

Stemmen en feiten uit de Internationale Mediawereld

P E R S
 =====

SATURDAY EVENING POST GEEFT STRIJD OP

Met enige weemoed heeft het Amerikaanse publiek vernomen dat een van de oudste weekbladen van de Verenigde Staten, de 147-jarige Saturday Evening Post met nog altijd 3,5 miljoen abonnees, in zijn huidige vorm ter ziele is. De nog lopende abonneementen zullen worden overgenomen door Life en andere publicaties, die daarmee later abonnees hopen te winnen.

De nieuwe president van de uitgeversmaatschappij Curtis, de 36-jarige Ackerman, die sinds een jaar trachtte door reorganisatie de stervende publikatie te redden, moest toegeven dat hij daarin niet was geslaagd. De Saturday Evening Post Company gaat nu over in het bezit van een andere holdingmaatschappij. Echter zullen de andere publicaties van Curtis - het maandblad Holiday met een miljoen abonnees en het societyblad Status met 150.000 abonnees - worden voortgezet.

Oorzaak van de ondergang van de Post is waarschijnlijk dat het blad ondanks een geslaagde modernisering en ondanks het feit dat het uiterlijk en innerlijk levend bleef, er niet in slaagde zich te ontdoen van het eenmaal bij het publiek en adverteerders gevormde beeld.

De Post was tot 1962 vooral door de beroemde frontpagina-illustraties van de schilder Norman Rockwell symbool geworden van een vrij insulair en eenvoudig Amerika van de middenklasse dat de conservatieve, oer-Amerikaanse waarden van lezers in landelijke streken en voorsteden verdedigde.

Per jaar verloor het blad tien miljoen dollar, zodat het verlies van de Curtis-maatschappij in zeven jaar 62 miljoen bedroeg. Zulks ondanks het feit dat die maatschappij eerder Ladies Home Journal en American Home afstootte. Slechts een gelukkige vondst van mineralen op een terrein in Canada waarin Curtis belangen had, voorkwam enige jaren geleden al het faillissement.

De Post bereikte zijn hoogtepunt in de jaren dertig en veertig toen zijn traditie om nieuwe verhalen van bekende schrijvers te publiceren nog aansloeg. De lijst van medewerkers aan de Post klinkt dan ook als een Amerikaans literatuuroverzicht: Edgar Allan Poe, Jack London, Kipling, Harriet Beecher-Stowe, Stephen Crane, Theodore Dreiser, O'Henry, Scott Fitzgerald, Joseph Conrad, Conan Doyle, Sinclair Lewis, Faulkner.

In 1959, toen de moeilijkheden begonnen, had de Post nog zes miljoen abonnees. Echter werd de toenemende concurrentie vooral van de grote geïllustreerde bladen als Life ondervonden en slonk het aantal pagina's advertenties van 4425 per jaar in 1950 tot 904 pagina's per jaar in 1968.

Sinds 1962 veranderde het blad van karakter en specialiseerde het zich op exposés en grote, ook politieke, reportages die insloegen bij het kwaliteitspubliek dat was aangetrokken.

Onder de directie van Ackerman trachtte Curtis vorig jaar het exclusieve karakter van de Saturday Evening Post nog verder te onderstrepen waardoor het aantal abonnees van 6,8 miljoen tot 3 miljoen terugliep. De adverteerders lieten zich echter niet vermurwen. Zij bleven in het weekblad een ouderwetse publikatie zien waaraan de tijd voorbij was gegaan. Ook onder het publiek hield de Saturday Evening Post de naam oudbakken te zijn, ofschoon zulks al sinds jaren voor wie het blad nauwkeurig las geenszins overeenkwam met de waarheid. Schrijvers als Saul Bellow, Arthur Miller en John Hershey bleven er regelmatig in publiceren. Doch deze grote namen hebben de Saturday Evening Post niet kunnen redden.

Bron : N.R.C.

DE HOGE MISSIE VAN DE SOCIALISTISCHE PERS

In de tweede helft van december 1968 werd in de Sowjet Unie op grote schaal het feit herdacht, dat 50 jaar geleden het hoofd van de Sowjetregering, W.I. Lenin, het decreet over het verspreiden van het persnieuws en van drukwerk in het algemeen tekende.

De eminente leider van de revolutie kende aan de pers een grote betekenis toe bij de opbouw van de nieuwe maatschappij, die door de socialistische revolutie van 7 november 1917

in het leven geroepen werd. Lenin heeft aan de pers de rol toebedeeld van collectieve organisator van de massa; hij wijdde grote aandacht aan de methoden en vormen van het verspreiden van kranten en tijdschriften onder de arbeiders, de boeren en onder alle werkenden in het algemeen. Bij het werk voor het verspreiden van het persnieuws werden alle post- en telegraafinstellingen van het land betrokken, alsook een enorm stedelijk en landelijk kader van vrijwillige verspreiders van de pers.

In de kolommenzaal van het Huis der Vakbonden te Moskou werd een bijeenkomst gehouden, die gewijd was aan de datum, waarop het bovenvermelde decreet werd getekend. De herdenkingsrede werd uitgesproken door Nikolaï Psoertzew, minister voor de communicatie-media der USSR, die op aanschouwelijke wijze de betekenis van het leninistische decreet illustreerde. Dit stuk gaf de voornaamste richtingen voor het werk van de communicatie-media. Het wees op de grote betekenis van het verspreiden, de expeditie en het bezorgen van het drukwerk en het beval aan om de activiteit van de verspreiders van periodieken als een grite en belangrijke staatszaak te beschouwen.

Lenin's droom, dat er in het Land van de Sowjets honderdduizenden en miljoenen exemplaren drukwerk zouden worden verspreid, werd werkelijkheid. Thans worden er in de Sowjet Unie meer dan 6 ½ duizend bladen uitgegeven en ruim 4.300 tijdschriften, die berekend zijn op het meest uiteenlopende interesse en de meest gevarieerde verlangens van de lezers. De oplaag van kranten en tijdschriften, die verspreid werden hetzij volgens abonnementen of in de vrije verkoop, ging in 1968 per enkele maal het kwart miljard exemplaren te boven, hetgeen neerkomt op een gemiddelde van 4 oplagen per gezin.

De abonné-werving voor 1969, die juist is geëindigd, heeft tot een nieuwe aanzienlijke stijging in de oplagen van kranten en tijdschriften geleid. Het aantal abonnementen op de "Prawda" - naar men weet het centraal orgaan van de CPSU - steeg met 700.000 exemplaren, dat van 160.000 der voornaamste tijdschriften zelfs met 10 miljoen.

Dergelijke enorme oplagen van de periodieke pers is natuurlijk het resultaat van de culturele ontwikkeling in de socialistische staat, een ontwikkeling, die van de Sowjetrussen een intens-lezend volk heeft gemaakt en tot het ontstaan van een vooruitstrevend-gerichte wetenschap en kunst heeft geleid. De grote omvang van de periodieke pers was echter mede het resultaat van een zelfopofferende arbeid van het grote leger van verspreiders van de dag- en weekbladen.

Vermeld zij nog dat er in de USSR 3325 instellingen zijn, die ressorteren onder het ook in het buitenland goedbekende Staatsgenootschap "Sojoezpetsjatj", dat de leiding heeft bij het verspreiden van de perspublicaties, terwijl er 360.000 gelegenheden zijn voor het aanmelden van abonnementen.

Bron : Informatiebulletin van de Ambassade van de USSR in Nederland, n° 2, 9.1.1969.

TITO EN DE PERS

Op het negende Congres van de Bond van Communisten van Joegoslavië sprak Tito o.m. over de pers in zijn land.

Na te hebben opgemerkt, dat de dagbladen aanzienlijk verbeterd waren de laatste jaren en dat er nieuwe dag- en weekbladen waren opgericht, zei hij : "De arbeidsvoorwaarden voor onze journalisten zijn goed. Vrijheid van pers vraagt echter een grotere verantwoordelijkheid van de kant van de journalisten, in het bijzonder van de communisten onder hen. Journalisten zouden niet achter sensatienieuws aan moeten jagen, ook zouden zij niet van iedereen informatie moeten accepteren zonder die eerst te verifiëren. Het is beter dat zij alleen feiten die zij gecontroleerd hebben gebruiken, en daarmee een bijdrage leveren tot het uitbannen van allerlei misstanden. We moeten er ons van bewust zijn dat de absolute en anarchistische hantering van de economische wetten in de sfeer van de pers, en de strijd voor een hogere oplage tegen elke prijs - als dit een doel op zichzelf wordt - onvermijdelijk leidt tot anarchie, klinkklare commercie, kleinburgerlijke sensatiezucht, goedkope en smakeloze produktie en het in de hand werken van een primitieve en ongekultiveerde smaak."

Tito merkte verder op, dat de journalisten, en de communisten onder hen meer in het bijzonder, er zorg voor moesten dragen de kranten te vullen met werk van hoge kwaliteit, dat in overeenstemming was met de eisen van een zelfbesturende socialistische maatschappij. "Het gaat er vooral om, dat de journalisten en meer in het bijzonder de communisten onder hen, er voortdurend zorg voor dragen dat een duidelijke ideologische en politieke oriëntatie in de pers gewaarborgd is." Steun moet worden gegeven, vervolgde Tito, aan goed gedocumenteerde artikelen over de huidige problemen. Dagbladbedrijven moeten zich in geen geval in zichzelf opsluiten. Een van hun belangrijkste plichten is, een samenwerking op

brede basis te organiseren met mensen van buiten de journalistieke sfeer. "Er zijn heel wat gevallen geweest waarin men tegen de stroom inging, toegaf aan onrealistische eisen, een compromis sloot met onprincipiële denkwijzen, of slechte smaak in de hand werkte. Er zijn ook uitingen geweest van demagogische aard, waarbij steun werd gegeven aan ideeën waarvan bekend was dat zij onrealistisch waren, gezien onze materiële mogelijkheden. De journalistengroeperingen en meer in het bijzonder de communisten onder hen, zouden vastbera- den het hoofd moeten bieden aan uitingen van deze strekking. Zij moeten bij het schrijven voor dagbladen of het medewer- ken aan radio- of televisieprogramma's altijd hun principes "voor ogen blijven houden."

Bron : Vrij Nederland, 29.3.69

SOCIALISTISCHE KRANTEN IN BELGIE VORMEN UNIE

Vijf socialistische kranten, Volksgazet en Vooruit, Le Peuple, le Journal de Charleroi en La Wallonie, zijn begin mei over- gegaan tot een vorming van een unie van socialistische bla- den. Doel is om zonder inbreuk te maken op de vrijheid van meningsuiting en berichtgeving de hulpmiddelen van de socia- listische pers op redactioneel, technisch en commercieel gebied te coördineren en te versterken.

Bron : N.R.C., 9.5.69.

LE MONDE GEEFT ENGELSE WEEKEDITIE UIT

Vandaag is het eerste nummer verschenen van een weekeditie van Le Monde in het Engels, naast de al sinds jaren bestaan- de en alleen voor het buitenland bestemde weekeditie in het Frans.

Er is twee jaar aan dit project gewerkt en men merkte al gauw dat de stijl van de Franse journalistiek zoveel ver- schilt van die van de Engels-Amerikaanse, dat de Franse artikelen niet vertaald maar omgewerkt moesten worden.

Van het dagblad Le Monde zelf gaat een vijfde van de oplage (500.000 exemplaren) naar het buitenland, waar het ook door vele niet-Franstaligen wordt gelezen (een derde van de redactionele pagina's van het blad is gewijd aan buitenlands nieuws).

De voorpagina van het eerste nummer van de "Weekly selection" wordt gevuld met artikelen over "het aftakelen van het gaulistische geloof", over het aftreden van Dubcek en over de "uit haar as verrijzende Chinese communistische partij". Het hoofdartikel heeft als titel "plebisciet en chantage".

Bron : N.R.C. 23.4.1969

GOAL

Met ingang van het nieuwe voetbalseizoen begon Uitgeverijmaatschappij C. Misset NV te Doetinchem (Nederland) de uitgave van het selectieve publieksblad "GOAL".

Het nieuwe sporttijdschrift, dat in een aanvangsoplage van 100.000 exemplaren verschijnt, komt éénmaal per week uit, ook in de rustige zomermaanden. Verwacht wordt dat het weekblad een hogere losse verkoop zal hebben dan het gemiddelde Nederlandse blad.

"GOAL" is het Nederlandse equivalent van het vermaarde Engelse gelijknamige Goal, uitgave van de International Publishing Corporation te Londen, met wie Misset, verbonden met de Elseviergroep, relaties onderhoudt.

In principe is voor het Nederlandse sporttijdschrift uitgegaan van de Engelse redactionele formule, zij het aangepast aan Nederlandse normen. De feitelijke inhoud hangt mede af van de resultaten van een enquête die onder acht door Misset geselecteerde lezersgroepen werd gehouden. Te zijner tijd kom ik op inhoud en presentatie van dit nieuwe (weer !) Nederlandse blad dat de Vlaamse sportbladen - toppunten van absolute stompzinnigheid en poenigheid - mijlen achter zich laat, uitvoerig terug.

V.P.

STUDENTENBLADEN

Esquire wijdt een artikel aan humor in studentenbladen van nu en citeert tot slot H.L. Mencken, die eens van de studentenpers zei :

"Ik lees alle studentenbladen. Ze zijn altijd verfrissend en hun originaliteit heeft soms een hoog niveau - vooral de eerstejaars leveren uitstekende bijdragen. Na twee jaar hoger onderwijs is zelfs een student met een originele fantasie meestal wel uitgeblust, maar in die tussentijd levert hij soms een waardevolle bijdrage aan de vernieuwing van het nationale gevoel voor humor."

Bron : N.R.C.

BEROEPSVERENIGING

VERENIGING JOURNALISTEN RELIGIEUZE BERICHTGEVING

Beroepsmensen uit de dagbladpers en periodieken, agent-schappen, radio en televisie hebben tijdens een bijeenkomst in het Pershuis te Brussel beslist een "vereniging van journalisten voor religieuze berichtgeving" op te richten. De tweetalige vereniging zal, bij uitsluiting van iedere konfessionalisme, een exclusief professioneel karakter hebben.

In afwachting van de goedkeuring der statuten van de nieuwe vereniging werden dominee Odier ("Paix et Liberté") en Jan Grootaers ("De Maand") als voorzitter en ondervoorzitter verkozen. Het sekretariaat wordt verzorgd door de hh. Willy Smet (Cip) en Jean Delfosse ("La Revue Nouvelle"). Als penningmeester werd de h. Jean Petitjean ("La Cité" en "Présent") aangeduid. De andere leden van het bureau zijn: de hh. A. Cambier ("De Standaard"), Fernand Colleye ("RTB"); Guido Knaepen (BRT); Albert Lieben ("Het Volk") en Jean Tordeur ("Le Soir"). (Belga).

PUBLIC RELATIONS

Het "Centre d'Action pour la Propreté de Paris", in samenwerking met de betrokken diensten van de Prefectuur van Parijs en de Prefectuur van Politie, publiceerde een brochure

rond het thema : "Opération ciel pur". De brochure, in verband met de problemen van de luchtverontreiniging in de steden, wordt verspreid onder Parijse bevolking. Dit is, inzake public relations, ongetwijfeld een uiterst interessant initiatief vanwege de Franse hoofdstad. Een kaart, vrij van port, en toegevoegd aan de brochure, laat de Parijzenaars toe documentatie aan te vragen met betrekking tot : wegen en verlichting, water, magazijnen en markten, groene ruimten, dieren, transport; woningen, lucht.

Het Belgisch Instituut voor Voorlichting en Documentatie heeft zopas een langspeelplaat, 33 toeren, "Geluidsprofiel van België", laten persen.

Deze geluidsopname heeft tot doel aan Belgen en buitenlanders typisch Belgische klanken te laten horen. Deze sekwenties werden in zeer verschillende omstandigheden over het ganse land opgenomen en op levendige wijze aaneengepraat door een echtpaar dat voornemens is België te bezoeken.

De Nationale Discotheek van België stond in voor de produktie van dit geluidsfresco, wat een borg is voor de technische kwaliteit van deze realisatie.

Te koop bij het Belgisch Instituut voor Voorlichting en Documentatie, Montoyerstreet 3, Brussel 4, tegen de prijs van 240 fr. De grammfoonplaat kan ook bekomen worden door voormeld bedrag te storten op postrekening n° 147.02 van het Belgisch Instituut. Men gelieve op de keerzijde van het stortingsbulletin het voorwerp van de bestelling aan te duiden.

De werkgroep Radio-T.V., van de Federatie der Belgische Nijverheid, zal voortaan de benaming dragen: "Werkgroep voor de Studie van de Public Relations in de Nijverheid".

Deze nieuwe benaming is de weergave van de ontwikkeling in de aktie van de Werkgroep die, ofschoon hij de dialoog met radio en televisie verder zet, ertoe gebracht werd zeer veelvuldig de andere aspekten te bestuderen van de relaties van de nijverheid met de openbare mening als geheel.

Het Belgisch Instituut voor Voorlichting en Documentatie publiceerde een "Spel voor de Burger", bestemd voor de jeugd. Dit naar aanleiding van de opening in Luik van de tentoonstelling "De Staat zijt gij".

Dit kaartspel omvat de verschillende thema's van de tentoonstelling en heeft voor doel op een aangename wijze inzicht te verstrekken in de bijzonderste raderwerken van de Staat.

O M R O E P

BETAALDE TELEVISIE

Terwijl in ons land nog volop geijverd wordt voor commerciële- en/of reclametelevisie is men in de V.S.A. reeds aan de afschaffing van de reclametelevisie toe. Kijkers die niet wensen gestoord te worden door reclamebeelden zullen echter moeten betalen. Dit systeem noemt men "pay television". Het idee is reeds enkele jaren oud, maar werd pas op 13 december 1968 goedgekeurd door de "Federal Communication Commission". In 1969 zal in de voornaamste steden begonnen worden. Ieder geïnteresseerd kijker krijgt een computertje aan zijn TV.V.-antenne. Elke maand ontvangt hij een programmagids en een computerkaart, die achter de computer moet geschoven worden. De gids vermeldt wanneer de betaalde programma's in de lucht gaan, evenals de prijs van elk programma, die schommelt tussen 25 en 150 Fr.

Wie een bepaald programma wil bekijken moet slechts de knopjes indrukken die in de gids vermeld staan. Niet aangesloten kijkers krijgen een gestoord beeld op hun scherm. Op het einde van de maand leveren de abonneementen hun kaart af en ontvangen de overeenstemmende rekening.

Bron : Het Laatste Nieuws.

TELEVISIE EN GEWELD

Einde december 1968 verschenen leiders van de drie grote Amerikaanse televisieketens (ABC, CBS en MPA) voor de "National Commission on the Causes and Prevention of Violence", om zich in een openbare zitting te verantwoorden over de invloed van geweld in de televisie op de kijkers. Uit het bewijsmateriaal dat voor de "geweld-commissie" ter tafel werd gebracht, bleek onder meer :

- dat de gemiddelde amerikaan tussen zijn tweede en vijftigste levensjaar 3.000 volle dagen (bijna negen jaar van zijn leven) naar de beeldbuis zit te kijken.
- dat de programma's gemiddeld om de 14 minuten een geweldadige gebeurtenis en iedere drie kwartier een moord te zien geven.

Verwacht wordt dat de commissie zal voorstellen de drie omroepmaatschappijen te verplichten een percentage van hun inkomsten af te staan aan onderzoek over de psychologische invloed op houding en gedrag, meer bepaald bij jonge mensen, van hun programma's. Toen gevraagd werd hoeveel geld aan dit soort research besteed werd, antwoordde Leonard Goldensen, voorzitter van de American Broadcasting Company : "Als we binnen onze maatschappij aan onderzoek zouden doen, zouden we te gemakkelijk van gebrek aan objectiviteit kunnen verdacht worden".

Dr. Frank Stanton, voorzitter van Columbia Broadcasting System : "Ik zal niet antwoorden hoeveel we nu besteden, maar hoeveel we bereid zouden zijn uit te geven als we de geschikte methodes zouden kunnen vinden".

Jaak Valenti, hoofd van de Motion Picture Association, beriep zich op de katharsistheorie uit Aristoteles' Poetica om als zijn mening te kennen te geven dat het bekijken van agressieve handelingen op het scherm als een "purgeermiddel" voor gewelddadige neigingen kon fungeren.

Leden van de commissie wezen op de tegenstrijdigheid in de houding van de televisiekooplui : zij kunnen niet terzelfdertijd prat gaan op de waarde van hun medium om houding en gedrag in verband met productie, selectie en consumptie te beïnvloeden en het anderzijds stellen alsof al de rest op televisie niet de minste invloed op menselijke houdingen en gedragingen zou uitoefenen.

Bron : The Observer.

NIEUW TV-CENTRUM VAN DE U.S.S.R.

Op een te Moskou gehouden persconferentie zijn door Georgi Iwanow en Leonid Maksalow, pl.v.vorzitters van het Staatscomité voor radio en t.v., ressorterend onder de Ministeraad van de USSR, mededelingen gedaan over een nieuw t.v.-centrum van de Sowjet Unie. Aan deze mededelingen is het volgende ontleend :

In Moskou is eind april het tweede gedeelte van het Al-Unie TV-centrum in gebruik genomen. Op het gebied van de Sowjettelevisie wordt door deze gebeurtenis veel nieuws geïntroduceerd.

Het terrein van het nieuw TV-centrum beslaat 160.000 vierk. meter. Er zijn hier 21 studio's ondergebracht en een aantal bijgebouwen, zoals laboratoria, studio's voor de grime en voor decoratieve en artistieke doeleinden. Vier studio's zijn

bestemd voor het opnemen van speelfilms volgens het multicamerasysteem en twee om aan de programma's van kleuren-t.v. te werken.

Het tot standkomen van een dergelijk, technisch-modern uitgerust telecentrum heeft het mogelijk gemaakt om de uit talrijke programma's opgebouwde televisie, die verschillende genres bestrijken, de kleuren- en de onderwijs t.v.-programma's, snel tot ontwikkeling te brengen. Een voorwaarde om de kleuren-t.v. in een vlug tempo verder te ontwikkelen is gelegen in een intense internationale uitwisseling. In de Sowjet Unie vindt deze uitwisseling thans plaats binnen het raam van de Intervisie en de Eurovisie. Van de middelen der kosmische verbindingen wordt een ruim gebruik gemaakt. Het nieuwe t.v.-centrum bereidt zich snel voor op een uitwisseling van uitzendingen met Poolse, Hongaarse, Franse en Japanse t.v.-stations. Reeds thans wordt in de USSR voor de uitwisseling van kleuren-t.v.'s 12 uren per week gereserveerd en in 1970 zal dit aantal uren tot 20 zijn gestegen.

Op het ogenblik gaan er tegelijkertijd 4 programma's. Het eerste zou men "universeel" kunnen noemen. Het brengt de meest uiteenlopende inlichtingen: politieke, economische, wetenschappelijke en culturele en het is berekend op een brede kring van kijkers. In dat programma worden ook de uitzendingen van alle Unierepublieken ingeschakeld.

Het tweede programma, dat bestemd is voor Moskou en het Moskouse gebied, is van een meer beperkte actieradius.

Het derde is op het onderwijs en de algemene vorming gericht. Het is samengesteld ten behoeve van diegenen, die middelbaar- en hoger onderwijs genieten en om jeugdige leerkrachten behulpzaam te zijn. Er wordt een programmacyclus georganiseerd onder titels als "het t.v. scherm voor de leraar", "het t.v. scherm voor de medicus", terwijl er ook uitzendingen aan de actuele vraagstukken op de gebieden van wetenschap, economie en politiek worden gewijd. Deze programma's kunnen worden opgevangen in Moskou, Leningrad, Kiew en Swerdlowsk. Eén der eerstvolgende taken zal zijn om ze voor het hele land toegankelijk te maken. Het vierde programma geeft artistieke en culturele voorlichting.

Vervolgens is er het programma "Orbita", het 4e dat is samengesteld uit het meest interessante, dat door de t.v.'s van Moskou en van de Unierepublieken gebracht wordt. Deze uitzendingen vinden over grote afstanden plaats. Aan de samenstelling van een 5e programma wordt nog gewerkt.

Reeds thans is de ontvangstradius van de Centrale TV der USSR uitgebreid van 60 à 65 km tot 160 à 180 km. Voor nog grotere afstanden vindt de uitzending plaats door middel van relayering.

Tegen het einde van dit jaar zal de aanleg van het Al-Unie TV-centrum van de USSR geheel zijn voltooid.

Bron : Informatiebulletin van de
Ambassade van de USSR in
Nederland.

OPLEIDING

NIEUWE TAAKSTELLING INSTITUUT VOOR PERSWETENSCHAPPEN

In 1970 levert het Instituut voor Perswetenschappen van de universiteit van Amsterdam de laatste groep gediplomeerde journalisten af. Zowel in Amsterdam als in Nijmegen is er geen opleidingsmogelijkheid meer. Dit vloeit voort uit de beslissing om tot een volledige journalistieke vakopleiding aan de School voor Journalistiek te Utrecht te geraken. De eisen voor het journalistieke beroep zijn gestegen en daaraan kan een alleen op zaterdagmiddagen gegeven cursus niet meer voldoen.

In het jaarverslag 1968-1969 van de Stichting "Instituut voor Perswetenschap" wordt melding gemaakt van de nieuwe taken die het Instituut zich heeft gesteld. Het Instituut blijft in stand als centrum voor het verschaffen van inlichtingen, documentatie en literatuur, voor de verlening van medewerking aan tentoonstellingen, voor het voeren van de redactie van het internationale wetenschappelijke tijdschrift "Gazette" en voor het geven van cursussen, terwijl het deskundig beheer en toegankelijk maken van de collecties gelegenheid bieden voor niet-universitaire wetenschapsbeoefening.

Bron : N.D.P.

FILM

NIET MEER NAAR DE BIOSCOOP

"Het naar de bioscoop gaan betekent tegenwoordig het betreden van een onfatsoenlijke gelegenheid van een lunapark voor maniakken", zo schreef het Vaticaanse blad Osservatore

Romano, zich in navolging van verscheidene Italiaanse kranten kerend tegen de golf van "pornografische films", waarmee Italië zou worden overstroomd.

Volgens de Osservatore Romano is er niets meer over van "de film die de mens kan verrijken" en moeten de mensen er niet meer heen gaan. "Iedereen zou moeten besluiten tot het aannemen van deze houding, die niet bedoeld is als sabotage van de film, maar voortspruit uit de oprechte wil om de lucht te zuiveren", aldus het blad. Het publiek moest, uitgaand boven ideologische en andere verschillen, hierin te solidariteit komen.

Bron : N.R.C.

SOMBER JAARVERSLAG

Het jaarverslag over 1969 van de Nederlandse bioscoopbond levert weinig meer nieuws op dan wat iedereen zo langzamerhand al wist: het Nederlandse bioscoopbedrijf heeft een slecht jaar achter de rug.

Het bezoekersaantal is in 1968 van 31 miljoen in het jaar daarvoor gedaald tot 27.428.000, een absoluut dieptepunt sinds de jaren vijftig toen dit aantal schommelde tussen de 55 en 60 miljoen. Daarbij moet wel worden aangetekend dat in de steden Rotterdam, Den Haag en Amsterdam de daling geringer was dan in de overige gemeenten.

Het bezoekersaantal in 1968 was verdeeld over 221.626 zitplaatsen. Dat wil zeggen dat elke zitplaats gemiddeld 125 keer per jaar of één keer in de drie dagen bezet was.

Het aantal zitplaatsen bedroeg in 1967 bijna 228 duizend; er werden in het verslagjaar 22 bioscopen gesloten en zes geopend.

Nog enkele cijfers over de recettes. De Bioscoopbezoekers telden bij elkaar 78 miljoen gulden neer, waarvan f 12.231.000 in de pot van de vermakelijkheidsbelasting terecht kwam. Die 78 miljoen werd voor een kwart opgebracht door achttien van de in totaal 411 geïmporteerde films, wat wil zeggen dat de grote publiektrekkers gemiddeld elk elf ton opbrachten tegen een gemiddelde van anderhalve ton voor de andere films.

"Helaas moet worden gerapporteerd", aldus het jaarverslag "dat ook in 1968 de vier Nederlandse films die in roulatie kwamen (De vijanden, How to grab the ring, Rondom het Oudekerksplein en Het compromis) geen commerciële resultaten van betekenis hebben opgeleverd."

Bron : Volkskrant.