

van ethiek bij A. Van der Meiden en de existentiële fenomenologie. Na de explicatie van deze opvatting werd gewezen op het belang van de termen « medemens, waarheid, mensbeeld » en ook « authenticiteit, vrijheid, verantwoordelijkheid » (zes termen centraal in de uiteenzettingen van A. Van der Meiden) in de fenomenologie. De opvatting van inter-subjectieve of receptieve waarheid leidt ons tot de vraag naar het waar-schijn-lijke karakter van de reclame. Het strikt personalistisch denken wijst in al zijn scherpheid op de betekenis van de andere als appèl, als wrokroep, en op het fundamentele onderscheid tussen mens-zijn en ding-zijn.

In het laatste hoofdstuk kwamen eerst enkele auteurs aan bod uit de zogenaamde maatschappij-kritische richting in de moderne wijsbegeerte. Wetenschappelijk zou het onaanvaardbaar zijn deze te beschouwen als één van de grote ethische systemen, vermits ze — tot nu toe — niet zijn gekomen aan de uitbouw van een ethiek: ze zoeken naar de feitelijke structuren van sociale samenhangen en de concrete articulatie ervan, zonder te steunen op een antropologisch inzicht in zoets als het wezen van het mens-zijn. De « Nieuwe Kritische Theorie », voornamelijk gestimuleerd door de Frankfurter Schule, kent een aantal vertegenwoordigers waaruit we J. HABERMAS kozen. De reclame, als publicistische afbeelding van geprivilegieerde belangen, haalt in de burgerlijke openbaarheid de belangconcurrentie van de goederenbezitters binnen en vervormt grondig de oorspronkelijke functie der media. Ook H. MARCUSE, hoewel minder zuiver vertegenwoordiger van de Nieuwe Kritische Theorie, dient in dit kader begrepen. Voor Marcuse is de reclame een middel om de mensen tot consumptieslaven te maken, waardoor ze worden afgehouden van echte bevrijding. Een aantal kritische vragen aan het adres van deze Nieuwe Kritische Theorie leidden ons tot een poging de relatie mens-wereld-media op meer genuanceerde wijze en meer met de feiten rekening houdend te omschrijven. Hierin speelde het begrip « mediumdeterminisme » een centrale rol. De waarheid die hierin steekt is dat wij door het ontwerpen van media heen in collectief verband ons bestaan vastleggen, dat wij derhalve verantwoordelijk zijn voor de wijze waarop wij bestaan. Dit wijst op de sociale verantwoordelijkheid, waaraan we enkel concrete vorm kunnen geven in toenemende rationalisatie en niet slechts in het uitsluitend zoeken van de zondebok bij de « mediumbedienaren ».

Op deze wijze meenden we het belang van de ethische bezinning in het geheel van de medium-ontwikkeling te hebben aangetoond, zodat een eigen opdracht is weggelegd voor dit ethos: in datgene wat **mogelijk** is de dimensie aanbrengen van het **moeten**. Aldus zullen wij beter weten wat we zijn en datgene wat we zijn beter in handen kunnen houden.

Danny VLOEBERGHES

Beknopte bibliografie.

- CADET, A., en B. CATHELAT, *La publicité, de l'instrument économique à l'institution sociale*, Payot, Paris, 1968.
- DEHAENE, J. L., e.a., « Dossier: welvaart, consumptie en reclame », in *Kultuurleven*, aug. sept., 1971.
- FRIEDMAN, G., e.a., « Les mythes de la publicité », in *Communications*, 17, (1971).
- GARRETT, M., *An Introduction to some ethical problems of modern American advertising*, Greg. Un. Press, Rome, 1961.

- GHOOS, J., *Beginnelsen voor een ethiek der verantwoordelijkheid*, Acco, Leuven, 1972.
- KWANT, R. C., *Gevangen in eigen net. Het vraagstuk van het mediumdeterminisme*, Samson Uitgeverij N.V., Alphen a/d Rijn, 1972.
- MARKIN, R. J., *The Psychology of Consumer Behavior*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J. New Jersey, 1969.
- MARTINEAU, P., *Motivation in advertising. Motives that make people buy*, New York, Mc. Graw-Hill Book Company, 1957.
- VAN DER MEIDEN, A., *Ethiek en reclame. De hofnar van Koning Klant*, Ambo, Bilthoven, 1970.
- VAN RUITEN, G. A., *Massamedia en manipulatie*, Wolters-Noordhoff en werkgroep 2000, Groningen, 1971.

lijst eindverhandelingen ce.co.we. 1953-1973

Ter informatie en wegens de herhaalde vraag van diverse personen en instanties publiceren wij hier de lijst van de eindverhandelingen die tot nu toe werden afgelegd aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de K.U.L.

Deze lijst is chronologisch volgens zittijd gerangschikt. Na de titel van de eindverhandeling wordt volledigheidshalve ook de promotor of directeur aangegeven. In de toekomst zal deze lijst regelmatig na iedere zittijd worden aangevuld.

1953

1. JOOS, Jan
Godsdienstige Radiuitzendingen in Vlaanderen (N. DE VOLDER).

1955

1. BELMANS, Jozef
Partij en Propaganda in de U.S.S.R. (N. DE VOLDER).
2. BULCKENS, Renaat
Filmontleding. Het beïnvloedingsproces van de film (N. DE VOLDER).

1956

1. **DAEM, Frieda**
De Kinderpers. Organisatie, Verspreiding en Invloed (N. DE VOLDER).
2. **LIESENBORGHS, Simone**
De vrouwenrubriek in de nederlandstalige kranten (N. DE VOLDER).

1957

1. **FAUCONNIER, Guido**
Structuur, Werking en organisatie van het Reklamebedrijf in België, meer in het bijzonder van de « Reklame-agentschappen » (N. DE VOLDER).
2. **MAEYAERT, Johanna**
Het Persagentschap Belga. Organisatie en Werking (1920-1956) (N. DE VOLDER).
3. **ROEGIERS, Marie-Clara**
De aktuele Belgische Dagbladpers. Sociaal-ekonomische Situatie en Problemen (N. DE VOLDER).
4. **SEGRS, Jules**
De Filmrecentie in de Belgische Kranten (N. DE VOLDER).
5. **VAN BELLE, Godelieve**
Levensvisie in de Socialistische Vrouwentijdschriften. Inhoudsanalyse van de vier voornaamste Socialistische Vrouwentijdschriften in België (N. DE VOLDER).
6. **VOORDECKERS, Annie**
Public Relations en Democratie in de U.S.A. (N. DE VOLDER).

Juli 1958

1. **STOELEN, Thérèse**
Leesbaarheid van Nederlandstalige Personeelsbladen in België (N. DE VOLDER).

Februari 1959

1. **WACHTERS, Frans**
Het ontspanningsleven in een industriële gemeente. Onderzoek over het ontspanningsleven te Boom (N. DE VOLDER).

September 1959

1. **MATTHEWS, Pierre**
De Belgische Weekbladpers. Bijdrage tot een socio-ekonomische studie (N. DE VOLDER).
2. **SMEESTERS, Jozef**
Het Leuvense Studentenblad « Ons Leven » en de Vlaamse en Sociale Bewegingen 1888-1914 (N. DE VOLDER).

Juli 1960

1. **BOONE, Luk**
De Oost-Duitse Dagbladpers. Actuele situatie en journalistieke methodes (N. DE VOLDER).
2. **MERCKEN, Emmanuel**
De Vakvereniging in Oost-Duitsland als orgaan tot propagandavoering (N. DE VOLDER).

September 1960

1. **BENOIT, André**
Structuur en Vereisten van het Script voor Televisiespelen. Theorie en Analyse van Scripten (N. DE VOLDER).

Juli 1961

1. **BOON, Greta**
Het teater als Politiek Orgaan in het Kommunistisch systeem van Oost-Duitsland (N. DE VOLDER).
2. **DUCHEYNE, Johan**
Kwantitatieve en Kwalitatieve Dagbladanalyse van de Belgische Pers betreffende de Berichtgeving over Communistische Landen en Personen (N. DE VOLDER).
3. **ENGELBEEN, Guido**
Analyse van de berichtgeving over Communistische Landen en Personen in de Nederlandstalige Katholieke Pers van België (N. DE VOLDER).
4. **LODEWYCKX, Ludo**
Kwantitatieve ontleiding van de berichtgeving over Communistische Landen en Personen in de Franstalige Katholieke Dagbladen van België (N. DE VOLDER).

September 1961

1. **VAN DER BIESEN, Wim**
C.V.P.-Propagandacampagne van 1958. Analyse van de thema's en de vormgeving van de propagandapublikaties gebruikt bij de parlementsverkiezingen van 1958 (N. DE VOLDER).
2. **VANSTREELS, Frans**
Kwantitatieve analyse der berichtgeving over kommunistische landen en personen in de Belgische Liberale Pers (N. DE VOLDER).

Juli 1962

1. **COOLS, Alfons**
De Katholieke filmbeoordeling in België. Doel, normen en werking van de keurraad (N. DE VOLDER).
2. **MERTENS, Tony**
Familiale kijkgewoonten en kijknormen bij het televisiekijken. Sociologisch onderzoek in het Technisch Onderwijs te Leuven bij jongens van 12 tot 14 jaar (N. DE VOLDER).

Februari 1963

1. **HAESENDONCK, Gilberte**
Analyse van de Perscommentaar in de Belgische Radio (N. DE VOLDER).
2. **JONCKHEERE, Jozef**
Universiteitsstudent en Televisie. Enquête over de belangstelling en het gebruik van de T.V. bij de Vlaamse universitair te Leuven (N. DE VOLDER).

Juli 1963

1. **ALBRECHTS, Jules**
De Personeelsbladen van de Limburgse kolenmijnen
2. **DAELEMANS, Jan**
De Federalistische opvattingen in de Belgische Pers. Een inhoudsanalyse 1919-1963 (N. DE VOLDER).
3. **VAN PELT, Herman**
Sportcommentaar en Levensvisie in twee ideologisch tegengestelde volkskranten : « Het Volk » en « Volksgazet ». (N. DE VOLDER).

September 1963

1. **LE ROY, André**

Onderzoek over het Lezerspubliek en zijn leesgewoonten van een Regionaal Weekblad «De Haechtenaar». (N. DE VOLDER).

2. **STEVENS, Jan**

Kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse van de berichtgeving over de Mars op Brussel in de Belgische Pers (N. DE VOLDER).

Februari 1964

1. **SCHUERMANS, Leo**

De Houding van de Linkse Pers in België t.o.v. de aankoop van de F 104 G-starfighter (N. DE VOLDER).

2. **VAN HOVE, Jan**

De teenagerperiodieken in Vlaanderen. «Een systematische analyse der structuur, make-up en inhoud van tien Jeugdmagazines verschenen in Vlaanderen gedurende het jaar 1962» (N. DE VOLDER).

Juli 1964

1. **NIMMEGEERS, Gustaaf**

Meningen van Opinionleaders over de commerciële televisie in België (N. DE VOLDER).

2. **VAN DEN BROECK, Maria**

Monografie over de Public Relationsdienst van de Petroleummaatschappij B.P. Belgium (N. DE VOLDER).

September 1964

1. **PEETERS, Veerle**

Weekbladpers voor de Vrouw.

Een studie over de gespecialiseerde nederlandsstalige vrouwenweekbladen in België (N. DE VOLDER).

September 1965

1. **VAN CAUWENBERGHE, Piet**

De winketbediende en het publiek in bankfilialen in Oost- en West-Vlaanderen (N. DE VOLDER).

Februari 1966

1. **KREBS, Hans-Dieter**

Einige Grundfragen der Pressezensur (G. VAN DIEVOET).

Juli 1966

1. **GEYPENS, Marcel**

Inhoudsanalyse van de berichtgeving in de Belgische Pers over het Boeddhistenkonflikt in Zuid-Vietnam. (N. DE VOLDER).

2. **JANSSENS, René**

Public Relations voor het leger op basis van een onderzoek naar vooroordelen in de pers (P. MARCK).

3. **MASSY, Jan**

De evolutie en de huidige situatie der public relations bij de elektrische energiebedrijven in België (N. DE VOLDER).

4. **SCHOUTEDEN, J.**

«Het vrije Woord».

Tijdschrift van het Humanistisch Verbond. Kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse (N. DE VOLDER).

WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL

acco

**tiensestraat 134 - 136
3000 LEUVEN
tel. 016/335.20**

Enkele recent verschenen werken :

INFORMATIE. MECHANISMEN EN PROBLEMEN

Dr. L. BOONE

(reeks «Communicatie») 185 fr.

Opsporing, doorseining, verwerking door de redacties en openbaarmaking via krant, radio en televisie van wat men nieuws of informatie pleegt te noemen.

NEW TECHNIQUES OF PERSUASION

G. R. MILLER & M. BURGOON

107 fr.

Belangrijke bijdrage tot een conceptueel en operationeel begrip van het persuasieve proces. Met uitgebreide bibliografie.

THE MANUFACTURE OF NEWS.

DEVIANCE, SOCIAL PROBLEMS & THE MASS MEDIA

S. COHEN & J. YOUNG

244 fr. (Communication & Society Series)

Hoe reageren de massamedia op afwijkend gedrag en de sociale problematiek? Hoe gebeurt de selectie van dit soort nieuws? Hoe wordt het gepresenteerd aan het publiek? Wat is het effect van deze presentatie?

MASSACOMMUNICATIE, EEN INLEIDING

Dr. J. G. STAPPERS

(reeks «Informatie, cahiers over massacommunicatie») 245 fr.

Zie voor een bespreking van dit werk het Ce.Co.We. Informatiebulletin 3.73.4

DE OMROEP IN REVISIE

Ontwikkeling van het radio- en televisiebestel in Nederland en België

H. VAN PELT

395 fr. (acco-uitgave)

Zie eveneens het Ce.Co.We. Informatiebulletin 3.73.4

acco-boekhandel verzorgt op een efficiënte manier uw boekbestellingen uit binnen- en buitenland.

5. STUYCK, Raymond

De filmopvoeding en de bevordering van de nationale filmindustrie in Nederland (N. DE VOLDER).

September 1966

1. TAVERNIER, Roger

De Funkties van de Partijers volgens Lenin (N. DE VOLDER).

2. VAN HEDDEGEM, Johan

Een onderzoek over de methode en werking van televisie-gespreksgroepen in België en in het buitenland (N. DE VOLDER).

3. VERHASSELT, Emiel

S. M. Eisenstein (J. M. PETERS).

Februari 1967

1. ACKE, Frieda

Een Katholiek Feministisch Tijdschrift van 1905 tot 1914. inhoudsanalyse van « Le Féminisme Chrétien de Belgique », orgaan van de vereniging « Le Féminisme Chrétien de Belgique » (N. DE VOLDER).

Juli 1967

1. CUSTERS, Rita

Methodiek en functies van het Audience Research in de Communicatiemedia (N. DE VOLDER).

2. POPPE, Norbert

Ekonomische achtergrond van het verschijnsel der concentratie onder de dagbladondernemingen in België (N. DE VOLDER).

September 1967

1. HOEKSTRA, Henk

De pastorale biechtgesprekken in het Bisdom Den Bosch. Een onderzoek naar hun gesprekstechnische vormgeving (N. DE VOLDER).

2. KELDERS, A

Trotsky's theorie betreffende de subversieve oorlog. (N. DE VOLDER).

3. SAVAT, Annemie

Werking en resultaten van de openbare uitleendiscotheken in België (N. DE VOLDER).

4. STAES, Vera

De huidige persconcentratie en haar sociaal-economische betekenis (N. DE VOLDER).

Februari 1968

1. DEPREZ, Philippe

Bedrijfsbezoeken als medium van Public Relations (P. MARCK).

Juli 1968

1. BUCKINX, Johan

De beeldvorming van een land in het buitenland (P. MARCK)

2. GROOTAERS, Jean-Pierre

De concentratie in de Belgische Pers (A. BREYNE).

3. HERTEN, Godelleve

De Public Relations van het bedrijfsleven in de regionale en nationale pers (A. BREYNE).

September 1968

1. DE MEULDER, Hubert

Onderzoek naar de invloed op de jeugd van misdaad en geweld in de televisie (A. BREYNE).

2. HANDOJOSOEMARTO, Johannes

De informatievrijheid in de Duitse Bondsrepubliek (A. BREYNE).

3. MICHIELS, Louis

Nieuwe Film, nieuwe mens. Een jonge generatie treedt aan in de hedendaagse kinematografie met eigen levensvisie en esthetische concepten (J. M. PETERS).

4. TRIOEN, Marguerite

De onderwijsfilm (J. M. PETERS).

Februari 1969

1. HAMERS, Maxime

De betrekkingen van een instelling met bepaalde opinion-leaders in het kader van een public-relations politiek (P. MARCK).

2. HEIDBUCHER, Eric

De openbare bibliotheek. Haar wezen, structuur en sociaal-pedagogische instelling (E. DE JONGHE).

Juli 1969

1. HANSSENS, Daniel

De Katholieke Vlaamse radio-omroep (K.V.R.O.). Ontstaan en ontwikkeling (1929-1958) (G. VAN DIEVOET).

2. ROOS, Benl

De misdadigheid in het beeldverhaal en de gevolgen op kinderen (J. M. PETERS).

3. STEVENS, Frans

De invoering van de T.V.-reclame in Nederland. 2 vol. (G. FAUCONNIER).

4. VAN BROECKHOVEN, Jan

De public relations van de haven van Antwerpen (P. MARCK).

5. VERWERFT, Luc

De dagbladconcentratie in Nederland (A. BREYNE).

September 1969

1. BIJNENS, Arnoldine

De oorsprong van de Kommunistische partij in België. (1917-1921) (E. DE JONGHE).

2. DALCQ, Danielle

Het wettelijk depot bij de Koninklijke Bibliotheek van België (G. VAN DIEVOET).

3. DE MEYER, Ludo

Interne public relations (P. MARCK).

4. DE VILDER, Guido

Public relations en Lobbyism : een vergelijkende conceptuele benadering (P. MARCK).

5. GOOVAERTS, Hubert

Public relations voor de beroepsorganisaties : het verbond van de Belgische nijverheid (P. MARCK).

6. LAUWAERT, Dirk

Rondom een semiologie van de film (J. M. PETERS).

Juli 1970

1. PONSAERTS, Ghislain

Ontwerp van een sociologische benadering van de film. Probleemformulering (J. M. PETERS).

September 1970

1. **DE WEVER, J.**
De houding van de Amerikaanse dagbladpers tegenover de verkiezingen (A. BREYNE).
2. **JANSSENS, Kathelijne**
Het amusementskijkspel in de 19e eeuw (J. M. PETERS).
3. **HUYSMANS, Guy**
De public relations van het privaatbedrijf met het onderwijs (P. MARCK).
4. **LEEKENS, René**
De public relations in de Belgische Krijgsmacht (P. MARCK).
5. **MENTEN, Luk**
De Italiaanse Western. Een vergelijking tussen recente Amerikaanse en Italiaanse Westerns naar tematiek en vormgeving (J. M. PETERS).
6. **PERSOONS, Florent**
Kenmerken en problemen van de Zwitserse dagbladpers met bijzondere aandacht voor de persconcentratie (L. BOONE).
7. **SCHILDBACH, Hans**
Bijdrage tot de studie van de Springer Pers. Een onderzoek naar de standpunten in de vijf dagbladen en de twee zondagbladen van één concern (L. BOONE).
8. **SMEETS, Cor**
Media-research en media-planning in een reclame-bureau (G. FAUCONNIER).
9. **VAN LEEMPUTTEN, Diane**
Tentoonstellingen, jaar- en vakbeurzen, als media van public relations (P. MARCK).
10. **VERHAEGEN, Roger**
Verhouding moderne film - moderne roman.
Een onderzoek naar de gemeenschappelijke kenmerken van beide genres inzonderheid naar de verwantschap van de « nouveau roman » met « nouveau cinema » (J. M. PETERS).
11. **VERRIJCKEN, Walter**
Filmreclame in België (G. FAUCONNIER).
12. **VERSWYVELD, Staf**
Trefkrachtmeting in de reclame (G. FAUCONNIER).
13. **WAES, Maria**
Het public-relations-beleid van de Christelijke Mutualiteiten in hun preventieve luchtkuren (P. MARCK).

Februari 1971

1. **BRATTINGA, Freddy**
TV-Amusement : Massa-consumptie via Fictie (J. M. PETERS).
2. **DEBAL, G.**
Public Relations voor het klein- en middelgroot bedrijf (P. MARCK).
3. **DE WEVER, Gilberte**
Overheidsvoorlichting van België in het Buitenland (P. MARCK).
4. **HUYBRECHTS, Karel**
De public relations en de publiciteitsactiviteiten in het kader van de « affaire Saint-Gobain - B.S.N. » in Frankrijk (P. MARCK).
5. **MORTIERS, Ingrid**
Het dichotomische en het Triadische Teken (J. M. PETERS).

6. **ROSSELLE, Nicole**
De mode-industrie en haar communicatiekanalen (G. FAUCONNIER).
7. **VANDEN POEL, Theo**
De Belgische Nederlandstalige Sportjournalist (L. BOONE).

Juli 1971

1. **BERWAERTS, Elie**
Courrier de Belgique in Le Monde. Een mededelingsanalyse : 1966-1969 (L. BOONE).
2. **DE CROM, Paul**
Door Nederlandstalige Dagbladen uitgegeven weekbladen in België (A. BREYNE).
3. **EYCKMANS, Gustaaf**
Nazi-Propaganda (L. MEERTS).
4. **GRIJSELS, Jozef**
Rechtstreekse Reclame (G. FAUCONNIER).
5. **VIEGEN, Stef**
Beeldbuisreclame. Live-Action en Stop-Motion (G. FAUCONNIER).

September 1971

1. **AGTEN, Jean-Marie**
Sporta. Een vergelijkende studie van de manifeste doeleinden en de concrete realiteit van een gespecialiseerd maandblad ? 1962-1968 (L. BOONE).
2. **HUYPENS, Jozef**
Een onderzoek naar de geschiedkundige categorieën bij enkele werken over de geschiedenis van de film (J. M. PETERS).
3. **VAN CAMP, Viviane**
Public Relations in de gemeente (P. MARCK).
4. **VAN DEN BROECK, J. F.**
Voorlichting in de Europese Gemeenschap (G. FAUCONNIER).

Februari 1972

1. **BOUTEN, Guy**
Het beeld van België in het dagblad Le Monde (L. BOONE).
2. **DE MEYER, August**
De mededelingsanalyse in het Massakommunikatie-onderzoek. Boodschap-analyse, theorie en toepassing (L. BOONE).
3. **HANSSENS, Rita**
Recht op informatie en recht op privéleven (L. BOONE).
4. **PENNE, Edgard**
Het recht op informatie. Terreinverkenning (L. MEERTS).

Juli 1972

1. **AVET, Rita**
Artikels en reclame aangaande voeding in dames-tijdschriften in de jaargangen 1960-65-70 (L. BOONE).
2. **CEULEMANS, Marie-José**
Het communicatiegedrag van de Amerikaanse Krantenlezers na de introductie van de televisie (L. BOONE).
3. **DE BAETS, Catharina**
Leefmilieuproblematiek en public relations (P. MARCK)
4. **DE COREL, Hermina**
Rationaliteit en Emotionaliteit in de reclame (G. FAUCONNIER).

5. **DEGRYSE, Herman**
De Gatekeeper. Een status-questionis over het onderzoek van het selectieproces van het nieuws in de massamedia (G. FAUCONNIER).
6. **DE WOLF, Christine**
Reclame in de farmaceutische wereld (G. FAUCONNIER).
7. **ILSEN, Michel**
Proeve van een ethische kode voor etherreclame in België (G. FAUCONNIER).
8. **PIOT, Eric**
De kritiek op de reclame. Kritische studie van de literatuur met een onderzoek naar de standpunten van politieke en sociaal-economische organisaties (G. FAUCONNIER).
9. **ROGGEN, Christiane**
Inhoudsanalyse, Duitse propaganda (L. BOONE).
10. **VLAEMYNCK, Frieda**
De Leuvense problematiek van het jaar 1968 in de Belgische dagbladers (G. FAUCONNIER).

September 1972

1. **DECOSTER, Raymond**
De Katholieke dagbladers en haar religieuze berichtgeving (L. BOONE).
2. **GOORDEN, Jan**
Het beeld van de vreemdeling in de Vlaamse dagbladers (L. BOONE).
3. **VAN ISEGHEM, Anne**
Typologie van de muzieksoorten (G. PERSOONS).
4. **VAN TRICHT, Etienne**
De Europese Radio Unie en de Eurovisie (J.M. PETERS).

Februari 1973

1. **BRAEKEN, Godelleve**
Verspreiding van nieuws (L. BOONE).
2. **DE WINTER, Veerle**
De taal van het beeld in de mode. Analyse van de communicatieve structuur van een aantal foto's en hun begeleidende legenden in modetijdschriften (J.M. PETERS).
3. **LENAERS, Xavier**
Gazette van Detroit. Historiek, werking en inhoud van het Vlaamse emigrantenweekblad in USA (L. BOONE).
4. **MERTENS, André**
Radicaliserende actualiteitsbenadering bij vormingswerk en televisie in Vlaanderen (J.M. PETERS).
5. **VAN DER VEN, Adriaan**
De Britse sokumentaire filmschool (1929-1945) esthetische beweging of sociaal-ethische bewogenheid (J.M. PETERS).

Juli 1973

1. **BROUWERS, Lou**
Thérèse Desqueroix (J.M. PETERS).
2. **DECOSTER, Guido**
Ideële reclame (G. FAUCONNIER).
3. **DE MEDTS, Prosper**
Regeringsvoorlichting en overheidsbeleid (G. FAUCONNIER).

4. **GODDEERIS, Marie-Jeanne**
De medische informatie in de Belgische Nederlandstalige dagbladers (L. BOONE).
5. **ICKX, Paul**
De derde wereld in de Vlaamse dagbladers (L. BOONE).
6. **VLOEBERGHES, Danny**
Reclame en massaconsumptie: ethische vragen? (G. FAUCONNIER)
7. **WELLENS, Ludo**
Proeve van model ter analyse van verhalende structuren (J.M. PETERS).

September 1973

1. **BOBYR, Peter**
De opvattingen van K. Marx en F. Engels over de pers (L. MEERTS).
2. **NUYENS, Emiel**
Het onderwijs « over de krant » en het onderwijs « met de krant » in de middelbare school (L. BOONE).
3. **VAN DEN BERGHE, Erna**
Bescherming en voorlichting van de verbruiker in België. Een neutralisering van de reclame? (G. FAUCONNIER).
4. **VAN DEN POEL, Martine**
De advertentiebladen in België (G. FAUCONNIER).
5. **VAN SWEEVELT, Robert**
De Belgische Pers en de Sociale Revolutie van 1886 (A. BREYNE).
6. **WAUTERS, Anne-Marie**
Persreclame. Situering en overzicht van het bestaande statistisch materiaal in binnen- en buitenland (G. FAUCONNIER).

AVRO-SYMPIOSIUM OVER INFORMATIE EN COMMUNICATIE

In het kader van de viering rond Veertig jaar Avro's Radio-journaal, organiseert de Nederlandse Avro op 20 mei in de Avro-studio te Hilversum, een symposium onder de titel « Te veel informatie — te weinig communicatie? »

Het uitgangspunt is, een inzicht te zoeken in de problematiek van de informatietoefloed in de massamedia enerzijds en een eventuele behoefte aan betere communicatievormen anderzijds. Er dringen zich een aantal vragen op: bestaat er behoefte aan nieuwe informatiebronnen? Worden de kranten bedreigd door kabeltelevisie? Wat zijn macht en onmacht van de massamedia? Geven de informatie-media niet een vertekend beeld van de werkelijkheid?

Het thema wordt behandeld in referaten van een aantal beschouwers, zowel als mensen uit de praktijk en in een forum met specialisten van de communicatie-media.
