

informatiebulletin ce.co.we.

maandelijkse tijdschrift - 1 - april 1971



C A B A Y

Boekhandel

Fochplein 6

3000 Leuven

Voor Uw informatie :

- S. FINKELSTEIN : McLuhan, prophète ou imposteur ? - 134 fr.
- J. THIBAU : Une télévision pour tous les français - 242 fr.
- J.-P. BAROU : Lutttes actuelles de la liberté de la presse
à la presse de la liberté - 75 fr.
- BIERWISCH en HEIDOLPH : Progress in linguistics - 844 fr.
- N. BELY, A. BORILLO, J. VIRBEL, N. SIOT-DE CAUVILLE :
Procédures d'analyse sémantique appliquées à
la documentation scientifique - 644 fr.
- V. MORIN : L'écriture de presse - 256 fr.
- een nieuwe J. KRISTEVA, Le texte du roman - 589 fr.
approche sémiologique d'une structure discursive
transformationnelle.

Volgende tijdschriften werden er voor U uitgekozen :

- "Tel quel", nr. 1 - 44, 159 fr. per nummer.
 - "Semiotica", 192 fr. per nummer.
 - "Langue française" : laatste nummer :
E. WAGNER : apprentissage du français, langue étrangère.
 - "Langages" : laatste nummers :
1) J. DUBOIS & Fr. DUBOIS-CHARLIER : analyse distribu-
tionnelle et structurale.
2) J. SUMPFF : philosophie du langage.
 - "Littérature" : le nummer februari 1971 :
littérature, idéologie, société.
-

INTERESSANTE BOEKEN

MEDIAKEUZE IN DE RECLAME

door Dr.G.J.Aeyelts Averink - 204 blz. - 315 fr.

Inhoud : Mediakeuze en reclamebeeld - De relaties van het keuzemodel - Precisering der bereikgegevens en plaatsingskosten - Het keuzemodel en zijn oplossing - Mediaselectiemodellen in de literatuur - Empirische gegevens aangaande waarneming, leren en vergeten.

MASSACOMMUNICATIE EN RECLAME

door Karl-Erik Wärneryd en Kjell Nowak - 145 blz. -
210 fr.

Inhoud : Het massacommunicatieproces - Het optreden van resultaten - Theorieën over attitude-veranderingen - De verspreiding van de werking.

TELEVISIERECLAME-RESEARCH

samengesteld door de studiegroep Reclame-Research van de Bond van Adverteerders en het Nederlands Instituut voor Efficiency. - 142 blz. - 240 fr.

Inhoud : Reclame en televisie - De meetproblematiek - Onderzoek naar het bereik van TV en TV-commercials - Onderzoek van TV-commercials - Pre-test methoden - Post-testmethoden - Praktijkvoorbeelden.

MENS EN MEDIA

door Marshall McLuhan - 354 blz. - 160 fr.

Een goedkope paperback-uitgave van dit bekende boek, dat in het Nederlands reeds zijn vierde druk beleefde.

AL DEZE BOEKEN (evenals zovele andere) ZIJN VERKRIJGBAAR IN DE

S T A N D A A R D - B O E K H A N D E L =====

St.Michielsstraat 1 (hoek Naamsestraat) - Leuven.

Gehele of gedeeltelijke overname van berichten uit deze publicatie is toegelaten mits vermelding van de bron :
Informatiebulletin Ce.Co.We.

INFORMATIEBULLETIN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIE-WETENSCHAPPEN

Hoofdredacteur

H. VAN PELT

Adviesraad

L. Boone
G. De Meyer
G. Fauconnier
P. Houben
P. Marck
W. Van der biesen
J. Van Heddegem
L. Van Poecke

Redactie-Secretariaat-Administratie :

Centrum voor Communicatie-Wetenschappen
E. Van Evenstraat 2A
3000 - Leuven (België)
Tel. 016-210.70.

Tweede Jaargang - Nummer 1 - april 1971

Ten Geleide	p. 3
De Uitgeverij in Vlaanderen	p. 6
"Lindon"-verslag : Het Onbevredigd Alternatief	p. 14
Het Arbitraire in de Reklame	p. 21
Licentiaatsverhandelingen	p. 26
Stemmen en Feiten	p. 39
Bibliografie	p. 62
Agenda	p. 97
Berichten uit het CeCoWe	p. 99

TEN GELEIDE

Het voorwoord van een boek werkt men gewoonlijk rustig af als het laatste hoofdstuk al in druk is. Voor een periodiek is het "Ten Geleide" een ietwat avontuurlijkere aangelegenheid, zeker bij de start van een nieuwe jaargang.

Het is te begrijpen dat in allerlei kringen en op allerlei niveaus gezocht wordt naar nieuwe wegen en nieuwe vormen om het woord structuren nog even te vermijden. Doen we het wel goed, zijn we wel op de goede weg, betrekken we er wel voldoende mensen bij, waar halen we de deskundigheid vandaan, etc. zijn de vragen die regelmatig terugkomen. Elke organisatie - iedere redactie - ook een kleine als de onze - is aan zichzelf verplicht om zich durend te bezinnen op het doel, de doelmatigheid en methode van het werk. Het is een bedrijfsvoorwaarde, al krijgt men soms de idee dat er niets meer is dat de moeite waard is, of het moet tot in de wortels worden omgespit, naar boven gehaald, bediscussieerd, op de analysetafel gelegd, respectievelijk er afgeveegd, om daarna, om maar wat jargontermen te gebruiken, Polakologie te gaan bedrijven, alternatieve oplossingen te gaan bedenken, aktiemodellen te gaan ontwikkelen etc., etc. Dit klinkt misschien wat badinerend, maar natuurlijk moet het allemaal gebeuren. Werkelijk beleid krijgt slechts vorm en kan alleen dan gevoerd worden wanneer er voortdurend een confrontatie van meningen is. We moeten dan ook niet benauwd zijn, dat de uitersten elkaar raken.

Het behoeft geen verwondering te wekken dat ook bij ons regelmatig vragen rijzen als "Waar staan wij met dit Informatiebulletin?", "Worden de doelstellingen bereikt?", "Sluit de werkwijze aan bij de nieuwe ontwikkelingen?" etc., etc. De teneur van de vragen is daarbij dan niet: "doen wij het goed en hoe doen wij het beter?" maar "zullen, moeten wij het überhaupt zo doen", "is het service"? "Wat kunnen we alleen en wat doen we samen met anderen?". Vooral de laatste vraag is tegen de achtergrond van allerlei ontwikkelingen "binnen en buiten" uitermate actueel én belangrijk.

De vraag leeft ook bij anderen. Krachten bundelen is duidelijk een "Gebot der Stunde" dat ook meer en meer mensen, die zich dagelijks zowel praktisch als theoretisch met de massacommunicatie (pers, radio, televisie, film, public relations, voorlichting, reclame etc.) bezig houden, in beweging zet om een (nog vage) bijdrage te leveren aan de gevoelsmatig niet onduidelijke, maar in zijn praktische uitwerking zo ongelooflijk ingewikkelde en riskante opdracht : een volwassen nederlands-talig tijdschrift dat theoretici, practici en geïnteresseerde buitenstaanders de mogelijkheid biedt tot reflectie op de problematiek van de massacommunicatie. Wij kunnen in dit verband denken aan het ter ziele gegane "Communicatie" en nieuwe plannen in die richting van onze collegae uit Nijmegen.

Maar intussen geldt voor ons dat de verkoop tijdens de verbouwing moet doorgaan. Daarom begonnen wij een nieuwe jaargang - "Audendo et agendo res romana crevit" - en ligt hier een nieuw nummer voor U van het Informatiebulletin CeCoWe.

Op de eerste plaats blijft een brede informatie over het hoe en het wat van en aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen een vereiste. Want vele initiatieven van uiteenlopende aard en belang missen nog altijd de systematische steun en weerklank die er onontbeerlijk voor zijn. Maar niet alleen daarom maken we dit periodiek. Er zijn ook andere motieven.

De onvoorstelbaar spectaculaire ontwikkeling van de massa media in dit tijdperk en de vitale betekenis er van voor onze tijd en de toekomst vragen om een blijvende nuchtere en zo breed mogelijke beschouwing van en documentatie over het bestaande en een gestaag zoeken naar nieuwe vormen en oplossingen. Vandaar dit eigen, nu nog in vrije tijd gemaakte, periodiek met artikelen en verslagen van wetenschappelijk onderzoek, documentatie, openhartige en genuanceerde discussie, theoretische beschouwingen, literatuuroverzichten, ervaringsgegevens, etc.

Op deze wijze hopen wij onze media-begeleidende functie in dienst te stellen van zeer velen : de studenten, de afgestudeerden, de overheden, de theoretici, de journalisten, alle geïnteresseerden én de opbouw van een samenleving-in-welzijn.

Wij zijn er ons van bewust dat dit wat onmiddellijk voorafgaat mooier kan lijken dan de inhoud van dit bewijsnummer. Natuurlijk hadden meer terreinen dan nu is geschied ter sprake gebracht kunnen worden en relief kunnen krijgen. Onze aandacht is evenwel beperkt. Een bescheidenheid uit nood-

zaak ! Maar in die beperking worden - en dat is waarschijnlijk minder bescheiden - toch belangrijke zaken aan de orde gesteld. Daarom zijn we de medewerkers aan dit nummer erkentelijk. Wij hopen dat het door hun aangebrachte aangemerkt wordt als een bijdrage tot een documentatie- en begeleidingswerk dat noodzakelijk professioneel verder moet gezet worden. Intussen houden wij ons graag aanbevolen voor uw wensen en opmerkingen.

Herman van Pelt,
Hoofdredacteur.

C O U P O N

O Noteert U mij als abonnee van het Informatiebulletin CE.CO.WE. 1971 (4 nummers).
Het abonnementsgeld (100 Fr.) betaal ik rechtstreeks door storting/overschrijving op Uw postrekening 1562.95 "Instituut voor Journalistiek, E. Van Evenstraat 2A, 3000 Leuven."

Naam :

Adres :

Plaats :

Beroep :

Handtekening :

Gemakkelijk.

De bon invullen, uitknippen, in envelop doen en opsturen aan :

Informatiebulletin CE.CO.WE.
Secretariaat : W. Van der biesen
Van Evenstraat 2A,
3000 LEUVEN. Tel. 016/210.70.
België.

ALGEMEEN

In december 1970 gaf de heer A. Wouters, directeur V.B.V.B., een practicum voor de studenten 2de kandidatuur Communicatiewetenschappen te Leuven, over de organisatie en structuur van het uitgeversbedrijf in Vlaanderen. De redactie achtte het niet oninteressant het referaat van de heer Wouters in dit nummer van het Informatiebulletin op te nemen.

DE UITGEVERIJ IN VLAANDEREN

Het werd wenselijk geacht, het onderwerp te behandelen aan de hand van vragen, door de studenten gesteld. Een goed deel van die vragen had - terecht - te maken met de vrees die blijkbaar voorzit, dat uitgevers met enige willekeur de kraan van het recht op informatie zouden kunnen sluiten, schrijvers de mond zouden kunnen snoeren en weer andere voortdurend en alleen aan het woord zouden kunnen laten. Die vrees komt wel eens meer tot uiting t.a.v. de kansen die jonge auteurs van literair werk zouden onthouden worden. Nu is bij het begin van het practicum een lijst voorgelezen van jonge auteurs wier werk tijdens de voorbije jaren wel werd uitgegeven. Het kan niemand kwalijk worden genomen, maar het viel op dat het merendeel van deze namen bij het gehoor vreemd in de oren klonken. Waarmee wil gezegd zijn : het is minder de vraag "hoe kan een boek nu wel eens worden uitgegeven" dan wel "wie leest - of kan lezen - al wat uitgegeven wordt".

Er moet dus vooropgesteld worden : een uitgeverij (groot of klein, al dan niet idealistisch ingesteld) heeft rekening te houden met economische wetten die niet straffeloos kunnen overtreden worden. Zo dit al niet strookt met de tendens dat al wat geschreven wordt en informatief of cultureel van belang kan zijn, zou moeten uitgegeven worden : om een boek te kunnen brengen tegen een prijs die bij de verspreiding niet remmend gaat werken geldt als axioma : een minimum oplagecijfer. Er moet inderdaad aanvaard worden dat een boek uiteindelijk door iemand moet worden gekocht; alhoewel hieromtrent nog wel eens vaak misverstanden bestaan en de slogan "Geef een boek !" vaak verkeerd wordt uitgelegd...

De vraag is dan hoe de voorlichting omtrent het met een minimum-oplage verschenen boek kan doordringen tot bij een publiek (en een ruim publiek is dan bedoeld) voor wie het werk vaak

geen levensbehoefte betekent. Een publiek dat in dit land goeddeels nog niet geleerd heeft, met boeken te leven en de literaire actualiteit onvoldoende volgt. Om het bij één voorbeeld te houden : het werk van Roger Van de Velde had vóór het tragisch gebeuren met de auteur evenveel waarde als na dien, maar de auteur en zijn werk kregen pas grotere bekendheid op het ogenblik dat de tragiek van deze man front-pagina-nieuws werd in de krant.

"Uitgeven", d.w.z. manuscripten kiezen, technische vormgeving van een boek bepalen en het boek technisch verwezenlijken in een oplage die bepaald wordt door de teller van de drukpers is geen probleem. Probleem wordt het wel, wanneer dit proces voortdurend herhaald wordt - dit wordt van de uitgever verwacht - en de keuze ook (zij het dan niet uitsluitend) dient bepaald aan de hand van elementen als investeringsmogelijkheden, afzetmogelijkheden, het bestaande distributie-apparaat (de boekhandel), instelling van het publiek, medewerking van de communicatie-media en vele andere zaken meer.

Nu hebben we ons t.a.v. vele van deze zaken niet al te zeer te beklagen wanneer we de cijfers laten spreken. De uitgeverij in Vlaanderen is in haar huidige vorm betrekkelijk "jong". Een eerste doorbraak was er na wereldoorlog I en onze belangrijkste uitgeverijen zijn dus om en nabij een halve eeuw oud. Er zijn momenteel ca. 150 kleine en grote uitgeverijen aangesloten bij de Vereniging ter bevordering van het Vlaamse boekwezen, die zelf pas in 1929 werd opgericht. Ter vergelijking met Nederland : men telt daar ca. 400 uitgeverijen, er zijn huizen bij met een traditie van méér dan een eeuw, de beroepsvereniging bestaat er zowat 155 jaar. Ter vergelijking met het franstalig landsgedeelte in België : er zijn ook daar ca. 150 bij de beroepsvereniging aangesloten uitgeverijen, w.o. eveneens een aantal met een traditie die verder reikt dan een eeuw; de oudste beroepsvereniging in het franstalig landsgedeelte bestaat ongeveer 90 jaar.

Dit geeft een juiste weerspiegeling van het historisch, cultureel en sociaal-economisch patroon van de drie gemeenschappen. Onze franstalige landgenoten hebben een behoorlijke voorsprong kunnen boeken in lengte van jaren en onze achterstand op velerlei gebied kan niet zonder moeite worden opgehaald. De franstaligen weten beter om te gaan met boeken. Ook in Nederland leest men meer dan hier, er zijn meer uitgevers, meer boekverkopers en er verschijnen meer boeken dan bij ons.

Nog cijfers in dit verband : per jaar verschijnen er in België ca. 5.000 nieuwe uitgaven en herdrukken; in Nederland zijn er dat 11.000 per jaar (in Frankrijk bvb. om en nabij de 22.000). - Maar we halen in Vlaanderen de algemene achter-

stand wel op : in 1919 verschenen in België 17 % van de uitgaven in de Nederlandse taal; in 1969 bedroeg dit percentage reeds 55 %.

We hebben er in Vlaanderen in het boekbedrijf verschillende decennia moeten over doen om een behoorlijke infrastructuur (uitgeverijen, boekhandels) uit te bouwen, we moeten leren onze eigen boeken behoorlijk te drukken en te binden. Toen het middelbaar onderwijs in de Nederlandse taal in ons land verplichtend werd gesteld (het is niet eens een halve eeuw geleden), beschikten we zelfs niet over eigen boeken. Die kwamen uit Nederland en later uit het franstalig landsgedeelte. Nu is er geen schoolboek of het kan in Vlaanderen worden uitgegeven en gedrukt (en we nemen er nog een goed deel van de Nederlandse productie bij : voor het geheel van de disciplines en genres - dus niet uitsluitend schoolboeken - is tussen 65 en 70 procent van wat in Vlaanderen op de markt is, herkomstig uit Nederland).

De infrastructuur is er dus. Wat er nog niet is en wat het bedrijf niet kan verwezenlijken zonder dat er van vele zijden hulp wordt verleend : de instelling bij het publiek om met boeken te leren leven. En wanneer bij dit tekort van "fout" mocht worden gesproken : zij ligt niet bij uitgeverij of boekhandel waar men met alle beschikbare middelen tracht het paard naar het water te brengen, maar het niet kan verplichten te drinken.

Daartoe is méér nodig : - in de school een opvoeding tot lectuur en tot omgang met boeken; - meer samenwerking tussen school en openbare bibliotheek; - herwaardering van het instituut "openbare bibliotheek" bij het grote publiek (de uitzondering van steden waar dit met goed resultaat kon gebeuren, bevestigt de regel-; - we dachten verder dat ook jeugdwerk en jeugdvereniging aandacht aan het boek mag en moet besteden; - we dachten dat het leger niet zo'n exclusieve instelling was dat er niet wat meer aandacht aan behoorlijke lectuur en aan omgang met boeken zou kunnen besteed worden. Er is de overheid, er is radio, televisie en pers, er zijn de auteurs zelf waar we sterk moeten kunnen op rekenen om het boek als een gewoon aanvaardbaar iets bij het publiek voor te stellen.

We hebben dus nogal wat te vragen en voorop te stellen. En we vergeten daarbij niet dat de uitgeverij in Vlaanderen zelf nog correcties aan te brengen heeft in eigen midden; men zal zich daarvoor gaarne inspannen. Wanneer het maar duidelijk is dat alléén optornen tegen inertie en onverschilligheid en dit alles nog doen op basis van commerciële onafhankelijkheid en op basis van ook voor het boekbedrijf geleide economische wetten, een al te zware opgave zou zijn.

Een apologie van de uitgeverij wil dit niet zijn. Men kent er echt wel zijn eigen fouten en tekortkomingen. Maar de hierboven bezorgde achtergrond kan nu wel dienen om een aantal van de gestelde vragen te beantwoorden.

- Er is geen speciale toelating van wie dan ook nodig om wat dan ook uit te geven. Er is wel verplichting om een exemplaar van wat uitgegeven werd te deponeren bij de Koninklijke Bibliotheek te Brussel (Dienst "Wettelijk Depot").
- Er is geen auteur die bij een zg. beroepsuitgever terecht moet. Het aantal uitgaven in eigen beheer is niet te tellen.
- Er zijn geen "oude" auteurs die niet ooit eens ook "jong" auteur zijn geweest. Hun werk werd ook uitgegeven toen zij nog "jong" waren.
- Boeken die in de boekhandel aanwezig zijn, hoeven niet noodzakelijk bij beroepsuitgevers verschenen te zijn.
- Uitgevers hebben geen alleenrecht van boekenverkoop in de boekhandels. Er zijn heelwat boeken van "beroepsuitgevers" die nooit in de boekhandel te zien zijn. De boekhandel is geacht - alleen al voor de nederlandstalige productie - een keuze te doen uit ca. 14.000 nieuwe uitgaven en herdrukken die per jaar verschijnen.
- Kan een auteur verplicht worden méér dan één werk bij een uitgever uit te geven, zo werd gevraagd. - De auteur kan zelfs niet verplicht worden één werk bij die uitgever te laten verschijnen. Maar bedoeling van de vraag is dus wel of een uitgever een auteur aan zich kan verbinden. Overeenkomsten tussen partijen komen tot stand op basis van een regelmatig contract en niemand kan verplicht worden welk contract dan ook te onderschrijven. - Maar het is wel mogelijk dat een uitgever die investeert in een eerste uitgave van een nog jong auteur, niet graag ziet dat die auteur met een tweede boek uit het nest wegholt, nadat het eerste een treffer is geworden. En het is dus mogelijk (en redelijk ook) dat ter zake een afspraak wordt gemaakt waarmee beide partijen kunnen instemmen (of niet).
- Er bestaan inderdaad organisaties van uitgevers, niet alleen bij ons, maar in alle landen waar regelmatig wordt uitgegeven. Wat ons land betreft : er is geen verplichting tot aansluiting en wie geen lid is van een organisatie kan even vrolijk toch uitgeven. De vrijheid van vereniging - in beide richtingen - dient ergens voor. Een aansluiting kan voordelen bieden, maar wie hiervan afziet, hoeft het niet slechter te maken dan een aangeslotene.

- Of uitgevers een bepaalde politieke, godsdienstige of ideologische strekking hebben ? Meestal is dat zo, maar het hoeft niet te blijken uit wat zij uitgeven. -Of overheerst bij hen het financiële aspect ? zo luidde de hierbij aansluitende vraag. Wie een bepaalde strekking heeft en geen oog heeft voor het financiële aspect zal in de uitgeverij waarschijnlijk een harde tijd meemaken. De twee zaken - het werd reeds gezegd - zijn moeilijk te scheiden. Het aantal uitgevers dat alléén het financiële aspect bekijkt is - bij het overlopen van onze ledenlijst - uiterst gering. Wie met die gedachte in het boekbedrijf mocht stappen, kan rustig aanbevolen worden zijn energie en speciën op een meer rendabele manier te besteden.
- Mag er in de uitgeverwereld ook van concentraties worden gesproken ? Beslist : in Nederland stelt men bvb. dat over een 10-tal jaren nog slechts een beperkt aantal grote uitgevergroepen zal bestaan. - Hierbij kan dan de vraag aansluiten over de "(morele) verantwoordelijkheid van de uitgever": ten aanzien van wat dan nog zal (kan) uitgegeven worden is die verantwoordelijkheid bijzonder groot. Die uitgevers zijn zich hiervan bewust en weten dat men hen op de vingers zal kijken. Maar daarnaast is er reeds het verschijnsel van naar verhouding kleinere uitgeverijen (voor Nederland zijn de namen genoemd van bvb. Polak & Van Gennep en in zekere mate ook de Bezige Bij) die een tegengewicht vormen. Zo wordt ook bvb. in Engeland gesteld - waar de concentratiebeweging zeer sterk was tijdens het voorbije decennium - dat de zestiger jaren deze van de concentratie en de fusies waren en dat de zeventiger jaren de ontluiking zullen zien van kleinere zaken die uitgaven zullen blijven brengen in kleinere oplagen, uitgaven waar grotere concerns niet meer zullen toe komen. Maar ook dan zal het zaak blijven, de belangstelling van het publiek op te wekken voor dit waarschijnlijk wat "moeilijker" soort van werken.

Wat Vlaanderen betreft : men telt hier minder middelgrote uitgeverijen (de eersten waar normaal de aandacht naartoe gaat in verband met concentratie), maar toch zijn we evenmin aan de heersende trend ontsnapt. Zo heeft de uitg. Manteau zich aangesloten bij een Nederlandse groep, hebben de uitgevers Desclee-Heideland-Orbis (met behoud van hun namen en hun specifieke richtingen) zich verenigd in een groep waarin het tot opdelen is gekomen van resp. activiteiten, hebben de uitgeverijen De Sikkels en Nederlandse Boekhandel een "Uitgeverscentrum" opgericht waarin zij tot hoofdzakelijk administratieve samenwerking zijn gekomen.

Maar inmiddels ook bij ons : het verschijnsel van jonge uitgevers die - onberoerd door de groepsvorming - op ander niveau hun eigen weg gaan met vaak beslist toch geen "makkelijke" uitgaven.

- Heeft een uitgever een hand in wat de auteur die contractueel met hem verbonden is schrijft ? Een uitgever zou in dergelijk gesprek alleen zijn ervaring kunnen inbrengen wat de mogelijke reactie van het publiek betreft en hij heeft daarbij (ook) het belang van de auteur op het oog. Nogmaals : het gaat steeds om een eerlijke afspraak (sterker: een contract) tussen twee partijen. En de blijdschap van een auteur om uitgegeven te worden mag hem niet tot iets verleiden wat hij als persoon(lijkheid) niet kan bijtreden. In wát de auteur schrijft moet een uitgever geen hand willen hebben; een auteur die dat zou ondervinden moet opstappen.

Maar "in de manier waarop" en ook "wat de omvang betreft" zou een auteur naar het advies van een eerlijk uitgever moeten kunnen luisteren (en achteraf mag hij dan nog zijn zin doen). Ter illustratie: zopas hoorden we van een jong auteur (debuut) dat een grote uitgeverij bereid was zijn eersteling onmiddellijk uit te geven wanneer hij een turf van 250 pagina's kon inkrimpen. Zo'n uitgever beoordeelt daarbij de totale inhoudelijke waarde van het manuscript, berekent tegen welke prijs het uiteindelijk op de markt zal moeten komen in een oplage van bvb. 2.500/3.000 exemplaren en meent dat de omvang - en dus de prijs - te hoog zal liggen.- De auteur is niet bereid zijn manuscript in te korten en partijen gaan als goede vrienden van elkaar weg. - Een andere firma geeft het boek dan integraal uit, het komt op de markt tegen een prijs van 235 fr. (paperback-uitgave) en het loopt niet. En niemand is van dit verhaal uiteindelijk beter geworden. Alles hangt ervan af wat de auteur bedoeld heeft : indien hij zonder meer wenste uitgegeven te worden dan heeft hij zijn zin gekregen, maar dit gebeurt dan op rekening van de uitgever; - en wilde hij vooral een ruime verspreiding, dan had hij wellicht beter de raad van uitgever nr. 1 gevolgd en het boek zou er misschien niet minder goed om geweest zijn.

Waarmee maar wil gezegd zijn, dat iedereen eigenlijk zijn zin kan doen en geen afspraken moet maken die hem niet liggen (ook de uitgever niet die nu met de strop zit).

Dit is meteen een antwoord op de vraag die tijdens het practicum werd gesteld : vermoed werd namelijk dat een uitgever die succes heeft gehad met werken van een auteur in een bepaald genre, die auteur zou kunnen aanzetten steeds opnieuw werken van dat soort te produceren. Uitgave-kansen zijn in dit land niet zo talrijk dat men spelletjes als deze zou kunnen spelen.

- Wie moet opkomen voor de financiële schade wanneer een uitgave uit de handel wordt genomen ? Vooraf : dit uit de handel nemen gebeurt zeer zelden; wel is het dus voor-

gekomen dat invoer niet werd toegestaan van een in het buitenland uitgegeven boek, maar dan gaan de exemplaren naar het land van herkomst terug, worden daar verkocht en niemand lijdt schade. Mocht toch een uitgave werkelijk uit de handel worden genomen : de uitgever verliest zijn investering voor deze uitgave; de auteur verliest zijn royalties en de exemplaren die niet verkocht werden.

- Waarom is een boek zo duur/nog zo goedkoop ? De dubbele vraag werd in één adem gesteld; ze vergt een dubbel antwoord.

De "inhoud" moet als maatstaf gelden bij het beoordelen van de prijs van een boek. Een verklarend woordenboek dat men 5 jaar dag aan dag gebruiken kan om er informatie uit te putten is niet duur wanneer men er 1.000 fr. voor moest betalen. Een "gastronomisch week-end" in Knokke krijgt men nauwelijks voor die prijs; de letterlievende zal dit duur vinden, de lekkerbek niet.

Overdracht van wetenschap is in de prijs van het boek ook verdisconteerd en de auteur wordt voor het overdragen van die wetenschap betaald op basis van een percentage van de verkoopprijs van het boek. Dit is belangrijk, maar niettemin vindt zowat iedereen bvb. schoolboeken of wetenschappelijke boeken altijd te duur (sommige onderwijzers o.m. of de boekhouder die 1.000 fr. moet betalen voor een werk over fabrieksboekhouden maar hieruit de wetenschap haalt om achteraf 1.000 fr. per consult te vragen).

Een scholier in het middelbaar onderwijs betaalt gauw een paar duizend frank voor boeken bij het begin van een schooljaar en dat is meestal te duur, zo wordt gezegd. Een nieuw pak van 3.000 fr., een boekentas van 1.000 fr., een spoorabonnement van weer 1.000 fr. horen ook bij een nieuw schooljaar, maar dat is normaal. Alleen de boeken zijn er te veel aan. - Een school bouwen van 10 miljoen kan ook nog net, maar om de balans in evenwicht te brengen gebruikt men dan drie jaar (of méér !) dezelfde volkomen afgetakelde boeken. Zo kan men zelfs de prijs van wetenschappelijke en schoolboeken drukken zonder zich te realiseren dat in feite roofofbouw wordt gepleegd op het werk van auteur en uitgever.

Maar goed : er zijn andere boeken (literair werk vooral) die men "duur" zou kunnen noemen. Dit hangt dan samen met de oplage die kan aangemaakt worden. Basiskosten in de fase van het werkelijke "uitgeven" zijn bvb. : conceptie, uitgevers-administratie, illustratie- en clichékosten, aanbidding van de boekhandel, zetten, drukken. Het is duidelijk dat, wanneer men deze kosten kan overslaan op bvb. 10.000 exemplaren i.pl.v. op 2.500, men tot een lagere verkoopprijs kan komen. Pockets, kinderboeken in grote oplage, strips en zelfs encyclopedieën kunnen dus - naar verhouding - goedkoop zijn.

Hier zijn we weer gewoon bij de wet van vraag en aanbod waaraan - zoals reeds herhaaldelijk onderstreept - geen enkel uitgever kan voorbijgaan.

Men kan in het uitgeversbedrijf alleen hopen dat die vraag voortdurend moge stijgen. En inmiddels kan misschien wel eens laatdunkend worden neergekeken op zekere dingen die de uitgeverij als het ware "om den brode" brengen moet. Maar die zaken zijn er echt wel nodig om het uitgeven van weer andere - moeilijker - boeken mogelijk te maken in afwachting dat wij een publiek krijgen dat op ruimere schaal nog dan thans het geval is - en wij verheugen ons over de beterschap die te constateren valt - een positieve instelling verwerft t.a.v. alles wat met boeken te maken heeft.

Hiermee werden niet alle vragen beantwoord. Ik hoop niettemin dat de bezorgde gegevens enig licht hebben mogen werpen op de speciale positie waarin de uitgeverij zich bevindt in dit land (en in andere landen is het niet veel anders). Het moge inmiddels een troost zijn te weten dat ook in het bedrijf nog niet alle vragen beantwoord zijn. En alle vragen beantwoorden is bepaald niet makkelijk wanneer men bvb. weet dat de heer Richard Blackwell vanuit het Engelse boekbedrijf in "The Times literary supplement" van 7.11.70, volgende omschrijving geeft van "het verkopen van boeken" (en "verkopen" hoort er - helaas- bij) : "de bezigheid om te veel boeken, geschreven door te veel auteurs en uitgegeven door te veel uitgevers tegen te veel uiteenlopende prijzen en condities in de handen van te weinig mensen te brengen". Hij legt deze woorden in de mond van een cynicus. Het is in dit bedrijf aangewezen niet cynisch te worden, maar optimist te blijven. En dat doen we dan ook, met veel goede moed !

A. WOUTERS,
Directeur V.B.V.B.

"LINDON"-VERSLAG : HET ONBEVREDIGD ALTERNATIEF.

Einde van verleden jaar (december 1970) verscheen het Franse Verslag m.b.t. de "Sociétés des Rédacteurs", ook wel Verslag van de Commissie-"Lindon" genoemd (1). Deze commissie was op 2 maart 1969 opgericht door de toenmalige Franse Staatssekretaris voor de Informatie Joël Le Theule, die tevens haar eerste Voorzitter was. Aangezien in de later geformeerde regering-Chaban Delmas niet langer een Staatssekretaris voor de Informatie zitting had, koos de Commissie als haar nieuwe Voorzitter de heer Raymond Lindon, eerste advocaat-generaal bij het Hof van Cassatie.

De opdracht van de Commissie bestond er in, de problemen te bestuderen die gerezen waren ten gevolge van het ontstaan en de actie van de zogenaamde "Sociétés des Rédacteurs".

In deze bijdrage wordt vooreerst bondig herinnerd aan het ontstaan en de evolutie van de "Sociétés des Rédacteurs" (voortaan SDR). Daarop volgen een overzicht van de in het Lindon-verslag vervatte krachtlijnen en voorstellen en enkele kritische bedenkingen die dit verslag oproept.

I. De "Sociétés des Rédacteurs" : Ontstaan en Evolutie.

De oprichting van SDR is een vrij recent verschijnsel en tot Frankrijk beperkt. De eerste SDR, deze van de Parijse avondkrant "Le Monde", viert in september a.s. haar twintigste verjaardag en bleef veertien jaar lang ook de enige. In 1965 kwamen er twee bij, in 1966 zeven, enz. Op het einde van 1970 bestonden er, volgens de Commissie-Lindon, 33 SDR over geheel Frankrijk. Samen groepeerden ze ongeveer 2.000 van de nagenoeg 10.000 Franse beroepsjournalisten.

(1) Rapport sur les problèmes posés par les Sociétés des Rédacteurs, uitgegeven door La documentation française, Parijs, 1970, 94 blz.

Een SDR kan het best worden omschreven als een vereniging met rechtspersoonlijkheid waarvan alle redacteurs verbonden aan een periodieke publikatie of van een Radio- en Televisie-Instituut lid zijn. Zoals ondergetekende reeds elders (1) be- toogde, beogen de SDR niet de promotie van de materiële, maar veeleer van de "morele" en "intellectuele" belangen van de journalisten.

Om hun actie op nationaal vlak kracht bij te zetten, richtten de 19 toen bestaande SDR op 1 december 1967 een nationaal or- ganisme op, nl. de "Fédération française des Sociétés de Journalistes". Tot voorzitter werd de heer Jean Schwoebel verkozen, tevens Voorzitter van de SDR van "Le Monde".

De stichting van deze "Fédération française des Sociétés de Journalistes" trok, waarschijnlijk voor het eerst, de aan- dacht van bredere kringen, ook in het buitenland, op de be- weging. Kort daarop verscheen het boek La Presse, le Pouvoir et l'Argent, van voorzitter Schwoebel (2). Een jaar later volgde reeds een eerste scherpe repliek (3).

Blijkbaar ten gevolge van deze deining, droeg de Franse Assem- blée de toenmalige regering-Couve de Murville op een Commis- sie samen te stellen om de problematiek van de SDR te laten bestuderen en daarover het verslag uit te brengen dat nu voorligt.

II. Het verslag-"Lindon".

Het verslag-"Lindon" bestaat uit vijf hoofdstuk- ken en een kort besluit. Het eerste hoofdstuk draagt als titel "Origines et organisation des Rédacteurs" en bevat o.m. een overzicht van relevante feiten uit de naoorlogse Franse pers- geschiedenis. Volgt dan een - wel zeer beknopte - beschrijving van de filosofische achtergrond der SDR. Kennelijk voorname- lijk aan de hand van Schwoebels boek weerhoudt de Commissie, ter analyse, de drie belangrijkste voorstellen ("propositions") van de journalistenbeweging, nl. :

(1) BOONE, L., Toestand en "Filosofie" van de Journalisten- inspraak, in PETERS, J.M. e.a., Bijdragen tot de Commu- nicatiewetenschap, Leuven, 1970, blz. 9-25.

(2) Parijs, 1968.

(3) Cf. BOEGNER, P., Presse, Argent, Liberté, Parijs, 1969.

- 1°) het geven aan de redactie als collectief orgaan van een gedeelte van de bedrijfsaandelen. Dit moet de redactie in de mogelijkheid stellen zich desgevallend te verzetten tegen de belangrijkste beslissingen die het leven van het blad betreffen (b.v. de aanstelling van de directe redactionele chef, fusies, enz.);:
- 2°) de afkondiging van een nieuw juridisch statuut van de persbedrijven. Beoogd wordt het "ont-kapitaliseren" van deze bedrijven, door ze een statuut op te leggen van ondernemingen "met beperkte winstoogmerken";
- 3°) de oprichting, met staatsgelden, van een "nationale stichting van de informatie", paritair beheerd door afgevaardigden van de diverse persgeledingen en van de lezers. De bedoeling ervan is het herstel van een pluralistische meningsuiting die o.m. door de persconcentratie is ingeperkt.

Het tweede hoofdstuk is gewijd aan een "examen critique des thèses des sociétés des rédacteurs". Achtereenvolgens onderwerpt de Commissie aan een kritisch onderzoek : de analyse door de SDR van de huidige situatie van de Franse pers; de principes van de door de SDR voorgestelde oplossingen; de gevolgen die de toepassing van het SDR-programma voor de persbedrijven met zich zou brengen. Om een groot aantal redenen wijst de Commissie de drie door de SDR geformuleerde voorstellen van de hand.

In het derde hoofdstuk, getiteld "Réformes souhaitables", zet de Commissie de principes uiteen die bij een door haar noodzakelijke hervorming van het Franse perswezen moeten voorzitten. Ze gaat daarbij uit van een door haar meermaals bevestigde morele, economische en sociale "malaise van de pers".

In de twee laatste hoofdstukken stelt de Commissie een aantal formules voor, die aan deze malaise een einde kunnen stellen of deze althans kunnen milderen. Vooreerst geeft ze haar mening te kennen over omvang en modaliteiten van de door haar noodzakelijk geachte inspraak ("participation").

Ten voordele van de journalisten - en dus niet noodzakelijk van de overige werknemers van de persbedrijven - wordt principieel inspraak aanbevolen m.b.t. drie "topics" :

- 1°) de aanstelling van de "directeur van de publicatie" (1);
- 2°) bepaalde gevallen van eigendomsoverdracht en/of fusie;
- 3°) de vastlegging van de redactionele lijn van de krant, bepaalde vraagstukken die de redactie aanbelangen, personeelsbeleid inzake problemen die met de plichtenleer van de pers samenhangen. Het zou hier om een consultatieve inspraak moeten gaan.

Voor de verwezenlijking van de inspraak suggereert de Commissie een drietal formules, nl. de scheiding tussen eigendom en beheer van de krant (ze verwijst hierbij uitdrukkelijk naar het statuut van "Le Figaro" tussen 1950 en 1969), de regeling die tot stand kwam bij het weekblad "L'Express", en een nieuwe formule, die de formule van het "Comité des personnels" wordt genoemd. Het betreft een Comité waarin het volledige personeel zou zijn vertegenwoordigd, met dien verstande echter dat de journalisten in de schoot ervan over ten minste de helft van de mandaten zouden beschikken. Inzake de vastlegging van de redactionele lijn en persdeontologische problemen zou het Comité raadgevende, inzake samenstelling van de "Directeur van de Publikatie" tot op bepaalde hoogte beslissingsbevoegdheid krijgen.

Verder is de Commissie nog van mening, dat de Franse wetgever tegemoet dient te komen aan de wens van persbedrijven die verder willen gaan dan de door haar aanbevolen inspraak, door b.v. voor een speciaal statuut te opteren van bedrijven die niet in de eerste plaats op winst uit zijn. Uitdrukkelijk wordt in dit verband naar de huidige structuur en statuut van "Le Monde" verwezen.

Het laatste hoofdstuk van het verslag behandelt een aantal zogenaamde "kwaliteitsproblemen" en m.n. de opleiding van de journalisten en de instelling van een "morele magistratuur" van de informatie in de vorm van een Persraad.

De Commissie meent dat de opleiding van de huidige Franse journalisten onvoldoende is. Ze spreekt zich niet uit over het feit of men de toegang tot het beroep moet voorbehouden aan dragers van diploma's, noch over de vormen van journalistenopleiding. Wel dringt ze aan op de scholing resp. bijscholing van de huidige journalisten. Met het oog daarop stelt ze de oprichting voor van een Raad belast met de coördinering en de ontwikkeling van de studies en de activiteiten

(1) Uit hoofde van de Franse wetgeving moet de naam van deze persoon op elke krant worden afgedrukt. Zijn functie is min of meer met deze van hoofdredacteur vergelijkbaar.

inzake vorming en vervolmaking van de journalisten. De Raad zou bestaan uit vertegenwoordigers van het beroep en van de Universiteiten.

Ten slotte bepleit de Commissie de oprichting van een Persraad. Deze zou vooreerst de persvrijheid moeten waarborgen. In deze optiek zou hij o.m. openbaar verslag moeten uitbrengen over fusies, concentraties of belangrijke eigendomsverschuivingen. Bovendien zou elk voornemen tot concentratie vooraf aan de Persraad moeten worden voorgelegd voor advies.

Vervolgens zou de Persraad belast worden met de uitwerking van een plichtenleer van de informatie. Dit zou o.m. kunnen gebeuren door middel van een deontologische rechtspraak.

In de derde en laatste plaats zou de Raad de invoering en de modaliteiten moeten controleren van de statuten die elke personderneming in overeenstemming met de wet op de inspraak moet ontvangen en aanvaarden.

M.b.t. de samenstelling van de Persraad suggereert de Commissie volgende algemene criteria:

- 1°) patronaat en personeel moeten paritair zijn vertegenwoordigd en samen over de meerderheid van de mandaten beschikken;
- 2°) personen die buiten de pers staan maar gekwalificeerd zijn door hun kennis van de persproblemen zouden er deel van moeten uitmaken, evenals leden van "des grands corps de l'Etat", van de magistratuur of het onderwijs;
- 3°) het aantal der leden moet niet te groot zijn, bv. 18, nl. 6 voor elk van beide beroepscategorieën en 6 voor de derde categorie.

In het korte besluit stelt de Commissie, met de SDR, vast dat er een malaise bestaat in de Franse perswereld. Ze is derhalve van mening dat hervormingen nodig zijn, maar acht de voorstellen van de SDR niet "opportuun".

III. Kritische evaluatie.

Er kan uiteraard geen sprake van zijn om, binnen het bestek van deze korte bijdrage, het verslag-Lindon exhaustief onder de loep te nemen. Bovendien is een dergelijk opzet, nauwelijks enkele weken na de verschijning van het document, wellicht voorbarig. Toch lijkt het nuttig nu reeds een aantal - eerste - bedenkingen te formuleren.

Hoe men verder ook moge oordelen over haar uiteindelijke besluiten en voorstellen, uit de lectuur van het verslag doet men de indruk op dat de leden van de Commissie zich gewetensvol van hun taak hebben gekwet. Hun analyse van de persproblematiek getuigt van een vrij verregaande onvooringenomenheid. Ze schijnen de door velen als revolutionair en onrealistisch beschouwde voorstellen van de SDR niet bij voorbaat te hebben verworpen. Op sommige punten gaan ze zelfs een heel eind met de Franse journalisteninspraakbeweging mee. Dit blijkt vooreerst uit de diagnose van de huidige toestand het Franse perswezen en uit haar principiële optie voor bepaalde inspraakvormen.

Vervolgens heeft de Commissie een uitstekende synthese gemaakt van de SDR-beweging evenals een luciede en pertinente analyse van de argumenten en de leemten van het inspraakprogramma zoals het m.n. door Schwoebel wordt geformuleerd.

Men hoeft het, ten slotte, niet noodzakelijk met haar aanbevelingen eens te zijn om tot het inzicht te komen dat in haar suggesties bruikbare elementen steken.

Tegenover deze onbetwistbare kwaliteiten staan evidente leemten. De belangrijkste daarvan is wel, dat de Commissie zich op een overwegend pragmatische standpunt heeft gesteld. De normatieve communicatiepolitieke stellingen van de SDR worden nauwelijks geanalyseerd. Een door de Commissie voorgestelde vervang-filosofie is helemaal niet voorhanden.

Daarentegen schijnt ze, impliciet, als basis van haar overwegingen de stelling te hebben aanvaard, dat kranten noodzakelijk uitgegeven moeten worden door vrije, commerciële ondernemingen. Vandaar vermoedelijk haar voortdurende bekommernis, haar voorstellen in overeenstemming te brengen met de werking van dit soort ondernemingen. Het verslag krijgt daardoor een overwegend formeel-juridische inslag die een bredere visie op de problematiek niet heeft bevorderd.

Verder kan men tegen een aantal van de door haar aanbevolen formules - bv. deze die de inspraak tot voorwerp hebben - ernstige bezwaren inbrengen.

De belangrijkste lacune van het verslag is evenwel dat het vrijwel geen aandacht schenkt aan het probleem van de commercialisering van de pers, welke door de SDR als de voornaamste oorzaak van de bestaande malaise wordt beschouwd. Men zoekt eveneens tevergeefs naar formules die de redactie inspraak waarborgen in b.v. de aanwerving van de journalisten.

Ten slotte rept de Commissie met geen woord over eventuele inspraakformules ten voordele van journalisten die werkzaam zijn bij openbare diensten zoals de O.R.T.F.

Om al deze redenen lijkt ons het verslag-Lindon, ondanks zijn voor de hand liggende kwaliteiten, een onbevredigend alternatief.

Dr. L. BOONE.

HET ARBITRAIRE IN DE REKLAME.

"EEN VLOEIBAAR AFWASMIDDEL KAN NOOIT
GENOEG ONTVETTEN".

"Als de reclame kultureel interessant kan zijn, dan heeft ze dat aan de zuiverheid en rijkdom van haar retorische structuur te danken, niet aan wat ze aan echte informatie kan aanbrenge, maar aan wat er aan fictie insteekt" (1).

"Belangrijk is dat zij (de reclame voor waspoeders) erin geslaagd is de bijtende en schurende functie van het detergent te vermommen onder het heerlijke beeld van een terzelfdertijd diepe en luchtige substantie die de moleculaire orde van het weefsel regeert zonder het aan te tasten" (2).

Milieuverontreiniging en kankerverwekkende additieven in voedingswaren, insecticides en detergents: twee problemen waar sinds enige tijd ongeveer iedereen zich mee bemoeit. Denken we maar aan de plannen om, in sommige staten van de USA, de verkoop van detergents volledig te verbieden om op die manier het grondwater voor consumptie en irrigatie geschikt te houden; of aan de manier waarop verwoede rokers hun niet-van-hun-verslaving-af-kunnen-komen rationaliseren: "Een halfuur stadslucht inademen, of een bord soep eten uit een met detergent afgewassen bord is gevaarlijker dan een pakje sigaretten oproken".

Maar alleen reeds het feit dat overal, zowel in de burgerlijke als in de undergroundpers, zowel bij behoudsgezinde als bij progressieve partijen en groeperingen, waarschuwend stemmen op de gevaren van pollutie en kankerverwekkers wijzen, is een teken aan de wand: het gaat hier om oppervlakte-fenomenen die, dank zij het systeem van de repressieve tolerantie, binnen de bestaande maatschappijstructuren kunnen gecontesteerd worden, en daar zelfs een behoudende functie vervullen: zelfs voor de mensen die er met de beste (humanitaire) bedoelingen hun tijd en energie aan besteden, verbergen zij hun ware aard, met name hun onverbreekelijke verbondenheid met de fundamentele structuren van onze samenleving. Milieubevuiling en cancerogene additieven zijn noodzakelijke consequenties van

winstmaximalisatie op het niveau van de productie, onder meer dank zij drukking van de productiekosten door zo goedkoop mogelijke evacuatie van afvalproducten, en op het niveau van de distributie-consumptie, dank zij een zo groot mogelijke afzet, onder meer mogelijk gemaakt door chemische kleur- en smaakstoffen die een product aantrekkelijk en dus verkoopbaar moeten helpen maken.

Hiermee wil niet gezegd zijn dat pollutie en kanker onbelangrijke problemen zouden zijn; maar wel dat ze, binnen de neo-kapitalistische consumptiemaatschappij, alleen gesteld kunnen worden op een niveau, dat van toevallige oppervlaktenfenomenen, waar ze onoplosbaar zijn; op dit niveau worden ze zelfs geïntegreerd in de overheersende ideologie (3): iedereen is het er over eens dat de problemen bestaan en dat er iets moet aan gedaan worden; niemand, hij weze journalist of reclame-ontwerper, kan, als hij een publiek wil bereiken, zijn ogen voor deze problemen sluiten. Denk maar aan de recente reclamecampagne voor een benzinemerkt die de luchtbezoedeling in haar verkoopsargumentatie opneemt (4).

Iemand die een advertentie moet ontwerpen voor een nieuwsoortig afwasmiddel zit dus met een enorm probleem: "een vloeibaar afwasmiddel kan nooit genoeg ontvetten", maar hoe meer het ontvet, in hoe geconcentreerder vorm het detergent bevat. En iedereen heeft intussen wel ergens gelezen dat detergenten de voornaamste oorzaak zijn van waterbezoedeling: zij worden zeer moeilijk in de natuur afgebroken, tasten fauna en flora in rivieren en stromen aan, en maken het grondwater praktisch onbruikbaar. Bovendien zouden de aan de vaat klevende resten van het detergent wel eens cancerogeen kunnen zijn.

In de reclamecampagne moet dus een oplossing gevonden worden voor het volgende dilemma: op welke manier kan ik promotie maken voor een product dat ontvettend moet zijn, zonder dat het de kwalijke eigenschappen van een detergent bezit; bij een afwasmiddel rijst een bijkomende moeilijkheid: het dient om vaatwerk, eetgerei schoon te maken, en moet dus zo smaak- en reukloos mogelijk zijn, terwijl detergent, als chemisch product, een zeer specifieke, eigen geur en smaak bezit die moeilijk met "eetbaar" te verzoenen valt.

Een verkoopsargument dat de laatste jaren in de reclame voor afwasmiddelen steeds terugkwam, was dat van de "zachte handen": wie product X. gebruikt, krijgt geen last van afwas-handen, maar houdt mooie, zachte handen. Afwassen is niet langer een last, maar wordt een plezier, indien niet voor de huisvrouw zelf, dan toch voor de anderen die tenminste niet meer aan haar handen zullen merken dat zij thuis deze minderwarige karwei zelf moet opknappen. Zachte handen zijn een

teken voor een luxueus leven; zelfs als u zich deze luxe zelf niet kunt permitteren, dan is het teken ervan ("zachte handen") toch tegen een lage prijs voor iedereen te koop. Deze eis, het afwasproduct als schoonheidsmiddel met cosmetische eigenschappen, komt in konflikt met de voorgaande: het reuk- en smaakloze, het eetbare. Ook hier weer zal de reclame als de grote verzoener van de onverzoenbaren moeten fungeren.

De vraag die hier aan de orde komt is niet in hoeverre een product in zijn intrinsieke kwaliteiten, in zijn gebruikswaarde aan bepaalde individuele of maatschappelijke eisen moet voldoen, maar wel hoe reclame op een waarschijnlijke, geloofwaardige manier een product-image kan opbouwen dat zo goed mogelijk beantwoordt aan wat de "publieke opinie" van dat product verwacht, en op die manier aan het product een zo groot mogelijke ruilwaarde geeft (5).

CITROEN ONTVET HET BEST. DAT IS BEKEND.

Aan citroen kan op een geloofwaardige manier een ontvettende kwaliteit toegeschreven worden : citroen is zuur, dus vetbestrijdend.

Dat heeft ieder van ons reeds gemerkt toen hij bij het eten van kreeft, indien niet persoonlijk als gast aan een overvloedige feesttafel, dan toch per delegatie door zich te identificeren met een personage op een culinaire foto in een damesblad, zijn vingers spoelde, ontvette en ontgeurde in een daartoe ter beschikking staand bakje, met daarin natuurlijk het obligate schijfje citroen.

Maar zie ook weer banale eetgewoontes: bij vette friet horen zure pickles, bij vette charcuterie horen zure augurken, ajuintjes en vinaigrette, bij vette wiener-schnitzel of gefruite vis hoort zure citroen.

Kortom, zuur neutraliseert vet.

"En zijn schuim houdt ... tot het einde".

Schuim is een terzelfdertijd doordringende en zachte substantie. Schuim impliceert een overvloed aan actieve elementen die voortkomen uit een oorspronkelijk klein volume. Citroen kan op een waarschijnlijke manier met schuim geassocieerd worden : vers geperst citroensap is van nature uit schuimend.

Citroen heeft dus een sterk detergente werking, ook al is het een natuurlijk product.

Hij komt uit de natuur en kan dus, als hij samen met het afvalwater in de natuur terugkeert, het natuurlijk evenwicht onmogelijk nadelig beïnvloeden.

Citroen komt tot ons in een verpakking die hij van de natuur zelf meekreeg: zijn schil; hij kan dus niet, tenzij zeer oppervlakkig, gemanipuleerd zijn. Hij is traditioneel synoniem voor vitamines, gezondheid : "Bitter in de mond maakt

het hart gezond". Dus ook voor wat de eventuele kankerverwekkende bijwerkingen van een op basis van citroen vervaardigd afwasmiddel (of voor een tenminste als zodanig voorgesteld product) betreft, is alles in orde.

Citroen neutraliseert andere smaken en geuren zonder zelf, tenminste in erg verdunde aan-de-vaat-klevende-rest-vorm, een erg nadrukkelijke smaak te hebben; en zelfs als er nog iets moest van te merken zijn, dan is die smaak nog verzoenbaar met praktisch alles wat wij eten.

Maar terzelfdertijd heeft citroen algemeen gewaardeerde cosmetische eigenschappen: denken we maar aan de vele schoonheidsproducten, vooral crèmes tegen afwashanden, die citroenen bevatten, tenminste ook weer op het niveau van de reclame die ze verkoopbaar moet maken.

In citroen worden dus twee op het eerste gezicht tegenstrijdige vereisten : "eetbaar" en "schoonheidsproduct", met elkaar verzoend.

"Een reclameboodschap kan gelezen worden op een eerste niveau, waar hij een onmiddellijke, praktische, gedenoteerde betekenis heeft; is hier aan de eis van waarheid voldaan, dan kan hij zelfs informatieve waarde hebben; hierover hebben we niets willen zeggen; pas na bijvoorbeeld een uitgebreid labo-onderzoek zou dat mogelijk geweest zijn.

De retoriek van de reclame, een coherent systeem van "stilistische" procédés, conditioneert daarnaast echter een ontkoppelde, geconnoteerde, ideologische "bij"-betekenis. Deze betekenis moet niet waar maar waarschijnlijk zijn. Om de intrinsieke eigenschappen van een product hoeft de retoriek zich dus weinig of niet te bekommeren (6).

Nog afgezien van de vraag in hoeverre de retoriek erin kan slagen de eventuele waarheid van de boodschap aan te tasten, verlegt zij in ieder geval de klemtoon, op een willekeurige en arbitraire maar zeer efficiënte manier, maar die kwaliteiten die het product voor de "publieke opinie" aanvaardbaar en dus verkoopbaar maken; de rol van de retoriek is juist deze arbitraire kwaliteiten als essentiëel en natuurlijk voor te stellen, cultuur tot natuur te maken, wat de definitie zelf is van het ideologisch systeem.

In het licht van wat voorafgaat kan het ons alleen verwonderen dat het zo lang geduurd heeft voor we in advertenties en op affiches, in uitstalramen van winkels en op rekken van supermarkten, met een citroen-afwasmiddel geconfronteerd werden.

"GUN UZELF DE WEELDE VAN
EEN CITROEN-PROPERE AFWAS".

(Dit artikel werd geschreven naar aanleiding van de campagne, via affiches en advertenties, voor "Sunlight Citroen". Sindsdien kwamen ook nog Pril, Ajax en Topel ieder met een citroenafwasmiddel op de markt).

Voetnoten

- (1) Jacques DURAND : "Rhétorique et image publicitaire", in "Communications 15", Ed. du Seuil, Parijs 1957, blz. 40.
- (2) Roland BARTHES : "Saponides et détergents" in "Mythologies", Ed. du Seuil, Parijs 1957, blz. 40.
(in 1970 als paperback heruitgegeven in de reeks "Points", nr. 10).
- (3) De term "ideologie" moet in zijn meest algemene betekenis van "de manier waarop de mensen hun relatie met de wereld zien" verstaan worden, dit wil zeggen het geheel van alle opvattingen, vooroordelen, zekerheden van het "gezond verstand" en van de "publieke opinie" die binnen een bepaalde samenleving op een bepaald ogenblik bestaan, die noodzakelijk gedetermineerd zijn door de belangen van de overheersende klasse, en die een belangrijke factor zijn bij het zichzelf in stand houden van de bestaande maatschappelijke verhoudingen.
- (4) Cfr. volgend citaat uit het stuk "Het recht om te ademen" in "Testaankoop" nr. 103 van januari 1971, blz. 27 :
"Intussen spekuleren sommige petroleumproducenten schaamteloos op de angst voor verontreiniging en maken er een verkoopsargument van. Zo heeft Chevron reclame verspreid waarin het uitpakt met het toevoegsel F-310, dat de verontreiniging zou indijken, overigens zonder te preciseren welke verontreiniging. Er is geen enkel wetenschappelijk argument dat deze manipulatiecampagne staaft: in oktober 1970 heeft de regering van de Verenigde Staten Chevron verboden dit publicitair argument nog langer te gebruiken. Ongelukkiglijk reikt de macht van de federale regering niet tot zijn Belgisch protektoraat en in België is Chevron doorgegaan met de publicatie van deze holle advertenties".
- (5) Tussen de ideologie en de publiciteit, als een van de manieren waarop de ideologie geactualiseerd en gearticuleerd wordt, bestaat er een dialectische relatie van dezelfde orde als de relatie die binnen de Saussuriaanse linguïstiek gelegd wordt tussen de taal (langue) en het taalgebruik (parole).
- (6) Of in het beste geval heeft de marketingafdeling binnen een bedrijf voldoende invloed op de productie om deze eigenschappen in een welbepaalde richting te wijzigen, wat uiteindelijk niets aan het hier gestelde probleem verandert.

LICENTIAATSVERHANDELINGEN

VERHOUDING MODERNE FILM - MODERNE ROMAN (1)

Een onderzoek naar de gemeenschappelijke kenmerken van beide genres inzonderheid naar de verwantschap van de 'nouveau roman' met de 'nouveau cinéma'.

Vooreerst zouden we willen opmerken dat het behandelde onderwerp zo veelomvattend is, dat we ons bijna noodzakelijkerwijze hebben moeten beperken tot de 'nouveau roman'. Hier en daar werden echter wel bepaalde Nederlandse romans besproken. Wat de film betreft hebben we films uit diverse landen aan een onderzoek onderworpen.

In een eerste hoofdstuk zijn we op zoek gegaan naar een bepaling van de moderne roman en van de moderne film. De roman is een wereld in woorden waarin we twee delen kunnen onderscheiden, met name : de fictie of het verhaal en de narratie of de manier waarop het verhaal verteld wordt. Nog verder doorgetrokken zou men de voorkeur kunnen geven aan een vierledige indeling: 1. er is het feit van het vertellen (narration), 2. er is iets dat verteld wordt (het verhaal), 3. er is iemand die vertelt, 4. er is iemand aan wie verteld wordt.

Wat de moderne roman betreft zijn we uitgegaan van de analyse van B.F. Van Vlierden (2). Vroeger was de roman het meest vormloze genre. Hij moest aan geen enkele wet gehoorzamen. De roman hoefde helemaal geen vorm te hebben, want in de burgerlijke en nuchter realistische tijd vond de roman deze vorm toch in de werkelijkheid zelf. Deze werkelijkheid had zelf vorm en de roman had daardoor dus geen vorm meer nodig. De roman was een spiegel van de bourgeoismaatschappij, het epos van het burgerdom.

-
- (1) Roger VERHAEGEN, Verhouding moderne film-moderne roman, Centrum voor Communicatiewetenschappen, Leuven, september 1970, 141 blz.
- (2) B.F. VAN VLIERDEN, Van in 't Wonderjaar tot de Verwondering: een poëtica van de Vlaamse roman, De Nederlandse boekhandel, Antwerpen.

Naarmate dat men aan deze werkelijkheid gaat twijfelen, dat het wereldbeeld van de mens verandert, moet de roman zelf meer vormgevend gaan optreden. Dus: voor het aanvankelijk realisme was de inhoud de vorm (d.i. de werkelijkheid zelf) voor de roman van vandaag is wanneer men de lijn doortrekt de vorm de inhoud (de vorm is datgene waar het om draait).

Van epos tot roman gaat men van roman naar een nieuw soort van schriftuur, het schrijven wordt meer en meer teruggebracht op de problematische schrijfsituatie zelf. Het schrijven wordt een zelfvinden, een zelscheppen en ordenen, het scheppen van een nieuwe creatieve wereld en waarbij de lezer als actieve medeschepper optreedt. Schrijven is voor de schrijver een vorm van zijn bestaan, een deel van zijn totale zijn geworden.

Daarna hebben we aandacht besteed aan Alain Robbe-Grillet (1). Hij verwijt de vroegere romans hun interpretatie van de wereld omdat deze wereld noch verklarend noch absurd maar doodgewoon is. De held van vroeger is in een 'elderszijn' geworpen, de held van vandaag blijft in de wereld. De moderne roman verzet zich tegen de opeenvolging van gebeurtenissen die zich logisch, rechtlijnig en chronologisch naar een einde toe ontwikkelen. Er wordt meer aandacht gevraagd voor de creatieve kracht van het schrijven, de zogenaamde 'écriture'. Dit gaat dikwijls gepaard met het schrijven zelf dat tot onderwerp en voorwerp van de roman gekozen wordt.

Robbe-Grillet somt volgende kenmerken van de 'nouveau roman' op.

1. de nouveau roman is geen theorie, wel een onderzoek om te ontsnappen uit de sklerose van de negentieneeuwse roman. De romanciers vormen geen hechte groep en zoeken ieder naar de hun specifiek eigen vormen.
2. De 'nouveau roman' wil alleen maar de constante evolutie van het romangenre voortzetten. In elke maatschappij heeft men conservatieven en voorlopers. Stendhal was in de tijd van Balzac reeds de voorloper van de moderne roman. En de lijn loopt verder over Joyce, Kafka, Beckett naar de jongste generatie toe. Alleen de psychologie van de oude roman wordt overboord gegooid.
3. De 'nouveau roman' interesseert zich alleen voor de mens en hoe de mens in de wereld gesitueerd wordt. De mens komt zelfs over in de gedegenereerde figuren van een

(1) Alain ROBBE-GRILLET, Pour un nouveau roman, Collection 'Idées'.

Beckett. Bovendien is er een relatie tussen de wereld (de zo veelbesproken 'objecten' van de nouveaux romanciers) en de mens.

4. De 'nouveau roman' beoogt slechts een totale subjectiviteit. Alles wat geschreven wordt door een subject is subjectief. Men kan enkel maar een zekere graad van objectiviteit bereiken en ernaar streven. Telkens echter is het een MENS die ziet, die voelt en die verbeeldt.

5. De 'nouveau roman' richt zich tot alle mensen van goede wil. Hij richt zich niet tot een elite. Hij wordt geschreven in de gewone dagelijkse taal en stelt dus geen lectuurproblemen. De menselijke tijd en niet de chronologische tijd staat centraal. Er steekt bovendien geen interpretatie meer in deze romans wat de lectuur nogmaals vergemakkelijkt.

6. De 'nouveau roman' verdedigt geen enkele betekenis die tot confectie-artikel gefatsoeneerd is. De 'nouveau roman' is een recherche die zelf zijn eigen betekenis zal creëren. Een volledige betekenis heeft trouwens niet langer meer zin in een tijd waarin we door wetenschappelijke publicaties overspoeld worden.

7. De 'nouveau roman' schrijver houdt zich alleen bezig met de literatuur. De literatuur kent immers geen voorafgaande betekenis. De Roman moet zelf zijn eigen betekenis uitvinden.

Wat de film betreft zijn we uitgegaan van zijn fysiologische bepaling. Een film is een geheel van auditieve en visuele beelden mechanisch tot stand gebracht. Wat de speelfilm aangaat, kunnen we hier eveneens het onderscheid tussen fictie en narratie maken.

Wat de moderne film betreft haalden we enkele punten aan om het modern zijn te bepalen zonder hierbij volledigheid na te streven omdat bepalen van wat 'modern' is altijd zeer moeilijk is en in het geval van de moderne film al te complex.

Vooreerst stelden we eveneens een reactie tegen het oude verhaalschema vast. Men gaat de camera meer creatief, scheppend gebruiken. Men tracht het filmmedium te vernieuwen. Men maakt niet langer onderscheid tussen de vorm en de inhoud of tussen de drie lagen (materiële laag, voorstellingslaag, laag van het aangezicht.)

Een tweede punt was dat de moderne film het filmen zelf tot onderwerp en voorwerp heeft, niet alleen wat de thema's betreft maar ook in de manier waarop deze verfilmd worden komt dit tot uiting.

Een derde punt is de integratie in de eigen levensgemeenschap. Misschien bestaat er wel een soort internationale filmerij maar het is duidelijk dat daarnaast nog een geheel eigen nationale productie bestaat zo o.m. de franscanadese film van

Quebec, de oosteuropese film enz... die geïntegreerd zijn in de eigen levensgemeenschap.

Een vierde belangrijk punt was de dedramatisering. Hier hebben we het gehad over de 'verloren betekenissen' in de film van Antonioni. Het niet meer zo dramatisch opgebouwd zijn van het gegeven in de moderne film, de meer documentaire benadering van de speelfilm. Hierbij samenhangend hebben we de invloed van de 'cinéma direct' op de speelfilm behandeld. We vroegen ons ook af of de moderne film gekenmerkt is door een fundamenteel realisme en stelden vast dat de moderne film meer authentieker is dan de film van vroeger.

Een vijfde punt was: is de film spektakel of niet? De film is en blijft een spektakel maar het spectaculaire wordt minder belangrijk geacht, het woord is belangrijker geworden in de moderne film.

Ook van het theater is de film niet vervreemd, hij heeft zich alleen maar gericht naar het goede theater o.m. Brecht en de 'Verfremdung'. De improvisatie gaat slechts op voor een beperkt aantal moderne films en hier is het nodig een onderscheid te maken tussen 'onbewuste' en 'bewuste' improvisatie.

Of is de moderne film een cinéma de cinéaste tegenover de oude cinéma de scénariste. Maar Resnais maakt scenariofilms, zelfs bij Godard is er een inventieve narratie die gevoeligheid, poëzie, fantasie, observatie is voor cinema te zijn. In al de films van Godard: il y a toujours une histoire. Dus is hij één van onze grootste scenarioschrijvers. Of een cinéma de plan dan? Kenmerkend is hier de 'plan séquence of montage in het beeld'. Een techniek die toelaat dat de werkelijkheid voor de camera niet meer zozeer geweld wordt aangedaan. Maar anderzijds stellen we bij de jonge cineasten weer een hernieuwde belangstelling vast voor montagevormen. Niet alleen theoretisch maar ook in de praktijk zelf.

Tenslotte legden we er nog de nadruk op dat de moderne film een contemplatief of reflectief karakter heeft. Technieken als het Verfremdungseffekt, de 'discours indirect libre' kunnen hier vermeld worden. Trouwens dit reflectieve ervaart men ook in andere genres van de kunst zo o.m. in de muziek.

Het is opmerkelijk dat in België heel wat goede films niet vertoond worden omdat de distributie in gebreke blijft. Dit maakt dan ook een doordenken over het fenomeen 'moderne film' tot een uiterst lastige opdracht.

Als laatste punt hadden we het dan over de rol van het toeval en de rolverandering van de camera. Hierbij werd dan een parallel getrokken tussen het begrip 'aléa' in de muziek en in de film. Waar het toeval in de muziek een vreemde entiteit was,

is het in de film altijd op zijn plaats geweest. Lumière plaatst zijn camera in het station van La Ciotat en verder deed hij niks. De camera enregistreerde zelf en het gebeuren werd in scène gezet door het toeval.

Dan is de strijd tegen het toeval begonnen. Alles moet vooraf overzien kunnen worden. Eisenstein heeft dan terug een eerste stap naar het 'bewuste' toeval genomen en in de moderne film en bij Godard speelt de 'aléa' op een nog meer absolute wijze.

Hiermee hangen de veranderingen van de camera samen (voyeur, meneur de jeu absolu, interlocuteur, voyeur passif, voyeur provocant). Een film waarin deze veranderingen van de camera op een verantwoorde en esthetische wijze zijn doorgevoerd is 'Détruire dit-elle' van Marguerite Duras. Een film die wij jammer genoeg te laat hebben gezien om nog in onze studie te kunnen bespreken.

Als aanhangsel hebben wij dan bij dit eerste deel nog enige getuigenissen van moderne cineasten over moderne film opgenomen.

In een tweede deel zijn we dan nader ingegaan op de verhouding zelf. In een eerste theoretisch hoofdstuk hebben we een soort van semiologisch inzicht trachten te verwerven uitgaande van een tekst van Jean Ricardou (1) 'La plume et la caméra' in 'problèmes du nouveau roman'.

Hij maakt eerst een verschil in tekens. Het woord is een zuiver teken en het beeld is alleen maar een iconisch teken. Hieruit volgt de zeldzaamheid of tenminste de beperking van de beschreven objecten die noodzakelijk is terwijl deze van de gefilmde objecten contingent is.

Een shot is niet te vergelijken met een woord maar wel met een zin. Er is een verschil tussen uitgestelde en onmiddellijke synthese. De perceptie van een gefilmde object constateren wij globaal, de perceptie van een geschreven object is gefragmenteerd. Het verfilmde object geniet een intense autonomie. Het geschreven object is daarentegen behept met een relatieve autonomie.

De romanstof wordt volledig uitgevonden door de oefening van de beschrijving. Ricardou vertelt verder nog dat een geschreven tekst niet kan vervangen worden door een illustratie of een filmbeeld. Een geschreven descriptie heeft eigen specifieke kenmerken.

Hij heeft het verder ook nog over de misvatting dat de fictie het leven zelf zou zijn.

(1) Jean RICARDOU, Problèmes du nouveau roman. Collection 'Tel quel'. Editions du Seuil, Paris, 1967.

Zowel de roman als de film kunnen met behulp van de hun eigen specifieke middelen tot autonome kunstwerken komen.

In een tweede hoofdstuk hebben we de eigenlijke verwantschap behandeld. We onderzochten eerst het failliet van het klassieke verhaal of het tot standkomen van een nieuwe narrativiteit. Het breken van de lineariteit van het verhaal. We onderzochten dat voor 'La modification' en 'l'emploi du temps' van Michel Butor, 'Les fruits d'or' van Nathalie Sarraute, 'Comment s'est' van Samuel Beckett, 'Le fiston' van Robert Pinget, 'La route des Flandres' van Claude Simon, 'Les gommes' van Alain Robbe-Grillet en 'De soldaten' van Enno Develing. Als film bespraken we o.m. de volgende films: 'Une femme mariée', 'Le mépris', 'Masculin-Féminin', 'Pierrot le fou', 'La chinoise' van Godard, 'de Madeliefjes' van Vera Chytilova, 'Le départ' van Jerzy Skolimovski.

Een tweede punt was de perceptualisering, de objectalisering en de dedramatisering. Hier hebben we even aandacht besteed aan het fenomenologische karakter van de 'nouveau cinéma' en de 'nouveau roman', de aandacht die aan de objecten besteed wordt o.m. in 'La femme mariée', 'L'année dernière à Marienbad', 'La modification', 'le fiston', 'les gommes'. Deze objecten zijn echter meer dan louter 'choses'. Daarna behandelden we de invloed van de 'cinéma direct' op de speelfilm o.m. in 'Het vallen van de bladeren' van Oicilliani, 'La rosière de Pessac' van Jean Eustache en in het algemeen de invloed van Jean Rouch.

Een derde punt was de film in de film, de roman in de roman. Dit kan impliciet maar ook expliciet gebeuren. Meer en meer wordt het schrijven over het schrijven meer directer gedaan. rechtstreeks zonder verband met wat beschreven of verhaald wordt.

De moderne roman is niet meer het schrijven van het avontuur maar het avontuur van het schrijven. Vandaar ook het afwijzen van de 'passé simple', de traditionele verhaaltijd ten voordele van de 'tegenwoordige tijd'. Het boek gaat zich nu zelf vormen onder het schrijven; de roman is niet langer een voorafgaand gebeuren dat naderhand neergeschreven wordt. Neen, het gebeuren zelf komt tot stand tijdens het schrijven.

Een laatste punt dat we behandelden was de verschraling van de personages. De personages worden perceptueel benaderd. De uiterlijke kant van de dingen wordt alleen maar benut om innerlijke gevoelens weer te geven. Gebaren, woorden, blikken doen de toeschouwer de menselijke gevoelens, de emoties die erachter liggen, ontdekken.

De personages zijn niet meer duidelijk opgebouwd en uitgewerkt. Natuurlijk komt hier onmiddellijk de naam van Beckett naar voren wiens personages dikwijls slechts alleen een middel zijn om het zoeken naar de taal van de schrijver vast te stellen, een taal waarin de schrijver blijkbaar zijn geloof verloren heeft, die hij voortdurend terug moet modeleren, terug moet herscheppen, terug nieuw moet maken en waarbij uitgebouwde romanpersonages helemaal geen zin meer hebben. Ook kan dit enigszins bij auteurs als Ivo Michiels en Claude Krijgelmans vastgesteld worden.

In de film kan deze verschraling natuurlijk niet zo ver doorgedreven worden maar toch heeft ze hier ook haar sporen achtergelaten. Outlaws, paria's, uitgestotenen worden op een eerlijker en authentieker manier getekend en getoond, zo o.m. in 'Jagdszenen aus Niederbayern' van Peter Fleishman.

Deze verhandeling had niet de bedoeling een volledig overzicht te geven van de verhouding roman-film. Het is dan ook slechts een eerste inzicht geworden in een veelomvattend en complex probleem.

Roger VERHAEGEN.

DE BELGISCHE NEDERLANDSTALIGE SPORTJOURNALIST (1)

Het is een feit dat de sport en de sportjournalistiek erg stiefmoederlijk behandeld worden door de wetenschap. Wel gaan hier en daar stemmen op om de sport in het onderzoeksobject van de wetenschappelijke centra te betrekken. De publikaties over sport en sportjournalistiek zijn evenwel schaars. Het is nodig dat hierin verandering komt. De sport neemt immers een steeds belangrijker wordende plaats in in de maatschappij. Vandaar dat ook de sportjournalistiek, als een essentiële factor in het geheel van de massacommunicatie, niet langer mag worden over het hoofd gezien. Deze bedenking en onze persoonlijke interesse voor de sportjournalistiek hebben aanleiding gegeven tot het maken van deze eindverhandeling over de Belgische nederlandstalige sportjournalist. Onze bedoeling hierbij is geweest een zo ruim mogelijk beeld op te hangen van drie Vlaamse sportcommunicators. Zie hier een greep uit de verschillende vragen, die aangaande dit onderwerp, zijn gezeten, en die een beter inzicht geven in het voorwerp en in de probleemstelling van deze studie. Wanneer men over deze sportjournalisten nadenkt, dan valt reeds meteen op dat vooral mannen over sport schrijven en commentaar geven. Men kan zich afvragen wat voor mannen eigenlijk sportjournalistiek bedrijven, welke hun gemiddelde leeftijd is, welke opleiding ze hebben genoten, waar ze vandaan komen - sociaal en geografisch-, hoevelen van hen welke sporten beoefend hebben, welke hun sociale status is. Als men daar allemaal achter is gekomen, rijzen nog ingewikkelder vragen zoals :

Waarom hebben deze mensen het beroep van sportjournalist gekozen ? Welke wegen hebben ze bewandeld om dit doel te bereiken ? Hoe stellen ze zich hun taak als sportvoorlichter eigenlijk voor ? En nog : zijn ze gespecialiseerd en in welke sporttakken ? Is dat dan de sporttak waarover ze schrijven of commentaar geven ? Welke boeken lezen ze ? Van welke groepen zijn ze lid, met welke sportbeoefenaars zijn ze bevriend en ten opzichte van welke atleten koesteren ze sympathie, bewondering, antipathie ?

Welke is hun beroepsvoldoening ?

(1) VANDEN POEL Theo, De Belgische Nederlandstalige sportjournalist, Leuven, februari 1971, 148 blz. gestencild.
Promotor : Dr. L. Boone, Rapporteur : Dr. L. Meerts.

Hoe zien ze hun situatie in het geheel van de redactie en hoe ziet deze situatie er in de realiteit uit? Hoe stellen ze zich hun publiek voor en de wensen van dit publiek? Het is duidelijk dat de antwoorden op al deze en nog andere vragen in beslissende mate medebepalend zijn voor datgene wat de sportjournalisten schrijven, omroepen en vertonen, m.a.w. voor de sportjournalistiek zelf, die in Vlaanderen tegenwoordig zo gecontesteerd wordt en allerlei kritieken moet inkasseren. Wellicht een impliciete nevenbedoeling van dit onderzoek is dan ook geweest trachten uit te wijzen of en in hoeverre de sportjournalisten zelf voor sommige minder rooskleurige toestanden kunnen verantwoordelijk gesteld worden. Of zijn er andere personen en factoren die schuld hebben?

Om ons opzet te verwezenlijken, hebben we een vragenlijst verzonden naar alle bij de "BBBSJ" als beroepssportjournalist aangesloten nederlandstalige leden (116). Hiervoor werd eerst een proefenquête gedaan bij een aantal sportjournalisten om de vragenlijst te testen. 41,4 % van de Belgische nederlandstalige beroepssportjournalisten werden onderzocht. Daar er evenwel nog verscheidene leden van de "BBBSJ" niet of niet meer als beroepssportjournalist werkzaam zijn, menen we dat we dit percentage mogen verhogen tot om en bij de 50 %.

De vragenlijst werd samengesteld op basis van volgende hulpbronnen :

- Psychologie der Massenkommunikation van Maletzke
- Grootboek van de Sport van Piet Theys
- Methoden en Technieken van Sociaal Onderzoek van Prof. Van Mechelen
- Inleiding tot de Communicatiewetenschappen van Prof. De Volder
- Aspects sociaux de la radio et de la télévision van Sternberg en Sullerot
- artikels van de heren Boone en Van Pelt in "Sporta" en in "Bijdragen tot de Communicatiewetenschap"
- en tenslotte op basis van suggesties, verstrekt door beroepssportjournalisten.

Het werk bevat 20 artikels, die elk één bepaald probleem of een reeks verwante problemen behandelen. Voor de duidelijkheid kunnen we misschien best de voornaamste conclusies weergeven per artikel.

1. Bij de Belgische Beroepsbond van Sportjournalisten zijn 116 nederlandstalige beroepsleden aangesloten. De grote bladen "Het Laatste Nieuws" (zeven en twintig), de "Standaard groep" (één en twintig), "Gazet van Antwerpen (tweintig) hebben het grootste aantal sportreporters. Frappant is dat de BRT-radio (vijf) en de BRT-televisie (zes) veel minder sportjournalisten hebben. Qua aantal sportredac-

teurs staan zij op hetzelfde niveau van het regionale "Belang van Limburg" (zeven) en de socialistische "Vooruit" (vijf) en "Volksgazet" (vijf).

2. Opvallend is dat het beroep van sportjournalist een typisch mannenzaak is. Alle beroepssportjournalisten in Vlaanderen zijn mannen. Hun gemiddelde leeftijd schommelt rond de 42,5 jaar. "Gazet van Antwerpen" en de "Standaardgroep" bezitten de oudste sportredacties. De BRT en "Vooruit" zijn toe aan verjonging.
3. De meeste sportverslaggevers zijn afkomstig uit de provincies Oost-Vlaanderen (32,6 %) en Antwerpen (26,1 %). De meerderheid van hen woont in Brabant (30,2 %) en in Antwerpen (31 %).
4. De meerderheid van de onderzochte Belgische nederlandsstalige beroepssportjournalisten heeft, vooreerst tot de sportjournalistiek te komen, een ander beroep gehad. De meest genoemde beroepsactiviteiten waren : bediende, onderwijzer, leraar. Maar ook propagandist der Christelijke Mutualiteiten, expediteur, scheikundige, letterzetter etc. Zij en hun collega's kwamen in hoofdzaak via een van de volgende drie (om-)wegen tot de sportjournalistiek : na eerst losse medewerker te zijn geweest of een ander beroep op de krant of bij de radio te hebben uitgeoefend; via relaties met de sport- en de perswereld; na een kandidatuurstelling. Interesse en belangstelling voor de sport speelden bij de uiteindelijke beroepskeuze een primerende rol. De meesten van hen startten met hun sportjournalistieke beroepsactiviteiten op 26,5 jarige leeftijd.
5. De sportjournalisten erkennen ronduit de kwaliteit van de radiosportberichtgeving op het geschreven en geteleviseerde sportnieuws. De personele en professionele verhoudingen tussen de sportjournalisten van de verschillende media hebben vele scheve kanten. Het voortrekken van de geteleviseerde en sprekende sportpers bij menige manifestatie is een moeilijk te tolereren gebruik.
6. De meerderheid van de sportjournalisten bezit een humanioradiploma. Zij hebben geen vakjournalistieke opleiding gehad wat zij trouwens niet als een tekort beoordelen. Algemene ontwikkeling, talent en ambitie zijn volgens de Vlaamse beroepssportjournalisten de grondvoorwaarden om te slagen in hun beroep. De rest leert men wel al doende. De enkelen, die wel een vakopleiding hebben genoten, noemen deze te theoretisch en van weinig praktisch nut.

7. De meest voorkomende specialisaties bij de vlaamse beroeps-sportjournalisten zijn voetbal en wielrennen.
8. De sportjournalisten noemen het ten overvloede ter beschikking stellen van sportinformatie hun voornaamste opdracht. Duiding, opiniering, analyse en prognose komen slechts op de tweede plaats. De vertegenwoordigers van de schrijvende sportpers geven daarbij toe in hun werk vaak dwingend beïnvloed te worden door de promotiediensten van hun blad (het verplicht oppeppen van de eigen organisaties of inrichtingen van bevriende firma's) voor wie de commerciële belangen primeren.
9. De sportjournalisten ontvangen regelmatig emotionele, zelden geargumenteerde, reacties van het publiek, inzonderheid vanwege de zgn. lagere en middengroepen (arbeiders, lagere bedienden, etc.). Zij hebben geen duidelijk beeld van de samenstelling noch van de wensen van hun publiek maar veronderstellen dat de sportgeïnteresseerden andere mensen zijn dan de lezers van de hoofdartikelen en redactionele commentaren.
10. Slechts enkelen van de vlaamse sportjournalisten zijn actief bij het redigeren en uitgeven van sportboeken.
11. De wederzijdse relaties tussen de sportjournalisten en de andere journalisten variëren duidelijk van redactie tot redactie. Bij "Het Belang van Limburg", "Het Volk", de Standaardgroep en "Vooruit" noemt men deze verhoudingen goed. Er is meestal een gelijkwaardige waardering. Sportjournalisten bij "Gazet van Antwerpen", "Het Laatste Nieuws" en de BRT noemen deze verhoudingen niet schitterend. Er bestaat niet zelden een grote onderwaardering van het werk van de sportjournalist.
12. De meerderheid van de vlaamse sportjournalisten is tevreden in zijn beroep (boeiend, interessant, vol afwisseling, de vervulling van een jeugdroom, etc.) maar is zich ook bewust van de nadelen ervan (uithuizigheid, onregelmatige werkuren, weinig promotiemogelijkheden, onderwaardering, etc.).
13. De sportjournalisten zijn niet mals in de beoordeling van de Vlaamse geschreven sportpers. Zij vinden de taal bedroevend, de stijl onbeheerst en vol clichés, de omvang te overdreven, de verbeeldingskracht slecht en de objectiviteit onbestaande. De verhouding tot de vedetten noemen zij ergerlijk en overdreven. De geschreven sportjournalistiek is slaafs en weinig kritisch. De volledigheid, de sfeerscheping, de vormgeving en de illustraties worden gunstiger beoordeeld. Als voornaamste oorzaken van het bedroevend lage peil worden genoemd de commercialisering en de concurrentiegeest tussen de bladen.

14. De meerderheid van de vlaamse sportjournalisten heeft een gunstig en positief oordeel over de sportberichtgeving via de radio. De beoordeling van de televisiesportberichtgeving valt negatief uit : slecht van stijl en taal, onvolledig, clichématig, steeds weer dezelfde sporten in beeld, etc. De televisiediensten zijn volgens hen dringend toe aan de aanwerving van nieuw vakbekwaam talent.
15. De vlaamse sportjournalisten hebben de hoogste waardering voor de sportbladzijden in de Nederlandse en Engelse kranten. De taal, de stijl en de verzorgde vormgeving van de Nederlandse sportpers krijgen alle lof. De Franse radiosportberichtgeving wordt gewaardeerd om de snelheid van informatie, het sport-technisch peil, de volledigheid, de soepele en dynamische stijl. Hoge waarderingcijfers haalt ook de sportberichtgeving via de Nederlandse televisie.
16. De sportjournalisten geven ruiterlijk toe zowel sympathie als antipathie te koesteren t.o.v. bepaalde sporters, clubs en federaties.
17. Buiten de sport hebben de vlaamse sportjournalisten vooral interesse voor de literatuur. Politiek komt op de tweede plaats. Dan volgen toneel, film, cultuur en sociaal leven. Veel tijd voor een hobby hebben de Vlaamse sportjournalisten blijkbaar niet. Ook hier staat lectuur bovenaan.
18. De meerderheid van de Vlaamse sportjournalisten heeft vroeger zelf aan sportbeoefening gedaan. 84,7 % voetballen, 36,9 % deden aan atletiek, 30,4 % zwommen. Op dit ogenblik boeften de helft van de sportjournalisten geen enkele sport meer. De "trimmers" houden het bij zwemmen en wandelen.
19. De meerderheid van de sportjournalisten van "Het Volk", "de Standaardgroep" en de B.R.T. is van oordeel dat een aanwervingsexamen voor sportredacteurs noodzakelijk is. Dit examen zou moeten bestaan uit : algemene ontwikkelingstesten, taal- en vertaalproeven, psycho-technische proeven, stage. De meerderheid van de sportjournalisten van "Gazet van Antwerpen", "Het Belang van Limburg", "Het Laatste Nieuws" en "Vooruit" vindt dat sportjournalisten niet moeten aangeworven worden via een examen.
20. Wat betreft de honorering van de sportjournalist lopen de meningen uiteen. De meesten van hen vinden evenwel een herwaardering van het beroep noodzakelijk.

Als besluit van deze samenvatting kunnen we het volgende zeggen : door dit onderzoek hebben we getracht een beeld op te hangen van de nederlandstalige sportcommunicator in België. We zijn er ons van bewust dat alle elementen en problemen niet even duidelijk uit de verf zijn gekomen. Een bewuste onverschilligheid van sommige sportjournalisten ten opzichte van deze studie is hieraan niet vreemd. Wel konden wij enkele interessante algemene tendenzen uit de enquête halen, waardoor bepaalde gegevens en toestanden inzichtelijker werden.

Het is evenwel duidelijk dat de sportjournalistiek in Vlaanderen nog open staat voor vele andere onderzoeken. In deze studie zitten talrijke uitnodigingen voor verdere uitdiepingen van het vraagstuk. Er is een wisselwerking theorie-praktijk.

Waarom zou de sportjournalist, wanneer bepaalde mensen uit het milieu het probleem ter harte nemen, niet kunnen profiteren van deze enquêtes ? Het tegenovergestelde zou ons sterk verbazen.

STEMMEN EN FEITEN
UIT DE
INTERNATIONALE MEDIWERELD

Oktober 1970 - februari 1971

Bijdragen : Luc Boone
 Theo Borgermans
 Arnold Scheerder
 Wim Van der biesen
 Johan Van Heddegem
 Herman Van Pelt

Samenstelling :

Wim Van der biesen

P E R S

=====

Belgen slikken per jaar 600 miljoen dagbladen

In 'n eindejaarsgesprek met het agentschap Belga gaf de algemene sekretaris van de Belgische vereniging van dagbladuitgevers, De Kimpe, als zijn mening te kennen dat de kranten in ons land zich fel zullen moeten weren om op basis van de huidige dagbladprijs hun vorm en inhoud op het huidige peil te handhaven. De prijs van de grondstoffen op de wereldmarkt zal begin 1971 immers aanzienlijk stijgen.

In het afgelopen jaar werden in België ongeveer 600 miljoen kranten en 150 miljoen weekbladen gedrukt. Dit stelt een aanzienlijke economische sektor voor, aldus De Kimpe, die voortdurend te maken heeft met de concentratieproblematiek en zich grondig moest reorganizeren met het oog op de BTW. Naast het invoeren van nieuwe perstechnieken moet deze bedrijfstak rekening houden met de uitwerking van een nieuwe KAO voor het technisch personeel.

In april 1970 werd de krantenprijs van 3,5 op 4 fr. gebracht. Deze verhoging heeft nagenoeg geen weerslag gehad op de oplage van de Belgische dagbladen. Niettegenstaande de toenemende omvang van de kranten, waardoor niet veel mensen geneigd zijn een tweede krant in huis te halen, blijft de oplage stabiel. Waarschijnlijk voor het eerst hebben de Nederlandstalige kranten vorig jaar een ruimere verspreiding gekend dan de Frans-talige: ongeveer 1,2 miljoen per dag.

Voor de weekbladen bedroeg de totale oplage in 1970 nagenoeg 2,75 miljoen (de 0,7 miljoen gespecialiseerde bladen niet meegerekend) Vlaanderen leest ongeveer 2 miljoen weekbladen. Gemiddeld kent ons land één weekblad per gezin.

Bron : De Standaard.

Reklamepool Weekbladen : "Vier West"

Vier Westvlaamse weekbladen, De Zeewacht (Oostende), Brugsch Handelsblad, Het Wekelijks Nieuws (Poperinge) en Kortrijks Handelsblad vormden een publicitaire groep met als doel de nationale reclamebudgetten aan te spreken. De pool heeft een wekelijkse totaaloplage van 200.000 exemplaren en bestrijkt driekwart van de provincie. Hij heeft de naam "Vier West" aangenomen en zal, naast de provincie West-Vlaanderen, ook een vertegenwoordiging hebben in Brussel. De pool trad begin maart in werking.

Bron : De Standaard.

Nieuw Vlaams Weekblad

Op 18 februari verscheen het eerste nummer van een nieuw Vlaams weekblad "Knack". Naar verluidt is het de bedoeling van de uitgever, Dhr. W. De Nolf uit Roeselare, een "volwaardig Vlaams Informatieblad" uit te geven naar de formule van Time, Newsweek, L'Express, enz.

Bron : De Standaard.

Oprichting van Groep Nationaal

Op 16 februari 1971 werd in België "Groep Nationaal" opgericht. Het betreft een Groep waarvan 16 Belgische dagbladtitels deel uitmaken, met het oog op het gezamenlijk werven van nationale reclame. De partners zijn, de bladen van Groep 1 en deze van La Régie Générale de Presse. Het akkoord trad in werking vanaf 1 maart 1971.

Bron : Vlaamse Dagbladen.

Overleden

- De Heer Fernand Servais, ouderdomsdeken van de Belgische journalisten, is op 24 januari 1971 te Brussel overleden op 90-jarige leeftijd. Hij werkte achtereenvolgens bij

"Le Petit Bleu", "La Dernière Heure", "Le Matin" en "Neptune". Ten slotte belandde hij bij "Le Soir", waar hij bleef tot hij in 1966 met pensioen ging. Tot kort voor zijn dood bleef hij dagelijks aanlopen op de redactie van dit Brusselse blad.

Bron : De Standaard
Het Belang van Limburg

- Op 17 februari 1971 overleed, 85 jaar oud, te Hasselt, waar hij langdurig werd verpleegd, de Heer Frans Theelen, stichter en directeur-generaal van "Het Belang van Limburg". In 1930 werden een zestal Limburgse weekbladen, die hij tot dan toe had uitgegeven, versmolten tot één dagblad, dat onder de titel "Het Belang van Limburg", over de hele provincie als ochtendblad werd verspreid. Naar aanleiding van zijn 75e verjaardag in 1960, stichtte hij, onder de bescherming van de Belgische Vereniging van Dagbladuitgevers, de Frans Theelen-prijs voor de meest opvallende publikatie of studie i.v.m. de dagbladexploitatie.

Bron : De Standaard.

"Jong" wordt "Jongerenkrant"

Het sociaal-kultureel tijdschrift "Jong" dat door het jong-davidsfonds wordt uitgegeven en zich richt tot 17 à 25 jarigen, zal met ingang van de nieuwe jaargang (februari van dit jaar) grondige wijzigingen ondergaan. "Jong" wordt van dan af meteen omgedoopt in "Jongerenkrant".

In elke editie van de "Jongerenkrant" zal de lezer een kritisch uitgewerkt thema aantreffen. Naast het thema zijn er ook een aantal rubrieken voorzien: er is een kleinkunstbladzijde waarin ook pop, blues, underground, folk en jazz aan bod komen; de film- en mediabladzijde brengt achtergrondnieuws over radio en televisie en volgt de filmactualiteit op de voet. Dat is tenminste de bedoeling. De "Jongerenkrant" ruimt ook een hele pagina in voor literatuur, heeft een rubriek over politiek en wil ook de sport kritisch belichten. De leden van het Jong-Davidsfonds worden daarbij nog verwend met twee extra bladzijden ledennieuws.

De Jongerenkrant hanteert een direkte en eigen stijl, volgt de actualiteit op de voet en brengt er back-ground informatie over. De redactie gaat er trouwens van uit dat een kritisch

jongerenblad steeds weer oude en nieuwe zekerheden, vanzelfsprekendheden, morele en politieke taboes ter discussie moet stellen.

Proefnummers van de "Jongerenkrant" - een maandelijks uitgave - kunnen aangevraagd worden bij de promotiedienst van dit tijdschrift, Blijde Inkomststraat 79, 3000 Leuven.

Bron : Het Belang van Limburg.

Nieuw Links Maandblad in Frankrijk

Sinds jaren verschijnt te Parijs een nieuw gauchistisch maandblad "J'accuse". Het werd opgericht voor de aktualiteit van het arbeidersleven. "J'accuse" noemt zich een blad van het volk. De redactie schrijft in het eerste nummer dat het gericht is op een Frankrijk, dat door de "grote pers" geminacht wordt. Het wil een blad zijn, niet alleen voor de arbeiders, maar ook voor de kleine boer en winkelier, de werknemer en de onderwijzer. Behalve uit journalisten, bestaat de redactie uit intellectuelen en arbeidersmilitanten.

Bron : De Standaard.

Parijs kreeg nieuwe linkse krant

Sinds dinsdag 19 januari 1971 verschijnt er te Parijs een nieuwe linkse krant. Het betreft hier "Secours Rouge", de spreekbuis van de gelijknamige beweging, die de strijd wil aanbinden tegen de zogenaamde "kapitalistische repressie". Het blad beslaat 16 pagina's, wordt op 20.000 exemplaren gedrukt en door militanten van de organisatie verspreid. In het eerste nummer worden bijdragen gewijd aan de processen te Burgos en Leningrad en de doodvonnissen in Kameroen.

Bron : Gazet van Antwerpen.

"Le Figaro Littéraire" verdwijnt

"Le Figaro Littéraire" verdwijnt en wordt vervangen door een wekelijkse bijlage die 's vrijdags zal verschijnen in het dagblad "Le Figaro". De hoofdredakteur, Michel Droit, krijgt een nieuwe functie bij de directie van het dagblad. De leiding van de bijlage zal berusten bij de journalist André Brincourt.

Het laatste nummer van het in 1946 opgerichte weekblad - nr. 1292, gedateerd 22-28 februari 1971 - opent met een afscheidsartikel van Michel Droit. De auteur stelt vast dat een literair en artistiek weekblad zoals "Le Figaro Littéraire" is geweest, in Frankrijk en in de Franstalige landen geen voldoende publiek meer kan vinden om zijn evenwicht, zijn leven en zijn onafhankelijkheid te waarborgen. Volgens Droit worden de mogelijke lezers van zo'n weekblad tegenwoordig zo door allerlei "sollicitaties" bestormd, dat zij de "kulturele pers" niet meer voldoende kunnen volgen.

De verdwijning van "Le Figaro Littéraire" heeft ook te maken met de rationalisering van het dagblad "Le Figaro" dat zijn konkurrentiële positie wil verbeteren door zijn aantal pagina's te vergroten en een grotere specialisering door te voeren. Een artistieke bijlage was daartoe noodzakelijk.

Bron : De Standaard.

De Britse krant

Het populaire Londense dagblad "The Sun" werd aangeduid als de Britse krant van 1970. Deze prijs wordt traditioneel uitgereikt door televisie maatschappij Granada-TV.

De vroegere Labour-krant werd in november 1969 opgekocht door de Australische persmagnaat, Rupert Murdoch, die ook eigenaar is van "News of the World". In minder dan een jaar tijd wist Murdoch, die de formule van "The Sun" veranderde, het tekort van 2,8 miljoen pond om te zetten in een winst van 60.000 pond.

Voorheen had de "Sun" een oplage van hoogstens 900.000 exemplaren. Binnenkort wordt de 2 miljoen bereikt. Dit succes gaat ten koste van kranten zoals de "Daily Sketch" en de "Daily Mail", die volgens geruchten in Fleet Street, binnenkort gedwongen zouden zijn wegens de steeds zwaarder wordende verliezen, hun publikatie stop te zetten.

Bron : Het Belang van Limburg.

Britse "Daily Sketch" gaat verdwijnen

Binnen de groep 'Associated Newspapers', eigendom van de uitgeversmaatschappij 'Harmsworth Publications', heeft de 'Daily Mail' de 'Daily Sketch' opgeslorpt. Medio mei zal de nieuwe krant 'Daily Mail' verschijnen onder direkteurschap van David Englis, de huidige directeur van de 'Daily Sketch', welke in 1909 gesticht werd en thans verdwijnt wegens groeiende financiële moeilijkheden (deficit van meer dan 300 miljoen frank).

Volgens de voorzitter van de groep, Vere Harmsworth, zal de opslorping dit deficit niet ongedaan maken met als gevolg dat + 1700 werknemers van de 7.500 zullen ontslagen worden....

Bron : De Nieuwe Gids
NRC-Handelsblad.

Het dagelijks leven van de Britse Pers

De meeste Britse dagbladen en zondagskranten ondergaan de laatste maanden een vermageringskuur, zowel wat de oplage als wat het aantal pagina's betreft. De redenen van die teruggang zijn van tweeërlei aard : 1° de fel gestegen verkoopprijs heeft de aldoor stijgende produktiekosten niet uitgewist, maar geleid tot een daling van het verkoopcijfer; 2° de economische financiële situatie van Engeland doet de grote ondernemingen bezuinigen op hun publiciteitsbudget. De poststaking heeft dit nog verergerd, gezien postorderverkoop en verkoop van fabrikant aan verbruiker sterk in trek zijn in Engeland. Er roert entwat. Geruchten over fusies, verdwijningen enz. zijn dan ook niet uit de lucht.

"The Sun" echter bloeit. Deze is in handen van de Australië R. Murdoch, die 3 jaar geleden debuteerde met de aankoop van "News of the World" en de leiding heeft over de London Weekend" programmamaatschappij van de Engelse kommerciële TV. Haar oplage-cijfer gaat thans boven de 2 miljoen.

Een bedenking : "The Times", "The Sunday Times" en "The Scotsman" zijn in handen van de Canadese Lord Thomson; de "Daily-Express"-groep is eigendom van de erfgenamen van zijn Canadese stichter, Lord Beaverbrook; "The Observer" wordt beheerst door de Amerikaanse Astor-familie. Alleen Beaverbrook richtte een nieuwe Engelse krant op, de andere 3 hebben bestaande kranten die op krukken liepen opgekocht en hen nieuwe vitaliteit ingeblazen. Een vraag : hoe komt het toch dat zoveel buitenlanders in Engeland slagen waar Engelsen mislukken ?

Bron : De Nieuwe Gids.

Reorganisatie bij Der Spiegel

Rudolf Augstein, eigenaar, uitgever en hoofdredacteur van het Westduitse weekblad Der Spiegel, maakt zijn medewerkers vanaf 1 januari 1973 voor de helft eigenaars van het bedrijf. Dat is natuurlijk makkelijker gezegd dan gedaan en het roept de vraag op hoe een en ander verwezenlijkt en gefinancierd kan worden.

Het afstand doen van bezit is geen eenvoudige zaak en vereist groot inzicht in de hogeschool van de financiële kunst, al ligt bij Der Spiegel de zaak in wezen eenvoudig. In 1969 kocht Rudolf Augstein de kapitaalaandelen van de "stille vennoot" in zijn kommanditaire vennootschap voor 40 miljoen mark. Zoveel geld had Augstein niet en dus moest hij bij een bank flinke leningen (thans vermoedelijk nog 25 miljoen mark) sluiten.

De winst van dit jaar en ook die van de komende twee jaar wordt volledig gebruikt voor het delgen van deze schuld. Dit betekent, dat ook de 50 t.h. van de winst, waarop sinds 1 januari 1970 het personeel van Der Spiegel recht heeft, in de kluizen van de Hamburgse bankier verdwijnt. De medewerkers van het blad lossen dus mede de schuld van hun baas af en het bedrag dat daarmee gemoeid is beschouwt Rudolf Augstein als de koopsom van het personeel voor hun 50 t.h. aandeel in zijn uitgeverij.

Na 1 januari 1973 gaat de helft van de winst naar een soort personeelsfonds dat gebruikt zal worden voor de pensioen- en vermogensvorming van de Spiegel-medewerkers. Juridisch verandert er op die dag ook veel. Want dan zal geen hoofdredacteur van Der Spiegel meer kunnen worden benoemd of afgezet worden zonder goedkeuring van het personeel. En ditzelfde geldt voor principiële veranderingen in de Spiegel-organisatie, 't afstoten van bedrijfsonderdelen en het aangaan van fusies of samenwerkingen. De rechten van de redacteuren zullen dan in een speciaal redaktie-statuut worden vastgelegd.

Hoe groot het aandeel in de winst zal zijn, ligt in handen van het personeel zelf, zegt Hans Detlev Becker, directeur van de Spiegel-uitgeverij. En hij voegt er aan toe: "Het zal er ook van afhangen hoe zuinig de redaktie werkt".

Bron : De Standaard.

Oostduitse bladen in West-Duitsland

De Bundestag heeft besloten dat voortaan de Oostduitse bladen vrij in West-Duitsland zullen mogen worden ingevoerd en verdeeld. Vroeger konden die bladen alleen bekomen worden als men erop geabonneerd was of door bemiddeling van een boekhandel. Het verspreiden van Oostduitse bladen werd vroeger strafrechtelijk beboet. Het werd beschouwd als een aktie, vijandig aan de staat. Deze verbodsbepaling was een maatregel tegen het weigeren door Oost-Duitsland, van Westduitse bladen.

Het besluit van de Bundestag werd eenstemmig genomen.

Bron : Het Belang van Limburg.

Spanjaarden geen ijverige lezers Invloed Spaanse pers is nog vrij gering

De Spaanse pers is het nieuwe jaar ingegaan met de wetenschap dat haar invloed op het nationale gebeuren nog vrij gering en haar mogelijkheden van een vrije meningsuiting wel verbeterd, maar nog niet ideaal zijn. Eén van de oorzaken bestaat uit het feit dat de 33 miljoen Spanjaarden bepaald geen ijverige krantenlezers zijn.

Bij het opmaken van de balans over 1970 kwam men tot de volgende stand van zaken. Momenteel worden er in Spanje 103 ochtendkranten en 13 avondbladen uitgegeven. Hun totale oplage bedraagt ongeveer 3.400.000 eksemplaren, waarvan de ochtendkranten er werkelijk een 2.750.000 en de avondbladen werkelijk een 600.000 aan de man brengen.

De twee grootste kranten ("ABC" in Madrid en "La Vanguardia" in Barcelona) halen respectievelijk een verkoop van 200.000 en 220.000 eksemplaren per dag, gevolgd door het avondblad "Pueblo" te Madrid met ongeveer 196.000.

De geringe belangstelling van de Spanjaarden voor de algemene, en speciaal de politieke, berichtgeving blijkt wel uit het feit dat onmiddellijk hierna op de ranglijst drie dagbladen aan bod komen die uitsluitend sportnieuws bieden : "Maroa" met 138.000 eksemplaren, "As" met 113.000 eksemplaren en "Dicen" met 81.000.

Om de statistiek van de beperkte Spaanse leeswoede te voltooien kan men hier nog aan toevoegen dat er verder nog 3.490 publikaties in Spanje verschijnen, grotendeels week- en maandbladen.

met een totale oplage van ongeveer 31 miljoen exemplaren. Het leeuwendeel hiervan komt voor rekening van op godsdienst gespecialiseerde uitgaven: 492 publikaties, nog versterkt door 66 parochiebladen met een gezamenlijke oplage van 220.000 exemplaren.

Een recente opiniepeiling over de vraag of er algehele persvrijheid moet bestaan of dat de regering de teugels strak in handen moet houden, bewees eveneens dat de Spaanse pers nog geen al te grote steun van haar lezerspubliek ontvangt. Slechts 53 t.h. van de ondervraagden (die volgens de onderzoekers de mening van de hele meerderjarige bevolking vertegenwoordigen) sprak zich uit ten gunste van de persvrijheid. Ongeveer 24 t.h. zag liever dat de regering de controle hield en 22 t.h. had geen mening.

Bron : De Standaard.

Zweden gaat een belasting op advertenties heffen om grotere steun aan pers te kunnen schenken.

De zweedse sociale democratische regering van Olaf Palme, die haar eerste begroting heeft ingediend bij het thans uit een enkele Kamer bestaande parlement, heeft besloten een belasting op advertenties in nieuwsbladen en andere publikaties te heffen. Deze belasting, die 10 % zou bedragen op de kosten van advertentieplaatsingen, zal naar verwachting ongeveer 120 milj. zweedse kronen (meer dan 1 miljard BF) opbrengen.

Door deze inkomsten zullen betere mogelijkheden worden geschapen voor overheidssteun aan de pers. De zweedse regering verleent thans reeds aan de politieke partijen zeer belangrijke toelagen, die toelaten hun bladen te steunen. De toelagen worden berekend naar het aantal bij de verkiezingen behaalde stemmen en het aantal mandatarissen in het parlement. Bovendien worden in Zweden reeds vergemakkelijkingen toegekend, bv. voor kranten die gemeenschappelijke vervoerdiensten inrichten.

Bron : Volksgazet.

Oudste krant ter wereld krijgt nieuwe vormgeving

De (waarschijnlijk) oudste krant ter wereld, het zesmaal per week verschijnende Zweedse staatsblad "Post-Och Inrikes Tidningarna" (Post- en Binnenlandse regeringsmededelingen) zal worden-gemoderniseerd en zal tot voorlichtingsorgaan van de Zweedse regering worden omgevormd.

Het blad dat in de volksmond kortweg het "Postblad" of het "Postmoedertje" wordt genoemd verschijnt al - zonder lange onderbrekingen - sinds 1645. De Zweedse akademie is sedert 1791 de uitgever van het staatsblad. Zij deed thans afstand van dit recht ten voordele van een uitgeverij, hoewel een akademielid als verantwoordelijke uitgever zal blijven tekenen.

Bron : De Standaard.

Tsjechische Journalisten

De Tsjechische journalisten die lid zijn van de vakbond van journalisten zullen hun vakbondskaart moeten inwisselen voor nieuwe, aldus heeft het persbureau CTK bekendgemaakt.

Journalisten die het niet eens zijn met de nieuwe koers, lopen groot gevaar geen nieuwe lidmaatschapskaart van hun bond meer te krijgen, waardoor zij automatisch geen werk meer in hun vak zullen kunnen uitoefenen, aldus hebben waarnemers in Praag verklaard.

Bij de eerdere inwisseling van partijlidmaatschapskaarten hebben velen dissidente partijleden hun kaart niet teruggekregen.

CTK heeft ook bekendgemaakt dat een aantal journalisten, onder wie de bekende auteur Ludvig Vaculik, uit de bond is gestoten.

Bron : Het Belang van Limburg.

Gemengde Persklubs in Amerika

De nationale persklub in Washington heeft een einde gemaakt aan een traditie van 62 jaar volgens welke er geen vrouwen lid mochten worden van de klub. Op 15 januari 1971 hebben de leden met 227 tegen 56 stemmen besloten dat er voortaan vrouwelijke journalisten lid mogen worden.

Bron : Het Belang van Limburg.

VERENIGDE STATEN : De hoofdredakteur van National Catholic Reporter over de moeilijkheden van de katholieke pers

De NATIONAL CATHOLIC REPORTER bestaat zes jaar. Het weekblad werd in 1968 door een Amerikaanse bisschop van ketterij beschuldigd terwijl een andere bisschop het blad omschreef als "de toetssteen voor de vernieuwing van de Kerk in Amerika". Zoals alle confessionele bladen in Amerika en elders kent het blad thans grote moeilijkheden. Met ongewone vrijmoedigheid beschrijft hoofdredakteur Robert Hoyt de situatie in een lange brief aan zijn lezers.

Onder de kop "What about NEXT Christmas ?" schreef Robert Hoyt op 25 december in een lange brief aan zijn lezers : "Dit opschrift betekent dat er een reeel gevaar bestaat dat de N.C.R. volgend jaar op hetzelfde tijdstip niet meer bestaat".

"Deze waarheid is hard : sinds achttien maanden is onze oplage gevaarlijk teruggelopen. Ongeveer een jaar geleden had ons blad 80.000 abonnees, nu hebben we er nog 60.000. Het aantal abonnementsverlengingen blijft weliswaar rond het gemiddelde van andere bladen, doch de crisis die de hele katholieke pers doormaakt bleef ook ons niet gespaard. Ons blad heeft nooit kapitaal gehad, en dus geen veiligheidsmarge. Onze financiële toestand is niet wanhopig doch de cijfers tonen duidelijk aan dat het deficit dat ons bedreigt snel nadert".

Hoyt verwerpt de oplossing die zou bestaan in het snoeien in het budget en het besparen op redactionele uitgaven. Dat zou een oplossing zijn die niet in de richting gaat van het nagestreefde doel. Daarna geeft Hoyt zijn persoonlijke stelling over de oorzaak van de moeilijkheden voor zijn blad.

Allereerst is er, zegt hij, de economische faktor die voortspuit uit de moeilijke situatie van de Amerikanen. Vele lezers vernieuwen hun abonnement niet omdat ze er de middelen niet toe

hebben. Belangrijker nog lijkt hem het onbehagen dat tot uiting komt in volgende lezersbrief die de redactie ontving : "Zoals vele anderen heb ik alle belangstelling voor de woorden en activiteiten van de Kerk verloren. Het laat mij koud of mijn bisschop of mijn pastoor progressief of conservatief is; hun verklaringen over geboorteregeling, rascisme, konfessioneel onderwijs spreken mij niet meer aan: ik hoor ze niet meer, omdat ik opgehouden heb ernaar te luisteren".

Als andere oorzaken noemt Hoyt nog de sluiting van katholieke scholen en andere konfessionele instellingen, de vermindering van parochie- en schoolbudgetten, het toenemend aantal uittredingen van priesters en religieuzen. Dan zijn er nog enkele moeilijkheden speciaal voor de N.C.R. die voortvloeien uit het feit dat het blad onafhankelijk is en officiële bescherming noch financiële steun geniet. En tenslotte is er nog het stagneren van alle geschreven cultuur.

De meeste van die factoren ontsnappen eigenlijk aan de controle van de N.C.R. en zullen dus vrij moeilijk een goede oplossing kunnen krijgen. Betreffende het onbehagen van vele lezers van de N.C.R. en van de katholieke pers in het algemeen merkt Robert Hoyt nog op :

"Wij hebben niet het recht te oordelen over degenen die zich 'geemancipeerd' hebben door de kerk te verlaten. De keuze die zij deden, kan gerechtvaardigd, eerbiedwaardig en intellectueel verdedigbaar zijn. Maar wij blijven evenwel denken dat het individueel en sociaal verrijkend is, de studie van het evangelie door te zetten evenals het verder benaderen van de historische ervaring van het katholieke kristendom. Het evangelie blijft een onuitputtelijke bron van goedheid en de kerk blijft het kaneel daarvoor. De kerk blijft ook de ideeën voeden : hoe kan men anders de intellectuele renaissance verklaren die wij sinds de jaren zestig meemaken ?

"Vele waardevolle mannen en vrouwen dienen de maatschappij via de kerk en werken voor de verwezenlijking van het rijk Gods. De wijze waarop de kerk gestructureerd is, de wijze waarop zij haar leden behandelt, haar positie tegenover sociale en politieke aangelegenheden, zijn betekenisvol voor de hele mensheid.

Bron : Internationale katholieke informatie, 5e jg. nr. 2 januari 71.

Presidentieel recht op antwoord

Voor de eerste maal wellicht in de geschiedenis van de Amerikaanse pers heeft het Witte Huis aan het weekblad "Newsweek" een recht op antwoord gevraagd op een artikel over president Nixon dat in het vorige nummer verschenen was.

De directeur van het bureau van Washington van "Newsweek" had een lang artikel geschreven over de president en er o.m. in verklaard dat hij "fascinerend noch opwindend was, en dat hij liefde nog vrees inboezemde.

Antwoordend namens het Witte Huis beschrijft de minister van Opvoeding, Volksgezondheid en Sociale Zaken, Elliot Richardson, de president als "een rustig rationele revolutionair (...) zonder de branie en de furie die gemeenlijk aan revolutionairen wordt toegeschreven."

Bron : Het Belang van Limburg.

Persvrijheid is zoek in Latijns-Amerika

In de meeste Latijns-Amerikaanse landen bestaat geen persvrijheid zo staat te lezen in een verslag van de Inter-Amerikaanse Persbond waarvan het bestuur in Rio bijeenkwam. In het verslag, dat werd opgesteld door Julio de Mesquita Neto, directeur van de Braziliaanse krant "O Estado de Sao Paulo" en tevens voorzitter van de kommissie voor persvrijheid, betoogt deze o.m. dat slechts in drie landen, nl. Costa Rica, Venezuela en Colombia, persvrijheid heerst.

In Brazilië, aldus het rapport, is geen sprake van persvrijheid. De auteur herinnert o.m. aan de aanhouding van negen redakteurs van het humoristisch weekblad "O Pasquim" en aan de moeilijkheden van François Pelou, directeur van 't AFP-bureau in Brazilië, die het land moest verlaten. Hij wijst er voorts op dat de ontvoering van de Zwitserse ambassadeur Bucher nieuwe moeilijkheden bracht omdat elk bericht daarover eerst aan de censuur moest worden voorgelegd.

Volgens het verslag dreigt de persvrijheid ook in Chili te verdwijnen: "in Chili waar het hetzelfde als in Cuba aan het gebeuren is". Na de afwezigheid van persvrijheid in Paraguay en Peru te hebben aangeklaagd schrijft het verslag dat deze evenmin bestaat in Panama en Haïti, waar de regeringen geen zweem van kritiek dulden.

In Mexico, Ecuador, de landen van Centraal-Amerika en op de Antillen is krantenpapier zo duur dat de dagbladdirekties steeds meer afhankelijk worden van regeringsorganen. In Bolivia ten slotte, zo besluit het verslag, bestaat geen censuur "maar de toestand is er zo verward dat men niet kan zeggen dat de fundamentele rechten en vrijheden er gewaarborgd zijn".

Bron : De Standaard.

O M R O E P
=====

Kleurentelevisie in België

Met een gelegenheidstoespraak van de Minister van Cultuur, Prof. Van Mechelen, werd op nieuwjaarsdag 1971 om tien over twaalf ook voor de Belgische televisie officieel het kleurentijdperk geopend.

De eigen produktie moet in het begin zeer beperkt zijn, gezien men momenteel slechts over twee kleurencamera's beschikt. In maart wordt een eerste "kleurentrein" verwacht, bestaande uit een reportagewagen en vier kleurencamera's, waarmee uitzendingen gemaakt kunnen worden vanuit om het even welke studio of teater of van waar dan ook in het land.

Het nieuws en de omroepster zullen we nog een paar jaar in zwart-wit zien.

Bron : De Standaard.

Belgische Televisie-Prijzen

De Vereniging van de Vlaamse TV-Pers heeft haar jaarlijkse Prijs van de TV-Kritiek (1970) toegekend aan de serie TV-uitzendingen onder de verzamelnaam "SOS Natuur". Eervolle vermeldingen zijn gegaan naar het inspraak-programma "Zo zijn" over homofilie en naar TV-kok John Bultinck. De keuze van een programma dat ver boven het normale werk uitstijgt, bleek ook dit jaar weer biezonder moeilijk.

Op het jaarlijks Radio- en Televisiebal werden de traditionele "Oscars" toegekend aan Jan Briers (radio) en Jan Schodts (televisie).

De Bert Leysenprijs 1970 werd toegekend aan de montage "De Jaren Zestig" van Rik Onckelinx (journalist), Fred Brössé (regie) en Tony Verbruggen (montage). In zijn dankwoord suggereerde Rik Onckelinx o.a. de oprichting van een "Opleidingsinstituut voor TV-journalisten", in samenwerking tussen BRT, universiteiten en instellingen van

hoger onderwijs. Geslaagde studenten zouden door de BRT in het personeelskader worden opgenomen.

Bron : De Standaard.

Kijk- en Luisteronderzoek in Vlaanderen

In Vlaanderen kijken mannen meer naar televisie dan vrouwen. Dat is alvast een duidelijke konkluzie uit een rapport van het kijk- en luisteronderzoek (eerste kwartaal 1970) van de BRT, waarover pas nu enkele gegevens bekend werden gemaakt. Het verschil is niet uitnemend groot, maar het belooft, naar gelang van het tijdstip, toch van 5 tot 7 t.h.

Het verschil in kijkgedrag tussen de geslachten is een van de vier aspecten die werden onderzocht. Het tweede was dat van de sociale klassen, wat verband houdt met het "welstandsniveau". De kijkers uit de lage klasse en lage middenklasse zijn de meest hartstochtelijke kijkers. In het beste tijdblok (20 tot 22 uur) is het verschil vrij groot : lage klasse krijgt 58,33 t.h., de hoogste haalt slechts 37,03 t.h. Hetzelfde geldt voor de indeling per onderwijsniveau: enkel lager onderwijs (52 t.h. van de bevolking) kijkt op het beste tijdstip 54,28 t.h. en het hoger onderwijs slechts 33,33 t.h. Typisch is dat personen uit de hogere klasse en met het hoogste opleidingsniveau het minst door de late avonduren worden afgeremd.

En dan is er nog het verschil in leeftijd. Eerste opvallende vaststelling: jongeren kijken over het algemeen en op gelijk welk tijdstip, niet zo erg vaak naar TV. Een keerpunt ligt rond de 35 jaar. De leeftijd tussen 35 en 65 jaar kijkt het meeste, na 65 jaar daalt het weer. Oudere kijkers boven de 65 hebben duidelijk een voorkeur voor de vooravond en de avond, na 22 uur daalt dit getal sterk.

Het onderzoek heeft ook gepeild naar de belangstelling voor andere zenders dan de BRT. Een gemiddeld kijkgedrag heeft men niet kunnen bepalen. Wel kan men aanduiden dat een bepaald aantal kijkers af en toe min of meer regelmatig naar een andere zender kijken (in het onderzoek was dat minstens een kwartier, in de drie onderzochte weken). Voor de twee Nederlandse zenders bedraagt dat 43,9 t.h. voor de RTB 28,5 t.h. en voor de twee Franse zenders 15,5 t.h. Er is weinig onderscheid tussen de provincies. Voor het hele jaar 1970 zou de concurrentie van de NOS iets hoger liggen.

De studiedienst heeft ook achterhaald dat er een categorie bestaat van personen, die enkel en uitsluitend naar de BRT kijken. Precieze cijfers heeft men er niet over. Maar volgens een ruwe schatting, voortgaande op allerlei gegevens, zou die categorie de 40 t.h. kunnen benaderen.

Bron : De Standaard
BRT-Studiedienst.

Wetsvoorstel tot wijziging van de Omroepwet in Nederland

Drs. Erik Visser, Tweede Kamerlid voor D'66, heeft een voorstel ingediend tot wijziging van de Omroepwet en de Wet op de Omroepbijdragen.

Zijn voorstel beoogt de huidige relatie tussen het lidmaatschap van een omroepvereniging en het betalen van de omroepbijdrage te verbreken.

Bron : De Volkskrant.

Reclame op Nederlandse tv steeds minder gewaardeerd

Reclame op televisie wordt in Nederland steeds minder gewaardeerd. Vooral ouderen vinden televisie zonder reclame prettiger; jongeren geven daarentegen de voorkeur aan de huidige situatie.

Dit blijkt uit een onderzoek van het Nederlands Instituut voor de publieke opinie en het marktonderzoek (NIP0), dat op 15 februari aan een landelijk gespreide steekproef van duizend personen de vraag stelde.

"Hoe vindt U nu de televisie met reclame erin ? Vindt U het prettiger of minder prettig dan toen er nog geen reclame in de televisie was ? Of maakt het voor u geen verschil ?"

De antwoorden waren als volgt :

	Nu pret- tiger %	Geen ver- schil %	Toen prettiger %	Geen oordeel %
Allen	22	39	28	11
Mannen	19	37	34	10
Vrouwen	25	41	22	12
18-24 jaar	34	44	13	9

.../...

	Nu pret- tiger %	Geen ver- schil %	Toen prettiger %	Geen oordeel %
25-34 jaar	27	24	20	9
35-44 jaar	24	40	26	10
45-54 jaar	19	37	33	11
55-64 jaar	12	41	35	12
65 jaar en ouder	15	29	42	14

Bron : NRC-Handelsblad.

N.-O. omroep viert 25-jarig bestaan

Regionale cultuur en voorlichting - voor een groot deel in de streektalen - worden in Nederland nu 25 jaar lang gestimuleerd door de Regionale omroep noord en oost. Dit zilveren jubileum werd op 19 januari te Groningen gevierd.

Aanvankelijk was de omroep alleen bestemd voor Friesland, Groningen en Drente. In 1955 werden Salland, Twente en de Gelderse Achterhoek aan het werkgebied toegevoegd.

Momenteel worden de vijf noordoostelijke provincies in hun geheel van regionale radio voorzien.

Aanvankelijk had deze omroep 5 1/2 uur zendtijd per week, maar momenteel wordt - hoewel slechts tussen zes en acht uur 's avonds zendtijd is toegewezen - 18 uur per week uitgezonden.

In de loop van de jaren is gebleken dat er veel naar de Rono-uitzendingen wordt geluisterd. Behalve de uitzendingen in de streektalen is vooral het regionale sportprogramma populair.

Bron : NRC-Handelsblad.

Televisie voor achterblijvertjes

Kinderen, die een verstandelijke achterstand hebben opgelopen, zullen van 2 oktober 1972 af op de Nederlandse televisie geholpen worden door een programma, dat in de Verenigde Staten onder de titel "Sesame Street" als het ware wonderen heeft verricht.

Dit programme bestaat uit een aaneenschakeling van korte filmfragmenten, mensen op straat, poppen, clowns, tekenfilmpjes, liedjes enz. Het werd samengesteld door bekende Amerikaanse psychologen en na een televisieseizoen "Sesame Street" bleek een vooruitgang merkbaar bij 62 t.h. van de kinderen.

Het programma werpt echter alleen maar vruchten af, als er elke dag een half uur naar gekekeb wordt.

Men hoopt, naast 400.000 Nederlandse kinderen, ook een aantal kleine Belgen te bereiken.

Bron : Het Laatste Nieuws.

Kijker geen koper

Televisie is als reclamemiddel niet meer wat sommigen ervan verwacht hebben. In de Verenigde Staten en ook in Nederland, waar televisiereclame toch niet zo oud is, is haar invloed op het scherm immers aan het verminderen. Men heeft er, na vergaande onderzoeken, vastgesteld dat de kijker zonder het te beseffen zijn aandacht uitschakelt wanneer een of ander produkt wordt aangeprezen.

Daarbij komt, dat televisiereclame zelfs voor grote bedrijven te veel kost in vergelijking met wat er mee bereikt wordt. In Nederland rekende men uit, dat om tenminste eenmaal driekwart van de bevolking te bereiken, een reclame-uitzending van dertig seconden veertig maal moest herhaald worden. En dat kost de adverteerder in dat geval 300.000 gulden of zo'n 4 miljoen fr.

En volgens het "N.R.C.-Handelsblad" kan slechts een op de twaalf kijkers in de Verenigde Staten zich later herinneren welke firma instond voor zijn geliefd programma. De televisieprogramma's worden aldaar immers volledig door de adverterende firma's verzorgd.

De grote reclamekantoren zijn er dan ook van overtuigd dat televisie als reclamemiddel haar beste tijd gekend heeft.

Bron : Het Laatste Nieuws.

In Engeland start "open universiteit"

Ongeveer 25.000 Britten zijn een poging begonnen om de achterstand in te halen die zij opliepen omdat zij in hun jeugd niet de gelegenheid hadden te studeren. Dit gebeurt door wat de "open universiteit" wordt genoemd, waarbij het onderwijs geschiedt via radio en televisie en korrespondentie.

De idee is afkomstig van ex-premier Wilson en de bedoeling van het experiment is de mensen op oudere leeftijd, die in hun jeugd geen universitaire opleiding kregen, hiervoor alsnog de gelegenheid te geven. Aan de open universiteit kan men wiskunde, natuurwetenschappen, talen en sociale wetenschappen studeren. De kosten van een driejarige studie die met een graad kan worden beloond bedragen ruim 16.000 B.fr. Elk vak vraagt 10 uur studie per week, aangevuld door korrespondentie, en af en toe gehouden bijeenkomsten met lektoren en hoogleraren.

Bron: De Standaard.

Voorlopig geen T.V. in Z.-Afrika

Zuif-Afrika zal voorlopig niet tot de televisie-kijkende naties gaan behoren. Hoewel een regeringskommissie in Zuid-Afrika de invoering van de televisie aanbeval, zal het oordeel dat de regering binnenkort uitspreekt, waarschijnlijk negatief zijn.

De redenen waarom regeringskringen zich sterk tegen de televisie blijven verzetten, zijn hoofdzakelijk van economische aard. Zuid-Afrika kampt op het ogenblik met ernstige deflatie. In de strijd hiertegen waarschuwt de regering de konsumenten ervoor niet al te veel luxegoederen aan te schaffen. Invoering van de televisie zou tegen deze economische politiek indruisen.

Een andere oorzaak voor de weigerachtigheid van de Zuidafrikaanse regering is het tekort aan technici in het land. In kringen van de oppositie vraagt men zich af of de invoering van de televisie in Zuid-Afrika wel de moeite waard is. Een eventueel televisiebestel, betoogt zij, zal onder streng toezicht van de staat komen te verkeren.

Bron : Het Belang van Limburg.

F I L M
=====

Prijzen van de filmkritiek

De Unie van de Filmkritiek heeft te Brussel haar jaarlijkse prijs toegekend aan de Amerikaanse film "They shoot horses, don't they..." van Sidney Pollack. Deze prijs beoogt niet de beste film van het jaar te bekomen, maar wel "de film die opvalt in de mate dat hij bijdraagt tot de verrijking van de filmkunst".

Bron : De Standaard.

De Antwerpse filmcritici hebben zaterdag tijdens hun jaarlijkse algemene vergadering de Amerikaanse film "M.A.S.H." van Robert Altman verkozen als de beste productie, die in de loop van 1970 in de Scheldestad werd vertoond. De motivering luidt als volgt "wegens de bijtend-sarcastische toon en dialogen en de grandioze manier waarop de cineast de mentaliteit en activiteiten van bepaalde (leger-)chirurgen op de korrel neemt".

Alvorens tot de aanduiding van de "beste film" werd overgegaan had een levendige discussie plaats over de wenselijkheid deze jaarlijkse traditie in stand te houden, gelet op de situatie van de bioskoopuitbating in de Antwerpse agglomeratie.

Bron : Het Laatste Nieuws.

Steun aan de Belgische Filmnijverheid

Op de kabinetsraad van vrijdag 12 februari 1971 werd goedgekeurd :

"een ontwerp van k.b. dat een tijdelijk verhoogde steun verleent aan de Belgische filmnijverheid. Deze steunverlening wordt toegekend op basis van de belasting op de vertoningen. Inmiddels zal een inventaris worden opgesteld van alle direkte en indirecte hulp die door de departementen aan de filmnijverheid wordt verstrekt".

Bron : De Standaard.

Recordontvangst voor "Mira" te Brussel

De nederlandstalige film van Fons Rademaekers "Mira of de Teleurgang van de Waterhoek" door Hugo Claus bewerkt naar de roman van Stijn Streuvels, heeft tijdens het eerste weekeinde van zijn exploitatie te Brussel (6-7 maart '71) niet minder dan 225.000 fr. aan ontvangsten geboekt. Ter vergelijking : de ontvangsten voor het in een veel grotere zaal lopende "Mourir d'aimer" van Cayatte bedroegen 289.000 fr.

Bron : Het Laatste Nieuws.

PUBLIC RELATIONS

Hoger Instituut voor Bedrijfsopleiding en
Public Relations te Gent erkend

Op 11 februari 1971 verschenen in de bijlagen van het Belgisch Staatsblad, de statuten van de v.z.w. Hoger Instituut voor Bedrijfsopleiding en Public Relations te Gent.

Het Hoger Instituut voor Bedrijfsopleiding en Public Relations, leidt op tot nieuwe loopbanen die de brug slaan tussen "low management" en "higher management". De tweejarige cyclussen dagonderwijs (hoger onderwijs van het korte type) bieden volgende specialisatiemogelijkheden : public relations, bedrijfs-economie, publiciteit, verzekeringen. In die vier specialisatierichtingen is het programma en de opleiding afgestemd op het bewust maken van de leerlingen op het vormen van zijn kritische geest. Pas in de derde instantie wordt het louter bijbrengen van technieken ingeschakeld.

Wie zich voor een dergelijke loopbaan interesseert kan alle inlichtingen krijgen bij het secretariaat van het instituut Sint-Pieters-Nieuwstraat 148, 9000 Gent, tel. 09/23.64.35.

Bron : Gazet van Antwerpen.

A L G E M E E N
=====Europees Agentschap voor Publieke Opinie opgericht

Op 7 januari werd te Brussel door de groep 'Havas - Conseil - Relations publiques' een filiaal opgericht onder de benaming 'Agence Européenne d'Opinion Publique'.

De voorzitter van het te Parijs gevestigde hoofdhuis, de heer Pozzo di Borgo, verklaarde dat het agentschap opnieuw zal aanknopen met de 135-jaar oude traditie van berichtenverspreiding, ditmaal met behulp van de moderne techniek op het gebied van public relations. De directrice van het Europese agentschap is mevr. Sherialaid.

Bron : De Nieuwe Gids.

BIBLIOGRAFIE

I. KORTE RECENSIES EN AANKONDIGINGEN (1)

Verslagen

"Verslag Studiedag over Communicatietechnieken - Welzijn en erbij zijn".

N C Contact, jaargang 8, november/december 1970, nr. 31/32, blz. 41-68.

Dit speciale nummer van N C Contact, kwartaalblad van het Nederlands Cultureel Contact (Huis Randenbroek, Amersfoort) is geheel gewijd aan de studiedag over communicatietechnieken "Welzijn en erbij zijn" op 12 september 1970 gehouden in het Rai Congrescentrum te Amsterdam. Het bevat de inleidingen van dr. J. Hemels, van de heer J.M. Galjaard, van de heer Jurriaan Schrofer en de discussie met het forum.

Dr. J.M.H.J. Hemels, wetenschappelijk medewerker van het Instituut voor Massacommunicatie te Nijmegen, pakt uit met een wetenschappelijke benadering van de problematiek van de communicatietechnieken toegespitst op het optimaal functioneren van de publiciteit als middel om een zo groot mogelijke betrokkenheid van de burgerij bij het welzijnsgebeuren te bereiken. Zijn werkstuk valt uiteen in vier delen : een voorstudie, getiteld "overwegingen in de denkschuur van de communicatiewetenschap, de eigenlijke inleiding, enkele gedachtenbepalingen en een vragenstelling.

J.M. Galjaard, hoofd van de afdeling voorlichting en congreszaken van de gemeente 's-Gravenhage, verzorgde de praktische benadering van de probleemstelling "Kan de cultuur dichter bij het publiek worden gebracht en welke rol spelen daarbij de communicatiemedia ?" Juriaan Schrofer, oud-voorzitter van de Beroepsvereniging Grafisch Vormgevers Nederland, sprak over communicatie en grafische vormgeving.

Nabestellingen van dit nummer:overmaking van 2 gulden 50 op postrekening 4845.55 t.n.v. Het Nederlands Cultureel Contact, Amersfoort.

H. Van Pelt.

Onderzoek

Kunstoverdracht in de grote Pers in Nederland

Interimrapport enquête onder redacteuren en medewerkers verbonden aan de kunstredacties van Nederlandse dagbladen en opinieweekbladen.

Deel I : Inleiding en Conclusies, 77 blz.

Deel II : Enquêteresultaten, 107 blz.

Instituut voor Perswetenschap, Oude Turfmarkt 151, Amsterdam.

In 1967 besteedden de Nederlandse dagbladen en opinie-weekbladen vijf percent van hun redactionele ruimte aan publicaties over kunst. Dat wil zeggen gemiddeld 23 1/2 tot 25 kolom per week. De meeste chefs van kunstredacties en ook de redacteuren voor letterkunde en beeldende kunsten achtten dit te weinig. Redacteuren en medewerkers voor toneel, muziek en film waren voor het merendeel tevreden met de hun toegemeten ruimte. Dit blijkt uit het bovengenoemde interimrapport over een enquête, die door het Instituut voor Perswetenschap te Amsterdam gehouden is onder kunstredacties van Nederlandse bladen.

Het onderzoek werd geleid door Drs. E.J. Willems, wetenschappelijk medewerkster van het seminarium. Zij ontving op de enquête, die betrekking heeft op het jaar 1967, 377 ingevulde vragenlijsten terug (verzonden 687). In de antwoorden waren 67 van de 76 redacties vertegenwoordigd. De personenresponse bedroeg 54,8 %, de bladenresponse 88 %. Een volgende stap zou zijn om de meningen van het publiek te peilen.

Tijdsgebrek is er oorzaak van dat het instituut niet reeds alle uitkomsten kon verwerken. Het nu in twee delen uitgebrachte interim-rapport bevat echter een groot aantal gegevens die inzicht verschaffen in de wijze waarop de kunstoverdracht in de Nederlandse pers functioneert.

De ruimte die de kranten besteden aan kunst wordt ongeveer voor de helft gewijd aan kunst-nieuws, waaronder ook begrepen : agenda, reportages, interviews en illustraties, en voor de andere helft aan kritiek en andere opiniërende publicaties.

Andere onderwerpen waarover de enquêteurs gegevens en meningen verzamelden zijn, bijvoorbeeld, de snelheid waarmee critici moeten werken, de opleiding van kunstredacteuren, invloeden waaraan kunstredacties bloot staan, de aantrekkelijke en onaangename kanten van het beroep van kunstcriticus, de theorie van de kunst en van de kunstkritiek, en het selectie-probleem.

Opvallend hoog - vergeleken met de situatie in de journalistiek in het algemeen - noemt het rapport het percentage van kunst-journalisten met universitaire scholing, namelijk 38 %.

Overigens is dit hoge percentage vooral te danken aan de medewerkers. De meeste kunstjournalisten met een gespecialiseerde opleiding zitten in de sector muziek. Van de 143 muziekcritici vinden 118 het niet wenselijk dat de kunstredactie aandacht wijdt aan jazz, beat, lichte muziek, folkloristische dans en dergelijke.

Tachtig percent van alle respondenten is van mening dat de opleiding tot kunstcriticus verbeterd kan worden. Dan moet dat bij voorkeur gebeuren aan een universiteit. De alternatieven: opleiding door vakorganisatie, dagschool journalistiek en kunstacademie scoorden aanzienlijk lagere percentages.

Tweeënzestig percent van de geënquêteerden acht het een gevaar voor de onafhankelijkheid van de kunstkritiek, wanneer een criticus gelieerd is met enige organisatie of onderneming op kunstgebied. De mogelijkheid tot ongewenste beïnvloeding is hierbij het voornaamste motief. Een belangrijke groep acht ook de combinatie criticus/scheppend kunstenaar ongewenst, vooral vanwege de kans op eenzijdigheid en het bevoordelen van eigen richting. Van economische pressie op de kunstkritiek schijnt weinig sprake in Nederland; wel komen gevallen voor van het intrekken van film-advertenties in verband met negatieve kritieken.

Bij het selecteren - dus het voor publikatie kiezen uit een overvloedig aanbod - is het meest gehanteerde criterium de artistiek-culturele waarde. Overigens wordt het minst geselecteerd bij toneel en muziek, daarna bij beeldende kunst en het meest bij de boekbespreking.

Hoofdredacties hebben hoofdzakelijk bemoeienis van organisatorische aard met de kunstredacties. De theorie van de kunstkritiek is bij redacteuren noch medewerkers populair. Hun verklaringen hieromtrent zijn onverkort afgedrukt in het tweede deel van het rapport.

Belangrijk is ten slotte ook de conclusie van de samenstellers van het rapport, dat de kunstcritici lijden onder het routine-aspect, - het steeds maar beroepshalve moeten reageren op vaak te grote aantallen kunstmanifestaties - van hun beroep en de minieme response van het publiek.

Het interim-rapport is een nuttige verrijking van het schaarse stapeltje wetenschappelijke schrifturen in het Nederlandse taalgebied over de culturele functies van de massamedia.

H. Van Pelt.

Pers

PRAKKE H. & LERG W.B. & SCHMOLKE M. (eds.), Handbuch der Welt-
presse.

Band 1 : Die Pressesysteme der Welt, XXXI + 656blz.

Band 2 : Weltkatalog der Zeitungen, XXXV + 260 blz.
Westdeutscher Verlag, Köln en Opladen, 1970.

Dank zij het initiatief van het "Institut für Publizistik" aan de Universiteit te Münster verscheen verleden jaar de 5e uitgave van dit omvangrijk naslagwerk. (vroegere uitgaven : 1931, 1934, 1937 en 1960).

Het reusachtige materiaal neemt 2 lijvige boekdelen in beslag. Het eerste wordt ingeleid door een voorwoord van Prof. Dr. H. Prakke en een artikel waarin een poging wordt ondernomen om e een tweehonderdtal landen te classificeren naargelang van de vrijheid die ze hun informatiemedia laten. België staat in deze lijst uitstekend gerangschikt.

Daarop volgt een overzicht van het informatiewezen in de onderzochte landen. De klemtoon ligt daarbij op de geschiedenis en de huidige structuur van de geschreven pers en het drukkerij- en uitgeverijwezen in de onderscheiden landen. Minder uitgewerkt, maar eveneens interessant zijn een aantal paragrafen over de nieuwsagentschappen, de journalistenopleiding en de situatie van omroep en film.

Het tweede boekdeel bevat een wereldlijst van nieuwsagentschappen en een beknopte "steekkaart" van de belangrijkste dagbladen uit alle van de behandelde staten.

Een dergelijk opzet stuit op een onoverzienlijk aantal moeilijkheden. De eerste en belangrijkste daarvan is wel het verzamelen van betrouwbare gegevens over zoveel en zo verschillende landen. Uit de beschrijving die de auteurs geven van hun werkwijze, blijkt dat alles in het werk werd gesteld om deze fase zo objectief mogelijk te laten verlopen. De lange voorbereiding, die daarbij noodzakelijk was, verklaart wellicht waarom dit in 1970 verschenen werk gegevens bevat uit 1966-1967.

Het is ondergetekende uiteraard niet mogelijk de juistheid te controleren van de gegevens over de grote meerderheid der gerecenseerde landen. Daarom beperkten we ons tot een grondige lektuur van de bladzijden die aan de Belgische en de Franse pers zijn gewijd.

Het historisch overzicht van de Belgische pers, waaraan blijkbaar Prof. Dr. Th. Luykx heeft meegewerkt is uitstekend. De gegevens met betrekking tot de huidige perssituatie in ons land zijn daarentegen verouderd (er is b.v. nog sprake van La Gazette de Liège als zelfstandig blad), maar verder voortreffelijk. Wel is het storend te lezen dat er in België drie talen worden gesproken, nl. Frans, Duits en "Flämisch". Verder zouden de stellers er wellicht goed aan hebben gedaan Het Laatste Nieuws te rangschikken bij de belangrijkste Vlaamse kranten.

De bladzijden met betrekking tot de Franse pers lijken over het algemeen eveneens voorbeeldig. Die enige leemte die ons opviel was het niet vermelden van de "Licence en journalisme" aan de Universiteit te Bordeaux, terwijl de soortgelijke instituten te Rijsel, Parijs en Straatsburg wel worden gesignaleerd.

De zojuist aangestipte kritiek doet echter weinig afbreuk aan de globale indruk, dat hier een voortreffelijk naslagwerk voorligt ten behoeve van persmensen, beoefenaren van en studenten in de Communicatiewetenschap en van iedereen die belang stelt in het informatiewezen.

L. Boone.

Omroep

"Luisteren en Kijken '69/'70".

De Nederlandse Omroep Stichting, Afdeling Studie en Onderzoek, Postbus 10, Hilversum, 1970, 46 blz.

De afdeling Studie en Onderzoek van de Nederlandse Omroep Stichting heeft einde 1970 haar jaarlijkse boekje met gegevens over radio- en televisiegebruik uitgegeven. In deze tweede uitgave wordt een indruk gegeven van het gebruik dat het Nederlandse publiek van radio en televisie heeft gemaakt in de periode van 1 april 1969 tot 1 april 1970.

Een paar opmerkelijke uitkomsten :

Hoewel Nederland II tegenwoordig overal in Holland net zo goed te ontvangen is als Nederland I wordt er toch meer naar het eerste televisienet gekeken. De belangstelling voor het tweede net won het alleen op dinsdagavond als de AVRO op twee zat, op donderdagavond als de TROS op het tweede uitzond en op de

zondagavonden omwille van o.a. Studio Sport op Nederland II. Trouwens, de Nederlandse kijker geeft veruit de voorkeur aan de verrichtingen van Ajax, Feijenoord, schaatsen etc. Tot de meest bekeken programma's hoorden verder : Het Schaap met de vijf poten (KRO), Een van de Acht (Mies Bouman - VARA), Floris (NOS), Voor de Vuist Weg (AVRO), de Gert en Hermien Show (AVRO), The Survivors (AVRO).

Nederlanders kijken niet veel naar het buitenland. Duitsland krijgt meer belangstelling dan de Vlaamse uitzendingen. Omgekeerd kijken de Vlamingen meer naar Nederland. Van elke 100 Vlamingen, die voor hun toestel zaten, keken er (gemiddeld over heel 1969) 80 naar de BRT, 10 naar de Nederlandse televisie, 5 naar de RTB en nog eens 5 naar Duitse en Franse zenders. De grootste concurrentie werd de BRT in eigen land aangedaan door op de Nederlandse televisie uitgezonden voetbalwedstrijden en speelfilms. Verder trokken showprogramma's, tv-spelen en het programma "Voor de Vuist Weg" (AVRO) een Vlaams publiek van maximaal ruim 10 %.

Nederlandse jongeren kijken minder televisie dan ouderen, maar hun voorkeur voor sport en buitenlandse series is nog groter. Uit een en ander blijkt dat de televisie in de eerste plaats een amuserende functie heeft (het aanbod van verstrooiende programma's is groter dan het aanbod van andere categorieën : informatie, educatie, culturele vorming). Een meerderheid van de kijkers noemt amusement ook het belangrijkste van de televisie. Maar tegelijkertijd wordt de televisie door het publiek het betrouwbaarste nieuwsmedium gevonden.

Als het gaat om de snelheid van het medium, wint de radio het van de televisie. Dat is niet alleen feitelijk het geval, maar ook het publiek is daar in meerderheid van overtuigd. Tegenwoordig is het luisteren naar de radio nog maar zelden iemands voor-naamste bezigheid. Hilversum 3 is in sterkere mate dan Veronica aantrekkelijk voor oudere leeftijdsgroepen; Veronica heeft twee maal zo veel tieners in zijn publiek. Bij de programma's die een vernieuwende invloed op het medium radio hebben gehad, wordt in de eerste plaats 'vpro-vrijdag' genoemd.

H. Van Pelt.

VAN DER MEIDEN A., Ethiek en Reclame. De Hofnar van Koning Klant.
 Amboboeken, Bilthoven, 1970.

Dit werk is een neerslag van de doktoraalstudie, die de schrijver maakte voor de theologische fakulteit van de Utrechtse universiteit. Een studie, waarin gesproken wordt over etiek en reclame, zonder een concreet verband te leggen: ook hier krijgen we geen deontologie voor reklamemensen - die wel eens links en rechts tegen de schenen geschopt worden - aangeboden. Zo wordt er dan ook niet gemoraliseerd, en dit biedt het voordeel, dat de reclame niet uit haar kader, de konsumptiemaatschappij, wordt losgemaakt. Er wordt gezocht naar de konsekwenties van het zedelijk handelen in deze tijd, zoals dit zich onder meer in de reclame weerspiegelt met als achtergrond 'the cultural lag' en de verspilling naast een stijgende armoede in de derde wereld.

Een overzicht :

In het eerste hoofdstuk verklaart de schrijver zijn geslaagde vergelijking : reclame - konsument; hofnar van koning klant. Waarna hij even dieper ingaat op de aspecten reclame en etiek, en reeds een eerste maal aantoot, dat men wel etische - en in dit werk ook theologische - kritiek kan leveren op de reclame-uitingen; maar dan toch niet voorbij kan gaan aan haar ideële expansie: de beïnvloeding van onze gedrag patronen (konsumptie-psichose), die op hun beurt de reklamespecialisten inspireren (dieptepsichologische reclamepraktijken).

Na een hoofdstuk over de geschiedenis van de reclame geeft Van der Meiden een oppervlakkig overzicht van bestaande kodes en filosofische stromingen (met een Amerikaanse inslag), om tot de gerechtvaardigde konklusie te komen, dat kodes etisch gezien, stukken uit voorbije tijden zijn.

In het vijfde hoofdstuk wordt gehandeld over de medemens en de waarheid in de reclame, en wordt er mijns inziens spijtig genoeg, op het tweede element, zonder daarom de belangrijkheid ervan te onderschatten, meer nadruk gelegd.

Gelukkiglijk wordt het mensbeeld in de reclame daarna behandeld, door dieper in te gaan op de diepte- en sociaal-psichologische aspecten, wat hier resulteert in de kristelijke begrenzungen van het kommunikatief handelen in de reclame.

Tenslotte worden hedonisme en eudaimonisme nog eens getoetst aan het huidig mensbeeld, dat juist in de reclame op de meest opvallende manier naar voor komt :

"Is de reclame zich bewust :

1. van de belangrijke rol die zij speelt in de vermaterialisering van de samenleving door partiële waarheden als volle waar-

heden over te dragen en daardoor te suggereren dat de mens toch van brood alleen kan leven ? (Veri-similitudo).

2. van haar medeplichtigheid aan het proces van 'Verdinglichung', waardoor de relatie van de mens tot de konsumptiegoederen een autark karakter dreigt te krijgen, wat vervreemding tot gevolg kan hebben ?

3. van haar medeverantwoordelijkheid voor een pseudokommunikatieve (dus irreële) verhouding van de mens tot konsumptiegoederen, als zij suggereert dat door aankoop van goederen het geluk of de harmonie in menselijke verhoudingen wordt bevorderd of gekontinueerd ?

4. van haar medeverantwoordelijkheid voor een groeiende 'cultural lag' door consumptie zo eenzijdig te stimuleren, dat bepaalde levenswaarden in het nauw raken, waardoor ons cultuurbeeld konsumptie-topzwaar wordt en de ontmenselijking van de waarden dreigt ?

5. van haar dubieuze positie in de totale wereldsituatie, wanneer zij steeds doorgaat de lustgevoelens van mensen te expliciteren, terwijl zij weet dat het mensbeeld dat zij creëert een gereduceerd beeld is, dat de verhouding van de welvaartmens tot tweederde deel van de medemensen dreigt te versluiëren ?

6. van de zichzelf vernietigende krachten die zij oproept door haar appels tot genotmiddelen te maken in plaats tot konsumptieprikkels ?

7. van het beeld dat van haar activiteiten heerst bij het publiek, en dat onder meer daarom negatief is, omdat de reclame tot nu toe weinig gedaan heeft om zichzelf als communicatiemiddel akseptabel te maken, bv. door goede voorlichting over haar taak, functie, kode, enz. ?

8. van het feit dat zij aan de vooravond staat van enorme ontwikkelingen op communicatie-technisch gebied, waardoor haar oude werkpatronen en beproefde uitgangspunten fundamenteel diskutabel zullen worden gesteld ?

9. van het feit (gezien 8) dat zij onvoldoende scholing eist van haar topfiguren en op voor buitenstaanders onverklaarbare wijze berust in het feit, dat Nederland een van de weinige landen is op het wettelijk halfrond waar reclame als vak niet op universitair nivo bestudeerd kan worden ?

10. van het feit dat zij onder andere om die reden (gezien 9) op onvoldoende wijze voeling houdt met de ontwikkelingen van de menswetenschappen, die door objectief wetenschappelijk onderzoek bijdragen kunnen verstrekken welke langs andere weg niet verkregen kunnen worden ?"

Waarop de lezer dan maar zelf een antwoord moet geven !
Het boekje sluit dan met een korte bibliografie.

Taal

Dr. J. VAN DER SCHAAR en A. BRAAKMAN, Taal en Bedrijf,
Unilever N.V., Rotterdam, 1970, 28 blz.

"Taal en Bedrijf", uitgegeven door de Nederlandse Unilever-organisatie en in België te verkrijgen bij de Dienst Documentatie van de n.v. Lever, Montoyerstraat 46, 1040 Brussel, bevat twee lezingen over de taal. Dr. J. Van der Schaar, leraar, begint met uiteen te zetten wat de functie van de taal is, wat de problemen zijn bij de dubbelzinnigheid van woorden en in associaties die eenzelfde woord bij verschillende mensen oproept. Tenslotte bespreekt hij in het kort enkele gebreken in het taalonderwijs.

In een tweede bijdrage stelt A. Braakman, informatiedeskundige bij Unilever Nederland, de discussietechniek aan de orde, komt tot de formulering van drie eisen van taalgebruik in het bedrijfsleven (persoonlijkheid, overtuigdheid en beknoptheid), vraagt zich af door welke gevaren het taalgebruik in het bedrijf wordt bedreigd (haast en slordigheid) en houdt een pleidooi tegen het taalsnobisme.

"Taal en Bedrijf" is de moeite van het aanvragen en het lezen volop waard.

H. Van Pelt.

Literatuur

Wie zich op de hoogte wil houden van de meest recente ontwikkelingen in de literatuur van de DDR doet er verstandig aan een abonnement te nemen op het tijdschrift van het Deutsche Schriftstellerverband "Neue Deutsche Literatur", dat maandelijks verschijnt. Behalve een groot aantal boekbesprekingen bevat ieder nummer gedichten, verhalen en toneelstukken van gerenommeerde Oostduitse auteurs en debutanten, "statements" van de redactie en van officiële instanties en gesprekken met schrijvers.
Adres : Aufbau-Verlag, 108 Berlin, Französische Strasse 32, DDR.

H. Van Pelt.

Tijdschrift "Jong" bracht persnummer uit.

"De invloed van de reclame op de berichtgeving", "B.R.T. : de slechte adem van een politiek machtskartel", "De macht van de media", "Reklame : relais producent-konsument", "Situatieschets van de Belgische Dagbladpers", "Koncentraties in de sector der nieuwsverzameling en overseining", "Koncentratietenden-
densen in de Belgische pers", "Hebben de jongeren nog belangstelling voor de inhoud van hun dagblad ?" en "Sportinformatie: een gebrek aan kwalitatieve journalisten" : dat zijn de onderwerpen die in een extra-uitgave van het tijdschrift "Jong" aan bod komen.

Dit nummer - dat tot stand kwam in samenwerking met het Leuvens Centrum voor Communicatiewetenschappen - kan verkregen worden door storting of overschrijving van 20 frank op p.r.k. 223.85 van "Davidsfonds-hoofdbestuur", Blijde Inkomststraat 79, 3000 Leuven.

Bron : Het Belang van Limburg.

Ter recensie ontvangen :

- J.M.H.J. HEMELS : De Nederlandse Pers voor en na de afschaffing van het Dagbladzegel in 1869.
Proefschrift, Assen, Van Gorcum & Comp.,
1969, 697 blz.
- Dr. Johan HEMELS: Het Dagbladzegel in de Rariteitenkamer 1869-1969.
Nijgh & Van Ditmar, Rotterdam - 's-Gravenhage, 1969, 167 blz.
- Julius FAEST : De Taal van het Lichaam.
Amsterdam, Wetenschappelijke Uitgeverij n.v.,
1971.
Voor België : Uitgevers-Mij "Kosmos",
Berchem, 160 blz., 205 fr.
- H. SCHAAFSMA : Geschiedenis van de Omroep
Karakteristiek van de Omroep.
Cahiers over Massacommunicatie, nr. 3,
Wetenschappelijke Uitgeverij nv., Amsterdam,
1970, 232 blz.
- Mr. F. KLAVER
Dr. E. DIEMER
Drs. Kees Jan SNIJDERS : Pers - Omroep & auteursrecht / ethiek / verantwoordelijkheid.
Cahiers over Massacommunicatie, nr. 1,
Wetenschappelijke Uitgeverij nv., Amsterdam,
1970, 112 blz.
- Dr. H. SCHNEIDER
Drs. J.J. GIELE
Th. H. OLTHETEN : Verleden en heden van de krant / druktechniek.
Cahiers over Massacommunicatie, nr. 2,
Wetenschappelijke Uitgeverij nv., Amsterdam,
1970, 166 blz.

Mr. A. STEPELS
 A.C.W. VAN DER VET
 B.J.F. STEINMETZ

H. SCHAAFSMA : Beroep / Praktijk / Redactionele organisatie / vakopleiding.
 Cahiers over Massacommunicatie, nr. 4,
 Wetenschappelijke Uitgeverij nv., Amsterdam,
 1970, 146 blz.

Drs. P.P. LANDSMAN

Drs. Ch. E. VAN DER PLOEG : Economie en dagbladpers.
Economische Aspecten van de Omroep.
 Cahiers over Massacommunicatie, nr. 5,
 Wetenschappelijke Uitgeverij nv., Amsterdam,
 1970, 89 blz.

Mr. B.A. SCHMITZ

H. SCHAAFSMA : Redactionele Organisatie van de Omroep.
Omroepjournalistiek.
 Cahiers over Massacommunicatie, nr. 6,
 Wetenschappelijke Uitgeverij nv., Amsterdam,
 1970, 90 blz.

N.N.

Homo Res Sacra Homini.
 Bijdragen Prof. dr. H.J. PRAKKE aangeboden
 bij zijn afscheid als directeur van de
 Koninklijke Van Gorcum & Comp., nv. Assen.
 Assen, Van Gorcum & Comp. nv., 1970,
 198 blz.

II. AANWINSTEN BIBLIOTHEEK IESPO
 Centrum voor Communicatiewetenschappen
 1 oktober 1970 - 31 januari 1971

Samenstelling : Dirk Schaerlaekens
 Wim Van der biesen.

A. Algemene werken : Communicatiewetenschap en Massacommunicatiewetenschap.

COMMUNICATION.... La communication audiovisuelle.
 Le point 10, Paris, 1969, 318 blz.

DELOBELLE, André : Les techniques de diffusion dans la civilisation actuelle. L'exemple de la Belgique.
 S.L. 1969, 25 blz.

DEMONSTRATIONS... Demonstrations and communication.
 A case study by James D. HALLORAN, Philip ELLIOTTAND, Graham MURDOCK, with the assistance of Grant Molle a.o.
 Hermandsworth, 1970, 330 blz.

HAACKE, Wilmont : Publizistik und Gesellschaft.
 Stuttgart, 1970, 488 blz.

PROSS, Harry : Publizistik. Thesen zu einem Grundcolloquium,
 Sammlung Luchterhand; Neuwied, 1970, 160 blz.

SILBERMANN, Alfons & ZAHN, Ernest : Die Konzentration der Massenmedien und ihre Wirkungen.
 Eine Wirtschafts- und Kommunikations-Soziologische Studie.
 Düsseldorf, 1970, 526 blz.

B. Publieke Opinie.

BLOOMFIELD, Maxwelle : Alarms and diversions. The American mind through American magazines 1900-1914,
 The Hague, 1967, 174 blz.

C. Informatie.

- FOLLIET : L'information moderne et le droit à l'information.
Le fond du problème, Lyon, 1969, 328 blz.
- LOREY, Elmar Maria : Mechanismen religiöser Information. Kirche im Prozess der Massenkommunikation.
(Gesellschaft und Theologie), München/Mainz, 1970, 139 blz.
- VAN BOL, J.M. : El tercer mundo a la sombra de los satelites de comunicacion.
(Separata de la "Revista Espanola de la Opinion Publica", nun.19 Enero, Marzo 1970), Madrid, 1970, 16 blz.
- WINDSHEIMER, Hans : Die "Information" als Interpretationsgrundlage für die subjektiven öffentlichen Rechte des Art. 5 Abs. 1 GG,
Berlin, 1968, 196 blz.

D. Reclame en Advertentie.

- LAGNEAU : Le faire valoir. Une introduction à la sociologie des phénomènes publicitaires.
Avec une préface - réponse par Marcel Bleustein-Blanchet.
Paris, 1969, 165 blz.

E. Semiologie en Linguistiek.

- BENSE, Max : Einführung in die informations-theoretische Ästhetik.
Grundlegung und Anwendung in der Texttheorie.
Reinbek bei Hamburg, 1969, 147 blz.
- DURAND, Gilbert : Les structures anthropologiques de l'imaginaire.
Introduction à l'archétypologie générale.
(Collection études supérieures 14).
Paris, 1969, 550 blz.
- CHOMSKY, Noam : Aspects of the theory of syntax.
Cambridge, 1969, 251 blz.

- PIERCE : Symbolen en signalen. Aard en werking van de communicatie.
Aula, Utrecht, 1966, 345 blz.
- PROPP, Vladimir : Morphologie du conte. Suivi de : L'étude structurale et typologique du conte. par E. Mekétinski.
(Poétique-Points 12), Paris, 1970, 254 blz.
- ROSOLATO, Guy : Essais sur le symbolique.
(Connaissance et l'inconscient).
Paris, 1969, 364 blz.
- F. Beeldcommunicatie.
- GRASSI, Ernesto : Macht des Bildes : Ohnmacht der rationalen Sprache.
Zur Rettung des Rhetorischen.
(Du Mont Dokumente), Köln, 1970, 231 blz.
- KEMPE, Fritz : Wunderbare Welt der Kamera.
"Fetisch des Jahrhunderts". Ein lesebuch für Fotofreunde.
Düsseldorf, 1964, 380 blz.
- MOHOLY-NAGY, Lazlo : Malerei, Fotografie, Film;
(Neue Bauhausbücher), Mainz, 1967, 147 blz.
- PAWEK : Das Bild aus der Maschine.
Skandal und Triumph der Photographie.
Olten, 254 blz.
- QUINN, James : The film and television as an aspekt of European culture.
Foreword by Jennie Lee.
Leyden, 1968, 160 blz.
- SARTRE : Het imaginaire.
Fenomenologische psychologie van de verbeelding.
Vertaling : Drs. J.H. Mulder, Vam Naalster en A.J. Kerkhof.
Meppel, 1969, 270 blz.
- SARTRE : L'imaginaire.
Psychologie phénoménologique de l'imagination.
(Idées), Paris, Gallimard, 1940, 378 blz.

- STELZER : Kunst und Photographie.
Kontakte - Einflüsse - Wirkungen.
München, 1966, 192 blz.
- WÜRPEL, Richard : Bildnerisches Schaffen und darstellendes
Spiel I.
Weinheim-Berlijn, Verlag Julius Beltz, 1968.
- G. Literaire en Artistieke Communicatie.
- COPFERMANN, Emile : Le théâtre populaire, pourquoi ?
Paris, Maspers, 1969, 214 blz.
- HAHNLOSER-INGOLD, Margrit : Das Englische Theater und Bert Brecht.
Bern, 1970, 281 blz.
- HAMBURGER, Käte : Von Sophokles zu Sartre.
4e unveränderte Aufl., Stuttgart, 1968, 222 blz.
- HAVEN, Hans : Darstellendes Spiel.
Funktionen und Formen/Didaktik.
Dusseldorf, 1970, 227 blz.
- LAMMERT, Ehrhard : Bauformen des Erzählens.
4. unveränderte Aufl., Stuttgart, 1970, 301 blz.
- LUBBOK, Percy : The craft of fiction.
Jonathan Paperbacks, London, 1968, 271 blz.
- MERLEAU-PONTY, Maurice : La prose du monde.
Paris, 1969.
- ONIMUS, Jean : La communication littéraire.
Culture et savoir.
Bruges, 1970, 205 blz.
- PRANG, Helmut : Formgeschichte der Dichtkunst.
Stuttgart, 1968, 231 blz.
- ROBBE-GRILLET, Alain : Pour un nouveau roman.
Paris, 1963, 144 blz.
- SARAUTE, Nathalie : L'ère du soupçon.
Essais sur le roman.
Paris, 1956, 155 blz.
- SARTRE, Jean-Paul : Wat ist Literatuur.
Ein Essay.
Hamburg, 1958, 188 blz.

- SCHOELL, Konrad : Das Französische Drama seit dem zweiten Weltkrieg. (2 vols.)
 I : Konventionelle Formen von Sartre bis Sagan.
 II : Das neue Theater von Ionesco bis Gatti,
 Göttingen, 1970.
- SERVOTTE, Herman : De verteller in de Engelse roman.
Een studie over romantiek.
 Hasselt, 1965, 200 blz.
- STANZEL, Frans K. : Typische Formen des Romans.
 Göttingen, 1970, 78 blz.

H. Educatief gebruik van de Media.

- HAAGMANN, Hans Günther : Die deutschen Fernschulen.
Praktiken, Probleme, Persoektiven.
 Stuttgart, 1968, 156 blz.
- PETERS, J.M. : Visuele communicatie en visueel onderwijs.
Over de rol van de beelden in het communicatie-
proces en over het gebruik van audio-visuele
hulpmiddelen.
 Haarlem, 1961, 136 blz.

I. Pers.

- ARCHAMBAULT, François & AMBAULT, Michel : Un journal pour 30 cen-
times !
Mythes et réalités de la presse moderne.
 Paris, 1966, 188 blz.
- BATAILLER, Francine & SCHIFRES, Alain & TANNERY, Claude :
Analyses de presse.
 Trav. et rech. de la fac. de droit et des sc.
 écon. de Paris.
 Série "Sciences Pol.", Nr. 1, Paris, 1963,
 236 blz.
- BELANGER, Claude & GODECHOT, Jacques : Histoire générale de la
presse française.
 Tome 1 : Des origines à 1814.
 Paris, 1969.
- CZAJKA, D. : Pressefreiheit und öffentliche Aufgabe der
Presse.
 Stuttgart, 1968.

- GOL, Jean : Le Monde de la Presse en Belgique.
C.R.I.S.P., Brussel, 1970, 239 blz.
- GUEDT, Aimé en GIRAULT, Jacques : Le Monde... Humanisme, objectivité et politique.
Coll. Notre Temps, Parijs, Editions Sociales, 1970, 255 blz.
- JAENE, Hans Dieter : Der Spiegel. Ein Deutsches Nachrichtenmagazin.
Frankfurt a/M., 1968, 127 blz.
- JANSEN, Bernd & KLÖNNE, Arno : Imperium Springer. Macht & Manipulation.
Köln, 1968, 272 blz.
- JUST : Der Spiegel. Arbeitweise. Inhalt. Wirkung.
Hannover, 1967, 214 blz.
- PRAKKE, Heinz & LERG, Winfried & SCHMOLKE, Michael : Handbuch der Weltptesse.
Herausgegeben vom Institut für Publizistik der Universität Münster unter Leitung von....
Band I : Die Pressesysteme der Welt.
Band II : Weltkatalog der Zeitungen.
Köln und Opladen, 1970, 2 vol.
- PRESSEL, Alfred : Der "Rheinische Merkur" und "Die Zeit".
Vergleichende Inhaltsanalyse zweier Wochenzeitungen von verschiedener Weltanschaulichen Orientierung.
Berlin, 1968, 204 blz.
- SCHNEIDER, Peter : Pressefreiheit und Staatssicherheit.
Mainz, 1968, 211 blz.
- SCHOLLER, Heinrich : Person und Öffentlichkeit.
Zum Spannungsverhältnis von Pressefreiheit und Persönlichkeitsschutz.
München, 1967, 455 blz.
- J. Omroep.
- DARY, David : Radio News Handbook.
Thumont, 1967, 176 blz.
- EMERY, Walter B. : National and international systems of broadcasting. Their history, operation and control.
Michigan, 1969, 752 blz.

- FISHER, Hol : The man behind the mike.
A guide to professional broadcast announcing.
Thurmont, 1967, 288 blz.
- TOESPRAKEN... Toespraken gehouden tijdens de jubileumbijeenkomst van de KRO.t.g.v. Het veertigjarig bestaan van de KRO op 15 november 1965.
Hilversum, 1966, 48 blz.
- TARDIEU, Jean : Grandeur et faiblesses de la radio.
Essai sur l'évolution, le rôle créateur et la portée culturelle de l'art radiophonique dans la société contemporaine.
Avec la collaboration de Chérif Khaznodar.
Paris, 1969, 220 blz.
- VAN BOL, J.M. : Télévision et vie collective.
in "Les Dossiers", febr./april 1969,
Bruxelles, 1969, blz. 171-182.
- VAN DIJCK, J.G.R. : Cultuur-problemen van onzen tijd.
Antwerpen, 1935, 216 blz.
- K. Film.
- BAZIN, André : Qu'est ce que le cinéma ?
Vol. 3 : Cinéma et sociologie.
Paris, 1961, 181 blz.
- BAZIN, André : Qu'est-ce que le cinéma ?
Vol. 4 : Une esthétique de la réalité : le néo-réalisme.
Paris, 1961, 166 blz.
- BERANGER, Jean : La grande aventure du cinéma Suédois.
Paris, 1960, 348 blz.
- BORDE, Raymond & BOUISSY, André : Nouveau cinéma Italien.
Premier Plan, n° 30 spécial.
1963, 128 blz. + suppl.
- BURCH, Noël : Praxis du cinéma.
Paris, 1969, 254 blz.
- CINEMA... The cinema and the protection of Youth.
Strasbourg, 1968, 167 blz.

- DESLANDES, Jacques : Le boulevard du cinéma à l'époque de G. Melies.
Paris, 1963, 107 blz.
- EISENSTEIN : "... und fand sich berühmt". Aufzeichnungen und gedanken des grossen Revolutionärs der Filmkunst.
Wien, 1968, 468 blz.
- KERSTIENS, Ludwig : Filmerziehung. Eine Einführung in die Filmpädagogik.
3. druckgeseh. & ergänzte Aufl.
Münster, 1968, 101 blz.
- LHERMINIER, Pierre : Jean Vigo. Extraits de découpages. Panorama critique. Témoignages. Chronologie biographique. Filmographie. Biographie. Documents iconographiques.
Paris, 1967, 186 blz.
- PETERS, J.M. : De montage bij film en televisie.
Haarlem, z.d., 158 blz.
- WALKER, Alexander : De bioscoop als seks-tempel.
's Gravenhage, 1968, 182 blz.
-

III. UIT DE TIJDSCHRIFTEN (1)

Samenstelling : Laeremans Leon Van der biesen Wim
 Wylin Willem Van Heddegem Johan
 Van Poecke Luc

A L G E M E E N

P u b l i z i s t i k

Zeitschrift für Wissenschaft von Presse, Rundfunk, Film, Rhetorik, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Meinungsbildung, Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Zeitungswissenschaft, Verlaganstalt, Konstanz, GmbH, D-775 Konstanz.

jg. 15, nr. 2, april-juni 1970

Franz DROGE, Der Funktionalismus in der Kommunikationswissenschaft, blz. 93-97.

Jochen ROPKE, Zur politischen Okonomie von Hörfunk und Fernsehen, blz. 98-113.

Hermann MEYN, Politische Einwirkungen auf die Pressgesetzgebung in der Bundesrepublik Deutschland, blz. 114-130.

Frauke GEILHOF, "Gazetta di Mantova" - eine italienische Zeitung in Eigentum von Journalisten und Mitarbeitern des Verlages, blz. 131-134.

Ingo PETZKE, Zwischen Ehrenrecht und Subvention. Zur inneren Pressefreiheit in Schweden, blz. 135-144.

John C. MERRILL, Die "Qualitätszeitung" in Europa und Lateinamerika. Eine vergleichende Analyse ihrer Konzeption, blz. 145-153.

jg. 15, nr. 3, juli-september 1970 : zie "Informatiebulletijn CeCoWe", december 1970, nr. 4, blz. 83-84.

(1) Belangstellenden kunnen overdrukjes aanvragen (3 fr. per blad) bij het secretariaat van het Informatiebulletin.

C o m m u n i c a t i o S o c i a l i s

Zeitschrift für Publizistik in Kirche und Welt.
Verlag Lechte, D-4407 Emsdetten, Schulstrasse 16-18.

jg. 3, nr. 4, oktober-december 1970 :
nog niet ontvangen.

jg. 4, nr. 1, januari-maart 1971 :

Giselbert DEUSSEN, Verkündigungsstrategien im historischen Rückblick, blz. 1-10.

Jesus IRIBARREN, Pressefreiheit in der Kirche oder : Marginalien zur Deontologie der katholischen Journalisten, blz. 11-26.

C o m m u n i c a t i o n s

Ecole pratique des Hautes Etudes. Le Centre d'Etudes de Communications de masse (C.E.C. MASS), 10, rue Monsieur-le-Prince, Prince, Paris 6e. Ed. du Seuil, 27 rue Jacob, Paris 6e.

nr. 16, 1970 : Recherches rhétoriques.

Jean COHEN, Théorie de la figure, blz. 3-25.

Tzvetan TODOROV, Synecdoques, blz. 26-35.

Jean SIMERAY, Erreur simulée et logique différentielle, blz. 36-59.

Claude BREMOND, Le rôle d'influenceur, blz. 60-69.

GROUPE U. , Rhétoriques particulières. Figure de l'argot; titres de films; la clé des songes; les biographies de Paris-Match, blz. 71-124.

Jacques DURAND, Rhétorique du nombre, blz. 125-132.

Lidia LONZI, anaphore et récit, blz. 133-142.

Pierre KUENTZ, Le "rhétorique" ou la mise à l'écart, blz. 143-157.

Gérard GENETTE, La rhétorique restreinte, blz. 158-171.

Roland BARTHES, L'ancienne rhétorique, blz. 172-226.

A u d i o - V i s u a l C o m m u n i c a t i o n R e v i e w

uitgegeven door het Department of Audiovisual Instruction,
1201, Sixteenth Street, N.W., Washington, D.C. 20036.

Vol. 18, nr. 1, Spring 1970 :

Jerome P. LYSAUGHT and Robert G. PIERLEONI, Predicting Individual Success in Programming Self-Instructional Materials, blz. 5-24.

Clarence R. CALDER, Jr., A Comparison of Four Methods of Teaching Psychomotor Activities to Elementary School Children from Varying Socioeconomic Levels, blz. 25-32.

Walter DICK and Raymond LATTA, Comparative Effects of Ability and Presentation Mode in Computer-Assisted Instruction and Programed Instruction, blz. 33-46.

Robert M.W. TRAVERS and Victor ALVARADO, The Design of Pictures for Teaching Children in Elementary School, blz. 47-64.

Galen L. PEARCE, Alternate Versions of Overhead Transparency Projectuals Designed to Teach Elementary Statistical Concepts, blz. 65-71.

Albert H. YEE, Jay SHORES and Karen SKULDT, Systematic Flowcharting of Educational Objectives and Processes, blz. 72-83.

Vol. 18, nr. 2, Summer 1970 : zie Informatiebulletijn CeCoWe, december 1970, nr. 4, blz. 88-89.

Vol. 18, nr. 3, Fall 1970 : idem.

Vol. 18, nr. 4, Winter 1970 :

Charles F. HOBAN, Communication in Education in a Revolutionary Age, blz. 363-378.

Maxine R. MOORE, The Perceptual-Motor Domain and a Proposed Taxonomy of Perception, blz. 379-413.

Ann C. BRICKNER, The Analyses of Eye-Movement Recordings from Samples of Underachieving Secondary and Primary Students, blz. 414-424.

- Ronald L. HOUSER, Eileen J. HOUSER and Adrian P. VAN MONDFRANS, Learning a Motion and a Nonmotion Concept by Motion Picture versus Slide Presentation, blz. 425-430.
- Frank W. WICKER, Continuous Restricted Associations to Pictorial and Verbal Items, blz. 431-439.
- Warren D. STEVENS, Affection and Cognition in Transaction and the Mapping of Cultural Space, blz. 440-445.
- Donald E.P. SMITH and Judith M. SMITH, The Michigan Language Program : A Case Study in Development, blz. 446-454.

P E R S

G a z e t t e

International Journal for Mass Communication Studies,
Uitgeversmaatschappij E.E. Kluwer, p.o.b. 23, Deventer
(Nederland).

Vol. XVI, nr. 4, 1970 :

- Roland E. WOLSELEY, Black Philosophies and black Journalism in the USA, blz. 197-205.
- Edward J. TRAYES, News-Emphasis Patterns of the National Observer, blz. 207-214.
- Kenneth R. NELSON, Government and Press in Germany, 1870-1945, blz. 215-229.
- Eugène F. SHAW, Communication Development: A modest Proposal, blz. 231-239.

O M R O E P

R u n d f u n k u n d F e r n s e h e n

Uitgegeven door het Hans-Bredow-Institut an der Universität Hamburg, 2, Hamburg 13, Heimhuder str. 21.

jg. 18, nr. 3/4, 1970 :

Uwe MAGNUS, Zukunftsaspekte der Massenkommunikation, blz. 263-273.

Klaus von BISMARCK, Überlegungen zum Thema "Gewalttätigkeit im Fernsehen", blz. 274-288.

A.W. PRAGNELL, Das britische "Independent Television" fünfzehn Jahre nach seiner Gründung, blz. 289-302.

Wolf-Dietrich KRAUSE-ABLASS, Amerikanische Herrschaft über Intelsat, blz. 303-313.

Karsten RENCKSTORF, Zur Hypothese des "Two-step-flow" der Massenkommunikation, blz. 314-333.

Franz DRÖGE, Sozialstruktur und informeller Austausch, blz. 334-347.

Karin KRAMER, Der indische Rundfunk, blz. 348-359.

R e v u e d e l'U n i o n E u r o p é e n n e d e
R a d i o d i f f u s i o n

nr. 117, september 1969 :

Marcel BEZENCON, Les "peut-être" de la télévision, blz. 12-13.

Richmond POSTGATE, L'université Ouverte britannique, blz. 14-18.

Kaarle NORDENSTRENG, Radiodiffusion et télévision en Union soviétique, blz. 19-22.

Christopher MARTIN, Education religieuse par télévision, blz. 22-25.

Arthur D. MORSE, Quatre jours à Bellagio. Le premier Congrès de l'International Broadcast Institute discute des actualités télévisées, blz. 26-29.

- Albert NAMUROIS, Radiodiffusion et sphère privée (II), blz. 40-45.
- J. SHEWCROFT, La loi australienne de 1968 sur le droit d'auteur entrée en vigueur le 1er mai 1969, blz. 46-49.
- Burten PAULU, L'arrêt "Red Lion Broadcasting Company": un jalon dans l'histoire de la radiodiffusion américaine, blz. 50-56.

nr. 118, november 1969 :

- Jean d'ARCY, Satellites de radiodiffusion et droit à la communication, blz. 14-18.
- Pierre MARZIN, Télécommunications spatiales: les projets de l'Europe, blz. 19-23.
- Richard R. COLINO, Le système de satellites INTELSAT au service du projet Apollo: un précédent possible pour la distribution de programmes télévisés, blz. 24-33.
- Pierre FANTI, Les taxes européennes du service télévisuel par satellites, blz. 34-40.
- Richard FRANCIS, Un pas gigantesque pour l'homme, un très grand bond pour la télévision, blz. 41-49.
- Leonard H. MARKS, Les satellites de télécommunications-véhicules de lancement pour la compréhension internationale, blz. 50-55.
- Félix FERNANDEZ-SHAW, Les transmissions par satellite et la coopération régionale hispano-américaine, blz. 56-58.
- W.S. HAMILTON, L'Australie sort de l'isolement - les satellites effacent le temps et l'espace, blz. 59-62.
- Tadamasa HASHIMOTO, Communications par satellites au Japon et reportages par télévision de la mission Apollo 11, blz. 63-66.
- John V. SHUTE, Un système national de télécommunication par satellites pour les Etats-Unis, blz. 67-71.
- Spencer MOORE, La société Radio-Canada face à un satellite national de télécommunication, blz. 72-75.

L.P. KAMMANS, Des satellites pour l'éducation, blz. 76-77.
 Transmissions pour satellite et Conception de Berne,
 blz. 77-81.

nr. 119, januari 1970 :

Robert WANGERMEE, L'évolution de la radio sonore, blz. 10-17.

Gerry HYNES, Comment porter remède à l'isolement des immigrants. Les programmes de radio et télévision de la BBC pour la communauté asiatique en Grande-Bretagne, blz. 18-24.

Jack HARGREAVES, Les enfants nous ont rapprochés, blz. 25-27.

Franz Josef IN DER SMITTEN, Développements possibles des techniques de radio-télévision au cours des prochaines décennies, blz. 28-32.

John E. KESHISHOGLU, L'enseignement universitaire refuse de vieillir, blz. 33-35.

Fauchtna O. HANNRACHAIN, Sphère privée et radiodiffusion
 blz. 50-55.

Ronald KAISER, Notes sur le droit de la sphère privée aux USA, blz. 56-60.

nr. 120, maart 1970 :

A.W. FRAGNELL, La télévision indépendante britannique au terme de sa quinzième année, blz. 16-21.

Frank R. TAPPOLET, Le séminaire international de l'UER pour réalisateurs et producteurs d'émissions de télévision éducative, blz. 22-23.

Stephen HEARST, La télévision et les arts, blz. 24-29.

Anibal Arias RUIZ, "Opération Plus Ultra", blz. 30-32.

Burten PAULU, La radiodiffusion d'intérêt public américaine au seuil des années 1970, blz. 33-38.

Eugen ULMER, Les propositions de Washington sur le droit d'auteur international, blz. 48-55.

Nathan COHEN, Amendements à la législation israélienne sur la radiodiffusion, blz. 55-61.

nr. 21, mei 1970 :

- Olof RYDBECK, Impartialité - Utopie ou réalité, blz. 10-14.
 Jörgen WESTERSTAHL, L'objectivité est mesurable, blz. 13-17.
 Oliver J. WHITLEY, Observations, faits et opinions, blz. 18-20.
 Richard W. JENCKS, Le bon goût a-t-il vécu ?, blz. 21-24.
 A. JERGER, Prix de revient et volume de la production télévisuelle, blz. 25-31.
 Frank WATTS, "L'Ecole sur les ondes" en Australie, blz. 32-35.
 Claude MASOUYE, Quelques considérations sur la protection des signaux transmis par satellites de télécommunication, blz. 54-57.
 Egon WAGNER, Nouvelles de la République Fédérale d'Allemagne, blz. 58-62.

nr. 122, juli 1970 :

- Robert WANGERMEER, L'évolution des programmes de radio en 1968-1969, blz. 10-17.
 Guthrie MOIR, Carrière à la télévision - Mecque ou mythe ?, blz. 17-20.
 Francesco FORMOSA, Vidéo-cassette, spectacle de l'avenir ?, blz. 22-23.
 John TISDALL, La radiodiffusion aux Fidji à la veille de l'indépendance, blz. 24-27.
 James J. ONDER, La télévision dans la formation des internes en psychiatrie, blz. 28-30.
 Eugen ULMER, La révision des conventions sur le droit d'auteur sous le signe de la Recommandation de Washington, blz. 40-44.
 Robert DITTRICH, Quelques réflexions sur le droit d'auteur cinématographique autrichien, blz. 45-50.
 Albert SCHARF, Liberté de la radiodiffusion et protection de la personnalité, blz. 51-55.

nr. 123, september 1970 :

- Michel P. PHILIPPOT, Musique pour les auditeurs et télé-spectateurs français. 1. La musique et l'ORTF, blz. 14-16.
- Pierre KOZLINSKY, Emissions musicales à la télévision française, blz. 17-18.
- Edward W. PLOMAN, L'éducation à l'ère spatiale. Quelques réflexions sur l'emploi des satellites pour l'éducation, blz. 19-24.
- Brian EMMETT, Violence à la télévision et dans la vie, blz. 25-30.
- Klaus von BISMARCK, Expérience et orientations dans le domaine culturel de la radio, blz. 31-32.
- R.B. HENDERSON, L'Ulster Television. L'importance d'être différent.... mais constant, blz. 33-35.
- Dermival COSTA LIMA, Vingt années de télévision en Amérique du Sud, blz. 36-37.
- Bruce H. SHORE, La Selecta Vision. Nouveau système de télévision personnalisé pour le foyer, blz. 38-40.
- Charles D. ABLARD, La conférence du consortium international des télécommunications par satellites - l'heure du choix, blz. 49-52.
- Nathan COHEN, L'affaire de la télévision et du sabbat en Israël, blz. 53-57.

F I L M

C a h i e r s d u C i n é m a

Revue mensuelle de Cinéma,
39, rue Coquillière, Paris - 1er.

nr. 225, november-december 1970 :

- rédi., Dernière minute : censure, blz. 4.
- collectif, "Morocco" de Josef von Sternberg, blz. 5-13.
- div., "Ice" de Robert Kramer, blz. 14-27.
- S.M. EISENSTEIN, L'art de la mise en scène, blz. 28-42.

- div., Entretien avec Carlos Dieguez, blz. 44-55.
 Jean NARBONI, Brecht et le cinéma, blz. 56.
 Bernard EISENSCHITZ, Pesaro, blz. 57-58.

Besproken films :

Tristana (L. Bunuel), Le Cercle Rouge (J.P. Melville), Slaves (H.J. Biberman), Citta Violenta (S. Sollima), There was a crooked man (J.L. Manckiewicz), Too late the hero (R. Aldrich), Taste the blood of Dracula (P. Sasdy), Ostia (S. Citti).

nr. 226-227, januari-februari 1971 :

- div., Entretien avec Marcelin Pleynet sur les avant-gardes révolutionnaires, blz. 6-13.
 S.M. EISENSTEIN, La vision en gros plan, blz. 14-15.
 Walter BENJAMIN, Le cinéma russe et l'art collectiviste, blz. 16-17.
 S.M. EISENSTEIN, De la Révolution à l'art, de l'art à la Révolution, blz. 18.
 Grigori KOZINTSEV, Sur S.M. Eisenstein, blz. 19-27.
 Leonid KOZLOV, L'Unité (A propos de l'histoire d'une idée), blz. 28-38.
 Pierre BAUDRY, Notes sur "Alexandre Nevski", blz. 39-41.
 Pascal BONITZER, Système de "La Grève", blz. 42-45.
 S.M. EISENSTEIN, Le mal voltairien, blz. 46-56.
 Leonid KOZLOV, De l'hypothèse d'une dédicace secrète, blz. 57-67.
 Jacques AUMONT, Eisenstein avec Freud, notes sur "Le mal voltairien", blz. 68-74.
 S.M. EISENSTEIN, "Wie sag'ich's meinem Kind ?", blz. 74.
 Sylvie PIERRE, Eléments pour une théorie du photogramme, blz. 75-83.
 Bernard EISENSCHITZ, Sur trois livres, blz. 84-89.
 S.M. EISENSTEIN, Rejoindre et dépasser, blz. 90-94.
 Jay LEYDA, Sur "Le Pré de Béjne", blz. 95-102.
 S.M. EISENSTEIN, Problèmes de la composition, blz. 103-110.

- Jean-Louis COMOLLI, La pratique didactique de S.M.E.,
blz. 111-114.
réd., Cinéma, littérature, politique, blz. 115.
Jean NARBONI, Sur quelques contresens, blz. 116-118.
réd., Notes sur un feu de bengale (rose),
blz. 119-120.

F e r n s e h e n u n d F i l m

"Fernsehen und Film" wird herausgegeben vom Friedrich Verlag, 3001 Velber bei Hannover. Redaktion : Henning Rischbieter.

jg. 8, nr. 11, november 1970 :

- Michael RADTKE, Pop-Propaganda - über "Woodstock" etc.,
blz. 10-15.
Martin SCHAUB, Ein pragmatischer Optimist. Gespräch mit dem "Woodstock"-Regisseur Michael Wadleigh,
blz. 13.
Wolfgang RUF, Ende oder Neubeginn ? Die Hamburger Film-schau in der Krise, blz. 16.
N.N., Anzeichen einer Agonie. Das Mannheimer Festival,
blz. 17-18.
Wolfgang LIMMER, Let's Face the Music and Dance. Über die Musical-Filme von Fred Astaire und Ginger Rogers, blz. 19-27.
Friedrich KNILLI, Netter kann man es nicht sagen. Das Regionalprogramm des SFB, 19. September,
blz. 30-32.
Melchior SCHEDLER, Am Schlüsselloch der Weltgeschichte. Über die Dokumentarspiele des ZDF, blz. 33-37.
Wolfgang RUF, Wie Dokumentaristen arbeiten, blz. 41-44.
Egon NETENJAKOB, Elektronik ist Kunst. Interview mit Wolf Vostell, blz. 42-43.

Besprochen films : Monte Walsh (W.A. Fraker); The liberation of L.B. Jones (W. Wyler); Sunflower (V. de Sica); Der Duft deiner Haut (V. de Sica); Schmetterlinge weinen nicht (P. Schamoni); Oh happy Day (Z. Brynyck); Die Feuerzangenbowle (H. Käutner).

jg. 8, nr. 12, december 1970 :

Michaël RADTKE, Rock-Filme, blz. 8.

Michaël RADTKE, Deadlock oder der Spätstil im Trivialfilm, blz. 10-14.

Ekkehard PLUTA, Die Sachen sind so, wie sie sind, über die Filme R.W. Fassbinders, blz. 15-20.

N.N., Jean-Luc Godard: Ostwind, blz. 21-29.

Hans Gerd WIEGAND e.a., Was wenn unterhält. "Baff", "Express", "Show-Report" - drei Unterhaltungs-sendungen im Fernsehen, blz. 31-33.

Besproken films : Waterloo (S. Bondartschuck); Tora ! Tora ! Tora ! (R. Fleischer e.a.); The Lion in Winter (R. Harvey), Before Winter comes (J.L. Thompson); Le Passager de la Pluie (R. Clément); The boys in the band (W. Friedkin); La dame dans l'auto avec lunettes et un fusil (A. Litvak).

jg. 9, nr. 1, januari 1971 :

Egon NETENJAKOB, Werden die Fernseh-Journalisten reglementiert ?, blz. 3.

Klaus EDER, Zwischenbericht zur filmpolitischen Situation in der Bundesrepublik, blz. 4-5.

Wolfgang RUF und Klaus EDER, Die übermächtige Vergangenheit - Filmen in Rumänien, Jugoslawien, Bulgarien und der Türkei, blz. 6-11.

Egon NETENJAKOB, Die Emanzipation des Zuschauers. Anlauf zur Medientheorie, blz. 16-17.

Wolf WONDRATSCHEK, Text über Film: Allgemein verständliche Aufzählung, blz. 14-15.

Otto WILFERT, Wie Redakteure mitbestimmen sollten. Der Kampf um die Redaktionsstatute in den Rundfunkanstalten, blz. 19-20.

Besproken films : Indagine su un cittadino al di sopra di ogni sospetto (E. Petri); The Strawberry Statement (S. Hagmann); The Honeymoon Killers (L. Kasyle); Ein Kärlekshistoria (R. Andersson); Attà violenta (S. Sollima).

jg. 9, nr. 2, februari 1971 :

- Egon NETENJAKOB, Die Familie als Zelle des Banalen, über Trivialformen im Fernsehen, blz. 5-7.
- Rainer Werner FASSBINDER, Imitation of Life. Rainer Werner Fassbinder über die Filme von Douglas Kirk, blz. 8-13.
- Wolfgang LIMMER, Das Leid der gefallenen Götter, über die hermetische Welt des Melodramas, blz. 13-15.
- Michael RADTKE, Wer hat noch keinen Donaldknopf ? Über Comics und Comic-Filme, blz. 16-18.
- Friedrich KNILLI, Erwin REISS, Das All-Deutsche-Werbespots, blz. 19-20.
- Ekkehard PLUTA, Kunst als Selbstzweck, Kritik des "Cardillac" von Edgar Reitz, blz. 29.
- Egon NETENJAKOB, Ionesco "La Vase", blz. 30-31.
- Besproken films : The War Game (P. Watkins); Trash (A. Warhol); Adventures of Gerard (J. Skolimowski); Kelly's Heroes (H. Hutton); Stukas über London (E. Castellani); The Ballad of Cable Hogue (S. Peckinpah); Carne's Way (K. Osborne); Ryan's Daughter (D. Leon); Cotton Comes to Harlem (O. Davis).

jg. 9, nr. 3, maart 1971 :

- Egon NETENJAKOB, Nachrichten im Fernsehen, blz. 6-14.
- Wolfgang LIMMER, Der Lubitsch-Touch: Ein Regisseur und seine Welt, blz. 16-20.
- Ekkehard PLUTA & Klaus EDER, 3 mal Bunuel, blz. 28-31.
- Besproken films : L'Enfant sauvage (J. Truffaut); Der plötzliche Reichtum der armen Leute von Kombach (V. Schlöndorff); Rote Sonne (R. Thome); Warum läuft Herr R. Annick (R.W. Fassbinder); Frankenstein und die Monster aus dem All (I. Honda); Catch 22 (M. Nichols); Befreiung (J. Oserow); La Colinna degli Stivali (G. Colizzi); La Peau de Torpedo (J. Delannoy); The Owl and the Pussycat (H. Ross); La Fiancée du Pirate (N. Kaplan); Das Freudenhaus (A. Weidermann).

F i l m Q u a r t e r l y

Film Quarterly is published by the University of California Press, Berkeley, California. Editor : Ernest Callenbach.

Vol. XXIV, nr. 1, herfst 1970 :

Bryan GINDOFF, Thalberg Didn't Look Happy : With Antonioni at Zabriskie Point, blz. 3-6.

Chuck THEGZE, I See Everything Twice : Catch 22, blz. 7-17.

Donald E. McWILLIAMS, Frederick Wiseman, blz. 17-26.

Gordon HITCHENS, The Way to Make a Future: Glauber Rocha, blz. 27-30.

N.N., Fernando Solanas : An Interview, blz. 37-43.

Besproken films : La Hora de los Hornos (F. Solanas); Women in Love (K. Russel); In the Year of the Pig (E. de Antonio); Adalen '31 (B. Widerberg); The Ballad of Crowfoot (W. Dunn); Getting Straight (R. Rush); The Happy Ending (R. Brook); Lord Thing (De Witt Beall); Loving (I. Kershner); A. man Called Horse (E. Silverstein); Flap (C Reed); The Revolutionary (P. Williams), The Strawberry Statement (S. Hagmann).

S i g h t a n d S o u n d

International Film Quarterly, British Film Institute, 81 Dean Street, London, W.1.

Het bekende driemaandelijk filmblad uit Londen, uitgegeven door, maar onafhankelijk van het British Film Institute, begroet het nieuwe jaar met een jonger, slanker formaat (21 x 30 cm. in plaats van 21,5 x 27,5 cm.) en een helderder, afwisselender opmaak die tot lezen noodt. Sight & Sound heeft de laatste jaren veel fasen doorlopen: van een pijler van Englands filmkunstig establishment via een enigszins op de Cahiers du Cinéma geïnspireerd intellectualistisch esthetisme en essayisme een jaar of zes geleden naar een internationaal tijdschrift, minder opiniërend dan informatief. Naarmate de "scène" van de cinema ruimer werd werd ook S & S veelzijdiger. Het afgelopen jaar bijvoorbeeld las men uitstekende artikelen over de nieuwe ontwikkelingen in Amerika en over de underground-film in Engeland.

Met het nieuwe uiterlijk heeft S & S nu blijkbaar ook een stel nieuwe medewerkers aangetrokken, deels afkomstig uit Amerikaanse en Britse universiteiten. Ze leverden interessante stukken (over de ont-mythologisering van Sherlock Holmes door Billy Wilder; over de esthetische implicaties van de zoom-lens, om twee uitschieters te noemen). Maar het accent ligt nog steeds op nieuws en informatie, bijeengebracht door Engelse filmjournalisten.

Bron : NRC Handelsblad.

vol. 40, nr. 1, winter 1970/71 :

Rui NOGUEIRA & Nicoletta ZALAFFI, Conversation with Chabrol, blz. 2-6.

Tom MILNE, Songs of Innocence : Chabrol and Franju, blz. 7-11.

David ROBINSON, Gumshoe, blz. 12-13.

div., London Festival, blz. 15-18.

Mike WALLINGTON, Cocks & Chicken at the NFT (international underground festival), blz. 24-25.

Don DANIELS, A skeleton key to 2001, blz. 28-33.

Beverly WALKER, Two-Lane Blacktop, blz. 34-37.

Axel MADSEN, The third revolution, blz. 38-39.

Paul JOANNIDES, The Aesthetics of the Zoom Lens, blz. 40-42.

Joseph McBRIDE, County Mayo Gu Bragh..., blz. 43-44.

John GILLET, Laughter, blz. 45.

Besproken films : L'enfant sauvage (F. Truffaut); Bronco Bullfrog (B. Platts-Mills); Loving, The Private Life of Sherlock Holmes (B. Wilder); Figures in a Landscape (J. Losey); L'Aveu (Costa-Gavras), The Ballad of Cable Hogue (S. Peckinpah), The Adventures of Gerard (J. Skolimowski); Heart of Britain (K. Vas); The Railway Children (L. Jeffries).

AGENDA

1. ACTIVITEITEN

21-22 mei 1971

Het Centrum van Christen-Journalisten (Nederland) belegt op 21 en 22 mei 1971 te Driebergen (Nederland) een conferentie die gewijd zal zijn aan de toekomst van de hoofdredacteur en de toekomst van de kranten.

Inlichtingen : De Heer K. StuuT, secretaris C.C.J.,
Theresiastraat 103 B, Den Haag (Nederland). Tel.: 070/838.249.

24-29 mei 1971 : Triënnale van de arbeids- en nijverheidsfilm

Van 24 mei tot 29 mei heeft in het kasino te Knokke de zevende internationale triënnale van de arbeids- en nijverheidsfilm plaats. Dit festival wordt georganiseerd door het departement van tewerkstelling en arbeid, samen met andere ministeriële departementen en parastatalen.

Tot nu toe had deze triënnale plaats te Antwerpen. Men besloot echter naar Knokke te verhuizen in de vaste overtuiging op die manier meer publiek te bereiken.

Naast de eigenlijke filmmanifestatie grijpt er nu ook een belangrijk internationaal forum en een tentoonstelling plaats. Het thema van de conferentie is "Nieuwe strekkingen in onder-richtstechnologie en bedrijfspedagogie". De literatuurtentoonstelling zal handelen over "Audiovisuele technieken bij onder-richtstechnologie en bedrijfspedagogie".

23 oktober 1971

Ter gelegenheid van het 25 jarig bestaan van het maandblad "Sporta" organiseren de directie van de gelijknamige beweging en de redactie van het blad een Belgisch-Nederlands forum over de opdracht en de moeilijkheden van de "Sportcommunicatie".
Datum : 23 oktober 1971.

Inlichtingen : "Sporta", Th. Roucourtstraat 1-3, 2600 Berchem (Antwerpen). Tel. 03/30.55.52.

Deze rubriek wordt samengesteld op basis van gegevens afkomstig van de heren organisatoren. Voor toezending van evenementslijsten, congresdata, enz. houden wij ons graag aanbevolen.

Herman VAN PELT - Informatiebulletin CeCoWe,
Centrum voor Communicatiewetenschappen,
Ed. Van Evenstraat 2A - 3000 LEUVEN. (tel.016/210.70).

2. PRIJZEN

Leon Bekaert-prijs 1971 en 1972

Ter nagedachtenis van zijn voorzitter, Leon Bekaert, heeft het Verbond der Belgische Nijverheid in 1964 een Stichting in het leven geroepen bestemd tot het aanmoedigen en belonen van oorspronkelijke wetenschappelijke werken van economische aard die betrekking hebben op het leven der ondernemingen of op problemen in verband met hun leiding.

In 1971 kan een prijs van 20.000 fr. worden toegekend aan de auteur van een onuitgegeven opstel van een vijftigtal bladen onder andere over :

- "De public-relations-functie in de onderneming";
- "De relaties marketing-onderzoek-produktie".

In 1972 wordt een prijs van 125.000 fr. toegekend. De kandidaat moet het onderwerp, dat hij voornemens is te behandelen, voor 1 mei 1971 ter goedkeuring aan de jury voorleggen.

Het reglement voor de toekenning van de prijs is te bekomen bij het Verbond der Belgische Nijverheid, Ravenstein 4, 1000 Brussel.

Bron : De Nieuwe Gids.

BERICHTEN UIT HET CE.CO.WE.

BERICHTEN UIT HET CE.CO.WE.

Samenstelling : A. Hendriks.

Artikelen :

- L. BOONE en VAN DER BIESEN W. : Censuur, "erfdienstbaarheden" en drukkingen in de geschreven pers, in Kultuurleven, jrg. 37, nr. 9, nov. 1970, blz. 845-852.
- G. FAUCONNIER : Kan de reclame de berichtgeving beïnvloeden, in De Spectator, 13-14 maart 1971.

Voordrachten :

- G. FAUCONNIER gaf, op uitnodiging van het Europees Studie- en Informatiecentrum te Antwerpen een reeks van 5 voordrachten over "Beginselen van de Communicatiewetenschap" (febr.-maart 1971).

In het kader van de Vlaamse Filologencongressen werden in de sectie communicatiewetenschap volgende voordrachten gehouden (5-7 april 1971) :

- Drs. T.A. VAN DIJK (Amsterdam) : Tekstgrammatika en Content Analysis.
- Prof. Dr. J.M. PETERS (CeCoWe) : Analoge versus digitale communicatiemiddelen.
- Dr. G. FAUCONNIER (CeCoWe) : Cybernetica en interpersonele communicatie : een poging tot confrontatie.
- Dr. R. LINDEKENS (CeCoWe) : Les structures du fait divers dans la presse de sensation.
- J. HUYPENS gaf onlangs een filmforumreeks te Hofstade en te Hever.

Benoemingen, opdrachten e.d.

- A. HENDRIKS verwierf een plaquette "Buiten prijskamp" bij de uitreiking van de Frans Theelenprijs 1970 voor het rapport "Jeugd en Pers" dat hij schreef op basis van een enquête naar de belangstelling van de Belgische jeugd voor het dagblad uitgevoerd door CeCoWe met de medewerking van Cetedi en de steun van de Unie van de Katholieke Dagbladen van België.
- H. VAN PELT is vanaf 1-1-1971 vast medewerker aan het Nederlandse vakblad voor journalisten "De Journalist".
- H. VAN PELT kreeg van de VPRO-commissie "Toekomst Omroep" de opdracht tot het schrijven van een rapport over "De Taak van de Nederlandse Omroep ten opzichte van Nederlandstalig België".
- T. BORGERMANS is redactiesecretaris van de "Jongerenkrant".
- L. HERMANS is lid van de permanente perskommissie van de Katholieke Jeugdraad te Brussel en van de werkgroep "Jeugd en media" van de Interdiocesane Commissie voor de Kommunikatiemedia. Hij is tevens redactie lid van "Kana" en "Mensen Onderweg".
- J. HUYPENS is medewerker aan "Kana" en de "Jongerenkrant".
- F. MARTENS is hoofdredacteur van "Extra-Rantsoen" ("Soldatenmacht") en "Aksent" (KLJ).
- B. RASKIN is medewerkster aan "De Spectator".
- J. VAN HEMELRIJCK werkt mee aan "Dagboek" (BRT).
- M. VAN LOMBEEK is medewerker aan de sportredactie van de BRT.

Deelname aan congressen, colloquia e.d.

- P. MARCK was verslaggever op het CVP-congres te Kortrijk over de afdeling "Informatie en Participatie" (dec. 1970). Hij was eveneens verslaggever op de C.E.A.-Public Relations te Frankfurt (7-12-1970). Hij nam deel aan een paneel van de Financieel-Economische Tijd over psychologie en economie (9-2-1971).

L. BRAEKEN, A. MERTENS en J. HUYPENS leidden de secties "infor-
matie" en "film" op de Nationale Kaderdagen van
het Jong-Davidsfonds te Brugge (13-14 maart 1971).
