

## Normatief

Ten aanzien van de vraag om meer aandacht voor de normatieve kant van het voorlichtingswerk kan ik alleen maar stomverbaasd zijn. De voorlichtingskunde-tot-nu-toe gaat alleen maar uit van het belang van de cliënt. Wat is normatiever dan dat? Er is veel te veel aandacht voor de normatieve kant. De voorlichtingskunde leunt nogal aan tegen de andragologie en daarmee tegen de ideologie van het welzijnswerk. De voorlichtingskunde is verziekt door normatief denken. Waar gaat het eigenlijk om bij zowel andragologie als voorlichting? Om beïnvloeding natuurlijk. In sommige gevallen wil men met beïnvloeding hulp bieden aan de cliënt (hulpverlening). In andere gevallen gaat het om andere belangen (algemeen belang bij milieu bijv., groepsbelangen bij verkeersveiligheidsproblematiek, etc.). De voorlichtingskunde zou zich veel meer op de sociale psychologie van de beïnvloeding moeten richten dan op ideologie. Waarmee ik niet wil beweren dat ideologie ballast is.

Van de reclamepraktijk kan heel wat afgekeken worden. Er is weinig verschil tussen reclame en voorlichting. Reclame is commercieel en voorlichting niet. Dat is het enige wezenlijke verschil. In beide gevallen wordt geprobeerd de organisatiedoelstelling te bereiken. In beide gevallen wordt de cliënt/klant verteld dat een en ander in zijn belang is. En doorgaans is dat ook zo. Het is een kwestie van het stellen van prioriteiten ten aanzien van belangen, ook door de cliënt/klant.

Laten we elkaar geen mietje noemen. Voorlichters zijn echt geen mooiere jongens (of meisjes) dan de reclamemensen.

## Voorlichting en belangentegenstellingen – commentaar

door A. W. van den Ban en F. R. Oomkes

Helaas is Janna Volker overleden, zodat zij niet meer kan reageren op de

<p>A. W. van den Ban en F. R. Oomkes zijn als hoogleraar en wetenschappelijk medewerker verbonden aan de vakgroep Voorlichtingskunde van de Landbouwhogeschool te Wageningen. Adres: Hollandseweg 1, 6706 KN Wageningen.</p>
--

reactie van Verbeek op haar artikel. Daarom willen wij graag reageren.

De enige macht waarover een voorlichter beschikt is het vertrouwen van zijn cliënten dat hij bereid en in staat is hen te helpen. Tegelijk zal een organisatie alleen geld uitgeven aan voorlichting, als dit een instrument is om de beleidsdoelen van deze organisatie te helpen realiseren. Veel verkeersdeelnemers zouden graag weten hoe zij kunnen voorkomen dat zij door de politie gesnapt worden als zij na het drinken van ettelijke glazen alcoholica gaan autorijden. Als voorlichters van het Verbond van Veilig Verkeer hen zouden helpen dit probleem op te lossen, zouden zij ongetwijfeld in moeilijkheden komen, omdat zij de beleidsdoelen van hun organisatie niet helpen realiseren. Door hun organisatorische bindingen kunnen de voorlichters hun cliënten dus slechts met een deel van hun problemen helpen, namelijk dat deel waar het belang van de organisatie en dat van de cliënten samengaan.

Hierbij doet zich een aantal vragen voor:

1. Is de cliënt er zich van bewust dat de voorlichter hem alleen helpt met het vinden van oplossingen die in overeenstemming zijn met de beleidsdoelen van de organisatie, die voorlichting geeft?

2. Cliënten zullen vaak tegelijk een aantal onderling strijdige doelen nastreven, bijvoorbeeld zich snel verplaatsen en geen kinderen doodrijden. Als de voorlichter hen slechts helpt één van deze doelen te realiseren, kan hierdoor een verschuiving plaatsvinden in de prioriteiten die de cliënt toekent aan zijn doelen. Is de voorlichter er zich van bewust dat hij dit nastreeft?

3. Een voorlichter kan er naar streven dat zijn cliënt zo goed mogelijk overwogen beslissingen neemt, maar ook dat hij beslissingen neemt in overeenstemming met de beleidsdoelen van zijn organisatie ongeacht de vraag of deze op sterk emotionele wijze wordt genomen of niet. In het laatste geval kan de voorlichter technieken gebruiken die in de reclame ontwikkeld zijn. Wanneer is dit ethisch verantwoord? Wanneer is dit een effectieve wijze van beïnvloeding? Het gebruik van deze technieken kan immers het vertrouwen in de voorlichter ondermijnen.

Niet alle voorlichters zullen hetzelfde antwoord op deze vragen geven. Dit ligt niet alleen aan hun persoonlijke instelling, maar ook aan het type voorlichtingsorganisatie waarvoor zij werken. Daartussen zijn immers grote verschillen.

Een beroepskeuzevoorlichter kan heel tevreden zijn als een cliënt weloverwogen beslist onderwijzer te worden, ook al is er al een overschot aan onderwijzers. Voor deze voorlichter zal het levensgeluk van deze cliënt vaak belangrijker zijn dan het helpen realiseren van een werkgelegenheidsbeleid. Anders zal hij heel moeilijk het vertrouwen van zijn cliënten kunnen behouden, dat nodig is om effectief te kunnen zijn. Deze benadering past bovendien in de persoonlijke relatie, die er hier is tussen voorlichter en cliënt.

Een voorlichter van het Verbond voor Veilig Verkeer zal mede door het beïnvloeden van normen en waarden trachten de verkeersveiligheid te bevorderen. Vrijwel iedereen erkent dat dit een nuttig maatschappelijk streven is. Bovendien zal hij zijn meeste cliënten alleen via de massamedia kunnen benaderen.

Het is van belang dat voorlichters bewust nadenken over de wijze waarop zij met belangentegenstellingen tussen hun organisatie en hun cliënten omgaan. Daartoe heeft het artikel van Volker een bijdrage willen geven.

Overigens hebben van de acht medewerkers van de Vakgroep Voorlichtingskunde van de Landbouwhogeschool slechts twee een agogische opleiding gehad. Dit is één van de oorzaken van de moeilijkheden voor Janna Volker, die doorklonken in haar artikel.