

B i b l i o g r a f i e

A L G E M E E N

Prof. Dr. Ernest ZAHN : Meningsvorming in een probleemrijke samenleving. Resultaten van onderzoekingen en een opsomming van problemen, uitgebracht als als een preadvies voor de Nederlandse Maatschappij voor Nijverheid en Handel.
Haarlem, 1969, 75 blz. + literatuuropgave.

Het Hoofdbestuur van de Nederlandse Maatschappij voor Nijverheid en Handel (Florapark 11 te Haarlem) houdt zich reeds geruime tijd bezig met de problematiek van de meningsvorming en met de invloed van de massacommunicatiemiddelen. Het heeft recentelijk Prof. dr. Ernest Zahn, directeur van het Instituut voor Economische Sociologie van de Universiteit van Amsterdam, gevraagd de kennis van de sociale wetenschappen over dit onderwerp in kort bestek en op een bevattelijke wijze op schrift te stellen.

Het eerste hoofdstuk van zijn als preadvies uitgebrachte studie bevat algemene verkenningen. Aan de orde komen o.m. de selectie van informatie, stereotypen, vooroordelen en collectieve beeldvorming, de zin en onzin van het peilen van meningen, verkiezingsuitslagen en electorale trends... In het tweede hoofdstuk gaat de auteur in op de maatschappelijke evoluties. In het derde hoofdstuk worden media-vraagstukken behandeld waarbij schrijver ruime aandacht besteedt aan het verschijnsel van de persconcentratie en waarin zij een boeiende toekomst voor de jonge wetenschap van de massacommunicatie voorspelt.

Al met al een brochure die het waard is met aandacht gelezen te worden.

H.V.P.

Sidney FINKELSTEIN : Sense & Nonsense of McLuhan.
 Pegasus, Amsterdam, 1968, 122 p.,
 6 gulden 55.

De gedachten die de Canadees Marschall McLuhan heeft geformuleerd over de massacommunicatie (o.a. in The medium is the message - New York, Random House, 1967, Understanding Media; The extensions of man - New York, McGraw-Hill, 1964 - in het Nederlands vertaald onder de titel "Mens en Media", Utrecht Ambo, 1967, en "War and Peace in the global village", New York, McGraw-Hill, 1968), brengen nog steeds de gemoederen van vele specialisten in beroering. Naar aanleiding van zijn boeken en zijn artikelen is een stortvloed van de meest uiteenlopende publicaties verschenen, die tezamen een vrijwel niet meer te verwerken massa literatuur vormen. Eén daarvan is "Sense & Nonsense of McLuhan", waarin de Amerikaanse marxist Sidney Finkelstein een van zijn kant uit openhartige en overtuigende tegenaanval lanceert op de stellingen van McLuhan over "Media". De auteur beschouwt de theorieën van McLuhan als een aanval op de rationele denkmethoden, een verwerping van het humanisme en van de menselijke geschiedenis. McLuhan's ideeën beschouwt hij als de ideologie van het Amerikaanse establishment, dat hierin zijn idealen verwezenlijkt ziet : een hersenloze massa van consumenten, klaar om alles te aanvaarden wat de media haar voorschrijven.

Al met al is "Sense & Nonsense of McLuhan" een boek waarin men, precies zoals in de werken van McLuhan zelf, wanneer men het leest en herleest en het met gespreksgroepen doorneemt waardevolle perspectieven ontdekt die het eigen denken over de massa-media ten zeerste bevruchten. Vandaar wordt het hier zonder terughoudendheid aanbevolen.

H.V.P.

D A G B L A D

A. STEMPELS e.a. : Kijk in een jarige krant. NRC 125.
 Rotterdam, Nieuwe Rotterdamse Courant,
 1969, 168 blz.

Ter gelegenheid van het 125-jarig bestaan van de Nieuwe Rotterdamse Courant hebben directie en hoofdredactie een boekwerk laten verschijnen waarin verschillende medewerkers pogen om enkele aspecten van de NRC als journalistiek produkt in het licht te stellen.

Mr. A. Stempels, hoofredacteur van de NRC, schrijft over "Gedachten bij en na de oprichting van de NRC"; Dr. E. van Raalte, journalist en publicist, in het bijzonder op staatsrechtelijk en volkenrechtelijk gebied, koos als titel voor zijn bijdrage "Constitutionele keerpunten". Mevrouw W. de Ru-Schouten, medewerkster van de NRC, schrijft over "Het Feminisme" en Dr. J.W. Huygens, leraar aan het Rotterdams Lyceum en medewerker aan de literaire rubriek van de NRC, over "Naar een Literaire kritiek". Andere onderwerpen zijn "Tussen Rotterdam en de zee" van F. den Houter, redacteur van de NRC; "Internationaal" van Mr. A. Stempels en "Over Dr. M. van Blankenstein en zijn herinneringen.

Met bovenstaande bijdragen zijn de genoemde auteurs er in geslaagd een kijkje te geven in een krant die haar vijftienvintigste lustrum viert. Een krant ook die nog altijd door het beste deel van het publiek wordt ervaren als een instituut dat een gewaardeerde functie in de Nederlandse samenleving en daarbuiten vervult.

H.V.P.

J E U G D P E R S

DECAIGNY Th. : La presse 'teen' dans quelques pays européens, "Cahiers JEB" (12de jaargang, n° 2, juni 1968, blz. 91-200).

is een geheel gewijd aan de jeugdpers. Het bevat o.a. artikelen over : de inhoud van de periodieke pers voor jongeren; een poging tot verklaring van het succes van deze pers; de invloed van de jeugdpers; de jeugdpers en de psychologie.

Bron : CRM.

MASSAMEDIA en VOLKSOPLEIDING

Mass Media in Adult Education. ¶

Documents of the Prague seminar on "The contribution of research to the use of audio-visual mass-media in adult education" from October 5 to October 10, 1966, Prague, 1967, 104 blz. (International central institute for youth and educational television).

Zestalig verslag van dit congres dat mede door de Unesco gefinancierd werd. Werkgroepen : radio, televisie, film, sociologie, pedagogie, psychologie.

Bron : CRM.

Deutschsprachige Literatur zum Bildungsfernsehen.
München, 1968, 74 blz.

Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen).

Overzicht van publicaties in het Duits verschenen 1960-1966, handelend over educatieve en schooltelevisie.

Bron : CRM.

S C H O O L T E L E V I S I E

Bibliographie Schulfernsehen.

Bibliographische Angaben, Referate, Register,
München, 1968, 76 blz.

(Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen).

Bron : CRM.

R E C L A M E

DE VRIES Leonard : Victorian Advertisements.

Bij John Murray, 50 Albemarle Street te Londen, is verschenen het boek "Victorian Advertisements", waarin door L. de Vries een grote hoeveelheid advertenties zijn samengebracht die dateren uit het Victoriaanse tijdperk.

Deze vaak zeer bijzondere advertenties die in toenmalige dagbladen en periodieken verschenen zijn door Lex Laver - die de begeleidende tekst schreef - verdeeld in vier hoofdstukken : gezondheid, schoonheid, ontspanning en diversen. Het 40 shilling kostende boek is gedrukt in offset en geeft een goede indruk van de consumentenbenadering in de Victoriaanse tijd en van de grafische technieken in die periode.

Revue der Reclame - 1.1969, p. 20.

DE WACHTER, R. : Nederlands voor copywriters.

"Nederlands voor copywriters" is de titel van een leerboekje met opgaven, taal- en stijloefeningen, bestemd voor de leerlingen van publiciteitsscholen, reclamecursussen en dergelijke. Het is geschreven door R. De Wachter, docent aan de Stedelijke Publiciteitsschool te Antwerpen.

"Nederlands voor copywriters" zou moeten aantonen dat zonder vlotheid van taal goede reclame uitgesloten is, en dat een taalcursus ook na de beroepsopleiding geen overbodige luxe is. Het boekje kost 128 fr. en kan worden besteld bij Boekhandel "De Ploen", pvba, Lamorinièrestraat 116, Antwerpen 1.

Revue der Reclame.

Reclame Research.

(Publikatie Nederlands Instituut voor Efficiency - Bond van Adverteerders), 1965, 150 blz.

Het onderzoek naar het effect van reclame is een belangrijk instrument voor de ondernemer om te trachten de verspilling van reclamegelden tot een minimum te beperken.

Voor de buitenstaander is het terrein van reclame-onderzoek echter ondoorzichtig. Een veelheid en verscheidenheid aan mogelijkheden doet zich voor. Goed begrip van de bruikbaarheid der vele onderzoeksmogelijkheden is dan ook moeilijk te verkrijgen. Daarom bracht de Studiegroep Reclame-Research een overzicht van de belangrijkste onderzoekstechnieken en trachtte ze die zover mogelijk te evalueren.

De studiegroep is erin gelukt een handleiding samen te stellen voor wie met reclame-onderzoek zou willen starten en voor wie daarin verder zou willen gaan dan hij tot op dit moment gedaan heeft. Hier wordt een verhelderend en systematisch inzicht gegeven. In de eerste twee hoofdstukken worden doel en werking van de reclame en de grondbeginselen van het meten behandeld, de volgende drie hoofdstukken behandelen de diverse meettechnieken.

Bovendien werd het betoog geïllustreerd door middel van een aantal casehistories van reclameonderzoeken. Cases zijn in zoverre nuttig dat ze het betoog levendig maken en het eigen probleem doen herkennen. Ze kunnen voor de lezer een training vormen in het stellen van het probleem en het formuleren van de conclusies; fasen die, om in de termen van het manuscript te spreken, aan onderzoek voorafgaan en die op het onderzoek volgen. Het probleem stellen en juiste conclusies trekken is trouwens even moeilijk en vaak nog belangrijker dan het onderzoek zelf.

T I J D S C H R I F T E N

M. J. VAN DER KWARTEL : Doeleinden en Oogmerken bij het Oprichten van Tijdschriften. Een terreinverkenning.

Uitgegeven in opdracht van de Sectie Tijdschriftjournalisten van de Nederlandse Vereniging van Journalisten, 1968.
Offsetbedrijf Augustin en Schoonman N.V., Zwanenburg, 44 blz.

Over het tijdschrift is weinig onderzoek gepleegd en dus weinig handzame literatuur voorhanden. Een van de weinige uitzonderingen is "Het aanzien van een eeuw" van prof. Dr. G.W. Ovink, dat zich overigens beperkt tot het familie-tijdschrift en dan nog tot de periode 1956-1965. Daarom gaf de sectie Tijdschriften-Journalisten van de Nederlandse Journalistenvereniging aan drs. M.J. van der Kwartel opdracht een terreinverkenning te plegen. Zijn monografie "Doeleinden en oogmerken bij het oprichten van tijdschriften" kwam in de herfst van vorig jaar uit bij Offsetbedrijf Augustin en Schoonman N.V. te Zwanenburg (Kruiswaal,1).

In zijn kort gehouden inleiding omschrijft de auteur vooreerst het begrip, de geschiedenis en de typologie van het tijdschrift tegen de achtergrond van het communicatieproces. Daarna gaat de heer van der Kwartel de doeleinden en de oogmerken na bij het oprichten van een zestal Nederlandse tijdschriften. Te weten : het wetenschappelijk tijdschrift voor politicologen "Acta Politica"; het damesblad "Avenue"; het personeelsblad "Olie" van de Bataafse; het literair tijdschrift "Raster", het sportblad "Voetbal International", en het opinie-weekblad "De Nieuwe Linie".

De belangrijkste conclusie waartoe M.J. van der Kwartel bij al deze zes tijdschriften zegt te zijn gekomen is "dat zowel bij de initiatiefnemers als bij de uitgevers het commerciële aspect niet voorop stond". Een andere conclusie is, dat er vrij veel tijd verloopt tussen idee en gestalte. De derde conclusie : de tijdschriften werden niet door één man, maar door een groep personen tot ontwikkeling gebracht. En ten vierde : alleen voor Voetbal International is markt-onderzoek verricht.

Wij hopen dat deze beperkte terreinverkenning de belangstelling voor het tijdschrift zal vergroten.

H.V.P.