



**Tijdschrift voor Communicatiewetenschap** richt zich op het signaleren en registreren van ontwikkelingen binnen de communicatiewetenschap en haar verwante wetenschapsgebieden (journalistiek, de toepassingsgebieden van de communicatiewetenschap, film- en televisiewetenschap, de communicatieve aspecten van informatie- en communicatietechnologie) in Nederland en Vlaanderen. Als zodanig biedt het tijdschrift een platform voor degenen die in onderzoek of beschouwing belangwekkende informatie willen publiceren over het wetenschapsgebied om een bijdrage te leveren aan discussie binnen en ontwikkeling van de communicatiewetenschap. Ieder artikel wordt gereviseerd door twee onafhankelijke beoordelaars.

Verschijnt vier keer per jaar. Een van de vier uitgaven betreft een themanummer.

#### **Werkredactie**

dr. Hilde Van den Bulck (UA, Communicatiewetenschap); dr. Mark Deuze (ASCOR); dr. Hans van Driel (UvT, Media en cultuur); dr. Jan Gutteling (UT, Toegepaste communicatiewetenschap, redactiesecretaris); dr. Leen d'Haenens (KUN, Communicatiewetenschap); dr. Frank Huysmans (Sociaal Cultureel Planbureau); dr. Patrick Vyncke (UG, Communicatiewetenschap)

#### **Redactieraad**

dr. Leo Van Audenhove (TNO, VUB, Communicatiewetenschap); drs. Hermineke van Bockxmeer (TNO); dr. Harry Bouwman (TU Delft); prof.dr. José van Dijk (UvA); dr. Wim Elving (UvA, Communicatiewetenschap); dr. Willem Hesling (KUL, Communicatiewetenschap); prof.dr. Carel Jansen (KUN, Bedrijfscommunicatie); prof.dr. Jan Kleinnijenhuis (VU, Communicatiewetenschap); drs. Coen van der Linden (School voor communicatiemanagement Utrecht, LOCO); prof.dr. Peter Neijens (UvA, Communicatiewetenschap); prof.dr. Gisela Redeker (RUG, Communicatie- en informatiewetenschappen); dr. Betteke van Ruler (VU, Communicatiewetenschap); prof.dr. Frieda Saeyns (UG, Communicatiewetenschap); prof.dr. Erwin Seydel (UT, Toegepaste communicatiewetenschap); dr. Katia Segers (VUB, Communicatiewetenschap); prof.dr. Patti Valkenburg (UvA, Communicatiewetenschap); dr. Ben Warner (Nederlandse Gasunie); prof.dr. Cees van Woerkum (LUW)

#### **Redactiesecretariaat**

Dr. Jan Gutteling, Toegepaste Communicatiewetenschap Faculteit WMW – Universiteit Twente / Postbus 217, 7500 AE Enschede / tel. (053) 4893290 / fax (053) 4894259 / e-mail: J.M.Gutteling@wmw.utwente.nl

Richtlijnen voor auteurs op aanvraag bij het redactiesecretariaat.

Boeken ter review kunnen worden aangeboden aan:

Dr. Frank Huysmans, Sociaal en cultureel Planbureau, Postbus 16164, 2500 BD Den Haag.

#### **Uitgever**

Uitgeverij Boom BV, Carola Hageman, Prinsengracht 747-751, 1017 JX Amsterdam, tel. (020) 5200126, chageman@uitgeverijboom.nl, www.uitgeverijboom.nl

#### **Administratie**

Voor abonnementen en losse nummers wende men zich tot het adres van de uitgeverij te Meppel: Uitgeverij Boom, Postbus 400, 7940 AK Meppel; tel. (0522) 237555. Advertentie-exploitatie: Michiel Klaasen, tel. (020) 5200122.

*Nieuwe abonnementen:* abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Voor het resterende deel van het jaar wordt een evenredig gedeelte van de abonnementsprijs in rekening gebracht. Nieuwe abonnementen kunnen schriftelijk of telefonisch worden opgegeven.

*Adreswijziging:* bij wijziging van naam en/of adres verzoeken wij u een gewijzigd plakadres toe te zenden aan de abonnementen administratie.

*Beëindiging abonnement:* abonnementen kunnen schriftelijk tot uiterlijk 1 december van het lopende abonnementsjaar worden opgezegd. Bij niet-tijdige opzegging wordt het abonnement automatisch voor een jaar verlengd.

*Betaling:* gebruik voor uw betalingen bij voorkeur de te ontvangen stortings/acceptgirokaart. Dit vergemakkelijkt de administratieve verwerking.

*Abonnementsprijs:* voor particulieren € 80,-; voor instellingen € 135,-; voor studenten € 45,-; los nummer € 20,-.

#### **Richtlijnen voor auteurs**

Richtlijnen voor het schrijven van artikelen worden op verzoek toegezonden door de redactiesecretaris.

#### **Auteursrecht voorbehouden**

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever worden openbaar gemaakt of vervoelvoudigd.

ISSN 1384-6930



# Inhoud

## Redactioneel

### Actuele discussies in de communicatiewetenschap

- 163 *Paul Van de Velde*  
Mediabeleid

### Artikelen

- 168 *Marc Verboord & Kees van Rees*  
Veranderende leessocialisatie, dalend leesniveau?  
De invloed van ouders, literatuuronderwijs en populaire cultuur op gelezen boeken
- 192 *Cees M. Koolstra & Eveline van Wageningen*  
Fysiek en verbaal geweld in een kwart eeuw Nederlandse bioscoopfilms voor kinderen
- 205 *Anita van Hoof*  
Identiteit van regionale kranten
- 227 *Floor Harmsen, Fred Woudenberg, Lianne Elsman-Domburg & Jan Gutteling*  
De inzet van maatschappelijke organisaties bij de communicatie over loodhoudend drinkwater
- 245 *Betteke van Ruler*  
Communicatiemanagement: van kwantiteit naar kwaliteit. De ontwikkeling van een professionaliseringsmodel

### 262 Boekbesprekingen

# Redactioneel

Voor u ligt *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, jaargang 31 nummer 3. Dit nummer bevat maar liefst vijf artikelen aan reguliere kopij, een bijdrage in de serie 'Actuele discussies in de communicatiewetenschap' en eveneens een drietal boekbesprekingen.

Paul Van de Velde, directeur-generaal van de administratie Media, Vlaamse Gemeenschap afgevaardigde van de Vlaamse regering bij de VRT, heeft een bijdrage onder de titel 'Mediabeleid' in de reeks 'Actuele discussies in de communicatiewetenschap'. Het is, zoals hij zelf aangeeft, een verhaal van paradoxen/spanningen tussen de rijkdom van de verscheidenheid van de programmering van de Publieke Omroep via omroepverenigingen en een samenhangend omroepbeleid, en tussen de publieke omroep als cultuurdrager bij uitstek en de invulling van cultuur binnen de programmering van de omroep.

Het eerste artikel van de reguliere kopij is getiteld 'Veranderende leessocialisatie, dalend leesniveau? De invloed van ouders, literatuuronderwijs en populaire cultuur op gelezen boeken' en is van de hand van *Marc Verboord* & *Kees van Rees*. Onderzocht wordt welke invloed drie vormen van leessocialisatie – door de ouders, door het literatuuronderwijs en socialisatie in populaire cultuur – hebben op het niveau van later in het leven gelezen boeken door cohorten die tussen 1975 en 1998 examen deden. Het leesniveau is gemeten met indicatoren uit het literaire veld.

*Cees Koolstra* & *Eveline van Wageningen* richten zich tot de lezer van het *Tijdschrift* met hun artikel getiteld 'Fysiek en verbaal geweld in een kwart eeuw Nederlandse bioscoopfilms voor

kinderen'. Er wordt nogal eens verondersteld dat kinderen tegenwoordig vaker dan vroeger geconfronteerd worden met geweld in de media. In de huidige studie is met een inhoudsanalyse nagegaan of die veronderstelling opgaat voor het genre bioscoopfilms voor kinderen.

*Anita van Hoof* tekent voor het derde artikel in dit nummer. Haar bijdrage heeft als titel 'Identiteit van regionale kranten'. Over identiteit van kranten wordt in het algemeen gesproken als een belangrijke eigenschap van de krant, die gekoesterd en beschermd moet worden. In dit artikel wordt nagegaan waaruit de identiteit van een krant eigenlijk bestaat.

In artikel nummer vier bespreken *Floor Harmsen*, *Fred Woudenberg*, *Lianne Elsman-Domburg* & *Jan Gutteling* hun onderzoek naar 'De inzet van maatschappelijke organisaties bij de communicatie over loodhoudend drinkwater'. Lood is een zwaar metaal dat soms in drinkwater wordt aangetroffen. Het heeft schadelijke gevolgen bij heel jonge kinderen. Vanaf 1998 ondernam het Ministerie van VROM communicatieve actie gericht op de verzorgers van zuigelingen, via de inzet van intermediaire organisaties op landelijk, regionaal en lokaal niveau.

Het vijfde en laatste artikel is geschreven door *Betteke van Ruler*, onder de titel 'Communicatiemanagement: van kwantiteit naar kwaliteit. De ontwikkeling van een professionaliseringsmodel'. Dit artikel is een samenvatting van haar oratie op 20 maart 2003 bij de aanvaarding van de leerstoel Professionalisering Communicatiemanagement aan de Universiteit Twente.

De redactie



# Actuele discussies in de communicatiewetenschap

## Mediabeleid

In deze rubriek kunnen auteurs, op verzoek van de redactie of op eigen initiatief, actuele ontwikkelingen in het vakgebied signaleren en becommentariëren. Doel is om een stimulans te geven aan de wetenschappelijke discours binnen het domein van het Tijdschrift voor Communicatiewetenschap. Bijdragen worden niet gereviseerd. Ingenomen standpunten zijn voor rekening van de auteur(s).

*Een verhaal van paradoxen/spanningen tussen de rijkdom van de verscheidenheid van de programmering van de Publieke Omroep via omroepverenigingen en een samenhangend omroepbeleid, en tussen de Publieke Omroep als cultuurdrager bij uitstek en de invulling van cultuur binnen de programmering van de omroep.*

### Inleiding

Mij is gevraagd als relatieve buitenstaander met kennis van zaken in een breder perspectief op het advies van de Raad voor Cultuur over de rol van de (publieke) omroep te reflecteren.

Verwacht wordt dat mijn Vlaamse achtergrond het iets eenvoudiger maakt om het Nederlandse mediabeleid met zijn historisch gegroeide instituties in het licht van alternatieve beleidskeuzes te zien, dan het voor een Nederlandse auteur zou zijn.

Misschien zou dat zo zijn, indien het advies van de Raad voor Cultuur als onderdeel van het vooradvies over de Cultuurnota 2005-2009 niet nu zou zijn uitgebracht en indien er geen visitatiecommissie zou zijn die binnen een aantal maanden een rapport moet uitbrengen over de wijze waarop de Publieke Omroep de wettelijk vastgelegde taken heeft vervuld.

Uitsluitend vanuit Vlaamse bril en los van de meerwaarden van het Nederlands bestel reflecteren lijkt me onrecht aandoen, zowel aan de inspanningen van de Publieke Omroep om de toekomst op een vernieuwende wijze voor te bereiden, als aan het beleid dat via de concessiewet een traject voor de Publieke Omroep heeft uitgezet.

Mijn schroom terzake is nog gegroeid vanuit mijn lidmaatschap in 2001

---

De auteur is directeur-generaal van de administratie Media, Vlaamse Gemeenschap afgevaardigde van de Vlaamse regering bij de VRT.

van de onafhankelijke commissie, ingesteld door de KRO, om het beleids-evaluatietraject en het eigen functioneren te laten beoordelen. Die omroep wenste immers voor aanvang van de visitatieronde een eerste inzicht te krijgen in resultaten, in de concepten van kwaliteitsbewaking en -verbetering en in de verantwoording van zijn maatschappelijke rol en verantwoordelijkheid.

Niettegenstaande dat ik als afgevaardigde van de Vlaamse regering jaarlijks sedert 1993 de overlegvergaderingen VRT-NOS kon meemaken, was ik toch verrast dat het specifieke Nederlands omroepbestel met zijn verschillende omroepverenigingen nog zo sterk leefde en dat het nog door zeer vele Nederlanders gedragen werd. Ik stelde tevens vast dat de omroepmedewerkers sterk in hun kwaliteitsopdracht geloven. Ze worden evenwel geconfronteerd met de spanning tussen de profilering van de eigen omroep en de programmatische eisen van de profilering van de netten.

Het advies van de Raad voor Cultuur is een zeer goede analyse. Het legt de klemtoon op de meerwaarde van de Publieke Omroep en van zijn programmering inzake informatie, cultuur, educatie en verstrooiing voor de hele samenleving. Vraag is evenwel of het aan de Publieke Omroep de ruimte en de tijd geeft, waarvoor de Raad voor Cultuur nochtans zelf pleit. Ik ga om bovenvermelde redenen niet in op alle elementen van het advies, maar beperk me tot enkele aspecten die voor het Vlaamse omroep- en cultuurbeleid nuttig zijn geweest.

Ik reflecteer vanuit de Vlaamse context die totaal anders is:

- een volledige politieke consensus sedert 10 jaar over de noodzaak van een sterke publieke omroep;
- een drastische omwenteling vanuit een crisissituatie;
- een gegarandeerde financiering en stijging van de jaarlijkse dotatie; het overnemen van de pensioenverplichtingen;
- een volledige autonomie vanuit één organisatie;
- een nauwere verbondenheid met kijker/luisteraar via een vraaggestuurd programmabeleid.

### **De relatie omroep en kunst en cultuur**

Een eerste reactie op het advies betreft de relatie omroep en kunst en cultuur. Zoals de Raad voor Cultuur verwachtte ook cultureel Vlaanderen bij de hervorming van de VRT dat de publieke omroep meer kunst en cultuur zou brengen – al dan niet via een themakanaal –, dat film, drama, muziek, cultuureducatie zouden worden gebracht en gestimuleerd, dat de jeugd en alloctonen beter zouden worden bereikt. Dat was en blijft ook de droom van velen, ook van mij.

Alle cultuurgedrevenen uit de diverse culturele sectoren, maar ook uit het beleid en de administratie, hebben in Vlaanderen moeten ervaren dat de publieke omroep, al is hij het cultuurinstrument bij uitstek, een eigen dynamiek heeft en niet vanuit de verschillende cultuurdisciplines kan worden gestuurd. Omroep is immers een massamedium met eigen wetmatigheden!

De VRT werd dikwijls verweten af te glijden in de richting van de commerciële omroepen, maar hij is gesteund door zeer veel onderzoek uitgegaan



van de kijker/luisteraar, maar dit wel vanuit een eigen kwaliteits- en waardenconcept, dat continu wordt bijgestuurd en bewaakt. Begin van de jaren 1990 is in Vlaanderen over partij-, ideologische en filosofische grenzen heen een algemene consensus gegroeid, die nog steeds aanwezig is dat de publieke omroep een unieke opdracht heeft die ten volle moet worden gesteund in functie van een democratische samenleving, van het waarborgen van pluralisme, in functie van kwaliteit, van sociale cohesie en van culturele en taalkundige diversiteit. De Vlaamse overheid heeft een algemeen kader vastgelegd en heeft bereik- en kwaliteitsnormen aan de omroep opgelegd evenwel zonder enige inmenging in de programmering.

Cultuur was en zal wellicht steeds ongelukkig blijven dat in de beheersovereenkomsten tussen de Vlaamse regering en de VRT sedert 1997 de grote cultuurverzuchtingen niet of te weinig zijn opgenomen en dat cultuur de beheersovereenkomsten niet heeft kunnen sturen.

Ik ben er nu van overtuigd dat dit paradoxaal genoeg de enige weg was om de toekomst van de kwaliteitsomroepproductie op alle domeinen te verzekeren. Film, theater en andere cultuuruitingen kunnen niet zomaar worden overgebracht naar radio en televisie. Omroep heeft andere concepten, andere ritmes, andere noodwendigheden, zowel naar elke kijker/luisteraar als naar specifieke doelgroepen toe.

Het gebrek aan vertrouwen in de professionaliteit, in het enthousiasme en de creativiteit van de programmamakers en -makers was mijns inziens onterecht. Geef me trouwens een reden waarom een cultuurbrenger die bij een omroep werkt minder gedreven zou zijn, minder kwaliteit, minder creativiteit of professionaliteit zou hebben dan haar of zijn collega die buiten de omroep aan de culturele weg timmert in theater, in musea, als schrijver of muzikant.

De roep naar meer cultuur, naar meer kunst, naar meer film, naar meer drama, naar een boekenprogramma, naar een filmrubriek, naar eigentijdse educatie, zal ook bij ons in Vlaanderen terecht blijven weerklinken. Deze vragen leven ook bij de programmamakers die continu op zoek blijven naar goede concepten maar niet steeds onmiddellijk de beste formule voor kijker/luisteraar ontdekken. Omroep is immers geen wetenschap. Vooraf het succes, de waarde van een programma bepalen is onmogelijk.

Jaren heeft de VRT geworsteld om goede en kwalitatieve formules voor de jeugd, om eigentijdse educatie te vinden. De filmsector achtte zich ernstig benadeeld. Op dit ogenblik zijn er evenwel schitterende jeugdprogramma's die de jongeren aanspreken, zijn er op radio en op televisie programma's met instructieve inslag en bijzondere aandacht voor wetenschap met heel hoge luister- en kijkcijfers en geeft een vooravondprogramma zelfs aandacht aan de voorbereiding en de opnames van de Vlaamse films. Wie had dat ooit gedacht?

Een kwalitatief omroepbeleid dat alle lagen van de bevolking bereikt, is maar mogelijk vanuit één gezamenlijke visie, gedragen door continu onderzoek, door duidelijke profilering van de radio- en televisienetten, door experimenten, door blijvend zoeken.

Zijn kwaliteitsopdracht benadert de VRT vanuit de invalshoeken:

- de band met de kijkers/luisteraars;
- de invulling van de publieke omroepaak;
- het ethische kader van de programma's;

- de efficiëntie en de professionaliteit.

De functionele kwaliteit wordt gerealiseerd via de diversiteit van het aanbod, een constant bewaken van de eigen opdracht en van die van elk scherp geprofileerd net.

De kwaliteit van de publieke opdracht wordt onder meer gemeten via onderzoek met betrekking tot het bereiken van de diverse sociale groepen. Qua ethische kwaliteit zijn de bijzondere aandachtspunten onpartijdigheid, waarheidsgetrouwheid, het bijdragen tot een democratische en verdraagzame samenleving. De operationele en de professionele kwaliteit worden ontwikkeld via systematische screening, optimalisering van werkprocessen, interne kwaliteitsbewaking en kwalitatief onderzoek.

Dit kwaliteitsstreven van de Vlaamse openbare omroep sluit aan bij de aanbevelingen van de Raad voor Cultuur.

### **De omgeving waarin de omroep functioneert**

Een tweede reflectie betreft de omgeving waarin de omroep zijn opdracht moet vervullen. Zoals de programmamakers verdient ook de publieke omroep zelf alle vertrouwen. Zelfs Europa heeft ermee ingestemd dat de publieke omroep een onvervangbare opdracht heeft voor de democratische samenleving, voor het behoud en de versterking van de pluriformiteit, voor de sociale cohesie. De Raad voor Cultuur bevestigt dat het kwaliteitsimago van de Publieke Omroep hetzelfde is gebleven: betrouwbaar, kwaliteitsvol, maatschappelijk betrokken. Hij maakt zijn programma's met respect. De Raad voor Cultuur stelt ook dat, om zekerheid te kunnen garanderen, die overheid bijtijds duidelijkheid moet geven over het budget, dat geenszins mag inkrimpen.

Vanuit mijn Vlaamse reflex wil ik deze belangrijke stellingen van de Raad als volgt ondersteunen. Zoals Vlaanderen er voor de eerste keer in de jaren 1970 in slaagde om over alle partij-, ideologische en filosofische strekkingen heen het belang van een gezamenlijke visie over het bibliotheekwezen te ontwikkelen, zo groeide er in de beginjaren 1990 een consensus over meerderheids- en oppositiepartijen heen dat de publieke omroep een onvervangbare rol had te vervullen en dat omroep niet alleen aan particuliere initiatieven kon en mocht worden overgelaten.

In budgettair niet zo gemakkelijke jaren beslisten de Vlaamse regering en het Vlaams Parlement unaniem over een eigentijdse kwaliteitsopdracht voor de VRT, werden extra middelen voor vernieuwde programmering en een jaarlijkse stijging van de dotatie per decreet en in een beheersovereenkomst vastgelegd, op voorwaarde van herstructurering en grotere slagkracht; tevens werden de bevoegdheden van de Raad van Bestuur (in Nederland: de Raad van Toezicht) drastisch ingeperkt en werd een zeer grote verantwoordelijkheid en bijna volledige autonomie aan de dagelijkse leiding, inzonderheid aan de gedelegeerd bestuurder (in Nederland: de Raad van Bestuur) toegekend. Na de eerste beheersovereenkomst van 1997-2001 werden via de beheersovereenkomst 2002-2006 bovendien extra middelen uit de innovatiekredieten toegekend om ook op vernieuwend vlak (nieuwe media, technologieën, e-VRT) een vooraanstaande rol te vervullen.

Dankzij de politieke consensus kon België via het verslag van Praag 1994



(ministerconferentie Raad van Europa) en opeenvolgende Europese ministerconferenties, onder meer te Bordeaux, op Europees vlak het voortouw nemen voor de verdediging van de specifieke rol van de publieke omroep. Vlaanderen werd daarbij gesteund door de toenmalige Nederlandse Staatssecretaris voor Cultuur en vond in de Nederlandse cultuuradministratie eenzelfde overtuiging over het belang van de publieke omroep.

Zoals de Belgische regering stond de Nederlandse regering zeer aarzelend ten opzichte van de Vlaamse en de Franse Gemeenschap van België, de initiatiefnemers van de voorbereiding van het Europees Protocol betreffende de publieke omroep. Dankzij de eigen Vlaamse bevoegdheid inzake media, kon het protocol in ons land worden doorgedrukt en werden vele bondgenoten gevonden in de andere Europese lidstaten. De Nederlandse regering aarzelde tot het laatste ogenblik, aanvaardde het protocol niet van harte en leek de meer economische benadering van de Europese Commissie niet ongenegen. Deze uitweiding over het Protocol om aan te geven dat de Publieke Omroep in Nederland evenveel redenen en nood heeft als de Vlaamse op een voorkeursbehandeling door de overheid.

### **Conclusie**

Voor de Publieke Omroep is het in een evoluerend medialandschap, met nieuwe technologische ontwikkelingen, essentieel dat de overheid resoluut het maatschappelijke omroepbestel verdedigt, ruime kansen en een financiering geeft, gewaarborgd over een langere termijn, om zich continu te kunnen ontwikkelen ten gunste van de hele samenleving, ten gunste van de kijker/luisteraar, ten gunste van objectieve berichtgeving, van pluriformiteit, van diversiteit, ten gunste van de eigen programmatie, ten gunste van tewerkstelling van alle creatieve en andere medewerkers.

In een ongunstige financiële situatie mag en kan geen themakanaal voor kunst en cultuur worden verwacht, mogen geen eisen voor boekenprogramma's, voor een filmbeleid worden gesteld, maar moet mijns inziens naar een eigentijdse en aan de wetmatigheden van omroep aangepaste inbedding van al deze elementen worden gestreefd.

Meer dan ooit en tegen alle politieke en economische overwegingen in, heeft een veranderende omroep – en dat is toch wat de concessiewet van de Publieke Omroep en van al zijn geledingen verwacht – alle steun en perspectief nodig van het beleid, van de samenleving en ook van de Raad voor Cultuur.

Het Protocol bij het Europese Verdrag is door iedereen gekend als het Protocol van Amsterdam. Het zou voor de Nederlandse samenleving goed zijn dat alle beleidsverantwoordelijken uit dat Nederland die eretitel met belangrijke inhoud voor de democratische samenleving nog jaren zouden koesteren.

# Veranderende leessocialisatie, dalend leesniveau?

## De invloed van ouders, literatuuronderwijs en populaire cultuur op gelezen boeken

Onderzocht wordt welke invloed drie vormen van leessocialisatie – door de ouders, door het literatuuronderwijs en socialisatie in populaire cultuur – hebben op het niveau van later in het leven gelezen boeken door cohorten die tussen 1975 en 1998 examen deden. Het leesniveau is gemeten met indicatoren uit het literaire veld.

### Inleiding

In het midden van de jaren 1980 verschenen de eerste rapporten waarin werd gerept van een teruggang in het lezen (SCP, 1986; Knulst & Kalmijn, 1988). Sindsdien is leesbevordering prominenter dan ooit op de politieke en maatschappelijke agenda aanwezig. Toch overheerst in een aanzienlijk deel van de commentaren vooral een zorg over het kwalitatieve peil van de leesstof. Lezers zouden zich vooral met pulp (fictie) afgeven (Thomése, 1998; Stevens, 1999; Truijens, 2000). Het literatuuronderwijs wordt hierbij nogal eens de zwartepiet toegewezen: het zou in toenemende mate tekortschieten in haar socialiserende taak, waardoor een nieuwe generatie met onvoldoende literaire bagage toegerust zou zijn (Goedegebuure, 1989; Van Toorn, 1998; Truijens, 1998; Steenmeijer, 2002). Deze klacht is niet nieuw (o.a. Kousbroek, 1982), maar is, in tegenstelling tot de daling in leesfrequentie, nimmer onderbouwd met feitenmateriaal.

In dit artikel rapporteren we nu juist over een diachroon onderzoek naar de opbrengsten van literatuuronderwijs. Het betreft het niveau van boeken die in het onderwijs en in de periode na scholing gelezen worden. De invloed van het literatuuronderwijs kan echter niet los gezien worden van die van andere socialisatiecontexten. Om inzicht te krijgen in wat leerlingen daadwerkelijk overhouden aan de literatuurlessen op school, dient rekening

---

Marc Verboord en Kees van Rees zijn beide verbonden aan de sectie Marketing en Sociologie van het Boek van de Faculteit der Letteren van de Universiteit Tilburg. Correspondentie aan de eerste auteur: Faculteit der Letteren, Universiteit van Tilburg, Postbus 90153, 5000 LE Tilburg. E-mail: m.verboord@fss.uu.nl.



gehouden te worden met wat leerlingen al van huis uit meegekregen hebben op het gebied van lezen en literatuur. Bovendien kunnen we niet heen om het gegeven dat het culturele klimaat waarin mensen opgroeien sterke veranderingen heeft ondergaan. De literaire socialisatie ondervindt steeds meer concurrentie van socialisatie op andere gebieden, in het bijzonder het gebruik van populaire cultuur en audiovisuele media (Hurrelman et al., 1993).

De onderzoeksvraag van dit artikel wordt daarom breed geformuleerd: welke invloed heeft de leessocialisatie in het ouderlijk milieu en het schoolmilieu op het niveau van de boeken die de geboortecohorten 1955-1982 lezen? (In het vervolg wordt dit niveau van gelezen boeken ook wel het leesniveau genoemd.) Binnen dit probleem worden drie deelvragen onderscheiden: (a) zijn er trendmatige verschuivingen tussen cohorten in het leesniveau; (b) welke verschillen zijn er in de invloed die uiteenlopende vormen van leessocialisatie hebben op het leesniveau van deze cohorten; en (c) kunnen deze verschillen in socialisatie eventuele trends in leesniveau verklaren?

De doelstelling van dit onderzoek is tweeledig. Ten eerste worden alternatieve theoretische mechanismen tegen elkaar afgezet en getoetst. De specifieke invloed van drie vormen van leessocialisatie (literaire socialisatie door de ouders, literaire socialisatie door de school en socialisatie in populaire cultuur) wordt nagegaan, rekening houdend met het ouderlijk milieu en onderwijsniveau waarin deze socialisatie plaatsvindt. De culturele socialisatietheorie stelt dat hoe meer ervaring iemand opdoet met een cultuurvorm, des te vaker deze persoon later een voorkeur hiervoor aan de dag zal leggen (Ganzeboom & De Graaf, 1991). Opgroeien met andersoortige cultuurvormen zoals populaire cultuur zou het bereiken van een hoog leesniveau echter in de weg kunnen staan. Het vermeende lage leesniveau van recentere cohorten wordt dan ook wel geweten aan een verminderd contact met literaire cultuur en een toegenomen invloed van populaire cultuur. Veranderingen in het leesniveau zijn echter nog maar in zeer beperkte mate met empirische gegevens onderzocht.

Het tweede doel is methodische vooruitgang door een verbeterde multi-actormeting. Door het gebruik van data die deels zijn betrokken van de actoren die verantwoordelijk waren voor de leessocialisatie, kan deze nauwkeuriger in beeld worden gebracht (alsmede verschuivingen in de tijd) en is het daardoor mogelijk de invloed ervan met meer precisie dan voorheen te bepalen. De onderzoeksopzet voorziet in deze methodische behoefte. Van een groot aantal scholen in het voortgezet onderwijs zijn oud-leerlingen die in de periode 1975-1998 eindexamen deden, ondervraagd over het soort boeken dat ze tegenwoordig lezen. Van deze oud-leerlingen is bovendien telkens de toenmalige docent Nederlands alsmede één van de ouders ondervraagd over de leessocialisatie.

Om de vermeende kwalitatieve teruggang van het lezen onder met name recentere cohorten en de negatieve rol van bepaalde vormen van socialisatie daarin te kunnen onderzoeken, dienen we verder over metingen van het leesniveau te beschikken. Het leesniveau zal geoperationaliseerd worden in termen van het literair prestige dat auteurs verworven hebben door aandacht in het literaire veld, en in het bijzonder de literaire kritiek.

Met deze strategie valt het onderzoek in drie stappen uiteen. Eerst wordt

nauwgezet vastgesteld welke literatuur door de literaire kritiek wordt gelegitimeerd. Vervolgens wordt nagegaan tot op welke hoogte deze wordt overgedragen door docent en ouders. Tot slot wordt het effect hiervan op het leesniveau van de oud-leerling in kaart gebracht. Daarnaast worden twee alternatieve metingen van het leesniveau geïntroduceerd: het gelezen hebben van recente literaire werken en het lezen van literaire genres.

Het artikel is als volgt opgezet. In de tweede paragraaf wordt de theoretische achtergrond geschetst van het centrale onderzoeksprobleem: de relatie tussen leessocialisatie en leesniveau. De derde paragraaf gaat in op de meting van het literair prestige van auteurs. De gegevens die hierover verzameld zijn, worden gebruikt bij het bepalen van het leesniveau in het hoofdonderzoek onder oud-leerlingen, ouders en docenten. In de vierde paragraaf volgt een uiteenzetting hoe dat enquêteonderzoek is opgezet en uitgevoerd, hoe de leessocialisatie is gemeten en hoe het literair prestige is gebruikt bij het bepalen van het leesniveau van de respondenten. De vijfde paragraaf geeft de resultaten van een aantal multivariate analyses die uitgevoerd zijn op de verzamelde data. In de slotparagraaf worden conclusies samengevat en bediscussieerd.<sup>2</sup>

### **De invloed van de leessocialisatie op het leesniveau**

Het lezen van boeken van een hoog literair niveau alsook een hoge leesfrequentie, gelden als modelvoorbeeld van legitieme smaak. Een dergelijke voorkeur voor een gedragspatroon met een hoog cultureel gehalte en een hoge graad van legitimiteit, wordt sterk beïnvloed door de omvang en de aard van de vaardigheden, kennis en opvattingen die iemand met zich meedraagt. Wie beschikt over meer algemene informatieverwerkingscapaciteit, een positieve leesattitude en specifieke achtergrondkennis inzake auteurs en boeken, zal, volgens deze redenering, meer geneigd zijn tot het lezen van boeken van een hoger niveau (Ganzeboom, 1984; Kraaykamp, 1993).

Literaire kennis, vaardigheden en opvattingen worden verworven in de vroege levensloop. In het bijzonder gelden het ouderlijk milieu en het schoolmilieu als belangrijke socialisatiecontexten. Juist omdat literaire competenties gedijen bij het opdoen van veel ervaring, lijkt een vroeg begin belangrijk. De kiem van veel later leesgedrag bevindt zich volgens socialisatietheorieën in deze contexten. Daarnaast is met name de ouders er veel aan gelegen om hun kinderen de in hun ogen juiste culturele opvattingen en kennis mee te geven. Deze opvattingen en kennis weerspiegelen in hoge mate de leefstijl en hulpbronnen van de ouders zelf (Bourdieu, 1984). Kinderen uit gezinnen waarin de ouders zelf literaire boeken lezen en hun kinderen stimuleren om te lezen, raken daardoor meer vertrouwd met dit soort boeken en maken tevens grotere kans later zelf literatuur te gaan lezen dan kinderen zonder deze literaire inwijding. Aan de basis van dit reproductiemechanisme ligt, meer nog dan het kopiëren van gedrag, de vorming van een onderliggende, coherente set waarnemings- en waarderingschema's (habitus) ten grondslag, vanwaaruit gedragskeuzes als het ware logisch voortvloeien (Bourdieu, 1984).

Deze verklaring sluit nauw aan bij socialisatietheorieën waarin leerprocessen wel gezien worden in termen van identificatie (het kind neemt de soci-

aliserende actor als het model bij het zich eigen maken van waarden en gedragsnormen) en attributie (het kind maakt zich waarden en gedragsnormen eigen door gedragingen te motiveren vanuit bepaalde onderliggende oorzaken) (Grusec & Lytton, 1988: 188-191). Het feit dat de literaire socialisatie thuis eerder start dan die op school en dat ouders nadrukkelijker aanwezig zijn in de socialisatie, rechtvaardigt de verwachting dat het ouderlijk milieu de meest dominante rol speelt in de socialisatie in het lezen van boeken.

De groep die het zonder ouderlijke literaire socialisatie heeft moeten stellen, zal voor kennismaking met literatuur aangewezen zijn op het literatuuronderwijs in het voortgezet onderwijs, dat vooral geconcentreerd is binnen de hogere schoolniveaus. Een deel van de positieve invloed van een hoog opleidingsniveau op de mate van literair lezen (Ganzeboom, 1989) kan daarom wellicht op het conto van het literatuuronderwijs geschreven worden. Het literatuuronderwijs garandeert alle leerlingen in het voortgezet onderwijs immers, zij het in uiteenlopende mate, een kennismaking met boeken en, meer bijzonder, literatuur.

De hogere opleidingen bieden daarbovenop nog curricula met aandacht voor algemene culturele kennis en training van cognitieve vaardigheden. De aard van die kennis en vaardigheden sluit, in de visie van Bourdieu & Passeron (1964), vooral aan op de ervaringen zoals kinderen uit hogere sociale milieus die opgedaan hebben in de primaire socialisatie, en veel minder op die van kinderen uit lagere sociale milieus. Dat is dan ook de reden waarom kinderen van cultureel actieve (vaak ook hoogopgeleide) ouders vaker in hogere schoolniveaus terecht komen dan kinderen zonder een culturele achtergrond (Bourdieu & Passeron, 1964; De Graaf, 1987).

Omdat de school weinig of geen oog zou hebben voor die verscheidenheid in culturele erfenis waarmee leerlingen de school binnenkomen, staan degenen onder hen zonder kennis van de vigerende culturele code bij voorbaat op een achterstand. Deze selectie van leerlingen betekent dat mogelijk gunstige effecten van literatuuronderwijs minder naar een groep gaan die compensatie voor het ontbreken van de ouderlijke literaire vorming behoeft, dan naar personen die dit wel ontvingen. Of het literatuuronderwijs het leesniveau echter werkelijk gunstig kan beïnvloeden, en of het inderdaad, op basis van een minder lange aanwezigheid in het leven van de leerling, een aan de primaire socialisatie ondergeschikte rol speelt, is nog een vraag. Bovendien zijn er aanwijzingen dat het schoolsysteem sinds de jaren 1970 meer oog heeft gekregen voor die verscheidenheid aan culturele bagage, en geprobeerd heeft het onderwijs qua curriculum en didactische methoden aan te passen (Verboord, 2003a).

Het belang van de literaire socialisatie (soms geoperationaliseerd als culturele socialisatie) in het ouderlijk milieu voor het leesniveau, wordt in beperkte mate geschraagd door empirische resultaten. Zowel Dijkstra (1992) als Kraaykamp (1993) vindt betrekkelijk weinig steun voor de gedachte invloed van de primaire socialisatie. Dijkstra's bevinding is echter door de gehanteerde operationaliserings- en beperkt-multivariate analyse-techniek lastig op waarde te schatten. Bij Kraaykamp dient aangetekend te worden dat het literaire thuis-klimaat indirect, via het aanmaken van culturele competentie en culturele normen, wel degelijk het leesniveau op een hoger peil brengt. Elders vindt deze auteur ook directe effecten van zowel

het stimuleren van leesgedrag (Kraaykamp, 2000) als het leesniveau van de ouders op het literair lezen van hun kind (Kraaykamp, 2000; 2001). In deze studies worden echter weer geen eenduidige metingen van het literaire curriculum verdisconteerd. Daardoor ontbreken uitspraken over het mogelijke effect van literaire socialisatie in het schoolmilieu (secundaire socialisatie). Alleen globale uitspraken over het effect van opleiding in termen van het behaalde niveau zijn dan mogelijk.

De voorspelde positieve invloed van het opleidingsniveau op het leesniveau wordt vrijwel altijd teruggevonden in onderzoek (o.a. Bina, 1981; Ganzeboom, 1989), ook wanneer rekening gehouden wordt met de culturele socialisatie thuis (De Graaf & De Graaf, 1996; Kraaykamp & Dijkstra, 1999; Kraaykamp, 2001). Het effect van het onderwijs is derhalve niet louter een gevolg van het gegeven dat personen met meer ouderlijke culturele socialisatie een grotere kans maken op hogere onderwijsniveaus terecht te komen (selectie) maar wel degelijk ook van het meegeven van competenties (instructie). Behalve een direct effect van de opleiding worden ook hier wel indirecte effecten aangewezen; via aangeleerde culturele of literaire kennis (Ganzeboom, 1989; Dijkstra, 1992; Kraaykamp & Dijkstra, 1999) of culturele normen (Kraaykamp & Dijkstra, 1999).

In hoeverre opleidingseffecten zijn toe te schrijven aan het literatuuronderwijs is minder duidelijk. Volgens de studie naar leesgedrag van Kraaykamp (1993) blijkt meer aandacht voor literatuur op school te leiden tot het lezen van complexere en meer prestigieuze boekengenres alsook literaire boektitels. Omdat zowel het opleidingsniveau als de literaire socialisatie door de ouders constant gehouden wordt, is dit te interpreteren als het effect van literatuuronderwijs. Er wordt echter wel gebruikgemaakt van rapportages door oud-leerlingen zelf, hetgeen nadelig mag heten voor de betrouwbaarheid en geldigheid van de meting.

Er zijn wel aanwijzingen gevonden dat de invloed van de culturele socialisatie in het ouderlijk milieu op de leefstijl voor recentere cohorten afneemt – overigens zonder dat hier cohortsgewijze veranderingen in de omvang van de culturele socialisatie aan ten grondslag lagen (Ganzeboom & Maas, 1992). Maatschappelijke trends als een vroegere economische zelfstandigheid van jongeren en een leefomgeving met veel meer opties in de vrijetijdsbesteding zouden wellicht ook meer specifiek de werking van de literaire socialisatie – niet alleen die door de ouders maar ook die door de school – hebben afgezwakt. Concreet bewijs is hiervoor echter nog niet geleverd. De investeringen die ouders uit recente cohorten in de literaire socialisatie van hun kinderen doen, lijken zelfs te zijn gestegen (Kraaykamp, 2002; Verboord, 2003b).

Het opgroeien met populaire cultuur is zeer zeker sterk toegenomen. Omdat deze vorm van socialisatie de overdracht van andere kennis en vaardigheden betreft, wordt de invloed ervan, en dan met name het gebruik van audiovisuele media, vaak verondersteld negatief te zijn voor zowel de leesfrequentie als het leesniveau (o.a. Postman, 1986). Vooral televisiekijken zou functioneel gelijkaardige activiteiten, zoals lezen, verdringen; enerzijds door het stimuleren van andersoortige wijzen van informatie verwerken, anderzijds door het doen ontwikkelen van andere opvattingen (Bonfadelli, 1998). Deze nieuwe vaardigheden en opvattingen zijn sterker georiënteerd op visuele stimuli dan op talige stimuli, en zijn ingesteld op een hoog tempo en veel afwisselingen in de presentatie van stimuli, hetgeen de



concentratievaardigheid zou verminderen en het verlangen naar korte termijn voldoening zou versterken (Beentjes & Van der Voort, 1988; Neuman, 1991; Bonfadelli, 1998). Deze ontwikkelingen zouden de leesvaardigheid, en in het verlengde daarvan het leesniveau, niet ten goede komen.

Onderzoek is met name verricht naar de leesvaardigheid van kinderen, waarbij weinig bewijs gevonden is voor een direct oorzakelijk verband tussen televisiekijken en leesvaardigheid (Neuman, 1988; Beentjes & Van der Voort, 1988; Muijs, 1999). Veeleer lijkt de rol van de ouders hier, wederom, een cruciale te zijn: de onderliggende waarden die zij uitdragen via opvoedingsstrategieën, interactie met hun kind en eigen gedragspatronen, beïnvloeden de lees- en televisieattitudes van hun kind (Neuman, 1991; Johnsson-Smaragdi, 1994). In hoeverre deze invloed doorwerkt op de lange termijn is de vraag. Kraaykamp (2001) vindt geen effect van het soort televisieprogramma's dat ouders vroeger keken op het soort boeken dat hun kinderen later lezen. Hoe de socialisatie in populaire cultuur zich in verklarende kracht verhoudt tot de literaire socialisatie, valt met deze stand van zaken moeilijk in te schatten.

Op basis van bovenstaande theoretische overwegingen worden drie hypothesen geformuleerd. De eerste hypothese betreft de trend in leesniveau. Het leesniveau van recentere cohorten zou lager liggen, omdat ze minder aan literaire en meer aan populaire cultuur hebben meegekregen. Aan de hand van de tweede en derde hypothese wordt vervolgens deze invloed van de socialisatie getoetst. Verwacht wordt dat de ouders het sterkste effect sorteren – vanwege hun vroeg begonnen en langdurige socialisatie. Veranderingen in leesniveau zouden het gevolg zijn van trendmatige verschuivingen binnen alle onderscheiden socialisatiecontexten.

H1 Het leesniveau van recentere cohorten zal lager zijn dan dat van oudere cohorten.

H2 De invloed van de literaire socialisatie door de ouders op het leesniveau zal sterker zijn dan die door de school.

H3 Het lagere leesniveau van jongere cohorten is te verklaren door: (a) een afname van de omvang en het niveau van de literaire socialisatie door de ouders; (b) een afname van de omvang en het niveau van de literaire socialisatie door de school; en (c) een toename van de socialisatie in populaire cultuur.

### **Classificatie van auteurs naar prestige**

Het leesniveau van oud-leerlingen (en ook dat van ouders alsmede het 'leesniveau' van docenten) wordt in het onderhavige artikel gemeten door gegevens uit een enquêteonderzoek over welke auteurs gelezen zijn (bij docenten: behandeld zijn in de klas) te relateren aan gegevens over het literair prestige dat dezelfde auteurs in het literaire veld hebben. De respondent-scores op auteurs worden aldus gewogen naar dit literair prestige. Een uitgebreide beschrijving van de ondernomen operationalisatie van het literair prestige is te vinden in Verboord (2003a: 47-58). Hieronder volgt een korte samenvatting.

Auteurs verwerven literair prestige in het literaire veld (het geheel van literaire instituties) op grond van de aan hun letterkundige werken toegekende waarde (Van Rees, 1987). Voor deze waardetoekenning bestaat geen een-

duidige, theoretisch onderbouwde waardestandaard waarmee teksten op valide wijze kunnen worden geclassificeerd. Waardetoekenning en classificatie zijn veeleer uitkomsten van vele beoordelingen door vele actoren in het literaire veld, waarbij uiteindelijk een behoorlijke mate van consensus bereikt wordt (Van Rees, 1987; Janssen, 1997). Het beoordelen van auteurs gebeurt op uiteenlopende plaatsen (journalistiek, literaire tijdschriften, universiteiten) met uiteenlopende middelen (recensies, essays, wetenschappelijke studies, literaire prijzen, opname in literaire naslagwerken). In dit onderzoek worden de indicatoren voor literair prestige dan ook gezocht door de aandacht te inventariseren die auteurs op uiteenlopende plaatsen in het literaire veld krijgen. Door meerdere waarnemingen van verschillende typen indicatoren te verdisconteren, wordt naar verwachting de meerdimensionale aard van het literair prestige beter verdisconteerd dan in eerdere operationalisaties.<sup>3</sup>

In tabel 1 staan de gebruikte indicatortypen: het aantal gewonnen literaire prijzen; de mate van aandacht in wetenschappelijke studies (aantal studies); de mate van aandacht in literaire naslagwerken (vanaf 1980; gemiddeld aantal woorden); het literair gehalte van de uitgeverij waar werk van de auteur gepubliceerd wordt (op grond van grootte uitgeverij en percentage uitgegeven literaire boeken); het aantal gewonnen populair-literaire prijzen en de mate van aandacht in populair-literaire naslagwerken (gemiddeld aantal woorden). Deze laatste twee indicatoren vormen in eerste instantie een aparte dimensie. Niettemin levert populair-literair prestige tot op bepaald hoogte ook literair prestige op.

De scores in literaire naslagwerken, wetenschappelijke studies en literaire prijzen zijn onderling hoog gecorreleerd (0.88, 0.72 en 0.49). De scores in populair-literaire naslagwerken en dito prijzen eveneens (0.75). Het type uitgeverij is redelijk (positief) gecorreleerd met de indicatoren voor meer 'legitieme' literatuur (tussen 0.27 en 0.30). De correlaties van de indicatoren voor 'legitieme' literatuur enerzijds en populaire literatuur anderzijds zijn niet significant.

**Tabel 1**  
Gebruikte indicatoren voor  
classificatie van auteurs  
naar literair prestige

indicatoren institutie	type metingen	# gebruikte bronnen	verdeling in categorieën
literaire prijzen	# gewonnen prijzen, gewogen	> 60 prijzen	7
wetenschappelijke studies (tijdschriften, monografieën e.d.)	# studies (via 2 elektronische bibliografieën)	> 4000 tijdschriften	8
literaire naslagwerken	# woorden	13 naslagwerken	9
uitgeverijen	literair gehalte uitgeverij	1 Nugi-code/boek	4
populair-literaire prijzen	# gewonnen prijzen, gewogen	> 25 prijzen	4
populair-literaire naslagwerken	# woorden	9 naslagwerken	5

Er is een databestand aangelegd met informatie over het literair prestige van 502 auteurs. Dit zijn allemaal prozaschrijvers, of schrijvers van wie een substantieel deel van hun oeuvre proza betreft. Bij de selectie van deze

auteurs is gestreefd naar variatie in de aandacht door de literaire kritiek en variatie in bekendheid bij het publiek. Immers, om het leesniveau zo valide mogelijk te kunnen vaststellen, moeten respondenten auteurs van uiteenlopende niveaus voorgelegd worden. Tegelijkertijd mogen deze niet te onbekend zijn omdat anders te weinig waarnemingen per respondent verkregen worden.

In tabel 2 staat een overzicht van welke soorten auteurs uiteindelijk geselecteerd zijn. De auteurs zijn getypeerd naar de (combinaties van) aandacht die ze kregen in de literaire kritiek (minimaal één score op bovengenoemde literaire naslagwerken, prijzen of studies), populair-literaire kritiek (minimaal één score op bovengenoemde populair-literaire naslagwerken of prijzen) en van het publiek (minimaal één notering in de Libris bestseller top 10 tussen 1983 en 2000, of minimaal één keer genoemd zijn als laatst gelezen auteur door respondenten in een landelijke enquête naar het lezen van boeken (Kraaykamp, 1993)). Te zien is dat 68% van alle auteurs enige aandacht kreeg in de literaire kritiek; 19% kreeg enige aandacht via populair-literaire kritiek en 45% van de auteurs geniet enige bekendheid bij het publiek. Opgemerkt dient te worden dat de selectie van auteurs vooraf ging aan het daadwerkelijk meten van de aandacht. Omdat er geen eerder vergaarde informatie over het literair prestige beschikbaar was, was het niet mogelijk eerst categorieën te vormen en deze vervolgens aselekt te vullen met aan de categoriedefinities beantwoordende auteurs.

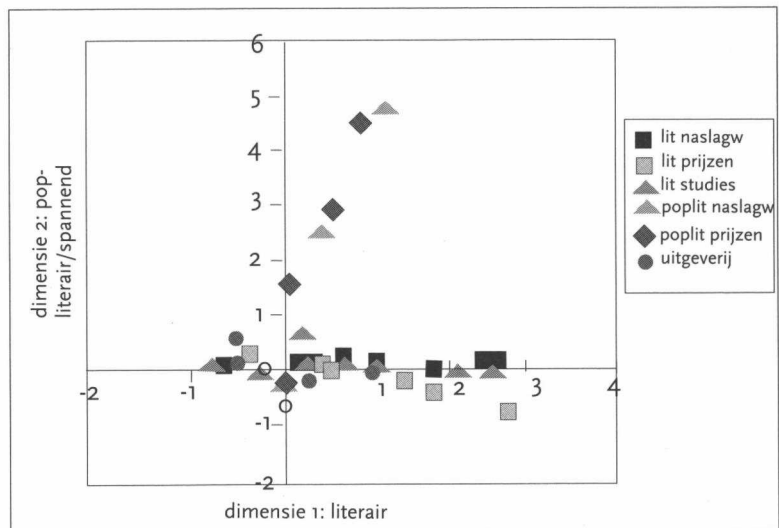
Van de 502 auteurs zijn 367 auteurs gebruikt voor het enquêteonderzoek. Het zijn voor het merendeel, om bovengenoemde redenen, auteurs met aandacht van de kritiek (90% literair, 18% populair-literair) en publiek (68%). Van deze auteurs zijn 122 auteurs alleen voorgelegd aan ouders en oud-leerlingen, 81 alleen aan docenten Nederlands en 82 aan beiden.

**Tabel 2**  
Geselecteerde auteurs, met soorten aandacht (literaire kritiek, populair-literaire kritiek, publiek) en voorbeelden

soorten aandacht			N	voorbeelden
lit. kritiek	pop-lit. kritiek	publiek	47	o.a. Harry Mulisch; Stephen King; Umberto Eco
lit. kritiek	pop-lit. kritiek	-	23	o.a. Ward Ruyslinck; René Appel; Minette Walters
lit. kritiek	-	publiek	158	o.a. Marga Minco; Isabelle Allende; Ronald Giphart
lit. kritiek	-	-	115	o.a. Nescio; Toni Morrison; Tonke Dragt
-	pop-lit. kritiek	publiek	6	o.a. Nicci French; Jack Higgins
-	pop-lit. kritiek	-	18	o.a. Rood & Rood; Andy McNab; William Sarabande
-	-	publiek	15	o.a. Mart Smeets; Virginia Andrews; Nicholas Evans
-	-	-	120	o.a. Zohra Zarouali; Bodie Thoene; Lorenzo Carcaterra
343 (68%)	94 (19%)	226 (45%)	502	

Om met de gebruikte indicatoren en auteurs tot een schatting van het literair prestige te kunnen komen, wordt gebruikgemaakt van de analysetechniek princals, een niet-lineaire vorm van principale componentenanalyse. Met princals kan een groot aantal variabelen worden teruggebracht tot een geringer aantal componenten of factoren. Het voordeel van princals ten opzichte van andere technieken van datareductie is dat variabelen met verschillende meetniveaus, ook nominale variabelen, tegelijkertijd geanalyseerd kunnen worden (Gifi, 1990). Het terugbrengen van variabelen tot componenten in princals gebeurt op basis van correlaties tussen variabelen (hier: indicatoren). Omdat princals gevoelig is voor sterk afwijkende waarden ('uitschieters') bij indicatoren, en deze uitschieters ook voorkomen, met name bij de aandacht in naslagwerken, zijn de scores op alle indicatoren eerst in categorieën geordend (zie tabel 1). Vervolgens is een analyse verricht. In figuur 1 is te zien hoe de verschillende categorieën van variabelen zich in de princalsanalyse tot elkaar verhouden. Dimensie 1 is te interpreteren als het literair prestige (eigenwaarde = 0,48), dimensie 2 als het prestige van populaire, vooral spannende, literatuur. De hogere categorieën van de literaire indicatoren staan meer naar rechts op de eerste dimensie. Dit betekent dat naarmate auteurs in hogere categorieën van de literaire indicatoren zitten, ze meer literair prestige genieten. De componentscores op dimensie 1 zijn derhalve gebruikt als scores voor het literair prestige. De auteurs in het enquêteonderzoek zijn gewogen naar deze scores. In de bijlage aan het eind van dit artikel staan als voorbeeld de scores op de zes indicatoren alsmede de verkregen prestigescores van de tien auteurs met het hoogste prestige.

**Figuur 1**  
Uitkomsten princalsanalyse (componentladingen)





## Opzet van het enquêteonderzoek en methode

### Data

De invloed van de socialisatie op het leesniveau wordt onderzocht met nieuwe gegevens die via enquêtes onder oud-leerlingen van het voortgezet onderwijs, hun ouders en hun oud-docent Nederlands verzameld zijn. De socialisatiegegevens bestrijken een periode van ongeveer 25 jaar. De oud-leerlingen betreffen 562 personen die tussen 1975 en 1998 eindexamen deden in het voortgezet onderwijs. De (trapsgewijze) steekproeftrekking van de oud-leerlingen begon bij 55 scholen in het voortgezet onderwijs (verspreid over veertien in grootte variërende plaatsen in acht provincies); zowel grote scholengemeenschappen als kleine zelfstandige scholen. Het betrof scholen die al eerder waren betrokken in een ander onderzoek, aangevuld met niet eerder benaderde scholen. Op 34 scholen zijn docenten ondervraagd én waren archiefgegevens aanwezig om oud-leerlingen mee terug te vinden. De 85 betreffende docenten zijn geënuquêteerd over het literatuuronderwijs dat ze in één bepaald jaar voor één bepaald schoolniveau gaven. Omdat docenten zo veel mogelijk persoonlijk benaderd werden, was de respons hoog: 74%.<sup>4</sup> Vervolgens werden van elke docent een aantal oud-leerlingen uit een klas die ze les hadden gegeven in het jaar en op het schoolniveau waarover ze geënuquêteerd waren, opgespoord en ondervraagd. Gemiddeld werden per docent acht oud-leerlingen ondervraagd. Het traceren van de oud-leerlingen verliep via de ouders van wie het adres nog in het schoolarchief aanwezig was. Ook hen werd een enquête afgenomen, waar mogelijk bij de moeder. Uiteindelijk resulteerde dit in gegevens over 711 oud-leerlingen (63% van de benaderden) en 809 ouders (59% van de benaderden). Van 562 oud-leerlingen is zowel informatie van henzelf, van één van hun ouders (voor 90% de moeder) als van de vroegere docent voorhanden. De gegevens over de oud-leerlingen en ouders zijn met twee vragenlijsten verzameld, een basisvragenlijst en een vervolgvragenlijst.<sup>5</sup> Bovenstaande responscijfers hebben betrekking op de basisvragenlijsten. Omdat hier ook gegevens uit de vervolgvragenlijsten, die niet door iedereen werden ingevuld, gebruikt worden, daalt het aantal waarnemingen van oud-leerlingen tot 489. Hoewel gestreefd werd naar gelijkmatige spreiding in examenperiode en examenniveau onder oud-leerlingen, zijn de hogere examenniveaus evenals de recentere examenjaren, licht oververtegenwoordigd. Niettemin zijn binnen elke examenperiode/examenniveau-combinatie oud-leerlingen gevonden, waardoor een dwarsdoorsnede van het gehele literatuuronderwijs over een periode van zo'n 25 jaar zichtbaar is.

### Operationalisatie

Het leesniveau van de oud-leerlingen is met drie indicatoren gemeten. De belangrijkste indicator is het gemiddelde leesniveau (in termen van het prestige van gelezen auteurs) over de levensloop, waarin de totale literaire bagage van oud-leerlingen het best tot uitdrukking komt. Aan elke respondent is in de vervolgvragenlijst een lijst met 62 auteurs plus boektitel voorgelegd, met de vraag welke titels ze ooit gelezen hadden. De boektitel in kwestie was altijd een bekende dan wel representatief geachte titel van de betreffende auteur. Op basis van de positieve antwoorden is vervolgens

voor de respondent het gemiddelde leesniveau uitgerekend door de prestigescores van de gelezen auteurs (zie paragraaf 'Classificatie van auteurs naar prestige') op te tellen en te delen door de maximaal te behalen prestigescore in de bewuste versie van de titellijst. Niet iedereen kreeg namelijk dezelfde 62 auteurs voorgelegd: er waren vier verschillende versies van de titellijst in omloop. Wel waren de versies vergelijkbaar qua samenstelling: naar afkomst van auteurs (de helft Nederlandse auteurs, de helft buitenlandse); naar geslacht van auteurs (de helft man, de helft vrouw); naar genres (naast literaire titels ongeveer tien spannende en vijf romantische boeken); naar leeftijd auteurs (spreiding) en ouderdom van titels (ongeveer een derde 'klassieke' oudere titels van voor 1980, een derde jaren 1980-titels en een derde jaren 1990-titels). In principe is ernaar gestreefd alle posities op de titellijsten met vergelijkbare auteurs/titels te bezetten, zodat de maximaal te behalen prestigescore voor alle respondenten vergelijkbaar was.

De bovengenoemde indicator betreft het leesniveau gemiddeld over de hele levensloop, waarin zowel schoolse als naschoolse leeservaringen zijn opgenomen. Als indicatie voor de mate waarin na het voortgezet onderwijs (nog) literair gelezen wordt, zijn twee andere metingen verricht. Ten eerste is via de bovengenoemde titellijst ook geteld hoeveel recente literaire titels de respondent heeft gelezen. Op elke lijst is dit nagegaan voor zeventien literaire boeken die verschenen na of om en nabij 1995, het jaar dat alle oud-leerlingen (op één klas uit 1998 na) het voortgezet onderwijs verlaten hadden. Dit betroffen dus vrijwel allemaal titels die niet meer via de leeslijst in het voortgezet onderwijs gelezen konden zijn. De score geeft dus de intensiteit van het recente literaire lezen aan. De selectie van titels was overigens op elke lijst vergelijkbaar: een aantal bestsellers (bijv. Palmes of Van Dis), een gelijkaardige verdeling van auteurs naar geslacht en literaire leeftijd.

Ten tweede, en dit is de derde indicator van het leesniveau, is gevraagd naar de boekgenres die oud-leerlingen momenteel nooit, soms (een à twee titels per jaar) of vaak (meer dan twee titels per jaar) zeggen te lezen. Op deze wijze wordt ook van personen die (al dan niet toevallig) geen titels op de lijst gelezen hebben een indicatie van het leesniveau verkregen. In totaal zijn 26 genres en subgenres opgenomen, die grotendeels overlappen met de genre-indeling die in het boekenvak gehanteerd wordt (NUGI). Factoranalyse op de antwoorden van de respondenten liet zien dat er drie hoofdgenres te onderscheiden zijn: literaire boeken (Nederlandse literatuur, westerse literatuur, niet-westerse literatuur, essaybundels, memoires), spannende boeken (psychologische thrillers, avonturenromans, detectives) en romantische boeken (streekromans, liefdesromans). In de hier gepleegde analyses wordt alleen het lezen van literaire genres als indicator voor het leesniveau gebruikt (Cronbachs  $\alpha = 0.84$ ). Alle drie de indicatoren voor het leesniveau zijn tussen 0 en 10 geschaald, door de minimumwaarde op 0 te stellen en vervolgens te delen door een tiende van het maximum. De effecten van de onafhankelijke variabelen op het leesniveau zijn derhalve, mits vermenigvuldigd met 10, te interpreteren in procentpunten.

De literaire socialisatie van de ouders wordt op vier manieren in beeld gebracht. Ten eerste via het *stimuleren van leesgedrag* door de ouders toen de oud-leerling jong was. Deze variabele is gemeten met een schaal (Cronbachs  $\alpha = 0.76$ ) op basis van items als 'hoe vaak voorlezen', 'hoe vaak

meenemen naar bibliotheek', 'hoe vaak praten over boeken', 'hoe vaak boek cadeau doen', et cetera. De tweede indicator wordt gevormd door de *leesfrequentie van de (ondervraagde) ouder* toen de oud-leerling 12 jaar was. De derde indicator beslaat het gemiddelde *leesniveau van de ouder*; dit is een combinatie van twee indicatoren die ook gehanteerd werden bij de oud-leerlingen. In de eerste plaats het prestige van gelezen titels. Ook de ouder kreeg één van de vier versies van de lijst met 62 titels voorgelegd (niet noodzakelijkerwijs dezelfde als het bijbehorende kind) met de vraag welke titels men gelezen had. Ook hier zijn de positieve antwoorden vermenigvuldigd met de prestigescore van de auteur, waarna een gemiddeld leesniveau is berekend. Ten tweede is gemeten in welke mate de ouder literatuur (inclusief boeken in een vreemde taal) las, toen de oud-leerling 12 jaar was. Deze laatste twee indicatoren vertoonden een hoge samenhang ( $r = 0.70$ ) en zijn daarom tot één variabele samengevoegd: het leesniveau van de ouder. Er wordt telkens gecontroleerd voor het gemiddelde opleidingsniveau van beide ouders en het geslacht van de responderende ouder.

De literaire socialisatie door de docent is gemeten met het *aantal uren literatuuronderwijs*, het *type literatuuronderwijs* en het *gemiddelde niveau van de in de les behandelde auteurs*. Het type literatuuronderwijs is geoperationaliseerd met twee variabelen: de mate waarin het literatuuronderwijs *cultuurgericht* genoemd kon worden (doelstellingen en behandelde teksten waarin vooral aandacht voor de traditionele 'hoge' literatuur doorschemert) en de mate waarin dit onderwijs *leerlinggericht* genoemd kon worden (doelstellingen en behandelde teksten waaruit een oriëntatie op de smaak en belevingswereld van de leerling blijkt) (Verboord, 2003a). Beide variabelen zijn schalen die samengesteld zijn uit meerdere, zowel eendimensionale als meerdimensionale items en vertonen een goede betrouwbaarheid (Cronbachs  $\alpha$  van respectievelijk 0.81 en 0.71). Het gemiddelde niveau van in de klas behandelde auteurs is op soortgelijke wijze verkregen als de meting van het gemiddelde leesniveau van de oud-leerlingen en ouders. Ook de docent kreeg een lijst met auteurs (zonder titel) voor ogen, maar dan met de vraag hoeveel aandacht hij/zij destijds in de klas aan deze schrijver besteedde: geen aandacht, alleen naam noemen, minder dan halve les, halve tot hele les of meer dan een hele les. Ook hier zijn de scores vermenigvuldigd met het prestige van de auteur, waardoor de behandelde auteurs in termen van literair prestige worden geïnterpreteerd. De lijst die de docent is voorgelegd, komt overigens niet overeen met die van de oud-leerling en ouders. Belangrijke verschilpunten zijn het ontbreken van buitenlandse auteurs op de lijst van docenten en het voor deze laatste lijst laten vallen van het criterium dat een auteur een brede publieksbekendheid diende te hebben.

De socialisatie in populaire cultuur is de derde indicator van de leessocialisatie. De oud-leerling is gevraagd naar de *frequentie* waarmee hij/zij *televisiekeek op 12-jarige leeftijd*. Verder is met betrekking tot zes soorten *televisieprogramma's* die als 'verstrooiend' en 'laagdrempelig' kunnen worden gezien (sport, soaps, comedyseries, politie-/actieseries, spelprogramma's, actie-/avonturenfilms) geteld hoeveel hiervan de oud-leerling wel eens keek op die leeftijd. Informatie over de aanwezigheid van audiovisuele goederen in huis, nog steeds op 12-jarige leeftijd, is deels van de ouders (videorecorder

en computer), deels van de oud-leerling zelf (videorecorder, computer en/of televisie op eigen kamer) betrokken. Andere vormen van populaire cultuur kwamen aan de orde met vragen naar de mate van uitgaan op 16-jarige leeftijd (*bioscoop, discotheek, popconcert*).

Verder zijn de volgende variabelen gebruikt in de analyses. Het *cohort* is gemeten via het geboortjaar van de respondent. Het eerst voorkomende geboortjaar (1955) is daarbij op 0 gesteld, het laatste op 1 (door te delen door het maximum). Het *geslacht* is gecodeerd als vrouw = 1, man = 0. Het opleidingsniveau is met twee variabelen gemeten. Allereerst het *examenniveau* van het voortgezet onderwijs behorende bij het genoten literatuuronderwijs (0 = vbo; 1 = mavo; 2 = havo; 3 = vwo). Ten tweede de eventueel hierna voltooide of momenteel nog gevolgde *vervolgopleiding* (0 = geen; 1 = mbo; 2 = hbo; 3 = wo). Het hoogst bereikte *opleidingsniveau van de ouders* is in acht categorieën gemeten (van 0 = alleen lagere school tot 7 = wo) en herschaald tussen 0 en 1. Er zijn vier levensfasekenmerken onderscheiden: het *aantal werkuren* dat personen wekelijks kwijt zijn aan betaald werk en opleidingen (gedeeld door 10); het *aantal kinderen* jonger dan twaalf jaar; het al dan niet hebben van een *werkende partner* en het *netto maandinkomen van het huishouden* (gedeeld door 1000).

### Methode

De opzet van het enquêteonderzoek heeft, tot slot, een belangrijke consequentie voor de uit te voeren analyses. Omdat de ondervraagde oud-leerlingen (laagste niveau) geclusterd zijn gekozen binnen eindexamenklassen van docenten (hoger niveau), horen bij elke docent meerdere oud-leerlingen. Wanneer een gewone multiple-regressieanalyse zou worden gebruikt om de invloed van de socialisatiekenmerken op het leesniveau te schatten, zouden de standaardfouten van de schattingen van de effecten van variabelen op docentniveau te klein zijn. Daardoor zouden deze effecten te snel als significant beschouwd kunnen worden. Met multilevelanalyse worden de standaardfouten in geneste data correct geschat (zie Sniijders & Bosker, 1999).<sup>6</sup>

### Resultaten

#### *Trends in leesniveau*

We bespreken de analyses en resultaten per onderzoeksvraag. De eerste onderzoeksvraag betrefte de kwestie of er trendmatige verschuivingen zijn tussen cohorten in het leesniveau. In tabel 3 staan veranderingen in leesniveau naar oud-leerlingcohort gerapporteerd. Het gemiddelde prestige van gelezen boeken is bij oud-leerlingen uit de recentste cohorten significant lager dan bij oudere cohorten: er is een verschil van 10 procentpunten. Het gemiddelde aantal gelezen recente literaire boeken bij de vroegste cohorten ligt ook hoger dan bij de jongste, maar dit verschil is niet significant. De derde indicator voor leesniveau, het lezen van literaire genres, geeft wel weer een significant onderscheid naar cohortcategorie te zien: het cohort 1955-60 leest ruim 12 procentpunten meer dan het cohort 1976-82.



**Tabel 3**  
Veranderingen in leesniveau bij oud-leerlingen en socialisatie ouders, literatuuronderwijs en populaire cultuur, naar cohortcategorie oud-leerling, diverse indicatoren

oud-II <sup>1</sup>		ouders <sup>2</sup>		literatuuronderwijs (docent)					populaire cultuur <sup>3</sup>						
cohort oud-II	prestige titels (0-10)	# recente lit. titels (0-11)	genre: literatuur (0-10)	prestige titels (0-10)	genre: literatuur (0-10)	prestige auteurs (0-10)	aantal lesuren (0-2.5)	leerling-ger. (0-10)	cultuur-ger. (0-10)	tv-kijk. freq. 12j (0-10)	tv-kijk. laag 12j (0-10)	av goed. 12j (0-10)	disco 16j (0-10)	bios 16j (0-10)	popm. 16j (0-10)
1955-1960	3.37	1.25	2.66	2.46	1.37	4.51	1.38	3.74	5.36	6.32	5.45	0.09	4.55	5.60	3.85
1961-1965	3.18	1.20	2.59	2.67	1.75	4.84	1.34	4.84	5.16	6.28	5.84	0.41	5.96	5.91	2.88
1966-1970	2.60	0.93	1.98	2.38	1.72	3.70	1.22	4.18	4.87	7.13	6.29	1.17	6.72	6.37	3.33
1971-1975	2.54	0.85	1.92	2.92	2.34	4.25	1.21	6.14	5.10	7.30	7.01	2.28	5.97	6.41	2.89
1976-1982	2.38	0.74	1.41	2.65	2.16	4.39	1.18	4.90	5.20	7.48	6.88	3.13	6.05	6.49	2.35
F-waarde cohort	4.83**	1.18	4.01**	1.33	2.30	10.26***	5.31***	24.09***	2.96*	10.30***	5.85***	61.05***	3.20*	2.71*	3.17*
linear contrast estimate	-0.86***	-0.43	-1.00***	0.20	0.69*	-0.26	-0.17***	1.15***	-0.12	1.05***	1.28***	2.52***	0.95*	0.72**	-0.95**

Bron: ISO 2001

\* p < .05; \*\* p < .01; \*\*\* p < .001

Alle variabelen gecontroleerd voor examenniveau; 1 ook voor aantal werkuren, aantal kleine kinderen, werkende partner, inkomen huishouden, vorm vragenlijst; 2 ook voor geslacht ouders, vorm vragenlijst; 3 gecontroleerd voor examenniveau.

In dezelfde tabel staat het le(e)sniveau van de socialisatieactoren aangegeven. Het prestige van gelezen boeken door de ouders vertoont, rekening houdend met het examenniveau van de geselecteerde oud-leerlingen, geen verschillen tussen cohorten. De recentste cohorten hadden op 12-jarige leeftijd gemiddeld vaker literatuur lezende ouders dan de oudste cohorten. De door de docent Nederlands behandelde auteurs waren voor de jongste twee cohorten wat minder prestigieus dan voor de oudste twee cohorten, maar mede door de merkwaardig lagere score van het middelste cohort is dit verschil niet significant.

Er is derhalve voor twee van de drie indicatoren sprake van een daling in leesniveau onder cohorten uit de periode 1955-1982. Hypothese 1 wordt, met enig voorbehoud, niet verworpen: recentere cohorten beschikken over minder literaire bagage en plegen minder vaak literaire werken te lezen dan oudere cohorten. Deze daling gaat echter niet gelijk op met een verminderd niveau van de leessocialisatie, hetgeen het onwaarschijnlijk maakt dat de socialisatie verantwoordelijk kan worden gesteld voor de vermindering van het leesniveau.

#### *Verschillen tussen socialisatievormen*

De tweede onderzoeksvraag had betrekking op de verschillen in invloed van uiteenlopende vormen van socialisatie op het leesniveau. Met multilevelanalyses zijn voor de drie onderscheiden indicatoren de effecten van de socialisatie op het leesniveau nagegaan. In tabel 4 staan de resultaten gerapporteerd, zowel voor het prestige van gelezen auteurs, het aantal gelezen recente literaire boeken, als het lezen van literaire genres.

Er is telkens een 'leeg model' en een 'socialisatiemodel' geschat. In het lege model zijn nog geen verklarende variabelen opgenomen. Met dit model wordt de totale variantie in leesniveau in niveaucomponenten opgedeeld: respectievelijk 34% ( $1.35 / 1.35 + 2.65$ ), 10% en 19% van de variantie blijkt op docentniveau verklaard te moeten worden, 66%, 90% en 81% op oud-leerlingniveau.<sup>7</sup> Ook wordt in het eerste model de totale hoeveelheid onverklaarde variantie geschat, die vervolgens gebruikt wordt om de verklaarde variantie van modellen met verklarende variabelen te berekenen.

In het socialisatiemodel – een 'random intercept model' – zijn telkens alle socialisatievariabelen opgenomen, alsmede het cohort, het examenniveau behorende bij het literatuuronderwijs en een aantal controlevariabelen zoals levensfasekenmerken, geslacht, et cetera.

Op docentniveau is in deze modellen (vrijwel) geen te verklaren variantie over, hetgeen erop duidt dat resterende verschillen in leesniveau niet kunnen worden toegeschreven aan verschillen tussen docenten (of andere kenmerken van klassen). De hoeveelheid verklaarde variantie nadert niet tot 100, omdat deze berekend wordt als de proportionele reductie in verklaarde variantie, waarbij ook rekening wordt gehouden met geaggregeerde individuele variantie (zie Snijders & Bosker, 1999).

Alle drie de vormen van socialisatie hebben effect op het leesniveau, zij het niet met alle gebruikte metingen. In de ouderlijke literaire socialisatie is het vooral het leesniveau van de ouders dat het latere leesniveau van de oud-leerling positief beïnvloedt. De coëfficiënt van 1.17 is te interpreteren

**Tabel 4**

Multilevelanalyse van leesniveau oud-leerlingen (drie indicatoren), ongestandaardiseerde effecten, tussen haakjes standaardfout

	prestige gelezen auteurs (n = 479)		recente literaire boeken (n = 479)		literaire genres (n = 489)	
	lege model	socialisatiemodel	lege model	socialisatiemodel	lege model	socialisatiemodel
VASTE EFFECTEN						
Cohort (0-1)		-1.68 (0.45) ***		-0.90 (0.43) *		-1.93 (0.54) ***
Examenniveau (0-3)		0.50 (0.15) ***		0.20 (0.14)		0.61 (0.18) ***
<b>socialisatie: ouders</b>						
Stimuleren door ouders (0-1)		-0.05 (0.43)		0.51 (0.42)		1.00 (0.53)
Opleiding ouders (0-1)		0.47 (0.34)		0.37 (0.33)		0.44 (0.41)
Leesniveau ouders (0-1)		1.17 (0.40) **		1.37 (0.38) ***		2.22 (0.49) ***
<b>socialisatie: literatuuronderwijs</b>						
Literatuuronderwijs leerlinggericht (0-1)		0.53 (0.34)		0.44 (0.32)		1.18 (0.40) **
Literatuuronderwijs cultuurgericht (0-1)		-0.80 (0.70)		-0.85 (0.66)		-1.99 (0.82) *
Aantal lesuren literatuuronderwijs (0-2.5)		0.62 (0.20) ***		0.60 (0.19)		0.71 (0.23) **
Prestige behandelde auteurs (0-1)		0.49 (0.49)		-0.41 (0.45)		-0.29 (0.57)
<b>socialisatie: populaire cultuur</b>						
Frequentie tv-kijken oud-leerling 12j (0-1)		-0.87 (0.42) *		-1.32 (0.41) ***		-1.66 (0.51) ***
Laagdrempelig tv-kijken oud-leerling 12j (0-1)		-0.12 (0.29)		0.02 (0.28)		-0.20 (0.36)
Audiovisuele goederen 12j (0-1)		0.26 (0.32)		0.29 (0.31)		-0.42 (0.38)
Bezoek bioscoop 16j (0-1)		0.57 (0.36)		-0.02 (0.35)		0.45 (0.44)
Bezoek popconcert 16j (0-1)		0.62 (0.27)		-0.04 (0.26)		0.70 (0.33) *
Bezoek discotheek 16j (0-1)		-0.18 (0.20)		0.05 (0.19)		-0.01 (0.24)
<b>constante</b>	2.82 (0.15) ***	0.53 (0.63)	1.04 (0.10) ***	-0.18 (0.60)	2.19 (0.15) ***	1.62 (0.76) *
<b>RANDOM DEEL</b>						
Variatie op docentniveau	1.35 (0.29)	0.03 (0.07)	0.28 (0.12)	0.00 (0.00)	1.04 (0.29)	0.00 (0.00)
Variatie op oud-II-niveau	2.65 (0.19)	2.28 (0.16)	2.66 (0.19)	2.18 (0.14)	4.40 (0.31)	3.50 (0.23)
R <sup>2</sup> docentniveau	0%	76%	0%	46%	0%	64%
R <sup>2</sup> oud-leerlingniveau	0%	42%	0%	26%	0%	36%
-2log(like)	1823.85	1761.90	1866.17	1732.14	2183.05	1999.95

Bron: LISO 2001

\* p < .05; \*\* p < .01; \*\*\* p < .001

Alle socialisatiemodellen worden gecontroleerd voor geslacht, eventuele vervolgopleiding, aantal kinderen, werkende partner, aantal werkuren, inkomen huishouden, vorm vragelijst, en geslacht responderende ouder.

als een verschil in leesniveau van bijna 12 procentpunten tussen respondenten van ouders met het laagste leesniveau in de socialisatiefase en die met het hoogste leesniveau in de socialisatiefase, in het voordeel van de laatsten. Het stimuleren om te lezen leidt bij geen van de drie indicatoren tot een hoger niveau. Het literatuuronderwijs oefent voornamelijk invloed uit via het aantal lessen: hoe meer uren, des te hoger is het leesniveau. Dit effect geldt wederom voor alle drie de indicatoren. Alleen voor het lezen van literaire genres maakt het type literatuuronderwijs nog verschil: een meer leerlinggericht curriculum leidt tot het vaker lezen van literatuur, een meer cultuurgericht curriculum tot het minder vaak lezen hiervan.

De socialisatie in populaire cultuur heeft slechts effect voorzover het de frequentie van televisiekijken op 12-jarige leeftijd betreft. Zowel het prestige van gelezen auteurs, het aantal gelezen recente literaire boeken als het lezen van literaire genres neemt af naarmate men in de jeugd vaker televisiekeek. Het soort gekeken televisieprogramma's alsmede de hoeveelheid beschikbare audiovisuele goederen in huis, maakt geen verschil voor het latere leesniveau. Opmerkelijk genoeg is het enige effect van socialisatie in populair-culturele uitgaansactiviteiten dat we vinden, een positief effect: mensen die aangeven als 16-jarige vaak popconcerten te hebben bezocht, hebben meer prestigieuze auteurs gelezen en geven vaker aan momenteel literaire genres te lezen. Op grond van deze uitkomsten dient hypothese 2 te worden verworpen.

#### Verklaring van trends in leesniveau

Door de verschillen in leesniveau tussen cohorten te vergelijken voor opname van socialisatiekenmerken en na opname hiervan, kan gekeken worden hoeveel van deze verschillen door de leessocialisatie geïnterpreteerd worden. Dit gebeurt in tabel 5.

**Tabel 5**  
Interpretatie cohortverschillen in leesniveau via socialisatiekenmerken

	prestige gelezen auteurs	recente literaire boeken	literaire genres
	verschil cohort 1955-cohort 1982 <sup>a</sup>	verschil cohort 1955-cohort 1982	verschil cohort 1955-cohort 1982
basismodel <sup>b</sup>			
+ levensfasekenmerken	17.6 %	7.1 %	19.3 %
+ socialisatiekenmerken (socialisatiemodel uit tabel 4)	16.8 %	9.0 %	19.3 %
verklaard door socialisatie	+ 0.8	- 0.9	0

a Dit betreft het verschil tussen het oudste en jongste cohort uitgedrukt in procentpunten. Dit verschil komt in principe overeen met tabel 3. De grootte van de getallen verschilt enigszins tussen de analyses omdat in de multilevelanalyses een continue meting van het cohort is opgenomen en extra wordt gecontroleerd voor het geslacht van de respondent.

b Model met cohort, examenniveau, geslacht, vervolgopleiding, vorm vragenlijst, geslacht responderende ouder.

Voor alle drie de indicatoren van het leesniveau is tweemaal de cohortcoëfficiënt geschat – in tabel 5 uitgedrukt als het verschil in procentpunten tussen het oudste en het recentste cohort.

De eerste verschillscore komt uit een model zonder enige socialisatievariabele (basismodel + levensfasekenmerken); de tweede verschillscore is afkomstig uit het socialisatiemodel uit tabel 4 (basismodel + levensfasekenmerken + socialisatiekenmerken). Door de tweede score van de eerste af te trekken, wordt nagegaan welk deel van de cohortverschillen inhoudelijk geïnterpreteerd kan worden als een socialisatie-effect. Het expliciet rekening houden met levensfasekenmerken is daarbij noodzakelijk, omdat in een cross-sectioneel onderzoeksdesign cohort- en leeftijds effecten niet uit elkaar gehaald kunnen worden. Wanneer het cohorteffect, (als zodanig geïnterpreteerd omdat er gecontroleerd wordt voor levensfasekenmerken), kleiner zou worden na modellering van de socialisatiekenmerken, zou dit erop duiden dat cohorten zich van elkaar onderscheiden omdat ze anders gesocialiseerd zijn.

De literaire socialisatiekenmerken verklaren de verschillen tussen cohorten echter niet, hetgeen niet onverwacht is gegeven de resultaten van tabel 3. Het aantal uren mag dan door de tijd heen wel gedaald zijn en het televisiekijken zijn toegenomen, klaarblijkelijk legt dit niet genoeg gewicht in de schaal. De cohortverschillen, uitgedrukt in het verschil tussen het oudste en jongste cohort, dalen voor het prestige van gelezen auteurs licht met een krap procentpunt (van 17.6 naar 16.8). Dit betekent dat slechts 0.8 van 17.6 wordt verklaard door de hier gemeten socialisatiekenmerken. De cohortsgewijze afname in het lezen van recente literaire boeken wordt niet verklaard door de leessocialisatie; het verschil tussen het meest en minst recente cohort groeit zelfs met 0.9 procentpunt. Voor het lezen van literaire genres, tot slot, bieden de socialisatiekenmerken ook geen soelaas. De verschillscore blijft 19.3 procentpunten. Het is derhalve duidelijk dat voor alle drie de indicatoren van het leesniveau verschillen tussen cohorten blijven bestaan, die niet verklaard kunnen worden door een andersoortige leessocialisatie.

## Discussie

Van een kleine 500 personen die tussen 1975 en 1998 examen deden in het voortgezet onderwijs, is het leesniveau onderzocht; in het bijzonder de invloed die de leessocialisatie door ouders en school hierop heeft. Personen uit recentere cohorten blijken boeken van een lager literair niveau te lezen dan degenen uit oudere cohorten. De hoogte van dit literair niveau is op tamelijk directe wijze vastgesteld: van de auteurs (uit een voorgelegde lijst van auteur/titel-combinaties) die respondenten gelezen hadden, is met onafhankelijke indicatoren nagegaan hoeveel prestige, in termen van aandacht en waardering in het literaire veld, zij genieten. Het leesniveau staat dan gelijk aan het gemiddelde prestige van ooit gelezen auteurs. Aangezien dit niveau een gemiddelde van de gehele levensloop, inclusief de schoolperiode met wellicht verplicht te lezen werken, weerspiegelt, zijn twee aanvullende operationalisaties beproefd. Door na te gaan hoeveel recente literaire titels uit deze lijst gelezen waren, is een indruk verkregen van het naschoolse leesniveau. Een derde kijk op het leesniveau ging via de mate waarin iemand momenteel literaire genres leest. Alleen bij de tweede indicator was het verschil tussen cohorten (net) niet significant.



De geconstateerde teruggang in het leesniveau is, in tegenstelling tot wat door sommigen wordt gesuggereerd, slechts in beperkte mate toe te schrijven aan de leessocialisatie. Ouders en school beïnvloeden het leesniveau wel, maar voornamelijk in positieve zin: hoe hoger het leesniveau van de ouder, des te hoger dat van hun kind. Tegelijkertijd heeft het leesniveau ook baat bij veel lesuren literatuuronderwijs. Het leesniveau van de ouders is echter niet achteruit gegaan in de loop der tijd, waardoor het lagere niveau van hun kinderen niet aan hen toegeschreven kan worden. Zonder hun inspanningen zou het nog lager zijn. Het aantal uren dat in het voortgezet onderwijs ingeruimd wordt voor literatuur is wel gedaald, maar uit de multivariate analyses blijkt dat dit nauwelijks een verklaring biedt voor de gevonden cohortverschillen. Die conclusie moet ook getrokken worden voor de op voorhand wellicht meest verdachte factor: de socialisatie in populaire cultuur. Weliswaar leidt een hogere frequentie van televisiekijken op 12-jarige leeftijd tot een lager leesniveau als volwassene, maar dit kan slechts een zeer gering deel van de verschillen tussen cohorten verklaren. De (literaire) leescultuur zou in toenemende mate onder druk staan van ongunstige maatschappelijke ontwikkelingen als het minder belang hechten aan 'klassieke' cultuur, het snoeien en hervormen van het literatuuronderwijs en de groei van het televisieaanbod. Zo eenvoudig lijken volgens onze resultaten de zaken echter niet te liggen. Allereerst komen recente cohorten niet per definitie minder met 'klassieke' literatuur in aanraking dan hun voorgangers. Gemiddeld genomen krijgen ze in de belangrijke primaire socialisatie tegenwoordig meer literaire bagage mee dan vroeger. Dit heeft vooral van doen met het gestegen opleidingspeil van de Nederlandse bevolking. De verderfelijke invloed van de televisie blijkt ook al genuanceerd te moeten worden, laat staan die van andere vormen van populaire cultuur. En tot slot de socialisatiecontext waarmee we begonnen: het literatuuronderwijs. Het pleidooi voor een terugkeer naar ouderwets literatuuronderwijs met veel aandacht voor de 'klassieke' literatuur lijkt op grond van dit onderzoek niet gerechtvaardigd. Meer lesuren zou inderdaad een heilzaam effect kunnen hebben voor het leesniveau, maar het inslaan van de weg naar een meer leerlinggerichte oriëntatie laat zich als een gunstige keuze aanzien.

Het bijstellen van naar voren gebrachte verklaringen heeft als keerzijde dat de geconstateerde daling van het leesniveau onder recente cohorten grotendeels onverklaard blijft. Een adequaat recept voor het keren van deze negatieve trend biedt ons onderzoeksresultaat dan ook niet. Er doet zich een verschuiving voor die nauwelijks gevoed wordt vanuit de socialisatiecontexten, althans niet door ons gemeten, en die dus ook niet vandaaruit kan worden beïnvloed. Toch is met name de discrepantie in niveau tussen ouders (op 12-jarige leeftijd kind) en kinderen opmerkelijk en een nadere inspectie waard. Immers, ouders vertegenwoordigen cohorten die weliswaar verder terug, maar wel ongeveer op dezelfde lijn liggen als hun nakomelingen. Lezen de recenter geboren onder hen op de huidige leeftijd nog steeds op een hoger niveau dan de oudere cohorten, of ligt er bij een bepaald cohort een breuklijn?

Deze vraag verbreedt het onderzoeksprobleem van verschillen tussen cohorten naar ontwikkelingen en verschillen in de levensloop van uiteenlopende cohorten. Een methodologische hindernis die daarbij genomen zal

moeten worden, is een tijdvariabele meting van het leesniveau. De operationalisatie van het leesniveau via gelezen auteurs en in het literaire veld toegekend prestige aan deze auteurs, heeft zich in het onderhavige artikel als perspectiefrijk laten aanzien. Met een multidimensionale meting wordt niet alleen meer een meer valide inzicht verkregen in de samengestelde aard van het leesniveau, maar ook valt in de toekomst zo na te gaan welke aspecten van het leesniveau in uiteenlopende vormen van leessocialisatie benadrukt worden. Het meten van leesgedrag via concrete auteurs en titels biedt bovendien de gelegenheid eventuele andere, voor lezers belangrijke, facetten van het lezen te onderscheiden. Wanneer in de levensloop de bewuste titels gelezen zijn, is in een retrospectieve bevraging, zoals hier ondernomen, echter een moeilijke taak. Een oplossing zou wellicht schuilen in het gedurende langere tijd volgen van het leesgedrag van respondenten.

### Noten

- 1 Dit onderzoek is gefinancierd door de NWO-aandachtsgebieden 'Literaturopvattingen' en 'Culturele Canons en Culturele Competenties'.
- 2 Met opzet is in het voorafgaande de notie 'canon' ongebruikt gebleven. In publieke discussies over het vermeende verval van de leesvaardigheid en van de leescultuur speelt deze term vooral hierom een misleidende rol, dat gebruikers ervan nalaten de impliciete normatieve premissen die eraan kleven, te verhelderen. Canondiscussies bestaan voornamelijk uit het uitwisselen van onverenigbare normatieve claims over het belang van specifieke literaire werken. Hoewel deze claims vaak gepresenteerd worden als uitkomst van wetenschappelijk onderzoek, zijn ze gebaseerd op culturele waarden en smaakvoorkeuren. Door de opzet van dit onderzoek vermijden we een partijdige rol in die normatieve discussie; de resultaten van het onderzoek werpen er wel een nieuw licht op.
- 3 Een voorbeeld van een recente operationalisatie van literair prestige waarop wel kritiek geuit is, betreft Kraaykamp (1993). Voor de aard van deze kritiek zie Van Rees (1994) en Verdaasdonk (1995).
- 4 Deze persoonlijke benadering was noodzakelijk om te waarborgen dat de juiste oud-leerlingen benaderd werden: docenten gaven, meestal aan de hand van hun oude agenda's, informatie over wanneer ze welke klassen les gaven (zie Verboord, 2003a; 2003b). Dit kon voor docenten ook hulpmiddel zijn bij het beantwoorden van de retrospectieve vragenlijst. Een aantal vragen over literatuuronderwijs (hoeveel aandacht besteed aan literatuur in de les Nederlands en hoe groot was de boekenlijst) zijn – in weliswaar andere bewoordingen – zowel aan docenten als oud-leerlingen voorgelegd. De correlaties waren redelijk (0.25) tot sterk positief (0.60).
- 5 De basisvragenlijsten werden voor het grootste deel telefonisch afgenomen; een deel ging schriftelijk. In de analyses wordt hiervoor gecontroleerd. De vervolgvragenlijst was altijd in schriftelijke vorm.
- 6 Ontbrekende waarden (alleen op de onafhankelijke variabelen) zijn met de hot deck nearest neighbour imputation-methode opgevuld (zie Little & Rubin, 1987).
- 7 Het schoolniveau is niet afzonderlijk verdisconteerd. Hiervoor zijn een aantal redenen. Allereerst is de leessocialisatie op school geoperationaliseerd via het literatuuronderwijs Nederlands dat door de docent wordt gegeven. Er is niet zoveel aanleiding om specifieke effecten van schoolkenmerken te verwachten. Ten tweede bleek het – door de vele fusies tussen scholen in de loop der tijd – moeilijk vast te stellen wat exact de school was in het jaar waarover de docent is ondervraagd. Uit verrichte multilevelanalyses met drie niveaus bleek dat respectievelijk 11.7%, 1.1% en 9.3% van de onverklaarde variantie zich op het schoolniveau bevond.

## Literatuur

- Beentjes, J. W. J. & Voort, T. H. A. van der (1988). Television's impact on children's reading skills: a review of research. *Reading research quarterly*, 23, 389-413.
- Bina, V. (1981). *Over liefde en avontuur. Een sociologische verkenning van consumptielectuur*. Deventer: Van Loghum Slaterus.
- Bonfadelli, H. (1998). Books and television: competition or interaction? *Spiel*, 17, 185-197.
- Bourdieu, P. & J.-C. Passeron (1964). *Les héritiers. Les étudiants et la culture*. Parijs: Minuit.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. Londen: Routledge & Kegan Paul.
- Dijkstra, K. (1992). *Lezers in Utrecht: een empirisch onderzoek naar leesgedrag en factoren die hierop van invloed zijn*. Proefschrift. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Ganzeboom, H. B. G. (1984). *Cultuur en informatieverwerking*. Proefschrift. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Ganzeboom, H. B. G. (1989). *Cultuurdeelname in Nederland*. Assen: Van Gorcum.
- Ganzeboom, H. B. G. & Graaf, P. M. de (1991). Culturele socialisatie en culturele participatie. Over de invloed van het ouderlijk milieu. In: R. Verhoeff & H. B. G. Ganzeboom (red.), *Cultuur en publiek: multidisciplinaire opstellen over de publieke belangstelling voor kunst en cultuur in Nederland* (pp. 133-157). Amsterdam: Siswo.
- Ganzeboom, H. B. G. & Maas, I. (1992). *Culturele socialisatie en sociale stratificatie. Een toetsing van de culturele reproductietheorie aan de hand van vijf Nederlandse databestanden*. Paper gepresenteerd op Sociaal-Wetenschappelijke studiedagen, 27-29 april, Vrije Universiteit, Amsterdam.
- Gifi, A. (1990). *Nonlinear multivariate analysis*. Chicester: Wiley.
- Goedegebuure, J. (1989). *Te lui om te lezen?* Amsterdam: Van Oorschot.
- Graaf, N. D. de & Graaf, P. M. de (1996). De invloed van socialisatie op leefstijlen: tellen restricties uit het verleden ook mee? In: H. Ganzeboom & S. Lindenberg (red.), *Verklarende sociologie. Opstellen voor Reinhard Wippler* (pp. 329-341). Amsterdam: Thesis publishers.
- Graaf, P. M. de (1987). *De invloed van financiële en culturele hulpbronnen in onderwijsloopbanen*. Nijmegen: ITS.
- Grusec, J. E. & Lytton, H. (1988). *Social development. History, theory, and research*. New York: Springer-Verlag.
- Hurrellmann, B., Hammer, M. & Niess, F. (1993). *Lesesozialisation, band 1: Leseklima in der Familie*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Janssen, S. (1997). Reviewing as social practice: institutional constraints on critics' attention for contemporary fiction. *Poetics*, 24, 275-297.
- Johnsson-Smaragdi, U. (1994). Models of change and stability in adolescents' media use. In: K. E. Rosengren (red.), *Media effects and beyond. Culture, socialization and lifestyles* (pp. 97-130). Londen: Routledge.
- Knulst, W. & Kalmijn, M. (1988). *Van woord naar beeld? Onderzoek naar verschuivingen in de tijdsbesteding aan de media in de periode 1975-1985*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Kousbroek, R. (1982). *De waanzin aan de macht*. Anathema's 4, 3e druk. Amsterdam: Meulenhoff.
- Kraaykamp, G. (1993). *Over lezen gesproken. Een studie naar de sociale differentiatie in leesgedrag*. Amsterdam: Thesis publishers.
- Kraaykamp, G. (2000). Socialisatie in literair lezen. Een dubbele voedingsbodem. *Frame*, 14, 60-78.
- Kraaykamp, G. (2001). Parents, personality and media preferences. *Communications*, 26, 15-37.

- Kraaykamp, G.** (2002). *Leesbevordering door ouders, bibliotheek en school*. Stichting Lezen reeks 3. Delft: Eburon.
- Kraaykamp, G.** & Dijkstra, K. (1999). Preferences in leisure time book reading: a study on the social differentiation in book reading for the Netherlands. *Poetics*, 26, 203-234.
- Little, R. J. A.** & Rubin, D. B. (1987). *Statistical analysis with missing data*. New York: Wiley.
- Muijs, D.** (1999). Mediagebruik, schoolprestaties en lees- en schrijfvaardigheid: een multilevel analyse. *Communicatie*, 28, 36-57.
- Neuman, S. B.** (1988). The displacement effect: assessing the relation between television viewing and reading performance. *Reading research quarterly*, 23, 414-440.
- Neuman, S. B.** (1991). *Literacy in the television age: the myth of the tv effect*. Norwood: Ablex publishers corporation.
- Postman, N.** (1986). *Amusing ourselves to death. Public discourse in the age of show business*. New York: Viking Penguin.
- Rees, C. J. van** (1987). How reviewers reach consensus on the value of literary works. *Poetics*, 16, 275-294.
- Rees, K. van** (1994). Theorie cultuurdeelname is geen 'exempel'. *Boekmancahier*, 22, 495-503.
- SCP (Sociaal en Cultureel Planbureau) (1986). *Sociaal en Cultureel Rapport 1986*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Snijders, T. A. B.** & Bosker, R. J. (1999). *Multilevel analysis. An introduction to basic and advanced multilevel modeling*. Londen: Sage publications.
- Steenmeijer, M.** (2002). *Je sterft maar twee keer. Over literair denken en herinnering*. Amsterdam: Wereldbibliotheek.
- Stevens, H.** (1999). Het gaat slecht met de literatuur. *NRC Handelsblad*, 9/3/1999, p. 7.
- Thomése, P. F.** (1998). De narcistische samenzwering. *De Revisor*, 25(1), 24-32.
- Toorn, W. van** (1998). Alarmfase twee. *Het Parool*, 12/1/1998, p. 11.
- Truijens, A.** (1998). Tof boek, duf gedicht. Literatuurgeschiedenis als vak zo goed als afgeschaft. *De Volkskrant*, 19/1/1998, p. 29.
- Truijens, A.** (2000). Pulp onder literaire vlag. De onstuitbare democratisering van het fictionele boek. *De Volkskrant*, 26/5/2000, p. 35.
- Verboord, M.** (2003a). *Moet de meester dalen of de leerling klimmen? De invloed van literatuuronderwijs en ouders op het lezen van boeken tussen 1975 en 2000*. Proefschrift. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Verboord, M.** (2003b). Socialisatie als verklaring voor de dalende leesfrequentie? De invloed van ouders en school op het lezen van boeken nader onderzocht. *Mens & Maatschappij*, 78, 45-65.
- Verdaasdonk, H.** (1995). Leesniveau en leesintensiteit gemeten. *Frame*, 10, 51-61.

**Bijlage***Operationalisatie literair prestige*

In de onderstaande tabel staan de tien auteurs met het hoogste literair prestige plus hun scores op de zes indicatoren die gebruikt zijn voor het bepalen van dit prestige. De score op de indicator naslagwerken ('naslag') is in het gemiddelde aantal woorden; de score op de indicator prijzen ('prijs') is in het (gewogen) aantal gewonnen prijzen; de score op de indicator studies ('studie') is in het aantal studies; de score op de indicator uitgeverij ('uitg') is in vier categorieën lopend van 1 (niet-literair) tot 4 (groot literair).

**Tabel bijlage**  
Tien auteurs met hoogste  
prestige

auteur met voorgelegde titel(s)	prestige- score	literaire indicatoren				populair-lit indicatoren	
		naslag	prijs	studie	uitg	naslag	prijs
Gabriel Garcia Márquez <i>Honderd jaar eenzaamheid; Liefde in tijden van cholera</i>	4.04	1551	24	1288	4	0	0
Günther Grass <i>De bot</i>	4.04	2232	30	644	4	0	0
Toni Morrison <i>Beminde</i>	3.98	728	20	998	4	0	0
Philip Roth <i>Portnoy's klacht</i>	3.86	813	22	338	4	0	0
Salman Rushdie <i>De laatste zucht van een moor</i>	3.86	776	20	471	4	0	0
Margaret Atwood <i>De roofbruid</i>	3.86	737	8	683	4	29	3
Hugo Claus <i>De metsiers; De geruchten</i>	3.76	781	12.5	950	4	0	0
Mario Vargas Llosa <i>Het groene huis</i>	3.76	1119	19	695	4	0	0
Isaac Singer <i>De magiër van Lublin</i>	3.64	982	18	311	4	0	0
Albert Camus <i>De vreemdeling</i>	3.62	2327	10	1866	4	0	0

## Summary

*Marc Verboord en Kees van Rees*

**Diminishing reading socialisation, lower reading level?**

**The influence of parents, literary education and popular culture on books read**

In this article the influence of the reading socialisation on the level of books read later in life is investigated for the birth cohorts who finished secondary education between 1975 and 1998. Three forms of reading socialisation are distinguished: the literary socialisation by the parents, the literary socialisation during the secondary

education and the socialisation in popular culture. Information on the reading socialisation is gathered by questioning the socialisation-actors, parents and literature teachers, themselves. The level of read books is measured via direct indicators of the prestige of authors from the literary field. The outcomes of multi-level analyses show the positive effects of high reading parents and number of hours spent on literary education in school. Frequent watching of television at a young age has a negative influence on the reading level. However, trends in the reading level between cohorts could not be explained by trends in reading socialisation.



# Fysiek en verbaal geweld in een kwart eeuw Nederlandse bioscoop- films voor kinderen

Er wordt nogal eens verondersteld dat kinderen tegenwoordig vaker dan vroeger geconfronteerd worden met geweld in de media. In de huidige studie is met een inhoudsanalyse nagegaan of die veronderstelling opgaat voor het genre bioscoopfilms voor kinderen.

## Inleiding

Om de zoveel tijd laait de discussie op over de vraag of geweld vertoond in de media kinderen kan aanzetten dit in de praktijk te imiteren. De in 1993 door twee 10-jarigen gepleegde moord op de Britse peuter James Bulgar werd verbonden aan de horrorfilm *Child's Play*. De schietpartij op de Amerikaanse Columbine High School in 1999 waarbij twaalf doden vielen, zou zijn geïnspireerd door de film *The Basketball Diaries*, met Leonardo DiCaprio. Een recent voorbeeld is het drama dat zich in 2002 afspeelde op de middelbare school in het Duitse Erfurt. De 19-jarige scholier die zeventien docenten en medescholieren vermoordde (en daarna zichzelf) leek te zijn geïnspireerd door zijn favoriete computerspel over Ninjavechters. De ex-scholier had zich namelijk als ninjavechter gekleed en de wijze waarop de slachtoffers werden gedood leek in sterke mate op de manier waarop geweld in het computerspel wordt gebruikt. De opvatting dat de media kunnen dienen als imitatie- of inspiratiebron voor geweld, werd in deze zaak nog versterkt toen men bij de dader thuis een verzameling videofilms met zeer grof gewelddadige en bloederige inhoud aantrof.

Uiteraard gaat het hier om incidenten en is het niet zo dat het kijken naar geweld per definitie leidt tot gebruik van geweld, maar veel deskundigen zijn er inmiddels wel van overtuigd dat geweld vertoond in de media onder bepaalde condities het risico van gebruik van agressie verhoogt (bijv.: Johnson et al., 2002; Paik & Comstock, 1994; Van der Voort, 1997). In de discussies die na extreem gewelddadige incidenten oplaaien, is een veelgehoorde mening dat op televisie en in films steeds meer en grover geweld wordt vertoond. Volgens een onderzoek van Wiegman in samenwerking met het Ministerie van Justitie was 80% van de Nederlanders van mening

---

Cees Koolstra is werkzaam bij de afdeling Algemene en Gezinspedagogiek van de Universiteit Leiden. Eveline van Wageningen werkt bij NIZW Jeugd/Stichting Kinderkast. Correspondentie aan de eerste auteur: Wassenaarseweg 52, 2333 AK Leiden. E-mail: koolstra@fsw.leidenuniv.nl.

dat de vertoning van geweld op televisie toeneemt (persbericht Universiteit Twente, 28 mei 1997). Of er inderdaad steeds meer geweld in de media wordt vertoond, kan objectief worden nagegaan met behulp van inhoudsanalyses die herhaald worden in de tijd.

De meest uitgebreide media-inhoudsanalyses zijn uitgevoerd in de Verenigde Staten. Bekend zijn de analyses in het kader van het *Cultural Indicators Project* van George Gerbner. Gerbner en zijn medewerkers maakten van 1967 tot en met 1988 jaarlijks inhoudsanalyses van het drama- en kinderaanbod van de drie grote Amerikaanse omroepnetwerken: ABC, CBS en NBC (bijv.: Gerbner et al., 1980, 1986; Signorielli, 1991). Het drama-aanbod betrof steeds programma's uitgezonden op de volwassen prime time van 20.00-23.00 uur. Het aanbod van kinderprogramma's had betrekking op de prime time voor kinderen tijdens het weekeinde van 8.00-14.00 uur; het betrof hier bijna uitsluitend tekenfilms. De hoeveelheid geweld – afgemeten aan het aantal gewelddadige acties dat in beeld verscheen – bleek in kinderprogramma's veel groter dan in drama voor volwassenen: 22 versus 5 acties per uitzenduur. Over de periode van 22 jaar was het percentage programma's waarin geweld werd vertoond opmerkelijk constant: jaar in jaar uit bleek dat in ruim 90% van de tekenfilms en 70% van de dramaprogramma's geweld werd vertoond (zie Signorielli, 1991, p. 89-94). De Gerbneranalyses werden na verloop van tijd bekritiseerd omdat enerzijds geweld te breed werd opgevat – ook natuurrampen, verkeersongevallen en geweld in overduidelijk komische context werden meegeteld – en anderzijds niet-fysiek geweld niet in ogenschouw werd genomen. Bovendien werd nauwelijks aandacht geschonken aan de context waarin het geweld werd vertoond.

Inmiddels is uit diverse studies gebleken dat de context van het geweld van groot belang is bij het effect op het gedrag van de kijker. Bepaalde kenmerken van de geweldcontext verhogen namelijk het risico van agressie, terwijl andere kenmerken het risico van navolging juist verlagen. Voorbeelden van risicoverhogende contexten zijn geweldacties die worden beloond, realistisch afgebeeld geweld, gerechtvaardigd geweld, geweld waarvan de pijnlijke gevolgen niet in beeld komen en geweld toegepast door de held. Het risico van agressie neemt daarentegen af als het gebruik van geweld wordt bestraft en als de pijn van het slachtoffer (van nabij) in beeld komt (zie voor besprekingen van contexteffecten van mediageweld: Gunter, 1994; Van der Voort, 1997; Wilson et al., 2002).

In enkele latere Amerikaanse inhoudsanalyses werd wel aandacht besteed aan niet-fysiek geweld en aan de context waarin geweld werd vertoond. Uit inhoudsanalyses van drama voor volwassenen van Greenberg, Edison, Korzeny, Fernandez-Collado & Atkin (1979) bleek dat niet-fysiek geweld drie keer vaker voorkomt dan fysiek geweld. Onder niet-fysiek geweld werd hierbij onder andere verstaan bedreigen en uitschelden. De meest recente grootschalige inhoudsanalyse die op zowel volwassen- als kinderprogramma's betrekking had, is de zogenaamde *Santa Barbarastudie* die deel uitmaakte van een breder onderzoek onder de naam *National Television Violence Study* (bijv.: National Television Violence Study, 1998; Potter & Smith, 2000). De Santa Barbarastudie betrof een inhoudsanalyse van televisieprogramma's uitgezonden in de seizoenen 1994-1995, 1995-1996 en 1996-1997. Uniek aan deze studie was dat de analyse betrekking had op

een breed aanbod (23 verschillende kanalen) van allerlei typen programma's en dat ook was gekeken naar de context waarin het geweld werd vertoond. Het hoogste percentage programma's met geweld (85%) werd uitgezonden door 'premium cable subscription channels' en het laagste (18%) door publieke zenders. Van alle kinderprogramma's bleek in 69% geweld vertoond, waarbij avonturenfilms met 89% en tekenfilms met 100% het hoogst scoorden (Wilson et al., 2002). Uit de vergelijking van de percentages gewelddadige programma's over de drie opeenvolgende jaren, bleek ook in deze studie dat de hoeveelheid vertoond geweld in de loop van de tijd grofweg stabiel was (National Television Violence Study, 1998). Zelfs de contexten waarin het geweld werd vertoond bleken nauwelijks aan verandering onderhevig. Zo waren de achtereenvolgende jaarlijkse percentages van geweld in realistische setting 51, 55 en 55, van geweld waarbij het slachtoffer geen pijn vertoonde 58, 56 en 51, van geweld waarop geen sancties volgden 73, 75 en 71, en van geweld in een humoristische setting 39, 43, en 42 (National Television Violence Study, 1998).

In Nederland zijn in het verleden ook enkele inhoudsanalyses met betrekking tot tv-geweld uitgevoerd. De inhoudsanalyse van Wiegman, Vries & Gutteling (1978) betrof informatie, amusement, drama, sport en kinderprogramma's. Omdat ook niet-fysiek geweld in de analyse werd meegenomen, waren de geweldcijfers hoog. In kinderprogramma's bleken gemiddeld 18 gewelddadige acties per uur te worden vertoond. Tekenfilms bleken het meest agressief met maar liefst 80 gewelddadige acties per uur. De analyses van Bouwman & Stappers (1984) en Bouwman, Nelissen & Meier (1987) werden uitgevoerd volgens de Gerbneraanpak, waarbij dus uitsluitend aandacht werd gegeven aan fysiek geweld. Het aanbod voor zowel volwassenen als kinderen werd in de analyses betrokken en er werd een vergelijking gemaakt tussen het jaar 1980 en het jaar 1985. Ook hier werd gevonden dat in kinderprogramma's meer geweld werd vertoond dan in programma's voor volwassenen. Het aantal geweldacties per uitzenduur in kinderprogramma's steeg in die periode van 14 naar de 'Amerikaanse waarde' van 20. Deze toename lijkt duidelijk, maar moet worden gezien in het licht van het feit dat het percentage kinderprogramma's met geweld iets afnam (van 85% naar 80%) en dat er in 1985 meer tekenfilms in de steekproef waren opgenomen omdat het aanbod van tekenfilms in dat jaar ook groter was. Van tekenfilms weten we inmiddels dat die (bijna) altijd veel geweld bevatten. De veronderstelling dat er voor Nederlandse kinderen tegenwoordig meer geweld op de buis te zien is dan tien of twintig jaar geleden, is dan ook heel aannemelijk, omdat het aanbod van tekenfilms met name door de komst van commerciële zenders zoals Fox Kids (V8), Yorin en Net5 simpelweg nu groter is dan vroeger. Het is echter de vraag of er ook meer *schadelijk* geweld wordt vertoond, omdat het geweld in tekenfilms onrealistisch is, zich veelal in een humoristische context voltrekt en daarom – hoewel nauwelijks onderzocht – hoogstwaarschijnlijk niet leidt tot risicovolle imitatie (bijv.: Van der Voort, 1997).

Ontwikkelingen in het 'echte' geweldaanbod zijn beter en eerlijker na te gaan bij realistische programma's waarin echte personen een rol spelen, zoals avonturenseries en speelfilms. In de huidige studie is het aanbod van Nederlandse bioscoopfilms voor kinderen in de periode van 1975 tot en met

2000 geanalyseerd. Daarbij is aandacht besteed aan zowel fysiek als niet-fysiek geweld. Bovendien is in de analyse gekeken naar de context waarin het geweld zich voordoet. De analyse behelst de volgende onderzoeksvragen:

- Welke typen geweldacties komen in de films voor?
- Zijn er ontwikkelingen in de typen geweldacties te zien, en zo ja, welke?
- In welke typen contexten wordt het geweld gepleegd?
- Zijn er ontwikkelingen in de contexten van het geweld, en zo ja, welke?

Op basis van eerder onderzoek werd verwacht dat er meer verbaal dan fysiek geweld in kinderfilms wordt vertoond. Gebaseerd op eerder uitgevoerde langlopende inhoudsanalyses, zou verwacht mogen worden dat het aantal geweldacties over een langere periode stabiel is of – als de inschatting van de gemiddelde Nederlander zou kloppen – toeneemt. Over de context van het geweld en eventuele ontwikkelingen daarin werden geen verwachtingen uitgesproken.

## Methode

### *Materiaal*

De steekproef bestond uit 27 Nederlandse bioscoopfilms voor kinderen, geproduceerd in de periode van 1975 tot en met 2000. Er werden uitsluitend speelfilms in de steekproef opgenomen. Het totaal aantal uitgebrachte films in deze periode was 31 (Hofman, 1997; Nederlandse Filmkeuring, 2000). Eén film was ten tijde van de studie zo recent, dat deze nog slechts te zien was geweest in de bioscoop; drie films (van voor 1985) bleken niet meer op video verkrijgbaar (zie bijlage). De steekproef bevatte dus nagenoeg alle films uit de populatie. Alle films waren gemaakt voor de leeftijdsgroep tot en met 12 jaar; zogenaamde tienerfilms waren niet in de steekproef opgenomen. Enkele namen van films zijn: *Pim Pandoer in het nauw* (1975), *Ciske de rat* (1984), *Abeltje* (1998) en *Kruimeltje* (1999). De gemiddelde duur van de films was 1 uur en 32 minuten (minimaal 1 uur en 1 minuut en maximaal 1 uur en 52 minuten).

### *Inhoudsanalyse*

Bij de inhoudsanalyse werd gebruikgemaakt van codeerschema's ontworpen voor de National Television Violence Study (NTVS). Voor de categorisering van de verschillende typen gewelddadige acties werd het Santa Barbaraprotocol van Potter et al. (1995) gebruikt. Er werden 42 typen gewelddadige acties onderscheiden, ingedeeld naar acht categorieën: ernstige fysieke aanvallen (o.a. doden en pogingen tot zelfmoord), kleine fysieke aanvallen (o.a. slaan, schoppen en gevangennemen), schade aan eigendommen (vernietigen en brandstichten), intimidatie (afpersen, bedreigen en pesten), misleiding (frauderen, liegen en bedriegen), vijandige opmerkingen (beledigen en schelden), maatschappelijke schade (plunderen en discrimineren) en ongelukken (brand, aardbeving en verkeersongelukken). Van elke actie werd vervolgens op twaalf niveaus bepaald in welke context het geweld zich voordeed: dader, slachtoffer, relatie tussen dader en slachtoffer, intentie, motief, beloning, gevolgen, gebruik van humor, realisme, legitimatie, camerastandpunt en 'good guy/bad guy'-status van de dader.

De eerste negen contextniveaus werden integraal overgenomen van Potter et al. (1995). De drie laatstgenoemde niveaus werden ontleend aan het NTVS-project (National Television Violence Study, 1998).

Ter bepaling van de betrouwbaarheid van de inhoudsanalyse werden 5 van de 27 films (19%) na aselechte toewijzing opnieuw geanalyseerd door een tweede codeur. De intercodeur-betrouwbaarheid voor 7 categorieën van typen acties – de categorie ‘maatschappelijke schade’ deed zich niet voor – was gemiddeld  $r = .90$ , variërend van voldoende ( $r = .76$ ) voor de categorie vijandige opmerkingen, tot perfect ( $r = 1.00$ ) voor de categorieën ernstige aanvallen en misleiding. Contexten bleken moeilijker codeerbaar: de gemiddelde intercodeur-betrouwbaarheid was  $r = .75$  (de laagste betrouwbaarheid van  $r = .43$  gold voor de intentie van het geweld en de hoogste van  $r = .98$  voor daderkenmerken).

### *Procedure*

Vanwege het uitgebreide codeerschema werd elke film meestal vier of vijf keer in zijn geheel afgespeeld, waarbij steeds een deel van de inhoudsanalyse werd uitgevoerd. Ten behoeve van de precisie van de analyse werden fragmenten waarin geweld voorkwam zo nodig binnen een codeersessie meerdere malen en eventueel in ‘slow motion’ afgespeeld.

### *Analyse*

Omdat de films in duur verschilden, werd voor elke film het aantal acties omgerekend naar het aantal per uur. De typen contexten werden uitgedrukt in percentages van de frequentie binnen elk van de twaalf onderscheiden niveaus. Voor de ‘dadercontext’ bijvoorbeeld, betekende dit dat per film kon worden bepaald dat de gewelddadige acties in 67% van de gevallen gepleegd werd door een man, in 2% door een vrouw, in 25% door een jongen en in 6% door een meisje. De percentages binnen een context tellen dus steeds op tot 100.

## **Resultaten**

### *Acties*

In alle 27 films kwam geweld voor. In 93% van de films werd ook fysiek geweld vertoond. Het aantal gewelddadige acties in ongeveer 41 uur film was 1331; dat zijn 32 acties per uur (oftewel 1 gewelddadige actie per 2 minuten). In de 7 onderscheiden categorieën was de verdeling als volgt: vijandige opmerkingen 49%, intimidatie 21%, kleine fysieke aanvallen 12%, schade aan eigendommen 10%, misleiding 4%, ongelukken 2% en ernstige fysieke aanvallen 1%. Ongeveer drie kwart van alle gewelddadige acties was dus verbaal. Gemiddeld waren verbale gewelddadige acties 24 keer per uur te zien en fysieke acties (uitgezonderd materiële schade) 4 keer per uur. De verhouding tussen het aantal vertoonde fysieke en verbale acties was hier dus 1 : 6. Het aantal acties gerekend onder ‘overige’ vormen, zoals schade aan eigendommen en ongelukken, bedroeg ook gemiddeld ongeveer 4 per uur.

Er waren slechts twee films waarin geen fysiek geweld werd vertoond: *De Oude Snik* (1989) en *Ko de boswachtershow* (1997). Drie films waren bovengemiddeld fysiek gewelddadig (gemiddeld meer dan 10 fysieke acties per uur): *Pim Pandoer in het nauw* (1975), *Sjors en Sjimmie en het zwaard van Krijn* (1977) en *Abeltje* (1998). Veel verbaal geweld – gemiddeld meer dan 30 keer per uur – werd vertoond in *Pipo en de piraten van Toen* (1975), *Peter en de vliegende autobus* (1976), *Sjors en Sjimmie en het zwaard van Krijn* (1977), *Martijn de magiër* (1979), *De bende van hiernaast* (1980), *De tasjesdief* (1995) en *Kruimeltje* (1999). Films waarin relatief weinig verbaal geweld werd vertoond (minder dan 10 keer per uur) waren: *De Oude Snik* (1989), *Vinaya* (1992), *De jongen die niet meer praatte* (1995) en *Ko de boswachtershow* (1997).

### Ontwikkelingen in acties

In de loop van de 25 onderzochte jaren nam het totaal aantal gewelddadige acties duidelijk af. Uitgedrukt in de samenhang tussen het aantal acties per uur en het uitzendjaar, was de correlatie negatief en statistisch significant ( $r = -.52$ ,  $p = .005$ ). Films uit de jaren zeventig vertoonden gemiddeld 40.38 acties per uur, films uit de tachtiger jaren 34.13 en films uit de jaren negentig lieten in totaal gemiddeld 24.71 gewelddadige acties zien. Het aantal vertoonde fysieke gewelddadige acties per uur was redelijk stabiel: de gemiddelden waren 5.46, 3.31 en 3.55 voor achtereenvolgens de jaren zeventig, tachtig en negentig ( $r = -.22$ ,  $p = .263$ ). De afname in geweld kwam dus met name voor rekening van het niet-fysieke geweld: het gemiddeld aantal verbale geweldacties was voor de achtereenvolgende decennia 29.54, 26.14 en 17.97 ( $r = -.48$ ,  $p = .012$ ). Uit tabel 1, waarin specifieke typen acties staan vermeld die qua vertoningsfrequentie significant of bijna-significant samenhangen met het uitzendjaar, blijkt dat er slechts één type verbale geweldactie in de loop van de tijd – tegen de regel in – vaker werd vertoond: schelden.

**Tabel 1**  
Ontwikkeling in specifieke typen acties (correlaties > .30)

ontwikkeling	type actie	r	p
afname	Lastig vallen	-.50*	.007
„	Fysieke aanvallen zonder grote gevolgen	-.48*	.011
„	Bedreigen	-.45*	.018
„	Liegen	-.43*	.026
„	Schenden van de privacy	-.36	.068
„	Geven van harde kritiek	-.34	.088
„	Beperken van vrijheid	-.33	.092
„	Uiten van wantrouwen	-.33	.096
„	Maken van hatelijke opmerkingen	-.33	.097
toename	Schelden	.38	.051

\*  $p < .05$



### Contexten

Uit de analyse van de dadercontext bleek dat geweld het meest werd toegepast door een man, namelijk in 51% van de gevallen. Geringere aandelen kwamen voor rekening van: jongen (22%), vrouw (14%), meerdere personen (8%) en meisje (5%).

Slachtoffer van het geweld waren: man (36%), jongen (28%), meerdere personen (18%), vrouw (10%) en meisje (7%).

Voor wat betreft de relatie tussen dader en slachtoffer bleek dat in precies de helft van de gevallen de dader een bekende was van het slachtoffer en in 28% van de gevallen een vreemde. In 11% van de gevallen bestond er een familierelatie tussen dader en slachtoffer en in 5% waren zij vrienden; in de resterende 5% van de gevallen was de relatie onduidelijk.

Gelet op de intentie van het vertoonde geweld, was de toepassing veelal opzettelijk (60%) en veel minder vaak onnadenkend (19%), onachtzaam (14%), of impulsief (7%).

Het motief voor het gebruik van geweld was vaak het behalen van winst of voordeel (38%). In 28% van de gevallen was de gewelddadige actie te kenmerken als 'zinvol'. Andere doelen van geweld waren: primaire (re)actie (13%), jezelf beter doen voelen (9%) en sadisme (4%). In 9% van de gevallen leek het geweld te zijn gepleegd zonder enig doel.

De uitkomst van de contextanalyse met betrekking tot de beloning of bestraffing van geweld was opvallend. In maar liefst 86% van de gevallen werd geweld onbestraft gelaten. Een verbale straf stond daders in 7% van de gevallen te wachten en in 4% van de gevallen werd de dader beloond. Fysieke straffen stonden slechts in 3% van de gevallen op het programma.

Hoewel de meeste films als realistisch mogen worden aangemerkt, was van het gebruikte geweld in 73% van de gevallen geen zichtbaar gevolg bij het slachtoffer te ontdekken; minder vaak in beeld kwamen kleine gevolgen (15%), grote kortdurende gevolgen (7%) en grote langdurende gevolgen (5%).

Geweld werd veelal niet in een humoristische context vertoond; in 87% van de gevallen was de context juist serieus. Humor bij de dader en geweld in een kluchtige context kwamen beide in 6% van de gevallen voor.

Geweld werd in verreweg de meeste gevallen gepleegd in een geloofwaardige of realistische context (72%); een ongeloofwaardige (23%) en minder geloofwaardige context (5%) kwamen minder voor.

De analyse met betrekking tot de vraag in hoeverre geweld in de context werd gelegitimeerd, wees uit dat in 59% van de gevallen niet-legitiem geweld werd gebruikt. Wel gelegitimeerd was het geweld in 32% van de gevallen en in 9% van de gevallen was het twijfelachtig of de dader in zijn/haar recht stond bij de toepassing van het geweld.

Het meestgebruikte camerastandpunt bij het verfilmen van gewelddadige acties was het medium shot (72%); veel minder werden het longshot (19%) en de close-up (9%) toegepast.

Geweld werd bijna even vaak door een 'good guy' als door een 'bad guy' toegepast: in 44% van de gevallen pleegde een bad guy het geweld, in 38% de good guy en in 18% van de gevallen had de dader een neutrale rol in de film.

### Ontwikkelingen in contexten

Om na te gaan of zich binnen een bepaald contextniveau in de loop van de tijd veranderingen voordeden, werden correlaties berekend tussen jaar van uitzenden en de frequenties (in percentages) binnen elk van de contextniveaus. Het overgrote deel van de contexten bleek stabiel. Er waren slechts twee niveaus waarbinnen zich significante veranderingen voordeden. Binnen de slachtoffercontext bleken mannen in de loop van de tijd minder vaak het slachtoffer ( $r = -.42, p = .029$ ) en vrouwen juist vaker ( $r = .44, p = .021$ ). Binnen de context van het camerastandpunt was een afname in de loop van de tijd te zien van het gebruik van het longshot om het geweld in beeld te brengen ( $r = -.40, p = .040$ ).

Er deden zich daarnaast nog trends voor binnen drie andere contextniveaus. Bij de dadercontext was een geringe afname van de man als dader te bespeuren ( $r = -.36, p = .062$ ); bij de intentiecontext nam onachtzaam geweld toe ( $r = .37, p = .055$ ), terwijl impulsief geweld enigszins afnam ( $r = -.32, p = .100$ ); bij de context van het motief voor het plegen van geweld was een geringe toename te zien in geweld gepleegd zonder motief ( $r = .32, p = .100$ ).

### Discussie

Uit de huidige studie blijkt dat in Nederlandse bioscoopfilms voor kinderen gemiddeld 32 keer per uur een verbale of fysieke gewelddadige actie wordt vertoond. Dat is een hoge geweldscore als deze wordt vergeleken met de telling voor kinderprogramma's op televisie van Wiegman et al. (1978): 18 keer per uur. Een vergelijking van een telling beperkt tot fysiek geweld met de gegevens van Bouwman & Stappers (1984) en Bouwman et al. (1987) laat daarentegen zien dat bioscoopfilms voor kinderen minder gewelddadig zijn dan kinderprogramma's op televisie: Bouwman et al. telden gemiddeld 14 (in 1980) en 21 (in 1985) fysieke acties per uur, terwijl de teller in de huidige studie op 4 blijft steken. Echter, zoals al eerder werd opgemerkt, gaan vergelijkingen van aantallen geweldacties mank zodra tekenfilms versus gespeelde films in het geding zijn.

De uitkomsten van de huidige studie kunnen wel worden vergeleken met die van de Amerikaanse Santa Barbarastudie. In beide studies werd zowel fysiek als verbaal geweld meegeteld en daarbij is hetzelfde codeerschema gebruikt. In vergelijking met Amerikaanse avonturenseries voor kinderen is het percentage Nederlandse kinderfilms waarin geweld wordt vertoond ongeveer gelijk met respectievelijk 89% (Amerikaanse series) en 93% (Nederlandse films). Het aantal vertoonde fysieke en niet-fysieke gewelddadige acties is echter hoger in Nederlandse bioscoopfilms (32 per uur en in de negentiger jaren 25 per uur) dan in Amerikaanse avonturenfilms (14 per uur). Een verklaring voor de in Nederlandse kinderfilms aangetroffen hogere geweldscore in vergelijking met Nederlandse (Wiegman et al., 1978) en Amerikaanse televisieprogramma's voor kinderen (Wilson et al., 2002), is dat bij het produceren van televisieprogramma's vaak rekening wordt gehouden met het feit dat de programma's zullen worden bekeken door een breed publiek van ook zeer jonge kinderen, terwijl bioscoopfilms veelal gemaakt zijn voor een doelgroep van oudere kinderen.

Hoewel in de afgelopen 25 jaar het aantal vertoonde fysieke geweldacties per uur in kinderfilms stabiel bleek, nam het merendeel van de verbale uitingen van geweld duidelijk af. Dat is opvallend omdat in eerder Amerikaans en Nederlands langlopend onderzoek met betrekking tot televisieprogramma's steeds sprake was van gelijkblijvende cijfers van geweld. Mogelijk is hier de invloed te zien geweest van de Nederlandse Filmkeuring. Deze in 1977 opgerichte instantie keurde namelijk 12 van de 27 hier geanalyseerde kinderfilms, maar het betreft dan uitsluitend de films uitgebracht na 1983. Misschien hebben filmmakers sinds de toegevoegde activiteiten van de Nederlandse Filmkeuring steeds bewuster rekening gehouden met het feit dat hun film eerst 'goedgekeurd' zou moeten worden om in aanmerking te komen voor vertoning voor een breed publiek. Een afname in de hoeveelheid fysiek geweld lag weinig voor de hand, omdat er sowieso al weinig fysiek geweld in kinderfilms wordt vertoond en het volledig weglaten ervan de film mogelijk minder aantrekkelijk zou maken voor jonge kijkers. Een andere mogelijke verklaring voor de afname van het verbale geweld is dat de thema's van de films in de loop van de tijd zijn veranderd. In een aantal van de oudere films, zoals *Dik Trom* (1975) en *Billie Turf* (1978; 1982), halen de hoofdfiguren in de film kwajongensstreken uit waarbij dreigen en liegen heel gewoon is, terwijl in enkele recente films serieuzere thema's zoals verdriet en teleurstelling aan de orde komen, waarbij de figuren in de film zich ook 'serieuzer' gedragen.

Het lijkt van belang te constateren dat de hoeveelheid geweld vertoond in kinderfilms in de loop van de tijd niet is toegenomen. Als de gemiddelde Nederlander denkt dat er steeds meer geweld te zien is in de media, klopt dit idee dus niet voor bioscoopfilms voor kinderen. Het is onbekend of een toename van geweld wel geldt voor bioscoopfilms voor volwassenen, omdat deze tot op heden niet zijn betrokken in wetenschappelijke inhoudsanalyses. Wel is ooit een toename van geweld in bioscoopfilms voor volwassenen gerapporteerd door journalistieke onderzoekers op basis van het aantal slachtoffers dat in opeenvolgende delen van de harde actiefilms *Robocop* en *Die hard* in beeld kwam (Plagens et al., 1991). In *Robocop* deel 1 vielen slechts 32 slachtoffers, terwijl in deel 2 al 81 slachtoffers werden geteld; in *Die hard* liep het aantal slachtoffers op van 18 in deel 1 naar 264 in deel 2. Een toename van geweld lijkt dus wel aan de orde voor dit soort films, waarbij de makers het kennelijk aan hun stand verplicht zijn de normen op te rekken (Van der Voort, 1997).

Verbaal geweld bleek in de kinderfilms zes keer vaker voor te komen dan fysiek geweld. Hierbij komt de vraag op of ook verbaal geweld vertoond in films kan leiden tot imitatie door kijkers. Daar is tot op heden geen onderzoek naar gedaan en dat zal er misschien ook nooit komen omdat de gevolgen van gebruik van fysiek geweld eerder in het oog springen dan de gevolgen van het gebruik van verbaal geweld. Desalniettemin kan worden geopperd dat kinderen elkaar ook door middel van verbaal geweld kunnen beschadigen, bijvoorbeeld als sprake is van consistent pestgedrag. Verbaal geweld vertoond in de media zou door kinderen geïmiteerd kunnen worden en mogelijk gebeurt dit ook vaker dan imitatie van fysieke agressie omdat verbale agressie gemakkelijker is te imiteren en waarschijnlijk minder vaak zal leiden tot sancties van opvoeders.

Een beperking van de huidige studie is dat de steekproef van geanalyseerde films klein is. Hoewel bijna alle kinderfilms uitgebracht in de afgelopen 25 jaar in de analyse zijn betrokken en de steekproef dus ook niet veel groter kon zijn, bestaat de mogelijkheid dat een klein aantal afwijkende films zwaar meetelt in de uitgevoerde analyses en de uitkomsten daardoor 'gekleurd' zijn. Door de kleine steekproef kunnen ook eventuele ontwikkelingen in genres zwaar wegen in de uitkomsten: tamelijk recente films zoals *De jongen die niet meer praatte* (1995) en *Madelief* (1998) lijken intellectueler van opzet dan oudere films zoals *Pipo en de piraten van Toen* (1975) en *Billie Turf* (1978). Echter, indien gesteld mag worden dat recentere films vaker een intellectueel karakter hebben, zou verwacht mogen worden dat het vertoonde fysieke geweld in de loop van de tijd zou afnemen. Die afname werd niet aangetroffen. De afname in verbaal geweld, die wel werd aangetroffen, is mogelijk wel in verband te brengen met een mogelijke trend naar intellectuele kinderfilms.

Een tweede beperking van de huidige studie is dat de inhoudsanalyse uitsluitend betrekking heeft op bioscoopfilms en dat derhalve geen uitspraken gedaan kunnen worden over ontwikkelingen in het totale aanbod van geweld in de media en over mogelijke effecten van blootstelling aan mediageweld in het algemeen. Kinderen worden uiteraard veel meer en veel vaker geconfronteerd met televisiebeelden dan met beelden uit bioscoopfilms. Uiteindelijke effecten van het kijken naar gewelddadige televisiebeelden zullen dan ook ongetwijfeld sterker zijn dan effecten van het kijken naar beelden vertoond in de bioscoop. Daar staat tegenover dat bioscoopfilms wel deel uitmaken van het volledige media-aanbod, daarvoor illustratief kunnen zijn en dat de specifieke kijksituatie in een bioscoop – het geluidsvolume is hoog, het beeld is groot en er zijn slechts beperkte mogelijkheden secundaire activiteiten te ondernemen – tot indringende effecten kunnen leiden.

Ook is niet nagegaan hoe vaak vriendelijk gedrag werd vertoond in de kinderfilms. In de reeds besproken inhoudsanalyse van Wiegman et al. (1978) werd naast geweld ook aandacht besteed aan pro-sociaal gedrag. Uitkomst van hun analyse was dat op televisie bijna even vaak vriendelijk gedrag in beeld kwam als agressief gedrag. De onderzoekers concluderen dan ook terecht dat de televisie niet uitsluitend als een negatief medium moet worden beschouwd. Dezelfde conclusie geldt ook voor de hier geanalyseerde bioscoopfilms voor kinderen. Hoewel in elke film geweld werd vertoond, kwam ook vriendelijk gedrag vaak in beeld. Het feit dat in de huidige analyse eenzijdig aandacht werd besteed aan geweld, betekent dus niet dat bioscoopfilms voor kinderen slechts schadelijk zijn voor jonge kijkers.

Een volgende beperking is dat de inhoudsanalyse van het huidige onderzoek niet zonder meer iets kan zeggen over de effecten op de kijker. Dit is uiteraard een beperking die voor elke inhoudsanalyse geldt. De conclusie dat er geweld te zien is in de films, betekent dus niet zonder meer dat het kijken ernaar leidt tot imitatie, angst en/of afstomping (Wilson et al., 2002). Echter, vergeleken met een eenvoudige telling van geweldacties is met de huidige analyse waarbij tevens de context van het geweld in kaart is gebracht, een betere voorspelling te geven van de effecten op de kijker. Op basis van het door Wilson et al. (2002) opgestelde overzicht van contextuele factoren die tot differentiële effecten op imitatie van geweld, angst voor geweld en afstomping van geweld leiden, moet geconcludeerd worden dat

voor het merendeel van de hier geanalyseerde kinderfilms geldt dat het risico van imitatie van geweld duidelijk aanwezig is, omdat het geweld zich meestal voordeed in een realistische setting, het gebruik van het geweld veelal niet werd bestraft en de fysieke gevolgen nauwelijks in beeld kwamen. Daarentegen is het risico van angst bij de kijker gering, omdat het geweld meestal niet erg uitgebreid en/of van nabij in beeld kwam. Ook lijkt het risico van afstomping voor geweld minimaal, omdat het geweld meestal niet in een humoristische context was geplaatst.

## Literatuur

- Bouwman, H., Nelissen, P. & Meier, U.** (1987). Culturele indicatoren, 1980-1985. *Massacommunicatie*, 15, 18-35.
- Bouwman, H. & Stappers, J. G.** (1984). The Dutch Violence Profile: A replication of Gerbner's Message System Analysis. In: G. Melischek, K. E. Rosengren & J. Stappers (red.), *Cultural indicators: An international symposium* (pp. 113-128). Wenen: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N.** (1980). The 'mainstreaming' of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30, 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N.** (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In: J. Bryant & D. Zillmann (red.), *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Greenberg, B. S., Edison, S., Korzenny, F., Fernandez-Collado, C. & Atkin, C. K.** (1979). *Anti-social and pro-social behaviors on television*. East-Lansing, MI: Department of Communication, Michigan State University.
- Gunter, B.** (1994). The question of media violence. In: J. Bryant & D. Zillmann (red.), *Media effects* (pp. 163-211). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Hofman, R.** (1997). *Robert Hofman's Jeugdfilmgids*. Amsterdam/Antwerpen: Piramide.
- Johnson, J. G., Cohen, P., Smailes, E. M., Kasen, S. & Brook, J. S.** (2002). Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood. *Science*, 295, 2468-2471.
- National Television Violence Study** (1998). *National Television Violence Study 3*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nederlandse Filmkeuring** (2000). *Filmlijst 1977-1999*. Den Haag: Nederlandse Filmkeuring.
- Paik, H. & Comstock, G.** (1994). The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis. *Communication Research*, 21, 516-546.
- Persbericht Universiteit Twente** (28 mei, 1997). *Geweld in de media heeft schadelijk effect*. <http://www.utwente.nl/nieuws/pers/archief/>
- Plagens, P., Miller, M., Foote, D. & Yoffe, E.** (1991). Violence in our culture. *Newsweek*, 1 april, 46-52.
- Potter, W. J. & Smith, S.** (2000). Graphic portrayals of television violence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 301-323.
- Potter, W. J., Vaughan, M. W., Warren, R., Howley, K., Land, A. & Hagemeyer, C.** (1995). How real is the portrayal of aggression in television entertainment programming? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39, 496-516.
- Signorielli, N.** (1991). *A sourcebook on children and television*. New York: Greenwood Press.
- Voort, T. H. A. van der** (1997). *De invloed van televisiegeweld*. Lisse: Swets & Zeitlinger.

Wiegman, O., Vries, S. & Gutteling, J. (1978). Zes weken televisie: Agressie en affiliatie nader bekeken. *Pedagogische Studiën*, 55, 513-522.

Wilson, B. J., Smith, S. L., Potter, W. J., Kunkel, D., Linz, D., Colvin, C. M. & Donnerstein, E. (2002). Violence in children's television programming: Assessing the risks. *Journal of Communication*, 52, 5-35.

## Bijlage 1

### Lijst met Nederlandse bioscoopfilms voor kinderen (1975-2000)

jaar	naam film	duur in minuten	regisseur
1975	Pim Pandoer in het nauw	75	H. van der Linden
1975	Pipo en de piraten van Toen	86	K. van Eyk
1975	Dik Trom weet raad*	--	H. van der Linden
1976	Peppi en Kokki bij de marine	75	N. de Vries
1976	Peter en de vliegende autobus	87	K. van der Meulen
1977	Sjors en Sjimmie en het zwaard van Krijn	77	H. van der Linden
1978	Pinkeltje	83	H. Geelen
1978	Billie Turf het dikste studentje ter wereld	85	H. van der Linden
1978	Q en Q*	--	B. van Erkel
1979	Martijn en de magiër	98	K. van der Meulen
1980	De Bende van hiernaast	109	K. van der Meulen
1982	Billie Turf contra Kwel	80	H. van der Linden
1982	Knokken voor twee*	--	K. van der Meulen
1984	Ciske de rat	106	G. Pieters
1985	Thomas en Senior op het spoor van Brute Berend	107	K. van der Meulen
1988	Kunst en Vliegwerk	111	K. van der Meulen
1988	Mijn vader woont in Rio	96	B. Sombogaart
1989	De Oude Snik	80	J. Hoogland
1991	Het zakmes	86	B. Sombogaart
1992	Vinaya	100	J. de Pauw
1995	De tasjesdief	93	M. Peters
1995	De jongen die niet meer praatte	101	B. Sombogaart
1995	Lang leve de koningin	111	E. Lammers
1997	Mijn Franse tante Gazeuse	96	B. Sombogaart
1997	Ko de Boswachtershow	61	B. Bos
1998	Abeltje	105	B. Sombogaart
1998	Madelief: Krassen in het tafelblad	81	I. Houtman
1999	Missing link	85	G. Poppelaars
1999	De Rode Zwaan	92	M. Lagestee
1999	Kruimeltje	112	M. Peters
2000	Marieken*	92	A. van Duren

Films met \* werden niet in de analyse betrokken omdat ze niet beschikbaar waren op video.



## Summary

*Cees M. Koolstra & Eveline van Wageningen*

### **Physical and verbal violence in a quarter of a century of Dutch cinema movies for children**

Physical and verbal violence as depicted in Dutch cinema movies for children released between 1975 and 2000 was investigated using a content analysis. Verbal violence, such as swearing, threatening, and lying, occurred in all 27 of the analyzed films. Physical violence was depicted

in 25 of the 27 movies. On the average, verbal violence occurred six times more frequently than physical violence. The frequency with which physical violence was shown appeared to be stable over the studied 25-year period, whereas a clear decrease was found for most types of verbal violence. An analysis of the contexts in which violence occurred indicated that most of the violent acts were depicted in a realistic setting and that perpetrators of violence were almost never punished.

# Identiteit van regionale kranten

Over identiteit van kranten wordt in het algemeen gesproken als een belangrijke eigenschap van de krant, die gekoesterd en beschermd moet worden. In dit artikel wordt nagegaan waaruit de identiteit van een krant eigenlijk bestaat.

## Inleiding

Het huidige Nederlandse krantenlandschap wordt gedomineerd door drie grote uitgeversmaatschappijen. Die uitgevermaatschappijen lijken hun greep op de afzonderlijke titels die verschijnen, steeds meer te willen verstevigen. Uitgevers van regionale dagbladen kennen een geschiedenis die in sterke mate gekenmerkt wordt door fusies en overnames. En alhoewel in de meeste Nederlandse gemeenten inmiddels nog maar één regionale krant verschijnt, zoeken uitgevers nog steeds naar verdergaande fusies tussen titels (zo bereidt Wegener een fusie van *BN/De Stem* en de *PZC* voor en heeft De Telegraaf Holding aangekondigd dat zij *Dagblad De Limburger* en *Limburgs Dagblad* wil integreren).

De redacties van landelijke kranten leken hun zelfstandigheid in de jaren negentig van de vorige eeuw te kunnen behouden. Maar inmiddels lijkt ook de grootste uitgever van landelijke dagbladen, PCM, haar greep op de afzonderlijke titels te willen verstevigen. In november 2001 lekte een plan van de directie van PCM uit, waarin gesproken werd over een 'zorgvuldig portfolio-beleid' uitgaande van 'bestaande identiteiten'. In de redactieraad van *de Volkskrant* werd de vrees geuit dat dit tot aantasting van de eigen identiteit van *de Volkskrant* zou leiden. Toen dat naar buiten kwam, toonden ook lezers zich direct bezorgd (*de Volkskrant*, zaterdag 11 nov 2001). In de publiciteit bleef het beeld hangen van een directie die de inkomsten wilden vergroten door haar greep op de inhoud te verstevigen.

Na aantal vette jaren aan het eind van de vorige eeuw zijn de kranten nu weer in magere jaren terechtgekomen. Zodra de krant economisch onder druk komt te staan, worden allerlei personen en organisaties (journalisten, redacties, maar ook lezers) bezorgd om de identiteit en kwaliteit. Veranderingen of bedreigingen op economisch gebied leiden steevast tot bezorgdheid over inhoud en identiteit van kranten.

In dit artikel willen we de betekenis van identiteit van kranten aan de orde stellen. Over identiteit van kranten wordt in het algemeen gesproken als een belangrijke eigenschap van de krant, die gekoesterd en beschermd moet worden. In dit artikel wordt nagegaan waaruit de identiteit van een

---

Anita van Hoof is universitair docent aan de Vrije Universiteit bij de afdeling Communicatiewetenschap. Correspondentieadres: De Boelelaan 1081-c, 1081 HV Amsterdam. E-mail: AMJ.v.Hoof@fsw.vu.nl.

krant eigenlijk bestaat. Het betoog leidt tot de stelling dat de eigen identiteit van kranten een belangrijke en vaak onderbelichte eigenschap van een krant is, die bij de beoordeling van prestaties van een krant meer aandacht zou moeten krijgen. Als eerste stap daartoe presenteren we een methode om identiteit van kranten te meten en te beschrijven.

### **Identiteit**

Identiteit is een begrip dat in toenemende mate en in verschillende wetenschappelijke disciplines gebruikt wordt. In antropologische en sociaal-psychologische studies wordt het concept vooral gebruikt in relatie tot de constructie van identiteit van personen of groepen (zie o.a. Barth, 1969; Van Ginkel, 1995; Goffman, 1983; Turner, 1985). In de communicatiewetenschap staat de vraag centraal hoe mediagebruik bijdraagt aan identiteitsconstructie van groepen of personen (Woodward, 1997). In al deze studies gaat het om identiteitsconstructie, waarmee gezocht wordt naar de manier waarop mensen de vraag beantwoorden wie of wat ze zijn (Ybema, 2003). Identiteit heeft betrekking op het beeld dat een persoon of groep van zichzelf heeft, op identiteitsbesef dus (Frijhoff, 1993). Het verwijst naar ideeën en opvattingen die iemand van zichzelf heeft die anderen zich van hem maken. Maar tegelijkertijd verwijst identiteit ook naar de constructie of articulatie van het zelf. Naar '(...) de wijzen waarop het subject zichzelf en het beeld van het zelf aangrijpt om door een aantal maatschappelijke handelingen dat "zelf" verder uit te bouwen en te realiseren, in een herkenbare levensstijl' (Turner, 1985). Frijhoff geeft daarmee aan dat identiteit niet alleen bestaat in gedachten en ideeën, maar ook in concreet handelen van mensen. Volgens Spitzer, Couch & Staton (1970), die de articulatie van identiteit van personen onderzochten, wordt identiteit uitgedrukt in een aantal basiscategorieën: categorieën die betrekking hebben op uiterlijke kenmerken, categorieën die betrekking hebben op de sociale rollen die een individu vervult en categorieën die betrekking hebben op karaktereigenschappen.

Daarnaast is identiteit ook een veel gehanteerd begrip binnen de marketingcommunicatie en organisationele communicatie (Albert, 1998; Albert & Whetten, 1985; Hatch & Schultz, 2002; Van Riel, 1992). Hier staat niet langer de constructie van identiteit van personen of groepen centraal, maar de identiteit van organisaties. Een organisatie wordt daarbij opgevat als een entiteit met een zekere eigenheid, waarmee zij zich onderscheidt van andere organisaties. Met andere woorden, organisaties worden beschouwd als pseudo-personen die getypeerd kunnen worden op een manier die ons bekend is van de typering van personen. De identiteit van een organisatie is herkenbaar in eigenschappen die behoren tot het centraal karakter van de organisatie, die maken dat de organisatie onderscheidend is van andere organisaties en die zorgen voor een zekere continuïteit of stabiliteit (Albert & Whetten, 1985). Binnen organisationele communicatie wordt identiteit veelal in één adem genoemd met imago. En alhoewel de begrippen veel door elkaar gebruikt worden en de betekenis ervan niet altijd uniform is, wordt identiteit doorgaans opgevat als een eigenschap van de organisatie, terwijl imago gereserveerd wordt voor het beeld dat van de organisatie bestaat in de hoofden van mensen. Een imago wordt dus veelal gezien als de afspiegeling van de identiteit (Van Riel, 1992).

In organisationele communicatie wordt de articulatie van identiteit onderscheiden van het identiteitsbesef (imago), terwijl articulatie van identiteit en identiteitsbesef in antropologische en culturele studies begrepen wordt als twee kanten van dezelfde medaille. Duidelijk is daarmee dat identiteit niet alleen bestaat in gedachten (als het beeld dat mensen van zichzelf en anderen hebben, als het beeld dat een organisatie van zichzelf heeft of het beeld dat ze bij anderen oproept), maar ook wordt uitgedragen en uitgedrukt in symbolen.

Ondanks dat identiteit dus binnen verschillende wetenschappelijke disciplines gebruikt wordt, vinden we een zekere consistentie in de aspecten die met het begrip geassocieerd worden. Identiteit omvat het idee van *eenheid*, van het *unieke* en het *identieke*. Eigenschappen die identiteit bepalen, bezitten een zekere duurzaamheid of continuïteit over tijd. Identiteit kan niet van dag tot dag verschillen. Eigenschappen die zich slechts eenmalig manifesteren, dragen niet bij tot iemands identiteit. Iemands identiteit is daarnaast uniek voor de betreffende persoon, het onderscheidt hem van anderen. Zo bezien heeft identiteit alles met verschil te maken. Iets kan alleen uniek zijn in relatie tot anderen. Identiteit is voor haar bestaan afhankelijk van iets anders, namelijk een andere identiteit die zij niet is. Dat betekent dat iemands identiteit nooit helemaal op zichzelf staat, identiteit is een relationeel begrip. Unicité is geen absoluut gegeven. Iemands identiteit is niet uniek omdat hij eigenschappen bezit die niemand anders bezit, maar omdat de combinatie van eigenschappen voor een unieke eenheid zorgt. Maar de uniciteit van een persoon moet benoemd kunnen worden in termen die bekend zijn van andere identiteiten. Identiteit bevat dus ook elementen die identiek zijn aan andere elementen. Alle identiteiten bestaan binnen een systeem van sociale relaties. Identiteit verwijst, kortom, zowel naar het unieke, als naar het identieke.

### Identiteit van kranten

Nu we in algemene zin op het begrip identiteit ingegaan zijn, blijft de vraag bestaan hoe identiteit van kranten begrepen wordt. Ongebruikelijk is het zeker niet om in termen van identiteit over kranten te spreken. Van oudsher zijn de meeste kranten verbonden geweest aan bepaalde ideologische of religieuze stromingen en functioneerden zij tot aan de jaren zeventig van de twintigste eeuw binnen die context. De identiteit van kranten werd in dit licht vooral opgevat als een uitdrukking van die verschillende ideologieën. Met het vervagen van de ideologische scheidslijnen in de samenleving, lijkt ook de identiteit van de kranten te vervagen.

Studies die zich in deze zin met identiteit van kranten hebben beziggehouden, zijn vooral beschrijvend en analytisch van aard (Hemels, 1981; Kleinnijenhuis & Scholten, 1989; Lockefer, 1996; Schneider & Hemels, 1979; Van Vree, 1996). De identiteit wordt toegekend op basis van analyse van historische ontwikkelingen, niet op basis van meetbare eigenschappen van het product. Dat is wel het geval in studies van Hagemann en Van Hoof (Hagemann, 1995; Van Hoof, 2000). Hagemann onderzoekt in hoeverre de overgang van kranten naar andere eigenaars de identiteit en uniciteit van kranten verandert. Identiteit is voor hem 'de mate waarin de krant over verschillende jaren op inhoudelijke aspecten gelijk is gebleven'. Rennen en

Van Hoof (Van Hoof, 2000; Rennen, 1996) onderzoeken de identiteit van dagbladen in relatie tot de kwaliteit van het product. Ybema (2003) beschrijft hoe identiteitsconstructie van kranten gestalte krijgt op de redacties van *de Volkskrant* en *Trouw*.

Doel van het hier gepresenteerde onderzoek is om de discussie over identiteit van kranten verder te helpen door een instrument te ontwikkelen waarmee identiteit van het product krant gemeten kan worden. Het uitgangspunt daarbij is dat niet alleen de organisatie van de krant als een pseudo-persoon kan worden opgevat, maar ook het product krant zelf. In de volgende paragraaf werken we de gedachte dat de krant als pseudo-persoon opgevat kan worden, verder uit.

### De krant als orgaan

De vraag naar de identiteit van een krant valt samen met de vraag wat een krant is. In alle veranderingen die de krant in haar lange geschiedenis heeft ondergaan, en in alle verschillen die er bestaan, zijn er een aantal 'kerneigenschappen' constant gebleven. Met name de Duitstalige literatuur heeft auteurs voortgebracht die zich binnen het vakgebied van *Publizistik* en/of *Zeitungswissenschaft* hebben beziggehouden met een beschrijving van deze kerneigenschappen (zie o.a. Hagemann, 1947, 1950; Prakke, 1957).

Vier eigenschappen blijven in alle beschrijvingen overeind, deze zijn kenmerkend van alle tijden en alle plaatsen: publiciteit, actualiteit, universaliteit en periodiciteit. Met de kerneigenschap publiciteit wordt aangegeven dat de zender de intentie heeft om met zijn ideeën, gedachten of gevoelens in de openbaarheid te treden. Actualiteit is een kenmerk van de krant omdat volgens Hagemann (1950) alles wat tegenwoordig, eenmalig, ongewoon, nieuw of belangrijk, kortom 'in actu' is, in het openbare bereik besproken dient te worden. Met universaliteit wordt verwezen naar het gegeven dat de krant over alle mogelijke domeinen van het leven bericht. Ten slotte moet hier de eigenschap periodiciteit genoemd worden: de regelmatige en frequente verschijning van de krant. De combinatie van de eigenschappen publiciteit, actualiteit, universaliteit en periodiciteit kenmerkt de krant. Deze eigenschappen bezit zij vanaf het allereerste begin. Sterker nog, ze markeren het ontstaan van het medium krant (Baschwitz, 1949; Stephens, 1988).

Kranten bestaan weliswaar dus uit een complex geheel van elementen en eigenschappen, maar zijn door deze wezenlijke kenmerken toch als eenheid herkenbaar. Prakke en Hagemann typeren de krant dan ook als een *organisme*, waarin de verschillende delen zoals bij het menselijk lichaam tot een harmonische eenheid versmelten. De krant is een *orgaan* en als zodanig is het begrijpelijk dat de krant ook als een pseudo-persoon gezien en ervaren wordt.

Dat ook lezers de krant ervaren als een pseudo-persoon, is in de literatuur al vrij vroeg duidelijk geworden. In dit opzicht heeft onderzoek dat uitgevoerd is tijdens krantenstakingen een belangrijke bijdrage geleverd aan ons begrip. Een van de eerste onderzoeken op dit gebied was dat van Berelson (Berelson, 1949). Berelson onderzocht tijdens een zeventien dagen durende staking van krantenverkopers in New York in 1945 hoe de New Yorkers reageerden op het missen van hun krant. Hij begreep dat

het belang van de krant voor lezers juist goed duidelijk wordt op het moment dat ze haar moeten missen.

Wat Berelson met dit onderzoek aantoonde en wat later in diverse andere studies rond krantenstakingen bevestigd is (Heilmann, 1964; Kimball, 1959), is dat de krant een diversiteit aan functies vervult. De krant biedt de mensen verschillende soorten informatie die hen om diverse redenen van nut is. Maar de krant blijkt niet alleen een object te zijn waaraan zij informatie ontlene, zij fungeert ook als een soort gesprekspartner of leidsman die de lezers door de 'onoverzichtelijke wereld' leidt. Daarmee is de krant niet alleen een praktisch object dat een zeker nut vervult, maar ook als 'pseudo-persoon' een subject waarmee de lezer een relatie onderhoudt.

### *De sociusfunctie*

Dit fenomeen dat de krant als leidsman en gesprekspartner een belangrijke functie vervult, werd door Berelson als één van de eerste empirisch aangetoond. Prakke (1957, 1960) gaf het een naam. De verschillende functies die een krant kan vervullen, brengt hij onder in drie categorieën: de informatiefunctie, de commentaarfunctie en de sociusfunctie (Prakke, 1960). De informatiefunctie heeft betrekking op de kennis die de krant levert over belangrijke gebeurtenissen in de wereld om ons heen. Deze functie is volgens Prakke de oudste en tevens de kerntaak van de krant. Daarnaast levert de krant ook commentaar op gebeurtenissen. De commentaarfunctie zag Prakke opkomen aan het eind van de achttiende eeuw, een tijd van revolutie en patriottisme. Het is volgens hem het meest subjectieve deel van de krant. Met de sociusfunctie ten slotte, wordt uitgedrukt dat de lezer geen willekeurige krant leest maar een bepaalde, die hij leert kennen als gesprekspartner of zelfs als kameraad. Volgens Prakke kwam deze functie pas goed op gang in de twintigste eeuw, toen de massa krantenlezer werd. Met de term sociusfunctie krijgt ook de functie die de krant heeft als leidsman en gesprekspartner een naam en een plaats naast andere functies van de krant.

Stappers meent in reactie op Prakke dat de sociusfunctie zelfs belangrijker is dan Prakke zelf lijkt te onderkennen (Stappers, 1966). Stappers laat zien dat de sociusfunctie van wezenlijk andere aard is dan de informatie- en commentaarfunctie. Die laatste twee hebben betrekking op de betekenis die de afzonderlijke berichten hebben voor de ontvangers. Die berichten bieden de lezer informatie over de wereld om hem heen en leveren commentaar op die gebeurtenissen. De sociusfunctie daarentegen, heeft betrekking op de krant als orgaan. Het gaat niet om de verzameling dagbladen, de pers in zijn algemeenheid, ook niet om een bepaalde aflevering, maar om een *bepaalde titel: De Telegraaf, De Gelderlander, NRC Handelsblad*. Als de lezer het heeft over zijn krant, refereert hij aan bepaalde eigenschappen die herkenbaar zijn door de specifieke, van dag tot dag wisselende inhoud heen. Hij heeft het over een orgaan dat een naam heeft en dat hij goed kent. De sociusfunctie heeft betrekking op dit niveau van het product, het gaat over de functie die het orgaan krant vervult voor de lezer. Over de relatie tussen de sociusfunctie en de andere twee functies schrijft Stappers:



‘Het is de functie anterior, posterior en exterior aan de afzonderlijke boodschappen. (...) Niet het afzonderlijke bericht, maar de krant als geheel is een socius. Juist omdat de krant een socius is, kan zij als informator en commentator te werk gaan, en op een andere wijze dan afzonderlijke boodschappen dat zouden kunnen. Betrouwbaarheid, gezag, zijn kenmerken van de socius, de verwachtingen van de ontvanger zijn gericht op de schijnzender die het orgaan als socius is.’ (Stappers, 1966, p. 108)

Daarmee brengt hij hiërarchie aan in de functies. De informatie- en commentaarfunctie krijgen hun betekenis bij de gratie van het feit dat de krant als socius functioneert. De sociusfunctie zorgt als het ware voor een inbedding van de informatie- en commentaarfunctie. Een krant die als socius geen vertrouwen weet te wekken, kan wel nieuwtjes brengen, maar zal met feitelijke uiteenzettingen minder makkelijk terechtkunnen bij de lezer, omdat hij niet gewend is de informatie van de krant te geloven. De sociusfunctie is een relationele functie, in de relatie die de lezer met de krant ontwikkelt schrijft deze de krant een bepaalde identiteit toe. Dat kan de lezer doen omdat hij de krant ervaart als een orgaan waaraan hij intersubjectief vaststelbare kenmerken toeschrijft. Men kan dus op basis van een analyse van dergelijke intersubjectief vaststelbare eigenschappen van de krant als orgaan, komen tot een oordeel over de identiteit van de krant. De vraag die in dit onderzoek centraal staat, is hoe identiteit van kranten gearticuleerd wordt.

### Onderzoeksopzet

Om te komen tot een beschrijving van de identiteit van kranten, is een inhoudsanalyse-instrument ontwikkeld, waarmee identiteitskenmerken van het product krant beschreven kunnen worden. De operationalisatie van het begrip identiteit naar empirisch te meten variabelen wordt hier beknopt vermeld, voor een gedetailleerde verantwoording van de operationalisatie wordt verwezen naar Van Hoof (2000).

Bij de beschrijving van identiteit wordt de krant opgevat als een pseudo-persoon. De operationalisatie van identiteit is daarom gebaseerd op het onderzoek van Spitzer, Couch & Staton (1970), die de articulatie van identiteit van personen onderzochten. Identiteit is in navolging van Spitzer et al. geoperationaliseerd langs drie categorieën van kenmerken: uiterlijke kenmerken, relationele kenmerken en handelingskenmerken.

Uiterlijke kenmerken scheppen een beeld van de krant dat door de vertrouwde lezer ogenblikkelijk zal worden herkend als *zijn* krant. Het beeld ontstaat doordat gewerkt wordt met vaste lettertypen en een beperkt aantal vaste bouwstenen, die met gebruikmaking van een beperkt aantal grafische variabelen volgens een bepaald patroon geordend worden (Morison, 1951). Grafische producten als een krant, zijn opgebouwd uit beeld (foto's, grafieken, tekeningen) en tekst (te onderscheiden in kopteksten, intro's, leads, platte tekst, foto-onderschrift, enz.). Deze bouwstenen worden van elkaar onderscheiden door lijnen, kaders en witmarges. Vormgeving maakt zichtbaar waar een bepaalde informatie-eenheid begint en ophoudt; met andere woorden, waar het ene artikel ophoudt en het andere begint, waar het ene

katern ophoudt en het andere begint. We onderscheiden vier niveaus van informatie-eenheid: de krant, het katern, de pagina en het artikel. Daardoor wordt duidelijk wat bij elkaar hoort – wat is – en vervolgens door plaatsing en accentuering wat belangrijk is, wat bijzonder is en wat met wat samenhangt. De combinatie van bouwstenen typeert de aard van de informatie-eenheid. Grafische variabelen geven deze informatie-eenheden een bepaald *belang* en een bepaalde *attentiewaarde* (Mijksenaar, 1990). Gemeten is de *aanwezigheid* van de verschillende tekst- en beeldbouwstenen en vervolgens per bouwsteen het gebruik van grafische variabelen die de informatie-eenheid een bepaald belang (gemeten door volgorde en plaats op pagina) en attentiewaarde meegeven (gemeten door grootte, vorm van item en inzet van grafische variabelen). Samen bepalen de vormgevingsskenmerken het uiterlijk van de krant.

Aan relationele kenmerken herkennen we hoe de krant zichzelf positioneert, welke rol ingenomen wordt in de gemeenschap waarin ze verschijnt. Aan de basis van de relatie tussen krant en haar omgeving (de ontvangers) ligt een gemeenschappelijke interesse of een gemeenschappelijk belang. Gemeenschappelijke interesse is geoperationaliseerd naar *soort informatie*. Soort informatie wordt onderscheiden in service-informatie, ontspannende informatie en journalistieke informatie. Aan de hand van de hoeveelheid en verhouding van de verschillende soorten informatie, profileert de krant zich bijvoorbeeld meer als een servicegericht pseudo-persoon. Gemeenschappelijk belang werd bij kranten van oudsher gevonden in een gedeelde ideologie of religie. Tegenwoordig zijn de ideologische grenzen vervaagd. Daarmee is het lastiger de relationele kenmerken te operationaliseren. Voor regionale kranten is gemeenschappelijk belang geoperationaliseerd naar *nabijheid*. Nabijheid wordt onderscheiden in lokaal, regionaal, aanpalende regio, Randstad, binnenland, buitenland. Naarmate een krant meer lokale of regionale informatie aanbiedt, is zij meer nabij.

In handelingseigenschappen herkennen we de sociale rollen die journalisten spelen ten aanzien van selectie en verwerking van nieuws. De hieruit afgeleide variabelen *domein* en *genre* geven zicht op de patroonmatige wijze waarop een krant met inhoud omgaat. Met domein wordt het centrale onderwerp van de informatie-eenheid (het artikel of de advertentie, de pagina, het katern) benoemd. Voor journalistieke artikelen worden 26 domeinen onderscheiden die afgeleid zijn van de ministeries. In de variabele genre wordt de patroonmatige manier waarop journalisten de inhoud verwerken zichtbaar. Genre wordt gemeten bij journalistieke artikelen. We onderscheiden de genres nieuwsbericht, verslag, reportage, interview, achtergrond en commentaar. De variabelen domein en genre geven aan op welke onderwerpen de nadruk wordt gelegd en hoe het nieuws wordt behandeld.

Het aldus ontwikkelde instrument hebben we ingezet om de identiteit van vier regionale kranten te meten. In tabel 1 is de ontwikkeling van theoretische naar empirische variabelen samengevat.

**Tabel 1**  
Operationalisatie van theoretische naar empirische variabelen op artikelniveau

theoretische variabelen	concept	empirische variabelen
uiterlijke kenmerken	informatie-eenheid	aanwezigheid tekst bouwstenen
	belang	aanwezigheid beeld bouwstenen
	attentiewaarde	volgorde plaats op pagina grootte vorm item aanwezigheid grafische variabelen
relationele kenmerken	gemeenschappelijke interesse	soort informatie
	gemeenschappelijk belang	geografische nabijheid
		culturele nabijheid
handelingskenmerken	selectiegedrag	domein
	bewerkingsgedrag	genre

#### Onderzoeksdomein en steekproeftrekking

Het relationele aspect heeft de keuze voor regionale kranten bepaald. Regionale kranten verschijnen in een gemeenschap die geografisch begrensd is. Voor deze kranten is daarom duidelijker aan te geven waarop de band tussen krant en lezers gebaseerd is. Krant en lezers hebben een gemeenschappelijk belang en een gemeenschappelijke interesse in de regio. De geplande fusie tussen het *Brabants Nieuwsblad* en *De Stem*, die in 1998 haar beslag kreeg, maakte het interessant de identiteit van deze twee kranten onder de loop te nemen. De *PZC* en *De Gelderlander* zijn als referentiekraant meegenomen. In een exploratief onderzoek op een steekproef is geprobeerd tot een beschrijving van identiteit van deze kranten te komen.

De inhoudsanalyse heeft betrekking op het *Brabants Nieuwsblad*, *De Gelderlander*, de *Provinciale Zeeuwse Courant (PZC)* en *De Stem* uit twee weken in november 1996, namelijk van 4 november tot en met 16 november. Omdat we uitspraken willen doen over de identiteit van de kranten, wordt gekozen voor een periode die als doorsnee gekwalificeerd kan worden. De gekozen twee weken in november voldeden in dit opzicht. Om budgettaire redenen is het gemiddelde aantal van 36,5 pagina's per krant teruggebracht naar 8, zodanig dat alle soorten pagina's op een evenwichtige wijze in de steekproef vertegenwoordigd zijn.

#### De meting

Voor het verzamelen van het materiaal is gebruikgemaakt van vijf codeurs. De codeurs waren allen communicatiewetenschappers, studenten of recentelijk afgestudeerden. Zij hadden ten minste de cursus inhoudsanalyse gevolgd, zodat zij enige kennis en ervaring hadden met deze onderzoeksmethode.

Een gedeelte van het onderzoeksmateriaal is dubbel gecodeerd om intra- en intercodeerbetrouwbaarheid te kunnen vaststellen. Voor de berekening

daarvan is *Krippendorfs alpha* gebruikt (Krippendorf, 1980). De intracodeurbetrouwbaarheid was over de hele linie betrouwbaar tot goed (variërend van 0.78 tot 0.94). Ook de intercodeurbetrouwbaarheid leverde niet al te veel problemen op. De betrouwbaarheidsscores varieerden per categorie van variabelen. De variabelen die betrekking hadden op uiterlijke kenmerken scoorden voldoende ( $\alpha > 0.67$ ) tot goed ( $\alpha > 0.80$ ). Met name de uiterlijke variabelen die op niveau van artikel gemeten zijn, scoren goed ( $\alpha > 0.80$ ). De variabelen die nabijheid en genre meten scoren voldoende ( $\alpha > 0.67$ ), de variabelen die soort informatie meten scoren goed ( $\alpha > 0.80$ ). Slechts de betrouwbaarheid van de variabele domein was twijfelachtig. Na samenvoeging van categorieën was de intercodeurbetrouwbaarheid hier 0.63. Mager, maar omdat de variabele inhoudelijk belangrijk is, is deze toch meegenomen in de analyse. Slechts een aantal variabelen scoorde echt onbetrouwbaar en is niet in de analyse meegenomen.

### Resultaten: samenhang tussen identiteitsvariabelen en krant

De identiteit van de krant hebben we uiteengelegd in een groot aantal variabelen. Om een beschrijving van de identiteit van de vier onderzochte kranten te kunnen geven, moeten we de samenhang tussen krant en identiteitsvariabelen analyseren. Voordat we een beeld schetsen van de identiteit van de vier onderzochte kranten, presenteren we kort hoe de uiterlijke kenmerken, de relationele kenmerken en de handelingskenmerken zich voordeden.

#### *Uiterlijke kenmerken*

Het uiterlijk van de krant wordt gevormd door de inzet van verschillende soorten bouwstenen – katernen, pagina's en tekst- en beeldelementen op de pagina – en de vormgeving van die bouwstenen.

Op het niveau van de pagina geldt dat de vier onderzochte kranten uit een vergelijkbare hoeveelheid bouwstenen bestaan. Het *Brabants Nieuwsblad* en *De Gelderlander* tellen gemiddeld 33 pagina's, *De Stem* is een fractie dikker met gemiddeld 33,8 pagina's en de *PZC* is duidelijk de dunste krant met 27,8 pagina's.

Het uiterlijk van de pagina wordt bepaald door de inzet van tekst- en beeldbouwstenen en het gebruik van grafische variabelen. De samenhang tussen deze variabelen en de variabele krant is in onderstaande tabel weergegeven. In het algemeen is de samenhang gering. Tussen krant en de aanwezigheid van beeld en van kleur is geen statistisch verband aangetoond. Dat wil zeggen, de kranten variëren niet zodanig in de aanwezigheid van beeldmateriaal en gebruik van kleur dat dat tot een statistisch significant verschil tussen de kranten leidt. Over de soort beelden en de inzet van kleur zegt dat natuurlijk nog niks. Er is wel een significante samenhang tussen de plaatsing van artikelen op de pagina en krant en tussen de grootte van artikel en krant. Maar ook deze samenhang is uiterst zwak. Iets sterker is de samenhang tussen krant en de inzet van grafische variabelen. Op een globaal niveau (inzet van bouwstenen) lijken de kranten dus erg op elkaar. Op specifiekere niveau gaan we verschillen zien.

**Tabel 2**

Samenhang tussen krant en uiterlijke kenmerken op artikelniveau

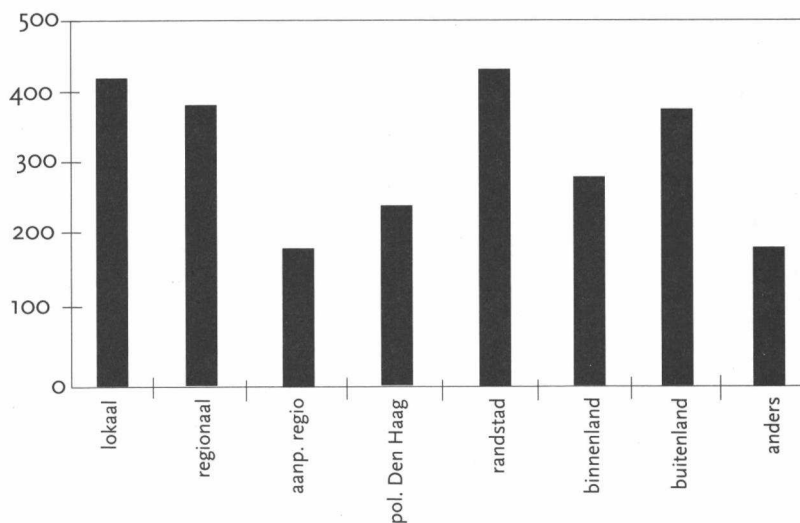
uiterlijke kenmerken	Cramers V	N
Aanwezigheid beeld	0.07	2479
Plaats op pagina	0.104*	3570
Grootte artikel	0.06*	3570
Aanwezigheid kleur	0.053	3570
Grafische variabelen, lijnen, rasters, kaders	0.21*	2477
Grafische variabelen tekstverbijzondering	0.26*	2478

\* significant bij  $\pm < 0.05$

*Relationele kenmerken*

Relationele kenmerken die identiteit uitdrukken, hebben we voor deze regionale kranten vertaald naar nabijheid. Als we eerst kijken naar de verdeling van de categorieën nabijheid, levert dat het volgende beeld op (figuur 1).

**Figuur 1**  
Frequentieverdeling van de variabele nabijheid



De categorie Randstad blijkt de grootste categorie, direct gevolgd door de categorie lokaal. De categorie aanpalende regio is de kleinste categorie. Nabijheid lijkt daarmee in eerste instantie niet het onderscheidend principe te zijn dat bepaalt hoeveel aandacht een bepaald gebied krijgt. We moeten het aantal artikelen in de verschillende categorieën dan ook niet zien als een ‘representatieve’ afspiegeling van het aantal belangrijke gebeurtenissen in een bepaald geografisch gebied. De frequentieverdeling geeft te zien

welke de belangrijkste gebieden zijn waar, in de ogen van deze vier regionale kranten, het nieuws vandaan komt. De Randstad vormt de grootste categorie. Dat is opmerkelijk, zeker als we bedenken dat het nieuws uit politiek Den Haag hier niet in meegenomen is, want de Randstad is niet het grootste gebied en ook niet het gebied dat geografisch het meest nabij ligt. Toch is de Randstad ook geen willekeurig geografisch gebied, dat zich alleen op basis van geografische ligging onderscheidt van andere gebieden. De Randstad is de meest 'nationale' categorie. Het vertegenwoordigt het meest de 'Nederlandse' identiteit. Voor deze regionale kranten blijkt dus dat nieuws van nationaal belang meer aan bod komt dan nieuws dat dichterbij zijn oorsprong vindt. Wat deze rangorde weerspiegelt, is meer een culturele nabijheid. En wat cultureel als meest nabij wordt gezien, is het nieuws dat refereert aan een gemeenschappelijke interesse in het nationale, direct gevolgd door het lokale.

Als we de kranten onderling vergelijken op de verdeling van nabijheid, zien we een zekere overeenkomst in de verdeling van aandacht voor de verschillende categorieën van nabijheid. Allereerst beslaan de categorieën buitenland en anders bij alle vier de kranten iets minder dan een kwart van de aandacht. De variatie in aandacht tussen de kranten is hier gering. Alle kranten hebben een vergelijkbare hoeveelheid aandacht voor het buitenland. De categorieën binnenland, Randstad en politiek Den Haag krijgen in deze kranten ruim een derde van de aandacht. Ten slotte zijn de categorieën lokaal, regionaal en aanpalende regio goed voor ruim een derde van de aandacht. Maar de variatie tussen de kranten is hier groter. *De Gelderlander* besteedt meer dan gemiddeld aandacht aan het lokale nieuws en verhoudingsgewijs weinig aandacht aan Randstedelijk nieuws. *De Stem* besteedt vooral veel aandacht aan het regionale nieuws. Het *Brabants Nieuwsblad* besteedt aan de categorieën lokaal, regionaal en aanpalende regio vrijwel evenveel aandacht. De *PZC* heeft veel aandacht voor het lokale, is gemiddeld in aandacht voor het regionale maar heeft nauwelijks belangstelling voor de aanpalende regio. Deze kranten lijken dus een vrij uniforme opvattingen te hebben over hoeveel aandacht er voor buitenlands en binnenlands nieuws moet zijn. In de aandacht voor de verschillende categorieën van regionaal nieuws zijn er meer verschillen.

### *Handelingskenmerken*

Handelingskenmerken zijn gemeten in de variabelen domein en genre. Domein vinden we zowel terug op het niveau van de pagina als op het niveau van het artikel.

De meeste pagina's dragen een titel waarmee verwezen wordt naar het soort informatie dat op de pagina gepresenteerd wordt. Redactionele pagina's kennen altijd zo'n titel, commerciële pagina's niet altijd. In het onderzoek hebben we het aantal verschillende soorten pagina's teruggebracht tot vijftien categorieën. Twee categorieën hebben betrekking op commerciële pagina's: familieberichten en commerciële pagina's. De overige categorieën hebben betrekking op redactionele pagina's. De *voorpagina*, de pagina's *regio*, *binnenland*, *buitenland*, *economie*, *cultuur*, *sport* en *radio & televisie* spreken voor zich. De pagina *discussie* bevat overwegend opiniërende artikelen en lezersbrieven. De pagina *mensen/varia* is een pagina waar veel serviceachtige berichten gepubliceerd worden, maar waar ook human-inte-

restachtige verhalen worden geplaatst. Onder de categorie *bijlage* vallen alle pagina's die niet in de overige categorieën passen.

De categorieën die we hier onderscheiden hebben, komen bij alle kranten voor, maar in de hoeveelheid pagina's per categorie zien we duidelijke verschillen tussen de kranten (zie tabel 3). Middels de statistische procedure ANOVA is per paginasoort berekend in hoeverre het gemiddelde van het aantal pagina's per categorie samenhangt met de krant.

Bij de categorieën *regio*, *binnenland*, *buitenland*, *economie* en *familieberichten* treedt een significant verschil op met krant. De verschillen zijn het grootst voor de categorieën die betrekking hebben op nabijheid, namelijk *regionaal*, *binnenland* en *buitenland*. In algemene zin geldt dat de verschillen tussen het *Brabants Nieuwsblad* en *De Gelderlander* het grootst zijn.

Verder is er een opmerkelijk verschil te zien in aantal commerciële pagina's, alhoewel dit door de grote groepsgrootte en de grote standaardafwijking geen *F*-waarde oplevert die significant is. Het *Brabants Nieuwsblad*, in oplage de kleinste krant, heeft het grootste aantal commerciële pagina's. *De Gelderlander* daarentegen, qua oplage de grootste krant, komt pas op de derde plaats. De *PZC* heeft veel minder commerciële pagina's dan de overige drie kranten. Het aantal commerciële pagina's verklaart voor een groot gedeelte het verschil in totaal aantal krantenpagina's.

**Tabel 3**  
Gemiddeld aantal pagina's  
per (nieuws)categorie per  
krant

	voorpagina	binnenland	buitenland	regio	economie	cultuur	sport	bijlage	mensen/varia	rtv	familieberichten	commercieel
Bn	1	1,17	0,83	4,29	0,75	1,00	3,75	2,92	1	1,17	0,83	13,67
De Stem	1	1,83	1,42	4,25	1,83	0,75	3,58	3,58	1	1,17	1,0	13,42
PZC	1	1,0	1,25	5,50	1,0	1,58	3,33	2,67	1	1,17	1,17	7,50
Gelderl.	1	2,50	1,50	3,75	2,00	2,0	3,67	2,33	1	1,17	1,0	11,58
F-waarde		20.12*	3.92*	7.64*	6.23*	0.93	0.05	0.27			2.93	1.38

\* significant bij  $\alpha < 0.05$

Op het waarnemingsniveau van artikelen vinden we zowel bij domein als bij genre een zwakke, maar significante samenhang met krant. (Domein: Cramers  $V = 0.09$ ; Genre: Cramers  $V = 0.13$ .) De samenhang tussen domein en krant is uitermate zwak. Dat betekent dat de verschillen in kranten in onderwerpkeuze gering zijn. Aan het politieke domein, in omvang het grootste onderwerp in de krant, wordt door alle vier de kranten een vergelijkbare hoeveelheid aandacht besteed. Voor de overige categorieën geldt dat, alhoewel niet erg uitgesproken, er wel verschillen tussen de kranten zijn. De verschillen zijn vrij onsystematisch. Elke krant kent een aantal domeinen waar zij meer of minder aandacht aan besteedt, maar tot duidelijke patronen leidt dat niet. Onderwerpkeuze is geen variabele waarmee deze regionale kranten hun identiteit nadrukkelijk articuleren.

De samenhang tussen krant en genre is zwak, maar toch iets groter dan de samenhang tussen krant en domein. Er is een genre dat bij alle kranten vrijwel in gelijke mate voorkomt, dat is het genre achtergrond. Daarnaast kent elke krant een genre dat speciaal typerend is voor deze krant. *De Gelderlander* springt er uit bij de genres opinie en interview, het *Brabants*



*Nieuwsblad* bij de categorie overig (die bestaat uit een mengeling van genres als fotoberichten, lezersbrieven, consumenteninformatie, aankondigingen, rubrieken en portretten). De *PZC* is oververtegenwoordigd bij de genres verslag en bericht. En *De Stem* besteedt relatief veel aandacht aan reportages en opinie.

### Resultaten: beschrijving van identiteit

Nu we een globaal idee hebben gekregen van de verdeling van de identiteitsvariabelen, gaan we verder met het uiteindelijke doel: een beschrijving van de identiteit van de vier kranten. Daarvoor volstaat het niet te kijken naar de afzonderlijke samenhangen tussen de identiteitsvariabelen en krant. Identiteit wordt, zoals eerder uiteengezet, immers niet gearticuleerd in een enkel kenmerk, maar in de combinatie van velen. Om deze combinaties te kunnen analyseren, is gebruikgemaakt van correspondentieanalyse (Lammers et al., 1989; Pelzer & Lammers, 1998). De gevolgde procedure bij de toepassing van deze analysetechniek is uitgebreid beschreven in Van Hoof (2000).

Articulatie van identiteit wordt zowel uitgedrukt in het unieke als in het identieke. Op basis van de correspondentieanalyses kunnen we een gedetailleerd beeld schetsen van de kenmerken die bij deze vier kranten verantwoordelijk zijn voor het eigen gezicht. De combinatie van kenmerken geeft deze vier kranten een zekere mate van uniciteit.

#### *Het Brabants Nieuwsblad*

Het uiterlijk van het *Brabants Nieuwsblad* kent sterke visuele prikkels. De opmaak van de (voor)pagina is asymmetrisch, contrastrijk en dynamisch. De vorm van de tekst van de artikelen wordt aangepast aan de grootte en plaats van foto's en andere vaste (kleur)punten. Op de (voor)pagina van het *Brabants Nieuwsblad* is veel te zien. Dat de artikelen deels in elkaar grijpen, geeft ook de indruk dat er veel gebeurt, alsof de pagina een soort weerspiegeling is van de ruwe en deels onvoorspelbare werkelijkheid waarover zij bericht. Ook in de opmaak van artikelen vinden we een sterke visuele instelling terug.

Het *Brabants Nieuwsblad* is een regionale krant in hart en nieren. Dat blijkt uit de presentatie van het regionale gedeelte in vergelijking met de andere kranten. Op alle niveaus van waarneming krijgt de informatie die aanspraak maakt op regionale interesse, een vooraanstaande positie. Het *Brabants Nieuwsblad* kent relatief veel berichten van regionale en lokale oorsprong en relatief veel regionale pagina's. In afwijking van de andere drie kranten, kent het geen eigen regiokatern. Dat lijkt op het eerste gezicht in tegenspraak met het voorgaande, maar werkt bij nadere beschouwing juist versterkend. Het *Brabants Nieuwsblad* presenteert het regionale en het lokale nieuws in het eerste katern, nog voor het binnenlandse en buitenlandse nieuws. Het binnen- en buitenlands nieuws hoort hier echter wel nadrukkelijk bij. De krant brengt wel een onderscheid aan in belang, maar maakt er niet twee aparte terreinen van. Daarmee krijgt het regionale nieuws de status van algemeen nieuws dat de basis vormt van de krant. De grote interesse die het *Brabants Nieuwsblad* aan de dag legt voor nabijheid, komt ook tot uitdrukking in de aandacht die de krant besteedt aan berichten van aan-

palende regio's. Voor de andere kranten zijn deze regio's niet meer belangrijk dan andere willekeurige gebieden in Nederland. Voor het *Brabants Nieuwsblad* wel. Daarbij moet wel bedacht worden dat het *Brabants Nieuwsblad* het kleinste verspreidingsgebied kent, waardoor aanpalende regio's relatief dichtbij liggen.

Voor wat betreft de informatie die zich op specifieke interessevelden van lezers richt, geeft het *Brabants Nieuwsblad* meer aandacht aan sport en consumentenzaken. Katernen met specifieke informatie vinden we met name in deze domeinen, terwijl het domein cultuur hier ontbreekt. Het *Brabants Nieuwsblad* besteedt relatief minder aandacht aan onderwerpen behorend tot de openbare orde. Maar wel weer meer aan onderwerpen behorend tot het privé-domein.

Door combinatie van enerzijds veel rubrieken, anderzijds relatief veel artikelen die betrekking hebben op privé-domein (consumentennieuws, nieuws over mensen) en veel pagina's/katernen met betrekking tot deze onderwerpen, is het servicegerichte karakter van het *Brabants Nieuwsblad* relatief sterk ontwikkeld. De krant spreekt de lezer duidelijk ook als consument aan. En doet dat gedeeltelijk ten koste van de aandacht die uitgaat naar de lezer als burger. Wellicht verklaart dat het feit dat het *Brabants Nieuwsblad*, ondanks het feit dat het het kleinste verspreidingsgebied en de laagste oplage heeft, de meeste advertentiepagina's heeft.

#### *De Stem*

Het uiterlijk van *De Stem* is stevig en robuust. De opmaak van de pagina is gebaseerd op blokopmaak. Daardoor komt er meer nadruk te liggen op platte tekst dan bij het *Brabants Nieuwsblad*. Het contrast tussen wit en zwart is vrij groot. De indeling van artikelen kent een zekere systematiek (2-4-2), die weinig dynamisch is. De liggende inhoudsopgave boven aan de voorpagina versterkt dit.

De belangrijkste identiteitsbepalende eigenschap van *De Stem* is regionaliteit. *De Stem* is sterk regionaal gericht (in mindere mate lokaal). Zeker op het niveau van berichten springt dit punt eruit. *De Stem* behandelt het regionale nieuws echter wel als een aparte categorie. Het lokale en regionale nieuws wordt vrijwel uitsluitend in een eigen katern behandeld en daarmee duidelijk onderscheiden van binnenlands en buitenlands nieuws.

*De Stem* heeft relatief veel aandacht voor openbare ruimte en juridische onderwerpen en relatief weinig voor sociaal-maatschappelijke onderwerpen, privé-onderwerpen en ongelukken en rampen. Op het gebied van genres onderscheidt de krant zich in aantal reportages.

*De Stem* is een robuuste krant met een duidelijk regionale worteling. De krant is minder servicegericht dan het *Brabants Nieuwsblad*. Over het algemeen heeft deze krant een minder uitgesproken identiteit. In vergelijking met de andere kranten neemt zij vaak een middenpositie in. Daardoor lijkt *De Stem* het meest op de doorsneekrant.

#### *PZC*

Het uiterlijk van de *PZC* is gericht op overzichtelijkheid. De paginaopmaak is symmetrisch, wat zorgt voor een overzichtelijke indeling waar het makkelijk zoeken is. Een strakke, overzichtelijke indeling biedt op zichzelf min-

der visuele prikkels. De *PZC* compenseert de geringe visuele aantrekkelijkheid van de indeling door veel met kleur te werken. De titelletter is een grote blauwe letter, de pagina wordt in twee helften verdeeld door blauwe balken en de (kleuren)pagina's kennen één of twee artikelen die in een gekleurd raster worden geplaatst. Daardoor heeft de *PZC* toch een sterke visuele uitstraling.

De aandacht die de *PZC* aan het lokale en regionale besteedt, laat zich binnen de context van deze vier kranten als gemiddeld beschrijven. Zij presenteert het lokale en regionale nieuws, evenals *De Stem*, in aparte katernen.

Het sterkst nog articuleert de *PZC* een eigen identiteit in de behandeling van het nieuws. De *PZC* kent een duidelijke oververtegenwoordiging bij de genres verslag en bericht. Zij behandelt het nieuws afstandelijk en serieus, volgens de klassieke regels van de journalistiek. De *PZC* spreekt haar lezer in vergelijking tot de andere kranten minder aan als consument, meer als burger.

De *PZC* is een krant die haar journalistieke taak serieus opvat en klassiek uitvoert. De opmaak is gericht op overzichtelijkheid, er is relatief veel aandacht voor nationaal en buitenlands nieuws, het nieuws wordt zo veel mogelijk zakelijk verwerkt en de krant heeft relatief weinig aantrekkingskracht bij adverteerders. De lezer wordt hier primair als burger aangesproken.

### *De Gelderlander*

De basisvormgeving van de artikelen van *De Gelderlander* is sober. *De Gelderlander* gebruikt vrijwel nooit een *lead*. De pagina wordt volgens strikte blokindeling opgemaakt. De indeling is niet symmetrisch maar kent wel een bepaalde systematiek (1-5-2). *De Gelderlander* geeft relatief veel aandacht aan tekst. Beter gezegd, ze zet relatief weinig middelen in die de aandacht van de tekst afleiden. Ze is een verhalenverteller. Daarbij is ze overzichtelijk en serieus maar niet te zwaar (meer horizontale dan verticale artikelen; pasteltinten i.p.v. harde kleuren).

*De Gelderlander* is min of meer tegenpool van het *Brabants Nieuwsblad* in de behandeling van het nieuws. Er is relatief veel aandacht voor lokaal nieuws en voor nieuws uit het binnenland, uit Den Haag (politiek nieuws) en uit het buitenland. Beide extremen in nabijheid zijn dus sterk vertegenwoordigd in deze krant. Qua aantal pagina's en katernen kent *De Gelderlander* een oververtegenwoordiging in 'harde' nieuwscategorieën: relatief veel aandacht voor binnenland, buitenland en economie. *De Gelderlander* besteedt ook meer dan de andere kranten aandacht aan commentaar. Zij kent een relatief sterke oververtegenwoordiging in het genre opinie en publiceert de meeste cartoons.

Daarmee is *De Gelderlander* de krant die het lokale het meest duidelijk naast het landelijke, algemene nieuws zet en minder regionaal van aard is. Wel wordt het lokale *naast* het algemene gepresenteerd. Het wordt daarmee niet gelijkgesteld, omdat *De Gelderlander* het harde nieuws nadrukkelijker presenteert.

### *Overeenkomsten*

Naast de specifieke combinaties van kenmerken die elke krant een zekere mate van uniciteit meegeven, blijkt uit de analyse ook dat er veel overeenkomsten tussen de kranten zijn. Dat betekent dat deze vier kranten ook voor een belangrijk gedeelte op elkaar lijken. De analyse heeft bepaalde

patronen blootgelegd die we bij alle vier de kranten terug zien komen. Bij verschillende soorten informatie en op verschillende niveaus van waarneming blijkt het toekennen van meer belang aan bepaalde berichten samen te gaan met minder attentiewaarde en andersom. We vinden een driedeling.

Het type artikel dat met het grootste belang en met de geringste attentiewaarde gepresenteerd wordt, heeft betrekking op informatie van algemeen belang. Bij service-informatie gaat het om praktische informatie die voor alle lezers van belang is omdat men er vrijwel dagelijks mee te maken krijgt. Bij de informatiesoort nieuws gaat het om nieuws van nationale of internationale herkomst, politiek nieuws, economisch nieuws, nieuws over openbare orde en openbare ruimte. Dit soort nieuws wordt gepresenteerd als belangrijk en onvermijdelijk; alsof het vanzelfsprekend is dat de kranten er aandacht aan besteden. Dat betekent dat het kenmerk universaliteit niet ingevuld wordt als een willekeurige keuze uit al het mogelijke, maar als nieuws dat tot een redelijke (fysieke) afstand tot de lezer staat en tot het instrumentele of normatieve kennisdomeinen behoort. Het belang van dit soort nieuws lijkt vanzelfsprekend en het krijgt dan ook geen nadrukkelijke presentatie. De presentatie is eerder afstandelijk, zakelijk. Deze omgang met het nieuws van 'algemeen belang' past heel goed in de traditie van de verlichting. De lezer wordt hier aangesproken als burger, die de plicht heeft zich te informeren (Hill, 1995; Murdock, 1992).

Daartegenover staan artikelen die een grote attentiewaarde krijgen, maar met minder belang worden gepresenteerd. Deze categorieën hebben vooral betrekking op informatie die refereert aan een specifiek belang of aan specifieke interesses. Cultuur, sport, privé-aangelegenheden en consumentenzaken zijn de domeinen die hier overheersen. Dit soort nieuws wordt gepresenteerd als een uitbreiding van en toevoeging op het algemene nieuws. Het komt voornamelijk in aparte katernen terecht. Soms letterlijk *bijlage* of *supplement* genoemd. Daardoor is deze informatie voor de lezers makkelijk te vinden en kan hij er al dan niet gebruik van maken. Dit soort informatie wordt in tegenstelling tot de vorige categorie niet als belangrijk en vanzelfsprekend gepresenteerd, maar wel als bijzonder. De lezer wordt hier aangesproken op zijn specifieke interesse, soms als cultuurliefhebber, soms als consument, soms als sportliefhebber.

Dan bestaat er nog een derde categorie artikelen die tussen deze twee een soort middenpositie inneemt. Dat is het nieuws van lokale en regionale oorsprong. In het algemeen wordt deze categorie nieuws duidelijk onderscheiden van alle andere categorieën. Qua toebedeelde attentiewaarde en belang neemt zij een tussenpositie in. Het lokale en regionale nieuws wordt wel als (redelijk) belangrijk gepresenteerd, maar ook duidelijk als anders dan het algemene nieuws. De lezer wordt hier aangesproken als inwoner/lid van een bepaalde plaats of regio.

Het feit dat de vier onderzochte kranten bepaalde categorieën presenteren als meest belangrijk, en dat met een zekere soberheid doen, geeft aan dat zij als serieuze kranten gezien willen worden. In drie van de vier onderzochte kranten behoorde het lokale en regionale niet automatisch tot het algemeen belangrijke. Deze vier regionale kranten worstelen met de vraag welke plaats het regionale en lokale dient te krijgen, en kiezen in het algemeen voor een belangrijke maar secundaire positie.

Toch levert dit beeld van wat nieuws is, wel bepaalde problemen op voor de regionale krant. Voor regionale kranten is het noodzakelijk om makkelijk aansluiting te vinden bij de 'gewone man'. Zij kunnen het zich niet permitteren zich op een gesegmenteerd gedeelte van een potentiële lezersgroep te richten, omdat zij al gebonden zijn aan een beperkte geografische groep van ontvangers. Het nadeel van het 'belangrijke/serieuze/harde' nieuws is, dat het over zaken gaat die voor de 'gewone man', en meer nog voor de 'gewone vrouw', minder toegankelijk zijn. De vier onderzochte regionale kranten lijken drie strategieën te hebben ontwikkeld om de toegankelijkheid van de regionale krant te verhogen. Op de eerste plaats streven zij ernaar het uiterlijk van de krant toegankelijk te maken. Dat doen zij door de krant op te maken met voldoende visuele prikkels. Gebruik van kleur is daarin een belangrijk middel. Op de tweede plaats krijgt het nieuws van dichtbij een eigen plek en is het daardoor makkelijk herkenbaar en toegankelijk. Op de derde plaats wordt informatie voor specifiek geïnteresseerden apart aangeboden.

In de wijze waarop en de mate waarin ze deze drie middelen inzetten, vertonen de vier onderzochte kranten een zekere variatie. Hiermee geven de kranten uitdrukking aan hun uniciteit, aan hun eigenheid of karakter.

### Discussie

De uniciteit van de vier onderzochte regionale kranten komt dus naar voren in verschillen in uiterlijke kenmerken, in behandeling van het regionale en in de mate van nabijheid en door verschillen in aandacht en keuze voor specifieke informatie. De overeenkomsten tussen de kranten zijn groter dan de verschillen. Het *Brabants Nieuwsblad*, *De Stem*, de *PZC* en *De Gelderlander* kennen weliswaar ieder een eigen en te onderscheiden karakter, erg sterk of geprononceerd zijn de karakters niet. De regionale kranten proberen veel taken en functies in zich te verenigen. Ze willen de lezer als burger bedienen door serieus aandacht te besteden aan het algemene nieuws, ze willen de lezer op de hoogte stellen van het regionale nieuws en hem de service bieden van meer specifieke informatie. En dat alles in een verpakking die toegankelijkheid uitstraalt, maar die niet te serieus of zwaar oogt en evenmin te schreeuwerig is. Binnen die marges blijft er relatief weinig ruimte over om een eigen koers te varen die afwijkt van wat algemeen gangbaar is. Het lijkt of deze regionale kranten een duidelijke keuze voor het een of het ander proberen te vermijden. Het *Brabants Nieuwsblad* maakt als enige de keuze om in de eerste plaats een regionale krant te willen zijn. In die zin is het karakter van het *Brabants Nieuwsblad* het meest geprononceerd. In de praktijk is dat geen beletsel geweest om te fuseren met *De Stem* (of het heeft de krant niet voor fusie kunnen beschermen).

De gevonden overeenkomsten in identiteit lijken erop te wijzen dat deze kranten tot eenzelfde soort krant behoren. We vergelijken daartoe de beschreven identiteiten van de vier regionale kranten met twee idealtypen van kranten. Het ene ideaaltype is bekend onder de term elitekrant, burgerkrant of kwaliteitskrant. Het andere type onder de term populaire krant (Eide, 1997). Elitekranten of burgerkranten (we gebruiken in deze context liever niet de term kwaliteitskrant) worden gekenmerkt doordat ze zich nadrukkelijk en voornamelijk richten op de lezer als *burger*. Ideaaltypisch

brengen elitekranten informatie van algemeen belang, ook wel aangeduid als hard nieuws. Hier wordt de wereld gepresenteerd als een 'systeem' waar de mogelijkheden tot actie voor de individuele lezers beperkt zijn. Een krant als de *Frankfurter Allgemeine* is een voorbeeld van een krant die dicht in de buurt komt van dit ideaaltype.

Het ideaaltype van de elitekrant staat tegenover het ideaaltype van de populaire krant (in het buitenland ook wel bekend als *tabloid*). Populaire kranten worden gekarakteriseerd door preoccupatie met morele uitwassen en bedreigingen van het dagelijks leven. Daarmee spelen ze in op nieuwsgierigheid en voyeurisme van het publiek. Ze benadrukken nieuwe, vreemde, bijzondere en spraakmakende aspecten van het nieuws. Daarmee ontkennen populaire kranten als het ware dat kranten verplichtingen hebben ten aanzien van burgerschap. Veronderstelde belangstelling van de lezer is het criterium dat de keuze van selectie van informatie bepaald, niet de veronderstelde relevantie. Een krant als *die Bildzeitung* lijkt aardig op dit ideaaltype.

Nederland kent geen echte tabloidkranten, maar ook eigenlijk geen echte elitekranten. Dat bij voorbeelden van elite- en populaire kranten naar buitenlandse titels werd verwezen, is dan ook geen toeval. In die zin lijkt het krantenlandschap in Nederland op dat van Scandinavische landen, waar de krantenmarkt gewoonweg te klein is om of een puur elitaire of een puur populistische markt te genereren (Eide, 1997).

Geen van de vier regionale kranten die wij in deze studie hebben leren kennen, is een duidelijke representant van een van deze twee ideaaltypen. Deze kranten, met uitzondering van het *Brabants Nieuwsblad*, kennen weliswaar het meeste belang toe aan algemene informatie – in die zin zijn ze geworteld in de traditie van het verlichten van het publiek – maar ze beperken zich niet tot het presenteren van een 'systeemwereld'. Het bieden van specifieke en regionale informatie kan gezien worden als een wens om een alliantie of een contract met de lezer aan te gaan. Dit soort informatie heeft betrekking op een 'levende wereld' (in tegenstelling tot een 'systeemwereld') waar informatie ertoe doet voor de lezer, omdat ze betrekking heeft op zijn directe leefomgeving of aansluit bij zijn persoonlijke interesse (Eide, 1997). De regionale kranten spreken de lezer niet uitsluitend aan als burger, maar ook als consument, cliënt en privé-persoon met individuele en specifieke interesses. Dat is echter wat anders dan een preoccupatie met morele uitwassen zoals bij het ideaaltype van de populaire krant. Regionale kranten zijn meer servicegericht dan populair. Geen van de onderzochte kranten is dan ook als een expliciet populaire krant ontstaan. Regionale kranten zoeken naar een combinatie van burger- en servicegerichte journalistiek. Het harde nieuws wordt als meest belangrijk gepresenteerd, maar het servicegerichte is nadrukkelijk aanwezig. Daardoor lijken de kranten theoretisch enigszins tweeslachtig. Onze conclusie is dat de vier kranten behoren tot eenzelfde categorie waarin algemene en regionale informatie van belang wordt geacht (met het algemene voorop) en waarbij het serviceverlenende aspect met name gevonden wordt in het aanbod van specifieke informatie.

Een vergelijking van de identiteit van een bepaalde krant met ideaaltypen geeft aan waar deze krant staat ten opzichte van andere kranten. Van deze kranten mogen we, gezien het soort socius dat ze zijn, verwachten dat ze in

redelijke mate informeren over zaken van algemeen belang. Maar omdat ze zich niet uitsluitend richten op dit informatiegebied, mogen we tevens verwachten dat ze ten aanzien van informatiekwaliteit lager scoren dan kranten die qua socius meer lijken op het ideaaltipe van de elitekrant.

De reden om juist van de vier hier besproken kranten de identiteit te meten, had te maken met een op handen zijnde fusie tussen het *Brabants Nieuwsblad* en *De Stem*. In 1998 zijn beide kranten gefuseerd tot een nieuwe krant die de titel *BN/De Stem* draagt. Met de fusie is het met voorrang plaatsen van het regionale nieuws, dat zo kenmerkend was voor het *Brabants Nieuwsblad*, verloren gegaan. De nieuwe krant presenteert het regionale nieuws op de gangbare manier, dus na het algemene. Dit lijkt exemplarisch voor de ontwikkelingen in met name de regionale krantenmarkt. De omstandigheden voor regionale kranten om een grote mate van uniciteit en eigenheid te ontwikkelen of te onderhouden, lijken niet gunstig. Uitgevers streven naar hogere oplages en creëren daartoe grotere verspreidingsgebieden voor hun kranten. Nog altijd verdwijnen er regionale krantentitels in een fusieproces. De VNU-kranten (onder andere *De Gelderlander* en *BN/De Stem*) zijn in 2000 verkocht aan Wegener. Sindsdien bezit Wegener meer dan de helft van de regionale dagbladmarkt. Die overname heeft geleid tot een fusie van *De Gelderlander* en de *Arnhemse Courant*. En als alles volgens plan verloopt, zullen de kranten *BN/De Stem* en de *PZC* binnenkort ook samengaan.

Deze voorbeelden laten zien dat uitgevers in grotere eenheden willen werken. Uitgevers van regionale kranten kunnen kosten besparen door het al bestaande onderscheid tussen algemene, regionale en specifieke informatie te vergroten. Op het algemene en specifieke gedeelte kunnen redacties gezet worden die voor meerdere kranten tegelijk werken. Fusies tussen regionale kranten hebben tot gevolg dat de gefuseerde kranten steeds minder het product zijn van een redactie, maar van meerdere redactie-eenheden. Zo dreigt er een discrepantie te ontstaan tussen enerzijds de titel van een krant die eenheid en identiteit suggereert, en anderzijds de verschillende redactionele eenheden die verantwoordelijk zijn voor die titel. Zo zal het moeilijker worden eenheid en uniciteit van een bepaalde krant tot uitdrukking te laten komen.

Met groter wordende uitgeversmaatschappijen zal ook de druk tot uniformiteit toenemen. Bij landelijke kranten speelde dit tot voor kort niet in dezelfde mate. Maar juist de laatste twee jaren komen vanuit PCM ook geluiden naar buiten, waaruit blijkt dat zij zich beraden op de positie die de landelijke dagbladen en de redacties moeten krijgen. Landelijke kranten worden voorsnog door één redactie aangestuurd, die als eenheid opereert. Of dat ook tot grotere eenheid en uniciteit van het product leidt, weten we op dit moment niet. Wel is het zo dat landelijke kranten in de jaren negentig van de twintigste eeuw terrein hebben gewonnen ten koste van regionale kranten. Het zou interessant zijn te onderzoeken of dat samenhangt met een duidelijkere profilering van identiteit, waardoor ze krachtiger als socius opereren en daardoor voor bepaalde lezersgroepen beter herkenbaar en aantrekkelijk zijn.



Literatuur

- Albert, S. (1998). The definition and metadefinition of identity. In: D. A. W. P. C. Godfrey (red.), *Identity in organizations. Building theory through conversations* (pp. 1-13). Londen: Sage.
- Albert, S. & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. In: B. M. S. L. L. Cummings (red.), *Research in organizational behavior* (deel 84, p. 487-503). Greenwich: JAI Press.
- Barth, F. (1969). *Ethnic groups and boundaries. The social organization of cultural difference*. Oslo: University Press.
- Baschwitz, K. (1949). *De krant door alle tijden*. Amsterdam: Keesing.
- Berelson, B. (1949). What 'missing the newspaper' means. In: P. F. L. F. N. Stanton (red.), *Communication Research 1948-1949* (pp. 111-129). New York: Harper.
- Eide, M. (1997). A new kind of newspaper? Understanding a popularization process. *Media, Culture & Society*, 19, 173-182.
- Frijhoff, W. (1993). Cultuur op termijn. Een verkenning van identiteit in de tijd. In: C. B. H. Kruithof (red.), *De kern van het verschil* (pp. 17-40). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Ginkel, R. van (1995). 'Texelian at heart': the articulation of identity in a Dutch island society. *Etnos*, 60(3-4), 265-286.
- Goffman, E. (1983). *De dramaturgie van het dagelijks leven*. Utrecht: Bijleveld.
- Hagemann, C. (1995). *In andere handen*. Amsterdam: Cramwinckel.
- Hagemann, W. (1947). *Grundzuege der Publizistik*. Muenster: Regensberg.
- Hagemann, W. (1950). *Die zeitung als Organismus: ein Leitfadens*. Heidelberg: Vowinckel.
- Hatch, M., J. & Schultz, J. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, 55(8), 989-1018.
- Heilmann, P. (1964). Der New Yorker Druckerstreik 1962/63. *Publizistik*, 9(3), 228-235.
- Hemels, J. (1981). *De emancipatie van een dagblad: geschiedenis van de Volkskrant*. Baarn: Ambo.
- Hill, J. (1995). Citizenship and communications. In: P. R. M. Hamers-Regimbal (red.), *Internationalization in mass-communication and cultural identity* (pp. 53-70). Nijmegen: ITS.
- Hoof, A. M. J. van (2000). *Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Kimball, P. (1959). People without papers. *Public Opinion Quarterly*, 23(3), 389-398.
- Kleinnijenhuis, J. & Scholten, O. (1989). Veranderende verhoudingen tussen dagbladen en politieke partijen. *Acta Politica*, 4.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Newbury Park: Sage.
- Lammers, J., Peters, V. & Weegen, Th. van der. (1989). *Visuele analyse van een kruistabel: de techniek van correspondentie analyse*. Nijmegen: ITS.
- Lockfeer, H. (1996). *Een krant met karakter. Enkele opmerkingen over identiteit en verscheidenheid*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Mijksenaar, P. (1990). Typografische criteria. In: T. Bolder et al. (red.), *Typografie. Uitgangspunten, richtlijnen, techniek*. (pp. 253-267). Amsterdam/ Houten: GOC-Uitgeverij/Gaade Uitgevers.
- Morison, S. (1951). *Grondbeginselen van de typografie*. (Vertaling: T. J. van Krimpen.) Utrecht: W. de Haan.
- Murdock, G. (1992). Citizens, consumers, and public culture. In: M. S. K. Schroder (red.), *Media cultures: reappraising transnational media* (pp. 17-42). Londen: Routledge.
- Pelzer, B. & Lammers, J. (1998). Interpretatie van plots bij correspondentieanalyse. *Kwantitatieve methoden*, 19(58), 5-27.
- Prakke, H. J. (1957). *De samenspraak in onze samenleving. Inleiding in de publicistiek*. Assen: Van Gorcum.

- Prakke, H. J.** (1960). Die Soziusfunktion de Presse. *Publizistik*, 5, 556-560.
- Rennen, T. A. M.** (1996). Kwaliteit en identiteit van een krant. In: H. Evers, A. van Hoof, T. Rennen, S. Russ-Mohl, J. Stappers & T. Wentink (red.), *Krant en kwaliteit. Verkenningen rond de onderzoekbaarheid van journalistiek* (pp. 111-140). Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Riel, C. B. M. van.** (1992). Identiteit en imago. *Een inleiding in de corporate communication*. Schoonhoven: Academic service.
- Schneider, M. & Hemels, J.** (1979). *De Nederlandse krant 1618-1978*. Baarn: Het Wereldvenster.
- Spitzer, S., Couch, C. & Staton, J.** (1970). *The assessment of the self*. Iowa city: Sernoll.
- Stappers, J. G.** (1966). *Publicistiek en communicatiemodellen*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Stephens, M.** (1988). *Geschiedenis van het nieuws. Van tamtam tot de satelliet*. (Vertaling: A. Abeling.). Utrecht: Het Spectrum.
- Turner, J. C.** (1985). Social categorization and the self-concept. A social cognitive theory of group behavior. In: E. J. Lawler (red.), *Advances in group processes* (deel 2, pp. 77-122). Greenwich: JAI Press.
- Vree, F. van.** (1996). *De metamorfose van een dagblad. Een journalistieke geschiedenis van de Volkskrant*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Woodward, K.** (1997). *Identity and difference*. Londen: Sage.
- Ybema, S.** (2003). *De koers van de krant. Vertogen over identiteit bij Trouw en de Volkskrant*. Amsterdam: Ybema.

## Summary

*Anita van Hoof*

### **Identity of regional newspapers**

This article offers an instrument for describing identity of a newspaper and opens a discussion regarding the quality of a newspaper as a socius. Identity is articulated through uniqueness and identity. Identity is operationalised through three kinds of properties: external properties, relational properties and action properties. This yields to an instrument that has been applied to four Dutch regional newspapers. The applica-

tion of an instrument that measures identity, results in a description of a newspaper as a socius. The uniqueness of each of the four newspapers is expressed in external properties, in the status being given to regional news and in differences in attention for specific information. But the identical aspects of identity exceed the uniqueness. We end this article by discussing the possibilities for regional newspapers to maintain and perform out of their own unique identity. The circumstances, in which regional newspapers have to operate, do not seem to be too promising in this respect.

# De inzet van maatschappelijke organisaties bij de communicatie over loodhoudend drinkwater

Lood is een zwaar metaal dat soms in drinkwater wordt aangetroffen. Het heeft schadelijke gevolgen bij heel jonge kinderen. Vanaf 1998 ondernam het Ministerie van VROM communicatieve actie gericht op de verzorgers van zuigelingen, via de inzet van intermediaire organisaties op landelijk, regionaal en lokaal niveau.

## Inleiding

Het waterleidingbesluit bepaalt dat het drinkwater in ons land van zodanige kwaliteit is dat het niet nadelig is voor de volksgezondheid. Lood is een van de stoffen die in drinkwater kunnen voorkomen, maar die vanwege de volksgezondheid een bepaalde concentratie niet mag overschrijden. De normen voor drinkwater worden vastgesteld door het Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu (VROM) in overleg met waterleidingbedrijven. In 1993 heeft de Wereldgezondheidsorganisatie een nieuwe, lagere richtwaarde van 10 µg/l voorgesteld (was 50 µg/l). Op grond hiervan heeft de Europese Unie eind 1997 een richtlijn opgesteld, die eind 1998 in werking trad. In ons land is in 2000 de waterleidingwet en het waterleidingbesluit aangepast ter implementatie van de herziene EU-drinkwaterrichtlijn (VROM, 1998).

### *Aanleiding voor overheidsbeleid aangaande lood in drinkwater*

Ter voorbereiding van de wetwijziging verzocht de minister van VROM, door tussenkomst van de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS), in 1995 de Gezondheidsraad om advies over de risico's van lood in drinkwater. Eind april 1997 stelde de Gezondheidsraad dat zuigelingen tussen de 0 en 1 jaar kans lopen op neurologische en cognitieve schade bij een te hoge concentratie lood in drinkwater. Zuigelingen tot 1 jaar die gevoed worden met flessenmelk aangemaakt met loodhoudend drinkwater, vor-

---

Floor Harmsen studeerde Toegepaste Communicatiewetenschap in Enschede. Fred Woudenberg en Lianne Elsman-Domburg werken bij de afdeling Medische Milieukunde van de GGD Rotterdam e.o. Jan Gutteling is verbonden aan de Universiteit Twente, afdeling Communicatiewetenschap. Correspondentie aan de laatste auteur: Postbus 217, 7500 AE Enschede. E-mail: j.m.gutteling@utwente.nl

men de grootste risicogroep. Borstgevoede zuigelingen lopen weinig risico, omdat lood heel slecht via de melkklieren wordt doorgegeven. In ons land krijgen zuigelingen al snel flesvoeding. Ondanks dat 75% van de vrouwen aanvankelijk kiest voor borstvoeding, blijkt dat na één maand slechts 46% van de vrouwen daadwerkelijk borstvoeding geeft. Na drie maanden is dit nog maar 21% (Gezondheidsraad, 1997).

Het in ons land geproduceerde drinkwater bevat amper lood. Lood kan in drinkwater komen omdat het dienst- en/of binnenleidingen passeert die lood kunnen afgeven. Dit komt voor bij woningen van voor 1945, die werden gebouwd met loden waterleidingen. Na 1945 is men overgegaan op koperen leidingen, na 1960 zijn vrijwel geen toepassingen met lood gebruikt. Naast loden leidingen kan er ook sprake zijn van loodhoudend soldeer bij de aanleg van koperen drinkwaterleidingen. Dit is sinds 1 maart 1995 verboden. Andere leidingmaterialen die worden gebruikt, zoals pvc, messing en brons, kunnen ook lood aan leidingwater afgeven. De mate van loodafgifte is echter klein in vergelijking met de afgifte van loden leidingen. De Gezondheidsraad bepleitte het zo snel mogelijk laten vervangen van de loden drinkwaterleidingen, aangezien dit de meest effectieve aanpak is om de loodconcentraties in drinkwater tot onder het gewenste niveau terug te dringen. Omdat deze sanering tijd vergt, adviseerde de Gezondheidsraad tevens het geven van voorlichting aan ouders die hun kind flesvoeding geven en wonen in een huis met loden waterleidingen. Volgens de Gezondheidsraad moet de overheid panden met loden leidingen identificeren en de bewoners inlichten over de aanwezigheid van loden waterleidingen. Tevens kan zij de doelgroep specifiek benaderen met informatie over methoden die een lagere loodblootstelling voor de zuigeling tot gevolg hebben (Gezondheidsraad, 1997).

#### *Doel en doelgroepen van overheidscommunicatie*

Naar aanleiding van het advies van de Gezondheidsraad is door het Ministerie van VROM een plan van aanpak opgesteld waarin een aantal beleidsmaatregelen is uitgewerkt (VROM, 1998). Bij het realiseren van deze beleidsdoelstellingen speelt communicatie een ondersteunende rol. Een van de belangrijkste doelstellingen is uiteraard het stimuleren van saneringsmaatregelen, onder meer via een subsidieregeling. De doelgroep bestaat onder meer uit (particuliere) huiseigenaren die geïnformeerd moeten worden over de mogelijkheid van identificatie en vervanging van loden leidingen en de financiële ondersteuning daarbij.

De andere doelgroep waaraan informatie moet worden verstrekt en die in dit artikel centraal staat, omvat de ouders/verzorgers van zuigelingen van 0 tot 1 jaar. Het doel van deze communicatie is de doelgroep te attenderen op de gezondheidsrisico's van lood in drinkwater. De kern van de boodschap was: flesgevoede zuigelingen kunnen te veel lood binnenkrijgen als zij worden gevoed met water dat is aangevoerd uit loden dienstleidingen of binnenhuisleidingen. De ouders van kinderen in de risicogroep moeten specifieke informatie – bij voorkeur via verloskundige, kraamzorg of consultatiebureau – krijgen om de loodblootstelling te beperken (VROM, 1998).

### *Aanpak en uitvoering van de communicatie over lood in drinkwater*

Het Ministerie van VROM installeerde een projectgroep om het communicatietraject te organiseren. In eerste instantie bestond deze projectgroep uit VROM-medewerkers en vertegenwoordigers van de Inspectie voor de Gezondheidszorg IGZ (vanuit het Ministerie van VWS). Deze groep maakte een selectie van relevante maatschappelijke organisaties. Intermediaire kaders zijn in ons land vaak georganiseerd in zogenoemde koepelorganisaties. Deze koepels organiseren activiteiten en behartigen de belangen van bij hen aangesloten organisaties of ondernemers, die op hun beurt veelal in direct contact met het publiek of hun klanten staan. De projectgroep werd vervolgens uitgebreid met vertegenwoordigers van een drietal organisaties, te weten de overkoepelende organisatie van woningbouwcorporaties AEDS, het Landelijk Centrum Ouder- en Kindzorg (LCOKZ), en Gemeentelijke Gezondheidsdienst/Medische Milieukunde (GGD/MMK). Het plan van aanpak voor de communicatie kon rekenen op een breed draagvlak bij deze organisaties.

Voorafgaand aan de projectgroep heeft IGZ al direct na het uitkomen van het advies van de Gezondheidsraad in 1997 een circulaire verstuurd aan beroepsbeoefenaren in de gezondheidszorg: huisartsen, gynaecologen, kinderartsen en verloskundigen, GGD's, medisch milieukundigen en ziekenhuizen. IGZ heeft geen gehoor gegeven aan de vraag uit de projectgroep om informatie over lood in drinkwater onder zorginstellingen te verspreiden.

Als onderdeel van het communicatietraject publiceerde VROM in juni 1998 een folder over lood in drinkwater voor de doelgroepen ouders van zuigelingen en particuliere huiseigenaren. Een jaar later is deze in verband met de vernieuwde subsidieregeling herzien in de vorm van een informatieblad (juli 1999). In zowel lokale, regionale als landelijke kranten zijn artikelen en persberichten over het onderwerp verschenen. Vooral in het jaar 1998 is veel sprake geweest van communicatie over lood in drinkwater. Het onderwerp is ook via de televisie en de radio aan bod gekomen. Op de internetsite van VROM staat informatie en bij vragen kan men bellen naar een publieksnummer.

Met bovengenoemde middelen heeft VROM vooral het algemene publiek bereikt, niet de specifieke doelgroep. Om die laatste te bereiken zijn intermediaire organisaties ingeschakeld, waaronder de organisaties die al aan het overleg in de projectgroep hadden deelgenomen. De overige intermediaire organisaties zijn aangeschreven en werden gevraagd informatie over lood in drinkwater te verspreiden onder hun doelgroepen. In de brief werd het probleem uitgelegd, gewezen op de folder en gevraagd of men aandacht aan het probleem wil geven met de middelen die men beschikbaar heeft en of men voorlichting wil geven aan de achterban. Ten behoeve van de intermediaire organisaties was ook een 'vraag- en antwoordlijst' bijgesloten waarmee de organisatie eventuele vragen vanuit het publiek zou kunnen beantwoorden.

### **Intermediaire kaders bij de overheidscommunicatie**

De Commissie Toekomst Overheidscommunicatie (2001, p. 43) stelt dat de rijksoverheid meer en meer samenwerkt met intermediaire organisaties. Door de toenemende individualisering zal de samenwerking met gemeentes en het maatschappelijke middenveld (NGO's, etc.) steeds noodzakelijker worden. Een grotere gerichte inzet van intermediaire en andere, dicht bij

de doelgroep staande, organisaties zal de effectiviteit van de informatie-overdracht bevorderen.

### *Achterliggende overwegingen*

De keuze voor het werken via intermediaire kaders is onder meer ingegeven door de constatering dat overheidscommunicatie vaak grote groepen van de Nederlandse bevolking niet bereikt. Dit kan komen doordat tussen burgers en overheid een afstand bestaat, niet alleen bij de totstandkoming van het beleid, maar ook bij de uitvoering er van. De grote afstand tussen overheid en burger en daarmee de indirectheid van de communicatie wordt gezien als een kenmerk van het politieke systeem. Dit wordt onder meer toegeschreven aan de omvang van de doelgroep (Daemen & Thomassen, 1993). De afstand tussen intermediairen en de doelgroep is kleiner dan de afstand tussen rijksoverheid en doelgroep en om die reden zou de communicatie van intermediairen de burger beter kunnen bereiken.

Een tweede overweging voor de overheid om met intermediaire organisaties te werken, is dat deze organisaties mogelijk meer vertrouwen genieten bij de burger dan de overheid. Mogelijkerwijs is dit evenredig aan de gepercipieerde afstand tussen burger en respectievelijk intermediair of overheid. Vertrouwen is van belang voor het welslagen van het communicatieproces (zie onder meer Gutteling & Wiegman, 1996; Gutteling, 1999). Een risico als de loodconcentratie in drinkwater kan men niet via de zintuigen vaststellen, en de burger ontbeert over het algemeen kennis van zaken om 'op eigen kracht' tot een oordeel te komen. Onder die omstandigheden is vertrouwen in de communicerende organisatie essentieel.

Een derde overweging is dat intermediaire organisaties, meer dan de landelijke overheid, de burger de mogelijkheid zouden kunnen bieden voor tweezijdige communicatie. Hierdoor zou de gebruikswaarde voor de burger aanzienlijk kunnen toenemen. Juist op het terrein van de communicatie over risico's wordt steeds meer onderschreven dat een tweezijdige aanpak de voorkeur verdient boven de meer traditionele, eenzijdige benadering waarbij de overheid als zender fungeert en boodschappen uitzendt naar de burger die als relatief passief wordt gezien (Gutteling, 1999; Gurabardhi & Gutteling, 2001).

### *De rol van intermediairen in het communicatieproces*

De vraag is hoe de verschillende actoren uit het plan van aanpak van VROM aankijken tegen de eigen rol in het communicatieproces over lood in drinkwater. Men zou de eigen rol vanuit een relatief passieve doorgeef- of distributiefunctie kunnen duiden: de lood-in-drinkwaterboodschap wordt dan door de intermediair aan het publiek doorgegeven (Van Riel, 1986). Uit de studies van Den Boer (1992) en Boer et al. (1990) blijkt echter dat veel organisaties niet alleen maar als distributiekanaal van de overheidscommunicatie willen dienen. Dit duidt erop dat intermediaire kaders voor zichzelf een actievere, zelfstandiger rol zien weggelegd: de door de overheid verstrekte informatie wordt ten behoeve van hun cliënten verwerkt en beoordeeld, bijvoorbeeld op basis van de inschatting van de organisatie over de informatiebehoefte van de uiteindelijke doelgroep. Een organisatie kan een aangeboden boodschap vanuit haar eigen doelstellingen beoordelen op relevante



aspecten, en bijvoorbeeld besluiten er geen verdere bekendheid aan te geven. Een andere mogelijkheid is dat men besluit de informatie aan te passen of te wijzigen. Dit kan dan tot uiting komen in de ontwikkeling van eigen communicatiemiddelen.

#### *Welke factoren bepalen of intermediaire organisaties meewerken aan overheidscommunicatie?*

Van Riel (1986) bestudeerde de kenmerken van organisaties die een intermediaire rol tussen centrale overheid en haar doelgroepen kunnen vervullen, en concludeerde dat de bereidheid in belangrijke mate afhangt van het takenpakket van de organisatie. Daarnaast spelen de volgende kenmerken ook een rol: de houding ten opzichte van de overheid, de inpasbaarheid van het onderwerp in relatie tot de doelstelling van de organisatie, het zich bewust zijn van het hebben van een communicatietaak en de inschatting van de eigen mogelijkheden op communicatiegebied. Bovendien is uit het onderzoek gebleken dat organisaties alleen bereid zullen zijn als intermediair te functioneren indien zij daar zelf profijt van te verwachten hebben, bijvoorbeeld omdat zij daardoor hun eigen doelstellingen beter kunnen realiseren.

Vellekoop & Van Nes (1997) bepleiten dan ook dat intermediairen betrokken zouden moeten zijn bij (de ontwikkeling van) het beleid. Dit zou een positieve invloed hebben op het draagvlak voor het te communiceren beleid bij de intermediair. Eigenlijk kan men niet volstaan met een schriftelijk verzoek tot distributie. Uit een peiling onder enkele voorlichtingsafdelingen van gemeentelijke diensten in Den Haag bijvoorbeeld, is gebleken dat zij wel voor de distributie worden ingeschakeld door verschillende departementen, maar pas als de campagne en het materiaal al klaar zijn (Smithuis, 1993). Het gevolg is een vorm van weerstand: wie niet betrokken is geweest bij de opzet, gelooft minder in het product. Bovendien is geconstateerd dat de campagne vaak niet aansluit bij eigen activiteiten van de voorlichtingsafdelingen op hetzelfde gebied (Smithuis, 1993). Volgens Van Riel (1986) neemt de zinvolheid van de methode in veel gevallen toe als het meer omvat dan alleen het benutten van intermediaire kaders voor het distribueren van het eigen voorlichtingsmateriaal.

#### *Onderzoeksvragen*

Het onderzoek dat hier gerapporteerd wordt, wil in eerste instantie in kaart brengen hoe de intermediaire organisaties omgaan met hun rol in het communicatieproces over lood in drinkwater. De eerste onderzoeksvraag luidt dan ook:

- 1 Hoe heeft de communicatie over lood in drinkwater via intermediaire organisaties plaatsgevonden?

Meer specifiek zullen we bij deze onderzoeksvraag ingaan op de volgende aspecten: Welke organisaties hebben op welke wijze en met welke middelen informatie verstrekt aan hun doelgroepen? Welke prioriteiten stelden de organisaties en hoe pasten ze de communicatie in in hun beleid? Vond er deskundigheidsbevordering en onderlinge samenwerking plaats? En ten slotte: Was er respons uit de samenleving en hoe gingen de organisaties daarmee om?

Omdat het daarnaast evenzeer van belang is om vast te stellen of de informatie bij de uiteindelijke doelgroepen van het lood-in-drinkwaterbeleid is aangekomen, luidt de tweede onderzoeksvraag:

2 In welke mate is de uiteindelijke doelgroep (ouders/verzorgers van zuigelingen) in aanraking gekomen met informatie over lood in drinkwater, in welke mate is dit toe te schrijven aan de intermediaire organisaties en droeg dit bij aan de kennis en risicobewustzijn bij de doelgroep?

Meer specifiek gaan we bij deze onderzoeksvraag in op aspecten als: In hoeverre is de doelgroep tevreden met de beschikbare informatie over lood in drinkwater? In welke mate maakt men zich zorgen over lood in drinkwater? Via welke bronnen of organisaties ontving men informatie over lood in drinkwater, adviezen over het vervangen van loden waterleidingen of het gebruik van flessenwater?

### Methode

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen zijn verschillende methoden gebruikt (zie ook Harmsen, 2001). Inzicht in het communicatieproces (onderzoeksvraag 1) is verkregen door een reeks semi-gestructureerde face-to-face-interviews met vertegenwoordigers van intermediaire organisaties op landelijk, regionaal en lokaal niveau. In deze studie richten we ons zo veel mogelijk op de koepelorganisaties. Voor nadere details over de opzet en uitvoering van de interviews verwijzen we naar Harmsen (2001). De intermediaire organisaties werden geselecteerd vanwege hun relevantie voor de lood-in-drinkwaterproblematiek. In de interviews werden de volgende aspecten geïnventariseerd (conform Den Boer, 1992).

- *Motivationale* factoren: dit zijn factoren die invloed kunnen hebben op de bereidheid van intermediaire organisaties om ondersteuning te bieden. Het omvat de variabelen kennis, attitude, normen en waarden.
- *Voorwaardelijke* factoren: hierbij gaat het om de middelen en vaardigheden die de intermediaire organisaties ter beschikking staan bij het ondersteuningsproces. Naarmate deze middelen en vaardigheden in sterkere mate aanwezig zijn, wordt de kans groter dat de organisaties bereid zullen zijn ondersteuning te bieden.
- *Versterkende* factoren: deze factoren moeten worden gezocht in de stimulering en ondersteuning door derden. Hieronder vallen de variabelen deskundigheidsbevordering, samenwerking, stimulering en omgeving.

Ter beantwoording van onderzoeksvraag 2 zijn gestructureerde, telefonische interviews gehouden (zie ook Woudenberg et al., 2001). Het onderzoek is uitgevoerd onder twee groepen: mensen die vanaf 1 juli 1997 een kind tot 1 jaar hebben verzorgd en mensen die in deze periode geen kinderen tot 1 jaar hebben verzorgd. Deze laatste groep fungeert als een referentiegroep, waarvan de verwachting is dat ze niet specifiek op zoek waren naar informatie over lood in drinkwater. Het uitgangspunt was een groep van 600 verzorgers en een groep van 100 niet-verzorgers te ondervragen, waarvan de helft in stedelijk gebied (regio Den Haag) en de andere helft in landelijk gebied (regio's Kampen en Zutphen met omliggende kernen). Een databestand van een luiersfabrikant is gebruikt voor de selectie van verzorgers. De niet-verzorgers zijn vervolgens, via een random trekking uit het

telefoonboek, in dezelfde postcodegebieden geselecteerd als de verzorgers. De gebieden zijn geselecteerd op grond van de relatief veelvuldige aanwezigheid van loden binnenleidingen en de indruk dat op deze locaties redelijk tot veel aandacht is besteed aan het probleem van lood in drinkwater door gemeenten en intermediaire organisaties. De vragenlijst bevatte onder meer vragen naar de omvang en de tevredenheid van de informatievoorziening via intermediaire organisaties over lood in drinkwater, en naar de mate waarin men zich zorgen maakte over lood in drinkwater. Voor nadere details over de opzet en uitvoering van de telefonische interviews verwijzen we naar Woudenberg et al. (2001).

## Resultaten van de interviews met intermediaire organisaties

### *Respondenten*

Er zijn veertien intermediaire organisaties geïdentificeerd die vanwege hun reguliere activiteiten een rol zouden kunnen spelen bij de communicatie over lood in drinkwater. Met al deze organisaties is contact geweest, maar slechts met zeven organisaties is uitgebreid gesproken: Vereniging Exploitanten Waterleidingbedrijven in Nederland (VEWIN), Vereniging Eigen Huis (VEH), de overkoepelende organisatie van woningbouwcorporaties AEDS, Landelijk Centrum Ouder- en Kindzorg (LCOKZ), Gemeentelijke Gezondheidsdienst/Medische Milieukunde (GGD/MMK), Stichting Loodsanering Drinkwaterinstallaties in Nederland (SLDN) en de Consumentenbond. Wat betreft de GGD gaat het niet om een landelijke organisatie maar om een regionale, te weten Arnhem, als representant van de GGD's.<sup>1</sup> De Stichting Loodsanering is de enige organisatie die financieel ondersteund wordt door VROM.

De zeven organisaties die om uiteenlopende redenen geen medewerking aan de interviews verleenden zijn: Het Nederlands Huisartsen Genootschap (NHG), de Landelijke Huisartsen Vereniging (LHV), de Vereniging van Nederlandse Installateurs (VNI), de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG), de Koninklijke Nederlandse Organisatie van Verloskundigen (KNOV), de Landelijke Vereniging voor de Thuiszorg (LVT) en ten slotte de Nederlandse Vereniging voor Kindergeneeskunde (NVK). Geen van deze organisaties gaf aan specifieke eigen activiteiten in het kader van de communicatie over lood in drinkwater te hebben uitgevoerd, in de meeste gevallen omdat men communiceren over lood in drinkwater niet tot de eigen werkzaamheden rekende. VNG en KNOV deden om organisatorische redenen niets aan de loodcommunicatie. LVT werkt nauw samen met LCOKZ.

### *De inzet van de intermediaire kaders bij de loodvoorlichting*

De zeven organisaties met wie uitgebreid is gesproken, hebben alle gehoor gegeven aan het verzoek van VROM voorlichting te geven. Vrijwel alle organisaties worden wel vaker benaderd om als intermediair op te treden. Van de zeven organisaties waren er vijf al met het onderwerp lood in drinkwater bezig voordat het verzoek van VROM kwam. Dit waren de VEWIN, Stichting Loodsanering, Consumentenbond, GGD en de AEDS. Voor deze organisaties was vooral de WHO-beslissing uit 1995 om de norm voor lood in drinkwater te verlagen de reden om met de communicatie te beginnen. Bij AEDS

speelde voorts mee dat de aangesloten woningcorporaties tot doel hebben woningen te verhuren die gezond en betaalbaar zijn. De consumentenbond noemde verder de subsidiemogelijkheid voor loodsanering als reden. VEH noemde als reden dat dit onderwerp paste binnen de doelstelling om de leden zo goed mogelijk te informeren over alles wat met de eigen woning te maken heeft. LCOKZ kwam in actie vanwege het gesignaleerde gezondheidsprobleem. Deze organisatie gaf aan vaak samen te werken met het Ministerie van vws. Daarbij is sprake van een proces waarin van tevoren al overleg is geweest over het onderwerp, terwijl verzoeken vanuit andere ministeries meestal rechtstreeks worden gedaan zonder enige vorm van overleg. Hierdoor kan het voorkomen dat de informatie die men vanuit een ander ministerie krijgt incompleet of minder bruikbaar is. Door het overleg met het Ministerie van vws is de informatie goed voorbereid en zijn er duidelijke afspraken over de aanpak. LCOKZ heeft met het Ministerie van vrom weinig contact.

Als relevante organisaties voor de communicatie over lood in drinkwater worden organisaties vanuit de gezondheidszorg genoemd, zoals huisartsen, consultatiebureaus, GGD's en gynaecologen. Verder worden de VEWIN, VEH, woningbouwcorporaties, gemeenten en de VNI als relevant gezien.

#### *Prioriteitstelling lood in drinkwater en inpassing in beleid organisatie*

Alle zeven actieve organisaties vinden het belangrijk om met hun doelgroepen over gezondheidsvraagstukken te communiceren, en om die reden ook over lood in drinkwater. Gebruikte argumenten zijn onder meer: het recht op deze informatie om zelf keuzes te kunnen maken, het bevorderen van het besef dat loden waterleidingen moeten worden gesaneerd, en de aanwezige gezondheidsrisico's bij heel jonge kinderen. Wat betreft de ernst van het probleem maken vrijwel alle organisaties ook kanttekeningen. Door de saneringsoperatie neemt het aantal woningen met loden waterleidingen af en daardoor ook de omvang van de risicogroep (zuigelingen). Bovendien zijn er in Nederland geen acute ziektegevallen bekend door lood in drinkwater en de mogelijke cognitieve langetermijneffecten zijn moeilijk te meten. Wat betreft de prioriteit van het loodprobleem geven sommige organisaties dan ook aan dat er wel ernstiger problemen zijn (bijvoorbeeld legionella), en dat de acuutheid en de ernst van de gezondheidseffecten de inspanningen van de eigen organisatie bepalen. In dat opzicht is lood in drinkwater binnen het gebied van milieu en gezondheid een relatief klein probleem.

Bij enkele organisaties heeft het onderwerp een plaats gekregen in het communicatiebeleid en werden activiteiten gefinancierd uit het reguliere communicatiebudget. Hiervoor werden doelstellingen geformuleerd, zoals het zo goed mogelijk willen informeren van de consument (Consumentenbond) of de achterban (VEWIN, VEH, AEDS) over lood in drinkwater en het doorgaan met de communicatie over lood in drinkwater tot alle woningen met loden leidingen zijn gesaneerd (SLDN). De andere organisaties gaven aan geen vast omschreven communicatiebeleid of budget voor communicatieactiviteiten te hebben. Tabel 1 bevat de communicatiemiddelen die de intermediaire organisaties hebben ingezet, evenals de doelgroepen waarop de communicatie zich richtte.

**Tabel 1**  
Middelen ingezet door  
intermediaire organisaties  
bij de communicatie over  
lood in drinkwater, gericht  
op specifieke doelgroepen

organisatie	middelen op eigen initiatief	doelgroep	periode
VEWIN	informatieblad <i>Lood in drinkwater</i> (meermalen herzien) artikelen in <i>Waterkrant</i> persbericht internetsite advertentie in <i>Campagneboek</i> informatie in <i>Wegwijzer drinkwaterkwaliteit</i>	consument (huis-aan-huis)  publiek achterban (waterleidingbedrijven) en andere intermediaire organisaties	vanaf 1995
SLDN	folder publicaties/artikelen (o.m. <i>Waterkrant</i> ) telefoonnummer (gratis) nieuwsbrief	ouders van zuigelingen en huiseigenaren  publiek installateurs (ongeveer 5000)	vanaf 1994
LCOKZ	mailing/brief (met folder VROM) onderwerp in boek <i>Voedingsadvisering bij jonge kinderen</i>	achterban (jeugdgezondheidszorginstellingen)	1998
Consumentenbond	artikelen in <i>Consumentengids</i> (2x) ledenservice (voor vragen)	leden (630.000 consumenten)	1997-1998
VEH	artikelen in <i>Woonconsument</i> (6x) internetsite informatie in aankoopkeuringsrapport boekjes over verbouwen woningen telefonische adviseurs	leden (600.000 huiseigenaren)	vanaf 1997
AEDES	informatie in <i>Beleidssignalen</i> , corporatie-informatie, publicaties	achterban (woningbouwcorporaties)	vanaf 1998
GGD/MMK	folder (1997, herzien in 1999) brief	achterban (huisartsen, kruisverenigingen)	1997

### *Deskundigheidsbevordering, samenwerking en respons uit de samenleving*

Alle respondenten gaven te kennen dat binnen de eigen organisatie voldoende kennis aanwezig was om te kunnen communiceren over lood in drinkwater. Alleen LCOKZ had specifiekere informatie willen hebben over het aantal woningen waar nog loden leidingen liggen en de locaties, om gericht te kunnen adviseren. Wat betreft de medische aspecten hebben de organisaties, die daarin niet gespecialiseerd zijn, zich beperkt tot de informatie die men vanuit VROM heeft gekregen.

Er is geen sprake geweest van deskundigheidsbevordering bij de intermediaire organisaties. Vanuit VROM achtte men dat niet nodig gezien de duidelijke en eenvoudige boodschap. Over het algemeen zijn er binnen de organisaties enkele mensen met het onderwerp bezig (geweest), voornamelijk beleidsmedewerkers en communicatieadviseurs.

Van samenwerking tussen de intermediaire organisaties is vooral sprake geweest binnen de projectgroep 'lood in drinkwater'. Die projectgroep had regelmatig overleg, vooral in de beginperiode. De intermediaire organisaties percipieerden dit als een actief en constructief overleg, waarbij de regie in handen was van VROM en waarbij de organisaties wensen en mogelijkheden konden aangeven. Vanuit VROM werden verzoeken aan deze partijen gedaan. Tijdens de vergaderingen konden de partijen commentaar en suggesties geven op conceptstukken, zoals de folder van VROM. Andere onderwerpen die aan bod kwamen, waren de stand van zaken rond de communicatie, de aanmaak van communicatiemiddelen, de wijze waarop de doelgroep het beste kon worden bereikt, de rol van de verschillende deelnemers, de financiële aspecten, de leeftijdsgrens van zuigelingen, de risico's, de ernst van het probleem en de aanwezigheid van gegevens over het aantal woningen met loden leidingen en de locaties. Afhankelijk van de materie kiezen de meeste organisaties wel voor samenwerking, bijvoorbeeld wanneer binnen een organisatie een specifieke discipline niet aanwezig is.

De geïnterviewde koepelorganisaties hebben vanuit het publiek vrijwel geen vragen gekregen, met uitzondering van de Stichting Loodsanering. Deze organisatie wordt voornamelijk benaderd met vragen over de gevaren van lood als motivatie om een verbouwing uit te voeren (sanering). Dit geldt zowel voor de periode voordat VROM met het verzoek kwam, als voor de periode daarna. De koepelorganisaties hebben geen manier om vragen vanuit het publiek systematisch te monitoren, en informeren daar ook niet systematisch naar bij aangesloten organisaties of ondernemers. De meeste organisaties gaven aan bij vragen over lood in drinkwater in relatie tot de gezondheid door te verwijzen naar VROM.

### **Resultaten van de interviews met ouders/verzorgers**

#### *Respondenten*

Eind oktober 2000 zijn in totaal 916 verzorgers bereikt, waarvan er 618 (respons is daarmee 67%) meewerkten. Van deze groep gaven 588 personen (64% van het totaal) aan na 1 juli 1997 kinderen tot 1 jaar te hebben verzorgd. Er zijn in een afzonderlijke interviewronde begin november 2000, 168 niet-verzorgers bereikt, waarvan er 118 (respons is daarmee 70%) meewerkten en waarvan 102 personen (61% van het totaal) voldeden

aan het selectie criterium: geen kinderen tot 1 jaar verzorgd na 1 juli 1997.<sup>2</sup> De twee steekproeven verschilden niet beduidend in responspercentage en het percentage 'bruikbare' respondenten. Ook de man/vrouw-verhouding is in beide groepen ongeveer gelijk (ca. twee derde vrouw). De niet-verzorgers zijn gemiddeld ouder (46,4 jaar vs. 34,5 jaar voor de verzorgers). Ook wat betreft opleidingsniveau (lager ca. 12%, gemiddeld ca. 27%, hoger ca. 55%), eigendom van de woning (ca. 12% huurhuis, rest koopwoning) en nationaliteit (90% Nederlandse nationaliteit, 10% overig) ontlopen beide groepen elkaar weinig. Verzorgers wonen wel vaker in woningen gebouwd na 1960 (49% versus 18% voor niet-verzorgers) en minder in woningen van voor 1945 (45% versus 73% voor niet-verzorgers). Door de gehanteerde selectiecriteria zijn beide steekproeven niet representatief voor de gehele bevolking. De kans op loden drinkwaterleidingen en de kans op informatie daarover zijn groter dan in de Nederlandse populatie als geheel. De analyses zijn gebaseerd op de groepen van 588 verzorgers en 102 niet-verzorgers of delen daarvan. Van de verzorgers had 18% een woning met loden waterleidingen en 60% niet. Van de niet-verzorgers woonde 27% in een woning met loden waterleidingen en 53% niet. De rest van beide groepen wist het niet of wilde niet antwoorden.

#### *Tevredenheid met de communicatie*

Van de 588 verzorgers uit de steekproef verzorgers noemde 12% spontaan lood als mogelijk drinkwaterprobleem. In de groep van niet-verzorgers was dit 6%. Andere problemen die werden genoemd zijn asbest, nitraat en metalen, hard water, gif. Een enkeling noemde legionella. De meerderheid van de respondenten gaf aan de hoeveelheid ontvangen informatie als onvoldoende of sterk onvoldoende te beoordelen. Van de verzorgers is dit maar liefst twee derde. Ongeveer 18% van de verzorgers toont zich tevreden. Op de vraag of mensen zelf naar informatie over lood in drinkwater hadden gezocht, gaf ongeveer 5% van de respondenten aan dat wel eens (vrijwel zonder uitzondering met succes) te hebben gedaan.

#### *Mate van zorgen*

Als antwoord op de vraag in welke mate men zich zorgen maakte over lood in drinkwater, gaf gemiddeld 11% van de verzorgers die van het probleem hadden gehoord, aan zeer bezorgd of bezorgd te zijn. Het percentage (zeer) bezorgden is ongeveer gelijk bij verzorgers en niet-verzorgers, maar de groep niet-verzorgers heeft een zeer hoog percentage mensen dat (helemaal) niet bezorgd is. Van de verzorgers gaf 66% aan niet bezorgd te zijn.

#### *Informatievoorziening via intermediaire organisaties*

Tabel 2 geeft de resultaten op de vraag via welke bron of organisatie men op de hoogte kwam van het lood-in-drinkwaterprobleem (van de respondenten die zeiden op de hoogte te zijn van het probleem). Ongeveer 60% van de verzorgers werd via de media op de hoogte gesteld van het probleem en 19% via een intermediaire organisatie. Aan dezelfde groep van mensen die het loodprobleem kenden, werd de vraag voorgelegd waarom lood in drinkwater een probleem is. Van de verzorgers identificeerde 8% zuigelingen



met flesvoeding correct als probleem, bij de niet-verzorgers lag dit percentage op 2%. Het merendeel van de resterende respondenten gaf als (onjuist) antwoord: gezondheidsrisico's voor alle mensen die het water drinken.

**Tabel 2**  
Informatiebronnen  
genoemd door responden-  
ten die het loodprobleem  
kennen, in %

	verzorgers (n = 446)	niet-verzorgers (n = 84)
totaal intermediaire organisaties, waarvan:	19	22
consultatiebureau	3	0
kraamzorg	1	0
verloskundige	2	0
GGD	0	3
drinkwaterbedrijf	3	8
huiseigenaar (woningbouw)	3	5
gemeente	7	6
media (krant/tv/radio/tijdschrift)	59	69
familie/directe omgeving	22	10

Vervolgens werd de respondenten die bekend waren met het loodprobleem gevraagd hoe het probleem van lood in drinkwater valt op te lossen. Van de verzorgers gaf 55% het vervangen van de loden leidingen als oplossing, bij de niet-verzorgers was dit beduidend meer, zo'n 69%. Oplossingen als: flessenwater voor iedereen, flessenwater voor zuigelingen, water koken (onjuist antwoord!), kraanwater 's ochtends of altijd doorspoelen werden elk door slechts enkelen genoemd.

Sommige ondervraagden gaven aan specifieke adviezen te hebben gekregen over het vervangen van de loden leidingen of om voor zuigelingen flessenwater te gebruiken in plaats van kraanwater. Tabel 3 vat de resultaten samen van de inventarisatie van de bronnen of organisaties die aan de basis stonden van deze adviezen. Van de verzorgers die een advies ontvingen om leidingen te vervangen ( $n = 106$ ), ontving 31% dit van een intermediaire organisatie. Vrijwel iedereen achtte het een verstandig of zeer verstandig advies. Ruim 60% van de verzorgers die leidingen had laten vervangen, ontving echter in het geheel geen advies.

Aan de verzorgers is ten slotte gevraagd of men een advies heeft gehad om flessenwater te gebruiken voor de flesvoeding (eveneens tabel 3). Dit was bij 195 respondenten het geval. Ongeveer 23% noemde een intermediaire organisatie als bron van het advies.

## Discussie en conclusies

Lood in drinkwater is wellicht niet een probleem dat door velen als urgent wordt beleefd, ook niet door de primaire doelgroep van dit onderzoek: ouders met heel jonge kinderen. Slechts 11% van de ondervraagde verzorgers maakt zich hierover zorgen. Het lood-in-drinkwaterprobleem wordt in

Tabel 3

Genoemde bronnen van advies ter vervanging loden leidingen en het advies aan verzorgenden voor het gebruik van flessenwater, in % (meerdere antwoorden mogelijk), door respondenten die het betreffende advies kregen

	kreeg advies loden leidingen te vervangen		kreeg advies flessenwater te gebruiken
	verzorgers (n = 106)	niet-verzorgers (n = 28)	verzorgers (n = 195)
totaal intermediaire organisaties, waarvan:	31	25	23
consultatiebureau	4	0	14
kraamzorg	2	0	5
GGD	2	7	0
drinkwaterbedrijf	5	4	0
loodgieter/installateur	12	7	0
gemeente	6	7	0
verloskundige	0	0	3
huisarts	0	0	1
media (krant/tv/radio/tijdschrift)	3	0	6
familie of directe sociale omgeving	5	0	6
andere bron	1	7	3
geen advies ontvangen	61	68	63

rap tempo opgelost door sloop en renovatie van het aantal woningen met loden leidingen. Zonder aanvullende maatregelen zijn er in 2005 naar schatting toch nog circa 40.000 particuliere woningen met loden binnenleidingen, veel meer dan de initiële beleidsdoelstellingen voorzagen. Dus ook in 2005 en daarna krijgen zuigelingen nog flesvoeding die is aangeemaakt met loodhoudend kraanwater. Een bijkomend aspect van het loodprobleem is dat het betrekking heeft op mensen die nu zwanger zijn of een zuigeling hebben. Dat betekent dat ze nu tot de doelgroep voor de communicatie behoren, maar wellicht twee jaar geleden nog niet. Het is niet denkbeeldig dat men zich toen nog niet aangesproken voelde en met de communicatie niets deed. De noodzaak om aandacht te besteden aan het probleem van lood in drinkwater blijft dus om verschillende redenen bestaan (Woudenberg et al., 2001).

Uit dit onderzoek onder verzorgers van zuigelingen bleek dat veel mensen behoefte hebben aan meer informatie over lood in drinkwater. Ongeveer twee derde van de respondenten vindt dat ze onvoldoende zijn geïnformeerd. Meer informatie leidt waarschijnlijk tot meer risicobewustzijn en bezorgdheid en op grond daarvan wellicht tot voldoende motivatie bij de burger om het probleem zelf aan te pakken via verbouwing of sanering. Het subsidiebeleid kan de burger helpen deze motivatie om te zetten in daden. Uit onze interviewgegevens komt naar voren dat minder dan 10% spontaan lood als drinkwaterprobleem noemt. Na doorvragen blijkt dat driekwart van de verzorgers wel eens van het probleem had gehoord.

De overheid koos bij het lood-in-drinkwaterprobleem voor een aanpak waarbij intermediaire organisaties (de gezondheidssector, installateurs, drinkwaterbedrijven, etc.) zouden worden ingezet om de boodschap van probleemurgentie bij de uiteindelijke doelgroep te bezorgen. Deze organisaties staan dicht bij de burger, worden wellicht meer vertrouwd dan de

'verre' overheid en zijn om die reden wellicht effectiever dan de rijksoverheid zelf (Commissie Toekomst Overheidscommunicatie, 2001). Uit onze studie blijkt dat er wat betreft een risico-onderwerp als lood in drinkwater, nog wel wat haken en ogen zitten aan het inzetten van dergelijke organisaties, die we hier op een rijtje zetten.

De intermediaire organisaties hebben, zo blijkt uit de resultaten van dit onderzoek, qua bereik een relatief geringe impact. Dit blijkt onder andere uit het geringe percentage respondenten (uit de doelgroep verzorgenden van heel jonge kinderen) dat van het loodprobleem heeft gehoord, bijna evenveel als via familieleden en kennissen. De meerderheid kent het probleem uit de media. We moeten hierbij wel enige kanttekeningen maken. Het is mogelijk dat een gedeelte van de media-aandacht, bijvoorbeeld een krantenartikel of tv-programma, die men zich meent te herinneren, is toe te schrijven aan activiteiten van intermediaire organisaties. Verder hebben we in dit onderzoek niet specifiek aan de respondenten gevraagd of ze van het lood in drinkwater op de hoogte waren gesteld via publicaties van intermediaire organisaties als de *Consumentengids* (van de Consumentenbond) of de *Woonconsument* (van VEH). Dit kan ertoe leiden dat de inbreng van deze organisaties wordt onderschat en de betekenis van de media overschat. Er waren overigens geen respondenten die spontaan deze periodieken noemden als bron van informatie. Een derde kanttekening is dat er bij sommige verzorgers een relatief lange tijd kan zijn verstreken tussen het begin van de criteriumperiode voor de kinderverzorging (criterium was: na 1 juli 1997) en het moment van het telefonische interview (najaar 2000). Maximaal kan deze periode 40 maanden bestrijken. Het is voorstelbaar dat men zich in een dergelijke situatie wellicht niet meer correct kan herinneren of men advies of informatie heeft gehad en van wie dergelijke informatie dan afkomstig was. Uiteraard geldt deze maximale periode niet voor alle respondenten. Vervolgonderzoek zou op dit aspect nader inzicht moeten verschaffen.

Uit de inventarisatie van de communicatieactiviteiten van de intermediaire organisaties komt een gemengd beeld naar voren. Sommige organisaties richtten zich voornamelijk op de eigen achterban, andere direct op het algemene publiek. Alleen de Stichting Loodsanering en de GGD Arnhem ontwikkelden een folder die specifiek op de ouders van zuigelingen was gericht. De folder van de GGD werd echter verspreid via huisartsen en kruisverenigingen. De conclusie lijkt gewettigd dat de meeste informatie op ruimer gedefinieerde doelgroepen (alle huishoudens, consumenten, huiseigenaren) werd losgelaten dan de uiteindelijke doelgroep ouders van jonge kinderen. Dit constateerden we ook al eerder ten aanzien van de communicatieactiviteiten die VROM zelf ontwikkelde (folder, informatieblad, persberichten, free publicity). De vraag is of deze manier van communiceren in overeenstemming is met het advies van de Gezondheidsraad om panden met loden leidingen te identificeren en de bewoners te voorzien van specifieke informatie met als doel om de risico's van loodblootstelling te beperken. Dit suggereert een actievere benadering van bewoners van woningen met loden drinkwaterleidingen met een duidelijk gedragsdoel. In het kader van dit onderzoek is het echter van meer belang of we het relatief geringe bereik van de intermediaire organisaties kunnen begrijpen.

Deze studie levert indicaties op dat hiervoor moet worden gezocht in de aansturing van de organisaties door de rijksoverheid, de mate waarin er bij de organisaties draagvlak bestaat voor de uit te voeren communicatie in het kader van hun bestaande communicatiebeleid, en het inhoudelijke draagvlak voor de (risico)thematiek.

In het kader van de loodcommunicatie richtte de rijksoverheid zich voornamelijk op de koepelorganisaties. Dit betekent dat als deze koepels weinig of geen heil zien in de communicatie over een onderwerp als lood in drinkwater, en besluiten om niet veel actie te ondernemen, de aangesloten organisaties onvoldoende worden geïnformeerd. Koepelorganisaties zijn ook zelden op de hoogte van de (communicatieve) activiteiten van de aangesloten organisaties, omdat er niet op een systematische wijze wordt gemonitord en er door de aangesloten organisaties amper systematisch wordt teruggekoppeld. Het is dan ook niet verwonderlijk dat onbekend is of de informatie de uiteindelijke doelgroepen bereikt of niet.

Omdat ook de initiërende rijksoverheid niet systematisch bij de intermediaire organisaties monstert en evalueert of de intermediaire organisaties iets met het initiële verzoek doen, blijft veel duister. Ander nadeel van het ontbreken van systematische monitoring is dat er ook geen mogelijkheden zijn om 'bij te sturen'. Dat is met betrekking tot het lood-in-drinkwaterprobleem dan ook nauwelijks gebeurd. Bij de loodcommunicatie deed zich het aanvullende probleem voor dat veel van de intermediaire organisaties op het gebied van de gezondheidszorg beter bekend zijn met het Ministerie van VWS, dan met VROM. Een organisatie als het LCOKZ gaf aan dat door het nauwe overleg van het Ministerie van VWS met de intermediaire organisaties, de informatie goed voorbereid is en er duidelijke afspraken worden gemaakt over de aanpak.

Bij de campagne 'lood in drinkwater' heeft de overheid enkele organisaties bij de projectgroep voor het opstellen van het plan van aanpak betrokken, de overige organisaties zijn alleen aangeschreven met de vraag informatie te verstrekken aan de eigen achterban. Het deelnemen aan een dergelijke projectgroep biedt maatschappelijke organisaties de kans een bijdrage te leveren aan de vormgeving van het beleid en de communicatie daarover met de burger. Zodoende kunnen ze hun eigen activiteiten richting burger verder profileren (zie ook Van Riel, 1986).

Het overleg met diverse partijen kan voorts een bijdrage leveren aan de kwaliteit van de informatie en de communicatie. Wanneer er meerdere partijen bij betrokken zijn, heb je te maken met verschillende belangen – van verschillen in informatiebehoefte tussen de intermediaire organisaties, onder meer ten gevolge van de aan- of afwezigheid van bepaalde expertise – en verschillende werkwijzen. Tevens kunnen de mogelijkheden van de verschillende partijen worden aangekaart en kunnen goede afspraken worden gemaakt. In een dergelijke situatie is draagvlak aanwezig wat betreft het functioneren als intermediair. Dit draagvlak is wellicht veel minder bij de organisaties die uitsluitend worden aangesproken ten behoeve van de distributiefunctie.

De intermediaire organisaties die zijn benaderd om over lood in drinkwater te communiceren, deden dat voornamelijk als distributeur. Sommige organisaties verspreidden de folders van VROM onder de doelgroepen of attenderden hen erop. Andere organisaties maakten gebruik van de com-

municatiemiddelen en -kanalen die men al ter beschikking had, zoals nieuwsbrieven, ledenkranten en internet. Slechts in enkele gevallen is speciaal ten behoeve van het onderwerp materiaal ontwikkeld, zoals een folder, waardoor men de kans kreeg een eigen interpretatie aan de boodschap te geven. Overigens is uit onze resultaten niet het beeld ontstaan dat de intermediaire organisaties die deelnamen aan het overleg met VROM (LCOKZ, GGD, AEDES) een beter bereik hadden bij de uiteindelijke doelgroep dan de overige organisaties (VEWIN, VEH, Consumentenbond, SLDN).

Naast het draagvlak voor de rol van intermediair, moet er bij de maatschappelijke organisaties ook draagvlak zijn voor de inhoud van de communicatie (zie ook Vellekoop & Van Nes, 1997). Wat dit betreft deed zich met betrekking tot de loodproblematiek de opmerkelijke situatie voor dat een aantal organisaties al met het onderwerp bezig was, voordat VROM het verzoek indiende om voorlichting over lood in drinkwater te geven. Hoewel de benaderde organisaties aan de slag gingen met de loodcommunicatie, was het verzoek vanuit VROM voor geen enkele organisatie de directe aanleiding. Hieruit kan worden geconcludeerd dat vanuit deze intermediaire organisaties naar meer aspecten wordt gekeken bij het besluit om dergelijke activiteiten te verrichten, dan alleen het verzoek vanuit de rijksoverheid. Bij drie organisaties was de beslissing vanuit de WHO om de loodnorm voor drinkwater te verlagen het directe motief. Bij andere organisaties werden de doelen genoemd die de organisatie nastreeft, zoals het goed willen informeren van de achterban en het feit dat er voordelen aan vastzitten voor consumenten.

Dit duidt erop dat, hoewel de organisaties het belangrijk vonden om te communiceren over lood in drinkwater, de toegekende prioriteit verschilde. Bij ongeveer de helft van de organisaties heeft het onderwerp geen plaats gekregen in het communicatiebeleid en bij de organisaties waar het wel een plaats heeft gekregen, zijn geen specifieke doelstellingen geformuleerd. Dit onderstreept tevens dat de initiërende rijksoverheid een *sense of urgency* bij de intermediaire organisaties moet zien te creëren met betrekking tot het risico, voordat dergelijke organisaties zich gaan richten op de eigen doelgroepen. Pas als een dergelijk besef er in voldoende mate is, zullen organisaties serieus overwegen regelmatig, systematisch en effectief te gaan communiceren.

### Noten

- 1 VROM benaderde GGD's afzonderlijk en niet via de landelijke vereniging van GGD'en.
- 2 Een onderzoeksdesign met voor- en nameting van 'verzorgers' is niet mogelijk.

## Literatuur

- Boer, H.**, Gutteling, J. M. & Wiegman, O. (1990). *Intermediaire organisaties bij voorlichting over milieurampen: een inventarisatie en verkenning van de mogelijkheden*. Enschede: Universiteit Twente.
- Boer, P. A. M. den** (1992). *Onderzoek bij intermediaire kaders: regionale en lokale overheden en maatschappelijke organisaties*. Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen van de Stichting Katholieke Universiteit te Nijmegen.
- Commissie Toekomstverkenning Overheidscommunicatie** (2001). *In dienst van de democratie*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Daemen, H. H. F. M.** & Thomassen, J. J. A. (1993). Afstand tussen burgers en overheid. In: A. Hoogerwerf (red.), *Overheidsbeleid*. Alphen aan de Rijn: Samsom.
- Gezondheidsraad** (1997). *Commissie Lood in drinkwater. Adviesrapport Lood in drinkwater*. Rijswijk: Gezondheidsraad.
- Gurabardhi, Z.** & J. M. Gutteling (2001). De relatie tussen externe risicocommunicatie en de interne communicatie van organisaties. *Handboek Interne Communicatie*. Alphen a/d Rijn: Samsom.
- Gutteling, J. M.** (1999). *Crisiscommunicatie: een kwestie van vertrouwen. Een debat*. Alphen a/d Rijn: Samsom.
- Gutteling, J. M.** & Wiegman, O. (1996). *Exploring risk communication*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Harmsen, F.** (2001). Het loodje (niet meer) leggen. Een onderzoek naar de werking van intermediaire kaders bij de voorlichtingscampagne 'lood in drinkwater'. Enschede: Universiteit Twente.
- Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM)** (1998). *Plan van Aanpak Lood in Drinkwater*. Den Haag.
- Riel, C. B. M. van** (1986). *Overheidsvoorlichting en intermediaire kaders. Een studie naar de intermediaire rol van organisaties in het voorlichtingsproces van de centrale overheid*. Delft: Eburon.
- Smithuis, J.** (1993). De rijksvoorlichting in gemeenteogen: Bijgesloten ontvangt u vijftig exemplaren van onze folder. In: A. D. de Roon & R. Middel (red.), *De wereld van Postbus 51. Voorlichtingscampagnes van de rijksoverheid*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Vellekoop, A.** & Nes, R. van (1997). *De inzet van intermediaire kaders bij voorlichting: een verkenning*. Bussum: Van Nes Research Management.
- Woudenberg, F.**, Gutteling, J. M., Elsmann, M. G. (2001). *Communicatie over lood in drinkwater: evaluatie van de effecten*. Den Haag: Ministerie van VROM.

## Summary

*Floor Harmsen, Fred Woudenberg, Lianne Elsman-Domburg & Jan Gutteling*

### **Intermediary organizations and the communication of lead poisoned drinking water**

Lead in drinking water has detrimental effects on the body of young infants. Since 1998, the Ministry of the Environment communicates this risk to parents and caretakers of infants through intermediary organizations, operating at a national, regional or local level. This multi-method study focuses on the effectiveness of this approach. A series of interviews with representatives of intermediary organizations gives insight in the dimensions and quality of the communication process. A telephone survey with approxi-

mately 600 parents/caretakers of infants learns whether the information on the risks reached them. The survey results indicated that many people felt the need for more information about this risk. Approximately two thirds of the parents said they were insufficiently informed. The intermediary organizations had a relatively low impact on the target group. More frequently, parents indicated to have been informed by the media. The interviews with the organizations indicated that this can be attributed to the manner the government approached the organizations to gain their cooperation, the level of support within the intermediary organizations for their communication role considering their existing communication policies, and their assessment of the importance of the risk issue.



# Communicatiemanagement: van kwantiteit naar kwaliteit

## De ontwikkeling van een professionaliseringsmodel

Het hier gepresenteerde artikel is een samenvatting van de oratie op 20 maart 2003 bij de aanvaarding van de leerstoel Professionalisering Communicatiemanagement aan de Universiteit Twente. Hierin wordt een voorstel gedaan voor afbakening van het takenpakket en wordt een aanzet gegeven tot een geïntegreerd professionaliseringsmodel.

### Inleiding

Negen van de tien organisaties met meer dan vijftig personeelsleden hebben een of meer medewerkers die communicatietaken uitvoeren, samen te vatten onder de noemer 'communicatiemanagement'. Daarnaast zijn er ongeveer 11.500 adviesbureaus op dit terrein. In kwantitatieve zin kan dus worden gesproken van een volwassen sector (Van Ruler, 2003a). Dat ligt anders op het gebied van de kwaliteit. Een speciale opleiding is geen voorwaarde om in dit vakgebied aan het werk te komen. Het ontbreekt de meeste verantwoordelijken voor communicatiemanagement bovendien aan ervaring op dit gebied (Van Ruler & De Lange, 2000). Als er één verzuiching gedefinieerd kan worden in de beroepsgroep is het wel: 'Het is zo'n onduidelijk vak.' Zelfs vierdejaars studenten van het hbo of cursisten van de cursus senior-communicatiemedewerker kunnen niet gemakkelijk uitleggen waar het vak over gaat. Er is geen duidelijk profiel van wat tot dit vakgebied behoort en wat niet, en normen om een kwaliteitsoordeel te vellen ontbreken (Van der Meiden & Fauconnier, 1994: 23; Van Ruler, 1996). Er is bovendien veel sprake van *encroachment* (Van Ruler & De Lange, 2003). Er is ook vrijwel geen onderzoek naar hoe communicatiefunctiona-

---

Betteke van Ruler is bijzonder hoogleraar Professionalisering Communicatiemanagement aan de Universiteit Twente, en hoogleraar Communicatie en Organisatie aan de Universiteit van Amsterdam. Correspondentie: Universiteit van Amsterdam, afdeling Communicatiewetenschap, Kloveniersburgwal 48, 1012 CX Amsterdam. E-mail: [bvanruler@fmg.uva.nl](mailto:bvanruler@fmg.uva.nl).

rissen te werk gaan en er is nauwelijks methodiek ontwikkeld voor deze praktijk. Communicatiefunctionarissen kiezen graag voor de titel 'adviseur', maar er is niet één boek over communicatieadvies, laat staan dat er onderzoek is naar adequate adviesstrategieën en modellen voor dit vakgebied. Het schaarse onderzoek naar wat opdrachtgevers verwachten van communicatieprofessionals, lijkt te laten zien dat zij vooral willen dat er creatieve communicatiemiddelen worden geproduceerd waarmee de organisatie, haar diensten en producten, haar beleid en haar overwegingen, helder voor het voetlicht worden gebracht, en bij voorkeur zodanig dat er over hun organisatie positief wordt gesproken en geschreven (zie bijv. Koot & Sabelis, 2000; Van Riel, 2001; Zweekhorst, 2001). Een openbare discussie over deze kwestie ontbreekt bovendien. We moeten dus constateren dat er wel in kwantitatieve zin een vakgebied is, maar dat we over de kwaliteit ervan weinig uitspraken kunnen doen.

De term professionalisering komt uit het Latijn (*profiteor*): openlijk verklaren, tot je beroep maken. Ik versta hier onder professionalisering het proces van ontwikkeling van een beroep naar een gewenst niveau van kwaliteit, zowel wat afbakening (wat is het vak eigen) als wat norm (wat is goed en wat niet) betreft. Ben Warner, jarenlang voorzitter van de onderwijsadviesraad van de BvC en de vvo, constateerde in een interview dat er nauwelijks sprake is van ontwikkeling (Lebbing, 2003: 12). De vraag is waarom.

#### **Vier modellen van communicatiemanagement**

Er is weliswaar geen algemeen erkende en bediscussieerde afbakening van het vakgebied, maar er is wel een duidelijke ontwikkeling te zien in het denken over het takenpakket dat tot het vakgebied behoort. Deze ontwikkeling wordt niet gekenmerkt door verschuiving of verdieping, maar door verbreding van het takenpakket. Ik deel de ontwikkeling van het vakgebied in vier modellen in, met elk een eigen takenpakket waarin de vorige takenpakketten zijn begrepen. Ik gebruik hier het begrip model net als Grunig & Grunig (1992: 286) dat doen, namelijk als een gesystematiseerde beschrijving van een benadering van communicatiemanagement als vakgebied en een patroon van vanuit deze benadering gewenst gedrag van een communicatiemanager.

##### *Het informatiemodel*

In het informatiemodel wordt communicatiemanagement gezien als de organisatie van de verspreiding van informatie over de plannen en besluiten van de organisatie. Het doel van deze verspreiding is de medewerkers en/of de buitenwereld te laten weten wat de organisatie van plan is, dan wel heeft besloten. In het huidige denken over communicatiemanagement wordt dit gezien als een te beperkt (Van Woerkum, 1997) of een naïef (Ledingham & Bruning, 2000) concept om het vakgebied te dekken. Ledingham & Bruning (2000: xi) veronderstelden in 2000 dat nog steeds veel organisaties dit model zien als 'het' model van communicatiemanagement, omdat 'they seem to perceive that the production and dissemination of communication messages is the answer to every public relations problem'. In dit model wordt meestal gerefereerd aan vroege theorieën over

informatie, zoals het model van Shannon (Shannon & Weaver, 1949), soms benoemd als het 'klassieke model van communicatie' (zie bijv. Keikes, 1992: 31) of ZBMO-model (zie bijv. Middel, 1997: 121), een benaming die verwijst naar het model van de ingrediënten van communicatie van Berlo, maar waarvan meestal een stroommodel is gemaakt à la Shannon (Van Ruler, 1996).

Kernthema in dit model is de transmissie; kernprobleem is de ruis, die de transmissie onmogelijk kan maken en die kan ontstaan door bijvoorbeeld slecht drukwerk, een slordige videoproductie of een slecht uitgesproken speech. Succesvol communicatiemanagement in dit model is het bieden van aansprekende informatie over de organisatie aan de juiste personen op het juiste moment. Het is door verschillende auteurs daarom ook wel 'mid-delenmanagement' genoemd (zie bijv. Seydel, 2000: 63). Indicator hiervoor is 'recall'. Omdat het lastig is de juiste groepen te definiëren, worden massamedia veelal gezien als handige intermediaire kaders (cf. Van Riel, 1986; zie ook Heath, 2001a: 185) hiervoor. Dan is de indicator de hoeveelheid aandacht in de media.

#### *Het overredingsmodel*

In de loop van de jaren tachtig werd steeds meer de nadruk gelegd op de noodzaak te formuleren wat communicatiemanagement bijdraagt aan de verwezenlijking van de doelstellingen van de organisatie. Het bieden van informatie alleen werd daarbij gezien als onvoldoende. Het antwoord in de vakliteratuur was dat communicatie een instrument is om afzet te creëren voor de plannen en besluiten van de organisatie bij voor de organisatie belangrijke categorieën. Communicatiemanagement is in dit model gericht op de verandering van mentaliteit en gedrag van doelgroepen in een binnen een breder beleidskader geformuleerde richting (Van Woerkum, 1982: 39). Het doel van deze verandering bij de doelgroepen is de organisatie in staat te stellen voort te gaan op de ingeslagen weg. Omdat het moeilijk is om een publiek te overtuigen, is het belangrijk erachter te komen wat het publiek zal tolereren en liefst accepteren (Grunig & Hunt, 1984: 24). Door goede orkestratie van de uitingen van de organisatie, kan zo een positieve uitgangspositie voor de organisatie ontstaan (cf. Van Riel, 1996). Grunig (1989) noemt dit een asymmetrisch model, omdat alleen het publiek zijn mening moet herzien, de organisatie niet.

Kernthema is het zoeken van 'control' (cf. Miller, 1989); kernprobleem in dit model zijn de barrières bij het publiek die moeten worden overwonnen (Krone et al., 1987). Succesvol communicatiemanagement is niet het hebben van een geïnformeerd publiek, zoals in het informatiemodel, maar het hebben van een publiek dat overtuigd is dat de door de organisatie aangedragen interpretatie van een situatie of fenomeen de juiste is. De indicator hiervoor is de positieve houding tegenover de organisatie, veelal vertaald als imago. In de dagelijkse praktijk wordt dit model ook wel imagomanagement genoemd.

#### *Het intermediaire model*

In de jaren negentig ontstond steeds meer commentaar op het overredingsmodel. De communicatiemanager kan immers geen invloed uitoefene-

nen op de besluitvorming en 'slecht beleid laat zich niet verkopen' (cf. Grunig, 1989; Heath, 2001b; Van Ruler, 1998; Van Woerkum, 1997). Er ontwikkelde zich daarom een nieuwe visie op het vakgebied, waarbij het kernpunt is dat de organisatie zodanig handelt, dat bij voorbaat een goede uitgangspositie ontstaat. Het accent werd daarmee verlegd naar de problematisering van communicatie in de beleidsvormende fase, dus voordat strategische keuzes zijn gemaakt. Voor sommige auteurs ligt de nadruk op de ontwikkeling van een dialoog met afhankelijkheidsrelaties, waardoor men elkaars beweegredenen leert kennen (bijv. Heath, 2001b; Van Woerkum, 1997), voor andere gaat de taak verder en is communicatiemanagement gericht op het ontwikkelen en onderhouden van langdurige en voor beide partijen voordelige relaties tussen een organisatie en diens publieken (Ledingham & Bruning, 2000; zie ook Cutlip et al., 2000; Grunig, 1989, 1992). Het doel van de dialoog dan wel de relatieontwikkeling, is het creëren van consensus over het te voeren beleid, waardoor conflicten worden vermeden en samenwerking wordt verzekerd (Ehling, 1992: 633). Het gaat daarbij specifiek om communicatie 'tussen' partijen, dus om tweerichtingsverkeer, waarin beide partijen de kans krijgen om initiatief te nemen in de communicatie en de ander te beïnvloeden. Succesvol communicatiemanagement is in dit model het begrip van partijen *over* het standpunt van de ander en liefst ook *voor* dat standpunt. Omdat de meningen soms ver uit elkaar liggen, is het aan de organisatie om zich aan te passen (Grunig, 1992). Het gaat daarom meer om relatiemanagement dan om imagomanagement. De indicator voor succesvol relatiemanagement is vertrouwen van stakeholders in 'the company behind the brand'.

#### *Het reflectieve model*

De laatste jaren tekent zich opnieuw een uitbreiding van het denken over communicatiemanagement af, samen te vatten onder de noemer 'reflectief model'. Daarbij wordt aan communicatiemanagement een rol toegedacht ten aanzien van de publieke legitimatie van de organisatie in de samenleving, door betekenissen die de samenleving toekent aan de hen omringende werkelijkheid te analyseren en de top van de organisatie ermee te confronteren (Van den Bosch & Zweekhorst, 2002; Van der Jagt, 2001; Holmström, 2000; Kückelhaus, 1998; Scholten, 1999; Raupp, 2000; Jensen, 1997, 2000; Van Ruler & Vercic, 2002, 2003; Zweekhorst, 2001). De communicatiemanager adviseert de organisatie door onderzoek te doen naar de manier waarop mensen betekenis geven aan voor hen belangrijke zaken en deze in een betekeniscontext plaatsen door een frame hiervoor te kiezen (cf. D'Angelo, 2002; Entman, 1993; Hallahan, 1999; Weick, 1987, 1995). Publieke legitimatie is hierbij geen normatief maar een empirisch concept, want afhankelijk van de vraag wat de samenleving legitiem acht (Munck Nielsen, 2001: 19). Zijdeveld (2000) maakt onderscheid tussen de economische en de institutionele dimensie van organisaties. In de economische staan de doel/middel-relaties centraal, in de institutionele de normen en waarden. Hij stelt dat de publieke legitimatie van organisaties niet voortkomt uit de economische, maar uit de institutionele dimensie. Wie zich druk maakt om zijn publieke legitimatie, moet zich dus druk maken om de interne normen en waarden (= keuzes voor bepaalde frames van de werkelijkheid), de uitleg van eigen frames en de afstemming ervan met wat

de samenleving legitiem acht. Standpunten in de samenleving (publieke opinies) veranderen; de organisatie zal zich dus moeten ontwikkelen als een lerende organisatie waarin voortdurend wordt gereflecteerd op (normen en waarden achter) eigen handelen in relatie tot de samenleving (Boonstra, 2000: 26).

Opnieuw is de aandacht sterk gericht op de beleidsvormende fase, maar dan vooral op de reflectie op strategische keuzes. De input hiervoor komt bovendien niet van bepaalde stakeholders (klanten, omwonenden, arbeidsmarkt, etc.) zoals in het intermediaire model, maar van de verschuivende normen en waarden in de samenleving als zodanig, zich tonend in publieke opinies. Theoretisch gezien steunt dit model op het sociaal constructivisme en een cultuurbenadering van communicatie, waarin communicatie wordt gezien als een symbolisch en dynamisch sociaal proces waardoor werkelijkheid wordt geproduceerd, onderhouden, hersteld en getransformeerd en daarmee invloed heeft op het handelen (Carey, 1975; zie ook Van Putte, 1998; Zweekhorst, 2001). Een dialoog is dan niet meer een gesprekspraak, maar het proces van 'openbaar raken' (D'Angelo, 2002; Barge & Little, 2002; Stappers, 1986). Hierop aansluitend concluderen Van den Bosch & Zweekhorst (2002: 15) dat communicatiemanagement de zorg is voor het gecommuniceerd in de organisationele openbaarheid, waarbij het verschil tussen intern en extern moeilijk te maken is. Kückelhaus (1998) noemt dit 'een sociaal model van public relations' waarin niet de organisatie zelf of de interorganisationele relatie, maar de plaats van de organisatie in de communicatiestructuur van de samenleving het oriëntatiepunt is. Monitoring is in dit model een permanente activiteit in de voortdurende reconstructie van de organisationele identiteit. We kunnen dit model dan ook wel identiteitsmanagement noemen. De indicator hiervoor is publieke legitimatie.

**Tabel 1**  
De vier communicatiemanagementmodellen vergeleken op focus, interventiestrategie, indicator en kenmerkende taak

model	informatie-model	overredings-model	intermediair model	reflectief model
<i>cm focus</i>	adequate verspreiding van informatie	adequate profilering van de plannen/ besluiten	adequate ondersteuning van de besluitvorming	interne reflectie op frames in de organisationele openbaarheid
<i>cm interventie strategie</i>	bekendmaken van beslissingen	overreden van doelgroepen	interactie tussen stakeholders en management	monitoring en analyse van vigerende frames
<i>kenmerkende tactiek van de specialist</i>	middelen produceren	regie over alle uitingen	regie van de dialoog in de strategische besluitvorming	strategisch advies voor adequate respons op gevonden frames
<i>indicator van succes</i>	herinnering/ media aandacht	imago van doelgroepen	vertrouwen van stakeholders	publieke legitimatie

Wat opvalt, is dat in het informatie- en het overredingsmodel communicatiemanagement is bedoeld als ondersteuning van de realisatie van organisatiebeleid. Het zijn derhalve beide beleidsuitvoerende modellen. In het intermediaire en het reflectieve model beïnvloedt communicatie organisatie. Dit zijn dus beide beleidsbeïnvloedende modellen.

Wellicht ten overvloede zij erop gewezen dat met de komst van nieuwere modellen de oudere niet verdwijnen. Het is wel zo dat de verschillende modellen om verschillende competenties vragen. Dit zou betekenen dat naarmate er meer modellen in een organisatie worden gehanteerd, er ook specialisering moet plaatsvinden

### De vier modellen en hun competentiedomeinen

Een competentie is te omschrijven als iets dat iemand goed kan, een bekwaamheid (Hoekstra & Van Sluijs, 2000: 33). In de vakliteratuur wordt veelvuldig gesproken over noodzakelijke competenties in communicatiemanagement, maar de meeste overzichten zijn ongestructureerd en niet theoretisch of empirisch verantwoord. White & Mazur (1995: 99) bijvoorbeeld, suggereren dat een succesvolle communicatiemanager de volgende kwaliteiten moet hebben:

(...) analytical skills, excellent and well developed communications skills, an appreciation of culture/cultural differences, business management and political skills, diplomacy and the ability to get on with people'

Maar zij verwijzen daarbij niet naar onderzoek en maken ook geen onderscheid in taakvelden. Newsom et al. (1996: 10) concluderen dat een succesvolle communicatiemanager vooral de bagage nodig heeft om problemen te kunnen opsporen en op te lossen:

'They have to be creative in solving problems and well-adjusted enough to withstand the considerable stress involved in working between the institution and its various (and numerous) publics.'

White & Dozier (1992: 93) stellen dat de kern ligt in de 'boundary spanning' capaciteit van de communicatiemanager, waardoor zij kunnen optreden als 'change agents', gericht op de besluitvormers. Wanaby & Moss (1997: 11) stellen echter dat in de managementliteratuur de communicatiemanager vooral een rol toebedeeld krijgt die is gericht op het ontwikkelen van een positief image en niet op involvement in strategische beslissingen. Opvallend in al deze overzichten is dat ervan wordt uitgegaan dat er maar één profiel hoeft te worden onderscheiden. In het CommPass van Van der Hilst (Damming, 2000) wordt wel verwezen naar verschillende competenties. Deze zijn echter gehangen aan een niveau van beroepsuitoefening (conform de *Beroepsniveauprofielen* van BvC en vvo, zie [www.communicatie.com](http://www.communicatie.com)). De competentieprioriteiten verschuiven naarmate men hoger op de hiërarchische ladder komt. Onderzoek heeft echter laten zien dat deze competentieverschuivingen in de praktijk niet op die manier verschuiven. De manager doet niet iets anders, maar alleen meer dan de medewerker (Van Ruler, 2000). Het is ook de vraag of zulke verticale specialisatie nuttig is. Bij verticale specialisatie wordt uitvoering losgekoppeld van manage-

ment en worden niveaus in een beroep ontwikkeld. Volgens Mintzberg (1991) is verticale specialisatie nuttig bij routinewerk; complex werk vereist horizontale specialisatie. De verbreding van communicatiemanagement brengt een grotere mate van complexiteit met zich mee. Mintzberg volgend moet dit voor de ontwikkeling van het vakgebied leiden tot horizontale specialisatie, dat wil zeggen tot ontwikkeling van profielen. Voor het communicatievak zijn echter nooit competentieprofielen gemaakt. Er is ook geen openbare discussie hierover binnen de beroepsgroep of bij opdrachtgevers.

### Vier modellen van professionalisering

Er zijn diverse indelingen van visies op professionalisering bekend (zie o.a. Abbott, 1988; Biemans, 1999; Modarressi et al., 2001). Hierbij wordt echter weinig moeite gedaan om de verschillen ook te duiden. De literatuur over professionalisering overziend en zoekend naar een verklarende indeling, kom ik op vier verschillende clusters van visies op professionalisering.

#### *Het kennismodel*

De start van de theorievorming over professionalisering van beroepen, wordt doorgaans gelegd bij auteurs als Carr-Saunders en Wilenski (zie o.a. Abbott, 1988; Biemans, 1999; Modarressi et al., 2001; zie ook Carr-Saunders, 1966; Wilenski, 1964) die zich op hun beurt hebben laten inspireren door sociologen als Weber en Durkheim. De kern van hun benadering is dat er van een professie of in elk geval een proces van professionalisering sprake is, als er een georganiseerde groep van experts is die het takenpakket afbakenen en rationeel ontwikkelde kennis (een *body of knowledge*) toepassen op binnen het takenpakket passende casussen, met als doel bij te dragen aan het welzijn van de cliënt en de verbetering van de samenleving. Essentieel is dat de *body of knowledge* via opleidingen wordt overgedragen, er een duidelijke beroepsideologie is met heldere belonings- en sanctiesystemen, en een formalisering van de experts in een beroepsorganisatie die zorgt voor protocollen van beroepsuitoefening en ethische codes, en bepaalt welke expertise moet worden ontwikkeld en in opleidingen moet worden overgedragen.

#### *Het statusmodel*

In de jaren zeventig ontwikkelde zich een meer empirische visie op professionaliseringsprocessen, onder andere verwoord door Friedson (1986; zie ook Larson, 1977), waarin de nadruk kwam te liggen op professionalisering als middel om als beroepsgroep status en autonomie te verkrijgen. Er is ook in deze benadering sprake van een geprofessionaliseerd beroep, als er een heldere *body of knowledge* is die via opleidingen wordt overgedragen, een duidelijke beroepsideologie met heldere belonings- en sanctiesystemen, en een formalisering van de experts en hun expertise in een heldere verenigingsstructuur, maar de aandacht is vooral gericht op de ontwikkeling van rituelen, het bij het beroep passende persoonlijke gedrag, imago building en afbakening van de markt door licensering. Naamsverandering is in dit model niet een teken van natuurlijke professionele evolutie, zoals in het kennismodel, maar van noodzaak om het image van een startende beroeps-



groep en het odium van charlatanerie af te leggen en in te ruilen voor de status van een elitegroep. Kennisontwikkeling is niet (alleen) bedoeld om rationele oplossingen te genereren voor aan de orde zijnde problemen, maar (ook) als ritueel om exclusiviteit te garanderen. Het gaat derhalve niet zozeer om de kracht van de kennis om adequate oplossingen te genereren, als wel om de relevantie voor de beroepsgroep ervan om status en autonomie te verwerven. Bij de beschrijving van dit model wordt ook wel verwezen naar de tijd van voor de industrialisatie, toen allerlei groeperingen (advocaten, professoren, officieren, schrijvers) zich opstelden als elites in de samenleving en zich sterk maakten voor de afbakening van hun beroep door licensering, autonomie van de beroepsbeoefenaren in hun handelen, controle over de arbeidsmarkt via eigen opleidingen, en strakke socialisering van nieuwe leden. Nagla noemt dit (1993: 3) in navolging van Elliot 'status professionalism'. Deze beroepen kenmerkten zich volgens Nagla (1993: 7) door dienstbaarheid aan de machtselite, een grote afkeer van ambachtelijk werk, en door het feit dat kennis werd overgedragen via een intern systeem van ouderen die de jongeren inaugureren.

#### *Het competitie-model*

De jaren tachtig brachten een nieuwe optiek op professionalisering, waarbij de nadruk werd verlegd naar de exclusiviteit van het werk dat door een individu wordt gedaan voor een opdrachtgever. Abbott (1988) bijvoorbeeld, stelt dat de enige zaken die tellen om professioneel te worden gevonden zijn: de vaardigheid van een individu om oude problemen op nieuwe manieren te definiëren en de kracht van het gehanteerde kennisstelsel om voor opdrachtgevers adequate oplossingen te genereren. Of er een formele structuur is voor een beroepsgroep, is nauwelijks ter zake doende, omdat opdrachtgevers zich daar toch niets van aantrekken. Niet de beroepsgroep bepaalt wat goed is, maar de afnemer. Berlo (1960) parafraserend zou gesteld kunnen worden: 'Expertise is in the heads, not in the association.' Het is volgens Abbott aan iedere beroepsgroep om voortdurend te bewijzen dat men terecht wordt ingehuurd. Een professional zal dan ook nooit exclusiviteit gegarandeerd krijgen door het lidmaatschap van zijn beroepsgroep, maar moet dit altijd bevechten. Dat kan alleen door middel van rationeel ontwikkelde kennis, maar de vraag wat gezien wordt als de juiste kennis, is afhankelijk van de situatie, de context van de problematiek en de vraag van de opdrachtgever. Dit impliceert dat de professional een brede kennis moet bezitten en goed moet weten waar hij nieuwe kennis kan vinden. Dat vraagt om een brede basisopleiding, een sterk ontwikkeld kenniszoekgedrag en een optiek op professionalisering als levenslang leren. De rol van de beroepsorganisatie verschuift in dit model naar een rol als aanbieder van een kennisinfrastructuur en een netwerk waar kennis is te halen.

#### *Het persoonlijkheidsmodel*

In de jaren negentig wint een ander model de aandacht, met name van de praktijk, als het gaat om de vraag wat een beroepsbeoefenaar kwalificeert tot professional. Ook in dit model ligt de nadruk op de afnemer van diensten, die bepaalt wat goed is. 'Je kunt van jezelf niet zeggen dat je professioneel bent. Je kunt hopen dat anderen je als zodanig beschrijven' (Maister, 1997: 17). Rationele kennis wordt echter niet langer als zaligmakend

gezien, 'tacit knowledge' is veel belangrijker, en die vind je niet in boeken maar in ervaringen. Wat wordt gekwalificeerd als een goede professional, is in dit model niet een expert die op basis van rationeel ontwikkelde kennis weet hoe het moet en de samenleving of zijn opdrachtgever daarmee bedient, maar iemand die zijn opdrachtgever coacht in moeilijke tijden en daarbij alles inzet wat in zijn vermogen ligt (zie o.a. Maister, 1997). Het gaat niet zozeer om wat een professional weet, als wel om wat hij vindt. Dat er iets te weten valt, is buiten kijf, maar de kunst van de beroepsbeoefenaar is zijn creativiteit en enthousiasme te gebruiken en zijn opperste toewijding te tonen. Dat is een kwestie van mentaliteit volgens Maister (p. 16). Theoretische kennis is daardoor minder belangrijk dan analytisch en creatief vermogen om problemen snel in kaart te brengen en op te lossen. De relevantie van de oplossingen voor de cliënt is daarbij belangrijker dan de interne consistentie van de in te zetten kennis. Modellen met *face value* zijn in dat geval vaak nuttiger dan theorieën die weliswaar goed zijn getoetst, maar door hun genuanceerde relaties ingewikkeld zijn (Van Baalen, 2001; Ten Bos, 2001). Niet zozeer kennis maar vooral lerend vermogen, empathie en lef zijn essentieel (Vermaak, 2001; VPRA, 2002). Opleidingen moeten dan ook worden toegespitst op de ontwikkeling van het lerend vermogen en de creativiteit in het vinden van voor opdrachtgevers acceptabele oplossingen. Daarin moeten zij worden bijgestaan door ervaringsdeskundigen. Binnen dit model is de rol van de beroepsvereniging met name gericht op het bieden van een netwerk van professionals en hun ervaringen, waarvan gebruik kan worden gemaakt indien gewenst.

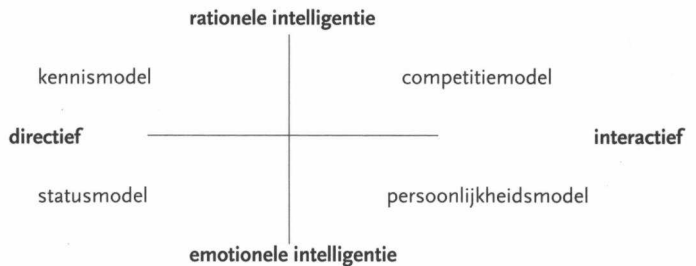
**Tabel 2**  
De vier professionaliseringsmodellen vergeleken op relatie met de cliënt, de rol van theoretische kennis, van opleidingen en van beroepsverenigingen

model/variabelen	relatie met cliënt	rol wetenschappelijke kennis	rol opleidingen	rol beroepsvereniging
<i>kennismodel</i>	directief van de kant van de expert	verschafft afgebakende box	verschafft noodzakelijke expertise	infrastructuur voor ontwikkeling van identiteit en expertise
<i>statusmodel</i>	directief van de kant van de expert	verschafft status en autonomie	verschafft status en autonomie	infrastructuur voor licentieverlening en belangenbehartiging
<i>competitiemodel</i>	interactief	biedt breed reservoir aan nieuwe kennis	verschafft breed palet aan kennisopties	infrastructuur voor kennisopties
<i>persoonlijkheidsmodel</i>	interactief	mentaliteit is belangrijker	verschafft analytisch en creatief vermogen	infrastructuur voor ervaringen

## De vier modellen in perspectief

In het eerste en het derde model hangt professionalisering af van rationeel ontwikkelde en geverifieerde kennis, terwijl in het tweede en het vierde model de nadruk ligt op inzet, persoonlijkheid, toewijding, enthousiasme. Maister noemt dat mentaliteit; in navolging van Goleman (1996, 1998) noem ik het emotionele intelligentie, waardoor in de andere twee modellen de logische tegenhanger rationele intelligentie is. De eerste dimensie die hier wordt gebruikt om de modellen in te delen, is dan ook de aard van de te bieden meerwaarde. In de eerste twee modellen bepaalt de beroepsgroep zelf wat er hoe moet gebeuren om professioneel gevonden te kunnen worden, vandaar dat ik ze directieve modellen noem. In de laatste twee modellen is het antwoord op de vraag wat er hoe moet gebeuren de uitkomst van interactie met de opdrachtgever. Dit noem ik daarom interactieve modellen. De tweede dimensie waarop deze modellen kunnen worden ingedeeld, is dan ook de vraag hoe wordt bepaald wat voor intelligentie nodig is: door de beroepsgroep zelf (directief) of in interactie tussen cliënt en beroepsbeoefenaar (interactief). Dit leidt tot een typologie van professionaliseringsmodellen (zie figuur 1).

**Figuur 1**  
Typologie van professionaliseringsmodellen op basis van de vraag hoe wordt bepaald welke kennis nodig is en wat voor soort kennis nodig is



## De professionaliseringsmodellen in empirisch perspectief

De typologie van professionaliseringsmodellen geeft een verklaring voor de vraag waarom de een vooral uit is op een beroepsvereniging die een kennisinfrastructuur biedt en de ander vooral op een die status verleent, maar geeft ook een verklaring voor de vraag waarom de professionalisering van communicatiemanagement zo weinig vordert.

In professionalisering spelen diverse partijen een rol, namelijk de beroepsbeoefenaren, de opleidingen, de wetenschappers en de opdrachtgevers. Analyse van standpunten van de diverse partijen laat zien dat er niet alleen weinig overeenstemming is over wat er nodig is voor de professionalisering van de communicatieprofessional, maar dat er ook weinig structurele contacten zijn tussen de partijen (zie voor een uitvoerige bespreking Van Ruler, 2003b). Wetenschappers betrekken de professionals niet in hun kennisvragen, en professionals dringen niet aan op de ontwikkeling van voor hen belangrijke kennis. De rationele intelligentie is daardoor nauwelijks ontwikkeld in dit vakgebied. Tegelijkertijd moeten we ook constateren dat een behoorlijk meester-gezelsysteem, zoals hoort bij de onderste kwadranten, er ook niet is. Het feit dat er zo weinig bekend is over wensen en verwachtingen van opdrachtgevers en de dialoog met hen nooit structureel tot

stand is gekomen, laat zien dat de interactieve modellen ook niet serieus ontwikkeld zijn. Het feit dat slechts 5% van de beroepsbeoefenaren zich verenigt, laat zien dat ook de directieve modellen niet serieus worden genomen. Het is dan ook zeer de vraag of er van professionalisering van communicatiemanagement sprake is volgens welk model dan ook.

Het is bovendien discutabel of er één professionaliseringsmodel is dat het beste is. De geschiedenis laat zien dat beroepen die zich extreem richten op hun autonomie, hun status en hun rituelen – zoals de makelaars bijvoorbeeld – blijvend problemen hebben met hun legitimatie. Tevens laat de geschiedenis zien dat eenzijdige gerichtheid op kennisontwikkeling ten behoeve van een betere samenleving, beroepsgroepen – zoals de artsen – van hun voetstuk laat vallen als de (hoog opgeschroefde) verwachtingen niet waargemaakt kunnen worden. Het kennis- en het statusmodel van professionalisering moeten dan ook worden gezien als te eenzijdig en in onze onderhandelingsamenleving als achterhaald. Het is echter de vraag of een uitsluitende gerichtheid op de wensen van de opdrachtgever, zoals in de hedendaagse modellen wordt verondersteld, niet even eenzijdig is. Het beroep blijft daardoor onzichtbaar en ongrijpbaar en er ontwikkelt zich geen beroepsidentiteit, waardoor onduidelijk blijft wat voor kennis en vaardigheden nodig zijn, laat staan dat er gewerkt kan worden aan een body of knowledge – hoe breed ook – of aan een bepaalde legitimatie of status. Pieczka & L'Etang (2000: 214) concluderen op basis van studie naar in Engeland genomineerde communicatieplannen, dat professionele effectiviteit niet alleen te maken heeft met het weten te vinden van de juiste oplossingen, maar ook met 'convincing others about the legitimacy of these solutions and the professional's right to deal with the problem in the first place'. In haar onderzoek naar personeelsmanagement concludeert Biemans (1999) dat ook de macht en invloed van een professional worden pas geaccepteerd als de klanten van de professional zijn of haar deskundigheid erkennen. De legitimatie van de professional als professional is dus een belangrijke voorwaarde voor de ontwikkeling van een beroep. Het hedendaagse denken over merken (zie o.a. Franzen, 1998) laat zien dat een sterk merk wonderen kan doen voor de verkoop van producten en diensten. Dat zou betekenen dat er wel degelijk een beroepsidentiteit nodig is om de diensten 'verkocht' te krijgen, en dus dat zowel de linker- als de rechterkwadranten van de professionaliseringstypologie belangrijk zijn.

### **Naar een kennisontwikkelingsmodel**

Een beroepsidentiteit is echter uiteindelijk altijd zo sterk als zijn zwakste beoefenaren. Hedendaagse theorieën over expertise op de werkvloer laten zien dat er niet alleen mentaliteit nodig is om te kunnen spreken van structurele meerwaarde, maar ook wetenschappelijke kennis. Dörner & Schölkopf (1991) concluderen dat een expert iemand is die in staat is om het juiste te doen op het juiste moment en op de juiste manier. Holyoak (1991: 309) sluit zich daarbij aan en formuleert het als volgt: 'In general, an expert will have succeeded in adapting to the inherent constraints of the task.' Holyoak maakt daarbij onderscheid tussen *routine expertise* en *adaptive expertise* (Holyoak, 1991): routine experts zijn in staat om bekende soorten problemen snel en accuraat op te lossen door toepassing van aangeleer-

de procedures, terwijl adaptive experts in staat zijn om op basis van hun bestaande kennis voortdurend nieuwe procedures te bedenken. Bij routine-taken past routine expertise, bij complexe en onvoorspelbare taken past adaptive expertise. Routine expertise ontstaat door het bestuderen en overnemen van de in procedures gestolde handelingen van geroutineerde anderen (bijvoorbeeld checklists van ervaringsdeskundigen), terwijl adaptive expertise ontstaat door op inzicht georiënteerd leren en het daarmee ontwikkelen van een *knowledge base*, 'through forward search, rather than through goal-dominated means-ends analysis' (p. 311). Schön (1983) legt nadruk op de noodzaak van flexibele expertise voor complexe taken, een begrip dat lijkt op de 'adaptive expertise' van Holyoak. Deze ontstaat als men de motivatie en de vaardigheid bezit om inzicht te creëren in het eigen begrip van een situatie. Dat begrip wordt gestuurd door persoonlijke ervaring *en* theoretische kennis: ervaring maakt het mogelijk kennis in te zetten. Dit zou betekenen dat zowel de bovenste als de onderste kwadranten van de professionaliseringstypologie belangrijk zijn.

Biemans (1999: 35) maakt gebruik van de zogenaamde *I/T*-ratio van professioneel werk waarin wordt gesteld dat voor professionalisering twee zaken nodig zijn:

- 'Technicality', waarmee wordt bedoeld op de in regels vastgelegde kennis en vaardigheden die nodig zijn om de beroepsactiviteiten uit te voeren, en die door studie zijn te leren en relatief eenvoudig overdraagbaar zijn.
- 'Indetermination', waarmee wordt bedoeld in hoeverre er sprake is van een steeds veranderend of nieuw vraagstuk dat niet door toepassing van regels is op te lossen, maar waarvoor een beroep moet worden gedaan op creativiteit, vermogen en talent van de individuele beroepsbeoefenaar om kennis toepasbaar te maken.

Volgens Biemans is ieder beroep in te delen in de mate waarin de *T* en de *I* aandacht verdienen. De verhouding van de *T* en de *I* kan zowel per situatie als door de tijd veranderen. Soms is er veel onbepaaldheid, soms juist veel routinewerk. Een beroep met alleen maar *I* is niet uit te leggen en daarmee oncontroleerbaar. De externe legitimatie zal daardoor altijd onder druk staan. De *T* maakt een beroep controleerbaar en daarmee transparant voor klant, collega en beginnende beroepsbeoefenaar. Een beroep met alleen maar *T* maakt de toepasbaarheid echter laag, want alleen in routinesituaties in te zetten. De externe status staat daardoor onder druk, tenzij er sprake is van een grote mate van specialisatie, aldus Biemans (p. 35). In het vakgebied van communicatiemanagement is er nauwelijks sprake van specialisatie in de techniek. Biemans volgend zou dit betekenen dat er niet alleen een beroepsidentiteit moet worden ontwikkeld, en dat er niet alleen rationele kennis en mentaliteit in het algemeen nodig is, maar dat er ook horizontale specialisatie nodig is.

## Conclusie en discussie

Alles overziend kunnen we concluderen dat voor professionalisering van communicatiemanagement alle vier de professionaliseringsmodellen belangrijk zijn. Tevens kunnen we concluderen dat het vakgebied steeds breder wordt en een grotere diversiteit van competenties vraagt, waarbij de onbepaaldheid door de aard van de nieuwere werkzaamheden toeneemt en de techniek weinig ontwikkeld is. Tegelijkertijd moeten we concluderen dat er weinig over wordt nagedacht welke competenties nu precies nodig zijn, hoe deze kunnen worden ontwikkeld en wie daarbij moeten worden betrokken. Zolang de diverse modellen van professionalisering zo weinig serieus worden genomen, zal daarin geen verandering komen.

In een geïntegreerd professionaliseringsmodel zijn in mijn optiek zeven activiteiten van wezenlijk belang:

- 1 De diverse partijen moeten met elkaar in gesprek raken en elkaar erkennen als interessante gesprekspartners.
- 2 De beroepsbeoefenaren moeten daartoe een sterke beroepsvereniging ontwikkelen, die kan fungeren als motor en katalysator in deze gesprekken.
- 3 Op die manier kan een heldere beroepsidentiteit zich ontwikkelen, waarin wordt bediscussieerd welke taken erbij horen en welke niet.
- 4 Daarbij hoort ook de ontwikkeling van horizontale specialisatie: welke profielen moeten worden afgebakend om de taken optimaal gestalte te geven.
- 5 Er zal veel meer druk moeten worden uitgeoefend op de wetenschap om te komen met toegepaste theorieontwikkeling: welke wetenschappelijke kennis is hoe nodig om de profielen gestalte te geven.
- 6 Daarbij moet door alle partijen rekening worden gehouden met de vraag hoe in de profielen een optimale combinatie kan worden gemaakt van wetenschappelijke kennis en persoonlijke ontwikkeling.
- 7 Er is een infrastructuur nodig waarin professionals, docenten en wetenschappers kunnen leren van elkaar.

De leerstoel Professionalisering Communicatiemanagement hoopt een bijdrage te leveren aan het functioneren van de communicatieprofessional door middel van ondersteuning van de professionalisering van zijn of haar werkzaamheden. De belangrijkste middelen daartoe zijn:

- a onderzoek naar het functioneren en determinanten daarvan;
- b bevordering van de kennisuitwisseling tussen wetenschap en praktijk;
- c ontsluiting en het toepasbaar maken van en bijdragen aan ontwikkeling van wetenschappelijke kennis in een voor de beroepspraktijk toegankelijke vorm.

## Literatuur

- Abbott, A.** (1988). *The system of professions. An essay on the division of expert labor*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Baalen, P. van** (2001). Legitimiteit, formele kennis en retoriek. In: L. de Caluwé & A. Witteveen (red.), *Organisatieadvies: wat is dat?* (pp. 47-73). Schoonhoven: Scriptum Management.
- Barge, J. K. & Little, M.** (2002). Dialogical Wisdom, Communicative Practice, and Organizational Life. *Communication Theory*, 12 (4), 375-397.
- Berlo, D. K.** (1960). *The process of communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Biemans, P. J.** (1999). *Professionalisering van de personeelsfunctie. Een empirisch onderzoek bij twintig organisaties*. Delft: Eburon.
- Boonstra, J.** (2000). *Lopen over water*. Amsterdam: Vossiuspers AUP (inaugurele rede).
- Bos, R. ten** (2001). Goeroes en adviseurs. In: L. de Caluwé & A. Witteveen (red.), *Organisatieadvies: wat is dat?* (pp. 21-46). Schoonhoven: Scriptum Management.
- Bosch, M. van den & Zweekhorst, P.** (2002). Strategische monitoring: wat je niet ziet bestaat toch. In: Otto Scholten e.a. (red.), *Handboek Interne Communicatie* (pp. C.4.2-3-22). Houten: Bohn Stafleu, van Loghum.
- Carey, J. W.** (1975). A Cultural Approach to Communication. *Communication*, 2(1), 1-22.
- Carr-Saunders, A. M.** (1966). Professionalization in historical perspective. In: H. M. Vollmer & D. M. Mills (red.), *Professionalization* (pp. 2-8). Englewood Cliffs, CA: Prentice-Hall.
- Cutlip, S. C., Center, A. H. & Broom, G. M.** (2000). *Effective Public Relations*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Damming, T.** (2000). De acht dimensies van het vak. *Communicatie*, 6(3), 36-39. (Zie ook [www.hilst.nl](http://www.hilst.nl).)
- D'Angelo, P.** (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: a response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870-888.
- Dörner, D. & Schölkopf, J.** (1991). Controlling complex systems; or, Expertise as "grandmother's know-how". In: K. A. A. Ericsson & J. Smith (red.), *Toward a general theory of expertise, Prospects and Limits* (pp. 218-239). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ehling, W. P.** (1992). Estimating the Value of Public Relations and Communication to an Organization. In: J. E. Grunig (red.), *Excellence in Public Relations and Communication Management* (pp. 617-638). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Entman, R. M.** (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Franzen, G.** (1998). *Merken & reclame. Hoe reclame-effectiviteit brand equity beïnvloedt*. Deventer: Kluwer Bedrijfsinformatie.
- Friedson, E.** (1986). *Professional powers. A study of the institutionalization of formal knowledge*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Goleman, D.** (1996). *Emotionele intelligentie als sleutel tot succes*. Amsterdam: Contact.
- Goleman, D.** (1998). *Working with emotional intelligence*. New York: Bantam Books.
- Grunig, J. E.** (1989). Symmetrical Presuppositions as a Framework for Public Relations Theory. In: C. H. Botan & V. Hazleton Jr. (red.), *Public relations theory* (pp. 17-44). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J. E.** (red.) (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J. E. & Hunt, T.** (1984). *Managing public relations*. New York: Hilt, Rinehart and Winston.



- Grunig, J. E. & Grunig, L. A.** (1992). Models of public relations and communication. In: J. E. Grunig (red.), *Excellence in public relations and communication management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Hallahan, K.** (1999). Seven models of framing: implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242.
- Heath, R. L.** (2001a). The dynamics of change in public relations practice. In: Robert L. Heath (red.), *Handbook of public relations* (pp. 183-188). Thousand Oaks: Sage.
- Heath, R. L.** (2001b). A rhetorical enactment rationale for public relations: The good organization communicating well. In: Robert L. Heath (red.), *Handbook of public relations* (pp. 31-50). Thousand Oaks: Sage.
- Hoekstra, H. A. & Sluijs, E. van** (2000). *Management van competenties. Het realiseren van HRM*. Assen: Van Gorcum.
- Holmström, S.** (2000). *The reflective paradigm, turning into Ceremony?* Paper gepresenteerd op: 7th International Public Relations Research Symposium. Bled, Slovenië, 7 juli.
- Holyoak, K. J.** (1991). Symbolic connectionism: toward third-generation theories of expertise. In: K. A. Anders Ericsson & J. Smith (red.), *Toward a general theory of expertise, Prospects and Limits* (pp. 301-335). Cambridge: Cambridge University Press.
- Jagt, R. van der** (2001). Een vijfde perspectief op communicatiemanagement. *Communicatie*, 7 (april), 36-39.
- Jensen, I.** (1997). Legitimacy and strategy of different companies: A perspective of external and internal public relations. In: D. Moss, T. MacManus & D. Vercic (red.), *Public relations research: an international perspective* (pp. 225-246). London: ITP.
- Jensen, I.** (2000). *Public relations and the public sphere in the future*. Paper gepresenteerd op: 7th International Public Relations Research Symposium. Bled, Slovenië, 7 juli.
- Keikes, S.** (1992). *Basisboek Public Relations*. Diepenheim: Uitgeverij Keikes.
- Koot, W. & Sabelis, I.** (2000). *Over leven aan de top. Topmanagers in complexe tijden*. Utrecht: Lemma.
- Krone, K. J., Jablin, F. M. & Putnam, L. L.** (1987). Communication Theory and Organizational Communication: Multiple Perspectives. In: F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts, L. W. Porter (red.), *Handbook of organizational communication. An interdisciplinary perspective* (pp. 18-40). Newbury Park CA: Sage.
- Kückelhaus, A.** (1998). *Public Relations: die Konstruktion von Wirklichkeit. Kommunikationstheoretische Annäherungen an ein neuzeitliches Phänomen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Larson, M. S.** (1977). *The rise of professionalism: a sociologic analysis*. Berkeley: University of California Press.
- Lebbing, T.** (2003). 'Speelballen' gaan allemanszaak runnen. Waar staan we als beroepsgroep voor? *Dialog*, 8(55), 12-13. (Uitgave van de Beroepsvereniging voor Communicatie.)
- Ledingham, J. A. & Bruning, S. D.** (2000). *Public relations as relationship management. A relational approach to the study and practice of public relations*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Maister, D. H.** (1997). *Een echte professional*. Schoonhoven: Academic Service.
- Meiden, A. van der & Fauconnier, G.** (1994). *Public Relations. Profiel en professie: inleiding in de theorievorming*. Groningen: Martinus Nijhoff Uitgevers.
- Middel, R.** (1997). Communicatie en massacommunicatie. In: J. N. A. Groenendijk, G. A. Th. Hazekamp, J. Masttenbroek (red.), *Public relations. Beleid, organisatie en uitvoering* (pp. 118-131). Alphen a/d Rijn: Samsom.
- Miller, G. R.** (1989). Persuasion and public relations: Two "Ps" in a Pod. In: C. H. Botan & V. Hazleton Jr. (red.), *Public Relations Theory* (pp. 45-66). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Mintzberg, H.** (1991). *Organisatiestructuren*. Schoonhoven: Academic Service.

- Modarressi, S., Newman, D. L. & Abolafia, M. Y.** (2001). Academic evaluators versus practitioners: alternative experiences of professionalism, 24, 1-11.
- Munck Nielsen, J.** (2001). *The legitimacy concept and its potentialities. A theoretical reconstruction with relevance to public relations.* Niet-uitgegeven dissertatie, University of Roskilde, Denemarken.
- Nagla, B. K.** (1993). *Sociology of professions, a theoretical analysis of conceptual issues.* IDPAD publicatie 1993-5. Den Haag: Nuffic/CIRAN.
- Newsom, D., Van Slyke Turk, J. & Kruckeberg, D.** (1996). *This is PR, the realities of public relations.* Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Pieczka, M. & L'Etang, J.** (2000). Public relations and the question of professionalism. In: Robert L. Heath (red.), *Handbook of Public Relations* (pp. 223-235). Thousand Oaks: Sage.
- Putte, M. van** (1998). *Interne communicatie: van theorie naar praktijk.* Bussum: Coutinho.
- Raupp, J.** (2000). *Kunstöffentlichkeit im Systemvergleich. Selbstdarstellung und Publikum der Nationalgalerien im geteilten Berlin.* Proefschrift. Münster: LIT Verlag.
- Riel, C. B. M. van** (1986). *Overheidsvoorlichting en intermediaire kaders. Een studie naar de intermediaire rol van organisaties in het voorlichtingsproces van de centrale overheid.* Delft: Eburon.
- Riel, C. B. M. van** (1996). *Identiteit en imago. Een inleiding in de corporate communication.* Tweed editie. Schoonhoven: Academic Service.
- Riel, C. B. M. van** (red.) (2001). *Corporate communication. Het managen van reputatie.* Alphen a/d Rijn: Kluwer.
- Ruler, B. van** (1996). *Communicatiemanagement in Nederland.* Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Ruler, B. van** (1998). *Strategisch management van communicatie, introductie van het communicatiekruispunt.* Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Ruler, B. van** (2000). Communication management in the Netherlands. *Public Relations Review*, 26(4), 403-423.
- Ruler, B. van** (2003a). Public Relations in the polder: the case of the Netherlands. In: K. Sriramesh & D. Vercic (red.), *Handbook of International Public Relations.* Hillsdale: Erlbaum (in voorbereiding).
- Ruler, B. van** (2003b). *Communicatiemanagement: van kwantiteit naar kwaliteit. Over professionalisering van het management van organisationele communicatie.* Enschede: Universiteit Twente.
- Ruler, B. van & Lange, R. de** (2000). Monitor communicatiemanagement en -advies 1999: de stand van zaken in de Nederlandse beroepspraktijk. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 28(2), 103-124.
- Ruler, B. van & Lange, R. de** (2003). Barriers to communication management in the executive suite. *Public Relations Review*, 29(3) (in voorbereiding)
- Ruler, B. van & Vercic, D.** (2002). 21st Century communication management – the people, the organization. In: P. Simcic Bronn & R. Wiig (red.), *Corporate Communication. A strategic approach to building reputation* (pp. 277-294). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Ruler, B. van & Vercic, D.** (2003). Reflective communication management, a public view on public relations. Paper geaccepteerd voor presentatie op: 53rd Annual Conference of the International Communication Association, "Communication in Borderlands". San Diego, CA, USA, 23-27 mei 2003.
- Scholten, O.** (1999). Publiciteit als omgevingsfactor. Over organisaties, media en samenleving. In: A. A. van Ruler e.a. (red), *Onderzoek communicatiemanagement 1999* (pp. 15-37). Alphen a/d Rijn: Samsom.
- Schön, D. A.** (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action.* New York: Basic Books.
- Seydel, E.** (2000). Het ontwerpen van communicatiebeleid en -onderzoek. In: B.

- Klandermans & E. Seydel (red.), *Overtuigen en activeren. Publieksbeïnvloeding in theorie en praktijk* (pp. 63-92). Assen: Van Gorcum.
- Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Stappers, J. (1986). Boeren, burgers en buitenlui. *Masscommunicatie*, 14(4), 204-215.
- Vermaak, H. (2001). Wat is een goede carrière? In: L. de Caluwé & A. Witteveen (red.), *Organisatieadvies: wat is dat?* (pp. 280-301). Schoonhoven: Scriptum Management.
- VPRA (2002). Het einde van de communicatie-adviseur (6). *VPRA Journaal*, nr. 3. (Nieuwsbrief van de brancheorganisatie voor public relations/communicatieadviesbureaus.)
- Wanaby, G. & Moss, D. (1997). The role of public relations in organizations. In: P. J. Kitchen (red.), *Public relations, principles and practice* (pp. 6-21). Londen: International Thompson Business Press.
- Weick, K. E. (1987). Theorizing About Organizational Communication. In: F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts & L. W. Porter (red.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective* (pp. 97-122). Newbury Park, CA: Sage.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oaks: Sage.
- White, J. & Dozier, D. M. (1992). Public relations and management decision making. In: J. E. Grunig (red.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 91-108). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- White, J. & Mazur, L. (1995). *Strategic Communications Management. Making Public Relations Work*. Wokingham: Addison-Wesley.
- Wilenski, H. L. (1964). The professionalization of everyone. *The American Journal of Sociology*, 70, 137-158.
- Woerkum, C. M. J. van (1982). *Voorlichtingskunde en massacommunicatie, het werkplan van de massamediale voorlichting*. Wageningen: Vakgroep Voorlichtingskunde.
- Woerkum, C. M. J. van (1997). *Communicatie en interactieve beleidsvorming*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Zijderveld, A. C. (2000). *The Institutional Imperative. The Interface of Institutions and Networks*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Zweckhorst, P. A. M. (2001). *Communicatiemanagers: visies van topmanagers*. Amsterdam: Boom.

# Boekbesprekingen

## ***Culturele waarden en communicatie in internationaal perspectief***

**Marie Thérèse Claes & Marinel Gerritsen (2002)**  
**Bussum: Coutinho**

ISBN 90 6283 304 7; 276 BLZ.; € 24,50

Dit boek, heel toepasselijk geschreven door een Vlaamse en een Nederlandse auteur, gaat in op cultuurverschillen tussen Nederland en Vlaanderen, en plaatst die verschillen en hun gevolgen voor communicatie tussen mensen in een breder perspectief. Hierbij beperken de auteurs zich niet enkel tot westerse culturen en tot verbale communicatie: ook non-verbale communicatie en Arabische, Aziatische en Afrikaanse culturen, zij het in beduidend mindere mate, komen aan bod. Het resultaat is een vlot geschreven en verzorgd leerboek, rijk voorzien van verduidelijkende schema's, inzichtelijke grafieken en tabellen, dat ook omwille van de talrijke oefeningen en opdrachten zeer goed bruikbaar is in studentactiverend onderwijs. De auteurs getuigen van veel pedagogisch inzicht: de leerinhoud is goed gedoseerd en bestaat afwisselend uit theorieën, geïllustreerd door voorbeelden en toepassingen. De leergierige lezer of ijverige docent die de sleutels voor de opgaven van de oefeningen wil nalezen op het webadres van de uitgever, moet het echter voorlopig nog stellen met webadressen en links van voor interculturele communicatie relevante tijdschriften, congressen, en dergelijke.

Uitgangspunt in het boek is onder meer Geert Hofstede's vaststelling dat hij nooit grotere cul-

tuurverschillen is tegengekomen tussen aanpalende regio's die bovendien een gemeenschappelijke taal hebben, dan tussen Nederland en Vlaanderen. Het boek illustreert deze verschillen dan ook uitbundig op tal van vlakken, waaronder de mate van context nodig voor communicatie, de oriëntatie qua ruimte en tijd, de interactie van mens tot mens en de drijfveren achter het menselijke handelen. Met die verschillen vers in het geheugen lijkt mij de inschatting van de auteurs (p. 22) als zou de Vlaamse cultuur veel dichter staan bij de Franse, niet onproblematisch. Denken we maar aan de uitdrukking 'leven als God in Frankrijk' waarmee de doorgaans hardwerkende Vlaming de Franse levensstijl associeert met onbezorgdheid, ja zelfs een tikkeltje onbezonnenheid. Verder is er het belang van het uiterlijk en mode, hoog op de prioriteitenlijst van de Fransen, maar een beduidend minder in het oog springend kenmerk voor de Vlamingen (zelfs nu Antwerpen steeds vaker het Milaan van het noorden wordt genoemd). Ook de afbakening van het privé-territorium van de cocoonende Vlaming staat in schril contrast met de meer uithuizige Franse levensstijl: het meer in groepsverband in cafés televisiekijken is slechts één illustratie van die – om het met een term van Hofstede te verwoorden – toch meer collectivistische inslag eigen aan de Franse stijl. Uiteraard moet hier rekening gehouden worden met regionale verschillen: het leven van een inwoner uit de Elzas of uit Rijsel (Lille) zal wellicht meer gelijkenissen vertonen met dat van de Vlaming dan van een Fransman die in de streek van Bordeaux of Perpignan woont.

Meer aandacht voor regionale verschillen brengt ons bij een heikel punt: de indeling van cultuurgemeenschappen enkel op basis van surveymateriaal – dat bovendien verzameld is op de werk-

vloer – in dichotome categorieën en homogene continua à la Hofstede, waarbij nauwelijks nuances worden aangebracht, is storend. De auteurs staan mijns inziens te kritiekloos ten aanzien van Hofstedes onderzoek uit de jaren 1960, 1970 en 1980, doen slechts in zeer beperkte mate zelf herhaalonderzoek en brengen hierin geen nuances of verbeteringen aan. Bij het fenomeen dat bijvoorbeeld alle westerse cultuurgemeenschappen multiculturele samenlevingen geworden zijn en dat hierdoor onderlinge beïnvloeding tussen de verschillende culturen plaatsvindt, wordt evenmin stilgestaan. Twee- of drietalige landen waarbij de verschillende taalgemeenschappen zich richten op de grote buur waarmee ze dezelfde taal delen – denken we maar aan de Duitstaligen in België of de Italiaanse gemeenschap in Zwitserland – worden in dergelijk ‘grofmazig’ categoriserend onderzoek uiterst problematisch. Verbeteringen en nuanceringen dienen mijns inziens gezocht te worden in de multimedische aanpak: naast surveys dient etnografisch onderzoek uitgevoerd te worden op basis van allerhande relevante ‘teksten’, waaronder zowel uitingen van cultuur met een grote ‘C’ als cultuuruitingen in de antropologische zin, zoals mediateksten en meningen van het publiek hierover. Een mooi onderzoeksvoorbeeld zou de Big Brotherformule kunnen zijn en de receptie ervan in de verschillende cultuurgemeenschappen. De bij wijlen verhitte debatten in de verschillende landen rond inbreuken op de privacy en de daarmee samenhangende perceptie van normen en waarden, zouden een mooie casestudy zijn ter aanvulling van de binaire indelingen die in het boek worden gepresenteerd.

Dat beide auteurs meer affiniteit hebben met cultuur dan met communicatie blijkt uit hun keuze en interpretatie van het transmissiemodel van Claude Shannon en Warren Weaver uit 1949 (p. 28). Dat het model oorspronkelijk een zuiver op technologie gericht model was dat informatietransmissie ziet als eenwegverkeer (enkel van de zender naar de ontvanger) en zich verder niet uitlaat over de receptie van de betekenis van de boodschap, gaat aan de auteurs voorbij. Zij interpreteren het model ten onrechte als een heus tweewegscommunicatiemodel waarbij zorg dient gedragen te worden voor de gelijkgestemde overdracht van een betekenisvolle bood-

schap. De auteurs hadden er in het licht van hun interpretatie veel beter aan gedaan Maletzkes model te kiezen als uitgangspunt. Hoewel ietwat verouderd (uit 1963) blijft dit model toch één van de meest waardevolle algemene communicatiemodellen dat veel meer perspectieven biedt voor recentere interpretatieve modellen met centrale aandacht voor de betekenisverleners (de codeurs en de decodeurs) aan de boodschap. De overgang van Shannon en Weaver naar het onnodig complexe en vrij onbekende meerlagige model van Targowski en Bowman (1988) is zonder meer één van de minst geslaagde passages van het boek (pp. 34-40).

Hoofdstuk 2 rond basiswaarden van culturen (bijvoorbeeld feminiene versus masculiene culturen; veel versus weinig machtsafstand; individualistisch versus collectivistisch) is leerzaam, maar voegt weinig toe aan Hofstedes binaire aanpak. De voorbeelden en oefeningen zijn wel leuke aanvullingen en bieden ruimschoots debatstof tijdens de colleges. Nu weet ik als Vlaamse die al enkele jaren in Nederland werkt ook waaraan wrijvingen met Nederlandse collega's, studenten en vrienden met betrekking tot tijd te wijten zijn. Ik als 'polychrone' Vlaamse die punctualiteit als betrekkelijk ziet en altijd dingen en mensen wil 'combineren', die tijd liefst als hernieuwbaar hanteert, kom geregeld in botsing met het 'monochrome' Nederland, waar geen academisch kwartiertje geldt, waar pauzes tijdens colleges dienen gerespecteerd te worden en afspraken op tijd dienen te worden nagekomen.

Hoofdstuk 3 verruimt het blikveld van de verbale communicatie, veruit de meest genuanceerde vorm van communicatie, naar de afspraken die gelden rond vormen van non-verbale vocale en non-vocale communicatie en die zowel cultureel als regionaal bepaald zijn: zo is de kinnenwip in Noord-Italië een uiting van ongeïnteresseerdheid, terwijl het in Zuid-Italië in die betekenis betrekkelijk zeldzaam is en veelal duidt op een ontkenning (zie p. 119).

In hoofdstuk 4 worden de overeenkomsten en verschillen in waarden tussen Nederland en Vlaanderen in detail uiteengezet. Als lezers hadden de auteurs bij het schrijven van dit hoofdstuk voornamelijk allochtonen, buitenlandse studenten in Vlaanderen en Nederland, en stu-

denten en docenten Nederlands in het buitenland voor ogen. Marinel Gerritsen heeft ter actualisering van Hofstedes onderzoek een heel beperkt herhaalonderzoekje op basis van surveys onder 106 Vlaamse en 94 Nederlandse werknemers in de ICT-sector (!) opgezet. Vreemd genoeg zien de auteurs zelf geen enkel probleem met de toch wel uiterst gelimiteerde verklaringsbasis die hun onderzoek biedt. De oefeningen en voorbeelden zijn uit het leven gegrepen: een Nederlandse student in Leuven die om zijn Erasmuspasje te bemachtigen moet optornen tegen een bureaucratische molen geldt als illustratie van de grote machtsafstand in België, en ook het historische voorbeeld van Koning Willem I die in 1815 in Brussel zijn Blijde Intrede deed en de Brusselaars choqueeerde omdat ditmaal geen chique bal werd georganiseerd, maar een borreltje waar zuinig aan een glaasje werd genipt (!), is zeer verhelderend.

Hoofdstuk 5 positioneert Nederland en Vlaanderen binnen de verschillende Europese culturen. De Germaanse, Angelsaksische, Noordse, Romaanse en Slavische culturen worden geplaatst op de volgende dimensies: mate van context nodig in communicatie, relatie van mens tot mens, drijfveer van het menselijk handelen, ruimteoriëntatie (privé-territorium versus publieke domein) en tijdsperceptie. Nederland en Vlaanderen zijn ergens tussen de 'kouwe puriteinen' en de 'warmbloedige roomsen' te situeren. Al gauw blijkt uit de voorbeelden overduidelijk dat de 'monochrome, specifiek qua tijd en ruimte georiënteerde' Nederlander zich beter thuis voelt bij de eerste en de 'polychrone, difuus qua tijd en ruimte georiënteerde' Vlaming bij de laatste groep. Het voorbeeld (p. 209) van de verbaasd toekijkende Nederlander in Rome – waar op een terras een Italiaanse man met z'n vrouw zit te eten, zijn telefoon gaat en de hare ook, beiden nemen op en beginnen geanimeerd met de opbeller te spreken; ondertussen scheppen ze eten op, eten, voeren en zoenen elkaar – spreekt boekdelen. Ook het (zelfs voor een Vlaming) onwaarschijnlijke verhaal van honderden Noord-Italiaanse artsen die jarenlang zwaar hebben verdiend aan al lang overleden spookpatiënten en van spookziekenhuizen die nooit één patiënt hebben ontvangen, maar met overheids-subsidies werden gebouwd, doet mij enigszins

denken aan de Belgische artsen die prestaties aanrekenen waarvoor hun, weliswaar nog levende, patiënten hogere terugbetalingen kunnen krijgen en die zodoende meewerken aan de uitholling van de ziektefondsen. De in een andere oefening (p. 210) aangereikte verklaring van dit fenomeen aan de hand van de 'civil society' die wantrouwend en los van de staatsstructuur opereert in zowel België als Italië, lijkt mij zeer aannemelijk.

In hoofdstuk 6 vergelijken de auteurs Nederland en Vlaanderen met de Afrikaanse, Arabische en Aziatische culturen. De hooguit twintig pagina's die hiervoor worden uitgetrokken doen terecht vermoeden dat hier weinig ruimte is voor nuance. Zo worden de Afrikaanse culturen vrij homogeen afgeschilderd, gekenmerkt door collectivisme, een hoge machtsafstand, gemengde onzekerheidsvermijding, een kortetermijnoriëntatie en gematigde femininiteit. Empirisch onderzoek is al evenzeer schaars. Het volgende voorbeeld over de positie van de Maleisische vrouw wil ik de lezer niet onthouden: mooie vrouwen mogen niet meer gerekruteerd worden voor publieke functies, zo heeft de islamitische regering van de deelstaat Kelantan beslist. Zij vinden immers toch altijd een man, en de overheid geeft liever werk aan vrouwen die dat 'geluk' niet hebben. 'Kun je dit vergelijken met België en Nederland?', vragen de auteurs bij wijze van oefening. Stof genoeg, lijkt me, voor een geanimeerd college.

De auteurs sluiten hun boek af met een zevende hoofdstuk over hoe om te gaan met cultuurverschillen. Hoe het best de aangereikte verschillen toe te passen en in de praktijk om te zetten, wordt in amper acht pagina's uiteengezet. Verder dan 'wees je zelf en respecteer andere cultuuruitingen' komen de auteurs niet. 'When in Rome do as the Romans do' blijkt in elk geval niet het navolgen waard, zoveel is duidelijk. De korte passage over de cultuurschok, uitgedrukt in de W-curve of de acculturatiecurve (bestaande uit opeenvolgende fases van euforie, schok, acculturatie, evenwicht; vgl. Oomkes, 2000) is interessant. Nog interessanter ware het geweest indien ook de cultuurschok was besproken die immigranten ervaren wanneer zij zich voor lange of onbepaalde duur ergens willen vestigen. Onze samenleving is immers multicultureel en precies daarom zijn de handvatten in het laatste hoofdstuk



zo bedroevend ontoereikend. Het boek kent een abrupt einde zonder afsluitende conclusie of reflecterende epiloog over bijvoorbeeld hoe inter- of crosscultureel onderzoek nu verder creatief en multimethodisch kan worden opgezet. Kortom, dit boek is een goed ogend leerboek dat bol staat van de verhelderende voorbeelden en oefeningen, maar dat een bredere theoretische en methodische basis mist die de aanpak van Hofstede en Trompenaars overstijgt en zodoende ook weer heel inspirerend werkt voor de lezer die het anders wil.

Leen d'Haenens  
Communicatiewetenschap  
Katholieke Universiteit Nijmegen

## **Medische publiekscommunicatie: Een panorama**

**Frans J. Meijman en Frans Meulenberg (redactie, 2002)**  
**Houten/Mechelen: Bohn Stafleu Van Loghum**

ISBN 90 313 3758 7; 343 BLZ.; € 52,50

De redacteuren van het boek *Medische publiekscommunicatie: Een panorama* zijn respectievelijk hoogleraar biomedische wetenschapsvoorlichting en -journalistiek en van de geschiedenis daarvan, gecombineerd met huisarts (Meijman) en wetenschapsjournalist (Meulenberg). In het zeer korte voorwoord geven de redacteuren aan wat ze met het boek willen bereiken: 'een bijdrage leveren aan het publieke debat over de medische zaak'. Daarbij hopen ze dat het boek een opmaat is voor een nieuw elan binnen de medische journalistiek en biomedische wetenschapsvoorlichting. Het boek is bedoeld voor twee groepen lezers: auteurs en andere beroepsbeoefenaars die betrokken zijn bij het populariseren van biologische en medische wetenschappelijke kennis en inzichten, en studenten en cursisten op het terrein van de (biomedische) wetenschapsvoorlichting en -journalistiek, gezondheidsweten-

schappen en gezondheidsvoorlichting. De lezers worden met nadruk uitgenodigd over de inhoud van het boek met elkaar en met de auteurs in discussie te gaan. Want, zo schrijven de redacteuren in het voorwoord:

'(...) het onderwerp en de opzet van het boek brengen namelijk met zich mee dat het laatste woord over medische publiekscommunicatie nog niet is geschreven. Niet voor niets is de ondertitel van het boek: een panorama. Een panorama is weids, afwisselend, vol contrast en reliëf, maar kent ook dode hoeken en blinde vlekken. Een panorama ligt gelukkig nooit vast.'

*Medische publiekscommunicatie* bestaat uit 24 hoofdstukken die door steeds wisselende auteurs geschreven zijn. In de hoofdstukken worden allerlei aspecten van communicatie, voorlichting en journalistiek over wetenschap, biomedische of medische informatie besproken. De hoofdstukken zijn gelaardeerd met uitgelichte, overigens niet altijd kloppende, regels tekst met een verkorte samenvatting of een geciteerde zin uit het betreffende hoofdstuk. De auteurs hebben een verschillende achtergrond en naamsbekendheid. Wetenschappers, verschillende (wetenschaps)journalisten – waaronder Martin Enserink die voor het toonaangevende *Science* verslaggever is – maar ook twee huisartsen, een marketingmanager, een reclameman en een televisieproducer – Jan Vink, die aan de wieg stond van het programma *Het Klokhuis* – hebben meegeschreven. Het is aardig om bijdragen van zoveel verschillende auteurs te lezen en hun meningen over allerlei deelonderwerpen te weten te komen. De ondertitel doet hiermee zijn naam eer aan: het is een panorama dat de medische publiekscommunicatie vanuit diverse invalshoeken op verschillende manieren laat zien.

Toch blijft er na het lezen van het boek wel een groot vraagteken hangen. Wat wordt er nu precies bedoeld met medische publiekscommunicatie en geeft de informatie die in het boek staat je als student – een van de doelgroepen – ook het idee dat je meer inzicht hebt in dit specifieke onderwerp? Of is het een boek dat je als beroepsbeoefenaar van publiekscommunicatie erbij



pakt om iets na te kijken? Dat valt tegen. De structuur van *Medische publiekscommunicatie* is bijvoorbeeld niet zo opgezet dat het onderwerp systematisch van verschillende invalshoeken bekeken wordt. Het boek biedt je daardoor geen opbouwende kennis van de medische publiekscommunicatie. Integendeel: opeenvolgende hoofdstukken lijken soms niets met elkaar te maken te hebben of juist andersom, hoofdstukken die min of meer op elkaar aansluiten staan niet bij elkaar in de buurt. Zo staat het hoofdstuk van A. van Ammelrooy (hoofdstuk 16), waarin als het ware wordt gepleit voor meer onderzoeksjournalistiek, niet in de buurt van het hoofdstuk van onderzoeksjournalist Joop Bouma (hoofdstuk 21), die de werkwijze van de onderzoeksjournalist beschrijft met aan het slot 18 vuistregels.

De vraag rijst of een duidelijker structuur mogelijk zou zijn geweest. Een korte inventarisatie laat zien dat ongeveer de helft van de hoofdstukken betrekking heeft op wetenschapsjournalistiek of onderzoeksjournalistiek. Deze hoofdstukken staan nu nog verdeeld over het hele boek, maar zouden bij elkaar kunnen worden geplaatst. De overige hoofdstukken lijken minder goed bij elkaar te passen. In een aantal hoofdstukken behandelen de auteurs aspecten die met het publiek te maken hebben, maar er zijn ook hoofdstukken die, hoewel goed geschreven, heel andere onderwerpen behandelen. Zo gaat Wilbert Sporen (hoofdstuk 5) in op de inhoud, vorm en begrijpelijkheid van gebruiksteksten, behandelt Arend Jan Waarlo (hoofdstuk 7) een didactische kijk op biomedische kennis en analyseert José van Dijk in hoofdstuk 10 het reality-effect in de medische televisiedrama's *ER* en *Holby City*. Geschreven tekst, didactiek en tv-drama, te divers dus om als lezer een rode draad te kunnen ontdekken. Het boek zou aan kracht hebben gewonnen als er meer lijn in de verschillende hoofdstukken zou zijn aangebracht.

Een ander punt betreft de stijl waarin de hoofdstukken zijn geschreven. Sommige hoofdstukken hebben de stijl van een wetenschappelijk artikel, geschreven met een flink aantal literatuurverwijzingen, andere hoofdstukken hebben duidelijk vorm gekregen vanuit de eigen, persoonlijke ervaringen met het onderwerp en de

schrijfstijl is hieraan aangepast. Met andere woorden: de ene keer is het een artikel dat aan wetenschappelijke eisen voldoet, de andere keer is het een hoofdstuk dat vanuit de eigen visie is geschreven zonder referenties te gebruiken. Gebruik je het boek om je eens te laten informeren over de medische publiekscommunicatie, dan is dat prima. Wil je het boek vaker gebruiken en je met het lezen van het boek verder verdiepen in de medische publiekscommunicatie, dan is het boek minder goed bruikbaar.

De auteurs van *Medische publiekscommunicatie: Een panorama* bespreken vanuit hun zeer verschillende disciplines de zaak van medische publiekscommunicatie. Dat levert een divers beeld op. Een nadeel is echter dat het begrip medische publiekscommunicatie nog niet is ontwikkeld. Daardoor schrijven de auteurs noodzakelijk vooral vanuit hun eigen visie en ervaringen met daaraan gekoppeld een eigen, vaak impliciet gehouden, definitie van het begrip publiekscommunicatie. Het maakt dat je als lezer niet altijd over dezelfde publiekscommunicatie leest. En niet alle auteurs geven aan welke opvatting zij over medische publiekscommunicatie hanteren. Soms verwarrend omdat je je in het vorige hoofdstuk net hebt ingesteld op een bepaalde hantering van het begrip. Een scherpere focus op het onderwerp, waarbij minder ver uit elkaar liggende deelonderwerpen aan bod komen, gecombineerd met een inleidend hoofdstuk met daarin de opbouw van het boek en het hoe en waarom van de hoofdstukken met een kort theoretisch kader, geeft de lezer, wat mij betreft, een beter verhaal. Dan wordt het interessant om het boek er eens op na te slaan. Een bijkomend voordeel is dat de overgebleven onderwerpen genoeg stof voor een tweede boek opleveren.

Al met al is *Medische publiekscommunicatie: Een panorama* naar mijn mening nog niet de gewenste opmaat tot een nieuw elan omdat er – om met de woorden van de redacteurs zelf te spreken – nog dode hoeken en blinde vlekken inzitten. Het boek is wél een panorama vol contrast en reliëf en levert genoeg stof op voor discussie.

Anne Dijkstra  
Toegepaste Communicatiewetenschap  
Universiteit Twente

## The Information Society: An Introduction

Armand Mattelart (2003)  
Londen/Thousand Oaks/New Delhi: Sage

ISBN 0 7619 4948 8 (PAPERBACK); 182 BLZ.; € 24,50

De leukste boeken in mijn studie kwamen uit de 'kritische hoek'. Verschijnselen als reclame, crisiscommunicatie en regionale ongelijkheid in de internationale informatievoorziening werden door een marxistische bril bekeken en van kritisch commentaar voorzien. Docenten zeiden er altijd voor de zekerheid bij dat het er hun alleen om ging, vanzelfsprekende noties over massacommunicatie eens tegen het licht te houden. Het was niet hun bedoeling de twee decennia eerder door sommigen onder hen gestichte marxistische universiteit nieuw leven in te blazen.

Ik herinner me vooral het boekje *Das Gefühl von Freiheit und Abenteuer* uit de toen nog net bestaande Duitse Democratische Republiek. Daarin werd de kapitalistische marketingcommunicatie door de mangel der marxistische cultuurkritiek gehaald. Het was kostelijk leesvoer vol termen als 'dominante Ideologie', 'Entfremdung' en (mijn favoriet) 'entlarven'. De auteur deed zijn best om de kapitalistische ideologie door te prikken en de lezer te laten doorzien hoe het 'werkelijk' zat. Desondanks werd niet duidelijk waarom de 'kritische' versie van de werkelijkheid dan wel de enig juiste was. Die pretentie had de kritische sociale wetenschap duidelijk wel, getuige de semantiek van het doorprikken en het ontmaskeren, alsof achter de sluiers en maskers zich de ware lezing van de samenleving schuilhield. Wie genoemde pretentie met een korreltje zout nam en de 'werkelijke lezing' als een van mogelijke alternatieve omconstrueerde, kon van de kritische theorie niettemin het een en ander leren.

Deze gedachte bekwam me weer bij het lezen van *The Information Society, An Introduction*, een recentelijk door Sage uitgegeven vertaling van *Histoire de la Société de l'Information* (2001) van Armand Mattelart. De auteur, hoogleraar informatie- en communicatiewetenschappen aan de

Université de Paris-VIII, is iemand die zijn sporen in de literatuur over internationale communicatie- en informatiestromen heeft nagelaten. In recente jaren heeft hij zich gestort op het schrijven van inleidingen in het vak, getuige de titels die *amazon.fr* na het ingeven van zijn naam ophoest.

*The Information Society* beoogt een kritische inleiding te zijn in het denken over de moderne samenleving als een informatiesamenleving. Mattelarts diagnose luidt dat deze notie vergezeld gaat van bepaalde opvattingen die richting geven aan het handelen van actoren in het veld. De informatiesamenleving ontwikkelt zich daarmee in een richting die wel aantrekkelijk is voor multinationale ondernemingen en misschien ook voor (trans)nationale overheden, maar niet of veel minder voor Jan met de pet op het internet. Mede door de snelle verspreiding van het internet, is het geloof in de wonderen die de informatietechnologie kan verrichten, wijdverbreid. Maar 'the stakes of the new digital universe', zo waarschuwt de auteur, 'are too multiform and interdisciplinary to be left to technological determinism alone' (p. 3). Het terugtraceren van het ontstaan van de informatiesamenleving tot in de zestiende eeuw, ofwel de 'archeologie van het informatietijdperk', geeft een indruk van die veelvormigheid.

De informatietechnologie van vandaag vindt haar oorsprong in de ontwikkeling van de computer en van telecommunicatie. Die zijn op hun beurt ontstaan vanuit in een zeker tijdperk bestaande ideeën over vooruitgang. De oorsprong van computers en digitale informatieoverdracht ligt volgens Mattelart in wat hij de 'getalencultus' noemt, die in de zestiende en zeventiende eeuw ontstaat (hoofdstuk 1). De wiskunde, onder inbegrip van waarschijnlijkheidsrekening en statistiek, werd mede door het werk van filosofen als Bacon en Leibniz meer en meer gezien als de rationele basis voor het denken en handelen. Door het ontwikkelen van een standaardtaal, gebaseerd op wiskundig redeneren, zouden de volkeren nader tot elkaar komen. Het was de algemeengedigheid van de wiskundige logica die deze gedachte inspireerde.

De industriële revolutie (hoofdstuk 2) paarde technologie aan vormen van sociale organisatie.

Arbeidsdeling en 'scientific management' waren hiervan het gevolg. De 'positieve' natuurwetenschap werd wederom van stal gehaald als rationale basis voor inrichting van de samenleving, en opnieuw riep dit weerstand op. Dat laatste weerhield ene Charles Babbage er in de eerste helft van de negentiende eeuw niet van de arbeidsdeling te zien als een model voor cognitieve processen die zich in het menselijk brein afspelen. Hij legde de grondslag voor het ontstaan van de computer een eeuw later (hoofdstuk 3). De Tweede Wereldoorlog zou daarin een hoofdrol vervullen. Het werk van de Engelse wiskundige Alan Turing aan de vooravond van die oorlog, viel in vruchtbare bodem. Het kraken van de code van vijandige correspondentie en de ontwikkeling van de atombom waren gebaat bij sterke calculatoren. Het militaire programma ging na de oorlog zoals bekend verder. Daarnaast riepen ook vreedzame toepassingen om wiskundige (Shannon) en economische kennis (Machlup, Porat).

Vanaf de jaren zestig van de twintigste eeuw zagen nieuwe 'post'-maatschappijdiagnoses het licht (hoofdstuk 4). De samenleving zou op weg zijn postindustrieel, postideologisch, postmodern en uiteindelijk ook postnationaal te worden. In deze voorspellingen kreeg de technologische ontwikkeling opnieuw een omstreden, centrale plek toebedeeld. Mattelart citeert Zbigniew Brzezinski, een latere adviseur van de Amerikaanse regering, die in 1970 repte van de 'technetronic society', zijnde 'a society that is shaped culturally, psychologically and economically by the impact of technology and electronics, particularly in the area of computers and communications' (pp. 91-92). Dat dit een wereldsamenleving zou zijn, stond voor hem buiten kijf, en hij kreeg al snel gelijk. Multinationale ondernemingen en non-gouvernementele organisaties ondergroeven in de jaren zeventig het bestaande systeem van internationale relaties.

Op dit punt in de geschiedenis aanbeland, begint de materiële infrastructuur die de informatiesamenleving uiteindelijk mogelijk maakt, in hoog tempo de samenleving te doordringen. De vraag hoe regeringen met dit gegeven in hun beleid zijn omgesprongen, is thema van het vijfde hoofdstuk. Hier is Mattelart op vertrouwd terrein. De door de Koude Oorlog getekende discussies in de UNESCO over de 'free flow of infor-

mation' en het westerse 'cultuurimperialisme' komen voorbij. Vervolgens is er aandacht voor de liberalisering van de telecommarkt en het EU-beleid dat erop is gericht cultuur van het spel der economische krachten uit te zonderen.

In het zesde en laatste hoofdstuk wordt uit de doeken gedaan welke diplomatieke, militaire, economische en juridische consequenties het dominante neoliberale model van de informatiesamenleving heeft. Hier kiest Mattelart ondubbelzinnig partij voor degenen die de globalisering van kritische kanttekeningen voorzien, al dan niet door te protesteren bij WTO- en G8-conferenties. Hij schrikt daarbij niet terug voor pittige teksten als 'when the potential to computerise society is reached under the economic model of unbridled globalisation, development gaps turn into apartheid' (p. 149).

In een korte piloot maakt Mattelart dan zijn definitieve punt: het 'techno-mercantilistische determinisme' (het militair-industrieel-economisch complex in een nieuw jasje?) schotelt de aardbewoners de zoveelste moderniseringsversie voor, die dit keer in het teken staat van snelheid. Snelheid is vooruitgang, zo luidt het vanzelfsprekende argument. Het langzame proces van culturele verandering komt daardoor onder druk te staan en wordt zelfs niet meer als zodanig waargenomen:

'(...) the dictatorship of the short term certifies as genuinely new, and therefore revolutionary, changes that in fact testify to structural developments and processes that have been under way for a very long time' (p. 161)

*The Information Society: An Introduction* slaagt erin de structurele ontwikkelingen en processen uit bovenstaand citaat bloot te leggen. Mattelarts cultuurgeschiedschrijving laat zien dat de term 'informatiesamenleving', hoewel pas echt in gebruik geraakt met de doorbraak van het internet als huiskamermedium, niet slechts verwijst naar een maatschappelijke ontwikkelingsfase aan het begin van het derde millennium. Er valt van het exposé dus veel te leren. Wel wordt enige zelfredzaamheid verlangd bij het door de alinea's en hoofdstukken vlechten van de vaak ontbrekende rode draad. Hier heeft de auteur een kans laten liggen er een echt studieboek van te maken. Een ander obstakel vormt de uit de kriti-

sche theorie bekende betweterige en soms beschuldigende toon. Om het betoog op waarde te kunnen schatten, dient die grondig te worden *entlarvt*.

Frank Huysmans  
Tijd, Media en Cultuur  
Sociaal en Cultureel Planbureau

# Persbericht Etmaal van de communicatiewetenschap

P.E Ketelaar  
Katholieke Universiteit Nijmegen (afdeling Communicatiewetenschap)  
P.O Box 9104  
6500 HE Nijmegen  
(024) 361 27 22/ 3611812  
p.ketelaar@mailbox.kun.nl

## PERSBERICHT

8 juli 2003

### Etmaal van de communicatiewetenschap

Op donderdag 13 en vrijdag 14 november wordt het derde Etmaal van de Communicatiewetenschap georganiseerd. Tijdens dit tweedaagse congres wordt recent communicatiewetenschappelijk onderzoek uit Nederland en Vlaanderen gepresenteerd. Het congres biedt een uitgelezen mogelijkheid om op de hoogte te raken van de jongste ontwikkelingen in het vakgebied en van gedachten te wisselen met andere geïnteresseerden in communicatiewetenschappelijk onderzoek.

#### Organisatie

Het congres wordt georganiseerd door NESCoR, de Nederlandse onderzoeksschool Communicatiewetenschap, waarin de Katholieke Universiteit Nijmegen, Universiteit Twente, Universiteit van Amsterdam en de Vrije Universiteit Amsterdam samenwerken, en de VSOM, de vereniging van professionals met belangstelling voor communicatiewetenschap.

#### Inhoud

In parallelsessies zullen bijna 100 presentaties worden gegeven. Onderwerpen die onder andere aan bod komen zijn ICT en organisaties, politieke communicatie, reclame, populaire cultuur, mediagebruik en journalistiek. Naast wetenschappelijk onderzoek worden ook nieuwe inzichten uit de praktijk gepresenteerd, onder meer door reclamebureau ARA Direct Communication, de Ster en de TU-Delft. Zo houdt reclamebureau ARA Direct Communication een presentatie over hun nieuwe visie op de toekomst van merken in een wereld waarin directe communicatie een steeds grotere rol gaat spelen en presenteert de TU-Delft i.s.m het packaging design bureau Brummelkamp-Hoekstra de onderzoeksresultaten met betrekking tot een nieuwe methode om de emotionele beleving van verpakkingen te evalueren.

#### Locatie

Het Etmaal 2003 wordt gehouden in de Aula op de campus van de Katholieke Universiteit Nijmegen. De kosten bedragen 175 Euro voor het gehele programma, inclusief diner en avondborrel. Er is een gereduceerd tarief voor studenten en promovendi. Belangstellenden voor aanwezigheid tijdens het congres dienen zich vóór 1 oktober via het registratieformulier op te geven. Dit formulier is online in te vullen op de website van het NESCoR ([www.NESCoR.nl](http://www.NESCoR.nl)) onder 'news'.

#### EINDE BERICHT

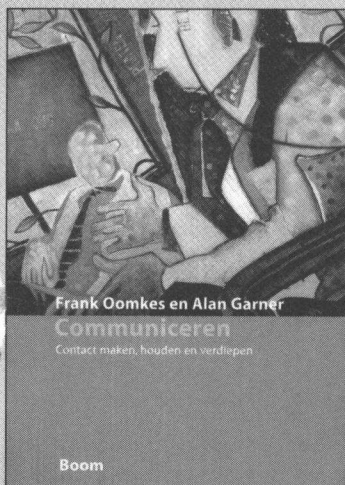
#### Meer informatie?

Zie voor meer informatie [www.NESCoR.nl](http://www.NESCoR.nl). Of neem contact op met P.E Ketelaar (zie voor contactgegevens bovenaan het persbericht).

Frank Oomkes en Alan Garner

# Communiceren

*Contact maken, houden en verdiepen*



ISBN 90 5352 906 3

264 pagina's

paperback

€ 24,50

Ook in de boekhandel

U hebt leren lezen, schrijven en rekenen. Doordat men uw fouten corrigeerde, kreeg u deze vaardigheden onder de knie. Maar wie leert u hoe u een goed gesprek moet voeren? Wie corrigeert uw fouten? Uw gesprekspartner vindt u gewoon minder aardig of zoekt iemand anders om mee te praten. U bent niet de enige. Heel weinig mensen zijn volleerd in het leggen van contacten, het maken van vrienden en het verdiepen van relaties. Onderzoekers hebben vaardigheden ontdekt die van levensbelang zijn voor succesvol contact met anderen. Gelukkig kost het weinig tijd deze vaardigheden te leren. *Communiceren* combineert een aantal trainingen die speciaal ontworpen zijn om dit tekort op te heffen.

*Communiceren* is bedoeld voor studenten en geschikt voor alle opleidingen waarin gesprekstechnieken een belangrijke competentie zijn voor de toekomstige beroepspraktijk.

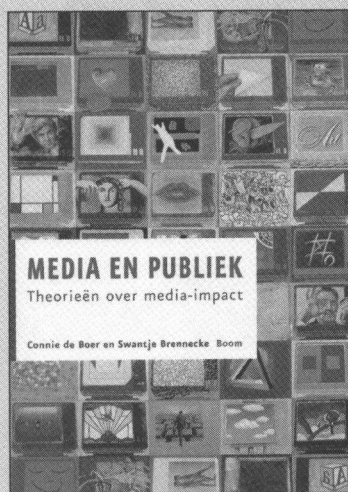
[www.uitgeverijboom.nl](http://www.uitgeverijboom.nl)



Connie de Boer en Swantje Brennecke

# Media en publiek

*Theorieën over media-impact*



ISBN 90 5352 904 7

256 pagina's

paperback

€ 25,50

Ook in de boekhandel

Ondervinden kinderen last van veel televisiekijken? Heeft een mediaboodschap invloed op het gedrag of de meningsvorming van mensen? Waarom en waarvoor gebruiken we de media?

Niet alleen sociale wetenschappers, maar ook politici, opvoeders en anderen hebben zich de afgelopen decennia steeds meer beziggehouden met deze vragen.

In *Media en publiek* worden de belangrijkste theorieën besproken die binnen communicatiewetenschap gangbaar zijn en betrekking hebben op de werking van de media. Veel van deze theorieën zijn gericht op het verklaren van effecten van de media op het publiek. Daarnaast worden ook theorieën besproken die de relatie tussen media en publiek meer vanuit het standpunt van het publiek bekijken en het mediagebruik proberen te verklaren.

In deze vijfde, herziene druk zijn alle hoofdstukken geactualiseerd en aangevuld met recente ontwikkelingen in de theorievorming. Nieuw is de aandacht voor priming en framing, en interactiviteit.

[www.uitgeverijboom.nl](http://www.uitgeverijboom.nl)



## Redactioneel

Actuele discussies in de communicatiewetenschap

- 163 *Paul Van de Velde*  
Mediabeleid

## Artikelen

- 168 *Marc Verboord & Kees van Rees*  
Veranderende leessocialisatie, dalend leesniveau?  
De invloed van ouders, literatuuronderwijs en populaire  
cultuur op gelezen boeken
- 192 *Cees M. Koolstra & Eveline van Wageningen*  
Fysiek en verbaal geweld in een kwart eeuw Nederlandse  
bioscoopfilms voor kinderen
- 205 *Anita van Hoof*  
Identiteit van regionale kranten
- 227 *Floor Harmsen, Fred Woudenberg, Lianne Elsmann-Domburg &  
Jan Gutteling*  
De inzet van maatschappelijke organisaties bij de com-  
municatie over loodhoudend drinkwater
- 245 *Betteke van Ruler*  
Communicatiemanagement: van kwantiteit naar kwa-  
liteit. De ontwikkeling van een professionaliseringsmodel
- 262 **Boekbesprekingen**

SBIB



009866661

T-COMMUN WETENS