiezoekgedrag (zie Van der Rijt 1990). Ook wordt het proces van informatiezoekgedrag zo als een te individualistisch proces opgevat. Informatiezoekgedrag wordt niet alleen door persoonlijk ervaren problematische problemen in gang gezet maar ook door binnen groepen ervaren problematische problemen, waarvoor een of meer van de leden uit eigen beweging op zoek gaan naar informatie (b.v. een huisvrouw in geval van ziekten van kinderen) of opdracht krijgen naar informatie op zoek te gaan (b.v. een regeringscommissie, die de haalbaarheid van een wetsvoorstel moet onderzoeken). Individualistische theorieën schieten ter verklaring van dat soort verschijnselen per definitie tekort.

In dit artikel houden we ons bezig met de vraag in hoeverre individueel ervaren problematische problemen bij ouderen leiden tot een vraag naar voorlichting en welke factoren hier mogelijk een interveniërende rol spelen. Het beantwoorden van deze vraag betekent een toetsing van de centrale veronderstelling van het door Bosman e.a. (1989) ontwikkeld referentiekader. De hier geschetste vraag is ook maatschappelijk relevant. Immers allerwegen

wordt erkend dat een adequaat voorlichtingsbeleid voor ouderen ontwikkeld zou moeten worden (Driest, 1986, Van Linschoten & Van den Heuvel 1989, Beliën en Kanters 1990). Niet alleen vormen ouderen (65+) het in relatief en absoluut opzicht sterkst groeiende bevolkingsdeel, ook neemt het aandeel van personen van hoge leeftijd (80+) in deze groep toe. Tevens is het een groep met relatief gezien veel specifieke maatschappelijke en gezondheidsproblemen. Het idee dat preventie of gezondheidsbevordering via voorlichting voor ouderen niet veel zin meer heeft, daar deze groep sowieso toch het levenseinde nadert, is volstrekt onterecht. Niet alleen kan goede voorlichting via gezond gedrag in die levensfase leiden tot een langer leven maar ook tot een prettiger leven. Eveneens kan goede informatie bijdragen tot oplossing van bepaalde problemen (zoals eenzaamheid) maar ook tot het dragelijker maken van ouderdomsongemakken en tot het verzachten van eventueel onvermijdbaar lijden. In dit kader is het relevant na te gaan met welke soorten problematische problemen ouderen kampen en in hoeverre hieruit informatiebehoeften voortvloeien.

### **Probleemstelling en onderzoekshypothesen**

De vraagstelling die we in dit artikel zullen trachten te beantwoorden luidt: *Wat zijn de determinanten van de behoeften aan (gezondheids)informatie van ouderen?*

Op basis van het door Bosman e.a. ontwikkelde theoretisch referentiekader en enkele bevindingen uit eerder onderzoek kunnen we met betrekking tot deze vraag de volgende hypothesen formuleren:

I. Naarmate men meer problemen op een bepaald terrein ervaart zal de vraag naar informatie op dat terrein groter zijn. De verwachting is bovendien dat het vooral het ervaren van problematische problemen zal zijn dat bepalend is voor de vraag naar voorlichting op dat terrein en dus dat de samenhang hiermee het sterkste zal zijn.

II. Vrouwen zullen meer geïnteresseerd zijn in gezondheids- en veiligheidsinformatie, terwijl mannen meer geïnteresseerd zullen zijn in economische informatie (gezien hun traditionele economische rol). SES en leeftijd zullen nauwelijks met interesse in informatie over gezondheid en veiligheid samenhangen. SES zal waarschijnlijk negatief samenhangen met interesse in economische informatie, omdat problematische problemen op dat gebied zich eerder bij de lagere SES-groepen zullen voordoen.

III. Van de gezondheidsoriëntaties zal vooral schadevermindering (een preventieve oriëntatie) positief samenhangen met interesse in informatie op het terrein van gezondheid en veiligheid.

IV. Ook de subjectief ervaren gezondheid (de mate waarin men zich gezond voelt) zal een belangrijke factor zijn, die de interesse in met name informatie over ziekten bepaalt, omdat verondersteld kan worden dat iemand die zich minder gezond voelt waarschijnlijk problematische problemen op dit gebied ervaart.

### *Toelichting bij hypothese II en III*

Uit eerder onderzoek (Van der Rijt 1990), weliswaar bij een andere (gemiddeld jongere) populatie, bleek dat het vooral vrouwen zijn die interesse tonen in gezondheidsinformatie en dat tegen de verwachting in leeftijd en sociaal economische status niet gerelateerd waren aan interesse in gezondheidsinformatie. Ook bleek in hetzelfde onderzoek dat van vier onderscheiden gezondheidsoriëntaties (schadevermijding, onbezorgdheid, fatalisme en interne controle) alleen de mate waarin men geneigd is schade voor zijn gezondheid te vermijden als determinant van interesse in gezondheidsinformatie aangemerkt kon worden.

### **Methode en steekproef**

Bovenstaande vraag werd geformuleerd in het omvangrijkere kader van een onderzoek naar de zinvolheid en de haalbaarheid van een voorlichtingsprogramma op de lokale tv in Rotterdam speciaal voor ouderen. Zo werd getracht inzicht te krijgen in de wensen van ouderen met betrekking tot de invulling van zo'n programma. Om dit te achterhalen zijn bij een representatieve steekproef van 600 ouderen van 55 tot 76 jaar, at random uit het bevolkingsregister van Rotterdam getrokken, onder meer vragen rond informatiebehoefte en de determinerende factoren ervan gesteld. Van de 600 benaderde ouderen vulde uiteindelijk 428 personen (response 71%) de door enqueteurs persoonlijk afgegeven schriftelijke vragenlijsten in. Voor deze methode is gekozen vanwege de te verwachten hogere response dan met een loutere postenquête. Van deze vragenlijsten bleken overigens maar 319 (53% van de 600 benaderden) volledig ingevuld te zijn. Voor deze analyse hebben we slechts van de data van deze 319 respondenten gebruik gemaakt. Onder meer zijn hierbij de volgende variabelen en concepten gemeten:

1. Interesse in informatie over specifiek met ouder worden samenhangende problemen.
2. Ervaring van specifiek met ouder worden samenhangende sociale, financiële en fysieke problemen.
3. Gezondheidsoriëntaties: preventieve oriëntatie (=schadevermijding), onbezorgdheid, fatalisme en interne controle (locus of control)
4. Subjectief ervaren gezondheidstoestand.
5. Sociaal-structurele variabelen: geslacht, leeftijd, burgerlijke staat en SES. Met betrekking tot de eerste vier concepten en SES zullen we hieronder de operationalisatie en de schaalconstructies voorzover van toepassing toelichten. Eerst zal echter de volgorde van de vragenlijst in de vragenlijst toegelicht worden. Deze volgorde is namelijk van belang in zoverre deze volgorde alternatieve interpretaties van de causale ordening toelaten. Met name als men mensen eerst vraagt naar de problemen, die zij ervaren en vervolgens naar de informatie, waarin zij geïnteresseerd zijn kan het loutere antwoord op de eerste vraag het antwoord op de tweede vraag medebepalen. Om deze in-

vloed van de vraagvolgorde te vermijden is de vraag naar de informatie-interesse aan het begin (vraag 3) geplaatst en de vraag naar problemen aan het einde van de vragenlijst (vraag 46). Dat een vraag naar interesse in informatie van invloed zou zijn op de beantwoording van de vraag omtrent problemen werd door ons onwaarschijnlijk geacht. Ook de vraag naar de gezondheidsoriëntaties en die naar de subjectief ervaren gezondheidstoestand zijn na de vraag naar informatie-interesse geplaatst (resp. vraag 44 en 43 in de vragenlijst)

## Operationalisatie en schaalconstructie

### *Interesse in informatie*

Interesse in informatie werd vastgesteld door aan de respondenten te vragen om aan te geven van welke (van de voorgegeven) onderwerpen men goed op de hoogte wilde zijn. De onderwerpen en antwoordfrequenties zijn in tabel 1 weergegeven. Hoewel er onderwerpen bij zijn die niet specifiek voor ouderen relevant zijn, zijn ze in een kontekst van ouderenproblemen gepresenteerd, waardoor ze toch een ouderenspecifiek karakter kregen.

**Tabel 1. Percentages ouderen, die interesse in informatie over verschillende voor ouderen relevante onderwerpen vertonen.**

1. Voorzieningen voor zelfstandig wonende ouderen	52%
2. Gezonde voeding en diëten	43%
3. Lichamelijke verschijnselen van het ouder worden	38%
4. Sociale uitkeringen en vergoedingen	35%
5. Huisvesting	31%
6. Vakantiemogelijkheden	31%
7. Angst voor criminaliteit	30%
8. Lichaamsbeweging	29%
9. Veiligheid in en om het huis	28%
10. Geestelijke verschijnselen van het ouder worden	26%
11. Vrijtijdsbesteding en hobbybeoefening	25%
12. Patiëntenrechten	23%
13. Medicijngebruik	21%
14. Veiligheid in het verkeer	20%
15. Inkomen en rondkomen	20%
16. Hulp- en klussendiensten	16%
17. Juridische regelingen	16%
18. Voorzieningen voor gehandicapten	15%
19. Opname in verplegings- of verzorgingstehuis	15%
20. Sociale contacten en eenzaamheid	14%
21. Ziekten	11%
22. Ziekenhuisopname	11%
23. Cursussen en onderwijs	8%
24. Sexualiteit	5%
25. Handicaps	4%
26. Arbeid	4%
27. Problematisch drankgebruik	2%

N.B. De oorspronkelijke antwoordcategorieën waren dichotoom (wil wel/niet op de hoogte zijn van het betreffende onderwerp)

Bovenstaande onderwerpen zijn aan een factoranalyse onderworpen om na te gaan of en zo ja welke onderwerpen clusters vormen. Van deze analyse werden de onderwerpen die door minder dan 10% van de respondenten genoemd werden uitgesloten evenals enkele onderwerpen met een lage communaliteit. Deze factoranalyse leverde na oblique rotatie een zestal goed interpreteerbare clusters onderwerpen op, die specifieke terreinen van informatieinteresse voorstellen. Op basis hiervan zijn voor alle zes clusters de factorscores berekend. De resulterende zes factoren zijn hier verder als afhankelijke variabelen in de analyse opgenomen. Hierbij is ook nog een enkelvoudig item, dat geen duidelijk cluster met andere items vormde opgenomen.

De zes schalen en het afzonderlijke item zijn:

1. Interesse in informatie over veiligheid (IIV). Deze schaal betreft de onderwerpen (in volgorde van de hoogte van de factorlading, die tussen haakjes aangegeven is): 9 (.72), 7 (.50), 14 (.46), 5 (.44), 1 (.43). De betrouwbaarheid van deze schaal ( $\alpha$ ) bedraagt .63.
2. Interesse in informatie over de lichamelijke en geestelijke verschijnselen van het ouder worden (IIO). Het betreft de onderwerpen: 10 (.77) en 3 (.75);  $\alpha$ =.74.
3. Interesse in economische informatie (IIE), samengesteld uit de onderwerpen: 15 (.79) en 4 (.44);  $\alpha$ =.49.
4. Interesse in informatie over (vrije) tijdsbesteding (IIT). Het betreft de onderwerpen 8 (.61) en 11 (.49);  $\alpha$ =.46.
5. Interesse in informatie over patiëntenrechten en juridische regelingen (IIR). Het betreft de onderwerpen 12 (.68) en 17 (.59);  $\alpha$ =.56.
6. Interesse in informatie over ziekten en medicijngebruik (IIZ). De onderwerpen zijn hier: 13 (.49) en 21 (.45). Ook laadt hierop enigszins 2 (.34).  $\alpha$ =.51.
7. Interesse in informatie over sociale contacten en eenzaamheid (IIS). Dit item is als los item in de analyse opgenomen.

De schaal SES is een additieve schaal van opleidingsniveau en inkomen.

### *Gezondheidsoriëntaties*

Uit een factoranalyse over deels identieke deels gelijksoortige items als die in het vroegere onderzoek (Van der Rijt 1990) werden na oblique rotatie vier met die uit dat onderzoek vergelijkbare factoren gevonden: fatalisme (FA), preventieve oriëntatie (schadevermijding) (PO), interne controle (IC) en onbezorgdheid (OB).

De hoogst (>.45) ladende items op de factor fatalisme waren: 'als ik gezond blijf is dat pure mazzel' (.79), 'Een goede gezondheid is een kwestie van alles mee hebben' (.76), 'of je gezond bent of niet wordt vooral bepaald door toevallige omstandigheden' (.73), 'als je ziek wordt heeft het lot het zo beslist' (.69), 'ziek worden is meestal een kwestie van pech hebben' (.65), 'als je

ziek wordt kun je daar zelf meestal niets aan doen' (.59). Op de factor 'preventieve oriëntatie' laadden de volgende items hoger dan .45: 'ik vermijd zoveel mogelijk alles wat mijn gezondheid kan schaden' (.79), 'adviezen om zo gezond mogelijk te leven volg ik altijd op' (.77), 'ik besteed veel aandacht aan mijn gezondheid' (.75), 'ik heb er veel voor over om een goede conditie te bezitten' (.70) en 'regelmatig contact met mijn dokter is voor mij de beste manier om ziekten te voorkomen' (.52). De hoogst (>.45) ladende uitspraken op 'interne controle' waren: 'als ik me ziek voel weet ik dat het is omdat ik niet voorzichtig genoeg ben geweest' (.79), 'als er iets mis gaat met mijn eigen gezondheid dan is dat mijn eigen schuld' (.75), 'als ik maar goed voor mijzelf blijf zorgen, kan ik de meeste ziekten voorkomen' (.48). Tenslotte, bij de dimensie 'onbezorgdheid' laadden de items 'ik ben niet bang om ziek te worden' (.68) en 'om mijn gezondheid maak ik me weinig zorgen' (.62) hoger dan .45.

De betrouwbaarheid van de eerste drie resulterende schalen is vrij hoog: de  $\alpha$  bedraagt resp.: .83 (FA), .81 (PO), .78 (IC). De betrouwbaarheid van de laatste bedraagt slechts .56 (OB). Dit is voornamelijk te verklaren doordat deze schaal slechts op twee items gebaseerd is.

#### *Ervaring van problemen*

Aan de ouderen werd gevraagd aan te geven in hoeverre zij te maken hadden met een aantal problemen, waar ouderen vaak mee te maken hebben. Er werd hen een aantal statements voorgelegd, waarop ze met behulp van vijf antwoordcategorïën (van zeer eens t/m zeer oneens) konden antwoorden. Een factoranalyse over de uitspraken, die op de problemen betrekking hadden leverde na oblique rotatie vier clusters van probleemgebieden op:

a. Geestelijke en lichamelijke problemen van het ouder worden (OP) met als hoogstladende uitspraken: 'ik wordt vergeetachtig' (.77), 'ik wordt snel moe' (.75), 'ik krijg last van ouderdomskwalen' (.74), 'ik ga slechter zien' (.69), 'ik word moeilijker ter been' (.68) en 'ik ga slechter horen' (.63).  $\alpha = .86$ .

b. Financiële problemen (FP) met als hoogstladende items: 'ik moet op vele zaken bezuinigen' (.90), 'ik heb financiële zorgen' (.82), 'ik kan met mijn inkomen eigenlijk niet rondkomen' (.82) en 'ik kan me geen extra uitgaven veroorloven' (.81).  $\alpha = .90$ .

c. Tijdsbestedingsproblemen (TP): 'ik zou in mijn vrije tijd wel van alles willen doen maar ik weet niet wat en hoe' (.81), 'ik weet me met mijn tijd geen raad' (.76), 'ik verveel me vaak' (.75), 'ik heb weinig hobby's' (.73).  $\alpha = .83$ .

d. Gevoelens van onveiligheid (GO): 'ik voel me weerloos' (.84), 'ik voel me thuis niet veilig' (.75), 'ik durf de straat niet goed meer op' (.69) en 'ik voel me niet veilig in het verkeer' (.57).  $\alpha = .80$ .

De betrouwbaarheid van de resulterende schalen is zonder meer hoog te noemen.

## Onderzoeksresultaten

In tabel 2 zijn de bivariate correlaties tussen de afhankelijke en de onafhankelijke variabelen weergegeven.

De resultaten met betrekking tot ervaren problemen wijzen duidelijk uit, dat ervaren problemen op bepaalde terreinen tot interesse in informatie op die terreinen aanleiding geven. Hoewel de correlaties van problemen op een bepaald terrein met de informatiebehoefte op dat terrein het sterkste zijn, zijn er echter ook correlaties tussen ervaren problemen op een bepaald terrein en interesse in informatie op een ander terrein. Deels is dat verklaarbaar doordat er een vrij sterke samenhang is tussen de verschillende ervaren problemen, hetgeen impliceert dat personen die op het ene terrein problemen hebben ook vaak op andere terreinen problemen ervaren. In ieder geval wordt het veronderstelde onder hypothese I hier sterk ondersteund: personen die problemen ervaren op het terrein van financiën hebben vooral interesse in informatie over inkomen en rondkomen. Personen, die gevoelens van onveiligheid hebben willen graag geïnformeerd worden over veiligheidsaspecten etc.

Geconcludeerd kan worden dat indicatoren voor ervaren problemen duidelijk sterker samenhangen met interesse in informatie op specifieke terreinen dan alle overige opgenomen onafhankelijke variabelen.

**Tabel 2. Bivariate correlatiecoëfficiënten tussen informatie-interesses en onafhankelijke variabelen (N=319).**

Afh.var:	IIV	IIO	IIE	IIT	IIP	IIZ	IIS
Onafh.var:							
Geslacht	.00	.08	-.03	-.16**	.07	.07	.02
Leeftijd	.07	.25**	-.11*	-.14*	.04	.06	.04
Burg.staat	.11	.02	-.10	.04	-.04	-.04	-.05
SES	-.16**	.03	-.22**	.00	-.08	-.04	-.13*
Subj.erv.gezondh.	-.10	-.15**	-.12*	.03	-.11	-.12*	-.11*
Fatalisme	.08	-.09	.11	-.07	-.03	.00	.03
Prev.oriëntatie	.18**	.01	.09	-.06	.04	.15**	.02
Interne Controle	.02	.08	-.04	.02	-.03	.03	.01
Onbezorgdheid	-.05	-.09	-.01	-.06	-.07	-.14*	.03
Probl.m.ouder word.	.16**	.22**	.14*	-.06	.14*	.18**	.19**
Financ.probl.	.16**	-.01	.34**	.07	.16**	.07	.16**
Tijdsbest.probl.	.19**	.03	.25**	-.02	.11*	.12*	.27**
Gevoel.van Onveil.	.36**	.10	.21**	.02	.20*	.21**	.23**

\*  $p < .05$  (tweezijdig)

\*\*  $p < .01$  (tweezijdig)

IIV: Interesse in info over veiligheid

IIO: " " geestel. en lich. problemen van het ouder worden

IIE: " " economische aangelegenheden

IIT: " " (vrije) tijdsbesteding

IIP: " " patiëntenrechten en juridische regelingen

IIZ: " " ziekten en medicijngebruik

IIS: " " sociale contacten en eenzaamheid



Als we de behoefte aan veiligheidsinformatie (IIV), aan informatie over de geestelijke en lichamelijke problemen van het ouder worden (IIO), aan informatie over patiëntenrechten (IIP) en aan informatie over ziekten (IIZ) als indicatoren voor de behoefte aan gezondheidsinformatie beschouwen, valt op dat geslacht geen significante relatie met de behoefte aan gezondheidsinformatie vertoont. Daarentegen blijkt leeftijd significant samen te hangen met IIO, hetgeen inhoudt dat met het stijgen van de leeftijd ook de behoefte aan informatie over de lichamelijke en geestelijke problemen van het ouder worden toeneemt. Met de overige indicatoren voor de behoefte aan gezondheidsinformatie vertoont leeftijd overigens geen significante samenhang. Wat SES betreft: hier is alleen een significante negatieve samenhang met IIV te constateren. Dus, hoe lager de sociaal-economische status hoe groter de behoefte aan informatie over veiligheid.

Zoals verwacht hangt SES negatief samen met behoefte aan economische informatie: de lagere strata hebben meer behoefte aan informatie over inkomen en rondkomen dan de hogere. Ook hebben de lagere strata meer behoefte aan informatie over sociale contacten en eenzaamheid. Er blijkt geen significante samenhang tussen geslacht en behoefte aan economische informatie. Wel blijkt er een samenhang tussen geslacht en leeftijd enerzijds en interesse in informatie over vrijetijdsbesteding anderzijds; mannen hebben meer interesse in die informatie en ook heeft men daarin meer interesse, naarmate men jonger is. Geconcludeerd kan worden dat de betrokken veronderstellingen zoals ze onder hypothese II geformuleerd zijn nagenoeg geen van alle ondersteund worden. Uitzondering is de samenhang tussen SES en behoefte aan economische informatie.

Wat betreft de gezondheidsoriëntaties valt op dat ze, zoals verondersteld, slechts in geringe mate met de indicatoren voor behoefte aan gezondheidsinformatie samenhangen. Fatalisme en interne controle hangen met geen enkele indicator significant samen. Een preventieve oriëntatie (PO) hangt significant positief samen met de behoefte aan veiligheidsinformatie (IIV) en behoefte aan informatie over ziekte (IIZ). Hiermee wordt hypothese III ondersteund. Tenslotte blijkt onbezorgdheid (OB) negatief samen te hangen met de behoefte aan informatie over ziekten. Hoe meer men zich zorgen maakt over zijn gezondheid hoe meer men die informatiebehoefte heeft.

Ook blijkt de subjectief ervaren gezondheid (hoe gezond men zich voelt) in de verwachte richting (negatief) met de indicatoren voor interesse in gezondheidsinformatie samen te hangen, maar over het algemeen zwak en slechts significant met de variabelen IIO en IIZ. Er is echter ook een zwakke significante negatieve samenhang met niet op gezondheidsinformatie betrekking hebbende indicatoren (IIE en IIS). Hypothese IV wordt dus, zij het in zwakke mate ondersteund.

*Multiple regressie*

Om na te gaan welke factoren een significante bijdrage aan de verklaarde variantie in de indicatoren voor informatieinteresse leveren terwijl de andere factoren gecontroleerd worden zijn stapsgewijze multiple regressieanalyses uitgevoerd, waarbij telkens een variabele betreffende de interesse in (specifieke) informatie als afhankelijke en alle overige factoren als onafhankelijke variabelen ingevoerd zijn. In tabel 3 zijn de analysesresultaten samengevat.

**Tabel 3. Resultaten van de regressieanalyse betreffende interesses in de verschillende soorten informatie 1) (N=319)**

Afhankelijke variabele:	r <sup>2</sup>	Onafhankelijke variabelen in de vergelijking	$\beta$	T	p (sig.T)
Int.Info. Veiligheid	.14	Gevoel.v. onveilig.	.34	6.42	.000
		Prev.Oriëntatie	.11	2.14	.033
Int.Info. Prob. Ouder worden	.11	Leeftijd	.22	4.08	.000
		Prob. Ouder worden	.19	3.49	.001
		Fatalisme	-.11	2.11	.035
Int.Econom. Info.	.14	Financ.Prob.	.29	5.21	.000
		Tijdsbest.Prob.	.15	2.77	.006
Int. Info. Tijdsbest.	.04	Geslacht	-.15	-2.71	.007
		Leeftijd	-.12	-2.13	.033
Int.Info. Patiënt.recht.	.04	Gevoel.v.onveilig.	.20	3.59	.000
Int.Info. Ziekten	.06	Gevoel.v.onveilig.	.20	3.67	.000
		Onbezorgdheid	-.12	-2.11	.035
Int.Info. Soc.contact.	.08	Tijdsbest.prob.	.21	3.38	.001
		Gevoel.v.onveilig.	.13	2.10	.037

Uit tabel 3 blijkt, dat slechts enkele verklarende variabelen per afhankelijke variabele overblijven, die een significante portie van de variantie verklaren. De verklaarde variantie varieert van .14 tot .04 en is derhalve -zoals vaak in sociaal-wetenschappelijk (survey) onderzoek- erg laag. Afgezien van de beperkte verklarende kracht van de in het onderzoek opgenomen onafhankelijke variabelen, blijkt, dat met uitzondering van interesse in informatie over tijdsbesteding vooral ervaren problemen de belangrijkste (of nagenoeg belangrijkste: bij IIO) rol spelen: zo blijkt interesse in informatie over veiligheid vooral bepaald te worden door gevoelens van onveiligheid. Daarnaast levert ook een preventieve gezondheidsoriëntatie hier een significante bijdrage. Interesse in informatie over lichamelijke en geestelijke problemen van het ouder worden wordt behalve door leeftijd bepaald door ervaren problemen op dat terrein. Tenslotte blijkt ook een minder fatalistische gezond-

heidsoriëntatie met deze interesse samen te hangen. Interesse in informatie over financiële aangelegenheden blijkt vooral bepaald te worden door de ervaring van financiële problemen maar daarnaast ook door het ervaren van problemen met vrijetijdsbesteding. Waarschijnlijk spelen bij de tijdsbesteding financiële aangelegenheden een belangrijke rol in die zin, dat financiën de mogelijkheden scheppen zijn tijd door te brengen zoals men wenst. In dit verband is het opmerkelijk dat interesse in informatie over vrijetijdsbesteding blijkt niet door problemen op dit terrein bepaald wordt, maar afhankelijk is van geslacht en leeftijd. Mannen hebben meer interesse en naarmate men jonger is heeft men hierin ook meer interesse. Dit zagen we bij de bivariate correlaties overigens ook al. Dus als men problemen ervaart op het gebied van tijdsbesteding leidt dit wel tot interesse in informatie over inkomen en rondkomen, maar niet tot interesse in informatie over vrijetijdsbesteding.

De enige van de onderzochte factoren die van belang lijkt voor interesse in informatie over patiëntenrechten is het ervaren van gevoelens van onveiligheid. De laatste factor is trouwens ook medeverantwoordelijk voor interesse in informatie over ziekten. Daarnaast leidt ook een grotere bezorgdheid voor de gezondheid tot een grotere interesse op dit terrein. Tenslotte blijkt interesse in informatie over sociale contacten en eenzaamheid enerzijds mede bepaald te worden door het ervaren van tijdsbestedingsproblemen en anderzijds door de ervaring van gevoelens van onveiligheid. De hier gesignaleerde probleemgebieden kunnen als aan eenzaamheidsproblemen gerelateerde probleemgebieden gezien worden in die zin dat eenzaamheid en gebrek aan sociale contacten waarschijnlijk ervaringen van tijdsbestedingsproblemen in de hand werken en dat een gebrek aan sociale contacten gevoelens van onveiligheid versterkt.

## Conclusie

In dit onderzoek is gebleken dat over het algemeen ervaren problemen op een bepaald gebied de interesse in informatie over dat gebied aanwakkeren. Dit houdt in dat de resultaten een duidelijke ondersteuning vormen voor het door Bosman e.a. (1989) ontwikkelde referentiekader met betrekking tot de totstandkoming van de vraag naar voorlichting.

Sociaal structurele variabelen blijken op een uitzondering na van geringe directe betekenis. Opvallend is dat de relatie van de indicatoren voor interesse in gezondheidsinformatie met geslacht in dit onderzoek in het geheel niet meer waarneembaar is. De over het algemeen negatieve relatie met SES, die bij de bivariate relaties gevonden werd, blijkt bij de regressieanalyse niet meer aanwezig. Zeer waarschijnlijk leidt een lage SES tot grotere problemen op het terrein van financiën en ook op dat van gezondheid en deze problemen weer tot grotere interesse. De ervaren problemen zijn dan interveniërende variabelen bij de tot standkoming van de vraag naar voorlichting. Zij zijn zelf weer afhankelijk van de financieel-economische omstandigheden

waarin de oudere verkeert. Het is echter niet zo dat ervaren problemen op een bepaald terrein uitsluitend interesse in informatie op dat terrein met zich brengen. Zo blijkt b.v. het ervaren van gevoelens van onveiligheid niet alleen van belang voor interesse in informatie over veiligheid, maar ook voor interesse in informatie over ziekte en medicijngebruik, interesse in informatie over patiëntenrechten en over sociale contacten en eenzaamheid. Het komt zelfs voor dat het ervaren van problemen op een bepaald terrein leidt tot interesse in informatie op andere terreinen, zoals in geval van tijdsbestedingsproblemen. Zij leiden tot interesse in informatie over financiële mogelijkheden en over sociale contacten, maar niet tot interesse in informatie over tijdsbesteding.

## Discussie

We constateren een duidelijke discrepantie tussen de bevindingen uit eerder onderzoek (Van der Rijt 1990) en dit onderzoek. Bleek bij het eerste onderzoek dat vooral geslacht een belangrijke factor was ter verklaring van de interesse in gezondheidsinformatie, hier speelt geslacht geen rol van betekenis. Een eerste mogelijke verklaring hiervoor is, dat in het eerdere onderzoek interesse in gezondheidsinformatie is vastgesteld door te vragen naar interesse in die informatie in het algemeen, terwijl in het laatste onderzoek gevraagd is naar interesse in specifieke voor de betreffende groep (ouderen) relevante en op de eigen problemen toegespitste informatie. Interesse in op specifieke problemen toegespitste informatie wordt waarschijnlijk in sterkere mate bepaald door ervaren problemen. Dit houdt in dat hiervoor het proces van informatieverwerking zoals dat in de inleiding geschilderd is (een ervaren probleem leidt tot een individuele vraag naar voorlichting) als theoretisch model gehanteerd kan worden, terwijl in geval van een algemene interesse in gezondheidsinformatie het model van routinematig zoekgedrag meer toepasselijk is. Beide soorten processen die tot een vraag naar voorlichting leiden hebben dan ook waarschijnlijk verschillende wortels en determinanten en zijn dan ook niet tot elkaar herleidbaar.

Een andere verklaring voor de gevonden discrepantie is dat het hier om een hele afwijkende populatie gaat (Rotterdamse ouderen) dan in het eerder onderzoek. Een handicap om veronderstellingen adequaat te toetsen is dat in het eerdere onderzoek problemspecifieke interesses niet gemeten zijn terwijl in dit onderzoek interesse in informatie over gezondheid in het algemeen niet opgenomen is. Voor een adequate toets is opname van beide soorten variabelen in hetzelfde onderzoek noodzakelijk. Alleen dan kan nagaan worden of beide soorten processen daadwerkelijk onderscheiden kunnen worden en beide soorten processen onderscheiden determinanten hebben.

Vastgesteld kon worden dat tegen de aanvankelijke veronderstelling (Van der Rijt 1990) in de sociaal-economische status in geen van de onderzoeken een

belangrijke (directe) determinant bleek van interesse in gezondheidsinformatie. Voorzover deze een rol speelt is het waarschijnlijk dat dit komt doordat SES bepalend is voor het meer of minder ervaren van problematische problemen, die op hun beurt leiden tot informatiezoekgedrag.

De rol van gezondheidsorientaties bij het ontstaan van de vraag naar voorlichting is nog niet helder geworden. Vonden we aanvankelijk, dat een preventieve orientatie interesse in gezondheidsinformatie in het algemeen lijkt te bevorderen, terwijl de overige gezondheidsorientaties geen rol van betekenis spelen (Van der Rijt 1990), uit dit onderzoek blijkt dat verschillende gezondheidsorientaties met verschillende specifieke informatieinteresses samenhangen: terwijl een preventieve orientatie interesse in informatie over veiligheid lijkt te bevorderen, leidt bezorgdheid voor de gezondheid meer tot interesse in informatie over ziekte en medicijngebruik; fatalisme leidt tot wat minder interesse in informatie over de lichamelijke en geestelijke problemen van het ouder worden. Dit suggereert dat gezondheidsorientaties een verschillende rol spelen afhankelijk van het feit of het om algemene dan we specifieke informatieinteresses gaat. Ook dit zal in toekomstig onderzoek nader uitgezocht moeten worden.

Bovenstaande reultaten suggereren voorts dat het van belang is om bij doelgroepenonderzoek ten behoeven van voorlichtingscampagnes na te gaan of en zo ja welke specifieke probleemsituaties er zijn, tot welke specifieke vragen naar informatie deze aanleiding geven en hoe mensen op dat terrein geneigd zijn de informatie te vergaren. Dergelijk onderzoek kan behalve inzicht in hoe mensen het best bereikt kunnen worden ook inzicht bieden in de vraag hoe men zijn doelgroep het beste kan benaderen en aanspreken.

## LITERATUUR

- Beliën, M. & H.W. Kanters (1990). Gezondheidsbevordering bij ouderen: een vernieuwing voor GVO?. *Tijdschrift Gezondheidsbevordering*, 11, 3, 14-24.
- Bosman, J., E. Hollander, P. Nelissen, K. Renckstorf, F. Wester & C. van Woerkum (1989). *Het omgaan met kennis en de vraag naar voorlichting. Een multidisciplinair theoretisch referentiekader voor empirisch onderzoek naar de vraag naar voorlichting*. Nijmegen: ITS.
- Dervin, B. (1989). Audience as listener and learner, teacher and confidante: the sense-making approach, in: Rice, R.E. en Ch.K. Atkin (red.), *Public Communication campaigns*, second edition, Londen: Sage, 67-86.
- Driest, P. (red.) (1986). *Voorlichting aan ouderen*, 's Gravenhage: VUGA.
- Festinger, L.A. (1957). *A theory of cognitive dissonance*, Evanston, IL: Row Peterson.
- Katz, E., J.G. Blumler & M. Gurevitch (1974). Utilization of mass communication by the individual, in: Blumler, J.G. & E.Katz (red.), *The uses of communications, current perspective on gratificationsresearch*, Londen, 1974, 19-32.
- Klapper, J.T., (1960). *The effects of mass communication*, New York: The Free Press.
- Linschoten, C.P. van & W.J.A. van den Heuvel (1989). GVO/Preventie voor ouderen. Aanknopingspunten voor beleid, *Tijdschrift Gezondheidsbevordering*, 10, 53-62.
- Renckstorf, K. & F. Wester (1989). Het handelings theoretische perspectief voor communicatiewetenschappelijk onderzoek en de interpretatieve onderzoeksbenadering, in: Renckstorf, K. & F. Olderaan (red.), *Communicatiewetenschappelijke bijdragen, 1988-1989*, Nijmegen: ITS, 45-66.
- Renckstorf, K., (1977). *Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes*, Berlin.
- Rijt, G.A.J. van der (1990). Sociale ongelijkheid, oriëntaties op gezondheid en behoefte aan gezondheidsinformatie, *Tijdschrift voor Sociale Gezondheidszorg*, 68, 261-267.

**Abstract.** Gerrit van der Rijt, Frans Cleophas, Paula Vermeulen, Toon Voorham & Jo Schuurman. Problems and information needs of elderly people in Rotterdam, *Massacommunicatie* 1992/2, p. 103-116

The theoretical frame, developed by Bosman et al (1989) suggests that the experience of area-specific problems which cannot be solved in a routine manner leads to an interest in and a search for information in that particular domain. In this article we investigate whether this proposition can be empirically justified for elderly people in Rotterdam.

We investigated a random sample (N=319) of these elderly people to determine if and to what extent experienced problems in the different areas (safety, finance, health and leisure activities) did lead to an interest in information in those domains. In general, the findings support the proposition.

ALDERT VRIJ, EMIL VAN SCHIE & FRANS WILLEM WINKEL

## *Het tegengaan van vooroordelen jegens etnische minderheden: een voorlichtingsfilm gebaseerd op sociaal-psychologische uitgangspunten geëvalueerd*

Bestrijding van vooroordeel en discriminatie speelt een belangrijke rol in het Nederlandse minderhedenbeleid. Men tracht hieraan onder meer gestalte te geven door de ontwikkeling van massamediale voorlichtingscampagnes over etnische minderheden. In 1972 bracht de IKON een serie documentaire voorlichtingsprogramma's op het televisiescherm over de woon-, werk- en leefomstandigheden van gastarbeiders in Nederland. De Stichting Ideële Reclame (SIRE) ontwikkelde in 1983 de campagne 'Leuk dat we in Nederland niet allemaal hetzelfde zijn' die onder meer via een STER-spot werd uitgezonden. In de campagne vroeg men begrip en waardering voor het in Nederlandse ogen 'vreemde' gedrag van Turkse, Marokkaanse en Surinaamse kinderen, onder meer aan de hand van een korte toelichting van de oorzaak van het vreemde gedrag. In het seizoen 1983-1984 zond de omroepvereniging Veronica een tv-spotje uit waarin bekende Nederlanders een oproep deden tot verdraagzaam samenleven van Nederlanders en etnische groepen. Via Postbus 51 werden spots met een min of meer gelijk-luidende boodschap in het seizoen 1984-1985 uitgezonden. In 1988 zonden de NOS, TROS en VARA tv-spots van de campagne 'Zet 's een andere bril op' uit. In de campagne trachtte men meer begrip te kweken voor 'andere' gebruiken en gewoonten. Dit wilde men bewerkstelligen door Nederlanders een spiegel voor te houden en ze te wijzen op hun eigen, soms vreemde gebruiken en gewoonten: kijk met andere woorden eerst naar jezelf voordat je een ander veroordeelt.

Essentieel bij een voorlichtingscampagne is de vraag of zulke campagnes in een positiever oordeel over etnische groepen resulteren. De Veronica- en Postbus 51-spots zijn niet geëvalueerd. De effecten van deze campagnes zijn daarom onbekend. De IKON- en SIRE-campagnes alsmede de campagne 'Zet eens een andere bril op' bleken niet succesvol te zijn. Integendeel zelfs, zij sorteerden in een negatief effect. De IKON documentaire bracht veel kijkers op de gedachte dat gastarbeiders van die rare, brabbelende mannetjes zijn, die bovendien nog vreemde dingen eten ook (Winkel, Bruijninckx, & van der Kley, 1987). De SIRE campagne leidde tot een versterking van het idee dat allochtonen 'anders zijn' (Winkel et al., 1987). De campagne 'Zet 's een andere bril op' versterkte het idee dat minderheden crimineel zijn en overlast veroorzaken (Vrij & Winkel, 1991).

De evaluaties leveren kortom een weinig florissant beeld op. Vrij en Winkel (1991) constateren, dat men bij de ontwikkeling van de voorlichtingscampagnes weinig rekening lijkt te houden met theoretische inzichten met betrekking tot het tot stand komen en beïnvloeden van vooroordelen. In deze bijdrage zullen we trachten de theoretische leemte met betrekking tot voorlichtingsfilms over etnische minderheden op te vullen. We hebben voorlichtingsfilms geconstrueerd, gebaseerd op theoretische gezichtspunten. Vervol-

gens hebben we deze films geëvalueerd. Deze bijdrage doet verslag van dit evaluatie-onderzoek. Alvorens hiertoe over te gaan zetten we allereerst de onderhavige theoretische gezichtspunten uiteen.

### Theoretische uitgangspunten

Succesvolle beïnvloeding van vooroordelen via massamediale voorlichtingscampagnes vereist inzicht in het ontstaan van vooroordelen. Er is een veelheid van (sociaal-psychologische) verklaringen beschikbaar over het ontstaan van vooroordelen. Dergelijke theoretische verklaringen zijn, grofweg, in drie categorieën in te delen. In de eerste plaats brengt men vooroordelen wel in verband met persoonlijkheidskenmerken. Vooral personen die sterk autoriteitsgevoelig zijn, koesteren volgens deze gedachtengang vooroordelen en maken zich schuldig aan discriminatie. Autoritaire persoonlijkheden zijn het gevolg van autoritaire, harde opvoedingsmethoden (vgl. 'de autoritaire persoonlijkheid' (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson, & Sanford, 1950)). In de tweede plaats ziet men vooroordelen als het resultaat van onderlinge relaties tussen groepen. Vooroordelen ontstaan omdat groepen concurrerende doelen of tegengestelde belangen hebben (vgl. Sherif, 1970; Amir, 1969). In de derde plaats brengt men vooroordelen in verband met algemeen voorkomende cognitieve processen. Bepaalde cognitieve processen, bijvoorbeeld 'categoriseringsprocessen' (Tajfel, 1978) en 'ultieme attributiefouten' (Pettigrew, 1979) zijn ervoor verantwoordelijk, dat onder bepaalde omstandigheden verwerking door waarnemers van informatie over etnische groepen op dusdanige wijze plaatsvindt dat de etnische groepen er negatief van af komen.

De drie benaderingen vereisen elk een verschillende aanpak met betrekking tot de beïnvloeding van vooroordelen. In het eerste geval dient men immers persoonlijkheidskenmerken te beïnvloeden, in het tweede geval dient men tegenstrijdige belangen op te heffen en in het derde geval dient men zich te richten op een adequate informatievoorziening. In de onderhavige context is vooral deze laatste benadering relevant. Hierin speelt namelijk de informatievoorziening in het beïnvloeden van vooroordelen een belangrijke rol. We beperken ons daarom tot een nadere uiteenzetting van deze benadering.

Kernpunt van Tajfel's (1978) gedachtengang is, dat er bij de dagelijkse omgang tussen individuen zich categoriseringsprocessen voordoen: individuen rekenen sommigen tot de eigen groep ('ingroup') en anderen tot de andere groep ('outgroup'). Tajfel heeft in zijn onderzoek aangetoond, dat het gemaakte onderscheid een voldoende en noodzakelijke voorwaarde is voor het opwekken van een negatievere evaluatie van leden die niet behoren tot de eigen groep. Opmerkelijk is, dat bij de experimenten van Tajfel dit proces zich voordoet terwijl er sprake is van groepsindelingen op grond van zeer triviale criteria. Hij deelde bijvoorbeeld groepen in op grond van het opwer-



pen van een munt (kop is 'X' en munt is 'Y'). Voor zover dergelijke zinloze criteria reeds negatieve evaluatie-processen oproepen, is het niet onaannemelijk om te veronderstellen dat ze mede worden opgeroepen door verschillen tussen etnische groepen te benadrukken. Het benadrukken van overeenkomsten heeft dan ook de voorkeur.

Bij het benadrukken van overeenkomsten zijn er twee mogelijkheden: het benadrukken van positieve overeenkomsten of het benadrukken van negatieve overeenkomsten. Inzicht in de gevolgen van beide opties bieden 'ultieme attributiefouten' (Pettigrew, 1979). De ultieme attributie-fout verwijst naar de neiging van waarnemers om a) positief gedrag vertoond door actoren van de andere groep en b) negatief gedrag vertoond door actoren van de eigen groep aan situationele (buiten de actor gelegen) factoren toe te schrijven (externe attributie) en om c) negatief gedrag vertoond door actoren van de andere groep en d) positief gedrag vertoond door actoren van de eigen groep aan interne (binnen de actor gelegen) factoren toe te schrijven (interne attributie).

Indien men negatieve overeenkomsten tussen groepen benadrukt, heeft dit als resultaat dat het negatieve gedrag van de actoren van de eigen groep aan toevallige omstandigheden wordt toegeschreven terwijl men het negatieve gedrag van actoren van de andere groep juist aan de actoren zelf toeschrijft. Het netto-resultaat van dit proces is een negatieve evaluatie van (actoren van) de andere groep. Indien men positieve overeenkomsten tussen groepen benadrukt, zal men het positieve gedrag van de actoren van de eigen groep aan interne factoren en het positieve gedrag van actoren van de andere groep aan toevallige omstandigheden toeschrijven. Het netto-resultaat van dit proces is een positieve evaluatie van (actoren) van de eigen groep. Als we de twee netto-resultaten onderling vergelijken, blijkt de andere groep er bij het benadrukken van positieve overeenkomsten relatief positief (namelijk niet negatief) van af te komen. Een daadwerkelijk positief resultaat levert het benadrukken van overeenkomsten op zichzelf echter niet op. Het resultaat zou positiever uitvallen indien het positieve gedrag van actoren van de andere groep niet aan externe factoren wordt toegeschreven. Pettigrew (1979) noemt vier redenen waarom men positief gedrag aan situationele factoren toeschrijft. Deze redenen, door hem 'wegverklaringen' ('explaining away' Pettigrew, 1979) genoemd, zijn: (1) de actor is een uitzondering op de regel, (2) de actor heeft geluk, (3) de actor is uitzonderlijk (bijvoorbeeld sterk gemotiveerd) en (4) de actor verkeert in een bevoorrechte positie. Een positief resultaat is derhalve te bewerkstelligen door deze 'wegverklaringen' minder aannemelijk te maken. Een mogelijkheid hiertoe is bijvoorbeeld het positieve gedrag niet door één maar door veel actoren te laten vertonen.

Om nog een andere reden heeft het vertonen van positief gedrag van allochtonen in voorlichtingsfilmpjes de voorkeur. Binnen de voorlichtingskunde maakt men wel onderscheid tussen impliciete en expliciete informa-

tieverstrekking (vgl. McGuire, 1969; Winkel, 1987). Expliciet houdt in, dat men in de boodschap het voorlichtingsadvies letterlijk weergeeft; impliciet wil zeggen dat de boodschap aanstuurt op een bepaald advies maar dat de letterlijke weergave ervan ontbreekt. Een nadeel van impliciete berichtgeving is, dat het daadwerkelijke advies niet in de boodschap is terug te vinden en dat de boodschap dus in zekere zin aan de fantasie van de waarnemer wordt overgelaten. Dit heeft als risico, dat de waarnemer de boodschap anders opvat dan de voorlichter bedoelde. Uit het werk van onder meer Den Uyl (1983) en Bruijninx en van der Kley (1984) valt op te maken, dat een dergelijk risico ten aanzien van meningen over etnische groepen aanwezig is, zeker als men impliciete informatie vanuit een negatief perspectief aanbiedt. Den Uyl (1983) stelt bijvoorbeeld, dat waarnemers over een negatief en een positief kennischema over etnische groepen beschikken. In het negatieve schema zijn de negatieve ideeën over etnische groepen opgeslagen, in het positieve schema de positieve ideeën. Afhankelijk van het gezichtspunt dat men hanteert, zal het positieve of het negatieve schema worden geactiveerd. Onderzoek van Bruijninx en van der Kley (1984) biedt empirische steun voor de veronderstelling van Den Uyl. Berichtgeving over etnische groepen vanuit een negatief gezichtspunt resulteerde in een negatiever oordeel over etnische groepen dan berichtgeving vanuit een positief gezichtspunt. Een expliciete berichtgeving heeft daarom de voorkeur.

Een voorlichtingsboodschap over allochtonen dient kortom aan het volgende profiel te voldoen wil ze tot positieve resultaten leiden. Men dient a) positieve overeenkomsten tussen Nederlanders en etnische groepen te benadrukken en de boodschap zal b) expliciet moeten zijn. Teneinde 'wegverklaringen' van het positieve gedrag van leden van etnische groepen tegen te gaan, dienen er c) in de boodschap veel actoren van etnische groepen aan bod te komen.

We hebben verschillende voorlichtingsfilms geconstrueerd, gebaseerd op de vorengenoemde theoretische uitgangspunten. In een experiment zijn we de effecten ervan nagegaan. Toetsing van vijf hypothesen stond centraal. In de formulering is telkens uitgegaan van een vergelijking van experimentele groepen met de controle-groep.

*Hypothese 1:* het benadrukken van positieve overeenkomsten tussen Nederlanders en etnische minderheden in voorlichtingsfilms heeft een positieve uitwerking op de oordeelsvorming over etnische minderheden, afwezigheid van het benadrukken van overeenkomsten resulteert in een nuleffect

*Hypothese 2:* de vertoning van veel allochtone actoren in voorlichtingsfilms heeft een positieve uitwerking op de oordeelsvorming over etnische minderheden, de vertoning van een enkele allochtone actor resulteert in een nuleffect

*Hypothese 3:* expliciete berichtgeving in voorlichtingsfilms heeft een positieve

uitwerking op de oordeelsvorming over etnische minderheden, impliciete berichtgeving resulteert in een nuleffect

*Hypothese 4:* het oordeel over etnische minderheden wordt positiever naarmate er meer van de drie bovenstaande factoren in de voorlichtingsfilms zijn verwerkt

*Hypothese 5:* in vergelijking met de controle-groep zal in ieder geval het filmpje waarin de drie factoren zijn verwerkt (de profielschets) tot een positiever oordeel over etnische minderheden leiden.

## **Methode**

### *Deelnemers*

Aan het experiment namen 261 ondervraagden deel, waarvan 52% tot het vrouwelijk en 48% tot het mannelijk geslacht behoorde. De gemiddelde leeftijd binnen de steekproef bedroeg 46 jaar. Van de ondervraagden had 18% als hoogste opleiding lager onderwijs (lagere school, lts) gevolgd, voltooide 64% een middelbare opleiding (mavo, havo, mts) en had 18% een hogere opleiding (vwo, hts, hbo, universiteit) genoten.

### *Procedure*

Het onderzoek werd uitgevoerd in een winkelcentrum in Amsterdam-Buitenveldert. Stoepiers vroegen autochtone Nederlandse voorbijgangers mee te doen aan een onderzoek 'naar de mening die mensen hebben over groepen mensen[1]'. De stoepiers schatten het responspercentage op 80%. De deelnemers werden naar het mobiel psychologisch laboratorium geleid. De (autochtone) proefleider deelde hen at random in de experimentele condities (acht in totaal) en de controle-conditie in. De deelnemers van de acht experimentele condities kregen een filmpje te zien voordat aan hen een vragenlijst werd overhandigd. De deelnemers van de controle-conditie kregen direct bij binnenkomst de vragenlijst uitgereikt. Tijdens het invullen van de vragenlijst konden de deelnemers zich voor vragen wenden tot de proefleider. Deze zag er tevens op toe dat alle vragen werden ingevuld.

### *Onafhankelijke variabelen*

De drie onafhankelijke variabelen ('overeenkomsten', 'aantal allochtonen' en 'type informatie') waren systematisch in de films verwerkt. Dit resulteerde in acht verschillende filmpjes. Ieder filmpje duurde ongeveer twee minuten en 30 seconden.

Ter manipulatie van de factor 'overeenkomsten' werd in de helft van de filmpjes overeenkomsten tussen Nederlanders en etnische minderheden benadrukt. In de filmpjes waren Nederlanders en etnische minderheden zichtbaar die samen allerlei (positieve) activiteiten uitvoerden (werken, sporten, boodschappen doen en studeren). In de overige filmpjes was het benadrukken van overeenkomsten afwezig: in deze filmpjes waren uitsluitend alloch-

tone actoren zichtbaar.

Ter manipulatie van de factor 'aantal actoren' waren in de helft van de filmpjes meerdere allochtone actoren zichtbaar terwijl in de andere helft van de filmpjes slechts één allochtone actor centraal stond.

Ter manipulatie van de factor 'type informatie' was in de helft van de filmpjes de berichtgeving expliciet, via een commentaarstem werd expliciet de bedoeling van de filmpjes weergegeven. In de overige filmpjes was de berichtgeving impliciet, de filmpjes werden zonder geluid aangeboden.

Bij de samenstelling van de filmpjes is gebruik gemaakt van fragmenten uit reeds bestaande documentaires en voorlichtingsfilms, te weten : Bertus of Achmed (1975), Buren (1982), De tweede generatie: vader 't doet me pijn (1984), Meer culturen in één land (1987), Ook ik hoor hier (1983), Sportverenigingen, kleurrijker (1987) en Zet eens een andere bril op (1988). Het vervaardigen van films uit reeds bestaande filmfragmenten creëert overigens wel een probleem. Hoewel we de films inhoudelijk zoveel mogelijk op elkaar hebben afgestemd, was het met betrekking tot de factoren 'overeenkomsten' en 'aantal actoren' onvermijdelijk dat ze op meer aspecten van elkaar verschilden dan de experimentele manipulaties. De aanwezigheid van eventuele 'alternatieve verschillen' wijst op een tekortkoming van dit onderzoek. In de 'Discussie' gaan we op de gevolgen hiervan nader in.

Voor de duidelijkheid geven we de inhoud van één van de filmpjes weer. We kozen voor 'de profielschets', het filmpje waarin alle drie de factoren zijn opgenomen. Een gedetailleerde beschrijving van de overige zeven filmpjes wordt gegeven door van Schie (1991).

Het filmfragment duurde 2 minuten en 30 seconden. In het fragment vertonen gekleurde en blanke kinderen en volwassenen gezamenlijk dezelfde positieve activiteiten. Blanke en gekleurde kinderen spelen samen op een schoolplein en nemen gezamenlijk deel aan een wedstrijd met kruiwagens. Voorts zitten zij in dezelfde klas, zowel op de basisschool als op de middelbare school. Blanke en gekleurde volwassenen lopen samen over een markt om inkopen te doen en doen gezamenlijk aan sport. In een fragment van een voetbalwedstrijd spelen in beide teams zowel blanke als gekleurde Nederlanders. Het filmfragment wordt vergezeld van het volgende commentaar: 'Er zijn veel blanke en gekleurde mensen in Nederland. Blanke en gekleurde mensen die samen hetzelfde doen. Ze doen samen dezelfde spelletjes, gaan samen naar dezelfde scholen, leren samen dezelfde dingen, doen samen hetzelfde werk, hebben samen dezelfde hobby's, doen samen dezelfde sporten'.

#### *Afhankelijke variabelen*

Ter bepaling van vooroordelen jegens etnische groepen kregen de deelnemers tien uitspraken voorgelegd. De etnische groepen werden in de vragen-

lijst aangeduid met de term 'gekleurde Nederlanders'. Enkele voorbeelden zijn: 'Gekleurde Nederlanders staan afwijzend ten opzichte van een andere cultuur', 'Gekleurde Nederlanders werken zwart', 'Gekleurde Nederlanders zijn vandalistisch' en 'Gekleurde Nederlanders zijn luidruchtige buurtbewoners'. De deelnemers konden hun mening telkens kenbaar maken op 7-punts antwoordschalen, met als eindalternatieven (1) zeer beslist niet en (7) zeer beslist wel. De uitspraken zijn ontleend aan Meertens (1985) en Vrij en Winkel (1991). De tien uitspraken zijn geclusterd tot één index 'vooroordeel' (Cronbach's  $\alpha = .90$ ). De vragenlijst sloot af met een inventarisatie van achtergrondkenmerken, zoals leeftijd, geslacht en opleiding.

### Analyses

Toetsing van de hypothesen gebeurde op twee manieren. In de eerste plaats is een 'traditionele' variantie-analyse uitgevoerd, waarbij de drie factoren als onafhankelijke variabelen waren opgenomen. Zo'n analyse beperkt zich met andere woorden tot een onderlinge vergelijking van experimentele groepen, de introductie van een controle-groep is onmogelijk. Dit is een bezwaar omdat de evaluatie van een voorlichtingscampagne doorgaans gebaseerd is op de vergelijking van (aan het bericht) blootgestelden versus niet-blootgestelden. De introductie van een controle-groep is voor een dergelijke vergelijking noodzakelijk. In de tweede plaats zijn daarom contrastanalyses uitgevoerd. Hierin vergeleken we de experimentele groepen (proefpersonen die waren blootgesteld aan verschillende typen filmfragmenten) telkens met de controle-groep (proefpersonen die geen film hadden gezien).

## Resultaten

### *Vergelijking van achtergrondkenmerken*

Om na te gaan of er verschillen waren in achtergrondkenmerken tussen de negen groepen zijn analyses uitgevoerd. De analyses (variantie-analyses voor 'leeftijd' en chi-kwadraattoetsen voor 'sexe' en 'opleiding') leverden geen significante verschillen op.

### *Toetsingsresultaten*

Ter toetsing van hypothesen 1 tot en met 3 is een MANOVA uitgevoerd volgens een 2 X 2 X 2 factorieel design met 'overeenkomst', 'aantal allochtonen' en 'type boodschap' als factoren. De afhankelijke variabele betrof het vooroordeel jegens etnische groepen. De analyse resulteerde in één (marginaal) significant hoofdeffect voor 'type boodschap',  $F(1,187) = 2.36$ ,  $.05 < p < .10$ . Degenen die de expliciete filmpjes hadden gezien, oordeelden positiever over gekleurde Nederlanders dan degenen die de impliciete boodschap kregen voorgeschoteld ( $M=3.84$  versus  $M=4.20$ ). De richting van het effect is in overeenstemming met hypothese 3.

Voor nadere analyse van de effecten van de drie factoren op de oordeelsvor-

ming over gekleurde Nederlanders werden contrastanalyses uitgevoerd. Hierbij werden de experimentele groepen telkens met de controle-groep vergeleken. Uit de resultaten met betrekking tot de factor 'overeenkomsten' bleek, dat degenen die filmpjes hadden gezien waarin de overeenkomsten werden benadrukt een iets positiever oordeel hadden over gekleurde Nederlanders dan de controle-groep ( $M=3.92$  versus  $M=4.20$ ). Het effect was marginaal significant,  $t=1.68$ ,  $.05 < p < .10$ ). De groep waarbij de overeenkomsten niet werden benadrukt verschilden niet in hun oordeel van de controle-groep,  $t=.93$ , n.s..

Uit de resultaten met betrekking tot de factor 'aantal allochtonen' bleek, dat degenen die waren blootgesteld aan filmpjes waarin veel allochtone actoren voorkwamen, conform de hypothese, iets positiever oordeelden over gekleurde Nederlanders dan de controle-groep ( $M=3.94$  versus  $M=4.20$ ). Ook dit effect was marginaal significant ( $t=1.49$ ,  $.05 < p < .10$ ). Degenen die filmpjes hadden gezien met slechts één allochtone actor verschilden niet significant van mening over gekleurde Nederlanders met de controle-groep,  $t=1.11$ , n.s..

De resultaten met betrekking tot de factor 'type informatie' waren conform de hypothese. Degenen die expliciete informatie hadden gekregen over de bedoeling van de filmpjes oordeelden significant positiever over gekleurde Nederlanders dan de controle-groep ( $M=3.84$  versus  $M=4.20$ ,  $t=2.07$ ,  $p < .05$ ). Degenen die impliciete informatie hadden ontvangen oordeelden niet significant verschillend over gekleurde Nederlanders in vergelijking met de controle-groep,  $t=.52$ , n.s..

Samenvattend bevestigen de resultaten hypothese 3 (expliciete berichtgeving heeft een positieve uitwerking) terwijl hypothesen 1 en 2 slechts zeer beperkte ondersteuning verkrijgen.

Ter toetsing van de vierde en vijfde hypothese zijn een polynomiaaltoets en contrastanalyses uitgevoerd. Met behulp van de polynomiaaltoets is nagegaan of de gemiddelde scores voldoen aan een lineair stijgend patroon, dat verloopt van de aanwezigheid van nul factoren in de filmpjes, via achtereenvolgens de aanwezigheid van één factor en de aanwezigheid van twee factoren naar de film waarin alledrie de factoren aanwezig waren (de profielschets). Dit patroon is inderdaad aanwezig,  $F(\text{lin}) = 3.65$ ,  $p < .05$ ,  $F(\text{dev}) = .81$ , n.s. ( $M(0 \text{ factoren}) = 4.27$ ,  $M(1 \text{ factor}) = 3.96$ ,  $M(2 \text{ factoren}) = 4.01$ ,  $M(3 \text{ factoren}) = 3.63$ ). Voorts gingen we met behulp van contrastanalyses na in hoeverre deze vier geconstrueerde groepen significant van oordeel verschilden van de controle-conditie. Uit de analyses bleek, dat slechts in de conditie waarin alledrie de factoren aanwezig waren (de profielschets) significant positiever werd geoordeeld over gekleurde Nederlanders dan in de controle-groep ( $M=3.63$  versus  $M=4.20$ ,  $t=2.32$ ,  $p < .05$ ). Samenvattend is hiermee de vijfde hypothese bevestigd terwijl hypothese vier dient te worden ver-

worpen. Weliswaar voldeed het patroon van gemiddelden aan het in hypothese 4 voorspelde patroon, omdat echter slechts de groep 'aanwezigheid van drie factoren' significant verschilde van de controle-groep, duiden de resultaten erop dat het blijkbaar niet uitmaakt of er 0, 1 of 2 factoren in de boodschap zitten.

## Discussie

Voorlichtingsfilms over etnische minderheden resulteren doorgaans niet in positievere oordelen over etnische minderheden. Eerder is het tegendeel waar: niet zelden resulteren de films in een negatiever oordeel over etnische groepen. Vanuit dit oogpunt gezien is het niet verwonderlijk dat soms het nut van voorlichtingsfilms ter discussie wordt gesteld. Het blijkt echter dat men doorgaans bij de constructie van dergelijke films onvoldoende rekening houdt met theoretische inzichten in het tot stand komen en beïnvloeden van vooroordelen. In deze bijdrage gingen we de effecten na van films waarin wel met dergelijke theoretische gezichtspunten rekening is gehouden.

Op grond van sociaal-psychologische literatuur lijken met name drie criteria een rol van betekenis te spelen: het benadrukken van overeenkomsten tussen Nederlanders en etnische groepen, de vertoning van veel allochtone actoren en expliciete berichtgeving over de bedoeling van de voorlichtingsfilms. Het belang van de introductie van deze drie criteria in een voorlichtingsfilm blijkt uit het experiment: een film die aan deze drie voorwaarden voldoet, brengt inderdaad een positiever oordeel over etnische groepen teweeg.

Maar als we de factoren afzonderlijk in ogenschouw nemen, lijkt slechts expliciete berichtgeving tot positieve resultaten te leiden. Het uitsluitend benadrukken van overeenkomsten of het uitsluitend vertonen van veel allochtone actoren beïnvloedt het oordeel over etnische groepen weliswaar in de gewenste richting maar leidt niet tot een significante verbeteringen van het oordeel. Dit wil niet zeggen dat de twee laatstgenoemde criteria overbodig zijn in een voorlichtingsfilm over etnische groepen. Slechts het filmpje dat aan alle criteria voldoet, de profielschets, leidde immers tot significante verbetering van het oordeel over etnische minderheden in vergelijking met een controle-groep.

De vraag is wat we dienen te concluderen uit het achterwege blijven van de (hoofd)effecten met betrekking tot de factoren 'overeenkomsten' en 'aantal actoren'. Het lijkt ons wat te voorbarig om hieruit af te leiden, dat het belang van deze criteria blijkbaar minder groot is dan werd verondersteld. Zoals we reeds in de 'Methode' vermeldde, zijn de onderzoeksfilms geconstrueerd op grond van fragmenten uit bestaande films. Daardoor konden we de zuiverheid van de experimentele manipulaties niet geheel waarborgen. Het is daarom even goed mogelijk het niet uitkomen van de effecten toe te schrijven aan de operationalisatie. Dit probleem is slechts te voorkomen indien we 'zuivere' experimentele films vervaardigen, dat wil zeggen films

waarin geen contaminatie tussen de onafhankelijke factoren en de inhoud van de films plaatsvindt. Het is onze bedoeling dergelijke films in de nabije toekomst te ontwikkelen. We zullen hierbij geen gebruik meer maken van bestaande films maar de ontwikkeling zelf ter hand nemen. De inhoud van de films betreft een aaneenschakeling van alledaagse situaties, zoals schoolgaande kinderen, spelende kinderen, werkende volwassenen en recreërende volwassenen. De factor 'overeenkomsten' zal worden gemanipuleerd door in de ene variant uitsluitend allochtone actoren te introduceren en in de andere variant zowel allochtone als autochtone actoren deel te laten nemen. De factor 'aantal actoren' manipuleren we door in de ene variant slechts één actor te gebruiken en in de andere variant meerdere actoren te hanteren. Manipulatie van de factor 'expliciet' zal gebeuren overeenkomstig het thans beschreven onderzoek. Teneinde de invloed van dergelijke films op allochtone beoordelaars na te kunnen gaan, zullen in het vervolgonderzoek tevens allochtone beoordelaars worden opgenomen.

#### NOOT

1. In dit onderzoek waren we geïnteresseerd in de mening van autochtone Nederlanders over de onderzoeksfilm. We zijn ons er echter van bewust dat het niet betrekken van allochtone deelnemers in de steekproef een beperking van ons onderzoek inhoudt. Participatie van allochtone Nederlanders aan het onderzoek was overigens gezien de keuze van de onderzoekslocatie niet mogelijk: de onderzoekslocatie was gelegen in Amsterdam-Buitenveldert, een gedeelte van de stad waar weinig allochtone Nederlanders wonen of werken.

#### LITERATUUR

- Adorno, T.W., E. Frenkel-Brunswick, D.J. Levinson & R.N. Sanford, (1950). *The authoritarian personality*. New York: Harper.
- Amir, Y. (1969). Contact hypothesis in ethnic relations, *Psychological Bulletin*, 71, 319-342.
- Bruininx, J., & H. van der Kley (1984). Leuk dat we niet allemaal hetzelfde zijn? *Intermediar*, 20, 51-55.
- Den Uyl, M. (1983). *Een competitiefame analyse van etnische attitude*. Interne publicatie, Amsterdam: Universiteit van Amsterdam, Instituut voor Algemene Literatuurwetenschap.
- McGuire, W.J. (1969). The nature of attitudes and attitude change. In: G. Lindzey & E. Aronson (red.), *Handbook of social psychology*, volume 3, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Meertens, R.W. (1985). Interethnische attitudes: algemene beschouwing en verkennend onderzoek bij Amsterdamse scholieren. In: J. van Grumbkow, D. van Kreveld & P. Stringer (red.), *Toegepaste Sociale Psychologie*, deel 1, Amsterdam: Swets en Zeitlinger.
- Pettigrew, T.F. (1979). The ultimate attribution error: extending Allport's cognitive analysis of prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 461-477.
- Sherif, M. (1970). *Group conflict and co-operation: their social psychology*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations*. London: Academic Press.
- van Schie, E. (1991). *Het invullen van een profielschets: effecten van een voorlichtingsfilm, gericht op het tegengaan van vooroordelen bij autochtone Nederlanders*. Amsterdam: vakgroep Sociale Psychologie, Vrije Universiteit.
- Vrij, A., & F.W. Winkel (1991). 'Zet 's een andere bril op': de effecten van een voorlichtingscampagne over vooroordelen ten aanzien van minderheden bij autochtone waarnemers onderzocht. *Migrantenstudies*, 7, 44-53.
- Winkel, F.W. (1987). *Politie en Voorkoming Misdriven: effecten en neveneffecten van voorlichting*. Amsterdam: Stichting Mens en Recht.
- Winkel, F.W., J. Bruininx & H. van der Kley (1987). Beïnvloeding van etnisch vooroordeel: het verwerken van informatie over 'andere' groepen. In: F.W. Winkel (red.), *Relaties tussen groepen: sociaal psychologische analyses en interventies*. Alphen aan den Rijn: Samsom.



**Abstract.** Aldert Vrij, Emil van Schie & Frans Willem Winkel. Countering ethnic prejudice through communication programmes: a social psychologically grounded evaluation.

**Massacommunicatie 1992/2, p. 117-127**

Persuasive communication programmes aimed countering ethnic prejudice generally do not result in the desired effects. A possible explanation is that in designing such videos relevant theoretical insights were ignored. In this article the effects of specially constructed videos considering these theoretical perspectives are discussed. Theoretically three factors appear relevant: (1) stressing similarities between dutchmen and ethnic groups, (2) exposure to a lot of ethnic actors and (3) providing explicit information on the aims of the communication. Results suggested that a video utilizing these three factors results in more positive judgments of ethnic groups. In particular explicit conclusions have a significant impact. Finally, some implications for designing new communication campaigns will be discussed.

JAAP WILLEMS & LUCIEN HANSEN

## *Wetenschap op televisie: een vergelijking tussen vier Europese landen*

Wetenschap en technologie zijn maatschappelijke activiteiten die zich doorgaans afspelen buiten het gezichtsveld van het grote publiek. Het zijn moeilijk toegankelijke bezigheden. Wetenschappers en technici ontwikkelen nieuwe ideeën, technieken en produkten die van grote invloed zijn op het leven van alle dag. Het zijn zaken die relevant zijn voor iedereen, maar veel mensen begrijpen ze niet. Daardoor kan valse hoop op bijvoorbeeld nieuwe geneesmiddelen ontstaan, onterechte vrees voor bijvoorbeeld biotechnologie en automatisering, en andere ongewenste neven-effecten. Het ontbreken van voldoende kennis en inzicht op dit terrein kan zelfs leiden tot een anti-technologie houding (Biersma 1989).

Een negatieve houding t.a.v. wetenschap en techniek staat een publiek debat over keuzen in ontwikkeling en toepassing van nieuwe technologieën in de weg. Het succes van technologische ontwikkeling is sterk afhankelijk van de resultaten van deze discussie. Ook bedrijven zijn in niet geringe mate afhankelijk van de maatschappelijke en culturele infra-structuur waarin ze opereren (Rip 1988, Rijntjes 1990). Om het publieke debat te bevorderen is het nodig dat de samenleving op een begrijpelijke wijze op de hoogte wordt gesteld - en gehouden - van hetgeen wetenschappers en technici doen. Alleen indien mensen over voldoende kennis beschikken, zijn zij in staat over deze belangrijke ontwikkelingen hun mening te geven.

Een belangrijk instrument voor het bevorderen van een publiek debat en een evenwichtige meningsvorming is voorlichting. Massamedia spelen vanouds een grote rol bij het populariseren van wetenschap en technologie. Televisie neemt daarbij een belangrijke positie in. Onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau laat zien dat de meeste geïnteresseerde respondenten hun informatie over wetenschap en/of techniek via dit medium willen ontvangen (Knulst & Van Beek 1988). Ook bij wetenschappers en technici is dit medium populair.

De voorkeur voor TV is niet verbazingwekkend want televisie heeft een groot aantal aantrekkelijke eigenschappen voor voorlichting over wetenschap en technologie. Visualisatie op televisie bijvoorbeeld biedt mogelijkheden voor vergroten, verkleinen, versnellen, vertragen, animatie enzovoort. En ook als de kijkdichtheid laag is, bereikt men nog altijd enkele honderdduizenden mensen. Programma's over wetenschap en technologie bereiken overigens kijkdichtheden die (in Engeland) kunnen oplopen tot twintig procent.

Recent televisie-onderzoek voor de Stichting voor Publieksvoorlichting over Wetenschap en Techniek (PWT) heeft aan het licht gebracht dat de aandacht voor wetenschap op de Nederlandse televisie gering is. Het gemiddeld aantal minuten dat aan wetenschap wordt besteed is niet meer dan 3.6 procent van de totale hoeveelheid zendtijd (Willems 1991). Bij deze inventarisatie is vooral gekeken naar wetenschappelijk onderzoek en niet expliciet naar technologie.

Omdat maatschappelijke acceptatie mogelijk (nauw) samenhangt met de bruikbaarheid van resultaten, van technologie, was een vervolgonderzoek nodig. Bovendien was het niet mogelijk om de Nederlandse data te vergelijken met gegevens uit andere Europese landen. Daardoor wordt de discussie over dit onderwerp beheerst door vooroordelen. In België en in Engeland is volgens sommigen de aandacht voor wetenschap en technologie op televisie veel groter; anderen bestrijden dat. Om een verantwoorde vergelijking te kunnen maken was het noodzakelijk het televisie-aanbod in een aantal Europese landen op dezelfde wijze te inventariseren. Ook dat vroeg om aanvullend onderzoek. Op basis van deze twee overwegingen heeft de Werkgroep Populariseren van de Natuurwetenschappen in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken een kwantitatief onderzoek uitgevoerd in vier landen: Nederland, België, Duitsland en Engeland.

Dit onderzoeksproject is het eerste in zijn soort. In enkele landen (o.a. Groot-Brittannië en Frankrijk) is wel onderzoek gedaan naar wetenschappelijke informatie op televisie, maar dat is vooral kwalitatief. Tijdens de tweede internationale conferentie over populariseren in Madrid in 1991 (Public Communication of Science and Technology) bleek dat men in diverse landen (o.a. Groot-Brittannië, Frankrijk en Duitsland) plannen heeft voor kwantitatief onderzoek, maar dat is tot nu toe niet van de grond gekomen.

## **Methode**

Gedurende twaalf weken in de periode maart-mei 1991 zijn wekelijks drie volledige dagprogramma's geanalyseerd op de berichtgeving over bèta-wetenschappen en technologie. In Nederland zijn de zenders Nederland 1, 2 en 3 alsook RTL4 bekeken; in België BRT1 en BRT2; in Groot-Brittannië BBC1 en BBC2; in Duitsland de zenders ARD, ZDF en West 3.

De beperking tot b-wetenschappen en technologie hangt samen met de wensen/voorwaarden van de opdrachtgever.

Bij de analyse van de hoeveelheid informatie op de bekeken zenders is informatie over bèta-wetenschappen en technologie als volgt gedefinieerd: programma's of programma-onderdelen worden beschouwd als informatie over wetenschap en technologie indien er in de uitzending expliciet of impliciet wordt verwezen naar fundamenteel en/of toegepast onderzoek. Expliciet verwijzen naar onderzoek betekent dat men in de uitzending het onderzoek noemt. Impliciet verwijzen naar onderzoek gebeurt als men tijdens een uitzending informatie verstrekt die alleen via wetenschappelijk of technologisch onderzoek kan zijn verkregen.

Deze definitie is ook gehanteerd in eerdere studies naar het aandeel van wetenschap en techniek in de krant en op televisie; ze heeft daar haar bruikbaarheid bewezen (Hanssen 1991, Willems 1991). Deze selectiecriteria hebben echter wel tot gevolg dat er een "grijs gebied" ontstaat waarin subjectieve oordelen de doorslag moeten geven. Een programma(-onderdeel) over de

natuur waarin weinig informatie wordt gegeven die alleen uit onderzoek afkomstig kan zijn, moet worden gewogen. Voorbeelden daarvan vindt men bijvoorbeeld in de NCRV-show Ja Natuurlijk en de KRO-quiz Waku Waku.

Om deze subjectiviteit onder controle te houden zijn steekproefgewijze voor alle zenders parallelmetingen verricht. Eventuele twijfelgevallen zijn in een tweede ronde door de gehele meetgroep beoordeeld.

Cursussen, schooltelevisie en programma's van open universiteiten zijn in deze inventarisatie niet meegerekend. Wanneer informatie over wetenschap en technologie op een avond meer dan één keer wordt gepresenteerd (bijvoorbeeld in twee journaals), wordt deze maar één keer meegeteld. In die gevallen wordt het langste bericht genoteerd.

## Resultaten

Voor de elf onderzochte zenders is het aandeel van bèta-wetenschappen en technologie bepaald als percentage van het totale programma-aanbod. Tabel 1 geeft een overzicht van het aantal minuten dat besteed is aan informatie over wetenschap en technologie op een zender en van de percentages van het totale aanbod (op de 35 meetdagen)

**Tabel 1. Het aandeel van bèta-wetenschap en technologie op elf Europese zenders**

land	beta-wetenschap en technologie [minuten]	totale zendtijd [minuten]	percentage
NL 1	614	18174	3.4
NL 2	396	17515	2.3
NL 3	156	17715	0.9
RTL4	395	40895	1.0
BRT 1	207	21505	1.0
BRT 2	612	7700	8.0
ARD	629	33810	1.9
ZDF	805	33370	2.4
West 3	910	30841	3.0
BBC 1	334	37622	0.9
BBC 2	1041	36833	2.8

Het hoge percentage voor de zender BRT 2 wordt veroorzaakt doordat de BRT wetenschap en technologie voor een groot deel programmeert op het tweede net. De totale uitzendtijd van deze zender is in verhouding gering; hierdoor is het percentage wetenschap en technologie hoog.

Absoluut gezien - in aantal minuten - besteden de zenders BBC 2, ZDF en West 3 de meeste aandacht aan bèta-wetenschappen en technologie. Opvallend laag scoren Nederland 3 en BRT 1.

Het resultaat van met name Nederland 3 is opmerkelijk. De NOS die op Nederland 3 uitzendt, wordt geacht o.m. "aanvullende programma's" te maken. Dat zijn programma's die bij andere Nederlandse omroepen niet aan bod komen. Dat gebeurt voor wetenschap en technologie kennelijk nauwelijks.

In tabel 2 is het aandeel van bèta-wetenschappen en technologie weergegeven per land. In dit overzicht zijn alleen zenders opgenomen die behoren tot een publieke omroep (Nederland en Duitsland) of een staatsomroep (Groot Britannië en België); Dit betekent dat de gegevens over RTL 4 niet zijn vermeld.

**Tabel 2. Het aandeel van bèta-wetenschap en technologie in vier Europese landen**

land	beta-wetenschap en technologie [minuten]	totale zendtijd [minuten]	percentage
Nederland	1166	53404	2.2
België	819	29205	2.8
Duitsland	2344	98021	2.4
Groot Britannië	1375	74455	1.8

De onderlinge verschillen tussen de landen, uitgedrukt in percentages, zijn gering. Uitgedrukt in absoluut aantal minuten daarentegen besteden de Duitse zenders (bijna) twee tot driemaal zo veel aandacht aan wetenschap en technologie dan de overige landen.

### *Versnipperd*

In welk type programma is bèta-wetenschap en technologie te zien?

Tabel 3 geeft hiervan per land en voor RTL 4 een overzicht. In Groot Britannië is het aandeel van wetenschaps- en technologieprogramma's beduidend. Dat is niet verwonderlijk want in Engeland kent wetenschapstelevisie een lange traditie. De berichtgeving over wetenschap en technologie is er ondergebracht in een reeks van programma's die onderling verschillen in formule en diepgang. Het aandeel in Britse journaals en actualiteitenrubrieken is daarentegen gering. In de andere landen, met name in Duitsland, is meer aandacht in nieuws- en actualiteitenprogramma's voor wetenschap en technologie. In alle vier de onderzochte landen treft men in de categorie "overige programma's" de meeste wetenschap en technologie aan; opvallend hierbij is de hoge score van Nederland.

**Tabel 3. Bèta-wetenschap en technologie op televisie per programmacategorie in procenten**

LAND	Bel	Dld	Ned	RTL 4	GrB
CATEGORIE					
journ./actual.	10	18	10	1	-
wet./techn. prog.	18	20	10	29	46
overige programma's	72	61	81	70	54
TOTAAL PCT	100	100	100	100	100
totaal aantal minuten	819	2344	1166	395	1375

journ./actual: journaals en actualiteitenrubrieken

wet/techn prog: wetenschaps- en technologieprogramma's

### *Lengte uitzendingen*

Hoe zijn de minuten zendtijd verzameld?

Tabel 4 geeft een overzicht van de lengte van programma's en programma-onderdelen over bèta-wetenschap en technologie voor de onderzochte landen en RTL 4.

Er is een duidelijk verschil in de lengte van berichten over wetenschap en van berichten over technologie. De onderzochte landen blijken ook onderling te verschillen in de duur van programma's en programma-onderdelen. Bij de BBC duren alle programma's over wetenschap langer dan tien minuten. Ook bij de BRT wordt wetenschap weergegeven in overwegend langere uitzendingen. Berichtgeving over technologie vindt overwegend plaats via korte berichten. In Nederland en Duitsland duurt meer dan de helft hiervan korter dan vijf minuten.

**Tabel 4a. Lengte van programma's en programma-onderdelen over bèta-wetenschap op televisie in procenten**

LAND	Bel	Dld	Ned	RTL 4	GrB
CATEGORIE					
<5 min	21	47	44	20	-
5-9 min	-	23	27	7	-
10-29 min	63	21	24	47	46
>29 min	16	9	6	27	54
TOTAAL PCT	100	100	100	100	100
aantal uitzendingen	19	135	71	15	28

**Tabel 4b. Lengte van programma's en programma-onderdelen over technologie op televisie in procenten**

LAND	Bel	Dld	Ned	RTL 4	GrB
CATEGORIE					
<5 min	32	67	59	35	27
5-9 min	23	23	27	41	5
10-29 min	13	7	13	18	32
>29 min	32	2	1	6	36
TOTAAL PCT	100	100	100	100	100
aantal uitzendingen	31	218	71	17	22

Wat zijn de *onderwerpen* die in de berichtgeving over bèta-wetenschap en technologie een de orde komen?

Per land zijn ze onderverdeeld in wetenschaps- en technologiegebieden. Eén onderwerp is steeds geplaatst in één categorie.

De verdeling over de vier wetenschapsgebieden laat zien dat onderwerpen uit de natuurwetenschappelijke disciplines de meeste aandacht krijgen. Die positie is vooral te danken aan uitzendingen over biologisch veldonderzoek: de natuurdocumentaire. In afnemende mate is er aandacht voor medische wetenschappen en milieuwetenschappen. Duitsland en Engeland laten de meest evenwichtige verdeling zien in aandacht voor de verschillende wetenschapsgebieden. Tabel 6a geeft een overzicht.

**Tabel 5a. Het aandeel van de afzonderlijke wetenschapsgebieden in procenten**

LAND	Bel	Dld	Ned	RTL4	GrB	TOTAAL
CATEGORIE						
medische wet.	1	21	12	-	11	14
milieuwet.	5	21	1	1	12	11
natuurwet.	83	58	87	99	77	75
technische wet.	-	-	1	-	-	0
TOTAAL PCT	100	100	100	100	100	100
totaal aantal min.	380	1289	718	265	933	3585

**Tabel 5b. Het aandeel van de afzonderlijke technologiegebieden in procenten**

LAND	Bel	Dld	Ned	RTL 4	GrB	TOTAAL
CATEGORIE						
medische tech.	5	13	38	26	-	15
milieutech.	29	18	16	7	7	17
toegep.natuurw.	7	14	13	-	19	13
biotechnologie	1	6	4	-	2	4
materiaaltech.	-	1	4	5	-	1
informatietech.	54	19	9	5	23	23
toegep.techn.w.	4	30	17	56	49	28
TOTAAL PCT	100	100	100	100	100	100
minuten	439	1055	448	130	442	2514

De verdeling van het aantal minuten informatie over de technologie-gebieden laat een gevarieerder beeld zien. Opvallend is de grote aandacht in Nederland voor medische technologie. Duitsland en Groot Brittannië vertonen ook hier een enigszins vergelijkbaar patroon. Uitzendingen over biotechnologie en materiaaltechnologie zijn er weinig. De hoge score voor informatietechnologie in België wordt veroorzaakt door het feit dat in de meetperiode een aantal programma's over de toepassing van de computer op school is uitgezonden.

### *Actueel*

Is het wetenschappelijk onderzoek dat in de televisie-programma's ter sprake komt actueel? Programma's en programma-onderdelen zijn actueel genoemd als er een actuele gebeurtenis (bijvoorbeeld promotie, rapport, actie, politieke beslissing) in het geding was.

De resultaten laten zien dat actualiteit geen belangrijke rol speelt bij de onderwerpen die aan bod komen. In de uitzendingen over natuur- wetenschappen is deze zelfs opvallend laag. Het grote aandeel van de natuurdocumentaires is hier ongetwijfeld de oorzaak van. In de categorie medische wetenschappen is eenderde van de uitgezonden informatie actueel; in de categorie milieuwetenschappen heeft de helft van de uitgezonden informatie betrekking op de actualiteit. Tabel 6 geeft een overzicht van de vier onderzochte landen en RTL 4.



**Tabel 6. Actualiteit in de berichtgeving over bèta-wetenschap in procenten**

LAND	Bel		Dld		Ned		RTL4		GrB	
	actu	niet	actu	niet	actu	niet	actu	niet	actu	niet
CATEGORIE										
medische wet.	42	58	34	66	43	57	-	-	-	100
milieuwet.	100	-	43	57	100	-	100	-	55	45
natuurwet.	37	63	8	92	11	89	30	70	3	97
technische wet.	-	-	100	-	100	-	-	-	-	-
TOT PCT	41	59	21	79	16	84	30	70	9	91
totaal minuten	156	224	265	1024	113	605	80	185	80	853

actu: actueel

Technologisch onderzoek kenmerkt zich doordat het vaak betrekking heeft op het vervaardigen van een concreet produkt, of het voortbrengen van een gerichte methode, een procédé. Indien in een programma is aangegeven dat de toepassingen vernieuwend (kunnen) zijn dan zijn de toepassingskenmerken innovatief genoemd. In de analyse is een onderscheid gemaakt tussen produktinnovatie en procesinnovatie. Tabel 7 geeft een overzicht.

De aandacht voor innovaties in televisieprogramma's over technologie is in België 72%, in Groot Brittannië 65%, in Nederland 55% en in Duitsland 51%. In alle vier de landen heeft meer dan de helft van de uitgezonden informatie over technologie betrekking op vernieuwingen. In België en Engeland is de belangstelling vooral gericht op produktinnovaties. In Nederland en Duitsland is de aandacht gelijk verdeeld over produkt- en procesinnovaties.

**Tabel 7. Aandacht voor produktinnovatie en procesinnovatie in de berichtgeving over technologie in procenten**

LAND	Bel			Dld			Ned			RTL4			GrB		
	pdt	pcs	nee	pdt	pcs	nee	pdt	pcs	nee	pdt	pcs	nee	pdt	pcs	nee
CATEGORIE															
medische technologie	-	100	-	27	25	49	13	60	27	79	-	21	-	-	-
milieutech.	25	5	70	14	28	58	54	4	42	78	22	-	6	-	94
toegep.nat.w.	-	-	100	8	9	83	24	-	76	-	-	-	55	18	27
biotechnologie	-	100	-	7	2	92	13	56	31	-	-	-	100	-	-
materiaaltech.	-	-	-	67	33	-	63	-	38	100	-	-	-	-	-
informatietech.	100	-	-	21	54	25	46	10	44	100	-	-	100	-	-
toegep. techn.w	100	-	-	36	27	36	28	8	64	100	-	-	46	7	47
TOT PCT	64	8	28	23	28	49	28	27	44	93	2	5	58	7	35
minuten	283	34	122	241	298	516	127	122	199	121	2	7	258	30	154

pcs : procesinnovatie pdt: produktinnovatie

## Conclusies

Uit de verzamelde gegevens ontstaat de indruk dat Nederland nauwelijks onderdoet voor de drie andere onderzochte landen wanneer men kijkt naar de aandacht voor wetenschap en technologie op televisie. Nederland besteedt relatief meer aandacht aan die onderwerpen dan Groot-Brittannië en doet nauwelijks onder voor Duitsland.

Deze percentages geven echter een vertekend beeld omdat de totale zendtijd in de diverse landen sterk uiteen loopt. Duitsland besteedt in absoluut aantal minuten bijna tweemaal zoveel aandacht aan wetenschap en technologie dan Nederland. En ook de Britten hebben meer tijd over voor deze onderwerpen dan wij. De Belgen die relatief het hoogst scoren, blijven daarentegen in absolute uitzendtijd achter.

*De Nederlandse televisie besteedt (in minuten) duidelijk minder aandacht aan bèta-wetenschap en technologie dan de Duitse en (in mindere mate) de Britse televisie.*

Bovendien zitten de wetenschappelijke en technologische onderwerpen op de Nederlandse televisie meer "verstopt" dan bij anderen. In slechts tien procent van de gevallen is de informatie afkomstig van duidelijk herkenbare wetenschaps- en technologieprogramma's (tegen bijvoorbeeld twintig procent in Duitsland en bijna vijftig procent in Groot-Brittannië).

Ruim tachtig procent van de Nederlandse informatie over deze onderwerpen is afkomstig van "overige programma's" (tegen bijvoorbeeld zestig procent in Duitsland en ongeveer vijftig procent in Engeland).

*Op de Nederlandse televisie wordt informatie over bèta-wetenschap en technologie minder herkenbaar gepresenteerd dan in Groot-Brittannië en in Duitsland.*

De informatie over wetenschap en technologie is op de Nederlandse televisie meer versnipperd dan elders. Ruim tachtig procent van de uitzendingen duurt hoogstens tien minuten, slechts een klein percentage duurt langer dan een half uur. Voor Duitsland geldt ongeveer hetzelfde, maar voor Groot-Brittannië en België lijken deze cijfers gunstiger.

*Op de Nederlandse televisie wordt informatie over bèta-wetenschap en technologie meer versnipperd dan in Groot-Brittannië en in België.*

Die versnippering blijkt ook uit de Nederlandse Top-10 van de kijkcijfers. Wanneer men de programma's en programma-onderdelen over wetenschap en technologie rangschikt naar kijkdichtheid, ontstaat aan de top een bonte mengeling van programma's waarin zowel amusements- als informatieve uitzendingen voorkomen; films, documentaires, shows en andersoortige programma's wisselen elkaar ogenschijnlijk willekeurig af. De wetenschaps- en technologieprogramma's komen in deze Top-10 niet voor. Op de Nederlandse televisie bestaan programma's over bèta-wetenschap erg vaak uit reportages over de natuur. In andere landen is dat eveneens het geval, maar in

Duitsland en Groot Brittannië niet zo sterk als bij ons. De "harde" wetenschappelijke disciplines komen in het algemeen veel minder vaak ter sprake. De presentatie van de bèta-wetenschap lijkt onevenwichtig. Wanneer men de aandacht voor de diverse technologiegebieden onderling vergelijkt, komt (eveneens) naar voren dat de verdeling in Nederland minder evenwichtig lijkt dan in Duitsland en Groot Brittannië. De Nederlandse televisie besteedt onevenredig veel aandacht aan medische technologie.

*In Nederland is de aandacht op televisie voor bèta-wetenschappelijke en technologische onderwerpen doorgaans minder evenwichtig dan in Duitsland en in Groot Brittannië.*

Op het terrein van de actualiteit doet de Nederlandse TV niet onder voor de meeste andere onderzochte landen. Alleen de Belgen doen het op dit vlak duidelijk beter. Actualiteit is echter niet de enige maat om vast te stellen of informatie nieuw is, ook het al dan niet aandacht besteden aan het innovatieve karakter van produkten en processen speelt een rol. De aandacht voor innovaties in televisieprogramma's over technologie is in België met ruim zeventig procent het hoogst. Nederland doet hierbij niet onder voor Groot Brittannië en Duitsland.

In België en Engeland is de belangstelling vooral gericht op produktinnovaties. In Nederland en Duitsland is de aandacht gelijk verdeeld over produkt- en procesinnovaties.

Op de Nederlandse televisie doet de actualiteit van de informatie over bèta-wetenschap en technologie niet of nauwelijks onder voor die op de Britse en Duitse zenders, alleen de Belgische televisie is duidelijk meer gericht op nieuwe informatie.

## LITERATUUR

- Beleidsoverzicht Technologie 1990-1991 (1990). *Tweede Kamer, vergaderjaar 1990-1991, 21804*, SDU uitgeverij: Den Haag.
- Bernon-Gerth, A. (1991). *La communication télévisuelle scientifique et technique: regard sur la production et la création en Grande Bretagne et en France*, paper presented at the international conference on Public Communication of Science and Technology, Madrid, may 1990.
- Biersma, R. (1989). De afkeer van wetenschap en techniek, *Hollands Maandblad*, juli/augustus, 27-30.
- Hansen, A. & R. Dickinson (1990). *Mediated science: mass media coverage of science*, paper presented at the international conference on Politics and Publics for Science, The Science Museum, London, april 1990.
- Hanssen, L.S.A.M. (1991). Wetenschap in de krant, in: *Wetenschap in woord en beeld*, Stichting voor Publieksvoorlichting over Wetenschap en Techniek, Utrecht.
- Knulst, W. & P. van Beek (1988). *Publiek en techniek: opvattingen over technologische vernieuwingen*, (cahier 1988/nr. 57), Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Ottosen, R. (1991). *Science and journalism*, paper presented at the international conference on Public Communication of Science and Technology, Madrid, may 1991.
- Rip, A. (1988). *Technologie als mensenwerk*, Technische Universiteit Twente, Enschede, oktober 1988, rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar Filosofie van Wetenschap en Techniek.
- Rijnjtes, G.J.P. (red.) (1990). *Techniek en maatschappelijke controversen: een bijdrage aan het publieke debat*, SMO-informatief 90-3, Stichting Maatschappij en Onderneming, Den Haag, juli 1990.
- Schanne, M. (1983). *Wissenschaftsberichterstattung in Schweizerischen Massenmedien*, Referat Tagung Wissenschaftsberichterstattung, Institut für Publizistik, Universität Zürich.
- Willems, J.Th.J.M. (1991). Wetenschap op de Nederlandse tv, *Massacommunicatie* 19, 3, 240-253.

**Abstract. Jaap Willems & Lucien Hanssen. Science on television: a comparison of four European countries. *Massacommunicatie* 1992/2, p. 128-138**

The larger public is not familiar with science and technology; they are hard to understand. But science and technology do have a great impact on every day life, and a lack of knowledge about these activities can lead to a negative attitude towards technological innovations.

Television can be used for bringing science and technology to the attention of the larger public. This study deals with a comparison of the amount of attention science and technological issues get on television in Belgium, Germany, the United Kingdom and the Netherlands.

KAREN COESMANS & GEERT-JAN VAN DEN GOOR

## *Volkscommunicatie in Costa Rica: een case-study van drie kleine culturele radiostations*

In ontwikkelingsprojecten op het gebied van de communicatie zien we de laatste jaren steeds meer aandacht voor communicatie op het lokale niveau. Het communicatieproces in dergelijke projecten heeft een sterk participatief karakter en tracht bij te dragen aan een meer democratische vorm van communicatie. In dit artikel willen de auteurs aan de hand van een case-study over het gebruik van deze vorm van communicatie bij drie radiostations in Costa Rica enige kanttekeningen plaatsen bij wat bekend is geworden als volkscommunicatie (ook wel participatieve communicatie genoemd). Het artikel is gebaseerd op de bevindingen van een onderzoek dat in samenwerking met de Rijksuniversiteit Utrecht (RUU) en het Radio Nederland Training Centre (RNTC) uitgevoerd werd als afstudeerproject<sup>1</sup>.

Bij volkscommunicatie staan de begrippen toegang, dialoog en participatie centraal. Hun onderlinge afhankelijkheid komt naar voren in de cyclus toegang-dialoog-participatie. Deze cyclus gaat uit van de behoefte van mensen aan participatie in de educatie en de communicatie die moet leiden tot politiek-economische emancipatie. Men kan echter stellen dat klakkeloos uitgaan van het bestaan van deze behoefte een negatieve invloed heeft op het effectief functioneren van volkscommunicatie.

In het eerste gedeelte van dit artikel wordt ingegaan op de theoretische achtergronden van participatieve communicatie. Binnen de cyclus toegang-dialoog-participatie zullen punten aangegeven worden die essentieel zijn voor het realiseren van volkscommunicatie.

Het tweede gedeelte gaat over de rol van radio als volksmedium. Na een omschrijving van het radioproject waar het onderzoek is uitgevoerd volgen de onderzoeksopzet en een bespreking van de belangrijkste resultaten. We eindigen met het bespreken van de voornaamste conclusies uit dit onderzoek.

### **Theoretische achtergronden**

In het denken over communicatie en ontwikkeling is in het begin van de jaren tachtig een nieuwe visie opgekomen, die brak met het uniliniare, verticalistische communicatiemodel, dat de discussie tot dan toe had beheerst (Servaes 1987, White 1988). De praktijk had uitgewezen dat er behoefte was aan democratisering van de communicatie om zo het recht op communicatie voor iedereen effectief te laten zijn.

In Latijns Amerika was de roep om democratisering van de communicatie zeer groot. Door de toenemende transnationalisering van de communicatie representeerden de media in die landen een realiteit die niet aansloot bij de eigen culturele identiteit. Als reactie ontstond een participatieve vorm van communicatie die zich richtte op het levend houden van de eigen cultuur, en die tevens gold als politiek protest: "comunicación popular", ofwel volkscommunicatie.

Inmiddels was er binnen de wetenschappelijke wereld een nieuwe visie op communicatie opgekomen. Binnen deze visie zag men communicatie voor-

taan als een horizontaal interactieproces, dat gebaseerd was op een vrijwillige uitwisseling van symbolen, waarbij deelname van alle groepen in de samenleving centraal stond (Harms in Beltrán 1980:31).

De centrale uitgangspunten in deze nieuwe vorm van communicatie zijn toegang, dialoog, participatie en zelfbestuur (Beltrán 1980, Jouët 1977). Door de samenhang en hiërarchie tussen deze concepten duidelijk te maken komen we tot een model dat gebruikt kan worden voor de analyse van de participatieve onderdelen in een communicatiesysteem.

*Toegang* duidt op het gebruik van media als publieke dienst, waarbij het publiek de mogelijkheid heeft om te kiezen uit een gevarieerd media-aanbod. Aan de *dialoog* wordt vorm gegeven doordat het publiek haar kritiek en commentaar kan leveren via adequate feedback-kanalen. *Participatie* vereist toegang en dialoog. Aan het publiek wordt de mogelijkheid geboden om programma's te produceren en bij de planning betrokken te zijn.

De onderlinge samenhang tussen de drie concepten kan gezien worden als een spiraalbeweging: hoe meer toegang, hoe groter de mogelijkheden voor participatie en dialoog; hoe beter de dialoog, des te bruikbaar wordt toegang en des te groter wordt het effect van participatie; hoe meer en hoe beter de participatie, hoe waarschijnlijker het ontstaan van meer toegang en dialoog.

Wanneer de mogelijkheden voor toegang, dialoog en participatie optimaal zijn in deze spiraalbeweging spreekt men van *zelfbestuur*, de bevolking bepaalt dan volledig het beleid en de besluitvorming van een communicatiesysteem (Jouët 1977:14-18). Dit houdt echter in dat op alle niveaus binnen de spiraalbeweging toegang-dialoog-participatie de belemmeringen geminimaliseerd worden.

Op toegangsniveau spelen twee aspecten hierin een rol: de vraag en het aanbod van programma's. Het aanbod moet relevant zijn en aansluiten op de vraag naar variatie. Hierbij gaat men uit van het kenmerk "behoefte". Men stelt dat de mensen behoefte hebben aan participatieve educatie, communicatie, bewustwording en politiek-economische emancipatie. Als gevolg daarvan gaat men vaak voorbij aan het ter discussie stellen van de relatie tussen aanbod en vraag. Hierdoor gaat het in feite dan om een opgelegde behoefte, waar van buitenaf op ingesprongen wordt.

De relevantie van het aanbod wordt aangetast indien de programmering te zeer van bovenaf wordt bepaald, dat wil zeggen door personen of instanties die weinig of niet betrokken zijn bij de bevolking. Problemen op dit gebied hebben directe gevolgen voor de dialoog; wanneer de aanbodsbepalers niet in een "natuurlijk" voortdurend contact met de bevolking staan (dat wil zeggen niet direct deel uit maken van die bevolking) kan er een "kunstmatig" contact ontstaan (een "open lijn" tussen programmamakers en bevolking) dat een minder positieve uitwerking heeft op participatie. De aanbodsbepalers

kan streven naar maximale betrokkenheid met de bevolking, maar het kunstmatige contact blijft het kernprobleem in de overgang naar participatie.

Op het niveau van de participatie spelen twee actoren een rol: het communicatiesysteem als organisatie en de bevolking als participant. Het communicatiesysteem (de krantenredactie, het personeel van radio/tv-stations) dient in zijn organisatievorm mogelijkheden voor participatie te scheppen. Het ontwikkelen hiervan hangt nauw samen met de financiële en technische mogelijkheden van het communicatiesysteem. Daarnaast is het succes ervan ook afhankelijk van de houding van de directe medewerkers ten aanzien van participatie.

Voor de bevolking spelen, naast de fysieke bereikbaarheid, de sociale norm en onzekerheid omtrent het eigen kunnen een rol in het effectief gebruik maken van de mogelijkheden voor participatie. Veel mensen denken bijvoorbeeld dat men om te kunnen deelnemen in een communicatiesysteem bijzonder goed opgeleid en welbespraakt moet zijn.

Gelet op het bovenstaande kunnen de volgende kenmerken van volkscommunicatie genoemd worden:

1. gemeenschappelijk eigendom van de media;
2. een voor iedereen toegankelijke wijze van produktie van boodschappen;
3. de inhoud van de boodschappen staat in dienst van de sociale veranderingprocessen die de groep of de gemeenschap nastreeft;
4. de communicatiestroom is horizontaal en gaat vele richtingen op;
5. aan de sociale sectoren van de gemeenschap worden brede toegangsmogelijkheden geboden.

Deze kenmerken duiden op het bestaan van drie dimensies in de volkscommunicatie:

- \* de educatieve dimensie, gericht op het verschaffen van inzicht van technologie en het functioneren van media om een verantwoord gebruik van de media door de bevolking te stimuleren;
- \* een communicatieve dimensie, gericht op een verandering van de bestaande subject-object relatie, waarin de ontvanger ondergeschikt is aan de zender, naar een subject-subject relatie, waarin zender- en ontvangersrollen elkaar afwisselen;
- \* een sociaal-politieke dimensie, gericht op politieke emancipatie van de bevolking.

De sociaal-politieke dimensie verwijst naar het uiteindelijke doel van volkscommunicatie: via het in stand houden van de eigen culturele identiteit en via bewustwording werken aan de emancipatie van de bevolking. De beide andere dimensies vormen een soort voorwaardescheppend continuüm, waarop de praktijk van volkscommunicatie zich beweegt.

## Radio als volksmedium

Radio is bij uitstek geschikt voor het gebruik als medium in de volkscommunicatie. Dit hangt in het geval van Latijns Amerika vooral samen met de grote verspreiding van het medium: Op het Latijnsamerikaanse continent bestaat één zendstation per 17.000 radiotoestellen. In Canada, de Verenigde Staten en Duitsland zijn de verhoudingen respectievelijk 1 per 75.500, 1 per 82.000 en 1 per 680.000 (Proaño 1984:2). Daarnaast heeft het medium een goed bereik binnen een bepaalde regio en kan het veel mensen op eenzelfde tijdstip bereiken. Wat produktie en distributie betreft is de radio een flexibel en dynamisch medium; bovendien zijn de kosten relatief laag. Tenslotte heeft de radio directe toegang tot de privésfeer, de familie, en sluit het goed aan bij de orale cultuur.

De opvattingen over de bijdrage van radio aan het ontwikkelingsproces van een regio zijn in de loop der jaren veranderd. Deze opvattingen zijn gekoppeld aan de verschillende paradigma's die in het denken over ontwikkeling gehanteerd worden<sup>2</sup>.

### *Het modernisatieparadigma: radio als instrument voor alfabetisering*

Het moderniseringsdenken kent een grote macht toe aan de media en gaat uit van een rechtlijnig stimulus-respons model (Bordenave in Elías 1986:159). Vanuit de gedachtengang dat analfabetisme de bakermat vormt voor de armoede en onderontwikkeling, komt eind jaren '40 het gebruik van de radio voor educatieve doeleinden op. Dit wordt voornamelijk gestimuleerd door de Rooms-Katholieke Kerk, die de radio wil gebruiken als evangelisatiemiddel.

Twee systemen zijn van belang geweest voor de ontwikkeling van radio als instrument voor alfabetisering: het "Acción Cultural Popular"-systeem (ACPO) en het "Emisora Cultural Canaria"-systeem (ECCA).

Het ACPO-systeem hanteerde een non-formele vorm van educatie, die gebaseerd was op drie elementen: radioprogramma's, geschreven materiaal en de directe ondersteuning door begeleiders in het veld. Deze begeleiders waren daarnaast ook verantwoordelijk voor de feedback van het publiek naar het radiostation en hielden aldus een tweerichtingsverkeer in de communicatie in stand.

Het ECCA-systeem maakt ook gebruik van deze informele onderwijsmethoden, maar zocht tevens meer aansluiting bij het formele onderwijs, onder andere doordat de diploma's/certificaten ook officieel erkend werden.

### *Het dependentieparadigma: radio als centrum voor organisatie en mobilisatie*

Onder invloed van de gedachtengang van het dependentieparadigma, waarin gesteld wordt dat onderontwikkeling voornamelijk veroorzaakt wordt door



de machtstructuren en niet zozeer door analfabetisme, radicaliseren de radiostations zich. Het communicatiemodel dat men hanteert gaat nog steeds uit van de almacht van de media, zij het dat men nu met name aandacht besteedt aan de negatieve effecten van de media.

Bij de radiostations verschuift het accent van onderwijs naar de organisatie en mobilisatie van groepen, die machtstructuren willen veranderen (White in Spain 1977:206). Voorbeelden van dergelijke toepassingen van het medium zijn: "Promoción Popular", nationale radiocampagnes en radioforums.

#### *Het multipliciteitsparadigma: radio als communicatiecentrum*

Op basis van praktijkervaringen stapt men af van het gangbare communicatiemodel en gaat men uit van een horizontale, participatieve en op de ontvanger gerichte benadering.

Dit uit zich in de Latijnsamerikaanse radiowereld door het zichtbaar worden van twee tendensen (Perez Sanchez 1984:12):

1. Decentralisatie, van grote nationale netwerken naar regionale en lokale zenders;
2. Horizontalisme, het streven naar meer en betere participatie van de bevolking.

Bij de radiostations verschuift het accent steeds meer van educatie naar communicatie, van informatieve/educatieve programma's naar culturele programma's<sup>3</sup>.

### **Het onderzoek**

In Costa Rica bestaat een netwerk van kleine culturele radiostations, die qua doelstellingen gerekend kunnen worden tot de hiervoor beschreven communicatiecentra. Het overkoepelende orgaan is het "Instituto Cosnarricense de Enseñanza Radiofónica" (ICER), een instituut dat zich bezighoudt met volwasseneneducatie via de radio en het realiseren van volkscommunicatie. Het educatieve programma "De Meester aan Huis" werd aanvankelijk door slechts weinig radiostations uitgezonden en vooral in de wat verder gelegen gebieden, waar de behoefte aan onderwijs via de radio het grootst was, was de ontvangst vaak slecht. Daarom besloot het ICER, na een onderzoek naar de haalbaarheid, in 1981 om te starten met een project van kleine culturele zenders. Het uiteindelijke doel is om twintig stations te installeren; in 1990 waren er twaalf kleine culturele radiostations actief. Naast het uitzenden van het programma "De Meester aan Huis", is het vooral de bedoeling dat de radiostations de participatie van de bevolking stimuleren om zo te komen tot volkscommunicatie.

De voorwaarden waaraan de kleine culturele zenders volgens het ICER moeten voldoen, zijn (Epskamp & Thybergin 1984:11):

1. Ze moeten een strikt cultureel karakter hebben;

2. Om het verschil met een commerciële zender te benadrukken mogen ze geen reclame-inkomsten hebben of zendtijd verkopen aan derden;
3. Ze moeten hun luisteraars voorzien van educatie en informatie;
4. Ze moeten zich richten op het meest arme deel van de bevolking en dat stimuleren opdat ze participeert op het cultureel en sociaal niveau.

De rol van het ICER bestaat uit het verlenen van diensten (vooral technische), het toezicht houden op de naleving van de voornaamste doelstellingen en het verzorgen van de opleiding en vorming van de gemeenschap ten aanzien van het functioneren van de kleine culturele zender.

Met betrekking tot dit laatste aspect is er in 1987 een samenwerkingsverband met het Radio Nederland Training Centre (RNTC) tot stand gekomen, waarbij zowel inhoudelijke als financiële steun wordt geboden.

Van november 1989 tot juni 1990 is er in een samenwerkingsverband tussen de Katholieke Universiteit Nijmegen (KUN), de Rijksuniversiteit Utrecht (RUU) en het Radio Nederland Training Centre (RNTC) onderzoek verricht naar het functioneren van volkscommunicatie bij drie radiostations van het project voor kleine culturele zenders. Het betrof de radiostations van Turrialba, Tonjibe en Upala.

De keuze voor deze lokaties is tot stand gekomen op basis van het criterium "regioverscheidenheid". Turrialba is een middelgrote stad in de Atlantische zone van Costa Rica, waar de koffieteelt de belangrijkste bron van inkomsten vormt. Tonjibe is een klein dorpje in het indianenreservaat "Maleku", in de noordelijke provincie Alajuela. Upala is een klein stadje aan de grens met Nicaragua; vanwege de burgeroorlog in eigen land wonen er veel Nicaraguaanse vluchtelingen in dit gebied.

De vraag die centraal stond in het onderzoek luidt als volgt:

*In hoeverre kunnen de kleine culturele radiostations van Turrialba, Tonjibe en Upala "communicatiecentra" genoemd worden?*

Bij de beantwoording van deze vraag hebben we in het bijzonder aandacht besteed aan de volgende punten:

Hoe functioneren deze kleine culturele zenders? Welke problemen komen ze tegen, hoe probeert men die op te lossen, welke contacten zijn er met plaatselijke instellingen, welke uitgangspunten neemt men in acht bij het bepalen van beleid, programmering en productie van programma's?

In hoeverre sluit de organisatievorm van deze kleine culturele radiostations aan bij de ideologie van het project, die gebaseerd is op de theoretische uitgangspunten van volkscommunicatie?

Hoe functioneren deze radiostations ten aanzien van hun doelgroep: de luisteraars in de regio? Op welke manier wordt de participatie van de bevolking gestimuleerd en vormgegeven?

De gehanteerde onderzoeksstrategie was "participatief onderzoek". Deze benadering sloot het beste aan bij de specifieke kenmerken van het project, aangezien ook daar betrokkenheid, participatie en samenwerking centraal stonden. Het voornaamste kenmerk van participatief onderzoek is, dat het geen instrument is maar een leerproces voor alle betrokkenen. De "onderzochten" worden betrokken in elke fase van het onderzoeksproces, op basis van een gelijkwaardige, horizontale relatie tussen onderzoekers en "onderzochten". op die manier wordt het onderzoek een middel tot zelf-reflectie en bewustwording zowel voor "onderzochten" als voor onderzoekers. Participatief onderzoek is dan ook een methodiek met drie hoofdlijnen: onderzoek, vorming en actie (De Schutter 1983:246-251).

Door de contextgevoeligheid van deze methode heeft elke onderzoeksonvriendelijke conditie een negatieve invloed op de verwezenlijking van een participatief onderzoek. Eén van de voornaamste oorzaken is wel het tijdsbestek waarin men participatief onderzoek wilt realiseren. Tijdgebrek maakt het vaak onmogelijk om een goede basis van vertrouwen met de "onderzochten" op te bouwen waardoor de uiteindelijke betrokkenheid erg beperkt blijft.

De voornaamste informatiebronnen tijdens het onderzoek vormden de kwalitatief getinte interviews met medewerkers van de radiostations. De gegevens uit de interviews werden aangevuld en/of gestaafd door archief- en literatuuronderzoek, open interviews met sleutelpersonen binnen het ICER en de drie regio's, en participerende observaties. Tenslotte is er ook een klein kwantitatief publieksonderzoek uitgevoerd.

## **De onderzoeksresultaten**

Om een indruk te krijgen van de drie radiostations vergelijken we hun respectievelijke programmeringen. Er is een onderverdeling gemaakt naar 5 soorten programma's, te weten informatieve programma's, culturele, educatieve, religieuze en muzikale programma's. Naast het aantal programma's wordt ook het percentage van de totale zendtijd dat aan elk type programma gewijd is weergegeven. In Tabel 1 wordt de verdeling weergegeven.

Van de drie onderzochte radiostations voldoet "Radio Cultural Turrialba" het beste aan de criteria voor radio als communicatiecentrum. Zoals uit tabel 1 blijkt is haar programmering redelijk gevarieerd en biedt enkele goede aanzetten tot de productie van participatieve programma's<sup>4</sup>.

**Tabel 1. De programmering van de drie culturele radiostations**

	Turrialba	Tonjibe	Upala
informatief	9 (27%)	1 (11%)	6 (20%)
cultureel	7 (24%)	1 (4%)	4 (4%)
educatief	-	1 (5%)	1 (5%)
religieus	2 (2%)	1 (5%)	2 (2%)
muziek	11 (47%)	7 (75%)	12 (69%)
<b>totaal</b>	<b>29 (100%)</b>	<b>11 (100%)</b>	<b>25 (100%)</b>

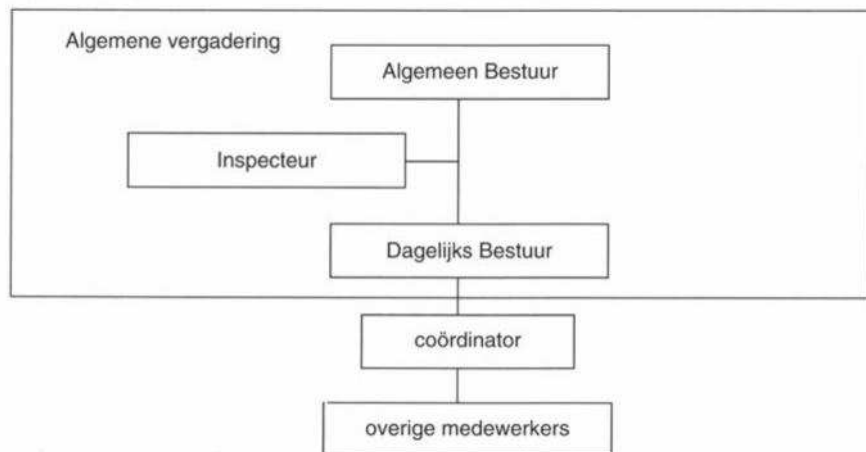
Men beschikt over een relatief groot aantal enthousiaste medewerkers. De bestuursleden van het radiostation hebben allen een hoge opleiding genoten en laten hun invloed duidelijk blijken in het reilen en zeilen van het station. Dit gebeurt soms tot ongenoegen van het overige personeel dat het idee heeft zelf te weinig invloed te hebben op het beleid. De coördinator (enige betaalde kracht en verantwoordelijk voor de coördinatie van de dagelijkse gang van zaken) vervult een spilfunctie; door iedereen erkend als leider vanwege zijn charisma, fungeert hij als tussenpersoon voor het bestuur en de mensen achter de knoppen.

“Radio Cultural Upala” verkeert in een moeizame herstelfase na een bestuurlijke crisis, waarbij twee groepen met politieke motieven trachten een monopoliepositie binnen de organisatie te krijgen. Voornaamste doel is het vertrouwen van de bevolking terug te winnen aangezien deze zich als gevolg van de bestuurlijke problemen afkeerde van het radiostation. De programmering van dit station is duidelijk commerciëler; muziek vormt het voornaamste ingrediënt en van de culturele doelstellingen komt vooralsnog weinig terecht. Desalniettemin lanceerde het bestuur enkele veelbelovende projecten om de participatie van de bevolking te stimuleren<sup>5</sup>.

“Radio Sistema Cultural Maleku”, het culturele radiostation in Tonjibe verkeert in een moeilijke situatie. Tot maart 1990 was er geen elektriciteit in het dorpje en de radio functioneerde op een dieselmotor. Aangezien de aanvoer van brandstof niet altijd gegarandeerd was, bleef het vaak stil bij de radio. De zender van dit radiostation was ook aanmerkelijk minder sterk waardoor het signaal niet verder reikte dan de meest nabijge dorpen. Samen met de geïsoleerde ligging van het station en de armoede van de daar levende bevolking maakt dit het radiostation ook niet aantrekkelijk voor lokale sponsoring van de zeer spaarzaam aanwezige middenstand in de directe omgeving.

De programmering van het radiostation bestaat voornamelijk uit muziek, aangevuld met religieuze programma's. Dit is een gevolg van het feit dat het

**Figuur 1. Organisationschema van een kleine culturele zender**



bestuur beheerst wordt door leden van een christelijk missiegenootschap die weinig oog hebben voor de culturele identiteit van de Maleku-indianen. De animo voor participatie is daardoor erg gering en het radiostation sukkelt voort zoals het al jaren doet.

Wat zijn de mogelijkheden voor de bevolking om te participeren in het communicatieproces bij de radiostations?

Ten aanzien van de participatie in de productie worden bij de drie zenders eenvoudige mogelijkheden aangeboden: het schrijven van brieven, telefoontjes, wedstrijden en loterijen etc. Men kan stellen dat men in de programma's een open interactielijn met de luisteraars heeft. Directe mogelijkheden voor participatie, waarbij de bevolking daadwerkelijk bij de productie van programma's wordt betrokken, bestaan alleen in Turrialba en Upala.

De mogelijkheden tot participatie van de bevolking bij de bepaling van de programmering zijn beperkt tot het geven van telefonische of schriftelijke reacties.

Participatie-mogelijkheden op bestuurlijk niveau zijn gering. Dit is gedeeltelijk te wijten aan de organisatiestructuur, die gebaseerd is op representatie van lokale instituties en organisaties (zie figuur 1). De Algemene Vergadering is het hoogste orgaan. Het bestaat uit vertegenwoordigers van plaatselijke instellingen en organisaties, die door het ICER worden uitgenodigd op de jaarvergadering. Uit deze groep worden vijftien personen gekozen die samen als Algemeen Bestuur fungeren. Zij kiezen uit hun midden vijf personen die deel uit gaan maken van het Dagelijks Bestuur. Dit bestaat uit een President, een Vice-president, een Secretaris, een Penningmeester en een Algemeen

Lid. Tevens benoemt het Algemeen Bestuur een Inspecteur, die belast is met het toezicht op het doen en laten van het Dagelijks Bestuur.

Binnen deze structuur is participatie voor de bevolking op twee manieren te realiseren:

1. De mensen kunnen de "Asamblea General" bijwonen en uit de vertegenwoordigers van de organisaties en instituties de leden van de "Asamblea Ordinaria" kiezen. Zijn ze zelf vertegenwoordiger van een organisatie of instelling dan kunnen ze ook gekozen worden.
2. Men kan de besluitvorming beïnvloeden door brieven te schrijven aan het bestuur of een aanvraag in te dienen om aanwezig te mogen zijn bij een bestuursvergadering.

Om een indruk te krijgen van de gerealiseerde participatie door de bevolking legden we aan een aantal van hen ( $n=83$ ) een paar mogelijkheden voor, waarbij ze aan konden geven of ze er wel eens gebruik van hadden gemaakt. Binnen deze mogelijkheden zijn twee niveaus te onderscheiden. Het eerste niveau (A) heeft betrekking op het gebruik maken van de open interactielijn in de programma's van de culturele zender. Het tweede niveau (B) heeft betrekking op een directere vorm van participatie, zoals het deelname aan de produktie van een programma of aan de organisatie van andere activiteiten van het radiostation. De verdeling wordt in Tabel 2 weergegeven.

Het wekt geen verwondering dat in de eerste categorie het percentage hoger is; de eenvoudige vormen van participatie zijn immers gemakkelijk te realiseren. Het lage percentage in Upala is misschien te wijten aan het verlies van vertrouwen van de bevolking in het radiostation.

Over het algemeen blijkt dat de participatie op een hoger niveau (in produktie en beleid) door veel mensen toch nog beschouwd wordt als iets wat is weggelegd voor mensen met meer opleiding. Deze psychologische drempel blijkt toch nog te hoog

**Tabel 2. Participatie van de bevolking in de drie kleine culturele radiostations**

	Turrialba	Tonjibe	Upala	Totaal
A	43%	43%	18%	34%
B	9%	15%	4%	9%

De verwezenlijking van volkscommunicatie bij de drie onderzochte radiostations stuit op nogal wat problemen. Het voornaamste probleem waar de stations mee te maken hebben is hun economische positie. Door de wettelijke beperkingen, een slechte financiële beleidsvoering en de matige wervingsactiviteit van het ICER om namens de kleine culturele zenders fondsen te zoeken is het moeilijk om de radiostations financieel op de been te houden;

door deze constructie zijn ze economisch immers nog sterk afhankelijk van het overkoepelend orgaan, het ICER, wat in wezen in strijd lijkt te zijn met de beoogde autonomie van de kleine culturele zenders.

Vanwege het geldgebrek is het ook niet realistisch om meer medewerkers te betalen waardoor er een stabielere kerngroep binnen de organisatie gevormd zou kunnen worden die de basis legt voor een goed gemotiveerde groep vrijwilligers. De huidige slechte integratie tussen de verschillende groepen medewerkers draagt in ieder geval niet bij aan een goede sfeer, en leidt tot een groot personeelsverloop.

Deze problematiek heeft tot direct gevolg dat het voor de radiostations erg moeilijk is om goede, participatieve programma's te maken, en een goede programmering te bepalen. De programma's vormen echter het visitekaartje van een radiostation; wanneer die niet bevallen zal de betrokkenheid van de bevolking met het radiostations afnemen, en zal de participatie gering blijven.

Om toch een maatschappelijk draagvlak te garanderen heeft men een organisatiestructuur ontwikkeld die gericht is op representatie van bestaande lokale en regionale organisaties. De vertegenwoordigers van deze organisaties vervullen echter vaak al een voortrekkersrol binnen een gemeenschap, en functioneren dus op een hoger niveau. Juist doordat zij betrokken zijn bij het culturele radiostation, wordt het image bevestigd van de "mystieke" radio, het ongrijpbare medium, dat alleen begrijpelijk is voor hoog opgeleide en slimme mensen.

Deze kloof tussen de medewerkers en de bevolking die zij vertegenwoordigen uit zich dan ook in een wederzijds onbekend zijn. De medewerkers vertonen een gebrek aan kennis over de behoeften van de bevolking: zij produceren hun programma's vanuit hun eigen standpunten. Tegelijkertijd is de bevolking onvoldoende op de hoogte van de mogelijkheden tot participatie en maakt er dus ook weinig gebruik van.

## **Conclusies**

Keren we nu terug naar het in het eerste gedeelte geschetste analyse-model voor volkscommunicatie. Allereerst kan men constateren dat er in het geval van het project van de kleine culturele zenders door het ICER ingesprongen werd op een behoefte die weinig te maken had met volkscommunicatie. De problemen die het ICER had met de bereikbaarheid van de afgelegen regio's voor haar alfabetiseringsprogramma "De Meester aan Huis", vormden het uitgangspunt voor het in het leven roepen van het netwerk van kleine culturele zenders. Het vooraf gerealiseerde haalbaarheidsonderzoek heeft zich dan

ook alleen geconcentreerd op technische en organisatorische mogelijkheden van de plaatsing van de zenders zonder in te gaan op de vraag of er in de regio's wel behoefte bestond aan een dergelijk communicatiemiddel.

Dit gebrek aan maatschappelijk draagvlak heeft men trachten op te vangen door een op representatie gebaseerde organisatiestructuur aan te nemen. Er blijkt echter een kloof te bestaan tussen de vertegenwoordigers en de bevolking wiens belangen ze zouden moeten behartigen. Hun functie bij het radiostation brengt de vertegenwoordigers in een positie waarin ze zelf invulling kunnen geven aan de mate van betrokkenheid bij de bevolking. Maximalisatie van deze betrokkenheid betekent voor hen een aantasting van hun eigen positie en status. Dit dilemma staat een optimale betrokkenheid met het wel en wee van de bevolking in de weg.

Doordat de vertegenwoordigers het aanbod van de radiostations bepalen heeft de hiervoor beschreven positie ook invloed op de relevantie van het aanbod. Deze relevantie, gedefinieerd in termen van aansluiting bij de reële behoeften van de gemeenschap, blijkt in praktijk bepaald te worden door mensen die weinig boodschap lijken te hebben aan die behoeften.

Op die manier wordt de spiraalbeweging toegang-dialoog-participatie al in de kiem gesmoord. Het centrale dilemma voor de radiostations is inherent aan de opgelegde organisatiestructuur. Het principe van vertegenwoordiging van plaatselijke en regionale instellingen organisaties zou vervangen kunnen worden door representatie op basis van motivatie. Achterliggende gedachte hierbij is, dat gemotiveerde mensen eerder geneigd zullen zijn zich in te zetten voor de realisering van de idealen van volkscommunicatie en dus ook eerder geneigd zullen zijn tot een vorm van collectief leiderschap. Dit zou op den duur kunnen dienen als vervanging van het charismatisch leiderschap, dat nu nog onontbeerlijk lijkt voor het goed functioneren van een cultureel radiostation.

## NOTEN

### 1. Uitgebreidere publikaties:

Coesmans, K. & G. van den Goor (1990). *El aire para todos. Comunicación participativa en tres pequeñas emisoras culturales de Costa Rica*. Onderzoeksverslag, San José: ICER.

Coesmans, K. & G. van den Goor (1991) *Op een golfvlengte. Volkscommunicatie bij drie kleine culturele radiostations in Costa Rica*. Scriptie, Nijmegen: KUN.

### 2. Een paradigma wordt gezien als een premisse dat een modelwaarde toegekend krijgt en gehanteerd wordt als analytisch instrument. Het moderniseringsparadigma dat met name na Tweede Oorlog op de voorgrond trad, gaat ervan uit dat ontwikkeling een gefaseerd proces is, waarin industrialisatie en urbanisatie de motoren zijn. De westerse geïndustrialiseerde landen worden als ideaalbeeld gezien en staan model voor de ontwikkelingslanden. Als reactie op deze imperialistische visie komt in de zestiger jaren het dependencia-model naar voren; aan de hand van dit model wordt de wereld ingedeeld in Centrum (ontwikkelde landen) en Periferie (ontwikkelingslanden). Ontwikkeling houdt volgens dit model in dat er op internationaal niveau een herverdeling van de economische, technische en culturele macht plaats moet vinden. Eind jaren tachtig komt er een derde visie op die deze beide modellen herinterpreteert. Binnen dit multipliciteitsparadigma wordt ervan uit gegaan dat ontwikkeling vanuit de samenleving zelf moet komen en dat er daarom dus ook geen universeel ontwikkelingsmodel te hanteren is. Participatie van de bevolking in het formuleren van hun eigen



ontwikkelingsdoelen staat centraal in deze visie (zie ook Servaes: 1987 en White: 1988).

3. Een voorbeeld van een radiostation als communicatiecentrum zijn de mijnwerkersradio's in Bolivia. De mijnwerkersradio's zijn elk zelfstandig en zelfbesturend. Ze vormen samen een netwerk dat nauwe relaties met de vakbond onderhoudt. Het netwerk is ontstaan in 1952 en telde in 1965 al 23 aangesloten stations. De programmering van de radiostations bestaat uit vakbondsberichten, folkloristische muziek en enkele uitzendingen in oorspronkelijke talen, zoals het Quechua. De doelstellingen van de mijnwerkersradio's zijn:
  1. De mijnwerkersbeweging uit zijn isolement halen.
  2. Identificatie van de mijnwerkers met de radiostations bewerkstelligen door middel van het stimuleren van een klassebewustzijn en de eigen culturele identiteit.
 Het onderhoud van de apparatuur wordt betaald uit een percentage van het salaris van de mijnwerkers. Het bestuur van elk radiostation bestaat uit vertegenwoordigers van de mijnwerkers, die gekozen worden tijdens de open jaarvergaderingen (Flores & Tealdo 1989:54-55).
4. Voorbeelden van programma's "Radio Cultural Turrialba": *Voor jou, mijn dorp* ("Para ti pueblo"): Een programma waarin culturele en politieke onderwerpen met betrekking tot Latijns Amerika centraal staan. Ze worden afgewisseld met folkloristische muziek. De presentator krijgt zijn onderwerpen toegespeeld vanuit functie als cultureel-educatief activiteitenbegeleider in de regio. Hij maakt hierbij ook veel gebruik van theater en communicatie om het bewustwordingsproces van de bevolking te stimuleren. *Avondschemering op het Platteland* ("Atardecer Campesino"): Zang- en speellustigen komen in dit programma aan bod. Hun muziek wordt meestal 's avonds in de studio opgenomen onder begeleiding van de presentator van dit programma. De muziek wordt afgewisseld met groeten en felicitaties van het publiek. Vaak zijn luisteraars "live" aanwezig bij de uitzendingen. *Spreekbuis voor Iedereen* ("Vocero Comunal"): Elke twee weken komt een groep bewoners van de verder afgelegen dorpen en gehuchten bij elkaar om informatie over het dagelijks leven in de dorpen uit te wisselen. Dit kan variëren van de aankondiging van feesten tot een bespreking van de slechte conditie van de wegen in een dorp. Regelmatig worden overheidsmaatregelen aan de kaak gesteld.
5. Voorbeelden van programma's "Radio Cultural Upala": *De Vriendenclub* ("Club de Amigos"): Leden van de "Club de Amigos" kunnen, in ruil voor hun maandelijkse contributie, in dit programma plaatjes aanvragen, groeten doen etc. Het radiostation is op deze manier tevens verzekerd van vaste maandelijkse inkomsten. *Culturele Zaterdag* ("Sábados Culturales"): Regionale en lokale artiesten treden "live" op in dit programma. Wanneer er geen artiesten zijn wordt de zendtijd opgevuld met gevarieerde muziek. *De Stem van de Dorpen* ("La Voz de las Comunidades"): In dit programma komen de dorpen uit de omgeving van Upala per toerbeurt aan bod. Onder leiding van de plaatselijke lector (vervanger van de pastoor) worden de programma's vooraf opgenomen in het desbetreffende dorp. Naast muziek en informatie, komen ook dorpsverhalen en interviews met de bewoners aan bod.

## LITERATUUR

- Beltran, L.R. (1980). A farewell to Aristotle: "Horizontal" communication, *Communication*, 5, 5-41.
- Elias, R. (red.) (1987). *Comunicación y desarrollo*, Lima: IPAL.
- Epskamp, C. & A. Thybergin (1984). *Impact study Costa Rica ten behoeve van de cindevaluatie van het RNTC/CIES-PAL-project "Training trainers for Mass Communication and Participatory Communication in Latin America"*. Den Haag: CESO.
- Jouët, J. (1977). *Community Media and Development: Problems of Adaptation. Working paper "Meeting on Self-Management, Access and Participation in Communication"*, Belgrado.
- Proaño, L.E. (1984). La radio educativa en América Latina, *Chasqui*, 10, 2-3.
- Schutter, A. de (1983). *Investigación participativa: una opción metodológica para la educación de adultos*. Mexico: CEFAL.
- Servaes, J. (1987). *Media Aid: naar een "ander" communicatie- en ontwikkelingsbeleid*. Leuven/Amersfoort: ACCO.
- Spain, P. (ed.) (1977). *Radio for education and development: case studies, vol. 2*. Washington: World Bank Staff working paper no. 266.
- Tealdo, A.R. (ed.) (1989). *Radio y democracia en América Latina*. Lima: IPAL.
- White, R. (1988). *Media, politics and democracy in the developing world*. Working paper "Sommatie 1988", Veldhoven.

**Abstract.** Karen Coesmans & Geert-Jan van den Goor. **Popular communication in Costa Rica, a case-study with three little cultural radiostations.** *Massacommunicatie*, 1992/2, p. 139-152

In the field of development communications growing attention is paid to popular communication, which is directed towards democratization of communication processes. The three central concepts in popular communication are access, dialogue and participation. They are interdependent, and, being free of any interferences at all levels, they will lead to self-management. This implies the audience's responsibility for the functioning of a communication system. Furthermore, the audience is involved in planning, policy and decision-making processes. The concepts are based on the assumed need of the population for participation in education and communication, thus leading to conscientization and emancipation on political and economical levels as well.

This article deals with the functioning of popular communication as it is being realized in three little cultural radiostations of Costa Rica. The results show that neglecting the assessment of the local need and survival possibilities for a popular medium, and creating a selective participatory structure within the organization, do have a negative impact on the functioning of popular communication.

WIM HULSINK

## *Internationalisering van de communicatiesector: spel zonder grenzen en spel zonder regels?*

Cawson, A., Morgan, K., Webber, D., Holmes P. en Stevens, A. (1990). *Hostile Brothers. Competition and Closure in the European Electronics Industry*, Oxford: Clarendon Press. £ 45 ISBN 0-19-827568-4 (405 pp.)

Dyson, K. en Humphreys P. (red.)(1990). *The Political Economy of Communications. International and European Dimensions*, London and New York: Routledge. £ 40 ISBN 0-415-03794-8 (254 pp.)

Palmer, M. en Tunstall, J. (1990). *Liberating Communications. Policy-Making in France and Britain*, Oxford: Blackwell. £ 35 ISBN S0-631-15965-7 (342 pp.)

### *Introductie*

De media- en telecommunicatiesector ondergaan momenteel grote veranderingen als gevolg van technologische convergentie, de integratie van verschillende communicatiemarkten en internationale deregulering. Deze structurele ontwikkelingen zorgen ervoor dat de media- en telecommunicatiesectoren hun exclusief en bijzonder karakter, gebaseerd op publieke dienstverlening ('public service') en universele toegang ('universal access') tot het netwerk en georganiseerd als een publiek monopolie, verliezen en steeds meer tot een commerciële bedrijfstakken geworden zijn, die onderworpen zijn aan nationale en internationale marktwerking. De media- telecommunicatiesectoren zijn tot sleutel-industrieën voor onze diensten-economie uitgegroeid met hechte relaties met de 'high tech' computer-, ruimtevaart en defensie-industrie. Bovendien zijn deze sectoren zo geïnternationaliseerd geworden, dat de manoeuvreerruimte voor een autonoom en nationaal-georiënteerd media- en telecommunicatiebeleid aanmerkelijk kleiner geworden is. De nationale soevereiniteit inzake media- en telecommunicatiebeleid wordt bovendien in West-Europa nog verder verminderd als gevolg van de Europese integratie, die niet alleen zorgt voor een harmonisatie van het bestaande nationale beleid, maar tevens bindend supra-nationaal beleid voor de media- en telecommunicatiesectoren op Europees niveau entameert. De consequenties van een dergelijke nationaal-georiënteerde strategie, met een onderschatting van de internationale dimensie van telecommunicatie, ontdekte de Franse Mauroy/Mitterand regering van socialisten en communisten in de periode 1981-84, toen zij hun ambitieus nationalisatie-programma aanmerkelijk moesten afzwakken, omdat het programma niet alleen monetair gezien niet haalbaar bleek, maar ook internationaal-economisch gezien onverstandig bleek. Zeker gezien de internationale deregulerings-trend in de VS, Japan en het Verenigd Koninkrijk, de sterke Amerikaanse en Japanse concurrentie en de toenemende internationalisering van de communicatiemarkten, was een dergelijke 'go alone' strategie niet opportuun. Nationalisatie zou niet alleen de binnenlandse economische groei en innovatie (enigs-

zins) doen stagneren, maar bovendien zag Frankrijk internationaal communicatieverkeer en investeringen weglekken naar het buitenland.

De internationale vervlechting van communicatiemarkten, de dominante aanwezigheid van grote multinationale conglomeraten, die de 'free flow of information' prediken en de toegenomen wereldwijde concurrentie tussen ondernemingen, staten en handelsblokken, zorgen ervoor, dat het nationale media- en telecommunicatiebeleid extra-nationale aspecten zoals nationale comparatieve voordelen, internationale handel, en supra-/internationale instituties, moeten worden betrokken. Binnen het huidige media- en telecommunicatiebeleid moet tegenwoordig rekening gehouden met structurele ontwikkelingen als technologische convergentie, de erosie van de sectorgrenzen tussen pers, omroep, telecommunicatie en data processing en internationale deregulering. Dit betekent dat beleid op die terreinen niet langer meer een louter nationale aangelegenheid kan zijn met een sector-specifieke regelgeving waarin sociaal-culturele en politieke aspecten de boventoon voeren, maar dat de doelstellingen van het media- en telecommunicatiebeleid opnieuw moeten worden gedefinieerd om ook economische en industriële aspecten, zoals internationale handel, mededinging en innovatie, te incorporeren in het beleid. De media- en telecommunicatie-sectoren ontpopten zich tot sectoren die onder gunstige economische condities sectoren konden zijn met een gigantisch groeipotentieel. Echter de traditionele ordening van de media- en telecommunicatie-industrie, georganiseerd als een publiek monopolie, bleek een fiks obstakel te zijn voor het stimuleren van die economische groei. Op Europees niveau vormden al die gefragmenteerde en afgeschermd monopolistische markten nog een extra handicap voor het genereren van schaalvoordelen. Geleidelijk aan werden de complexe afhankelijkheden tussen staat en markt in het media- en telecommunicatiebeleid, tussen cultuur- en infrastructuurbeleid aan de ene kant en economisch beleid (stimuleren van innovatie en mededinging) aan de andere kant, duidelijk in beleidskringen en kwam de bestaande ordening onder druk te staan.

Een dergelijke nieuwe conceptie van communicatie als economische/industriële activiteit, naast de traditionele sociaal-culturele conceptie van communicatie, levert enorme spanningen op tussen de gevestigde partijen als de publieke omroep-organisaties en de telecommunicatie-administraties (de PTT's), die beschermd konden opereren binnen de toenmalige besloten media- en telecommunicatie-gemeenschap en nieuwe toetreders tot de markt, die zich nu ook op de communicatie/mediamarkt gaan manifesteren zoals banken (American Express, maar ook ABN/AMRO), elektronica- en computerconcerns (General Electric, IBM, GM/EDS), uitgeverij (Bertelsmann, Hersant), nieuwe dienstenaanbieders (ITT Yellow Pages), en de ruimtevaart/defensie industrie (Matra, RACAL, GEC). Bovendien worden de spanningen nog vergroot door de tegenstellingen tussen de gevestigde om-

roep-organisaties en PTT's die beide beschermd als nationale monopolist konden opereren en grote internationale en gediversificeerde 'nieuwkomers' zoals IBM en AT&T op het terrein van de telecommunicatie en CLT/RTL, Fininvest/Berlusconi en Bertelsmann op het gebied van de commerciële omroep, die vooral transeuropees of globaal niveau opereren. Ook binnen het overheidsapparaat roept de herdefiniëring van communicatie spanningen op tussen de traditionele ministeries voor media- en telecommunicatiebeleid, die de publieke monopolies op die terreinen jarenlang ondersteund hebben, resp. het Ministerie voor Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur WVC en Verkeer en Waterstaat V&W, en de relatieve nieuwkomer, het Ministerie van Economische Zaken, die primair de economische aspecten van media-telecommunicatiebeleid benadrukt zoals handel, innovatie, dienstenontwikkeling en mededinging. Vergelijkbare spanningen tussen communicatie als cultureel en collectief goed aan de ene kant en communicatie als economische activiteit manifesteren zich binnen de Europese Commissie tussen de Directoraten-Generaal DG-X (Cultuur en Communicatie) en DG-XIII (Telecommunicatie) aan de ene kant en DG IV (Mededinging) aan de andere kant.

#### *Van Telecommunicatie- en Mediabeleid naar Overheidsbeleid inzake de Elektronische Informatievoorziening*

De omroep- en telecommunicatie-sector stonden lange tijd bekend als sterk gereguleerde en besloten bedrijfstakken met een relatief stabiele en overzichtelijke omgeving. Veranderingen in termen van technologie, markt, regelgeving en internationale vervlechting hadden hooguit een incrementeel effect hadden op het overheidsbeleid op die terreinen in de vorm van gestage aanpassingen aan een geleidelijk veranderende context. Bovendien bestond er een brede consensus over de politiek-economische ordening van de omroep en de telecommunicatiemarkt als een sterk gereguleerde en besloten bedrijfstak ingebed in de publieke sector, waarin de vaststelling van beleid op die terreinen in hoge mate een autonome aangelegenheid was van de overheid (regering, parlement en betrokken ministeries) en andere nationale belanghebbenden, zoals PTT, de nationale kampioen(en) van de elektrotechnische industrie, publieke omroeporganisaties en maatschappelijke organisaties, zoals sociale groeperingen, werkgevers- en werknemersorganisaties, Kamers van Koophandel, en branche-organisaties. In Nederland betekende dit dat de binnenlandse telecommunicatie- en omroepmarkt was afgeschermd tegenover buitenlandse inmenging door een van overheidswege gesanctioneerde publiek monopolie op het terrein van de omroep en telefonie; buitenlandse aanbieders kregen tot voor de begin jaren tachtig nauwelijks gelegenheid op zich op de dichtgetimmerde Nederlandse markt te manifesteren.

Het institutioneel kader van het traditionele omroep- en telecommunicatiebeleid bestond naast een sterk interveniërende overheid uit een geheel van exclusieve arrangementen (monopolistisch, monoponistisch en kartel-ach-

tig) tussen een selecte 'club' van gevestigde instanties. Zo werd het telecommunicatie-regime op nationaal niveau gedomineerd door 'rent-seeking coalitions' tussen de nationale telecommunicatie-administratie (PTT) met haar telefonie-monopolie, haar hof-leverancier(s) van schakel- en randapparatuur, (Philips, Siemens, CGE (CIT-Alcatel), Thomson, GEC, Plessey, Ericsson), de nationale overheid, telefoonabonnees (huishoudens) en de vakbonden, en op internationaal niveau werd het terrein van internationale communicatie gereguleerd door een exclusief legaal kartel van nationale PTT's binnen ITU of CEPT-verband. De omroepsector was evenals de telecommunicatie-sector in de meeste Westeuropese landen georganiseerd als een publiek monopolie, gebaseerd op het principe van 'public service' om de pluriformiteit te garanderen middels allerhande programmeringsvoorschriften en een financiering van dit publieke systeem op basis van een verplichte omroepbijdrage. In de praktijk varieerde de organisatie van dit publiek monopolie echter van land tot land: van directe overheidsinvloed middels een staatsomroep, zoals in Italië (RAI) of een representatief systeem waarin de verschillende groeperingen binnen een nationale samenleving werden vertegenwoordigd door semi-publieke omroeporganisaties, die op hun beurt weer deel uitmaakten van een de nationale overkoepelende publieke omroeporganisatie zoals in Nederland binnen NOS-verband of een gemengde ordening, zoals in het Britse systeem waarin een publieke omroepsysteem van de BBC opereerde naast het commerciële IBA/ITV-systeem.

Het omroep- en telecommunicatiebeleid ontwikkelde zich in een beleidscontext, waarin overeenstemming bestond over de uitgangspunten van het te voeren beleid: nl. publieke dienstverlening ('public service'), universele toegang ('universal access'), pluriformiteit en sociaal-economische herverdeling. Dit wil natuurlijk niet zeggen dat deze ontwikkeling zich langzaam en weloverwogen voltrok. Incidenteel vertoonde de totstandkoming van telecommunicatie- en omroepbeleid een levendig palet van machts spelen van belangtegenstellingen tussen de publieke organisaties (PTT en de publieke omroepen), de privé sector (hard- en software industrie en uitgevers) en de overheid, tussen elkaar competentie betwistende ministeries (CRM/WVC en V&W) of overheidslagen (nationaal tegenover de regionale/lokale overheden) en veranderingen in het politieke samenstelling van het parlement en regering. Tegenover de stabiele en overzichtelijke technologische, economische en juridische omgeving van de omroep en telecommunicatiesector stond de nu en dan opflakkerende conflicten in de politieke omgeving, wat de totstandkoming van beleid in die sectoren een zekere dynamiek leken te geven (in Nederland m.n. het omroepbeleid). Echter hoe belangrijk en cruciaal deze conflicten toendertijd ook leken, wanneer we er nu op terug kijken blijkt het slechts om louter op zichzelf staande politieke en/of maatschappelijke incidenten te gaan, gevoed door partijpolitieke twisten, door elkaar competentie betwistende ministeries of door belangtegenstellingen

tussen maatschappelijke organisaties, verontachtzaamd wordt hierbij het feit dat de overeenkomsten in de uitgangspunten en doelstellingen van het beleid groter waren dan de verschillen. Zo bestond er decennia lang een brede consensus over de ordening van de sectoren, over de taakverdeling tussen overheid, publieke organisaties en bedrijven, over het pakket van de te verzorgen diensten (omroep en telefonie) en de financiering/tariefstelling van die dienstverlening.

Vooral in de huidige turbulente en pittige discussies, die gisteren en vandaag over het media- en telecommunicatiebeleid op meerdere beslisniveaus en in elkaar overlappende beleidsnetwerken zijn en worden gevoerd, doen de vroegere moeizame discussies over de diffusie van televisie, de introductie van reclame op televisie, de verzelfstandiging van de PTT, de herdefiniëring van het telecommunicatie-monopolie en de invoering van nieuwe media (abonnee-televisie, videotex, teletekst), aan als een storm in een glas water. In de discussies van vandaag zijn naast de structurele onzekerheden in het politiek-bestuurlijke bedrijf, ook andere segmenten van de omgeving gedynamiseerd als gevolg van technologische revolutie, globalisering van de communicatiemarkt, internationale deregulering en de gevolgen van de Europese integratie. De sterk gereguleerde omroep en telecommunicatiesectoren zijn nu als gevolg van dergelijke structurele ontwikkelingen gedynamiseerd, waarin de publieke telecommunicatiestructuur en omroeporganisaties in structuur en cultuur zijn gecommmercialiseerd en gedeeltelijk zijn onderworpen aan een nieuw mededingingsregime, nieuwe onafhankelijke instituties zijn gecreëerd belast met regelgeving, overleg en/of toezicht.

Het gevolg van deze structurele ontwikkelingen op zowel het nationale als internationale omroep- en telecommunicatiebeleid is namelijk wel vergaand, omdat de communicatiesectoren eigenlijk opnieuw worden herijkt en ingericht op grond van een langzaam manifest wordende technologische infrastructuur, nieuwe marktstructuren, evoluerend in de richting van één geïntegreerde sector van openbare elektronische informatievoorziening, waarin de technologische, markttechnische en beleidsmatige onderscheiden tussen de informatie-, omroep- en telecommunicatie-sector zullen oplossen. De economische ordeningsvorm van deze zich manifesterende sector zal waarschijnlijk bestaan uit een mengeling van vrije marktprincipe en marktregulering, een vorm zoals die bijv. nu bestaat voor de luchtvaart en de financiële sector. De toegangsbelemmeringen en de gedragsbeperkingen in die sector zullen weliswaar sterk verminderd zijn maar niet geheel verdwijnen, om toch een bepaald minimum pakket van basisdiensten aan het brede publiek te kunnen garanderen. In die zich integrerende sector lijkt voor de overheid in plaats van haar vroegere interveniërende rol in de omroep en telecommunicatie slechts een toezichthoudende rol weggelegd. De dominante structuur van de beleidsnetwerken in de media- en tele-communicatie wijzigt zich

ook langzaam van een exclusief neo-corporatistisch regime, als een kartel gecentreerd rondom een publiek monopolie, tot een open en pluralistisch beleidsregime, waarin een zekere mate van concurrentie optreedt door nieuwe toetreders (internationale commerciële dienstenaanbieders) en een herpositionering van de gevestigde partijen. De PTT's en de publieke omroeporganisatie(s) zijn zich aan het reorganiseren van voormalige overheidsadministraties of staatsbedrijven, gestructureerd op basis van hiërarchische en bureaucratische organisatiestructuren, tot verzelfstandigde of geprivatiseerde afgeslankte bedrijven met een flexibele organisatiestructuur opgebouwd uit gedecentraliseerde markt-gerichte productie-eenheden. De ontwikkeling van een dergelijke 'enterprise culture' is zichtbaar bij bedrijven als British Telecom, Cable and Wireless, France Telecom, en PTT Telecom, die als geprivatiseerde of verzelfstandigde onderneming en een veel grotere diversiteit van hun aanbod, markt-responsiviteit en innovatiebereidheid ten toon spreiden dan in de periode toen zij nog onderworpen waren aan streng overheidstoezicht. De ordening van de omroep- en telecommunicatiemarkt is langzamerhand veranderd van een publiek monopolie tot een gereguleerde markt, waarin een belangrijke plaats is ingeruimd voor zelfstandige bestuursorganen belast met overleg, regelgeving en toezicht. Deze zgn. 'regulatory bodies' zijn geënt op de Amerikaanse Federal Communications Commission FCC en bestaan nu al in het Verenigd Koninkrijk met het Office of Telecommunications OFTEL en de Cable Authority, in Frankrijk met de Commission Nationale des Communications et Libertés CNCL en Conseil Supérieur de l'Audiovisuel CSA) en in Nederland met het Commissariaat van de Media en de Hoofddirectie Post en Telecommunicatie HDTP (een zelfstandig bestuursorgaan in wording ?).

De internationalisering van nationale economieën tot een wereldeconomie met invloedrijke multinationale communicatie-conglomeraten zal ook vergaande consequenties hebben voor de beleidsontwikkeling op de terreinen van omroep en telecommunicatie. Bij de beleidsontwikkeling op nationaal niveau moet tegenwoordig expliciet rekening worden gehouden met wat de internationale dimensies zijn van dit beleid; zowel in de zin van het internationaal recht (bijv. het Europees recht) en de gemaakte supra-nationale en inter-gouvernementele afspraken binnen EG- of GATT-verband of in termen van het versterken van de internationale concurrentiepositie van het betrokken land. Maar behalve een incorporatie van internationale aspecten in nationaal beleid zal het media- en telecommunicatiebeleid verder 'internationaliseren', doordat aan de ene kant internationale gremia voor overleg, regelgeving en/of standaardisatie (zoals de OESO, ITU, EG en de ISO) aan invloed en belang zullen toenemen ten koste van nationale soevereine instellingen, en aan de andere kant zal de (internationale) regulering van de omroep- en telecommunicatiesector langzaam maar zeker verschuiven van sector-specifiek beleid ontwikkeld binnen het exclusief ITU-verband naar



generiek industrie- en handelsbeleid, zoals dat wordt ontwikkeld binnen EG-, ISO-, OESO- en GATT-verbanden.

### Overzicht

De door Dyson en Humphreys geredigeerde bundel 'The Political Economy of Communications: International and European Dimensions' bevat interessante analyses van de markt- en beleidsveranderingen in de media- en telecommunicatiesector. De bundel bevat beschrijvingen en analyses van deze beleidsveranderingen in een vergelijkend perspectief; zowel cross-sectoraal, door de media- en telecommunicatiesector met elkaar te vergelijken, cross-nationaal door de beleidswijzigingen in meerdere landen met elkaar te vergelijken en cross-level door deze opgetreden beleidsveranderingen op meerdere aggregatieniveaus met elkaar te vergelijken. De bijdragen over de rol van de ITU en Intelsat hebben het globale analyiseniveau als uitgangspunt, de hoofdstukken over de ontwikkeling van het audiovisuele en telecommunicatiebeleid van de Europese Gemeenschap zijn gelokaliseerd op het Europese beslisisniveau, het hoofdstuk over de transnationale mediagigant CLT/RTL kan eveneens gesitueerd worden op het Europese niveau van de 'Euro-national', en de andere hoofdstukken, over het Britse omroepbeleid, het beleid ten aanzien van nieuwe media in West-Duitsland en het telecommunicatiebeleid in Frankrijk situeren zich op het nationale beslisisniveau. Alle hoofdstukken hebben een hoog informatief gehalte en hanteren een zgn. 'policy networks'-perspectief, waarin de studie naar veranderingen in de afhankelijkheden tussen publieke en private actoren centraal staan. Echter een paar hoofdstukken hebben niet alleen een hoog informatief gehalte, maar bevatten bovendien ook nog een heldere bestudering van de totstandkoming van het beleid vanuit een soort onderhandelingsperspectief, waarin processen van samen- en tegenwerking tussen de betrokken beleidsactoren rondom een aantal meer of minder pregnante beleidsissues door de tijd heen worden gevolgd en geanalyseerd. Met name de bijdragen van Schneider en Werle over de achtergronden van de toegenomen invloed van de EG op het Europese telecommunicatiebeleid, van Dyson over de 'stakeholders' van de 'Luxemburgse' media-gigant CLT/RTL (de Luxemburgse staat, de Belgische financiële instellingen Groupe Bruxelles Lambert en de Société Générale SG, het Duitse Bertelsmann en de Franse bedrijven Havas, Paribas en UAP) en de bijdrage van Humphreys over de dominante rol van de overheid, de eliteaire *grands corps* van telecommunicatie-ingenieurs binnen de Direction Générale des Télécommunications (DGT), de (voormalige) staatsbedrijven (CGE/CIT/Alcatel en Thomson) in de ontwikkeling van het Franse telecommunicatiebeleid, zijn een speciale vermelding meer dan waardig.

Palmer en Tunstall vergelijken in hun boek 'Liberating Communications. Policy-Making in France and Britain' de liberalisering van het media- en te-

lecommunicatiebeleid in Frankrijk en Groot-Brittannië. Palmer en Tunstall's studie laat zien dat het formuleren en implementeren van media- en telecommunicatiebeleid toch vooral een nationale aangelegenheid is gebleven, waarin nationale prioriteiten (stimulering nationale economie, export-strategie, innovatie, bescherming nationale cultuur en protectie van nationale kampioenen) in het formuleren van een nationale respons op liberalisering en internationale deregulering de politieke agenda blijven domineren. Dit komt goed naar voren in Palmer en Tunstall's analyse van de veranderingen in het Franse en Britse media- en telecommunicatiebeleid, waarin zij de invloedrijke rol aangeven op de totstandkoming van het beleid van nationale kampioenen (Frankrijk: DGT/France Télécom, CGE (CIT-Alcatel), Thomson, Bull en Matra-Hachette; Groot-Brittannië: British Telecom, Cable and Wireless/Mercury, ICL/STC, British Aerospace, RACAL) en multimediale conglomeraten (Frankrijk: HAVAS, Bouyges en Hersant; Groot-Brittannië: Reuters, BBC, IBA/ITV, en Murdoch's News International). Ondanks de structurele trend naar globalisering van markten en Europeanisering van beleid, blijft er toch nog steeds voldoende ruimte voor het formuleren van een nationale respons in de vorm van een specifiek Britse of Franse interpretatie van en reactie op de liberaliseringstrend: tegenover de radicale deregulering in Groot-Brittannië middels privatisering van British Telecom en de commercialisering van grote delen van de communicatiemarkt, staat de beheerste deregulering ('la déreglementation maîtrisée') in Frankrijk, waarin de overheid een balans probeert te vinden tussen het onderkennen van de globale imperatieven van technologie en markt en de bescherming van de nationale cultuur en industrie. Het feit dat de Franse en Britse overheid ieder op verschillende wijze geïntervenieerd hebben in de nationale economie van de media- en telecommunicatie-industrie, wijst op het bestaan van zgn. nationale beleidsstijlen: de Franse *étatistische* of *centralistische* beleidsstijl, waarin de staat een leidinggevende rol in de economie speelt middels (indicatieve) planning en staatsbedrijven in de sleutel-industrieën ('nationale kampioenen') en de Britse beleidsstijl van een overheid op afstand ('government at arm's length'), waarin veel gewicht wordt toegekend aan marktwerking en aan zelfregulering in plaats van een gedetailleerde overheidsbemoediging.

Cawson et al. geven in hun boek 'Hostile Brothers. Competition and Closure in the European Electronics Industry' een analyse van de opgetreden politieke en economische veranderingen in de Europese telecommunicatie-industrie en de sector van de consumenten elektronica. Hun onderzoek is behalve cross-sectoraal - het vergelijken van deze twee sectoren - ook een cross-nationale analyse door van drie Europese landen - Groot-Brittannië, Duitsland en Frankrijk - de structurele veranderingen in hun nationale telecommunicatie-industrie en de sector consumenten elektronica met elkaar te vergelijken. Cawson et al.'s analyse zou getypeerd kunnen worden als een interorganisationale/institutionele analyse, waarin zowel de strategische inter-

actie tussen overheidsinstanties, de publieke (en private telecommunicatie-administraties (British Telecom, Cable and Wireless/Mercury en de Bundespost), grote multinationale ondernemingen (GEC, Plessey, Thorn/EMI, Siemens, Bosch, Nixdorf, Grundig, Telefunken, CGE (CIT-Alcatel) Matra en Thomson, en het georganiseerd bedrijfsleven (branche-organisaties, vakbonden) in zgn. industrie/politieke netwerken als de institutionele en historische context waarin deze interacties zijn ingebed en zijn gestructureerd. Uit de studie blijkt dat de Europese telecommunicatie-industrie zich het laatste decennium heeft ontwikkeld van gefragmentariseerd en afgeschermd thuismarkten, gedomineerd door nationale kampioenen, tot een sector, die qua economische ordening veel overeenkomst begint te vertonen met de Europese consumenten elektronica. Beide sectoren zijn na een 'shake-out' periode tot quasi-globale markten geëvolueerd, waarin weliswaar vrijhandel domineert maar waar mercantilisme (middels non-tarifaire handelsbelemmeringen) blijft bestaan. De marktform voor zowel de consumenten-elektronica als de telecommunicatie-industrie is oligopolistisch; de markt wordt gedomineerd door niet meer dan een handvol multinationale ondernemingen; in de consumenten elektronica zijn dat Philips en Thomson (beide EG), Sony en Matsushita (beide Japan), in de telecommunicatie-industrie zijn dat Alcatel en Siemens (beide EG), Ericsson (Zweden), AT&T (VS), Northern Telecom (Canada) en NEC (Japan). Tegenover de groeiende hegemonie van transnationale conglomeraten staat de afname van de invloed van nationale overheden, vakbonden en branche-organisaties op de strategiebepaling van de nationale kampioen(en) en het nationale telecommunicatiebeleid. De plaats van de nationale overheid in de bescherming van de nationale telecommunicatie- en elektronica-industrie heeft plaats gemaakt voor protectionisme op Europees niveau (Frankrijk-Thomson, Duitsland-Siemens en Nederland-Philips) of voor een liberale marktstrategie, resulterende in buitenlandse investeringen en een overname van de nationale elektronica-concerns door Japanse, Amerikaanse en Europese bedrijven (Groot-Brittannië).

Weliswaar zijn zowel de telecommunicatie- als de elektronica-sector onderworpen aan de imperatieven van schaalvergroting en internationalisering van markten toch blijft er nog ruimte voor nationale variëteit in het onderkennen en aangeven van nationale prioriteiten bij de strategiebepaling van de nationale kampioenen en de nationale consumenten elektronica en de telecommunicatie-industrie. Zo werd de Britse agenda gedomineerd door de issues van het stimuleren van investeringen in de nationale economie en liberalisering/concurrentie om de performance en het aanbod van British Telecom voor m.n. de telecommunicatie grootgebruikers (de Londense City) te verbeteren en is de Britse beleidsarena gedomineerd door de belangen van de sterk nationaal gerichte carriers, British Telecom en Cable and Wireless en de Japanse, Amerikaanse en Europese investeerders in de failliete Britse consumenten elektronica-sector. Zo werd de Duitse agenda gedomineerd

door het beschermen van het telecommunicatie-monopolie van de Bundespost, de exclusieve positie van de hofleveranciers van apparatuur en de vakbonden en het (tevergeefs) beschermen van de Duitse nationale kampioenen van de consumenten elektronica. De Duitse beleidsarena werd gedomineerd door de Duitse overheid (zowel federaal als de regionale overheid (Länder), de Bundespost, Siemens, de ambtenaren-vakbonden, Philips en Thomson (resp. de overnemers van Grundig en Telefunken). De Franse agenda is gedomineerd geweest door de issues van het stimuleren van de nationale economische ontwikkeling in de telecommunicatie-sector als van de informatiesamenleving als geheel (digitalisering telefoonnet, Télénet/Minitel, ISDN) en het stimuleren van de export van de grote Franse elektronica-concerns. De Franse beleidsarena was een Franse aangelegenheid om de binnen- en buitenlandse belangen van 'la Patrie' te beschermen en werd gedomineerd door de alomtegenwoordige staat, semi-publieke ondernemingen als de DGT/France Télécom, en de nationale elektronica kampioenen Alcatel en Thomson.

#### *Relevantie voor de Nederlandse beleidscontext*

Wat is nu de relevantie van dergelijke empirische studies voor de Nederlandse beleidscontext? De in de studies behandelde thematiek - internationale herstructurering van de telecommunicatie- en omroepmarkt als gevolg van technologische convergentie, globalisering van markten, privatisering, deregulering en Europese integratie - lijken op het eerste gezicht niet zo veel nieuws voor de Nederlandse situatie te bevatten. Uit het veelvuldig aanhalen in beleidsrapporten en -adviezen blijkt inderdaad dat dergelijke structurele ontwikkelingen en hun gevolgen inderdaad bekend zijn bij de Nederlandse beleidsmakers. Maar wat veel minder in de Nederlandse beleidscontext wordt onderkend is het tempo van deze structurele veranderingen en hun onderlinge afhankelijkheid, en het relatieve onvermogen van de Nederlandse overheid om de situatie naar behoren in te schatten en een adequaat omroep- en telecommunicatiebeleid voor de middellang termijn te ontwikkelen. Dit wordt als te meer duidelijk als we Nederland vergelijken met Groot-Brittannië en Frankrijk, waarin twee dingen duidelijk naar voren springen: de trage en ineffektieve besluitvorming en het gebrek aan visie. In Groot-Brittannië werd op basis van liberaal-conservatieve ideologie een 'no-nonsense' beleid in 'no time' ontwikkeld, dat voorzag in een radicale transformatie van m.n. het Britse telecommunicatiebeleid middels privatisering van British Telecom, liberalisering van de telecommunicatiemarkten op het niveau van de infrastructuur, diensten en randapparatuur en sector-specifieke regulering middels het *Office of Telecommunications* OFTEL, ondersteund door een generiek mededingingsbeleid onder toezicht van het *Office of Fair Trading* en de *Monopolies and Mergers Commission*. In Frankrijk lanceerden Nora en Minc met hun *L'Informatisation de la Société. Rapport à M. le Président de la République* reeds in 1978 een strategisch beleidsplan voor de informatisering van de

samenleving, dat niet alleen weinig aan actualiteitswaarde heeft ingeboet, maar tegelijkertijd ook als basis heeft gediend voor het ontwikkelen van informatie- en communicatiebeleid op de middellange termijn.

De twee manco's van het Nederlands omroep- en telecommunicatiebeleid - trage en ineffektieve besluitvorming en gebrek aan visie - dragen ertoe aan bij dat de beleidsvorming op die terreinen getypeerd kan worden als een continu achter de feiten aan lopen. De beleidspraktijk in deze sectoren bevat voldoende voorbeelden van een uiteindelijk - na veel geharrewar- gevonden oplossing voor het eertijds gerezen probleem, dat al reeds bij voorbaat is achterhaald door nieuwe ontwikkelingen. Denk bijv. aan de totstandkoming van de Wet op de Telecommunicatie-voorzieningen, moeizaam tot stand gekomen na 7 jaar van moeizame onderhandelingen, die inderdaad een perfecte oplossing voorstond voor de in 1982 gerezen problemen, maar reeds binnen drie jaar na de invoering in 1989 is achterhaald en ingrijpend zal moeten worden bijgesteld. Denk bijv. ook aan de jarenlange discussie over de introductie van commerciële televisie en de reorganisatie van de publieke omroep, die tot nu toe eigenlijk alleen maar verliezers heeft gekend en waarvan het einde nog niet in zicht lijkt. Bovendien is deze politieke klucht een tragedie geworden als gevolg van het onderschatten van Europeesrechtelijke ontwikkelingen op het gebied van concurrentievervalsing en de hiermee samenhangende introductie van commerciële televisie -de succesvolle penetratie van RTL4-, die de reorganisatie van de publieke omroep eigenlijk alleen nog complexer en dringender heeft gemaakt. Een ander voorbeeld van trage en ineffektieve besluitvorming inzake het media- en telecommunicatiebeleid is de gang van zaken rond het 'VOC-rapport' van Arnbak, Van Cuilenburg en Dommering. In dit rapport, gepubliceerd in 1990 wordt niet alleen een referentiekader en toekomstvisie ontvouwd op het terrein van pers, omroep en telecommunicatie, maar worden bovendien nog concrete suggesties aangedragen voor overheidsbeleid voor de openbare elektronische informatievoorziening op de middellange termijn. Niet alleen werd de noodzaak voor deze strategische onderzoeksstudie veel te laat onderkend (pas in 1989-90, twaalf jaar na de publikatie van het Franse Nora/Minc beleidsrapport, en meer dan vijf jaar na de 'AT&T-divestiture' en de privatisering van British Telecom, de Japanse NTT en de internationale commercialisering van de communicatiemarkt), bovendien zijn er na de publikatie van dit rapport in 1990, met uitzondering van de academische gemeenschap, voor zover ik weet, nauwelijks reacties gekomen uit politiek-bestuurlijke kringen.

In de Nederlandse media en telecommunicatie-politiek werd het beleidsproces overheerst door wat ik het 'Ti-Ta Toverenaar'-effect zou willen noemen: de gedachte van de wereld even stil kunnen zetten om hem opnieuw in te kunnen richten, maar resulterend in een continu achter de feiten aan lopen. In Nederland betekent dit dat de dynamiek van de zich sterk internationali-

serende informatie- en communicatiesector zwaar wordt onderschat; daarentegen wordt de invloed en reikwijdte van nationale interventie-instrumenten nog steeds overschat. Net zoals Ti-Ta Tovenaar de wereld even stil kon zetten om de gerezen problemen op te kunnen lossen, zo wordt in de Nederlandse politiek min of meer verondersteld dat de te behandelen probleemsituatie zich gedurende het beleidsproces niet wijzigt. Maar vergeleken met Ti-Ta Tovenaar is de beschikkingsmacht van de Nederlandse overheid in de praktijk beperkt; de tovenaar controleert de probleemsituatie en is daadwerkelijk in staat om te interveniëren, maar zoals blijkt uit het bovenstaande is de Nederlandse overheid nu eenmaal niet toegerust met tovenaarskwaliteiten om de situatie ingrijpend te wijzigen. Wanneer men binnen het Nederlandse beleidsnetwerk in de handen klappt om net als de echte Ti-Ta Tovenaar de zaak weer te activeren na een uitgebreide studie en diagnose, dan blijkt tot grote schrik van de verschillende belanghebbenden dat de situatie aanzienlijk gewijzigd is. De oorzaak voor dit 'Ti-Ta Tovenaar-effect' is natuurlijk geen exclusief Nederlands verschijnsel, ook Palmer en Tunstall signaleren dergelijke ontwikkelingen in het Frans en Britse media- en communicatiebeleid: 'government ministries and departments and state controlled companies were sometimes more engaged in 'turf wars' ('la guerre des administrations') than in overviewing and collaborating over long-term developments'(p.91). De oorzaak hiervoor kan gevonden worden in de complexe structuur, waarin beleidsfragmentatie en een gepolitiseerde besluitvorming nauwelijks ruimte laten voor strategische lange termijn studies, die zorgt voor een lange doorlooptijd van beleidsaanpassingen in het hedendaagse politiek proces. In de Nederlandse context wordt een dergelijke complexiteit nog eens extra gevoed door de traagheid van het Nederlandse besluitvormingsproces, waarin de verschillende belanghebbenden moeizaam naar consensus en die slechts vinden in de vorm van korte termijn compromissen. Dit moeizame proces van politieke accommodatie zorgt ervoor dat het blikveld van de betrokken actoren zich gaandeweg verengt tot die aangelegenheden, die in aanmerking komen voor nationale overeenstemming, terwijl 'internationale' zaken en ontwikkelingen het toch al zo moeizame besluitvormingsproces nog verder zouden kunnen blokkeren.

Nationale beleidsmakers hebben de manoeuvreerruimte van de Nederlandse overheid, en de effectiviteit van beschermingsconstructies om de privilegeerde positie van de Nederlandse telecommunicatie-industrie en de omroepsector zwaar overschat en hebben met name de internationale en de markt-economische dimensie over het hoofd gezien. Zo wordt binnen het Nederlandse beleidsnetwerk het efficiency-motief, gericht op het verruimen van marktwerking nog onvoldoende in de beleidsdiscussies onderkend en werd de verschuiving van beslissingsmacht van Den Haag naar Brussel en de totstandkoming van één gemeenschappelijke omroep- en telecommunicatiemarkt te laat geanticipeerd. De frontale aanval van de Europese Commissie

op de kartelvriendelijke en concurrentievervalsende arrangementen van onze sociaal-economische orde wees het Nederlandse beleidscircuit zeer pijnlijk op het feit, om de toenmalige minister van WVC Brinkman te parafraseren, dat we nu eenmaal geen hek kunnen plaatsen bij onze grenzen om Den Haag, Hilversum en Groningen te beschermen. Het lijkt er nu inderdaad op, dat nu ook tot de Nederlandse beleidspraktijk is doorgedrongen dat de binnenlandse besluitvorming onder zware internationale druk staat en om Brinkman nog eens aan te halen (maar dan nu als CDA-fractievoorzitter in zijn Texelse rede d.d. 3-01-92) het speelkwartier nu maar eens afgelopen moet zijn. Nederland is geen eiland meer, maar ingebed in de Europese Gemeenschap, die weliswaar beperkingen oplegt, maar tegelijkertijd ook mogelijkheden voor samenwerking over de grenzen heen (bijv. Nederlands-Vlaams cultuurbeleid) en kansen biedt voor uitbreiding van markten voor Nederlandse bedrijven en produkten.

Het lijkt er inderdaad op dat in Nederlandse beleidskringen met steeds nauwlettender volgen van de markt- en beleidsontwikkelingen in Japan, de Verenigde Staten, en in de Europese Gemeenschap, onze nationale beleidsstijl steeds 'opener' lijkt te worden. Een dergelijke open beleidsstijl is gebaat bij empirisch en vergelijkend onderzoek op het terrein van het omroep- en telecommunicatiebeleid voor het vergaren van strategische beleidsinformatie, die nodig is voor de verdere internationale positionering en profilering van het Nederlands overheidsbeleid. De hierboven besproken studies over de veranderingen in de media en/of telecommunicatie-beleidsarena's van Frankrijk, Duitsland, Engeland, Luxemburg/CLT, de Europese Gemeenschap, en internationale instituties zoals de ITU en Intelsat kunnen aan een Nederlands open vizier op de toekomst van de omroep en de telecommunicatie in ons land en daarbuiten, zeer zeker een positieve bijdrage leveren. Na de dienst die Dyson, Humphreys, Palmer, Tunstall, Cawson et al. ons geleverd hebben door ons te informeren over de ontwikkelingen in het buitenland, is het nu echter de beurt aan Nederlandse onderzoekers om de idiosyncratische ontwikkelingen in het Nederlandse omroep en telecommunicatiebeleid aan buitenlanders duidelijk en inzichtelijk te maken. Zouden zij ook wat van ons kunnen leren?

## *Boekbesprekingen*

Jankowski, N., O. Prehn & J.G. Stappers (red.) (1992). *The People's Voice. Local television and radio in Europe*, Londen: John Libbey. Prijs \$ 45,00 I.S.B.N. 0-86196-322-0

This book is a collective outcome of a long period of discussion and collaboration amongst an extended network of scholars and the claim to have achieved a degree of integration and common purpose is largely sustainable. In form, it offers three main sections, one dealing with conceptions of local radio and television, the second containing a series of national case studies and the third dealing with themes which cut across national boundaries. Taken as a whole, the result reflects the remarkable diversity of thinking, initiatives and institutional arrangements which makes up the (West) European scene. It is not strictly a comparative study, but it does offer the materials for coming to comparative conclusions.

The first, conceptual, section is the shortest and least satisfactory. Although we leave it having a reasonable general idea of what pre-occupations lie behind the project as a whole, there is no clear definition of any central concept, such as that of 'community communication', rather a series of differently formulated statements which could cover quite a broad terrain of differing realities. As Ole Prehn notes, in his very useful concluding review, the term community is embedded in Anglo-Saxon literature and alternative terms, with other meanings, appear in other language uses. It is really the diversity of practice, circumstance and purpose which defies neat definitions. It will not have helped that the phenomena under study, which the authors generally date back to the 1960's, has been in a state of continual flux since the project started. Fortunately the title of the book keeps us on course and reminds us where the hearts and minds of the various authors are mainly to be found.

The body of the book provides us with a series of national case studies, written according to somewhat different models, but sensibly drawing attention to the most essential and characteristic features of the country concerned.

Inevitably, there is wide attention to certain issues about local media which continually recur: the question of objectives and the balance or conflict between them; the issue of competence and qualification for an operating license; the tensions between freedom and control, amateurs versus professionals, ideal aims versus commercial pressures. One common thread which underlies several of the accounts is a story of development from somewhat incoherent ideals, through official experiments, to quite varied realities, looking towards futures which are just as varied and often insecure. Uncertainty has been engendered not only by the pioneering nature of much of the activity described, but the often rapidly changing larger national media context in which small scale media are embedded.

While the book is probably the nearest we have to a reference work for local electronic media in Western Europe, in itself a major and most welcome achievement, the coverage of national cases is not complete. It is a pity not to have Ireland, Italy or Finland represented, each with a rather interesting story to tell. The ambition to provide an Appendix to each national case with factual information about the local media scene has also not been evenly achieved. The reader should also bear in mind that this is not a complete guide to all the more 'established' local radio and television provision.

Part III provides a very nourishing and satisfying conclusion after the difficulties of digesting the main courses (not that



they are indigestibly written) by dealing with matters of wide interest to many. The Chapter on community media as a tool for European women is especially refreshing and informative, showing what can be done by such a widely representative group of researchers. It (and not it alone) demonstrates the claim of the editors that local media as a field of enquiry is a very rich one and that much still needs to be done.

The book is written by authors who are themselves generally sympathetic to the some of the ideals which have promoted the community communication movement. Otherwise they would probably not have understood it so well or troubled to write about local media to begin with. But it is also written with detachment and intelligence, which inspires confidence in the judgements and as-

sessments offered. These are not intrusive or assertive. In fact, the reader can probably make up his or her mind very well at the end. It is indeed a somewhat open ended account. The concluding overview is entitled 'from small scale utopianism to large scale pragmatism'. This captures the central trend of development in many countries and leaves open the question of where pragmatism might lead. This reviewer was reasonably convinced, even so, by the argument that the need for locally oriented media is likely to increase rather than decrease as a result of the growth of oligopolistic and transnational cultural industries.

*Denis McQuail, hoogleraar Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam.*

**Weisz, R. (red.) (1991). Aufgaben und Perspektiven des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Symposien des Hans-Bredow-Instituts, Band 12. Baden-Baden/Hamburg: Nomos Verlagsgesellschaft. Prijs ca. f 90,00 I.S.B.N. 3-7890-2420-1.**

**Blumler, J. G. (red.) (1992). Television and the Public Interest. Vulnerable Values in West European Broadcasting, London/Newbury Park/New Delhi: Sage (in association with the Broadcasting Standards Council). Prijs f 110,00 (hard cover), f 50,00 (paperback) I.S.B.N. 0-8039-8650-5 (paperback).**

De komst van commerciële televisie heeft in veel Europese landen een discussie ontketend over de redenen voor het instandhouden van een niet-commerciële televisie-omroep. De negatief geformuleerde aanduiding van laatstgenoemde omroepvorm werd in Nederland niet lang geleden vervangen door de term publieke omroep. Deze term verwijst enerzijds naar het Britse "public service"-begrip, anderzijds doet publieke omroep ook denken aan publiekrechtelijk geregelde omroep, de "öfentlich-rechtliche Rundfunk" zoals onze oostersburen zeggen. De Vlamingen suggereren een primaat van de "openbare omroep" door te spreken van "niet-openbare omroep" als ze commerciële omroep bedoelen. Daarmee is de cirkel rond en is meteen de vraag aan de orde, wat nu eigenlijk het primaat ver-

dient -en dan niet alleen in taalkundige zin - : commerciële omroep, waarbij voor de publieke omroep een aanvullende rol is weggelegd, of publieke omroep omdat dat een soort basisvoorziening is waar een samenleving als de onze niet buiten kan.

Deze vraag staat centraal in een boek met de neerslag van een symposium dat het Hans-Bredow-Instituut in Hamburg op 14 september 1990 belegde. Het moet een hele zit zijn geweest, die dag: 12 referaten, een welkomstwoord vooraf en een panel-discussie toe. De inleiders komen overwegend uit de wetenschap (Hoffmann-Riem, Sarcinelli, Ronge, Hickethier) of uit de publieke omroep (Plog, Frank, Scharlau, Janke, Busz). Daarnaast figureren een tv-critica (Bolesch), een onafhankelijke produ-

cent (Geiszendörfer) en een vertegenwoordiger van het met de commerciële omroep gelieerde Stern-TV (Berger). Alleen in het discussie-panel is een plaatsje ingeruimd voor een echte commerciële omroep-man (Lesche, RTLplus).

De vraag waarmee de panel-discussie van start ging: hebben wij een publiekrechtelijke televisie nodig? moet dan ook als een retorische vraag worden opgevat. Het gaat erom op welke basis, met welke taakstelling en met welke specifieke kwaliteiten de publieke televisie zal voortbestaan. En met welk publieksaandeel uiteraard.

De legitimatiebasis wordt door Hoffmann-Riem vooral gezocht in een aantal uitspraken van het Constitutionele Hof, waarin de betekenis van publieke omroep voor de politieke meningsvorming centraal staat. Amusement wordt tot de taak van de publieke omroep gerekend omdat het ook relevant is voor de meningsvorming. Verder wordt de maatschappelijke integratiefunctie van de publieke omroep door verschillende inleiders naar voren gebracht. Communicatie is de kit die de samenleving bij elkaar houdt, zeker nu politieke partijen en andere maatschappelijke organisaties aan betekenis inboeten, aldus Sarcinelli in een uitstekende bijdrage. Maar de kleeftkracht van de publieke omroep is recht evenredig aan zijn geloofwaardigheid, en die moet worden verdiend door een onafhankelijke opstelling ten opzichte van de politieke machten.

De meeste sprekers zijn het erover eens dat de publieke omroep zich van de commerciële omroep moet en kan onderscheiden door de samenstelling van zijn programmapakket en de professionele kwaliteit van de programma's. Als sterke punten van de publieke omroep worden genoemd: de goede infrastructuur, de juridische basis, de kwaliteit van de programmamakers en de voorraad archiefmateriaal. Als zwakke punten gelden de invloed van de politieke partijen (via de raden van toezicht) en, wat de ARD betreft, de federale structuur, die in ingewikkeldheid van be-

sluitvorming niet onderdoet voor het zui-lensysteem dat wij in Nederland kennen. Ook met de motivatie van de medewerkers van de publieke omroep schijnt het niet helemaal goed te zitten. Daarop wordt gewezen door de vertegenwoordigers van de commerciële omroepen (Berger, Lesche). Berger brengt het gebrek aan motivatie in verband met het gebrek aan belangstelling voor het publiek dat schuilt achter de relativering van de kijkcijfers. De wil om te winnen ontbreekt.

Aan de kwaliteit van het kijkonderzoek zal het niet liggen. De onderzoekers Frank (ZDF) en Busz (SDR) demonstren hoe sophisticated dat is en hoe goed toegesneden op de vragen die betrekking hebben op de bestaansreden en de programma-strategie van de publieke omroep. Hickethier beschrijft de ontwikkeling van het programma-aanbod van ARD en ZDF tussen 1980 en 1990 (geen spectaculaire veranderingen).

Alles bij elkaar biedt deze bundel een goed beeld van de discussie in Duitsland en daarmee aardig vergelijkingsmateriaal voor de discussie in Nederland en Vlaanderen over de zin van publieke omroep. Interessant voor communicatiewetenschappers die zich met mediabeleid willen bezighouden en voor de betrokken beleidsmakers.

Het door Blumler geredigeerde boek is ook op zo'n bijeenkomst gebaseerd, in dezelfde periode (nov. 1990) gehouden in Luik. Hier kwamen 17 geleerden bijeen om te spreken over: "Vulnerable Values in Multichannel Television Systems: What European Policy Makers Seek to Protect". Zij deden dit aan de hand van rapporten over 11 landen, waarvan er 8 in het boek terechtgekomen zijn: Duitsland (Hoffmann-Riem), Groot-Brittannië (Hearst), Italië (Mazzoleni), Nederland (McQuail), Zweden (Hadenius), Zwitserland (Saxer), Frankrijk (Wolton) en Spanje (Lopez-Escobar). Blumler zet in enkele inleidende hoofdstukken uiteen welke waarden bedreigd worden en bescherming verdienen. Dit zijn door de bank genomen de specifieke kenmerken die worden toegeschre-

ven aan publieke omroep. Blumler noemt er 7: programma-kwaliteit, pluriformiteit, culturele identiteit, onafhankelijkheid van commerciële invloeden, hoog informatie-gehalte, aandacht voor de jeugd en het inachtnemen van zedelijke normen. Deze traditionele waarden worden bedreigd door de snelle toeneming van het aantal commerciële omroepen en door het meer en meer in markt-termen denken van de nationale en Europese overheid.

In een drietal hoofdstukken dat het laatste deel van het boek vormt bespreken Blumler en Hoffmann-Riem de effectiviteit van de beschermende maatregelen die zoal in zwang zijn. Die is, naar hun oordeel, niet indrukwekkend, met name niet waar zulke maatregelen in botsing komen met de economische belangen van commerciële omroepen. Het over-eind houden van sterke publieke omroepen, nu dat in Europa nog kan, is daarom niet te versmaden als middel om de bedoelde waarden veilig te stellen. Die publieke omroepen moeten dan schipperen tussen het voldoen aan de verwachtingen van het publiek (met zijn enorm toegenomen keuzevrijheid) en die van de overheid.

Het boek eindigt met een pleidooi voor vernieuwde verantwoordingsmechanismen. Naast redaktiestatuten en sociaal-wetenschappelijk onderzoek wordt vooral kijkers-aktie (zoals in de Verenigde Staten) warm aanbevolen.

De waarde van dit boek ligt m.i. in het expliciet maken van de waarden die in het geding zijn bij het op de ene of de andere manier opnieuw regelen van de omroep (hetgeen in veel Europese landen aan de orde is) en in de kritische bespreking van de de effectiviteit van de handhavinginstrumenten. De verhalen over de recente omroep-ontwikkelingen in 8 landen zijn heel informatief, van hoog analytisch gehalte en soms kostelijk. (Mazzoleni bijvoorbeeld vraagt zich af of iemand zich in Italië druk maakt over de bescherming van kwetsbare waarden).

Het thema van dit boek brengt het risico van conservatisme en een defensieve opstelling met zich mee. Aan dit risico

zijn Blumler en Hoffmann-Riem niet ontkomen. Ook in een aantal landenrapporten wordt de oude situatie (monopolie voor publieke omroep) wat al te vanzelfsprekend als ijkpunt beschouwd. Terwijl de grote overheidsinvloed op de omroep in landen als Zweden en Frankrijk in die constellatie bepaald niet ideaal genoemd kan worden.

De komst van nieuwe commerciële tv-omroepen wordt door de auteurs niet begroet als een mogelijke vergroting van de communicatie-vrijheid maar eerder gevreesd omdat het allemaal niet meer te controleren valt.

De economische analyse van die nieuwe ontwikkelingen is oppervlakkig en mede daardoor ontstaat er niet echt zicht op de voorwaarden voor kwaliteits-televisie. De instrumenten die Blumler en Hoffmann-Riem aanreiken lijken eerder geschikt voor de handhaving van fatsoen in de ether. Daaraan zal de betrokkenheid van de Britse Broadcasting Standards Council (waarvan Blumler adviseur is) bij de totstandkoming van dit boek niet vreemd zijn.

Door zijn overzichtelijke indeling (alle argumenten, complicaties, oplossingen enz. worden geteld en genummerd) leent dit boek zich goed voor gebruik in het (universitaire) onderwijs. Ondanks de gesignaleerde beperkingen biedt het een uitstekende opsomming van te behouden waarden en mogelijke beschermende maatregelen.

*Kees van der Haak, bijzonder hoogleraar Praktijk van het Mediabeleid, Katholieke Universiteit Nijmegen*

**Cuilenburg, J. van, H. van Haaren, F. Haselhoff, L. Lichtenberg (1992). Tussen krantebedrijf en mediaconcern. Een beleidsessay over pers en persbedrijf, Amsterdam: Otto Cramwinckel. Prijs f 39,50 I.S.B.N. 90-718-94-401**

Tussen krantebedrijf en mediaconcern is, zoals de subtitel aangeeft, een beleidsessay. Het is uitgegeven in de serie Rapporten van het Bedrijfsfonds voor de Pers en op persoonlijke titel geschreven door vier personen die aan het Bedrijfsfonds verbonden zijn.

Voor het Bedrijfsfonds voor de Pers moet het beleidsessay een reflectie op de doelstelling van het Bedrijfsfonds mogelijk maken. De vraag of het Bedrijfsfonds nog op een adequate manier werkzaam is ten behoeve van de pluriformiteit van de pers in Nederland, zou beantwoord kunnen worden met een onderzoek naar de (toekomstige) positie van de pers. Vooral technologische ontwikkelingen en de ontwikkeling naar informatisering van de samenleving zouden die positie doen veranderen. De basis voor het beleidsessay is gelegd met een reis van de vier auteurs naar onze "voorlanden": de Verenigde Staten van Amerika en Japan. In die landen zijn gesprekken gevoerd met managers binnen uitgeverijen, communicatiewetenschappers, leden van de American Newspaper Publishers Association en een enkele redacteur. De gesprekken hadden betrekking op technologische ontwikkelingen en informatisering en diverse implicaties daarvan. Het belang van deze gesprekken en van het beleidsessay dat daaruit voortgekomen is, berust op de gedachte dat kranten behalve een economische rol ook een publieke rol te vervullen hebben; ze dragen een zekere verantwoordelijkheid voor de informatievoorziening, opiniëring en expressie in de samenleving. De probleemstelling van het essay gaat in op strategische beleidskeuzen die overheid en uitgever moeten maken met betrekking tot de markt van de gedrukte media, gelet op de informatisering van de maatschappij en de technologische ontwikkelingen op het terrein van communicatie en informatie. Vragen naar de mogelijke ontwikkeling die de maatschappelijke informatievoorziening op middellange termijn

zal doormaken en naar relevante technologische ontwikkelingen zijn hiervan afgeleid.

Op basis van deze vragen schetst het essay vervolgens in afzonderlijke hoofdstukken technologische ontwikkelingen in alle fasen van het productieproces van kranten en gaat het nader in op de relatie tussen krant en informatiesamenleving. Wat het eerste betreft verschijnen termen als het integreren van beeld en tekst in het opmaakproces, geïmagineerde drukpersen, ISDN, faxkrant, videotex, audiotex en electronic mail. Het daaropvolgende hoofdstuk met de titel Krant en Informatiesamenleving behandelt de frictie die ontstaat tussen de groei in het informatie-aanbod en de stagnerende informatieconsumptie. De aanbodzijde van de maatschappelijke communicatiemarkt wordt immers in de toekomst steeds meer gekenmerkt door 'one source, multiple use'; dezelfde informatie wordt door steeds meer kanalen verspreid. Aan de vraagzijde is de consumptie gestagneerd. Het gevolg is dat er een vragersmarkt is ontstaan. De mediemarkt wordt aan de vraagzijde in toenemende mate gekenmerkt door 'multi-source, one user' met een grote keuzevrijheid voor de ontvanger. Een andere ontwikkeling die wordt aangestipt is die naar een segmentatie binnen de vraagzijde. De mediaconsumptie raakt steeds verder gedifferentieerd. Zowel de toename van het informatie-aanbod, als maatschappelijke ontwikkelingen als de ontzuiling zijn hier debet aan. Een derde ontwikkeling die de auteurs voor het voetlicht brengen en die deels voortkomt uit de voorgaande ontwikkelingen, is die van de verwachte levenscyclus van de krant. Na een introductie-, expansie- en rijpheidsfase, neigt de krant nu naar stagnatie; zowel wat betreft inkomsten vanuit het lezerspubliek, als wat betreft inkomsten uit advertenties. Met de bedoeling de uitgeversbranche op tijd te waarschuwen voor de gevolgen van de

verwachte stagnatie heeft de American Newspaper Publishers Association (ANPA) onderzoek verricht. Zij kwam met vier strategische scenario's waarvan ze de bedrijfseconomische consequenties tot het jaar 2000 heeft berekend. De vier scenario's zijn Mass Appeal (scenario dat erop gericht is zoveel mogelijk lezers vast te houden bij het huidige kranteproduct); Class Appeal (scenario gericht op hoge inkomens- en opleidingsgroepen); Individual Appeal (scenario waarbij een 'targeted product' aan de lezer wordt aangeboden); en Direct Appeal (scenario waarin het krantebedrijf een soort direct-mail-organisatie wordt). Omdat de berekeningen voor de vier scenario's onderling weinig verschillen als het ging om het te verwachten rendement heeft de ANPA geen voorkeur uitgesproken. De auteurs doen dat echter wel. Hun gedachten gaan het meest in de richting van het Individual Appeal, samengevat in de term Krant-op-maat. Niet de huidige, steeds omvangrijker wordende krant kan de behoeften van lezers en adverteerders bevredigen, maar een krant bestaande uit losse katernen, waarop men zich kan abonneren en die vergezeld wordt van 'advertentie-insteeks'. Een dergelijke krant heeft naar de mening van de auteurs de toekomst, al blijft de distributie voorlopig een probleem. Dit distributieprobleem is in de Verenigde Staten en Japan ook nog niet tot een einde gekomen en ook wat betreft de nieuwe media heeft zowel in Japan als in de V.S. nog geen revolutie plaatsgehadt. Audio-tex, Videotex, Fax broadcasting komen niet echt commercieel van de grond. Slechts de Faxkrant wordt, zij het in beperkte oplage, uitgegeven, maar ook deze kent nog veel beperkingen.

In de conclusies worden de belangrijkste bevindingen van het viermanschap nog eens kort herhaald. De meeste aandacht is daarbij weer voor de krant-op-maat die volgens de schrijvers de toekomst heeft. Ondanks het feit dat de dagbladuitgevers zich nog maar weinig met nieuwe media bezighouden, zijn de schrijvers ervan overtuigd dat het krantebedrijf over enige jaren niet meer be-

staat en zal zijn vervangen door een (multi-)mediaconcern. Daarbij denken de auteurs niet zozeer aan uitgeverijen die hun toekomst verzekeren met nieuwe media als wel aan uitgeverijen die zich bezighouden met radio en televisie. De gewenste pluriformiteit zou dan volgens de auteurs evenwel niet bedreigd worden, juist gezien de hoeveelheid nieuwe media. Voorlopig ontbreekt het bij de uitgevers in Japan en de Verenigde Staten, maar ook in Nederland, aan strategisch management. De beschikbare technologische mogelijkheden worden nog steeds niet omgezet in een nieuw ondernemingsbeleid.

De laatste conclusie in het boek is vooral gericht op het mediabeleid en heeft in die zin direct betrekking op het Bedrijfsfonds voor de Pers zelf. De overheid moet haar restrictieve en (media-)behoudende mediabeleid vervangen door een meer stimulerend en vernieuwend beleid. Ook het Bedrijfsfonds voor de Pers zou in dit stimulerende en vernieuwende beleid een rol moeten spelen. Het kan immers niet de bedoeling zijn dat het Bedrijfsfonds voor de Pers een vorm van monumentenzorg binnen de maatschappelijke informatievoorziening wordt.

Met alle aandacht die wordt besteed aan "nieuwe media" is het misschien een ontuchtering indien men leest dat zelfs in Japan en de Verenigde Staten de mediatechnologie feitelijk nog niet commercieel gebruikt wordt. Van Cuilenburg c.s. hebben in dit beleidsessay helder aangegeven welke knelpunten op dit terrein bestaan en te verwachten zijn. Het geheel gaat vergezeld van uitgebreide tekeningen en diagrammen die rechtstreeks komen uit de bronnen van Nikkei, Toppan, USA TODAY en andere bedrijven en instellingen die men heeft bezocht. De leesbaarheid hiervan is niet altijd even groot, vooral waar het verband met de tekst klein is. Het boek heeft in beginsel de vorm van een essay, maar is op grote schaal voorzien van concrete voorbeelden. De grote lijn, die in een essay te verwachten is komt hierdoor onder druk te staan. In de conclusie komen alle lijnen uit de hoofdstukken weer bij

elkaar en komt de grote lijn op de eerste plaats.

Veel van de voorbeelden en beschrijvingen van ontwikkelingen zijn ondergebracht in 116 voetnoten en 61 pagina's met bijlagen. Daarvan geeft vooral het overzicht van de gevoerde gesprekken een aardig overzicht van de stand van zaken. Een kleine opsomming van nieuwe technieken met een beknopte uitleg had daar wat mij betreft als een soort naslagwerkje tijdens het lezen nog bij gemogen, ook al had dat een aantal pagina's met voorbeelden van een faxkrant gekost. Wat opvalt midden tussen alle vernieuwingszin die de auteurs uitstralen is de aandacht die uitgaat naar de krantebedrijven. Blijkens het essay is uit deze hoek geen revolutie te verwachten. Volgens de auteurs een gemiste kans. Het is alsof de auteurs de Nederlandse dagbladuitgevers willen aansporen zich te transformeren tot mediaconcern. Deze verdediging van het persbedrijf is gezien de achtergrond van de schrijvers niet vreemd, maar hun conclusie dat het mediabeleid niet een behoudend, maar een meer vernieuwend beleid zou moe-

ten voeren wordt mijns inziens te veel beperkt door de vooronderstelling dat de pers een vooraanstaande rol blijft spelen. In sommige opzichten lijkt het rapport eerder op een uitgave van de Nederlandse Dagbladpers die uitgevers raad geeft over toekomstige strategieën, dan op een van het Bedrijfsfonds voor de Pers dat zijn eerste loyaliteit toch bij het behoud van de pluriformiteit heeft liggen. De gedachte dat pluriformiteit in de toekomst ook buiten de pers om kan plaats vinden, komt wel ter sprake, maar wordt niet tot in de conclusies doorgetrokken.

Als een korte samenvatting van (mogelijke) ontwikkelingen in de technologie en de informatiesamenleving is het rapport evenwel zeer leesbaar en zeker de hoofdstukken over krant en informatiesamenleving en over de strategische scenario's zijn helder.

*Carlo Hagemann, A.I.O. aan de Vakgroep Politicologie, sectie Communicatie-wetenschap van de Vrije Universiteit te Amsterdam.*

**Rutten, P. (1992). *Hitmuziek in Nederland 1960-1985*, Amsterdam: Otto Cramwinkel Uitgever. Prijs f39,50 ISBN 90-71894-38-X. (proefschrift Katholieke Universiteit Nijmegen).**

In de zomer van 1965 werd *Satisfaction* nummer 1 in de VS, Groot-Brittannië en Nederland. Het werd de herkenningstune van de jaren zestig: vanaf het agressieve gitaarintro tot en met het laatste *I can get no...* drie minuten razernij die één van de meest turbulente naoorlogse periodes belichaamt: vrije liefde, Damslapers, demonstraties, hash-rokende hippies, Hitweek, witte fietsen, Provo en Vietnam. Waarom schaften miljoenen het plaatje aan? Omdat het een plaat van de Stones was? Omdat anderen de plaat kochten? Wegens de dubbelzinnige tekst of de grote meezingbaarheid (*hey hey hey, no no no*)? Was het misschien het opzweepende ritme, de stem van Mick Jagger of de gitaar van Keith Richard? Of was het de 'sound'? In zijn proefschrift *Hitmuziek in*

*Nederland* probeert Paul Rutten een begin te maken met de beantwoording van dergelijke vragen. Want wat is eigenlijk de betekenis van popmuziek?

Vertrekpunt is de belangrijke plaats die popmuziek inneemt in de het leven van jongeren. Rutten toont overtuigend aan dat wanneer het om het mediagebruik gaat, het voor de hand ligt popmuziek te onderzoeken. Vrijwel alle jongeren luisteren regelmatig naar popmuziek en jongeren besteden meer tijd aan het luisteren naar de radio, platen of cassettes dan aan de tv.

De vraag naar de betekenis van popmuziek is even intrigerend als ongemakkelijk. Intrigerend omdat popmuziek voor miljoenen jongeren dagelijks een zeer

grote rol speelt. Ongemakkelijk omdat muziek zich moeilijk laat omschrijven in termen van betekenis voor het publiek, om van effect nog maar te zwijgen. Rutten gaat uit van de Culturele Indicatoren theorie van Gerbner waarbij een verband wordt verondersteld tussen media-uitingen en de referentiekaders waarmee mensen de sociale werkelijkheid ordenen. Ook al gaat het om een 'betekenis' benadering, op de achtergrond speelt wel het effect-model een rol want volgens Rutten zijn de laatste vragen die beantwoord moeten worden: welke consequenties hebben de uitingen voor de samenleving en de individuen in die samenleving? Maar eerst moeten we iets anders weten: wat is de inhoud van het boodschapsysteem en hoe heeft zich dit in de loop der tijd gewijzigd? Het zijn deze vragen die in dit proefschrift centraal staan.

Het onderzoeksmateriaal van Rutten bestaat uit alle 'hitsingles' uit de periode 1960-1985. Zijn eerste onderzoeksvraag is die naar de 'aard van de hitmuziek'. Rutten kijkt hierbij naar artiest, land van herkomst, genre, label en taal. Conclusie is dat het overgrote deel (50%) bestaat uit Anglo-Amerikaanse pop- en rockmuziek (van Cliff Richard via de Beatles en Stones tot en met David Bowie en Prince). Verder is 16% Afro-Amerikaans materiaal (soul, disco, reggae), 13% Engelstalige lichte muziek (Trini Lopez, Dolly Parton, BZN, Demis Roussos), 13% Nederlands populair (Gert Timmerman t/m André Hazes) en 5% Europees continentaal materiaal (Adamo, Duitse Schlagers en Julio Iglesias). Over de ontwikkeling van de publieksvoorkeuren stelt Rutten dat er sprake is van een duidelijke Anglo-Amerikanisering. In 1960 behoorden zes van de tien platen tot een van de Anglo-Amerikaanse stromingen, in 1985 was dit negen van de tien.

Over de 'aard' van de hitmuziek in Nederland weten we dus iets meer, maar waaruit bestaat de 'betekenis' nog meer? Daartoe onderzoekt Rutten de teksten van een steekproef van hits. Waar gaat de muziek over? Het ant-

woord zal weinigen verrassen: het gaat vooral over liefde, relaties en sexualiteit. Ruim 70% van de hits wordt hierdoor gekenmerkt. Enigszins verrassend is overigens wel Rutten's conclusie dat de 'gelukkige liefde' vaker voorkomt in popmuziek dan de ongelukkige, onbegrepen, voorbijge of onbeantwoorde liefde. Vooral in het begin van de jaren zestig was dit het geval. Het vertrouwen in de liefde neemt af aan het einde van de jaren zestig om pas weer toe te nemen aan het eind van de jaren zeventig. Het aandeel van songs met een expliciete beschrijving van intieme seksuele handelingen neemt gedurende de gehele onderzoeksperiode toe.

Rutten legt deze veranderingen uit binnen het kader van de culturele indicatoren theorie. In de eerste helft van de jaren zestig overheerst een traditionele liefdesmoraal die vervolgens wordt vervangen door een meer alternatieve liefdesmoraal; in de jaren zeventig en begin tachtig leven oud en nieuw naast elkaar terwijl vanaf midden jaren tachtig de traditie terrein herovert. Het is echter uitsluitend een afleiding uit het onderzoeksmateriaal, koppeling met maatschappelijke ontwikkelingen op dit terrein vindt (nog) niet plaats.

Bij deze op zich zelf niet onaannemelijke conclusies moet echter een kanttekening gemaakt worden: ligt in de tekst de belangrijkste betekenis van popmuziek? Luisteren tieners naar de tekst? Begrijpen ze waar het over gaat? En is de strekking van de tekst belangrijk? Het probleem is dat er nogal wat aanwijzingen zijn die op het tegendeel wijzen. Ten eerste zijn de teksten voor het merendeel Engels, een deel van de strekking zal noodgedwongen verloren gaan. Ten tweede zijn er teksten met een onduidelijke inhoud: waar gaat *Satisfaction* over? En wat is de strekking van *That's the way I like it* van KC & the Sunshine Band? Wat is de betekenis van *Hound dog*? Ten derde lijkt de voorkeur vaker uit te gaan naar artiesten dan naar teksten: tieners zijn fans van de Beatles, ABBA en Madonna. The Beatles zongen net zo makkelijk het opgewekte *She lo-*

ves you als het droevige *Yesterday*, ABBA bezong het geluk in *The day before you came* en het verdriet in *The winner takes it all* en Madonna zingt behalve het zoete *True blue* ook het weinig verhullende *Justify my love*. Ten vierde lijkt zelfs het kennen van teksten geen indicatie te zijn voor 'begrip' in die zin dat het iets zegt over de betekenis voor de luisteraar. Wie ooit een schoolfeest van een middelbare school heeft meegemaakt weet dat 13-jarigen probleemloos 32 jaar van Doe Maar mee kunnen zingen en ook geen problemen hebben met *Paradise by the dashboard light* waarin Meatloaf een vrijpartij in een auto beschrijft. Ook de mini-playback show biedt op dit gebied voorbeelden.

Het is niet onmogelijk dat een deel van de teksten wel degelijk betekenis heeft voor een deel van het publiek maar of het zo belangrijk is als Rutten veronderstelt is de vraag. De conclusies kunnen daarom ook van een kanttekening worden voorzien. Rutten stelt bijvoorbeeld dat expliciete sex vroeger betrekkelijk weinig voorkwam. Dat is best mogelijk als het om teksten gaat, alhoewel *Let's spent the night together* en *Je t'aime moi non plus* er niet om liegen. Het probleem is dat popmuziek altijd een duidelijke seksuele betekenis heeft gehad. Muziek van Elvis Presley tot Madonna heeft één terugkerend thema: sex. De losbandigheid die het dansen op rock & roll los zou maken, Elvis Presley die niet geheel in beeld mocht op de tv omdat zijn heup-

bewegingen te suggestief zouden zijn, de verwidering van de zeden die gepaard zou gaan met de opkomst van "vieze" groepen zoals de Rolling Stones, slippes die bij optredens van de Beatles op het toneel werden gegooid: de boodschap was duidelijk.

*Hitmuziek in Nederland* is een belangrijke stap op de weg naar een begrip van een zo belangrijk communicatiemedium als de popsong maar de vraag naar de betekenis is ook volgens de auteur nog maar gedeeltelijk beantwoord. Daarom geeft hij een aantal suggesties voor vervolgonderzoek: welke beelden van andere landen en culturen worden er gecultiveerd door popmuziek? Wat zijn de gevolgen van de Anglo-Amerikanisering van de popmuziek? Wat is de rol van de media in dit proces? Ontlenen jongeren hun ideeën over liefde en relaties aan popmuziek? Wat begrijpen jongeren van popteksten? Welke rol spelen idolen in de belevingswereld van jongeren? Of die vragen afdoende zijn is twijfelachtig. Want ruim 26 jaar na de aanschaf van *Satisfaction* kan ik eigenlijk nog steeds niet goed onder woorden brengen wat dat plaatje voor me betekende toen ik het voor 3.95 kocht. Maar één ding weet ik zeker: belangrijk was het wel.

*Piet Bakker, universitair docent bij de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam.*

**Frissen, V. (1992). Veelkijken als sociaal handelen. Een empirisch onderzoek naar het verschijnsel veel televisiekijken in Nederland, Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen. Prijs f 29,00 I.S.B.N. 90-6370-838-6. (proefschrift Katholieke Universiteit Nijmegen)**

Het aantal Nederlandse proefschriften over het verschijnsel televisiekijken is vrij beperkt. Het is daarom een verheugend feit dat Nederland er een dissertatie over dit, toch wel complex object van studie, heeft bijgekregen. Valerie Frissen heeft zich speciaal gericht op de veelkijkers, dus de tv kijkers die een groot aantal uren voor de buis doorbrengen. In de literatuur wordt het

veelkijken doorgaans voorgesteld als een extreme en veelal onwenselijke vorm van gedrag, het gevolg van het ontbreken van alternatieven. Frissen daarentegen kiest een andere benadering, waarin veelkijken wordt opgevat als "een vorm van sociaal handelen die is ingebed in een proces van zingeving aan de sociale werkelijkheid." (p.21). De doelstelling van haar studie is "het inte-



grenen van theoretische inzichten en empirische bevindingen ter beschrijving en verklaring van het verschijnsel veelkijken in Nederland."

Het theoretische deel begint met een uitstekend literatuuroverzicht op het gebied van veelkijken. Haar conclusie is dat veelkijken onvoldoende wordt verklaard vanwege het ontbreken van een duidelijk theoretisch perspectief. Ze gaat zelf uit van een handelingstheoretische benadering van het verschijnsel veelkijken, resulterend in een basismodel voor empirisch onderzoek naar veelkijken. Het kenmerkende hiervan is dat veelkijken als vorm van sociaal handelen wordt gezien.

Het empirische onderzoek is uitgevoerd op data afkomstig van het MASSAT 1989 project: een onderzoeksproject van de vakgroep Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen. Tijdens de meting in april 1989 werden 956 mondelinge interviews gerealiseerd. Bovendien werden t.b.v. een tijdsbestedingsonderzoek 700 dagboekjes gebruikt.

Televisie-kijktijd, de belangrijkste variabele van dit onderzoek, werd op twee manieren gemeten: (1) middels de mondelinge ondervraging en (2) via de dagboekjes van het tijdsbestedingsonderzoek. De correlatie tussen deze twee kijktijdvariabelen was .70. Dit is vrij laag, in aanmerking genomen dat deze variabelen hetzelfde beogen te meten. (De "gemeenschappelijke" variantie is 49%.) Bij de beschrijvende analyses werd de eerste kijktijd-variabele en bij de verklarende analyses werd de tweede gebruikt. Dit is niet erg consistent en nogal verwarrend. Het was beter geweest in alle gevallen dezelfde kijktijd-variabele (bijv. die van het dagboekje) te gebruiken. Bovendien bestaat er in Nederland een zeer geavanceerd systeem voor het meten van het kijkgedrag middels een kijkmeter: het Continu Kijk-Onderzoek (C.K.O.) dat door de omroepen en de STER al jaren wordt gebruikt. Het is jammer dat geen gebruik gemaakt is van deze gegevens.

Het toetsen van het theoretische model aan de werkelijkheid levert duidelijk pro-

blemen op, met name de keuze van een kwalitatief onderzoek of een survey. In dit model, waarin veelkijken als een patroon van sociaal handelen wordt gezien, spelen definities van de situatie een cruciale rol. Er zou - aldus de schrijfster - een onderzoeksmethode moeten worden gekozen, waarin zoveel mogelijk het subjectieve perspectief van de onderzochten gereconstrueerd moet worden. Bovendien zou het onderzoek zich over een lange termijn moeten uitstrekken, teneinde het proces (van de definitie van de situatie, het handelen zelf en de evaluatie daarvan) te kunnen onderzoeken. Een kwalitatieve aanpak zoals diepte-interviews en participerende observatie zou dan de voorkeur verdienen. Frissen heeft echter gekozen voor een survey, met als consequentie dat het theoretische model niet in zijn geheel te toetsen is, afgezien nog van de vraag of het model überhaupt te toetsen is. Vanwege de complexiteit van het basismodel wordt deze niet in zijn geheel geanalyseerd, maar via tussenstappen. Het model is gesplitst in drie deelmodellen, die opgevat kunnen worden als verklaringsmodellen voor het veelkijken op grond van drie verschillende motivatiepatronen: het kijken vanwege ontspanning/vermaak, vanwege sociale-use motieven en vanwege escape motieven. De gebruikte techniek is LISREL.

De resultaten van die drie analyses resulteerden uiteindelijk in een aangepast basismodel, waarmee 23 procent van de variantie van kijktijd werd verklaard. De belangrijkste variabele was de hoeveelheid vrije tijd.

Vervolgens zijn modellen geanalyseerd die betrekking hebben op verschillende levensfasen: de jongeren, de jong-volwassenen, de middenleeftijd en de ouderen. De verklaarde varianties van kijktijd bedroegen tussen de 27 en 31 procent. Voor de jongeren en jong-volwassenen spelen volgens Frissen de sociale motieven bij het tv-kijken een rol. Voor de groep tussen 35 en 50 jaar spelen naast sociale motieven ook escape motieven een rol, terwijl voor de 50-plussers de hoeveelheid vrije tijd het veelkijken verklaard. In alle gevallen was de hoeveelheid vrije tijd een belangrijke

verklarende variabele. Bij de groep ouderen was het effect van vrije tijd zeer sterk (.50) en verantwoordelijk voor het grootste deel van de verklaarde variatie. De motieven, toch een belangrijk onderdeel van het model, droegen weinig bij tot de verklaring van kijktijd. Ook in andere onderzoeken is aangetoond dat de hoeveelheid vrije tijd een positief effect heeft op kijktijd. Men kijkt eenvoudigweg meer, naarmate men meer in de gelegenheid is om te kijken.

Dit gegeven, alsmede het feit dat de verklaarde variantie van de modellen vrij gering is, leidt tot de vraag in hoeverre deze handelingstheoretische benadering tot meer inzicht leidt in het kijkgedrag. Hierover houden we voorlopig onze twijfels.

Dit onderzoek geeft dan ook geen definitief antwoord op de vraag hoe het tv-kijkgedrag verklaard kan worden; het levert wel een nuttige bijdrage. Het tv-kijkgedrag blijkt een zeer complex proces te zijn, waarin naast allerlei individuele factoren ook sociale factoren (o.a. invloed van gezinsleden) een rol spelen, terwijl

deze bovendien nog interacteren. In het laatste hoofdstuk worden door de schrijfster kritische kanttekeningen gezet bij het huidige toegepaste publieksonderzoek. Dat onderzoek zou zich doorgaans richten op het verzamelen van gegevens over blootstelling aan de media, zoals kijkcijfers. Bovendien zou het toegepast onderzoek zich ook moeten richten op de differentiatie in, en veranderlijkheid en diversiteit van het publiek. Wellicht is het niet voldoende bekend, maar er wordt wel degelijk op uitgebreide schaal onderzoek gedaan door de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS onder diverse publieks- en doelgroepen, betreffende motieven, voorkeuren, interesses, houdingen en kijkgedrag.

Het boek is, ondanks het ontbreken van uitgebreide bijlagen (zoals de vragenlijst) en ondanks de genoemde kritiek op het onderzoek, zeer aan te bevelen bij degenen die geïnteresseerd zijn in de verklaring van het tv-kijkgedrag.

*Paul Vierkant, N.O.S afdeling Kijk- en Luisteronderzoek*

**Bakker, P., G. Schreuders & Th. van Stegeren (red.) (1991). Onthullingsjournalistiek. Groningen: Wolters-Noordhoff. Prijs f 42,50 ISBN 90-01-79350-9**

In een tijd dat de journalistiek zich steeds meer verlaat op door derden geprepareerd en aangedragen materiaal is het goed dat er een boek verschijnt over een genre journalistiek, waarin het eigen speurwerk van de verslaggever centraal staat. Er is sinds 'Het démasqué in de samenleving' van Den Hollander uit 1975 niet veel meer geschreven over onthullingsjournalistiek; het is, aldus Piet Hagen in het voorwoord, 'een lang verwaarloosd onderwerp'. Een wat magere motivatie, als we afzien van de behoefte aan iets moois bij gelegenheid van het 25-jarig bestaan van de Utrechtse School voor Journalistiek en Voorlichting. Hoewel het boek gelezen kan worden als een pleidooi voor het bedrijven van onthullingsjournalistiek ontbreekt een moverend uitgangspunt, een echte probleemstelling. De redac-

teuren hebben gekozen voor het schilderen van een journalistiek genre, vooral op basis van praktijkverhalen. Deze benadering levert een aantal interessante cases op, die stuk voor stuk de moeite van herbeschouwing - ook voor communicatiewetenschappers - waard zijn, maar leidt niet tot een duidelijke plaatsbepaling binnen het geheel van de journalistiek.

Onder 'onthullingsjournalistiek' (door de redactie min of meer aequivalent gesteld met de termen 'onderzoeksjournalistiek' en 'researchjournalistiek') wordt verstaan 'een vorm van nieuwsgaring, waarbij de journalist systematisch en optimaal bronnenonderzoek doet, gericht op de openbaarmaking van (veelal bewust) verborgen informatie'. Volgens Gijs Schreuders onderscheidt

onthullingsjournalistiek zich van andere journalistiek 'door het stelselmatige karakter van de research (zoekplan) en de doelgerichtheid (opsporen van verborgen informatie)'; voorts door de langdurigheid, arbeidsintensiviteit, alsook de talrijkheid en diversiteit van bronnen. Een en ander maakt nieuwsgierig naar de systematiek, naar het procesmatige van alle research, maar die is dwars door alle praktijkvoorbeelden heen niet licht te ontdekken.

De speurtocht naar verborgen feiten is gebaat bij een "strategie" (Rudie van Meurs en Louis Engelman adviseren te werken in cirkels rondom het object, en wel van buiten naar binnen), waarbinnen enerzijds ruimte moet zijn voor creatieve en slagvaardige improvisaties (zie vooral in de bijdragen van Ton van Dijk) anderzijds voor het inzetten van sociaal-wetenschappelijke onderzoeksmethoden en -technieken (Steve Weinberg verwijst in dit verband naar "precision journalism" in de conceptie van Philip Meyer).

Onthullingsjournalisten zijn bij uitstek journalisten die gemakkelijk aanlopen tegen de grenzen van wat juridisch en (beroeps)ethisch toelaatbaar is; dat blijkt ook uit alle verhalen van de "praktijkkauteurs". Daarom is het hoofdstuk van Gerard Schuijt over een aantal strafrechtelijke en civielrechtelijke kwesties in verband met nieuwsgaring zeer op zijn plaats; en daarom is het jammer dat een ordenend hoofdstuk over beroeps-ethiek ontbreekt. Onafhankelijkheid en engagement zijn tegelijkertijd kracht en kwetsbaarheid van de onthullende journalist. Piet Hagen heeft er, als onthuller van dubieuze handel in bloedplasma, geen moeite mee gehad om het strikt journalistieke terrein te verlaten en over te gaan tot politieke actie; Kees Brants ziet de journalist functioneel en moreel verstrikt raken in een netwerk van dragers en "lekkers" van geheime informatie. Hoe het staat met de officiële toegankelijkheid van documenten en de regelingen terzake in de Wet Openbaarheid van Bestuur wordt behandeld door Piet Bakker.

Overigens geven Piet Bakker en Arie de

Jongh een historisch overzicht van de meest spectaculaire voorbeelden van onthullingsjournalistiek in Nederland, geplaatst in de context van maatschappelijke ontwikkelingen; Robert Miraldi doet summier hetzelfde voor de Amerikaanse "muckraking". De onthullende televisiejournalistiek met vooral de specifieke problematiek van het zichtbaar maken van vaak uiterst gecompliceerde zaken wordt door Theo van Stegeren belicht, m.n. aan de hand van het voormalige programma Gouden Bergen.

Een laatste hoofdstuk over een toekomstperspectief voor het genre ontbreekt helaas. Het was bijvoorbeeld best interessant geweest om te vernemen of de auteurs het pessimisme van Siegfried Weischenberg, hoogleraar journalistiek aan de universiteit van Münster, delen; hij is van mening dat onthullingsjournalistiek in West-Europa weinig kans krijgt, omdat het niet past binnen de vigerende mediasystemen, waarin technologisch-economisch gestuurde processen de kenmerken van 'Informationsjournalismus' alleen maar zullen versterken: nog meer standaardisering, routinisering en bureaucratisering.<sup>1</sup>

Of het boek, gelet op de ondertitel, "een leidraad voor de speurende verslaggever" kan zijn zal nog moeten blijken. In ieder geval is het nuttig voor iedereen die zich op het beroep van journalist voorbereidt en voor iedereen zich meer beschouwend met het onderwerp bezighoudt.

*Toon Rennens, Academie voor Journalistiek en Voorlichting Tilburg/Vakgroep Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen*

Noot

1. Weischenberg, S. (1983). Investigativer Journalismus und "Kapitalischer Realismus", *Rundfunk und Fernsehen*, 31, 349-369.

**Heinsman, L. & J. Servaes (red.) (1991). Televisie na 1992. Perspectieven voor de Vlaamse en Nederlandse omroep, Leuven: Acco. Prijs f 49,00 I.S.B.N. 90-334-2400-2.**

1992 is een vruchtbaar jaar. De niet afluende stroom van publikaties naar aanleiding van dit verwachte keerpunt binnen de Europese Gemeenschap is bijna niet meer te overzien. De afspraken die binnen EG-verband zijn gemaakt, hebben voor de afzonderlijke lidstaten verre gaande gevolgen. Deze afspraken bestrijken niet alleen het gebied van handel en economie, maar ook dat van cultuur.

Onder de noemer "Televisie zonder Grenzen" zijn met betrekking tot het toekomstige mediabeleid van de lidstaten een aantal richtlijnen geformuleerd. Handhaving van deze richtlijnen zal aan de monopoliepositie van de publieke omroep een halt toe roepen en de weg meer dan ooit vrijmaken voor commerciële (grensoverschrijdende) concurrentie.

In het hier te bespreken boek staat de vraag centraal of binnen het medialandschap, in bijzonder het televisielandschap, de ontwikkeling naar meer commercie en het overschrijden van nationale grenzen een serieuze bedreiging vormt voor de "culturele identiteit" van kleine gemeenschappen. Die vraag hoopt men met name met betrekking tot de Nederlandse en Vlaamse gemeenschap te beantwoorden.

Deze uitgave is een tweede publikatie van de Vlaams-Nederlandse Gesprekskring voor Kritische Communicatiewetenschappers. Het boek bevat een elftal bijdragen van dertien auteurs bevat tussen een inleiding en een uitleiding van de hand van de samenstellers. Deze nemen overigens ook een van de bijdragen voor hun rekening. Deze elf bijdragen worden weer onderverdeeld in vijf aandachtsvelden waarvan de eerste twee "Publieke omroep tussen cultuur en commercie" en "Het Europese beleid: tussen hangen en wurgen" het interessantste zijn. Zeker voor de Nederlandse lezer die niet thuis is in de Belgische politieke verhoudingen en het daarvan af-

hankelijke mediabeleid. Maar ik neem aan dat de Nederlandse situatie voor een Belgische lezer even interessant is. Deze bijdragen zijn een heldere schildering van de toestand van het medialandschap van België en Nederland in Europese context.

Van een aantal bijdragen ontgaat mij in het verband van Europa 1992 de betekenis in deze bundel. Hier raak ik dan meteen het zere punt. De bundel is onevenwichtig. Dit is niet alleen te merken aan het verschil in kaliber van de artikelen. Ik heb de indruk dat het jaar 1992 wederom wordt gebruikt als kapstok om een heleboel aan op te hangen. Maar een kapstok vol kleren is nog geen uitgezochte garderobe. Waarschijnlijk zijn de meeste artikelen in eerste instantie voor een ander doel geschreven dan voor deze bundel. Dit doet natuurlijk niets af aan de waarde van de artikelen ieder op zich. Maar een echte aanpassing en afstemming is achterwege gebleven. Storend wordt op een gegeven moment dat iedereen zijn eigen 1992-verhaal vertelt als inleiding op de desbetreffende bijdrage. Dit is echt overbodig na de uitstekende veertien pagina's lange inleiding van de samenstellers.

Volgens de samenstellers komen de in dit boek ontwikkelde en bediscussieerde argumenten samengevat hierop neer: 1. Het nationale, maar vooral het Europese beleid ten aanzien van de omroep is een economisch en geen cultureel beleid. Na 1992 zet deze tendens zich door. 2. De publieke omroepstructuur en -filosofie zijn in de loop der jaren zowel structureel, financieel als programmatisch door interne en (de laatste jaren vooral ook) externe factoren uitgehold. 3. Zowel binnen de omroepen als op het niveau van de beleidsinstanties en de politiek vallen er weinig coherente beleidsvisies te noteren die aan de teloorgang van het publieke omroepmodel wat willen of kunnen veranderen. Deze samenvatting is

een juiste weergave, zij het met de kanttekening dat de discussie en argumentatie rond deze punten maar in een deel van de bijdragen plaatsvinden.

Duidelijk is in ieder geval dat de meeste auteurs geen hoge dunk hebben van de gevoerde media- en cultuurpolitiek. Hoe verschillend deze in Nederland en Vlaanderen, ook historisch gezien, ook mogen zijn. Verder dan een voorzichtige aanzet voor beleidsalternatieven komen de auteurs echter niet. Als men de meer "onderzoeksmatige" artikelen niet in deze bundel had opgenomen, had men wellicht meer aandacht en ruimte kunnen bieden aan auteurs die meer concrete beleidsalternatieven aandragen. Op deze wijze zouden mogelijke visies op de perspectieven voor het Vlaamse en Nederlandse bestel uitgewerkt kunnen worden.

In deze bundel worden begrippen als cultuur, culturele identiteit, kwaliteit, veelvuldig gebruikt zonder dat deze worden geëxpliciteerd. In het algemeen wordt dit soort vage terminologie als algemeen begrippenkader verondersteld. Echter juist nu dit soort termen in verband gebracht worden met een ingrijpende omwenteling, is het van essentieel belang dat ze expliciet gedefinieerd worden. Hieraan worden namelijk criteria ontleend die de toonzetting voor de cultuur- en mediabeleid ondersteunen. Men kan zich de vraag stellen of de

verschillende auteurs die deze termen gebruiken ook hetzelfde bedoelen. Als dat zo is, komt die betekenis overeen met de betekenis die de lezer eraan geeft. Ook wordt niet duidelijk waaruit de culturele identiteit van de Vlaamse en Nederlandse samenleving bestaat. Wat zijn de overeenkomsten en wat zijn de verschillen. De vraag of deze identiteit waard is behouden te blijven wordt op voorhand positief beantwoord. Niet dat deze vraag en de beantwoording ervan expliciet aan de orde komen. Een tipje van de sluier wordt gelicht in de uitleiding, maar dan heeft de lezer al meer dan tweehonderd bladzijden eigen invulling volbracht.

Het maken van een boek blijkt weer een hele kunst te zijn. Hierboven schreef ik over het tekort aan inhoudelijk evenwicht in deze bundel. Deze uitgave blinkt ook niet uit in vormgeving en accuraatheid. Ondervangen van weduwen en wezen moet met moderne tekstverwerkings-technieken een kleinigheid zijn. Het wordt echter bedenkelijk wanneer in een wetenschappelijke tekst wel wordt verwezen naar een bron, maar deze bronvermelding niet te vinden is in de literaturopgave aan het eind van deze tekst.

*Theo Bors, A.I.O. aan de Vakgroep  
Communicatiewetenschap van de  
Katholieke Universiteit Nijmegen.*

## Gegevens van de auteurs

*Prof. dr T.H.A. van der Voort* is hoogleraar in de Studie van Kind en Media bij de Vakgroep Algemene Pedagogiek van de Rijksuniversiteit Leiden en directeur van de VU-RUL-onderzoeksschool voor 'Opvoeding, Ontwikkeling en Preventie'.

*Dr. J.W.J. Beentjes* is als universitair docent verbonden aan de Sectie Kind en Media van de Vakgroep Algemene Pedagogiek van de Rijksuniversiteit Leiden.

*Drs. F. Cleophas* is afgestudeerd bij de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen.

*Drs. C.P.M. Coesmans* studeerde onlangs af bij de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen.

*Drs. G.J. van den Goor* studeerde onlangs af bij de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen.

*Dr. L. Hanssen* is stafmedewerker bij de Stichting PWT, Stichting voor Publieksvoorlichting over Wetenschap en Techniek te Utrecht.

*Drs. W. Hulsink* is als onderzoeker verbonden aan de Vakgroep Beleidswetenschappen van de Erasmus Universiteit in Rotterdam.

*Dr. G.A.I. van der Rijt* is werkzaam als universitair docent bij de Vakgroep Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Nijmegen.

*Drs. Emil van Schie*, is werkzaam bij de Vakgroep Psychologie van de Universiteit Twente.

*Dr. J.H. Schuurman* is als G.V.O.-medewerker werkzaam bij de afdeling G.V.O. van de G.G.D. te Rotterdam.

*Drs. P. Vermeulen* is als beleidsmedewerkster werkzaam bij het Dijkzigt Ziekenhuis te Rotterdam.

*Drs. T. Voorham* is als G.V.O.-medewerker werkzaam bij afdeling G.V.O. van de G.G.D. te Rotterdam.

*Dr. A. Vrij* is als universitair docent verbonden aan de Vakgroep Sociale Psychologie van de Vrije Universiteit in Amsterdam.

*Dr. J. Willems* is als docent Populariseren van de Natuurwetenschappen werkzaam bij de Katholieke Universiteit Nijmegen en de Vrije Universiteit in Amsterdam.

*Dr. mr. F.W. Winkel* is als universitair hoofddocent werkzaam bij de Vakgroep Sociale Psychologie van de Vrije Universiteit in Amsterdam.