

ANP en de relatie tussen dagblad en tijdschrift.

De concurrerende radio, film en televisie dwongen de (katholieke) pers tot oriëntatie op eigen kwaliteiten en tot versterking daarvan. Men pleitte voor een pluriform bestel, waarin zoveel mogelijk kanten van de katholieke aktie tot hun recht zouden komen.

### 5. *Medianota en mediaonderzoek*

Het rapport 'Nieuwe Vormen in de Journalistiek' is een vrij complete reflectie op de ontwikkelingen in de mediawereld van de jaren dertig. Het heeft ongetwijfeld bijgedragen tot de opinievorming over de media en het voeren van een mediabeleid, dat nog in de kinderschoenen stond. Het is opmerkelijk dat de commissie, tijdens haar onderzoek vragen stelt, die veel overeenkomsten vertonen met de vragen die ik in het boek *Media en religieuze communicatie* - onder redactie van Joan Hemels en Henk Hoekstra - aantrof. Natuurlijk staat de religieuze communicatie in 1985 in een geheel andere context en leiden de vragen tot andere antwoorden dan vijftig jaar geleden.

Dat er zich in de tussenliggende vijftig jaar de nodige ontwikkelingen op dit gebied hebben voorgedaan, blijkt wel uit de dikte van het media-boek: vierhonderdvijftig pagina's vergeleken met de twaalf in 1937.

Laat ik enkele vragen die ik op pagina 12 van het boek *Media en religieuze communicatie* aantrof beantwoorden aan de hand van het rapport 'Nieuwe Vormen in de Journalistiek'.<sup>15</sup>

1. Wat speelt er zich af op het terrein van de religieuze communicatie? Welke thematieken kan men onderscheiden?

Nieuwe media als radio, film en televisie zullen het vlak van de journalistiek in toenemende mate gaan beheersen. Zo dwingen zij de dagbladen tot een standpuntbepaling.

2. Hoe wordt hierover gedacht?

De mediawereld staat voor een dilemma: ideële en commerciële belangen lopen door elkaar. De opstellers van het rapport wijzen op een andere benadering, die gebaseerd is op de kwaliteiten van het medium, die uiteindelijk zowel het commerciële als ideële aspect tot zijn recht laten komen.

3. Hoe gaat men in de praktijk te werk?

De praktijk van het mediagebeuren zal aantonen dat de dagbladen terrein zullen verliezen. Met name op die vlakken die niet tot de eigenlijke taak van het dagblad gerekend kunnen worden, maar historisch zijn gegroeid.

15. J.M.H.J. Hemels en H.H. Hoekstra (red.), *Media en religieuze communicatie* (Hilversum 1985), 12.