

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

---

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 2      -      juli 1971

---

Studie over de Latijns Amerikaanse geschreven pers	p.	3
Management en Informatiepolitiek	p.	35
Mass Communication and American Empire	p.	41
De Nieuwe Linie 25	p.	45
Licentiaatsverhandelingen	p.	47
Onderzoek	p.	58
Stemmen en Feiten	p.	60
Bibliografie	p.	86
Agenda	p.	114
Berichten uit het CeCoWe	p.	115

---

STUDIE OVER DE LATIJNS AMERIKAANSE GESCHREVEN  
----- PERS. -----  
-----

Argentinië, Bolivië, Brazilië, Brits Guyana,  
Chili, Columbia, Costa Rica, Dominikaanse Re-  
publiek, Ecuador, El Salvador, Guateala,  
Honduras, Mexico, Nicaragua, Panama, Paraguay,  
Peru, Puerto Rico, Urugay, Venezuela.

---

Ann Gaffney  
Jos Janssens  
Karel Meuleman

---

## V o o r w o o r d

Een uitgebreide bibliografie van geraadpleegde of te raadplegen werken en statistieken hoeft men niet te zoeken achteraan, om de eenvoudige reden dat er weinig of geen gegevens bestaan die voldoen. De literatuur over de pers in Centraal- en Zuid-Amerika is al even onderontwikkeld als de pers ginds, vergeleken althans met wat over andere landen - zelfs landen in ontwikkeling - te vinden is.

Wat achter de schermen gebeurt, blijft eveneens buiten bereik van de studies: haast nergens wordt over de invloed van het USA-imperialisme gesproken. Is dat te gevaarlijk? Of is de informatie te moeilijk verkrijgbaar? Feit is dat de laatste ontwikkelingen nergens te bespeuren vallen. Geschiedenis van de pers wordt met kolenschoppen aangevoerd, de huidige toestand met theelepeltjes. Er wordt dikwijls de nadruk gelegd op het feit dat er op gebied van censuur veel vooruitgang is geboekt, maar in hoever er nog "echte" censuur bestaat, wordt verzwegen. We hebben nochtans getracht zoveel mogelijk informatie te vergaren: Iespo-, universiteits- en stadsbibliotheek en brieven naar de ambassades van Mexico, Argentinië, Brazilië, Chili, Columbia, Peru, Venezuela en Ecuador. Alleen de ambassades van Chili en Ecuador gaven een "positief" antwoord.

Met deze studie beogen we geen akkuraat beeld van de huidige pers in Latijns Amerika, maar trachten we de toestand te schetsen; de lezer kan er de algemene sfeer, de trend in weervinden. Zo hopen we toch.

-----

## I n l e i d i n g

### Algemene informatie over de pers in Latijns Amerika

De totale bevolking van Latijns Amerika bedraagt meer dan 200 miljoen ('66). Buenos Aires en Mexico City behoren tot de grootste steden van de wereld met elk een bevolking van meer dan 6 miljoen. Rasechte Zuid-Amerikaanse indianen overheersen in Guatemala; mestiezen (metizos) komen voor in El Salvador, Honduras en vooral in Nicaragua.

In de agglomeraties van de grote steden is de pers goed ontwikkeld en de leidende kranten moeten niet onderdoen voor hun Europese tegenhangers, noch qua uitrusting, noch qua organisatie.

Er zijn ongeveer 1.100 dagbladen met een oplage van meer dan 15 miljoen. Daarbij komen dan nog 1.600 kranten (niet-dagelijkse bladen) en ongeveer 8.000 tijdschriften (85 % daarvan verschijnen in Argentinië, Brazilië, Columbia, Chili, Peru en Venezuela). De doorsnee-verspreiding van dagbladen is 8 per 100 inwoners, wat toch nog meer is dan in Azië of Afrika. De oplage van de kranten stijgt nog steeds: tussen '50 en '60 bijvoorbeeld steeg de oplage in Paraguay en Peru 100 %. De reden daarvan ligt in de bevolkingsexplosie (een stijging van 2,6 % per jaar) en gedeeltelijk ook in de daling van het analfabetisme - bmv. de Unesco sinds '57 - dat toch nog altijd 50 % bedraagt. Twee derde van de bevolking heeft een band, nl. de taal, het spaans; 74 miljoen Brazilianen spreken portugees en in Bolivië, Ecuador, Guatemala en Peru, leven nog veel rasechte Indianen die hun eigen inheems taaltje spreken. Waar er al landelijke kranten bestaan, zijn ze dan nog over 't algemeen klein en slecht verzorgd, terwijl ze zo weinig advertenties kunnen bemachtigen dat verbetering niet mogelijk is.

Karakteristiek voor de meeste Latijns Amerikaanse landen is hun politieke onstandvastigheid en de overheersing door militairen. De structuur van de persvrijheid verandert om de haverklap bij het wisselen van regeringen, terwijl het verbieden van dagbladen en het arresteren van uitgevers dagelijks brood zijn. Maar de journalisten geven blijk van veerkracht en duiken terug op bij het keren van het getij.

Terwijl er enige eerste-rangskranten bestaan in zowat een dozijn landen, zijn het toch uitzonderingen op de regel. Waarschijnlijk meer dan ergens anders in de wereld is het hier mogelijk dat kranten en journalisten beïnvloed worden door eigenbelang. Vanwege de levensduur en de lage lonen hebben vele reporters twee jobs en is hun objectiviteit even dubbelzinnig. Regeringssubsidie of partijsteun eisen natuurlijk een wederdienst, in de vorm van editoriale steun. Omgekeerd is het ook gebruikelijk dat nieuwsjagers of kranten een vergoeding eisen van politieke figuren of rijke families om bepaalde nieuwtjes niet te publiceren. Sommige bladen met een grote reputatie doen stappen om zulke praktijken te doen verdwijnen. Sterke kranten (ontstaan door een stijgende publiciteit) en meer verantwoordelijke journalisten (resultaat van betere opleiding) zullen onvermijdelijk aanleiding geven tot een grotere beroepsethiek.

Heden ten dage gebeuren de grootste schandalen in Mexico City, in de rangen van de stierengevechtencritici. Men zegt dat to-readors dikwijls een groot deel van hun inkomsten spenderen aan pers- en radiokritieken en -commentaren.

Om de situatie van de pers daar te begrijpen, moet men weten dat het land in de meeste gevallen toebehoort aan enkele zeer rijke families. De invloed van deze mensen en van de grote (Noord-Amerikaanse) concerns op politiek vlak (en dus ook op de pers) is zeer groot. Het "Indiaans probleem" drukt eveneens zijn stempel op de huidige evolutie van dit werelddeel.

Vanzelfsprekend is de publieke opinie in deze landen nog zeer zwak. Behalve in Costa Rica verstaat men onder de publieke opinie deze van de geschoolde blanke en van de mesties in de grote steden. Ook de Indianen nemen niet deel aan de wat men noemt "movement of ideas".

De invloed van de USA doet zich in gans het politieke leven gelden. Direkt of indirekt zijn de Amerikanen eigenaar van verschillende kranten. Ook de Tropical Radio behoort toe aan de United Fruit Company.

Enkele uitzonderingen terzijde gelaten, hebben de Latijns Amerikaanse kranten, zoals de Europese, steeds hun kolommen gevuld met commentaren, discussies en interpretaties, eerder dan hot news te brengen. De gemiddelde Zuid-Amerikaan is publiciteitsschuw. Hij staat weigerig in zijn praten tegenover krantenmensen en poseert niet (graag) voor hun foto's. Het land is grotendeels ondoordringbaar en de plaatsen waar nieuws "te rapen valt" zijn moeilijk te bereiken. Zodoende kan men verstaan dat eerder de nadruk gelegd wordt op een opinie dan op een feit en dat men buitenlands nieuws, verschaft door vreemde persagentschappen, goedschiks aanneemt.

## Algemene geschiedenis van de pers in Latijns Amerika

Een Mexicaans "nieuwsblad", verschenen in 1541, was het eerste gedrukte nieuws van het westelijk halfrond. Het werd uitgegeven door Juan Pablos en gaf het verslag van een aardbeving in Guatemala een jaar vroeger; de titel luidde: Relacion del terremoto de Guatemala. In 1594 verscheen te Lima in Peru een "nieuwsblad" dat de gevangenneming beschreef van de vrijbuiters Richard Hawkins en de in beslagname van zijn schip The Dainty. Daarna verschenen er nog van tijd tot tijd blaadjes die één feit beschreven tot er in 1620 kranten verschenen die meer dan één gebeurtenis verhaalden. Als de "vader" van het Zuid-Amerikaanse journalistiek kan Jeronimo de Conteras genoemd worden. We moeten nochtans tot 1774 wachten vóór er een regelmatig verschijnende krant werd gedrukt. De naam daarvan was: Gaceta de Lima desde primero de diciembre de 1743, hasta 18 de enero de 1774.

Na de bevrijding van de spanjaarden in 1820 kenden de meeste Zuid-Amerikaanse landen een persvrijheid. Een eeuw later bestond er een regeringscontrole in verscheidene landen; telkens er een revolutie uitbrak werd de persvrijheid terug ingesteld. Telkens ook is zij slechts van korte duur, maar er bestaat een trend om ze standvastiger te maken. In '55 rapporteerde de Inter-American Press Association dat 1/5 van de bevolking van Latijns Amerika leefde onder "voortdurende of periodische censuur of intimidatie, wat neerkomt op censuur".

### I. DE PERS IN CENTRAAL-AMERIKA

#### 1. Mexico

De Mexicaanse pers evolueerde van een religieuze en literaire gedurende de Spaanse overheersing, over een politieke pers tussen 1810 en het einde van de 19<sup>o</sup> eeuw, tot een informatie-pers in de 20<sup>o</sup> eeuw.

Negen grote gebeurtenissen kenmerken de geschiedenis van het Mexicaanse journalistiek : 1. Het eerste drukwerk in 1536; 2. de eerste onregelmatig gepubliceerde "hojas volantes" (lett. "vliegende bladen"), nieuwspamfletten, in 1541; 3. de stichting van de eerste regelmatige periodiek: Gaceta de Mexico, in 1722; 4. stichting van het eerste dagblad in 1805, Diario de Mexico; 5. start van de revolutionaire pers in 1810; 6. eerste persvrijheid onder de Constitutie van Cadiz in 1812;

7. opkomst van een vrije en liberale pers, aangevoerd door El Monitor Republicano en El Siglo XIX in de tweede helft van de 19<sup>e</sup> eeuw; 8. oprichting van El Imparcial, Mexico's eerste moderne krant in 1896; 9. stichting van El Universal in 1916 en Excelsior een jaar later.

De persvrijheid ontwikkelde zich van de licensieverlening en censuur van het Spaanse Rijk, over de tijdelijke vrijheid en onderdrukking tussen 1810 en 1876 en de gebonden pers van de Porfirio Díaz diktatuur, tot de in principieel door de grondwet gewaarborgde persvrijheid. Op dit ogenblik ('64) genoot Mexico een even grote persvrijheid als elk ander Latijns Amerikaans land. Zij streeft naar een financiële en regeringsonafhankelijkheid.

Op dit ogenblik ('66) hadden 260 dagbladen een totale oplage van 4.500.000 (in een bron van '64 wordt dit cijfer, dat toen officieel 3 miljoen bedroeg, niet hoger geschat dan 1.250.000) en meer dan 100 twee-wekelijkse en weekbladen en ongeveer 2.000 tijdschriften zien in Mexico het daglicht. Het nieuwsagentschap Informex, dat radio- en tv-stations van nieuws voorziet, is nog geen echt nationaal persagentschap, maar tracht het wel te worden. UPI, AP en AFP hebben een afdeling in Mexico-City.

Er verschijnen twee belangrijke engelstalige kranten, nl. "Daily Bulletin" en "The News" (oplage : 15.950 ('69). Beide kranten verschijnen in Mexico-City. Verder kunnen we nog één franstalige krant vermelden, terwijl de rest van de kranten in het spaans verschijnt.

De grootste en beste krant, Excelsior, heeft een oplage van 120.753 (alle cijfers voor Mexico, zijn voor '64). De andere nationale kranten; La Prensa (120.000), de eerste editie van Ultimas Noticias de Excelsior 103.000, El Universal ongeveer 100.000, Novedades en Ovaciones, elk 80.000; Excelsior, La Prensa en Novedades hebben omvangrijke zondagsuitgaven en geaffilieerde radiostations. De grootste en beste provinciale krant is El Norte van Monterrey met een oplage van ongeveer 50.000; verder: Diario de Yucatàn van Merida, El Provenir van Monterrey, El Informador van Guadalajara, El Dictamen van Veracruz en El Siglo de Torréon. Een dagbladketen van 28 meestal provinciale kranten is de grootste van Latijns Amerika.

De doorsnee-krant heeft een oplage van 2.500 exemplaren en bevat 4 tot 6 pagina's. Er heerst veel wedijver tussen de kranten en tijdschriften onderling. Mexico-City heeft een 18-tal kranten en verscheidene worden ook uitgegeven in nog 38 andere steden. Het ochtendblad Exelsior is in handen van de leidende figuren van het land; het heeft een invloedrijk lezerspubliek en het behoudt, net als de andere grote kranten, meer dan de



helpt van haar kolommen voor aan publiciteit. In 't algemeen is de pers in handen van partikulieren (El Nacional is een regeringskrant) en biedt zij een grote verscheidenheid aan politieke stromingen. Eenzelfde variëteit bestaat er wat betreft kwaliteit; sommige eerste-rangskranten geven ook reclamebladen uit en daar verdienen ze meer aan dan aan hun krant.

De pers is onderworpen aan een "Ethische Kode", uitgevaardigd door de CCP (Comisión Calificadora de Publicaciones); er staat onder andere in dat de publikatie van artikelen die het regime aanvallen, door de CCP mogen geschrapt worden. Zodoende wordt in praktijk noch de regering, noch de president op een direkte wijze gehegeld. De meest effectieve controle is wel "igualas" (intimidatie van reporters) en officiële advertering, wat soms tot 20 of 30 % van de dagelijkse publiciteit bedraagt. Nacional Financiera verstrekt zo het grootste deel van het kapitaal voor het dagbladenconcern in handen van José Garcia Valseca. De dagbladen in elk van de 6 geografische streken van Mexico, weerspiegelen de karakteristieken ervan. De kranten van het Federaal Distrikt zijn groots opgezet en kosmopoliet, met een sterke verspreiding en invloed. De bladen van het Noorden zijn op Amerikaanse leest geschoeid. Die van de North Pacific zijn grenskranten die dikwijls de stempel dragen van vervlogen tijden. De dagbladen van het Centraal Plateau worden beïnvloed door de nabijheid van Mexico City. Die van de Gulf Coast en het schiereiland Yucatàn worden beheerst door de kranten in de twee grote steden van deze relatief geïsoleerde streek: Veracruz en Mérida. De kranten van de South Pacific zijn verspreid en klein, het eerste net als de bewoners van deze streek.

De meeste Mexicaanse kranten bevatten minder dan 30 % publiciteit zodat ze hun inkomen moeten aanvullen met "gacetillas" (betaalde advertenties). Een typische krant besteedt 5 % van haar totale oppervlakte aan buitenlands nieuws, 3 % aan nationaal, 12 % aan provinciaal en lokaal nieuws, 9 % aan sport, 4 % aan society-nieuws en evenveel aan "nota roja" (misdaden en ongevallen, meestal op een speciale pagina).

De vijf grootste problemen van de Mexicaanse (en van gans de Latijns Amerikaanse) pers :

- regeringsdrukking: huidige regeringen gebruiken dezelfde technieken als onder de Díaz-diktatuur, maar op een meer subtiele manier. Vele kranten zijn nog altijd verkocht aan de administratie.
- onbekwaamheid: zoals José Pages Llergo, uitgever van het meest invloedrijke tijdschrift van Mexico, zegt : slechts 10 % van de Mexicaanse journalisten zijn professional. Bij een wedde van minder dan 200 Bfr. per dag, beoefenen de meeste journalisten hun beroep als een hobby (dikwijls naast nog een andere job).

- lage oplage : 31 exemplaren per 1.000 inwoners (1/10 van de USA- en Europese).
- laag inkomen
- slechte technische uitrusting: volgt uit het lage inkomen. Door de miserabele uitrusting verkrijgt men een dito produkt, wat dan weer de oplage en het inkomen drukt.

De enige echte kommunistische krant is Politica. El Dia en La Prensa, twee kranten van Mexico-City, zijn wel links maar niet kommunistisch. Siempre ! is een liberaal tijdschrift dat zowel links als rechts aan 't woord laat. Het grootste deel van de pers hangt het regime aan en richt zich tot het volk.

De belangrijkste oogmerken van de Mexicaanse pers zijn :

- staatsinterventie beperken, om een vrijere pers te verkrijgen
- groei van de krantenadvertenties
- verhoging van het kranteninkomen
- aanmoediging van journalistenopleiding
- beter technische uitrusting.

Algemeen besluit : Mexico heeft minder kranten nodig, maar wel betere.

## 2. Guatemala

-----

El Imparcial (opgericht in '22) is steeds de belangrijkste geweest in de hoofdstad en is, technisch gezien, de best verzorgde. Haar oplage bedroeg in '55 meer dan 20.000, tegenover een bevolking in de hoofdstad van 200.000. La Hora, de tweede belangrijkste krant, is meer pro-amerikaans dan El Imparcial en samen met l'Espectador vormt ze een publicitaire groep. Verder hebben we nog Diario de Centro America (voorheen El Guatemalteco, gesticht in 1880) en Prensa Libre ('51).

Er bestaan in heel Guatemala slechts 6 kranten, alle uitgegeven in de hoofdstad. Slechts enkele exemplaren bereiken de landelijke bevolking (75 % van de totale bevolking). Alleen een symbolische oppositie is er toegelaten. Sinds '63 heerst er volledige censuur.

## 3. Brits Guyana

-----

De Britse Daily Mirror Dagbladen hebben er de Guiana Graphic en de Sunday Graphic opgelocht.

#### 4. Honduras

-----

Het is de grootste en meest geïsoleerde staat van Centraal Amerika. De invloed van de United Fruit Company is er groter dan waar ook. Lange tijd was de beste krant, uitgegeven te San Pedro Sula, een Amerikaanse. De meeste bladen zijn in handen van de regering of van de politieke partijen. Het analfabetisme is eer zeer hoog en in '66 was er geen oplagecijfer groter dan 10.000. In de hoofdstad Tegucigalpa, verschenen rond de vijftiger jaren El Diario, een Centrum-krant, El Cronista, El Pueblo, liberaal getint naar Dr. Morales (anti-amerikaans), Prensa Libre en La Epoca, eigendom van de United Fruit Co.

De totale oplage bedraagt 2,5 exemplaren per 100 inwoners, terwijl het nationaal inkomen per hoofd 8.200 Bfr. was in '61. Buiten de 5 dagbladen, verschijnen er nog zo'n 25 week-, veertiendaagse en maandelijks bladen.

Alleen El Cronista bezit een rotatiepers. Slechts twee kranten hebben een abonnement op een persagentschap: El Dia op AP en El Cronista op Prensa Latina (Cubaans persagentschap) en op AFP; voor zover ze deze dan nog gebruiken !

Beide kranten zijn 8 pagina's dik"; El Dia kan er slechts 8 in één keer drukken. Het grootste deel van de ruimte wordt dan nog ingenomen door politieke polemieken, eerder dan aandacht te schenken aan lokaal, nationaal of internationaal nieuws. El Dia, die dan nog het meeste nieuws geeft, heeft 4 editoriaal schrijvers en 3 reporters !

Behalve 2 zijn alle kranten in handen van politieke partijen of van de regering. El Pueblo is in het bezit van de liberale partij, El Nacional is van de Nationalistische Partij en El Correo de Norte hangt af van de regering. El Dia, die misschien wel de meest "onafhankelijke" krant is, kleeft het nationalistische standpunt aan en is sterk anti-Castro. El Cronista is de jongste tijd links geworden en drukt soms zijn pro-kommunistische en pro-Cubaanse gevoelens uit. Hondurase journalisten moeten eerst politieker zijn en dan pas journalist, willen ze hun plaats houden. El Cronista die als "onafhankelijke" krant de grootste financiële moeilijkheden zou moeten hebben, wordt op de been gehouden door buitenlandse fondsen.

Te dikwijls verzaakt de pers in Honduras (en geheel Latijns-Amerika is daar geen uitzondering op) aan haar verantwoordelijkheid tot informatie, opvoeding, oriëntatie en vervalt ze in beïnvloeding, zonder er de gevolgen voor het land van te willen onder ogen zien.

Een voorbeeld van polemiek die dagelijks in de vijf kranten wordt gevoerd, in volgend gedicht, verschenen in El Pueblo van 23 juli '62 :

! Pizarrazo  
 con tu misma moneda !  
 Allà en su tumba immortal  
 el cadàver de Lempira se contorsiona fatal,  
 de tanta farsa y mentira  
 de "El Dia" y "El Nacional";  
 pues en tal prensa infernal  
 el culto al indio viril  
 con el cacique cenil  
 en un acto criminal  
 confunden el Aguila Real  
 con un misero reptil ...  
 R.S.A.

## 5. El Salvador

-----

De gehele pers van El Salvador staat onder controle van de "cafeteros" (koffieplanters, ofte de grote landeigenaars) die het regime steunen omwille van hun zakelijke belangen. Haar informatiebronnen bestaan uitsluitend uit AP en UPI.

De kranten uit de hoofdstad worden ook in de belangrijkste steden verspreid, maar in de landelijke gebieden, waar het anal-fabetisme groter is dan 50 %, worden ze weinig gelezen. De modern-uitziende La Prensa Gráfica heeft de hoogste oplage nl 45.000; het is een Centrum-krant, met elke dag minstens één pagina kultureel nieuws. Verder: Diarrio Latino, pro-amerikaans en anti-regeringsgezind; Tribuna Libra is de min of meer officiële spreekbuis van de regering met als hoofddoel: propaganda maken voor de industrialisatie van het land; Ultimas Noticias, pro-amerikaans; El Diario de Hoy. Al deze kranten worden uitgegeven te San Salvador. Sonsonate en Santa Ana hebben elk één dagblad.

## 6. Nicaragua

-----

25 jaar lang was er hier een strenge censuur, die in '61 versoepeld werd. Tevoren was er censuur als in geen ander land van Centraal-Amerika door de Amerikaanse invloed en de autoritaire regering. Elk gecensureerd artikel werd toen vervangen door een foto van Ava Gardner (dikwijls 2 of 3 per pagina). In 1835 verscheen de eerste krant, El Telegrafo Nicaraguense, te Léon en in 1884 het eerste dagblad, Diario de Nicaragua, te Granada. In '66: La Prensa (16.000); Novedades (18.000), de spreekbuis van de president; La Flecha (8.000), liberaal, heeft veel minder invloed dan beide eerste.

## 7. Costa Rica

-----

Hier bestaat een tamelijk sterke publieke opinie. De totale oplage bedraagt ongeveer 10 % van de totale bevolking. Het is het minst analfabete land van Centraal Amerika. De 6 kranten die van een volledige politieke vrijheid genieten, hebben een totale oplage van ongeveer 120.000.

La Nacion, dat een sterk konservatief beleid voert, is in handen van de cafeteros. De tweede belangrijkste krant, La Republica, is de spreekbuis van de regering. Verder nog : El Diario de Costa Rica en La Prensa Libre dat een onafhankelijke avondkrant is met een veel grotere invloed dan al de andere. Zoals in de andere republieken van de landengte, wordt het buitenlandse nieuws hoofdzakelijk door de Noord-Amerikaanse agent-schappen geleverd.

In San Jose wordt een Engelstalig blad uitgegeven, de Daily Express.

## 8. Dominikaanse Republiek

-----

Politiek wordt hier zeer gewaardeerd en het eigenaarschap van sommige kranten wordt in vraag gesteld. Het hoge percentage analfabetisme is de grootste struikelblok voor elke publikatie die er verschijnt; het bedraagt er ongeveer 60 % van de bevolking. In '67 bedroeg de totale oplage der kranten (haast uitsluitend uitgegeven en verspreid in de hoofdstad, Santo Domingo) 82.000 of 2,7 ex. per 100 inwoners.

In de tijd van Trujillo was de ganse pers in zijn handen. Het meest gewaardeerde dagblad, Listin Diario, gebruikte zelfs de nieuwe datering: "in het tijdperk van Trujillo". Nadat de diktator vermoord was, bleef de nieuwe president Juan Bosch nog steeds een zekere censuur uitoefenen. Hij verbood La Nacion omdat deze een advertentie geplaatst had voor een radikale linkse politieke partij; het was nochtans een regeringskrant. Zij bleef toch verschijnen, zelfs na de revolutie van '65 toen haar eveneens een verschijningsverbod werd opgelegd. Tijdens Bosch's bewind werd Prensa Libre opgericht door door Rafael Bonilla Aybar. Deze vroegere uitgever van La Nacion gebruikte dit nieuwe blad om Bosch aan te vallen. In '65 werd deze krant door het volk vernield, terwijl de uitgever naar Puerto Rico werd verbannen.

Het dagblad Listin Diario werd onder Trujillo verboden, maar weer toegelaten onder Bosch. Radikalen, zowel van links als van rechts, zeggen dat het eigendom is van de regering Balaguer.

El Caribe: de eigenaar German Ornes kreeg, dank zij de hulp van de IAPA (Inter American Press Association), het beheer over zijn krant terug, die verboden was onder de Trujillo-diktatuur. Zij wordt beschouwd als de beste en meest invloedrijke krant van het land omdat ze steeds naar onpartijdigheid streeft.

De IAPA meldde dat slechts één van haar vijf publikaties na de revolutie van oktober '65 verder bleef verschijnen, nl. La Información. Deze krant wordt uitgegeven in Santiago. Op de frontpagina leest men volgende boodschap :  
Om onafhankelijk te zijn kan een krant zich niet verbinden met de regering, een politieke partij, een oligarchie. Zij kan zich alleen wijden, en exclusief, aan de belangen van het volk... Als buitenlandse nieuwsagentschappen heeft zijn UPI, King Features Syndicate, NEA budget en International Feature Service.

La Hoja werd gesticht in '65. De krant pretendeert onafhankelijk te zijn; zij bevat weinig advertenties. Verder verschijnen er nog 20 à 30 kranten die niet dagelijks verschijnen. Het zijn dikwijls de organen van de politieke partijen, met meestal anti-USA opvattingen. Zonder twijfel bestaat er in de Dominikaanse Republiek een sterk streven naar een vrije en onafhankelijke pers. Buitenlands nieuws wordt goed verzorgd.

## 9. Puerto Rico

-----

In 1807 verscheen La Gaceta, het officiële orgaan van de spaanse regering; deze krant bleef bestaan tot de Amerikaanse bezetting in '98.

Rond 1960 verschenen in San Juan twee spaanse kranten, El Imparcial ('17) en El Mundo ('19) elk met een oplage van meer dan 50.000, en één engelstalige.

In Ponce en Arecibo verschijnt één krant.

## 10. Panama

-----

In 1822 werd Misceláneo en in 1849 Panama Star gesticht. Van deze laatste werd er later een spaanse uitgave gedrukt : La Estrella de Panamá. The Panama Herald ging over in de Panama Star & Herald. In '25 verschenen Panama American en El Panamá-America dat met het eerste geassocieerd is; in '44 verschenen Nation en La Nación. De meeste van de 10 dagbladen die er verschijnen zijn tweetalig (spaans-engels). De nationalistische kranten op tabloied-formaat die verschijnen in Panama-City, zijn de spreekbuis van de anti-imperialistische propaganda, die de Kanaalzone in eigen bezit wil.

## II. DE PERS IN ZUID-AMERIKA

---

### 1. Columbia

-----

De Columbiaanse pers groeide sedert 1785 (toen werd Gaceta gesticht, 6 jaar later gevolgd door Papel Periodico) uit tot een betrekkelijk vrije groep van 40 kranten in 1953. Deze situatie veranderde plotseling toen Rojas Pinilla president werd. Spoedig volgde hij een politiek van strenge censuur, welke zijn hoogtepunt bereikte met het verbieden van de drie grootste kranten, waaronder Bogota's El Tiempo, liberaal en de meest invloedrijke van Columbia. Na het afzetten van de president in mei '57 werd de censuur afgeschaft door de militaire 5 man junta. De kranten El Tiempo, El Espectador en El Siglo verschenen opnieuw. De beide eersten hadden de grootste oplage in '61, met respectievelijk 156.000 en 109.000 exemplaren.

De tweespalt tussen de konservatieve en de liberale partij, wordt eveneens weerspiegeld in de pers; de uitgevers van de kranten El Tiempo en El Siglo zijn beiden rivaliserende partijleiders en president geweest.

Vijf dagbladen, uitgegeven in de hoofdstad Bogotá, zijn verantwoordelijk voor de helft van de oplage van de in totaal 26 kranten. Het uitgeven is nochtans gedecentraliseerd en in vele landelijke steden verschijnen er bladen met een oplage van meer dan 10.000. De grootste krant buiten de hoofdstad is El Colombia, gesticht in '12.

### 2. Ecuador

-----

In 1785 werd de eerste krant opgericht te Quito, de Gaceta de Santafé. Na de revolutie van 1809 werd de Gaceta de la Corte de Quito gesticht.

De 27 dagbladen van dit ogenblik, verschijnen in het spaans en richten zich eerder tot de geletterde bevolking in de steden. De meerderheid van de bevolking woont nochtans op het land en spreekt enkel Quecha, de inlandse taal. Negen van die bladen verschijnen in Quito, de hoofdstad (El Comercio - 1900; El Tiempo - 1964), en in Guyaquil (El Universo - 1921; La Razon - 1964; El Telgrafo - 1884), en nemen 85 % van de totale oplage voor hun rekening. De grootste krant drukt elke dag 60.000 exemplaren, terwijl de provinciale bladen er elk 2.000 tot 5.000 hebben. De pers is in handen van private personen en is vrij en relatief onafhankelijk van politieke controle. De voornaamste kranten geven én internationaal én plaatselijk nieuws. El Comercio, een invloedrijke ochtendkrant, heeft een

bijzondere reputatie voor verantwoorde en objectieve nieuwsgaring. Het Internationaal Centrum voor Hogere Studies in Journalistiek (CIESPAL), is gevestigd te Quito.

### 3. Venezuela

-----

De eerste krant verscheen in 1808 en heette Gaceta de Caracas. Tot '58 ging politieke diktatuur steeds samen met perscensuur, maar in dat jaar kwam er een democratische regering aan het bewind en kon de pers alle facetten van de politieke opinie uitdrukken. Wegens verscheidene subversieve activiteiten werd de persvrijheid nochtans verscheidene malen opgeheven.

Er zijn ongeveer 30 dagbladen en een 80 algemene weekbladen in het land. Negen kranten worden in de hoofdstad Caracas uitgegeven en deze zijn verantwoordelijk voor 2/3 van de totale oplage. De grootste oplagen hebben El Mundo en El Nacional, nl. meer dan 100.000. De meeste ernstige ochtendbladen geven verantwoord plaatselijk politiek en buitenlands nieuws.

### 4. Peru

----

De eerste krant van Zuid-Amerika werd uitgegeven door Antonio Ricardo in 1594 te Lima. In 1744 verscheen de Gaceta de Lima. Ten allen tijde stonden de kranten onder censuur van de overheid.

Van de 50 dagbladen die er verschijnen zijn er slechts een stuk of 6 die een respectabel aantal exemplaren hebben (tussen 60.000 en 90.000). De lokale pers raakt niet verder dan 5.000 en houdt zich bezig met de plaatselijke gebeurtenissen. El Comercio, gesticht in 1839 en daarmee één van de oudste kranten van Latijns Amerika, blijft vasthouden aan haar traditionele invloed door gans de geschiedenis van de republiek, getrouw aan haar ideaal van het eerste nummer: orde, vrijheid, kennis. El Peruano is een regeringskrant. Peru heeft een analfabetismegraad van 60 % en het merendeel van hen, meer dan 4 miljoen, stammen van de Indianen af; zij spreken het Quechua en het Aymara, terwijl de pers uitsluitend spaanstalig is, zodat ze onberoerd blijven voor het geschreven woord in de pers.

### 5. Bolivië

-----

In 1825 werd de Gaceta de Chuquisaca en de Còndor de Bolivia gesticht te Chuquisaca, de hoofdstad. De oudste krant van de jaren '60 is El Diario, in 1905 gesticht te La Paz. Onder het Paz Estenssoro regime van '52 was er sterke censuur.



Begin 1970 vaardigde de regering van Bolivië een dekreet uit dat de dagbladen voortaan verplicht iedere maandag hun kolommen vrij te maken voor brieven van lezers (tot nu toe verschenen er 's maandags geen kranten). Naast de lezersbrieven, zullen op die dag ook inlichtingen en commentaren verschijnen die niet eerder door de bladen werden gepubliceerd. Deze edities worden in het dekreet "arbeidspublikaties" genoemd. Alle bladen in Bolivië zijn in handen van partikulieren en de regering zegt dat zij door haar maatregel de persvrijheid vergroot. Aan de grondslag van dit dekreet liggen de journalistenbonden.

## 6. Brazilië

-----

De eerste wekelijkse krant was de Gaceta de Rio de Janeiro, gesticht in 1808, welke naam in 1823 veranderd werd in Diário de Governô. De oudste krant in de jaren '60 was Diário de Pernambuco (1825) van Recife. Hoewel de oplage van Jornal de Commercio van Rio (1827) kleiner is dan die van de meeste andere kranten aldaar, genoot ze een tiental jaren geleden een grote reputatie en had ze een grote invloed als conservatieve krant. De jongste tijd zijn er tamelijk goede nieuwsbladen ontstaan. Zeer goed is O Estado de São Paulo. Rond '60 was de grootste krant O Globo (1923) van Rio met een oplage van circa 200.000. Verder : Ultima Hora (112.000), O Dia (10.000), La Gaceta Esportiva (185.000), O Estado de Sao Paulo (120.000) en Correio da Manha, internationaal bekend.

Met zijn bevolking van meer dan 75 miljoen is Brazilië tevens het grootste land van Latijns Amerika. Als gevolg van haar koloniale geschiedenis, is de nationale taal het portugees. Spijts een groot analfabetisme, lezen de Brazilianen zo'n 250 dagbladen met een gezamenlijke oplage van 4 miljoen en hebben ze daarnaast nog ongeveer 1.500 niet-dagelijkse bladen met een oplage die 60 % uitmaakt van het nationale totaal. De minderheidsgroepen hebben duitse, italiaanse en japanse dagbladen ter beschikking. Een dagbladketen, Diários Associados, heeft 31 kranten (o.a. Diário da Noite, O Jornal, Diário du Pernambuco enz.), 4 tijdschriften en een nieuwsagentschap in handen (naast een dozijn tv-stations en 20 radiostations).

Begin 1920 besloot de regering voor een periode van 2 jaar, het drukken van het nieuws te financieren bmv. de Banco do Brasil, maar sommige kranten wilden daar niet van weten omdat ze regeringskontrolle vreesden.

Na de revolutie van 1931 werd een censuur ingevoerd die op sommige ogenblikken één van de strengste ter wereld was. De strijd voor een vrije pers begon in '45 met een niet-gecen-

sureerd interview met de voormalige presidentskandidaat America de Almeida, dat verscheen in de Correio de Manha. In dit interview kloeg hij de diktatuur aan en drong aan op meer vrijheid in Brazilië. De toenmalige president Vargas liet een democratische pers toe vanaf dat ogenblik en zijn opvolgers waren dit ook van plan, maar blijkbaar zonder succes. In maart '56 hief president Kubitschek alle censuur op. De val van president João ("Jango") Goulart, is een typisch voorbeeld van de rol die de massamedia spelen in de politiek van de "overgangslanden".

De gelden uit reclame en verkoop zijn onvoldoende om de uitgaven van de kranten te dekken. Sinds verschillende jaren hebben zij kunnen bestaan dankzij speciale tarieven en lage belastingen. De nodige bijkomende steun wordt verondersteld te komen van bepaalde economische en politiek geïnteresseerden alsook uit de private financiën van de eigenaars. Met de inflatie - gaande van 50 tot 60 % - was de macht van de overheid, die leningen toestond, een machtig wapen. De overheid controleert ook de invoervergunningen voor nieuw materiaal, de institutionele reclame voor overheidsondernemingen (waaronder de grote staatsolie-monopolies, o.a. Petrobràs), de vergunningen voor nieuwe tv-stations (dikwijls belangrijk voor kranteneigenaars; de tv is daar een goudmijn), benoemingen van ambassadeurs enz. Door al deze maatregelen kan de overheid een "vriendjespolitiek" voeren tav. de kranten.

De ideeën van de kranteneigenaars zijn klassiek liberaal, eerder dan Marxistisch en hun interessen zijn eerder konservatief dan revolutionair gericht. Dit hangt wellicht samen met het feit dat niet alleen de regering een bron van hulp is voor de kranten, maar ook de banken (behorend bij het establishment) enz. De grote sensationele krant Ultima Hora, de spreekbuis van het links socialisme sinds Vargas, speelde een grote rol in de linkse propaganda.

(Uit de Kranten van 21 en 23 januari '70)

"In Brazilië is de perscensuur niet alleen geïnstitutionaliseerd, maar werd ze door een dekreet zelfs uitgebreid tot de traditionele karnavalsvermommingen. Het sekretariaat voor de staatsveiligheid van de staat Guanabara heeft meegedeeld, dat bij het komende karnavalsfeest de kostumes die betrekking hebben op de militaire loopbaan of de godsdienst verboden zijn. Eveneens verboden is de bikini en elke kledij die "de moraal en de goede zeden" aantast.

Naar het zeggen van de mensen bevestigen deze maatregelen de vrees van de regering voor ondermijnende activiteiten tijdens de feestelijkheden in februari, die 4 dagen zullen duren. Voorts is de actie tegen het gebruik van een aantal termen

betreffende verdovende middelen eveneens opgevoerd. Zo werden meer dan 1.000 uitdrukkingen verboden door de federale censuurkommissie. Deze catalogus zal eveneens dienen voor de censuur op artistieke manifestaties, films, karikaturen, liederen en toneelstukken.

De normen voor de censuur op de drukpers werden op het einde van vorig jaar gepubliceerd, onder voorwendsel de verspreiding van pornografische lectuur tegen te gaan. Plaatselijke politieke kringen beschuldigden het regime ervan dat ze al wat in het land verschijnt als pornografie of subversief beschouwt, aangezien bepaald werd dat alle tijdschriften nadat ze gedrukt zijn, gereviseerd moeten worden. Hetzelfde geldt voor boeken. De revisie moet hier echter plaatsvinden voordat ze uitgegeven worden.

De wet verwijst niet naar de bladen, hetgeen blijkbaar niet nodig is, aangezien talrijke journalisten reeds werden opgesloten op beschuldiging van aanslag op de nationale veiligheid. Nog niet lang geleden kreeg het humoristisch (a)politieke (N.B. In het ene blad staat "politieke", in het andere blad staat "apolitieke": een zetduiveltje van een heel speciale soort !) blad "O Pasquin" van hogerhand bevel opnieuw te verschijnen na een schorsing van twee weken. De redakteuren en karikaturisten van het blad werden na meer dan twee maanden gevangenisstraf vrijgelaten. Ook werden talrijke journalisten door de politie afgeranseld. Een verslaggever van "Jornal do Brasil" was in de stad Belo Horizonte door een agent mishandeld toen hij langs de woning van het hoofd van politie liep, waarbij zijn arm uit de kom raakte. De agent die hem had aangevallen, had geen verklaring voor zijn gedrag willen geven. Wel had hij de perskaart van de journalist verscheurd en hem toegevoegd: "ik houd niet van verslaggevers. Zij zijn verantwoordelijk voor wat in dit land gebeurt" (A.P.)

De Diario Carioca (oplage 25.000) steunde de president Jango. De prestigebladen Diario de Noticias (65.000) en Correio de Manhã (75.000) steunden hem soms. De grootste krant van de Diarios Associados, O Jornal (60.000) en O Globo (175.000) en Jornal do Brasil (70.000) waren tegen hem gekant. Tribuna da Imprensa (20.000) voerde een hevige oppositie tegen het regime van Goulart.

## 7. Argentinië

-----

De massamedia in Argentinië zijn eerder typisch voor een onderontwikkeld land, eerder dan voor een ontwikkelingsland, zoals kan verwacht worden bij een analfabetismepercentage van 90. De globale dagelijkse krantenoplage per 100 inwoners bedraagt er 15. De 140 dagbladen en de 230 niet-dagelijkse bladen met een algemeen karakter zijn verspreid over de verschillende

provinciesteden. De twee grootst leggen beslag op 70 percent van de totale oplage, nl. Buenos Aires en Rosario.

Van de 20 miljoen Argentijnen stamt de meerderheid af van Europeanen en blijven ze veel belang hechten aan buitenlands nieuws, terwijl ze ook niet ongevoelig blijven voor hun vroegere cultuur en taal. Het kosmopoliete Buenos Aires heeft engelse, duitse, franse, italiaanse, joodse, poolse en arabische dagbladen, naast een dozijn spaanse.

Daar ook verschijnt de belangrijkste engelstalige krant van Zuid-Amerika, de Herald. Zij werd gesticht in 1876 en bevat veel buitenlands nieuws: ze heeft een abonnement op UPI en AP.

Het 100-jarige La Prensa heeft een internationale reputatie verworven, terwijl ze beschouwd wordt als de beste spaanstalige krant van de wereld. Hoewel het blad met een oplage van 350.000 niet het grootste is van Argentinië, heeft het toch een grote invloed als "quality paper" (ze wordt door velen beschouwd als behorend tot de tien beste kranten van de wereld). Zij is nog steeds in het bezit van de familie Paz; de krant kreeg faam door volumineuse wereld-nieuwsberichten, door haar merkwaardig gerangschikte advertentie-sectie, door haar editoriale onafhankelijkheid en door haar speciale "openbare diensten". In '51 werd ze in beslag genomen door de regering tot na de val van Péron in '55.

Het blad heeft een abonnement op UPI; ze is in principie democratisch gericht en ook internationaal; men zou haar een voorloper en een voorbeeld voor Latijns Amerika kunnen noemen.

La Nacion plaatst eveneens veel internationaal nieuws in haar kolommen. Zij is nationalistisch gericht en katholiek; ze verzet zich tegen de verminderde machtspositie van Argentinië in Latijns Amerika. Zij werd opgericht in 1870 door één van de helden van de republiek Bartolomé Mitre. In '60 was haar dagelijkse oplage 240.000, terwijl die van de zondagseditie 300.000 bedroeg.

In de tweede grootste stad van Argentinië, Rosario, verschijnen ook nog : La Capital (110.000), opgericht in 1867; Crónica (35.000), een kwaliteitskrant, gesticht in 1914; zij is lid van de Inter American Press Association en elke krant is 10 tot 12 pagina's dik; zij plaatst meer en meer sport en "menselijk nieuws" in de plaats van politiek nieuws; la Tribuna (25.000), opgericht in 1927 en lid van dezelfde vereniging.

Sinds Péron werden de kranten meer dan eens gecensureerd, nl. door de CONASE (National Security Council). Een geweldige inflatie maakte het de kleine krantjes moeilijk terwijl een

ekstra-zegeltaks de pers financieel zwak en onstabiel maakte. Het krantenwezen heeft nooit meer zijn peil van vóór Péron bereikt. Er zijn veel gevallen bekend van journalisten die betaald werden om "ongewenst" nieuws te "vergeten" en die twee jobs tegelijk hadden, zelfs op rivaliserende redakties. Er bestaan drie persagentschappen; grootste en oudste: Agencia Noticiosa Saporiti.

## 8. Uruguay

-----

Tijdens de korte Britse bezetting van Montevideo in 1807 verscheen er een engels-spaans blad, La Estrella del Sur. Eén van de langst bestaande, hoofdzakelijk politieke bladen, was El Telégrafo (1850-1931). Er leven 90 % ongeletterden en nochtans het hoogste dagbladen-oplage-percentages. Bijna de helft van de bevolking leeft in de hoofdstad Montevideo, waar de meeste van de 35 kranten verschijnen. Twee kranten verschijnen in het hebreuws, de rest in het spaans. Er bestaat geen censuur. De grootste oplage heeft een namiddagkrant, El Diario, nl. 170.000. Verder: El Dia, El Pais (1919), El Plata (gesticht in '15, later samengevoegd met El Dia).

## 9. Paraguay

-----

Tot ongeveer 1898 verschenen er onregelmatig kranten. In gans het land verschijnen er 10 op dit ogenblik. Asunción heeft de belangrijkste : La Tribuna (1925), El Pais (1923) en Patria (1946).

## 10. Chili

-----

Chili's 50 dagbladen en 200 twee-wekelijkse en wekelijkse bladen omvatten veel zeer kleine kranten, die zich op de provinciestedjes richten. Deze sterk landelijke pers is een gevolg van de grote ongeletterdheid (80 %). De meest belangrijke kranten, die dan ook 2/3 van de totale oplage verzorgen, verschijnen in San Diego en Valparaiso. De "economische elite" bezit de meeste kranten (11 groepen bezitten en controleren meer dan 70 % van de Chileense industrie); er bestaat één grote keten, die bestaat uit metropolitaanse en provinciale bladen; de andere kranten zijn in handen van de politieke partijen en de kerk. Een grote krant, La Nacion, steunt altijd het regime en krijgt een nieuwe staf na elke presidentsverkiezing. In 't algemeen schenkt de konservatieve, gekontroleerde pers geen aandacht aan sociale onrust en belangrijke Chileense problemen.

De eerste krant was La Aurora de Chili die in 1810 te Santiago verscheen.

De verschillende kranten die er verschijnen zijn de volgende :

- El Mercurio: gesticht in 1827 met een dagelijkse oplage van 220.000 ex. Zij is representatief voor de verschillende bedrijfssectoren van Chili met een rechtse politieke strekking.
- La Tercera: oplage van 180.000; politieke strekking, onafhankelijk van Centrum-rechts.
- El Siglo: oplage van ongeveer 60.000; officiële krant van de Chileense kommunistische partij.
- La Nacion: oplage van 80.000; geeft de stem en de gedachte weer van de Chileense regering.
- La Prensa: vervangt de krant Diario Ilustrado, die ophield met verschijnen na 100 jaar publicatie. Ze werd onlangs terug begonnen door een vereniging van financierders met een democratisch kristelijke strekking en nu geeft ze de politieke ideeën van deze partij weer. De oplage is nog niet gekend, maar men kan aannemen dat ze de 50.000 exemplaren overschrijdt.

Verder nog : El Clarin, Las Ultimas Noticias, La Ulyima Hora. In de provincie: El Mercurio (onafhankelijk van deze die verschijnt in Santiago; ze wordt uitgegeven in Valparaiso en Antofagasta); verder in Valparaiso La Esterella en La Unión; Chilian: La Discusión; Temuco: El Austral; Concepción: La Patria en El Sur.

### III. TIJDSCHRIFTEN

De eerste kranten in Centraal- en Zuid-Amerikaanse landen, hadden dikwijls de vorm van tijdschriften omwille van hun veelzijdig karakter. Maar tot aan de 20e eeuw verschenen er geen tijdschriften als zodanig. Rond deze tijd kwam de kleurendruk op en de geïllustreerde week- en maandbladen kenden een grote populariteit.

Dominikaanse Republiek: Ahora is een liberaal, invloedrijk tijdschrift, waarvan het lezerspubliek grotendeels bestaat uit studenten en intellectuelen. Het spruit voort uit een hoofdartikel op 15 jan. '67 van het dagblad van Santiago, La Informacion, ter gelegenheid van zijn vijfde verjaardag.

Mexico: Het grootste tijdschrift is daar het veertiendaagse La Familia (1931).

Argentinië: Heeft veel meer tijdschriften dan enig ander Zuid-Amerikaans land met een zeer grote lezerskring. Het veelzijdige weekblad Maribel (1932), op rotogravure, beroemde zich rond het midden van de 20e eeuw op de grootste oplage

Van Zuid-Amerika, alhoewel Para Ti (1922), eveneens van Buenos Aires, dat zich tot de vrouwelijke bevolking richt, het eerstgenoemde op de voet volgt.

Brazilië: In Rio de Janeiro verschijnen verscheidene tijdschriften. Novos Rumos is een uiterst links officieel-kommunistisch (strekking Rusland) blad. Meer revolutionair is Semanário alsook Classe Operària en Panfleto. Hun oplage is klein. Verder verschijnen er nog twee voortreffelijke tijdschriften (zoals ook de andere in 't portugees): En Sei Tudo (1920), een algemeen-informatief maandblad en Vida Domestica (1920), een vrouwenblad.

Ecuador : Te Guyaquil verschijnt maandelijks het onafhankelijke blad Vistazo.

Venezuela : De voornaamste geïllustreerde tijdschriften zijn: Momento, Elit, Venezuela Gráfico, Espacio, Tiempo, Visión del Este, Para Ellas. Tussen de kulturele en wetenschappelijke tijdschriften vindt men: La Revista Nacional de Cultura, Ciencia al Dia , Revista de Historia, Sic, Politica, El Mes Económico.

## B E S L U I T

Na dit (eigenlijk onvolledig) overzicht van de toestand van de pers in de Latijns-Amerikaanse landen dat - het weze nogmaals gezegd - zeer bemoeilijkt werd door de schaarse en relatief oude bronnen, dringt zich een soort synthese op, een globale besluitvorming.

Alhoewel er een bepaalde ontwikkeling in de goede richting wordt vastgesteld blijft de pers in vele Latijns-Amerikaanse landen nog een luxe-goed voor de intelligentsia waarin ze zich polemisch afzetten tegen elkaar, meestal alleen uit machtsdrang want "zij" hebben het goed voor met de toekomst van hun land. Zij weten dat er iets moet veranderen - cfr. de "dagelijkse" revoluties - maar het volk (waar het uiteindelijk toch om gaat) wordt er zo weinig mogelijk bij betrokken. Daaraan is het analfabetisme uiteraard niet vreemd: het getal schommelt tussen 50 en 90 %. Tegenover de oplagedichtheid van 49 % van Zweden (hoogste van de wereld; UNESCO-cijfers van '68) en de 30 % van West-Europa en de USA, slaat het Latijns-Amerikaanse werelddeel een heel pover figuurtje (gemiddelde van ongeveer 3,5 %). Dikwijls heerst er op het platte land een analfabetisme van 100 % wanneer het cijfer 90 % vernoemd wordt, omdat de resterende 10 % zich in de stad bevindt.

Er werden en worden lofwaardige pogingen gedaan door oppositiekranten - merendeels linkse, zonet kommunistische, zo ze al toegelaten worden. Maar zolang radio en tv in handen blijven van de heersende machtsgroepen - zonder United Fruit Co en de CIA te vermelden - en het analfabetismecijfer geen grondige daling vertoont, zal er niets fundamenteel veranderen; verergeren zelfs, en dit door de snelle bevolkingsaan groei. Tenzij het voorbeeld van Chili met zijn president Allende gevolgd kan worden en dit ook blijft een eksperiment.

Echte kwaliteitsbladen zijn er ook schaars: als enige zou men kunnen noemen de Braziliaanse La Prensa die internationale bekendheid (en reputatie) heeft verworven. Verder bestaan er nog grote, belangrijke en invloedrijke bladen, maar in hoever ze objektieve berichtgeving en goede kommentaar kunnen leveren, blijft een vraagteken. Hoe kan men zoiets geven bij de onafgebroken censuur en wanneer men gebonden blijft aan grootgrondbezitters of de daarmee samenhangende politieke partijen? Alles speelt zich af op het politieke vlak, ook bij de oppositiekranten en -bladen, omdat daar juist het grote knelpunt ligt.

Er zijn vier grote redenen voor de lage oplage van de kranten (algemeen gesproken) :

1. Het lage inkomen per hoofd van de bevolking (Honduras: 8.200 Bf. per hoofd in '61; Mexico: 15.000 Bf. per hoofd in '63 enz.).
2. Het hoge analfabetisme (cfr. hoger wat betreft cijfers).
3. Het algemeen wantrouwen tegenover de pers wegens regerings-, politieke en economische druk.
4. De algemene onbekwaamheid van de journalisten en de bladen; kranten worden nog te dikwijls opgericht, niet om de mensen te informeren of geld te verdienen, maar om een persoonlijk gril te voldoen. Journalisme wordt beschouwd (en men handelt er ook naar) als een part-time job.

Tot besluit zouden we de problemen willen geven waarmee de pers in Centraal-en Zuid-Amerika te kampen heeft en die ze zou moeten oplossen om onafhankelijk, bekwaam, sterk en technisch goed uitgerust haar land te kunnen dienen:

1. Regeringsdrukking op allerlei manieren: gaande van het weigeren toekennen van staatsadvertenties tot de grove censuur. Vele kranten zijn ook helemaal verkocht aan de administratie.
2. Onbekwaamheid: zoals José Pages Llergo, uitgever van het meest invloedrijke Mexicaanse tijdschrift, het zegt : "Slechts 10 % van de Mexicaanse journalisten zijn professional. Bij een wedde van nog geen 200 Bf. per dag, beoefenen de meesten hun beroep als een hobby".



3. Het lage inkomen van de krant: gevolg van de financiële toestand van de staatsburgers-lezers of potentiële lezers en samenhangend met
4. De lage oplage : 1/10 van de oplage in Europa en USA of nog minder.
5. Slechte technische uitrusting: volgt uit punt 3. Door de miserable uitrusting verkrijgt men een dito produkt, wat dan weer de oplage en het inkomen drukt.

We hebben hier enkele gedachten weergegeven, de toestand van de pers in de Latijns-Amerikaanse landen als een silhouet met vage omtrekken, geschetst; het dramatische van het beeld wordt nochtans verhelderd door enkele hoopgevende elementen voor de toekomst.

---

Bijlage 1

## KRANTENPAPIERVERBRUIK IN LATIJNS-AMERIKA

Land	Verbruikt krantenpapier per hoofd (in kg)		
	1949-'50 (gemidd.)	1958	1967
Argentinië	7,8	8,2	10,6
Bolivië	0,8	0,6	0,9
Brazilië	1,6	3,6	2,1
Chili	4,2	4,2	6,2
Columbië	1,3	1,5	2,8
Costa Rica	1,8	2,9	5,1
Dominikaanse Republiek	0,4	0,9	0,7
Ecuador	1,1	1,6	2,3
El Salvador	-	1,6	3,3
Guatemala	0,6	0,9	0,7
Honduras	-	0,5	0,7
Mexico	2,2	2,4	3,0
Nicaragua	0,6	0,6	2,2
Panama	3,6	2,6	3,3
Paraguay	-	0,5	0,6
Peru	1,1	1,3	3,7
Puerto Rico	3,4	5,1	6,3
Uruguay	6,5	10,7('57)	-
Venezuela	-	3,6	6,2
België (+ Luxemburg ?)	7,3	11,7	15,9
Verenigde Staten	31,5	33,7	41,9

Ongetwijfeld vormt het gebruik van krantenpapier per hoofd van de bevolking een aanwijzing voor het kulturele peil van een volk of ten minste van de inspanning die het zich getroost om dit peil te verhogen. Toch is het niet mogelijk hieruit regelrechte konklusies te trekken.

Bron : Winkler Prins encyclopedisch supplement '58 en '69, respektievelijk p. 21 en pp. 24 en 25.

Bijlage 2

## AANTAL DAGBLADEN EN OPLAGE PER 1.000 INWONERS IN LATIJNS-AMERIKA

Land	aantal dagbladen (1)		oplage per 1.000 inwoners	
	68-69	64-65	68-69	64-65
Brits Honduras	2	2	55	52
Costa Rica	5	6	59	94
Dominikaanse republiek	5	7	27	27
El salvador	8	8	47	45
Guatemala	8	6	38	31
Honduras	6	7	19	20
Mexico	239	140	116	115
Nicaragua	6	8	49	66
Panama	11	9	78	76
Puerto Rico	4	4	102	59
Argentinië	87	113	128	155
Bolivië	14	9	26	34
Brazilië	73	54	34	54
Chili	36	29	118	119
Columbië	35	34	53	56
Ecuador	16	12	44	57
Guyana	4	0	191	0
Paraguay	5	8	37	37
Peru	72	68	47	45
Uruguay	26	27	314	185
Venezuela	26	21	68	78

(1) Alleen die kranten die 4 maal of meer per week verschijnen werden vermeld; bij de oplage per 1.000 inwoners is het cijfer voor 64-65 soms groter dan dat van 68-69: dit is denkelijk te wijten aan de sterke bevolkingstoename.

Bron : Britannica : book of the year 66 en 70.

Bijlage 3OVER DE PERSVRIJHEID IN LATIJNS-AMERIKA

(Uit de kranten van donderdag 28 januari 1971).

In de meeste Latijns-Amerikaanse landen bestaat geen persvrijheid, staat te lezen in een verslag dat gepubliceerd werd door de Interamerikaanse Persbond waarvan het dagelijks bestuur in Rio bijeen kwam. De toestand in Chili is sinds de verkiezing van Allende een reden tot grote bezorgdheid. Tot dit besluit komt een rapport van de kommissie voor persvrijheid van de Persbond.

De associatie waarschuwde woensdag op een perskonferentie in Buenos Aires (?) dat een kommunistische regering op het Zuidamerikaanse kontinent niet alleen een bedreiging is voor de vrije pers, maar ook voor de politieke instellingen van andere landen.

De Interamerikaanse persassociatie is een vereniging van ongeveer 750 dagblad-direkteurs en journalisten uit zowat 30 Noord- en Zuidamerikaanse landen die haar hoofdkwartier in New York heeft.

In het verslag dat opgesteld werd door Julio de Mesquita Neto, directeur van de Braziliaanse krant O Estado de San Paulo, tevens voorzitter van de kommissie voor de persvrijheid wordt o.m. betoogd dat de toestand zo erg is dat er tenslotte maar drie landen zijn, nl. Costa Rica, Venezuela en Columbië, waar een echte persvrijheid heerst. De overige landen verdeelt het rapport in twee categorieën: totalitair en onderdrukkend; als voorbeeld van de eerste categorie wordt Peru genoemd, van de tweede Chili. Bolivië past volgens de opstellers in geen enkele categorie, want dat is een nationalistische anarchie met vrijzinnige tendensen die een wrede diktatuur belooft te worden. Er is geen censuur, maar er heerst daar zoveel wanorde dat niet mag worden gezegd dat dat de fundamentele rechten en vrijheden waarborgt.

In Brazilië is van persvrijheid geen sprake. Hierbij wordt herinnerd aan de aanhouding van negen redakteurs van het humoristische weekblad O Pasquin en van de heer François Pelou, directeur van het AFP-bureau in Brazilië, die het land moest verlaten. In een brief aan de Interamerikaanse Persbond, aldus steller van het verslag, dankte de heer Pelou de bond voor zijn diensten en wees hij voorts alle tegen hem ingebrachte beschuldigingen kordaat van de hand. Na te hebben gewezen op de moeilijkheden, die de korrespondent van Le Monde, de Braziliaanse journalist Ireneo Guimares, met het Braziliaanse gerecht had, onderstreept het verslag, dat de ontvoering van de Zwitserse ambassadeur Bucher voor de pers nieuwe moeilijk-

heden bracht omdat elke perspublicatie daarover eerst aan de censuur moest voorgelegd worden. In Brazilië zijn de kranten overgeleverd aan willekeur, als gevolg van uiteenlopende interpretatie van de wetten.

In het verslag wordt vervolgens de mening geuit dat, als het zo blijft voortgaan men weldra ook in Chili van geen persvrijheid meer zal kunnen gewagen. Chili wordt zienderogen een diktatuurstaat en daar valt thans voor wat in Cuba is voorgevallen. Er is geen censuur maar de regering zet de kranten onder economische druk. Volgens het rapport zal het grote Chileense dagblad El Mercurio binnen vier maanden bankroet zijn, als gevolg van de kredietbepalingen en de loonmaatregelen van de regering-Allende. De advertentie-inkomsten waren al met 60 % afgenomen.

Na ook het gebrek aan persvrijheid in Paraguay en Peru te hebben aangeklaagd, wijst het verslag erop dat in Panama geen spoor van persvrijheid overblijft, daar de regeringen van die landen niet de minste kritiek dulden. Bij de kranten in Peru is chaos ontstaan door de nieuwe industriële wetten.

De situatie in Argentinië wordt beter, maar de pers wordt in vele steden nog steeds door onderdrukking gehinderd.

In Uruguay bestaat een periodieke censuur, omdat de persvrijheid niet los kan gezien worden van de strijd tegen het terrorisme. Niettemin is er volgens het rapport een klimaat van verdachtmakingen en vervolging.

In Mexico, Ecuador en de landen van Centraal-Amerika is het krantenpapier zo duur, dat de krantendirecties steeds meer afhankelijk worden van de overheidsorganen.

(AFP)

---

Men neme dit verslag op sommige punten best met een korreltje zout (cfr. de gebondenheid met de USA enz.), vooral wat betreft de (toekomstige) situatie van Chili (zie het besluit van deze studie).

---

Bijlage 4

Volgorde der Amerikaanse landen in verband met de persvrijheid.

Vrij in hoge mate	1. Canada 2. Peru 3. Verenigde staten 4. Costa Rica 5. Uruguay 6. Guatemala 7. Venezuela
Vrij met geringe controle	8. Bolivië 9. El Salvador 10. Columbia 11. Jamaica 12. Ekuador 13. Honduras 14. Panama
Vrij met veel controle	15. Mexiko 16. Brasilië 17. Chili 18. Dominikaanse Republiek 19. Argentinië
Overgangssysteem	
Gekontroleerd in geringe mate	
Middelmatig gekontroleerd	20. Haïti
Gekontroleerd in hoge mate	21. Kuba

Wegens gebrekkige informatie niet geordend : Nicaragua en Paraguay.

Bijlage 5

Gegevens omtrent de berichtgeving en meer in het bijzonder de nieuwsagentschappen van latijns amerika.

ARGENTINIA : minder dan 10 % analphabeten.

De drie argentijnse nieuwsagentschappen zijn: Agencia Noticiosa (ANS), Telenoticiosa Americana (Telam) en Asociacion Periodistas Argentinos (APA), verzorgen naast de wereldagentschappen AP, UPI, AFP and Reuters het nieuws. Bovendien hebben sommige grote kranten buitenlandse korrespondenten.

BOLIVIE : in 1962 bedroeg het analphabetisme 60 %. 62 % van de kinderen zijn schoolgaand. Onder de indische bevolking zijn zowat 90 % analphabeten, bijna evenveel spreken geen spaans.

Dit land heeft een eigen nationaal persagentschap. Buitenlandse berichtgeving wordt door meerdere internationale persagentschappen geleverd. Grote bladen hebben vrije medewerkers in het buitenland, slechts bij bijzondere gebeurtenissen worden eigen korrespondenten gestuurd.

BRAZILIE : analphabetisme : 46 %.

Agencia Meridional, Ltda in Rio de Janeiro verzorgt alleen de kranten en radiovennootschappen van de Diaros Associados met de binnenlandse berichtgeving. Agencia Sul America de Noticias (Asapress 1942), overwegend in het zuiden. Argos Press, Rio de Janeiro.

De regeringspersagentschap Agencia Nacional (AN te Rio de Janeiro. De verzorging van de berichtgeving gebeurt in feite door de wereldagentschappen, namelijk de Tass buro te Rio de Janeiro en de AFP en UPI afdelingen te São Paulo.

GUYANA : Er is geen eigen nieuwsagentschap. De belangrijkste kranten ontvangen hun nieuws langs Reuters. De Mirror bedient zich van de ADN, deze levert kosteloos berichtgeving aan haar plaatselijke agenten. Alle Guayanese bladen hebben bovendien nieuwsdienst-verbindingen met Europa.

CHILI: 33 % analphabetisme.

Alle belangrijke wereldpersagentschappen zijn hier vertegenwoordigd. Daarenboven heeft dit land vier agentschappen : Agencia Coper (Cooperativa Periodistica), Sociedad Periodistica del Sur (Sopesur) - en tevens een van de twee grootste dagblad-koncerns van het land -, Agencia Orbe, Agencia Prye (Pers, radio en film).

COLUMBIA : De twee nationale nieuwsagentschappen bevinden zich te Bogota: Columbia Press, die de columbianaanse berichten aan de provinciebladen doorgeeft, en Servicio Prensa Nacional. De buitenlandse nieuwsagentschappen zijn hier : AFP, UPI, AP, Reuters, TASS, Novosti en Hsiahua.

COSTA RICA: analphabetisme 14 %.

DOMINIKAANSE REPUBLIEK: van 1930 tot heden : van 75 % tot 55 % analphabetisme.

Beide landen hebben geen eigen persagentschap. Binnenlandse berichten worden door korrespondenten verzameld, de buitenlandse berichten komen van AP en UPI.

ECUADOR : 43 % analphabetisme.

Geen eigen nieuwsagentschap, ofschoon hun oprichting in 1947 door het National Perskongres beslist werd. Inlandse berichtgeving is het werk van eigen korrespondenten, officiële meldingen komen van het regeringsbulletijn Registro Oficial. Buitenlandse berichten komen van AP en UPI.

EL SALVADOR : hoge analphabetisme.

Geen eigen nieuwsagentschap. De hoofdstadsbladen hebben een goede buitenlandse berichtgeving overwegend afkomstig van AP, UPI en AFP. Er bestaat geen Informatie ministerie, wel een Departamento de Relaciones Publicas de Casa Presidencial dat een dagelijks nieuwsbulletijn met regeringsvermeldingen aan de pers en radio verspreidt. Daarnaast zijn ook binnenlandse korrespondenten.

GUATEMALA : Geen eigen persagentschap. Buitenlandse berichten afkomstig van AP, UPI.

Buitenlandse berichten verzorgd door eigen korrespondenten. Het dagblad El Gráfico steunt zich op AFP.

HONDURAS : Geen eigen nieuwsagentschap. De kranten leveren weinig van de buitenlandse berichten afkomstig van AP en UPI. Berichten uit buurstaten komen per telefoon van San Salvador. Er is geen regeringsinstantie belast met de verspreiding van nieuwsberichten tenzij men de kwasi officiële blad Tribuna Libre hier misschien kan vermelden. De berichten verzorging wordt als ontoereikend beschouwd. Alleen El Cronista is zowel bij Prensa Latina (Kuba) als bij AFP geabonneerd.

MEXICO : Heeft geen eigen nationale persagentschap; alhoewel het nieuwsagentschap Informex dit wel tracht te worden. De vroegere Agencia Trens en Anta bestaan heden niet meer. De overheidsinstantie Dirección General de Información publiceert een dagelijkse bulletijn voor de verspreiding der binnenlandse berichtgeving.



NICARAGUA : analphabetisme : 20 % in de steden  
70 % op het platteland.

Heeft geen eigen persagentschap alhoewel Noti-Nica te Managua in dit opzicht vermeld werd. De bladen vermelden weinig buitenlandse berichten die door AP of UPI, geleverd worden. Voor het binnenlandse nieuws zijn ze aangewezen op eigen korrespondenten en de berichten van de afzonderlijke ministeries. Een Ministerie voor Informatie bestaat niet.

PANAMA : 14 % analphabetisme.

Geen eigen nieuwsagentschap. Er is weinig buitenlands nieuws (AP en UPI), het binnenlandse nieuws wordt verzorgd door eigen korrespondenten.

PARAGUAY : 30 % analphabetisme in het binnenland.

Geen eigen nieuwsagentschap. Tijdens W.O. II begonnen Reuters, UP en INS daar werkzaam te zijn, voordien bestond er helemaal geen georganiseerd systeem van nieuwsverspreiding. Vandaag worden buitenlandse berichten door AP, UPI en Efc (Spanje) verzorgd, binnenlands nieuws wordt door eigen korrespondenten verzameld.

PERU : algemene schoolplicht; onder de volwassen bevolking heerst er 50 % analphabetisme.

Geen eigen nationaal nieuwsagentschap. The Peruvian United Press werkt als een afdeling van UPI en bezorgt alleen nieuws aan El Comercio, daar deze laatste haar ook financiert. De overige kranten krijgen hun buitenlands nieuws van AP, UPI en AFP. Er bestaat geen Informatie ministerie, maar een overheidsafdeling koördineert de informatiedienst der verschillende ministeriën en verspreidt zich ook tot de omroep; deze berichten worden door de provinciepers als binnenlandse berichtgeving aangewend.

PUERTO RICO : 13,4 % analphabetisme (1964).

Zij heeft een eigen nieuwsagentschap : Caribbean and Latin American News Service (Calans, San Juan).

URAGUAY : de schoolgaande jeugd bedraagt 90 %. Dit land heeft het geringste analphabeten van Zuid Amerika : 9 %.

In 1945 werd de Agencia Nacional de Informaciones (ANI) opgericht voor de binnenlandse berichten, in 1965 heeft deze opgehouden te bestaan. AFP, ANSA, AP, dpa, UPI en Reuters verzorgen de buitenlandse berichtgeving, deze agentschappen - uitgezonderd dpa - hebben buro's in de belangrijkste latijnsamerikaanse nieuwscentrums, Montevideo.

VENEZUELA : Heeft een eigen nieuwsagentschap : Prensa Venezolana (PEUE) te Caracas, daarbij nog drie bijburo's. De regering heeft geen eigen Informatie Ministerie of dienst, maar in de afzonderlijke ministeries bestaan er persburo's of een persafdeling. De persdienst van het Ministerie van Buitenlandse Zaken publiceert een officiële nieuwsbulletijn.

---

#### BIBLIOGRAFIE

- Collier's Encyclopedia, trefwoord: Newspaper, p. 520 B.
- Encyclopedia Britannica, nr. 16 (Newspapers) en nr. 17 (Magazines).
- Journalism Quarterly: News and the Mass Media in the Dominican Republic door B.A. Waggoner, '67, p. 533.
- The press in Honduras: A portrait of five dailies, door M.A. Gardner, '63, p. 75.
- Unique English-Language Daily Succeeds in Mexico City, door R.R. Cole, aug. '70, p. 553.
- The press in Mexico : Past, present and future door E.H. Erlandson, '64, p. 232.
- Content analysis of news in 3 Argentine Dailies door P.R. Hoopes, '66, p. 534.
- Argentina's provincial dailies reflect neutralism of mass media in country's political crisis door M. Alisky en P.R. Hoopes, '68, p. 95.
- The mass media and Brazil's 1964 Crisis, '67, p. 297.
- Mass media used by sub-elites in 11 Latin American countries, '61, p. 460.
- Images of the US in the Latin American press, '64,
- Public opinion and press opinion in 4 Latin American countries, '69, p. 53.
- Chambre Encyclopedia, trefwoord Newspapers.

- Gazette : Problems related to the training of journalists in Latin America, '66, p. 45.
- Media use and socioeconomic status in a Latin American capital, '63, p. 51.
- The image of the "Yanqui", in the Mexican press, '62.
- Hablemos, Sunday supplement, reaches the homes of the leadership of almost half of Latin America, '60.
- The press in Central America, '55, p. 153.
- Publizistik : Die Deutsche Presse in Mexico door M. Oestede Bopp, '61, p. 145.
- The press in developing countries : The press in Latin America, door E.L. Sommerlad, Sydney University Press 1966, p. 41.
- UNESCO, World Communications, Paris 1964.
- R.H. Chilcote, The press in Latin America, Spain and Portugal, Hispanic American Report, Stanford University, 1963.
- J.C. Merrill, C.R. Bryan, M. Alisky: The foreign press, Louisiana State University, 1964.
- "Boliviaanse bladen moeten elke maandag speciale editie uitgeven" in Het Laatste Nieuws.
- Ambassade van Chili, Bd. de l'Empereur 15, Brussel.
- Ambassade van Ecuador, Louisalaan 105, Brussel.
- Ambassade van Venezuela, Cambrélaan 22, Brussel.
- "Persvrijheid ernstig beknot in Brazilië - Censuur tot carnavalsvermomming uitgebreid" in Het Volk.
- "Braziliaanse censuur bemoeit zich ook met karnavalskleding" in Gazet van Antwerpen.
- "Slechts drie Zuidamerikaanse landen genieten persvrijheid" in Gazet van Antwerpen.
- "In de meeste Zuidamerikaanse landen bestaat geen persvrijheid" in Volksgazet.
- "Persvrijheid is zoek in Latijns-Amerika" in De Standaard.
- "Verslag Interamerikaanse Persbond: geen persvrijheid in meeste Zuidamerikaanse staten" in Het Belang van Limburg.
- Handbuch der Weltpresse : band 1 - Die Pressesysteme der Welt, band 2 - Weltkatalog der Zeitungen uitgegeven door het Instituut voor Publiciteit van de Universiteit van Munster onder de leiding van Henk Prakke, Winfried B. Lerg en Michael Schmolke.

## MANAGEMENT EN INFORMATIEPOLITIEK

### I. Erkende begrippen over management en informatiepolitiek

Gedurende het laatste decennium hebben de auteurs, die de noodzaak van een voortdurende en gesystematiseerde informatie naar buiten in het licht van een weloverwogen business management probeerden te schetsen, zo ijverig de hand aan de pen geslagen, dat het er wel op leek alsof zij mekaar de loef wilden afsteken. Het is ondertussen wel duidelijk geworden dat zij de aandacht van de ondernemingsleiders hebben willen vestigen op de sociale verantwoordelijkheid - ook buiten de ondernemingen - van de bedrijfswereld. Zij bezwoeren de verantwoordelijken in de zakenkringen het oog open te houden voor het noodzakelijk te bereiken evenwicht tussen het zuiver winst oogmerk en de rechtmatige verlangens van de omgevingswereld. Begrippen als "public responsibility" en "corporate citizenship" waren weldra uit de States overgewaaid en - al dan niet vertaald - in de West-Europese literatuur terug te vinden.

Ter verduidelijking laat ik hier een korte bloemlezing volgen, vooreerst uit de Angelsaksische en verder uit de West-Europese literatuur terzake:

#### A. Angelsaksische literatuur

D. Finn : "its responsibility to others and its burden as a  
----- citizen in the industrial community".

J.E. Marston : "There is something new, and that is the  
----- realization, within the past few decades at  
least, that in communication the receiver is at  
least as important as, and perhaps even more im-  
portant than, the sender".

Het tijdschrift Fortune : "The corporation is also being  
----- asked to review its responsibili-  
ties in a broader and more nearly system-wide  
context than has usually been the case before,  
and to use its influence to encourage and help  
political bodies determine the public interest  
and take appropriate action based thereon".

## B. West-Europese literatuur

R. Caussin : "Les relations de bon voisinage de l'entreprise".  
-----

L. Matrat : "Le flux des échanges entre les prestations de  
----- la cellule entreprise et des apports de ses  
publics pose un problème d'équilibre instable  
dont la rupture est toujours grave".

P. de Woot : "Tout d'abord l'entreprise tend à se définir  
----- à partir d'une finalité nouvelle, basée sur des  
valeurs admises par l'opinion et capable de lui  
conférer une personnalité éthique.  
... Ensuite, l'entreprise tend à pratiquer une  
politique d'information systématique.  
... Enfin, la notion de responsabilités publi-  
ques recouvre encore un aspect supplémentaire,  
distinct de la finalité et de la simple infor-  
mation : c'est celui de la bonne compréhension  
mutuelle".

M.J. Kingsma komt in zijn boek "Reputatiebehartiging" met het  
----- begrip "menselijke en maatschappelijke marge"  
van het bedrijf voor de dag.

## II. Kritische studie van die begrippen

In deze orde van gedachten is het duidelijk dat de informatie-politiek, die de ondernemingen zich proberen eigen te maken, als betrachting heeft, het publiek te overtuigen van het eerlijke streven van de onderneming om het openbaar belang te dienen, en door het oplichten van de sluier van geheimzinnigheid rond de onderneming soms ongegronde kritiek te voorkomen, kortom de nodige sfeer van vertrouwen en goodwill rond haar activiteiten te scheppen. Zaak is dat thans uit een toenemend scepticisme ten opzichte van het bedrijfsleven blijkt dat dit vertrouwen zeer broos is : bij de contestatiebewegingen worden de maatschappij in haar geheel en het bedrijfsleven in het bijzonder in één adem genoemd, en dit houdt voor de ondernemingen een niet te miskennen uitdaging in.

Dit heeft voedsel gegeven aan geschriften waarin het gekende patroon "sociale verantwoordelijkheid - systematische informatie - vertrouwen en goodwill" niet meer zo evident lijkt. Men stelt de ondernemingen tegenover de achtergrond van een veranderende sociale omgeving en een steeds opstijgende maatschappijkritiek. Men is zich gaan afvragen of de pogingen om te overtuigen te doorzichtig waren, of misschien niet overtuigend genoeg...?

Dow Votaw en S. Prakash Sethi bestuderen het probleem in een artikel "Do we need a new corporate response to a changing social environment?", verschenen in California Management Review. Zij concluderen na een vrij lange inleiding: "It would seem that the long-run interests of the corporation, its managers and stockholders, depend in very large part upon the means and success with which certain critical social problems in the next decade or two are sought to be resolved. Many of our society's best minds, skills, experience and innovative techniques are reservoired in the great corporations. Many of the social problems themselves are attributable to ways in which technology and the corporation have revamped our environment. The corporations are among the major repositories of power and influence. The problems cannot and will not be solved by political bodies alone."

Uit de tekst blijkt dat zij, sprekend over "kritieke sociale problemen", vooral denken aan het gevaar voor de werkveiligheid, de verontreiniging van het leefmilieu, de opkomst van de consumptiemaatschappij, het esthetisch uitzicht van onze leefwereld, de opslorping van het individu door de techniek, e.d.

Zonder de praktische moeilijkheden voor het bekampen van deze problemen over het hoofd te willen zien, menen zij toch dat er inde bedrijfswereld een zekere inhibitie bestaat ten opzichte van externe pressies, die maakt dat doorgaans één van volgende drie typereacties naar voor komt:

- de public relations-reactie;
- de juridische reactie;
- de industrial relations- en onderhandelingsreactie.

"The underlying problems of race and corrupted environment remain unconfonted and unsolved", zo denken de auteurs van dit artikel. De oplossingen die zij voorstaan kunnen worden teruggebracht tot vier:

1. De ondernemingen moeten het innoverend karakter erkennen van de beslissingen die verband houden met de sociale ontevredenheid.
2. Innoverende beslissingen moeten kunnen genomen worden zonder rekening te houden met de bevoegdheidsgrenzen tussen de afdelingen.
3. De topleiding zal moeten blijk geven van de oprechte wil om de behoeften van het publiek te begrijpen en ermee rekening te houden.
4. Het doel kan slechts worden bereikt indien de topleiding duidelijk te kennen geeft dat zij haar sociale verantwoordelijkheid aanvaardt.

Het uitgangspunt van Votaw en Sethi is misschien waardevol; in hun verdere uiteenzetting en conclusies brengen zij niet zoveel nieuws. Dat men met juridische revendicaties zeer omzichtig moet wezen is zonder meer duidelijk, dat de public relations- en onderhandelingsreactie op zichzelf ontoereikend kunnen zijn hadden anderen reeds vóór hen ontdekt. Weliswaar doen zij er goed aan de ondernemingsleiders op het hart te drukken dat zij dringend iets moeten gaan doen aan de sociale eisen van de omgeving. Deze waarschuwing komt geenszins te vroeg. In "Test-Aankoop" (tijdschrift van de Belgische Verbruikersunie) van januari 1970 verscheen een artikel over "Konsumentisme", waarin de typische reacties van de producenten op de consumentenbewegingen, ondermeer de public relations-reactie, op de korrel worden genomen.

Dit is slechts één van de tekenen, die erop wijzen dat de kritiek op het ondernemingsbeleid tot in brede lagen is doorgedrongen.

Votaw en Sethi laten evenwel in het midden hoe men in concreto dient te werk te gaan. In feite worden verschillende wegen opengelaten, en zelfs de public relations- en onderhandelingsreactie worden niet zonder meer afgeschreven, zoals blijkt uit deze sententie : "Another change must come in terms of frame of mind. The corporations must be willing to communicate with even those groups whose values may not agree with the traditional values or the position of the corporation. The spirit should be not of antagonism, but of willingness to understand and discuss".

### III. Proeve van synthese

In bedrijven, waar de oprechte wil voorhanden is om een werkelijk positieve - eventueel totaal nieuwe - bijdrage te leveren om tegemoet te komen aan de behoeften van de omgevingswereld, lijken een adequate informatie- en onderhandelingspolitiek toch nog op hun plaats te zijn. Waar het eerste faalt, faalt natuurlijk het tweede; ook dat is niets nieuws. "Any business must show its ability to succeed without public relations, before public relations can do any good" schreef David Finn reeds in 1960.

Ten aanzien van de tweede term van mijn titel (informatiepolitiek), past het hieraan toe te voegen, dat bedrijfsinformatie niet is : het aaneenpraten van scheefgelopen situaties. Het is ook de rol van de informatie-afdeling steeds de ramen te openen op de actualiteit, om te volgen in hoeverre de eigen boodschap bij het publiek doordringt, en om steeds te weten welke de vigerende opinies en attitudes zijn bij de publieksgroepen waarmee zij moet communiceren. Er moet dus

een zeker parallellisme bestaan tussen management en informatiepolitiek :

- de bedrijfsleiders moeten oog hebben voor de problemen en behoeften van de sociale omgeving, en de oprechte wil bezitten eraan tegemoet te komen;
- de informatie-afdeling moet de waakzaamheid verscherpen omtrent elke wijziging in de houding en de verwachtingen van het publiek, en steeds op de bres staan om elke positieve oplossing kracht bij te zetten, door het uitbrengen van een boodschap die weet te overtuigen.

Concluderend kan - in afwachting dat de problematiek van de veranderende sociale omgeving zo grondig wordt dat een totaal nieuwe aanpak terzake is vereist - met Dr. P. Kuin, lid van de Raad van Bestuur van Unilever, worden gezegd dat drie dingen zijn vereist : zelfonderzoek, betere presentatie, en integratie in de gemeenschap.

1. Zelfonderzoek, ook van het eigen interne en externe beleid, dat altijd en overal behoort te voldoen aan de normen van de cultuur waarin men leeft en die men sowieso zelf belijdt.
2. Betere presentatie: de meeste grote ondernemingen zijn veel menselijker en plezieriger dan de bezorgde buitenstaander vermoedt... Men moet hopen dat langs de weg van reportages en door vakmensen geschreven of gefilmde portretten van ondernemingen toch iets te bereiken valt.
3. Betere integratie : er is reden om ook naar andere dan zakelijke vormen van integratie te streven. Het accent op de zakelijkheid roept namelijk gemakkelijk de bekende karikatuur op en kan leiden tot isolement van de onderneming en haar leiders in de samenleving.

Betere integratie begint bij "good citizenship". Dit behoort in méér dan subsidies tot uiting te komen; de ondernemingsleiding dient het talent en de werkkraft waarover ze beschikt als dit nodig is nu en dan te gebruiken om een probleem van de plaatselijke gemeenschap op te lossen. Hetzelfde geldt voor regionale en nationale aangelegenheden.

Het vertrouwen en de goodwill, die hiermee gewonnen worden, zijn zo precair, dat het precies hierom wenselijk en zelfs noodzakelijk is, hieraan een gecoördineerd informatiebeleid te koppelen, liefst gevoerd met het oog op een open wederzijdse dialoog met het publiek, zodat op ieder ogenblik de polsslag van de omgevingswereld kan worden gevoeld.

Filip Deprez.



Bibliografie

- CAUSSIN R. : Les relations de bon voisinage de l'entreprise (Etudes et documents du C.N.B.O.S., série Relations Publiques, nr. 7).  
Bruxelles, C.N.B.O.S., 1956.
- DE WOOT P. : La fonction de l'entreprise.  
Louvain, ed. Nauwelaerts, 1962.
- FINN D. : Public Relations and Management (Reinhold Management and Science Series).  
New York, Reinhold Publishing Cy., 1960.
- FORTUNE, jan. 1968, pp. 127-128.
- KINGMA M.J. : Reputatiebehartiging. Caleidoscoop van de Public Relations.  
Amsterdam, Agon Elsevier, 1965.
- KUIN, P. : Onderneming en Maatschappij.  
Rotterdam, Unilever N.V., 1969.
- MARSTON J.E. : The nature of public relations.  
New York, Mac Graw and Hill Co., 1963.
- MATRAT L. : Relations Publiques et Management (tekst van een redevoering), 1970.
- VOTAW D., en SETHI S.P. : Do we need a new corporate response to a changing social environment ?  
(California Management Review, 1969, vol. 12, n° 1).
-

MASS COMMUNICATION AND AMERICAN EMPIRE (H. Schiller).

Bij het lezen van dit boek stelt men zich de vraag : "Waar gaat dit alles eindigen". Schiller schetst op een konkrete manier de ontwikkeling van radio, T.V., de groeiende militarisatie van het kommunitiewezen en de tegenstelling tussen de westerse wereld en de ontwikkelingslanden.

Henry Luce was de eerste die inzag dat uit een concentratie van de economische machten en de massamedia een enorme macht zou resulteren. Vroeger zag men alleen de economie als middel tot internationale macht, pas de laatste jaren is men de belangrijkheid van de kommunitiemedia gaan inzien. Robert Sanoff drukte dit aldus uit "Informatie zal een basisbestanddeel worden ekwivalent aan de energie in de economische wereld."

Hoe is dit alles gegroeid ?

Een succesvolle industrialisatie ging vroeger gepaard met het in bezit nemen van een radiostation. Velen zagen de radio als een attraktieve vorm van inkomen. Maar het markteconomisch systeem dreef het omroepwezen in handen van enkele fabrikanten die langzaam aan het monopolie verwierven. Niet alleen de radio, ook de T.V. kwam in hetzelfde schuitje terecht.

Wanneer nu dit gemonopoliseerd systeem nog onder militaire invloed geraakt, wordt de toestand precair. Men kan zich dan terecht de vraag stellen of de objectiviteit van informatieve programma's niet in het gedrang komt. Die groeiende militarisatie is een typisch kenmerk. Beetje bij beetje kwam het kommunitiewezen onder militaire controle. Dit kwam zelfs zover dat Mc.Namara als minister van defensie bij belangrijke besprekingen in Genève (1963-1964) beslissingen kon nemen die de Amerikaanse staat zouden binden.

De militairen hadden vlug de strategische waarde van de kommunitiemiddelen door. Een zegsman verklaarde in dit verband "dat het militaire apparaat de kommunitiemiddelen ziet als een integraal deel van hun bewapening. Men begon in te zien dat de tegenstelling tussen de westerse wereld en de ontwikkelingslanden steeds groter werd wat het uitbreken van crisissen in de hand werkt. Daarom moest er een kommunitiesysteem uitgebouwd worden niet om deze landen te helpen maar wel om zo snel mogelijk het militaire en politieke apparaat in werking te kunnen stellen.

Dit alles heeft nu niet als doel de wereld vooruit te helpen, maar wel de bestaande toestand te bestendigen. Om dit te kunnen realiseren werd onze aardbol netjes in twee verdeeld. Het noordelijk en westelijk deel kwam onder het kommerciele toezicht van Comsat. Het zuiden en het oosten werd aan de militairen toegewezen. Comsat en ook Intelsat zijn twee organismen door de Amerikanen in het leven geroepen om hun macht op kommunikatief terrein uit te breiden. Deze twee maatschappijen moesten trachten de kommunikatiesatellieten in handen te krijgen om hun macht in de toekomst te verzekeren.

Andere landen mogen deelhebbers zijn aan hun systeem maar dit betekent louter afnemer zijn van Amerikaanse produkten.

Dit alles leidde tot enkele maatregelen in die landen die het gevaar begonnen te beseffen. Sommige landen zoals Japan en Groot Brittannië probeerden hun eigen produkten te beschermen. Groot Brittannië bepaalde dat een zeker percentage van hetgeen op T.V. verschijnt uit de Commonwealth moet komen.

Het grote probleem is echter : hoe de ontwikkelingslanden beschermen. Deze landen worden volgepropt met Amerikaanse afleveringen van allerlei soort. Onder auspiciën van de U.N.O. trachtte UNCTAD (world conference on trade and development) de ongelijke positie van de ontwikkelingslanden te kompenseren. De massamedia zouden een prachtige rol kunnen spelen om die landen op een hoger peil te brengen. De programma's zouden hun leiders moeten helpen om tot een betere sociale integratie te komen en om het analfabetisme te bestrijden. Maar het zijn de negatieve konsekwenties die doorwegen.

De familiekring in deze landen krijgt een hoop zaken te slikken die ze niet kunnen verwerken. Deze twee botsende kulturen hebben een zware terugslag. De families zijn niet in staat een bepaalde stabiliteit en homogeniteit te tonen in hun strijd tegen deze aanvallen, zoals het westerse gezin.

De nieuwe kulturele ideologische structuren van de ontwikkelingslanden zijn even kwetsbaar voor de sociaal-kulturele westerse produkten als de nieuwe industrieën van deze landen voor de geweldige westerse maatschappijen.

De toekomst heeft deze landen ook niet veel te bieden. Eens het gebruik van satellieten op punt staat ligt er voor de V.S. weer een prachtig terrein open om zijn feuilletons en reklamespots te vertonen.

In zijn konklusies geeft Schiller enkele algemene beschouwingen. Het eerste dat hem geweldig treft in de huidige Amerikaanse maatschappij is een eng nationalisme. In tegenstelling tot de United Nations resoluties en presidentiele verklaringen, heeft de ontwikkeling van de kommunikatie en vooral van

de ruimtekommunikatie blijkt gegeven van een agressief nationalisme. De innigheid die de betrekkingen tussen Comsat en Washington kenmerkt doet denken aan dat zonderlinge wezen, staatskapitalisme. Samenhangend met dit laatste, is er het probleem van een sociaal gebruik van de technologie in het algemeen. De obstakels in deze tijd zijn niet van materiele maar van sociale aard. Technologisch gezien heeft de mens een enorme hoogte bereikt maar een sociale structuur die aan deze technologische zou moeten beantwoorden is ten achter gebleven, vooral in Amerika. Technisch ontwikkeld Amerika is sociaal achteruit geraakt door een institutionele machinerie die bepaalde zaken in stand houdt die reeds lang voorbijgestreefd zijn. Paradoxaal, de meest moderne sektor van het sociale leven nl. de elektronische communicatie, dient dikwijls als de chefkonservator van oudmodische gedragspatronen. Verwachten we van de komende technologie dat ze onze institutionele problemen zou oplossen en ons dan op een hoger vlak verheffen, tegen onze wil in. Het is een bepaalde opvatting maar volgens Schiller een verkeerde. Wij moeten de technologie leiden of zij zal gebruikt worden tegen ons. Op kommunikatief terrein schijnt het tweede voor een bepaalde tijd vast te staan. Op het ogenblik is er een visie van wat zou kunnen zijn. De routine is gebroken. We hebben sinds kort het gedacht laten varen dat een hogere kwalitatieve levensstandaard bereikt is, als het technisch realiseerbaar is.

Maar de weg naar een sociaal gebruik van de technologie loopt over het terrein van belangengroepen, geprivilegeerde klassen en zelfvoldane beslissingnemers. De ontwikkeling van de moderne elektronische communicatie illustreert de mogelijkheid die het heersende kader heeft om zichzelf te beschermen tegen een eventuele omverwerping.

Het publiek begint het omroepsysteem in vraag te stellen. Het kan nauwelijks betwist worden dat de recente trend in publieke discussie over het oprichten van een belangenvrije omroep nuttig is. Deze discussies worden gestimuleerd door het foundations. De vraag van het ford foundations is sinds jaren niet gesteld.

Waarvoor dient communicatie? Gezet in zelf-kritische termen wordt de vraag "Wat voor nut heeft een bepaalde maatschappij eraan een instrument te bezitten met een geweldige capaciteit als het moet dienen, in dienst staat van onderwerping, irrelevantie, middelmatigheid?"

Het originele ford foundations plan voorzag, informatie waarin besloten zat, het laten zien en horen van belangrijke kongres hearings, nieuwsinterpretaties, interviews en discussies met nationale en internationale leiders, politieke kam-

pagnes, kulturele programma's welke de beste zouden zijn die er bestaan.

Hoe kan dit gerealiseerd worden ?

Sommigen geloven dat het kan door een bestel in leven te roepen dat gefinancierd wordt door de staat. Maar anderen bekritisseren deze opvatting. De voornaamste tegenstand voor zulk systeem komt van deze Kongressections en groepen die vrezen dat het systeem zou overheerst door voortrekkers van ekstreme sociale groeperingen.

Een andere vraag in dit verband is, of het wel mogelijk is een publieke instelling uit te bouwen, waarvan de directeurs benoemd worden door de president, dat zijn subsidies ontvangt van het kongres en dat toch vrij zou moeten blijven om typisch burgerlijke gevoelens aan te klagen. Er moet verandering komen. Maar het gevaar zit hem in het feit dat men om veranderingen door te voeren, zou grijpen naar revolutie. Schiller vraagt zich af of het niet mogelijk is dat anticipatie en planning de rol zouden overnemen om tot sociale verandering te komen. Dit is voor hem de essentie, de taak en de rol van de massa-kommunikatie in de V.S. Zulk kommunikatiesysteem kan maar tot stand komen met de medewerking van de meest dynamische elementen. Het Establishment heeft bewezen dat het niet in staat is een kommunikatiesysteem te realiseren zonder kommerciele bindingen.

Als men in de toekomst tot een verantwoord kommunikatiebeleid wil komen is het noodzakelijk dat er grondige sociale verandering komt.

A. Lommelen.

## DE NIEUWE LINIE 25

Eind maart 1971 vierde de Nieuwe Linie, sinds 4 mei 1963 opvolgster van de Jezuiten Linie, het vijfentwintig jarig bestaan.

Het is zinvol om kort de historiek en de huidige situatie van dit Nederlands opinieweekblad te schetsen. Ik gebruik daarvoor artikels van Joos Arts in de Nieuwe Linie van 1 april 1971, van Martin Ruyter in de Volkskrant van 17 april 1971 en van Jan Verdonk in "Ons Erfdeel".

In de Lente van 1946 (29 maart) startte de oude Linie o.l.v. pater professor Dr. J.H.C. Creyghton s.j. en enige religieuze medewerkers, gefinancierd door het Nederlands hoofdkwartier van de Jezuiten in Den Haag.

Het doel van Creyghton was "een offensieve verschansing op te werpen tegen de chaotische vloedgolven die de wereld dreigen op te slurpen. Door deze verschansing én te zelfder tijd een laaiend anticommunisme plaatsten hij en zijn medewerkers - waaronder nog al wat neo-fascisten - de oude Linie met een uiterst rechts in het spectrum van de naoorlogse Nederlandse pers. Tegen 1950 bluste het koude oorlogsvuur van de Linie wat af die zich ook op andere terreinen wat minder pamflettistisch ging opstellen. In dat jaar treedt pater Creyghton af als hoofdredacteur. Hij wordt opgevolgd door pater Verhofstad die van De Linie, nog steeds zeer rechts, een prettig blad voor het gehele gezin moest gaan maken. Al in 1953 geeft hij uitgespeeld die opdracht terug. Een ander goedwillend confrater, de novicemeester Simon Maas, neemt de taak over. Hem is het evenmin gelukt - intussen in 1954 voor het eerst vakkundig en professioneel in lay-out gezet - een aanvaardbaar en eigentijds gezicht te geven. In de latere jaren vijftig ging De Linie zoetjes aan naar haar einde ondanks de goede, vaak progressieve dingen van sommige medewerkers als de in 1956 binnengehaalde Nico van Hees. In 1960 mocht Joos Arts van zijn jezuïetenbazen nog eens proberen het blad een onafhankelijke status te geven, volstrekt vrij, op nieuwe financiële basis en gemaakt door goede vakjournalisten. Het lukt hem niet. Op 27 oktober 1962 kondigde de tijdelijke hoofdredacteur aan dat het blad na 31 december 1962 niet meer zou verschijnen. Door dit bericht getroffen was de Amsterdamse bank Teixeira de Mattos bereid tot ondersteuning, de journalisten daarbij zwart op wit de vrije

hand latend - "Het Roomse volk mag toch ook wel een strijdbaar blad hebben" -, waardoor de Jezuiten van de sores en van het blad af waren. Toen De Linie op 4 mei 1963 Nieuw werd, schreven de aftredende hoofdredacteur pater dr. S. Maas en zijn opvolger, de van de Volkskrant komende leek G.J. van den Boomen : "Ons vernieuwde weekblad richt zich tot allen voor een openhartig gesprek. Het wil - evenals paus Joannes met zijn concilié en zijn vredesencycliek - ruimte, openheid, medemenselijkheid, dialoog, waar vroeger verstarring en taboe heersten. De Nieuwe Linie wil klankbord, kruispunt, podium zijn". Die beginselverklaring heeft in een tijd dat openheid nog allerminst gemeengoed was bij het katholieke volksdeel het blad heel wat moeilijkheden bezorgd. Drie Jezuiten-redacteuren kregen in 1964 vanuit Rome een verbod om nog langer aan de Nieuwe Linie mee te werken. De opinie van het blad, vaak zo geheel anders dan die van de oude Linie, veroorzaakte de eerste jaren een angstwekkend verloop onder de abonnees. Een bankkrach bracht in 1966 het blad aan de rand van de afgrond. Gelukkig werd een oplossing gevonden. Sindsdien verbetert het weekblad in volstreekte vrijheid gestaag zijn "bevrijde" positie. Ook in België.

Herman Van Pelt.

---

LICENTIAATSVERHANDELINGEN

---



TV-AMUSEMENT : MASSA-CONSUMPTIE VIA FICTIE (1)

---

"... there has been almost no serious research dealing with the meaning of entertainment."

"... this categorie of program has rarely, if ever, been made an object of specific study."

Dit zijn citaten van respectievelijk Meyersohn, Lazarsfeld en Field. Wij delen hun visie. Amusement wordt inderdaad stiefmoederlijk behandeld. Door practici en theoretici. In schrille tegenstelling met de informatie bijvoorbeeld.

"Alles was mit Information zu tun hat, ist in unseren Tagen nachgerade zu einem Schlagwort geworden", schrijft Silberman. Sierksma noemt dit intellectueel snobisme.

Er bestaat alleszins een lacune. Wij hebben onze eindverhandeling benut om die leemte enigszins aan te vullen. Wat geen sinecuur is gebleken.

Onmiddellijk stoot je al op een "Babylonische" terminologieverwarring. Niet ten onrechte schrijft G. Prager : "Ich habe noch keine zwei Menschen getroffen, die in der Meinung darüber was "Unterhaltung" sei, einer Meinung waren."

Sport bijvoorbeeld wordt in Frankrijk als informatie beschouwd en door de Amerikaanse onderzoekers bij variété ondergebracht. De tv-pers spreekt zelden van amusement. Ook bij de omroepen is de verwarring groot. In het organisatieschema van de BRT is geen sprake van amusement.

Ons eerste doel was dus een werkdefinitie creëren. Hiervoor was het nodig dat wij eerst een deugdelijk referentiekader opbouwden. Dit deden wij uitgaande van de vrijetijdsbesteding en de massacultuur. Een collega noemde dit een wetenschappelijk paraplu-systeem.

Als werkdefinitie formuleerden wij : TV-amusement in massa-consumptie via fictie (en situeert zich in de centrale zone van de massa-cultuur).

Ingewijden zullen merken dat de formulering geïnspireerd is op Morin. Zijn "L'esprit du temps" was inderdaad het basiswerk van onze studie.

---

(1) BRATTINGA Freddie : TV-amusement. Massa-consumptie via fictie.

K.U.L., Subfaculteit Sociale Wetenschappen, februari 1971.  
J.M. Peters - L. Boone.

Om de werkhypothese te verifiëren is het noodzakelijk aan te tonen dat amusementsprogramma's inderdaad een consumptiekarakter hebben, en dat de programmamakers met amusement inderdaad een groot heterogeen publiek beogen en ook effectief bereiken.

Wij vallen hier dus terug op het meest klassieke, abstracte en vereenvoudigde communicatiemodel : zender, boodschap, publiek. Moeilijkheid in dit verband was dat wij elk element apart moesten onderzoeken, terwijl alle elementen in het communicatieproces functioneel met elkaar verbonden zijn.

Met het oog op die verificatie hebben wij vier weken lang alle programma's van de Vlaamse Televisie gevolgd. In cijfers betekent dit : 345 programma's of zowat 181 uren. Omwille van de periodiciteit, die in de televisie zeer sterk is uitgewerkt, en de BRT-opvatting i.v.m. programmatie, biedt die periode voldoende representatieve zekerheid. Vooral op basis van dit kijkonderzoek hebben wij de elementen van onze hypothese getoetst.

Om het consumptiekarakter van de boodschap na te gaan hebben wij dan een kwalitatieve analyse van de verschillende genres (film, toneel, variëté, sport, e.a.) gemaakt. In de verschillende amusementsgenres constateerden wij oppervlakkige, weinig uitgediepte, stereotiepe, gestandaardiseerde clichés.

Verder stelden wij een permanente potentialiteit van emotionele processen, als identificatie en projectie, vast. Dit komt zeer duidelijk tot uiting bij de persoanges, bijvoorbeeld. Zo was Dr. Kildare een volmaakt specimen van het "clean American boy"-type : duidelijk van het Arische ras, een gebit van een tandpasta-publiciteit, rein van zeden, gelovig - maar tot geen godsdienst behorend om niemand voor het hoofd te stoten - en zonder expliciete opvattingen.

Hoe algemener en vager de personages, hoe groter kans op identificatie en projectie.

De identificatie met Mannix wordt o.m. nog bevorderd door het feit dat men Mannix kan lezen als Man X; zijn voornaam is Joe. Wij zouden zeggen : Jan Alleman.

De emotionele processen worden nog bevorderd door het feit dat de personages bvb. niet in gezinsverband leven. Meestal zijn de personages ongehuwd (Mannix, Bonanza-helden enz.) of weduw(e/naar) (Marcus Welby, Julia, Doris Day). Met een boutade vergeleekt men tv-liefdes wel eens met x-benen : in het midden van het verhaal komen zij bij elkaar, maar op het einde lopen ze weer uiteen.

Zelfde fenomeen constateert men in het amusementslied : 63 percent van de hits gaan over liefde. Voor zover koos- of troetelnaampjes voorkomen zijn ze zo uitgedrukt dat ze op beide sekses kunnen slaan.

Nogmaals hetzelfde bij de kwissen, waar de toeschouwer zich ook met de kandidaat voor de camera identificeert.

H.S.Fisher heeft in dit verband de releverende constatie gedaan dat bij een kwis op de Bayerischen Rundfunk 63 percent van de camera-instellingen close-ups waren.

Ook bij een sportmanifestatie identificeert de kijker zich met de beoefenaar. Van emotionele processen bij toeschouwers op een sportveld is iedereen al wel getuige geweest.

Hogergenoemde constataties (oppervlakkige clichés + emotionele processen) tonen aan dat amusement zijn zwaartepunt vindt in het subject (kijker) zelf. En precies daarom is het consumptie. Dit impliceert eigenlijk al dat de programmamakers met amusement een groot heterogeen (massa) publiek beogen. Met het oog op een wetenschappelijke verificatie onderzochten wij de programmatie.

Hieruit blijkt dat amusement hoofdzakelijk (46,6 percent) in de avonden, tussen 20 uur en 22 uur, geprogrammeerd wordt. Het kijk- en luisteronderzoek van de BRT-studiedienst bevestigt dat precies op die dagen de potentiële kijkdichtheid het grootst is.

Dat de zender met amusement een ruim publiek wil bereiken ligt eigenlijk voor de hand.

Immers, ons amusement is hoofdzakelijk van Amerikaanse herkomst. Wat het aantal programma's betreft, is het USA-aandeel zo goed als even groot als het eigen aandeel. En wat de zendtijd betreft is het USA-import bijna even groot als het import uit de overige landen samen. De USA-import bestaat - in ons onderzoek - bijna uitsluitend uit tv-films.

Hierbij dient dan nog aangestipt dat ook de overige amusementsgenres, als bvb. kwissen, Amerikaanse produkten zijn.

Wie het "sponsored programmes"-systeem van de Amerikaanse televisie kent, weet meteen voldoende.

Voor een (klein) half uur programma betaalt een adverteerder tussen 5 en 25 miljoen frank.

Vóór, tijdens en na de uitzending mag hij dan reclamespots geven. En dan maar hopen dat het gesponserde programma de aandacht trekt tussen een paar honderd verschillende programma's die dagelijks op het scherm komen. Want wie naar het programma kijkt, ziet ook de reclamespots. Het ligt dus voor de hand dat men een zo ruim mogelijk publiek wil bereiken.

Wat wij nu op de buis krijgen is net hetzelfde programma, zonder spots weliswaar. Reclametelevisie zonder reclame !

Dat die potentiële kijkdichtheid waarover we het hoger hadden, ook reëel wordt, bewijst het BRT-kijk en luiteronderzoek. "Vlaams kijkpubliek wil vooral amusement zien", was de kop van Huib Dejonghe's artikel over de resultaten. Het meest bekeken programma in 1969 was "Wij, Heren van Zichem". Hierop volgen de tv-serie "High Chaperall" en de voetbalwedstrijd Standard-Real Madrid. De hoogste kijkdichtheden komen vooral tijdens het weekend voor, en hoofdzakelijk tussen 20 uur en 22 uur. Herinner U wat wij over de programmatie zegden.

Amusement is dus wel degelijk massa-consumptie. Wij constateerden verder dat van massa-consumptie als boven beschreven zeker (nog) geen sprake is in de BRT-informatie. De "human-interest"-berichten worden beperkt en de dramatische enscenering naar best vermogen vermeden.

Wij verifiëren dus onze ganze hypothese; TV-amusement is massa-consumptie via fictie.

Bij de evaluatie onderkennen wij twee hoofdrichtingen: de pessimisten en de optimisten. De pessimisten, zoals F. Sierksma, beweren dat menselijkheid en persoonlijkheid niet aan bod komen. Zij noemen amusement a-sociaal. Een individualisme. Een modern hedonisme. Ze noemen amusement beuzelachtig, "kauwgum voor het oog". (cfr. à-muser: zich met beuzelingen bezighouden). De optimisten, zoals Knipping, waarschuwen de baby niet met badwater weg te gooien. Zij wijzen erop dat de mens amusement nodig heeft "des raisons pour vivre et des rêves pour survivre".

Bij zulk een evaluatie zijn natuurlijk ook alle positieve en negatieve kritieken op de massaconsumptie als zodanig aan de orde.

Wij besluiten met volgende bedenking.

In onze programmatie-analyse constateerden wij dat zowat 30 percent van het totale tv-aanbod amusement is.

In onze content-analysis noemden wij ons tv-amusement reclame-televisie zonder reclame.

Daartegenover staat dat de BRT een openbare dienst is.

Met de noodzakelijke consequenties vandien.

Wie zei ook weer "Theorie en praktijk zijn één, evenals ziel en lichaam, en evenals ziel en lichaam liggen zij meestal met elkaar overhoop" ?

Freddie Brattinga.

DE PUBLIC RELATIONS EN DE PUBLICITEITSAKTIVITEITEN  
IN HET KADER VAN DE "AFFAIRE SAINT-GOBAIN-B.S.N."  
IN FRANKRIJK (1)

---

Einde 1968 werd de hele Franse publieke opinie opgeschud door de "affaire Saint-Gobain - B.S.N." (Bourses-Souchon-Neuvesel). Wat was er precies gebeurd ?

Saint-Gobain is de belangrijkste glasfabriek van Frankrijk. Zij heeft een conservatieve politiek ten overstaan van de aandeelhouders. De aandeelhouders worden dus niet sterk op de hoogte gesteld.

Boussois, zeer actief en dynamisch, is op de markt gekomen en heeft een bod gedaan naar de aandelen van Saint-Gobain. Zulk bod (offre publique d'achat) is een wettelijk geregelde procedure in Frankrijk. Nu ontstond er voor Saint-Gobain een reël gevaar in dit bod. Tal van public relations- en reclametechnieken werden ingezet en men kon warempel gaan spreken van een totale revolutie. De aktie was vooral gericht op de "kleine" aandeelhouders die werkelijk belangstelling hadden voor het bod van de tegenpartij.

Zo werden er perskampagnes gevoerd waarbij beide firma's hele bladzijden van de dagbladen opkochten om de argumenten pro en kontra betreffende het algemeen beleid van de instelling naar voor te brengen. Zo werd eveneens de onderneming opengesteld voor het grote publiek dat de gelegenheid had te discussiëren met de ganse raad van beheer. Dit was de fameuze operatie "Usines ouvertes". Kortom, op basis van dit bod ontstond een totale ommekeer.

Het "offre publique d'achat" is nochtans mislukt. B.S.N. heeft maar 10 % van de aandelen Saint-Gobain kunnen aankopen. Er diende echter 30 % behaald te worden om de meerderheid te bekomen in de algemene vergadering.

Mijn bedoeling bestaat er hoofdzakelijk in het geheel der public relations- en publiciteitstechnieken, die in het raam van deze "affaire" werden ingezet, nader te belichten.

- 
- (1) HUYBRECHTS Karel : De Public Relations en de Publiciteits-activiteiten in het kader van de "affaire Saint-Gobain - B.S.N." in Frankrijk.  
Centrum voor Communicatiewetenschappen, Leuven, februari 1971, 99 blz. + bijlagen.  
P. Marck - G. Fauconnier.

## I. De informatiekampagne van Saint-Gobain

### a) De algemene mobilisatie

-----

Op 20 december 1968 weet Saint-Gobain dat de aanval van Boussois begonnen is. De firma begint zich volledig te mobiliseren. Ploegen samengesteld uit het personeel van alle sectoren van de groep en zelfs uit gepensioneerden, worden opgeroepen om de firma te verdedigen.

### b) Het inzetten van het reclame-agentschap "Publicis"

-----

Heel de staf van Saint-Gobain heeft de indruk dat haar imago bij de Fransen slecht is. Er wordt contact opgenomen met de public relationsverantwoordelijken van het reclame-agentschap Publicis. Deze gaan de ganse operatie door dagelijkse peilingen uitvoeren zowel bij de aandeelhouders als bij de algemene opinie hetgeen toelaat de evolutie van zeer nabij te volgen.

Een eerste enquête toont aan dat de atmosfeer voor Saint-Gobain niet erg gunstig is. De taak schijnt zeer moeilijk, voor velen zelfs onoverkomelijk.

### c) De operatie "table ronde"

-----

Publicis doet een beroep op France-Soir, het dagblad met de hoogste oplage, om een spektakulaire weerklank te bekomen van de stellingen van Saint-Gobain bij de publieke opinie. Het doel bestaat erin Saint-Gobain uit de schaduw te doen treden, aan het grote publiek - dus aan de aandeelhouders - de realisaties en de prestaties van de firma openbaren evenals de toekomst, zoals ze verhoopt wordt door de leiding. Dit doel zal heel de campagne nagestreefd worden door de "opération conviction".

De operatie "table ronde" van France-Soir wordt ingezet. Een grote zaal wordt door een kamerscherm in twee gesneden. Aan de ene kant bevinden zich de chef van "le service d'études et des sondages" van France-Soir en een aantal lezers van de krant. Aan de andere kant zijn de prominenten van Saint-Gobain en Publicis verborgen. Men heeft de deelnemers niet willen impressioneren door de aanwezigheid van al deze vooraanstaanden. Gedurende meer dan twee uur hebben de verantwoordelijken van de firma zeer harde, soms erg onjuiste kritieken aanhoord. Saint-Gobain heeft er tal van nuttige lessen kunnen uit trekken.

d) De operatie "Mermoz 1.000"  
-----

De aandeelhouders kunnen telefoneren naar de firma en dit op haar kosten. Deze operatie werd zeer breed aangekondigd door publicitaire advertenties op de gewestelijke radioposten en in de dagbladders. De eerste dag werden er 1.800 oproepen opgetekend. In totaal heeft Saint-Gobain 9.000 oproepen van dit type ontvangen (1).

e) De operatie "Usines ouvertes"  
-----

Dit is een unieke afspraak. In geheel Frankrijk opent Saint-Gobain haar deuren voor het publiek. Een telexsysteem wordt opgericht opdat alle "points" die de bezoekers zullen ontvangen, van uur tot uur de resultaten zouden kunnen meedelen aan de maatschappelijke zettel te Neuilly.

Pers en radio hebben voldoende over deze operatie gesproken.

Opvallend was wel dat de aandeelhouders talrijk opkwamen in de verkoopsburelen en in de kommerciële agentschappen terwijl zij in de fabrieken proportopneel veel minder kwamen.

Op het einde van die zondag is de balans erg positief. Ongeveer 120.000 personen bezochten de diverse instellingen van Saint-Gobain. De voornaamste grief der aandeelhouders is het GEBREK AAN INFORMATIE. Nochtans is de operatie een onbetwistbaar sukses voor Saint-Gobain. De pers gaat deze dag uitvoerig commentariëren en radio en T.V. zullen in hun nieuwsbulletins een belangrijke plaats geven aan de "usines ouvertes". Vooral de opiniepeilingen tonen aan dat het imago van Saint-Gobain zeer sterk in gunstige zin verandert.

f) De aktie bij het eigen personeel  
-----

Het eigen personeel is een zeer belangrijk publiek omdat alle publieken die betrokken zijn bij de activiteiten van de firma potentiële ambassadeurs zijn van een good will of een ill will van de firma. Ze beïnvloeden andere publieken en deze invloed dringt door tot in de massamedia via schrijvers en journalisten (2).

---

(1) M. GABRYSIK, Comment l'audace vient au capitalisme, Parijs, 1969, blz. 28-29.

(2) C. STEINBERG, The mass communicators-public relations, public opinions and mass media, blz. 312.

Er wordt door de directeur van de firma een nota verstuurd aan alle kaderleden van Saint-Gobain. Zij zullen de spreekbuis worden van Saint-Gobain. Ze zijn sociaal ingeplant in hun respektievelijke gemeenschappen en hun woord wordt zeker minder in twijfel getrokken dan dit van speciale afgevaardigden die men niet kent en die ontschepen vanuit Parijs, het centrum van alle dingen. De informatie gaat dus circuleren van laag naar hoog en gaat de firma toelaten op de hoogte te blijven van alle opinieveranderingen. Deze campagne draagt de naam van "code de "Canal"".

Zelfs de vereniging van gepensioneerden van Saint-Gobain gaat in een informatiecirculaire de aandeelhouders aanraden niet te verkopen.

g) De "Etats-Généraux" der aandeelhouders  
-----

Dagbladadvertenties en radiokommunikaties nodigen de aandeelhouders uit talrijk naar deze vergadering te komen. Elke aandeelhouder krijgt bij de ingang een kaartje dat op de jas dient gespeld te worden en waarop men kan lezen : "Aandeelhouder van Saint-Gobain". Psychologisch wil de firma aan haar aandeelhouders een gevoel van eigen-  
dom geven.

In totaal komen 7.000 aandeelhouders naar deze "Etats-Généraux".

h) De perskonferentie van directeur de Vogüé  
-----

Er wordt beslist de tekst van deze konferentie in de gehele Franse pers te publiceren onder de vorm van een publicitaire aankondiging. De konferentie valt erg gunstig uit voor Saint-Gobain. De enquêtes tonen aan dat een steeds toenemend percentage zich verzet tegen het bod.

i) Andere informatie-activiteiten  
-----

- tijdens de campagne werden aan alle aandeelhouders 3 informatiebrieven verstuurd.
- de aandeelhouders mogen ook schrijven naar de firma. 4.000 brieven werden op de maatschappelijke zetel ontvangen. Financiële communicatie is immers niet succesrijk wanneer zij benaderd wordt vanuit een bekrompen gezichtspunt. De informatie van de aandeelhouders moet een tweerichtingsverkeer zijn : outgoing communication-incoming communication (1).

---

(1) THE CONTROLLER, Londen, sept. 1960 : "Financial Communication : What, Why, How and Who", blz. 169.



- affichage "abri-bus". De bussen buiten Parijs, de wachtstations en de muren worden behangen met publiciteit van het 'n° 1 mondial du verre'.

## II. De informatiekampagne van BSN.

Bij BSN werd de hele campagne door altijd maar gepalaverd, gediscussieerd, goed- en afgekeurd maar de eigenlijke actie kwam nooit echt van de grond.

### a) Het reclame-agentschap Havas

-----

Dit reclamebureau werd het eerst ingeschakeld. Tal van campagneplannen werden uitgewerkt. De studiediensten van Havas hebben 4 groepen van personen geïsoleerd waarmee in de loop van de campagne contact zou moeten opgenomen worden.

Verder was Havas overtuigd dat om het gestelde doel te bereiken, nl. om de kleine aandeelhouders te overtuigen hun aandelen te ruilen tegen obligaties van BSN een reeks hinderpalen moeten overwonnen worden. Het actieplan wordt dan voorgelegd aan de prominenten van Boussois. De juristen staan helemaal negatief tegenover de voorstellen van Havas omdat zij totaal tegenstrijdig zijn met de wetten en met de van kracht zijnde reglementeringen. De bankiers vinden de voorgestelde thema's "trop vulgaires, pas assez intellectuels" (1).

### b) Het reclame-agentschap Young and Rubicam

-----

De strategie van dit agentschap omvat o.m. :

- BSW doen kennen.
- Het gekompliceerd mechanisme van de ruilobligatie uitleggen.
- De aandeelhouders overtuigen van het belang der operatie.

Men begint ook direkt met het uitwerken van een dubbele reclamebladzijde over BSN en het bod. De dubbele pagina bevat zeer weinig tekst en veel blanco.

Waarom zoveel lege ruimte ?

Young and Rubicam : "Il faut vraiment frapper une certaine partie de l'opinion. Les pages pleines de textes n'intéressent personne, car on ne les lit pas. Les plus de 60 ans, de toute façon, vous ne les convaincrez pas.

---

(1) B. HARTEMANN-R. MULOUSSET, BSN contre Saint-Gobain, Parijs, 1969, blz. 92.

Les autres, les jeunes, trouveront que c'est une publicité sympathique et dynamique. Il faut parler aux gens intelligents, aux banquiers, aux agents de change, aux institutions financières. Il faut convaincre les hommes qui détiennent 50 actions ou plus. C'est possible !" (1)  
 Zeer vlug echter stopt Young and Rubicam zich aan dezelfde moeilijkheden als de ploeg van Havas.  
 Teveel personen houden zich in de schoot van Boussois bezig met dezelfde problemen.

c) Eindelijk aktie !  
 -----

- Het eerste noemenswaardige aktiefact bij Boussois is de perskonferentie van haar voorzitter Ribond. De konferentie maakt grote indruk.
- De "tournées de province". De bonzen van BSN gaan diverse Franse steden bezoeken. Op dit "Ribond circus" zoals de Saint-Gobainers het noemen, zal Saint-Gobain op haar beurt replikeren met het "de Vogüé circus".
- Pers- en radioboodschappen komen eveneens vooral naar het einde der campagne toe fel aan bod. Er volgt zelfs een postverzending aan 160.000 aandeelhouders van Saint-Gobain.
- Op het einde komt er een onverwachte wending. De koers van het aandeel Saint-Gobain stort ineen en bij BSN krijgt men opnieuw hoop. De drie gewestelijke radiostations Europe I, Luxemburg en Monte-Carlo worden van uur tot uur ingezet. Een halve pagina reclame wordt opgenomen in alle dagbladen op vrijdag 24 en zaterdag 25 januari 1969.  
 De laatste plotselinge sprong is de verlenging van de radioreclame voor BSN tot laat in de namiddag van maandag 27 januari.  
 Maar vanaf dat ogenblik is alles verloren !.

III. Gevolgtrekkingen van de konfrontatie Saint-Gobain-B.S.N.

- De samenhang tussen public relations en reclame bestaat hierin dat in de verhoging van de reclame ener onderneming een maatregel van public relations te zien is. Dit betekent niet dat beide begrippen met elkaar mogen vereenzelvigd worden. Maar beide lopen toch wel ergens in dezelfde richting. Is het niet zo dat met de goede naam van een bedrijf ook de afzet van produkten kan bevorderd worden ?

---

(1) M. GARRYSIAK, Comment l'audace vient au capitalisme, Parijs, 1969, blz. 62.

- Beide firma's hebben een buitengewone notoriëteitsaktie verwezenlijkt.
- Een reclame-agentschap kan niets realiseren indien zij niet de steun en het vertrouwen heeft van de onderneming en van de chef waarvoor zij werkt.
- De 3 agentschappen hebben verder de goede weg getoond voor de economische informatie.
- Dit bod heeft ook aangetoond dat de Fransen gepassioneerd worden door de economie op voorwaarde dat men hen deze voorstelt onder een levendige en concrete vorm.

Nog tal van andere gevolgen werden uit deze konfrontatie afgeleid. Deze allemaal opnoemen zou ons echter in dit bondig overzicht veel te ver doen uitwijden.

Als besluit bij dit, volgens mij, wel boeiend spektakel maak ik nog 2 bedenkingen :

- + Boussois heeft waarschijnlijk de nederlaag geleden omdat zij de vergissing begaan heeft zich op het publiciteitsterrein te hebben laten meeslepen terwijl zij sterke winstkanalen behield zolang het debat beperkt bleef tot het strikt financiële vlak.
- + We kunnen ons met rede afvragen of deze geweldige reactie vanwege de directie van Saint-Gobain de wil is van een groep om de macht te handhaven of een billijke zorg voor de belangen van de aandeelhouders. Daar de firma steeds een politiek van geheimhouding heeft gehuldigd kunnen we moeilijk geloven aan een bruuske en oprechte bekering van de onderneming.

De houding van Saint-Gobain levert het bewijs dat de klaarblijkelijke nalatigheid van de informatieverantwoordelijkheid in zich potentiële sankties draagt.

Karel Huybrechts.

---

---

ONDERZOEK

---

## PASTOR EN MASSACOMMUNICATIE

---

Ruim zestig procent van de nederlandse rooms-katholieke pastores, werkzaam in de basiszielzorg, vindt het voortbestaan van een katholieke pers in Nederland wenselijk, ruim tweeëndertig procent vindt dit zelfs noodzakelijk. De pastores komen tot dit oordeel niet alleen ten behoeve van hun gelovigen, ook voor hun eigen informatie kiezen zij in meerderheid één of meer katholieke dagbladen. Drieënzeventig procent van de pastores leest De Volkskrant, zevenenzestig procent De Tijd, acht procent geen landelijk dagblad, slechts veertien procent leest een niet katholieke krant. Uit de optelling van deze percentages blijkt dat verscheidene pastores meer dan één dagblad lezen.

Die uitkomsten zijn ontleend aan een (voorlopig) rapport van een onderzoek dat het Instituut voor Massacommunicatie te Nijmegen (1) in samenwerking met het bureau Intomart te Hilversum heeft ingesteld onder de rooms-katholieke priesters in Nederland en waarbij de vraag centraal stond: welke is de houding van de pastor ten opzichte van de massamedia, in welke mate en op welke wijze maakt de pastor gebruik van de massamedia en het daarin vervatte boodschappenaanbod.

Uit de totale populatie van 3.395 pastores werd een steekproef op grond van toeval getrokken van driehonderdvijftig pastores van wie er driehonderdwaalf aan het onderzoek hebben meegewerkt. Van deze driehonderdwaalf proefpersonen waren er dertien 29 jaar of jonger, zevenenzestig van 30 tot en met 39 jaar, zevenenzestig van 40 tot en met 49 jaar, honderdzes en twintig van 50 tot en met 59 jaar en negenenveertig van 60 jaar en ouder.

Tweeënzeventig van de honderd pastores zeggen meer dan eenenvijftig uur per week aan hun werk besteden, een vrij groot aantal van hen (vijftien procent) zelfs eenenzeventig uur of meer per week. Desondanks krijgt de krant toch hun aandacht. Ruim zestig procent van hen besteedt per dag een half tot en met anderhalf uur aan het lezen van kranten. Er valt daarbij weinig verschil te constateren tussen de leeftijdscategorieën. Voor televisie kijken en radio luisteren wordt belangrijk minder tijd vrijge-

---

(1) De ingezamelde gegevens worden thans door het onderzoeksteam onder leiding van de projectleiders mej. drs. G.P. Debeuckelaere en drs. W.J.M. Evers verder geanalyseerd. De streefdatum voor het gereedkomen van het eindrapport is juli 1971.

maakt door de pastores. Zesenzeventig procent van hen kijkt gemiddeld per dag één uur of minder televisie; vijftig procent van de pastores besteedt dertig minuten of minder aan de radio. (Ter vergelijking: De gemiddelde Nederlander kijkt per dag twee en een half uur televisie).

Uit het antwoord op de vraag, welke rubrieken regelmatig worden gelezen, blijkt dat eenennegentig procent van de pastores regelmatig de voorpagina leest en de rubriek "godsdienst". Het totaal van de antwoorden overziend blijkt - en dat geldt ook voor de televisie en de radio - dat rubrieken die nieuws en commentaar bevatten het meest door pastores worden genoemd.

De belangrijkste aanknopingspunten voor "de preek" haalt drieënveertig procent van de pastores uit godsdienstige boeken en tijdschriften. Voor vijfendertig procent van de pastores bieden informele gesprekken en gespreksgroepen de meeste aanknopingspunten voor de preek; de krant biedt voor slechts zes procent van de ondervraagden aanknopingspunten, de televisie vijf procent en de radio aan één procent.

Anders ligt het oordeel van de pastores bij de vraag of de massamedia aanknopingspunten bieden voor een gesprek met mensen. Vier en veertig procent van de ondervraagden vindt dat televisie kijken de meeste aanknopingspunten biedt voor een gesprek, negenendertig procent zegt dat dit geldt voor het lezen van de krant.

---

---

STEMMEN EN FEITEN  
UIT DE  
INTERNATIONALE MEDIWERELD

---

Samenstelling : Wim Van der biesen.

P E R S  
=====

Prijs Journalistenklub.

Einde maart werd de uitslag bekend gemaakt van de prijs van de Vlaamse Journalistenklub voor 1970.

Voor de geschreven pers werden de hh. Frans Verleyen en Hugo De Ridder bekroond voor hun gezamenlijke artikelenreeks in De Standaard onder de titel "Politieke portretten."

De tweejaarlijkse TV-prijs werd toegekend aan de h. Kris Borms, voor zijn reportage "Luchtkastelen" in verband met de zaak Etrimo.

De "Politieke Portretten" werden met eenparigheid van stemmen bekroond. De opzet van deze reeks was, politici die volop in de aktualiteit staan, beter te leren kennen, voornamelijk als mens.

Tot nogtoe verschenen interviews met Theo Lefèvre, Leo Collard, Leo Tindemans, Omer Vanaudenhove, Maurits Coppieters, Paul Vandenberg, Jos Van Eynde, Edmond Leburton, Alfons Vranckx, Gaston Eyskens, Pierre Descamps.

De prijzen werden op 19 april in het pershuis te Brussel plechtig overhandigd.

Bron : Het Belang van Limburg,  
De Standaard  
23/3/71.

Dagblad "Het Volk" tachtig jaar.

21 juni vierde dagblad "Het Volk" de tachtigste verjaardag van zijn bestaan.

Op 21 juni 1891 opgericht als het orgaan van de christelijke arbeidersbeweging in Vlaanderen, is het centenblad "Het Volkske" uitgegroeid tot één van de meest gelezen dagbladen in België, bestuurlijk en redactioneel in handen van een ploeg wiens toewijding en strijdvaardigheid de voortzetting is van een lange traditie.



Het Volk, De Nieuwe Gids, Het Laatste Nieuws, De Nieuwe Gazet, Volksgazet, Het Rijk der Vrouw/Femme d'Aujourd'hui, hebben een Dienst voor Informatie en Media-Onderzoek opgericht om aan de reclame-adviesburo's en adverteerders meer informatie over de lezers te verschaffen.

Dit door middel van analyses van de gegevens verschaft door het Belgisch Studiecentrum voor Reclamemedia. Men wil ook zoeken naar de best geschikte combinatie tussen de persorganen om aldus nieuwe en doeltreffende oplossingen aan de adverteerders voor te stellen. DIMO zal geen advertentie-inlassingsprogramma's uitwerken en is geen verkoopdienst.

Bron : De Nieuwe Gids  
29/3/71.

Het informatieweekblad "Vlan" (liberaal) en de landbouwtijdschriften "Le Sillon Belge" en "Landbouwleven" zijn toegetreden tot de groep Rossel (Le Soir).

Bron : De Nieuwe  
23/4/71.

#### Vranckx pleit voor bescherming opiniepers.

Tijdens een academische zitting in het stadhuis van Antwerpen, gehouden naar aanleiding van het 70-jarig bestaan van de Koninklijke Kring der Kommissarissen en Adjunkt-Kommissarissen van Politie van de stad Antwerpen en de omliggende gemeenten, pleitte minister van justitie Vranckx in zijn rede over "Vrijheid van voorlichting" voor de oprichting van een parlementaire commissie die de middelen zou onderzoeken om het bestaan van de opiniepers te verzekeren. Hij achtte het bestaan van een dergelijke commissie noodzakelijk, omdat de vrijheid om op objectieve wijze te worden voorgelicht meer en meer in het gedrang komt ingevolge het verdwijnen van allerlei opiniebladen en de concentratie in de pers.

Hij stelde vast dat belangrijke persbedrijven, op uitzondering van de politiek geëngageerde dagbladen, ware kapitaalondernemingen geworden zijn. Dit heeft volgens de minister een dubbel gevolg: de toenemende invloed van de geldmachten op de vrijheid van de drukpers en het verdwijnen van bepaalde opiniebladen die niet kunnen weerstaan aan financieel-ekonomische druk.

.../...

In zijn konklusies onderstreepte de minister dat de vrijheid van drukpers thans een teoretische vrijheid is geworden voor de lezer, ingevolge de toenemende invloed van de geldmachten op de pers.

Tevens zag hij graag dat een speciale wetgeving voor journalisten zou worden uitgevaardigd die hen bijzondere voorrechten zou toekennen maar eveneens verplichtingen zou opleggen en zou waken over de eerlijke naleving van de beroepsplicht.

Bron : De Standaard,  
30/4/71

Volgens HLN-direkteur Maertens :  
OVERHEID MOET PERS BIJSPRINGEN.

Direkteur-generaal Maertens van "Het Laatste Nieuws" gewezen voorzitter van de raad van beheer van de BRT, heeft in het LVV-blad "Volksbelang" positie gekozen ten gunste van overheidshulp aan de pers.

De overheid zou, aldus Maertens, de persvrijheid daadwerkelijk kunnen bevorderen door o.m. steun te verlenen aan het agentschap Belga "opdat het in staat zou zijn een ruime, objektieve en internationale berichtgeving aan alle kranten en dus aan de bevolking te verstrekken", door een zeer sterke verlaging van de PTT-tarieven (ook voor de distributie van kranten) en door steun aan de opleiding van journalisten.

Andere gunstige maatregelen zouden volgens Maertens zijn : het helpen van de uitgevers bij het toekennen van sociale voordelen (vooral een beter pensioen) aan de kleine zelfstandige dagbladverkopers; tegemoetkomingen in de papierprijs en het oprichten van een investeringsfonds waaruit tegen verlaagde interesten geleend zou kunnen worden om de technische uitrusting van de kranten te vernieuwen.

In verband met het BRT-statuuut stelt Maertens voor dat een belangrijk deel van de zendtijd in radio en TV zou voorbehouden worden aan stichtingen, opgericht in funktie van de grote ideologische stromingen. Zo zou een verruimde opiniëring mogelijk worden. Eventuele eter-reklame zou volgens Maertens tenslotte moeten gepaard gaan met een schaderegeling voor de geschreven pers. Men zou dan ook moeten onderzoeken of niet beter het "meer liberale" Britse stelsel gevolgd zou worden, waar naast de officiële zender een vrije zender toegelaten is.

Bron : De Standaard  
12/5/71

Maandblad "Accent" bewandelt onbetreden journalistieke paden.

Een nieuw maandblad zag het levenslicht : Accent. Nee, geen tijdschrift uit de vele die dagelijks uitgestald liggen in de kiosken. Accent richt zich tot en wordt verspreid in de klasse waartoe wij allen zouden willen behoren: zij die over een jaarinkomen beschikken van meer dan 1,5 miljoen fr.

Het zouden er 20.000 zijn. Dat is althans de oplage van dit gespecialiseerd reclame-medium.

Behoort U tot de gelukkigen, dan ligt het eerste nummer een dezer dagen in Uw bus en mag U het elke maand opnieuw bij U thuis verwachten. Gratis, onder gesloten omslag, vierkleurig en als persoonlijke mail van de hoogste intellectuele en kapitaalcrachtige groep, zeggen de uitgevers.

Als dusdanig poogt Accent (alweer) een leemte op te vullen in de informatie. Niet door de politieke aktualiteit op de voet te volgen of te handelen over de wetenschap of het zakenleven maar door het leveren van "randinformatie die niet tot de betreden paden behoort". Dat gebeurt in hetzelfde volume in vier talen: het Engels, het Nederlands, het Frans en het Duits.

Einde vorige week werd het eerste nummer te Borgerhout aan het publiek voorgesteld: het brengt een paar korte bijdragen over antiek, homeopatische geneeskunde en de nieuwste vorm van modern art: de wegwerpknst. Tevens werden een aantal merk-artikelen voorgesteld. Want Accent is ook een blijde boodschap voor de verkoops promotie van artikelen "die alleen de topklasse zich permitteren kan".

Bron : De Standaard,  
4/5/71.

In de Antwerpse Pers.

De N.V. De Vlijt, uitgeefster van "Gazet van Antwerpen" heeft een meerderheids participatie verworven in de N.V. Antwerpse Post, die sinds meer dan 25 jaar wekelijks een huis-aan huisblad uitgeeft en de verspreiding ervan via een gewaarborgd distributienet over gans de provincie Antwerpen verzekert.

In een mededeling wordt terzake verklaard dat, "in de overtuiging dat adverteren in onze moderne maatschappij steeds meer geldt als een onmisbaar middel tot kommunikatie en informatie

de N.V. De Vlijt door haar beslissing terzake de mogelijkheden daartoe krachtig hoopt te kunnen stimuleren en een uitbreiding van de advertentiemarkt in de hand te werken.

Bron : Het Belang van Limburg,  
18/5/71.

### "De Maand" verjongt.

Het tijdschrift "De Maand" (gesticht in 1958) onderging een grondige redactionele vernieuwing. Sinds het mei-nummer heet het "De Nieuwe Maand" en wordt het geleid door een redactieraad van 47 personen met aan het hoofd Mevrouw Rita Jolie-Mulier. De nieuwe actiegroep richt zich nadrukkelijk tegen het bestaande neo-kapitalistische stelsel in maatschappij en politieke konstelatie. Men wil pluralistisch werken voor een progressieve concentratie. Daartoe zijn een aantal jongere elementen uit CVP en BSP en de beide grote vakbewegingen in de redactieraad opgenomen met het nadrukkelijk vooropgesteld doel mettertijd te streven naar "een" grote politieke progressistische formatie, eventueel gesteund op een "vakbeweging".

Bron : De Standaard,  
22-23/5/71.

### Persprijs voor persvrijheid

De leden van de Socialistische Persunie van België zullen jaarlijks een prijs toekennen aan de persoon die zich in eigen land of in het buitenland heeft ingespannen voor het behoud van de persvrijheid. Hij zal voor de eerste maal in de herfst van dit jaar worden toegekend. Dit werd zaterdag beslist op een bijeenkomst van socialistische journalisten, te Oostende.

Bron : De Standaard,  
15/7/71.

## NEDERLANDSE KRANTEN IN NOOD

### 1. Nederlandse journalisten : SOS-krant.

In een op dinsdag 23 maart gepubliceerd memorandum, waarvan ook een exemplaar werd afgegeven aan premier De Jong, pleit het algemeen bestuur van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) voor staatshulp bij het oprichten van een onafhankelijk fonds dat o.m. het verstrekken van financiële hulp aan de pers en met name aan dagbladen tot doel moet hebben. "De vrije, onafhankelijke pers wordt in haar bestaan bedreigd. De economische positie van de dagbladpers in Nederland verslechtert onrustbarend snel," aldus het NVJ-memo.

De financiële hulp is gedacht in de vorm van kredietfaciliteiten en andere steun voor herstructurering, investeringen en andere maatregelen ter versterking van de economische, technische en redactionele mogelijkheden. Ook wordt opgekomen voor in de tijd beperkte bijdragen in de exploitatiekosten van kranten die in hun bestaan bedreigd worden.

De ongunstige conjunctuur in de krantensektor wordt door de NVJ verklaard door de medio 1970 opgetreden stagnatie in de advertentiebezetting en het begin 1971 vastgestelde daling van dat volume. Daartegenover staan immers stijgende produktiekosten.

Bron : De Standaard,  
24/3/71.

### 2. Minister vraagt snel advies. Commissie studeert op dagbladenfonds.

#### NVJ betwijfelt tijdig resultaat.

Minister Klompé (CRM) heeft een commissie ingesteld, die op korte termijn moet adviseren over de wenselijkheid en de uitvoerbaarheid van een bedrijfsfonds voor de dagbladpers. Op dinsdag 23 maart heeft de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) met spoed op een bedrijfsfonds aangedrongen.

De commissie die nu ingesteld is vloeit echter voort uit een voorstel van de interdepartementale commissie Concentratietendensen in de dagbladpers, die vorig jaar een rapport heeft uitgebracht. In de Tweede Kamer werd op 9 september 1970 een motie van het KVP-Kamerlid Engels aanvaard, waarin een studie werd gevraagd naar de mogelijkheden "die een restructiefonds kan bieden ter ondersteuning van samenwerkingsvormen, die rekening houden met de differentiatie in de dagbladpers."

Een commissie die de instelling van een bedrijfsfonds moet bestuderen is al genoemd in het rapport van de Persraad over de concentraties in de dagbladwereld, in januari 1968. De commissie-Concentratietendensen in de pers werkte het uit. In het dinsdag 1.1. uitgebrachte rapport van de NVJ wordt twijfel uitgesproken over het tempo waarin het onderzoek tot stand komt.

In het rapport staat: "Alleen al door het feit, dat een door de regering toegezegde studiecmissie een half jaar na het Kamerdebat nog niet aan het werk is gegaan, vreest de NVJ dat elke oplossing die de commissie te bieden zal hebben - zo zij al tot een unaniem standpunt zal geraken - te laat komt. De sterk verslechterde positie van de dagbladpers eist maatregelen op korte termijn."

Bron : De Volkskrant,  
26/3/71.

#### Slechte tijd voor Nederlandse kranten.

Voor de dagbladen was het jaar 1970 in economisch opzicht een weinig opwekkend jaar, aldus de eerste regels van het jaarverslag van de Nederlandse Dagbladpers (de organisatie van Nederlandse dagbladondernemingen) over 1970.

Hoewel de abonnementsstarieven 1 juli opnieuw met tien procent zullen stijgen, is niet uitgesloten dat die verhoging alsnog wordt aangepast aan de inmiddels groter gebleken kostenstijgingen.

Het verslag constateert dat 1970 een negatief bedrijfsresultaat heeft opgeleverd. De abonnementsprijzen stegen met 15 procent maar deze dekken niet meer dan een derde van de kosten. "Hierdoor is de bedrijfstak nog steeds te conjunctuurgevoelig".

In 1970 stegen enerzijds de loonkosten aanzienlijk en anderzijds viel inkrimping van de reclamebestedingen door het bedrijfsleven te bespeuren omdat daar getracht werd de kostenstijgingen te compenseren.

Volgens het verslag is de uitbreiding van reclamezendtijd via radio en T.V. mede oorzaak van de terugloop van nationale advertenties in de bladen. In 1970 was dit ruim 23 procent lager dan in 1966 toen radio- en T.V.-reclame werd ingevoerd.

Bron : Het Belang van Limburg,  
5/5/71 .

### Teloorgang van "De Tijd" ?

De malaise in de Nederlandse dagbladpers heeft scherpe vormen aangenomen, toen bekend werd dat het conservatief-katholieke, voortreffelijke blad "De Tijd" zou ophouden te verschijnen. Dit werd meegedeeld door het VNU-concern, dat "De Tijd" uitgeeft, naar beweerd wordt met een verlies van 50 miljoen BFr. Het VNU-concern, dat daarnaast nog een stel dames- en familiebladen publiceert, boekte echter in 1970 een bruto-winst van iets meer dan 250 miljoen BFr.

Hoe dan ook, de redacteuren van "De Tijd" hebben zich daarbij niet neergelegd. Over heel Nederland is een soort "weldadigheidsaktie" georganiseerd ten voordele van het veroordeelde blad. De vraag is nu maar, of deze aktie het onverbiddelijke zal kunnen opschorten of afwenden.

Bron : Gazet van Antwerpen  
15-16/5/71  
De Standaard  
17/5/71.

### Subsidie voor opiniebladen gevraagd

Naar aanleiding van de moeilijkheden waarin het dagblad "De Tijd" is geraakt, heeft de Nijmeegse hoogleraar prof. dr. F.J.Th. Rutten in het KRO-radioprogramma Context een pleidooi gehouden voor de invoering van gesubsidieerde opiniebladen zonder advertenties.

De advertenties zou men volgens Prof. Rutten moeten kunnen slijten aan landelijke, regionale of stads-advertentiebladen of aan de STER. "Zodoende zou de opiniekrant weer worden wat zij in oorsprong ook was: een medium dat zonder economische doelstelling en zonder advertenties slechts nieuws en meningen daaromtrent brengt.

Volgens de Nijmeegse hoogleraar moet er een systeem te vinden zijn, waarin opiniebladen niet meer afhankelijk zijn van economische wetten. Er zou al een ontwikkeling in die richting merkbaar zijn.

De subsidie zou moeten komen uit de belasting van de inkomsten van de STER en de advertentiebladen.

Bron : NRC-Handelsblad,  
19/5/71.

Naar fusies in Nederlands-Limburgse krantenwereld.

Nederlands-Limburg met zijn ruim één miljoen inwoners, telt nog steeds vier dagbladen:(in volgorde van hun oplage) Limburgs Dagblad te Heerlen, De Nieuwe Limburger te Maastricht, Maas- en Roerbode te Roermond en het Dagblad voor Noord-Limburg te Venlo.

Dat is wel typisch voor de diversiteit in de Nederlandse dagbladwereld, alhoewel hieraan spoedig een einde lijkt te komen: de inkomsten van de publiciteit lopen sterk terug en sommige Nederlandse krantenbedrijven, niet eens van de kleinste, hebben in 1970 enorme verliezen geleden. Om ons tot één voorbeeld te beperken : De Tijd keek einde vorig jaar tegen een verlies aan van meer dan 50 miljoen Bfr.

Er doen zich dan ook steeds meer fusies voor; hetzelfde verschijnsel hebben wij in ons land gekend, maar het ligt al enkele jaren achter ons.

Zo werd gisteren aangekondigd dat de Maas- en Roerbode zal fusioneren met De Nieuwe Limburger en het Dagblad voor Noord-Limburg met het Limburgs Dagblad, zodat in het andere Limburg nog slechts twee dagbladen zullen overblijven.

Insiders beweren zelfs, dat de operatie hiermede niet ten einde is en dat binnen afzienbare tijd de twee overgebleven dagbladen tot één krant zullen versmelten.

Bron : Het Belang van Limburg,  
1/4/71.

Nieuwe Nederlandse krant - geen dagblad als een ander.

Na heelwat voorbereiding startte in het Nederlandse Apeldoorn op 1 april - een ietwat eigenaardige datum - een nieuw dagblad met 18.000 abonnees. Een maand later is de oplage van deze nieuweling, "Reformatorisch Dagblad", gestegen tot 23.000. Het blad is niet in losse bladenverkoop, maar probeert zich boven water te houden met postabonnementen.

Dit is niet de enige eigenaardigheid aan dit "princi pieel protestants kristelijk" dagblad : men zal er geen woord in vinden over sport of over televisie, en evenmin over radio, bioskoop, toneel, kabaret enz.

De leiding van dit ortodoks-gereformeerde dagblad heeft uitgerekend dat men na een jaar 25.000 abonnees moet hebben om



recht te blijven. Toch wel een hele onderneming om in deze tijd van fusies en andere perikelen in de perswereld zomaar van de grond af te beginnen.

Bron : Het Belang van Limburg,  
30/4/71  
De Standaard, 29/4/71.

### Algemeen Dagblad 25 jaar.

Een kwart eeuw geleden (op dinsdag 29 april 1946) werd de Nederlandse krantenwereld verrijkt met een nieuwe uitgave: het Algemeen Dagblad, door de Nieuwe Rotterdamse Courant N.V. op de markt gebracht als voortzetting van het vooroorlogse Dagblad van Rotterdam.

In de loop van 25 jaar is dit - naar de woorden van hoofdredacteur H.N. Appel "populaire, betrouwbare en politiek onafhankelijke" - ochtendblad uitgegroeid van een summier krantje dat leed onder de papierdistributie, tot een der grootste in de Nederlandse pers.

De oplaat bijv. steeg van 20.000 bij de start tot 365.000 op dit moment. Daar zijn wel de dochterbladen bij inbegrepen: de Dordtenaar, Rijn en Gouwe, de Drentse en Asser Courant, en de Emmer Courant, die wat hun internationale en landelijke nieuwsvoorziening betreft, stuk voor stuk op de Rotterdamse moederborst zijn aangewezen.

Door deze groei heeft de Algemeen-Dagbladgroep in numeriek opzicht alle andere landelijke dagbladen op één na achter zich gelaten. Ook qua advertentie-omzet neemt het AD met zijn kopbladen de tweede plaats in op de landelijke markt.

Het aantal redactieleden van het AD alleen is in de loop der tijd gestegen tot 106, nog afgezien van de vele medewerkers, die vaste of losse bijdragen leveren.

In de hoofdredactie hebben zich in die kwart eeuw nogal wat mutaties voorgedaan.

In de redactionele kolommen van het AD is weinig ophef van de 25 jaar gemaakt.

Bron : NRC-Handelsblad,  
29/4/71.

"Loeloe", nieuw tienerweekblad.

NV uitgeverij Spaarnestad in Haarlem brengt sinds 5 juni 1971 een nieuw weekblad, "Loeloe", voor tieners van 13 tot 20 jaar op de markt. Van de 32 pagina's is 40 procent aan popmuziek, platen, groepen en festivals gewijd; 30 procent aan mode en 30 procent aan varia.

Bron : NRC-Handelsblad,  
4/6/71.

Redactie Figaro krijgt inspraak.

De redactie en de direktie van het Franse dagblad "Le Figaro" kwamen overeen dat het beleid van de krant voortaan mede door de journalisten zal worden vastgesteld.

De overeenkomst, die een einde maakt aan een al jaren durend konflikt, voorziet in de instelling van een vijf leden tellende leidingsraad die door een journalist zal worden voorgezeten. Drie leden ervan zullen worden aangeduid door Figaro-direkteur Prouvost die 97,3 th. van de aandelen bezit.

Voorts komt er een "raad van waakzaamheid" die uit twaalf leden zal bestaan, waaronder vier journalisten. Omdat belangrijke beslissingen zoals de benoeming van een hoofdredakteur met een meerderheid van 75 t.h. genomen moeten worden hebben de journalisten daarmee in feite een vetorecht. De huidige hoofdredakteur, Robinet, werd benoemd tot voorzitter van de redactie-leiding.

Bron : De Standaard,  
2/4/71.

Het Franse dagblad Le Monde kreeg de Europese gouden Mercurius 1971 ad honorem toegewezen. Deze prijs wordt jaarlijks toegekend door het Centro annali giornalistici (centrum van pers-annalen, te Rome) aan een maatschappij of aan een industrieel bedrijf dat meegewerkt heeft aan de economische ontwikkeling of aan de Europese gedachte.

Bron : De Nieuwe Gids,  
13/4/71.

### Kranteruzie.

Twee Franse dagbladen, Le Monde en Le Figaro, hebben weer eens ruzie. Beide maken aanspraak op de betiteling "ernstige krant", en terwijl Le Monde zich de beste serieuze krant van Frankrijk kan noemen, weet Le Figaro zich gesteund door de trouw van een lezerspubliek van notabelen en hen, die zich met een conformistisch brok establishment willen vereenzelvigen.

Le Monde noemt zich bij voorkeur "een krant voor intellectuelen". De Figaro spreekt liever over "lezers met een verantwoordelijke positie in de maatschappij". Genoeg elementen voor een polemieek, maar de jongste ruzie gaat over iets anders.

In een op de voorpagina van Le Monde gepubliceerd artikel verwijt hoofdredacteur Jacques Fauvet de Figaro, dat deze zich schuldig maakt aan dumpingpraktijken. Fauvet maakt zich vooral kwaad over het feit, dat gasten in vele hotels 's morgens gratis bij hun ontbijt Le Figaro krijgen en dat huurders van niet al te goedkope vakantiehuizen voor niets de Figaro in de bus vinden.

Zoals overal in West-Europa is de positie van de meeste kranten in Frankrijk weinig rooskleurig. Le Monde heeft dan wel ondanks een prijsverhoging (terwijl alle kranten nog 50 centimes kosten, moet voor Le Monde 70 centimes worden betaald) haar lezerspubliek uitgebreid, maar de positie van het blad blijft moeilijk. Fauvet verwijt de Figaro, dat deze de krantenlezers nog meer afwent om de kostprijs van 'n krant te betalen, dan al het geval is. Hij verwijt de Figaro verder, dat met deze gratis uitdelingen het oplagecijfer omhoog gejaagd wordt met alle misleidende gevolgen van dien voor advertentietarieven en dergelijke. En tenslotte meent Fauvet, dat de overheid in de praktijken van Le Figaro een voorwendsel zou kunnen vinden om zich buiten de financiële zorgen van de pers te houden.

Le Figaro kwam gistermorgen onmiddellijk terug met een stuk op de achterpagina. De hotelhouders betalen de helft van de normale prijs voor de aan hun gasten verstrekte exemplaren, hetgeen overeenkomstig de vastgestelde regels is, aldus Le Figaro, die verder zwijgt over de kranten, die naar vakantiehuizen gestuurd worden.

Het blad stelt vervolgens wat natrappend vast, dat Le Monde de eigen oplage-cijfers omhoog heeft gejaagd "door te profiteren van de rellen van mei '68 via een toenemende demagogie ten bate van gauchistische slopers".

Met een grotere oplage en een veel grotere advertentiedekking kan de Figaro zich zoiets best veroorloven.

"Fleet Street" weer in het nieuws.

The Guardian 150 jaar (5 mei)  
Daily Mail een "tabloid" (3 mei)  
Daily Sketch verdwijnt (11 mei).

- Jarige "Guardian" lichtpunt in crisis van Britse Pers.

Londens "Fleet Street" vierde feest op woensdag 5 mei. Aanleiding tot de festiviteiten was de verjaardag van de "Guardian", 150 jaar geleden als een plaatselijk blad in Manchester geboren en op dit moment één van de vier nationale "kwaliteitsbladen" die Groot-Brittannië rijk is.

De krant zelf vierde dit heuglijk feit met een extra-bijlage van twaalf bladzijden waarin wel, wee en historie van de Guardian werden geschetst, en met een diner waarbij Westduitslands kanselier Brandt en de Britse eerste-minister Heath als eregasten aanzaten. De persorganisaties zetten het verjaardagsfeest extra-luister bij door hoofdredakteur Alastair Heat-herington uit te roepen tot de "journalist van het jaar", terwijl de krant als geheel eenzelfde ere-predikaat meekreeg.

Maar hoe goed alle lofuitingen en boeketjes de Guardian-makers ook zullen doen, het belangrijkste feit in deze verjaardagsdagen is wel dat de oplage van de krant nog altijd stijgt. In april werd de rekordcirculatie van 330.000 exemplaren per dag gehaald, waarmee weer iets werd ingelopen op de ondanks alle inspanningen in lezerstal dalende Times, die nog nauwelijks 375.000 lezers telt.

Die stijgende oplage is des te opmerkelijker, omdat vrijwel alle andere kranten in Groot-Brittannië de laatste jaren in schrikbarend tempo achteruitgaan.

Te vooral door de komst van de commerciële televisie zo bittere strijd om het bestaan - dat wil zeggen om de advertenties - is ook voor de Guardian nog lang niet gewonnen. Maar de vooruitgang die deze krant de laatste tijd maakt betekent voor iedereen die het goed meent met de op zo'n roemruchte traditie bogende Britse pers toch een sprankje hoop in ontegenzeggelijk moeilijke tijden.

Bron : De Standaard,  
6/5/71.

-"Daily Mail" in nieuw kleedje.

Op maandag 3 mei verscheen de Britse krant "Daily Mail" voor het eerst in zijn nieuwe vorm: een 40 pagina's tellende krant op klein formaat geïllustreerd met talrijke foto's.

De "Daily Mail", Englands oudste populaire krant, een schepping van wijlen lord Northcliffe, kon het ondanks al z'n oude tradities van goede ondernemende journalistiek, met z'n 1.814.000 lezers financieel niet bolwerken.

In april maakte de groep Associated Newspapers bekend dat de "Daily Mail" een "nieuw" blad zou worden en om financiële redenen met de "Daily Sketch" zou fusioneren. De nieuwe krant zou een dagelijkse oplage van twee miljoen exemplaren moeten halen.

De "Daily Express" poogde alvast de lezers van de oude "Daily Mail" voor zich te winnen en blokletterde op de frontpagina: "De Daily Mail is zoals U weet dood. Ik denk dat U zich meer thuis zult voelen bij onze krant.

Bron : De Standaard  
NRC-Handelsblad,  
4/5/71.

- Daily Sketch ter ziele.

Het Britse ochtendblad "Daily Sketch" verscheen voor de laatste keer op dinsdag 11 mei. Het blad, dat al geruime tijd kampte met financiële moeilijkheden, werd in 1909 gesticht. Het gaat nu op in de "Daily Mail", die sinds begin mei, op klein formaat ging verschijnen.

Het laatste nummer van de Ketch bestond dinsdag toch al bijna uitsluitend uit die "Mail". Alleen de voor- en de achterpagina waren duidelijk te herkennen als behorende tot de "Daily Ketch", de andere 30 pagina's waren gevuld met "Mailkopij".

In een editoriaal, waarin de lezers werden herinnerd aan "de zaken die we samen hebben meegemaakt", werd beloofd dat de "niets of niemand ontziende vechtlust van de opgedoekte Sketch in de nieuwe Daily Mail zal voortleven.

Van de bijna 300 journalisten, die tengevolge van het verdwijnen van de "Daily Sketch" zonder werk kwamen te zitten, heeft nauwelijks een derde nieuw werk gevonden.

Bron : De Standaard  
Het Belang van Limburg,  
12/5/71.

Bondsrepubliek steunt kranten.  
Met goedkope leningen.

Volgens het Westduitse ministerie van economische zaken zijn sinds eind 1968 achtennegentig kredieten ter waarde van 25,4 miljoen mark (330 miljoen B.Fr.) verstrekt aan kleine en middelgrote krantenbedrijven, die niet uit eigen kracht in staat waren noodzakelijke investeringen uit te voeren.

Het gaat hier om langlopende kredieten met een maximum van 500.000 mark (6,5 miljoen B.Fr.) waarover een rente van 6 th. moet worden betaald. De kredieten worden verstrekt uit gelden, die de industrie betaalt ter aflossing van de na-oorlogse Marshall-hulp.

De Bondsregering heeft zich tot doel gesteld de menigvuldigheid van de Westduitse pers "als dragers van de politieke meningsvorming te behouden en te versterken". Bonn doet dit door krantenbedrijven tot een totale oplage van 160.000 exemplaren goedkope leningen te verstrekken voor investeringen ter modernisering van hun ondernemingen. Voorwaarde is dat de kranten en tijdschriften van deze uitgeverijen de politieke vorming en voorlichting dienen.

De kredietactie van de bondsregering wordt door de Vereniging van Duitse Krantenuitgeverijen als "waardeloze hulp" ervaren, die echter niet in staat is ernstig bedreigde ondernemingen uit de gevarezone te brengen.

Bron : De Standaard,  
 5/4/71.

Westduitse Pers.

Uit Stamm's handboek voor de pers en advertenties blijkt dat het aantal Westduitse dagbladen en periodieken vorig jaar licht is teruggelopen.

Er verdwenen 67 kranten, waardoor er nog 998 over zijn. Het aantal periodieken, met inbegrip van vakbladen en geïllustreerde tijdschriften, verminderde met 173 tot 10.516.

Bron : Het Belang van Limburg,  
 7/4/71.

Het Zweedse parlement keurde een omstreden wetsvoorstel goed waarbij dagblad- en tijdschriftenadvertenties worden belast met respektievelijk 6 en 10 t.h. De opbrengst van de belasting zal worden gebruikt om kranten en tijdschriften die met verlies werken te steunen.

Eron : De Standaard,  
27/5/71.

Osservatore zou verdwijnen voor informatieblad.

Volgens hardnekkige geruchten zal het dagblad Osservatore Romano, officieus staatsblad van het Vaticaan vervangen worden door een informatieblad in de voornaamste wereldtalen met uitsluitend berichten van katholiek belang. De Osservatore wordt uitgegeven in het Italiaans met van tijd tot tijd pauselijke documenten en mededelingen in het latijn. Er is dagelijks wel een bladzijde Italiaans nieuws.

Het is verder de bedoeling om de zondagsuitgave van de Osservatore, die behalve in het Italiaans ook in het Frans, Engels, Duits en Spaans verschijnt, te vergroten en er een flink geïllustreerd weekblad van te maken, dat dan niet langer zou worden gedrukt in Vaticaanstad, maar in Rome.

Bron : NRC-Handelsblad,  
28/4/71.

"Kranten in VS oppervlakkig en goedgelovig".

De voorzitter van de Amerikaanse Vereniging van Dagbladdirekteuren, Newbold Noyes jr., zei op een vergadering van de vereniging dat de Amerikaanse kranten "zo op hun gemak gesteld, oppervlakkig, vastgeroest aan versleten clichés en goedgelovig zijn, dat ze hun lezers een visie op de samenleving en haar problemen bieden waarvan ze weten dat ze niet juist is.

"Mijn boodschap is", aldus Noyes, "dat we nu <sup>niet</sup> precies een eervol hoofdstuk toevoegen aan de geschiedenis van de dagbladpers. Zoals onze critici zeggen hebben we heel wat verantwoording af te leggen tegenover de openbare mening."

Noyes zei dat de pers in Amerika meer aandacht besteedt aan Martha Mitchell, "een ministervrouw die vasthoudt aan de illuzie dat ze een Marie-Antoinette is", dan aan de "gekoördineerde,

opbouwende activiteiten van alle andere vrouwen van de regeringsfunktionarissen in Washington". (Martha Mitchell is de vrouw van de minister van justitie John Mitchell en staat bekend om haar scherpe tong). Volgens Noyes zal men harder moeten werken om aan "het nieuws achter het nieuws" te komen.

Bron : De Standaard,  
16/4/71.

### Persvrijheid Nihil in Latijns-Amerika.

"Het komitee voor de persvrijheid" van de Interamerikaanse persunie, dat einde maart te San Domingo vergaderde, is tot de konklusie gekomen dat de persvrijheid en het recht op informatie in Latijns-Amerika derwijze zijn aangevreten dat de journalisten van Latijns-Amerika ernstig verontrust zijn.

Volgens een uitgegeven verslag heerst er op Cuba en Haitie niet alleengeen persvrijheid, maar is er zelfs helemaal geen pers : er bestaan slechts de partijpropaganda en de terreur van de diktatoriale regimes van Castro en Duvalier. De pers is evenmin vrij in Panama, Paraguay, Peru, Bolivië, Brazilië, Guatemala. In Columbië en Uruguay bestaat de persvrijheid in beginsel maar met ernstige beperkingen, die het gevolg zijn van de abnormale toestand, waarin deze landen zich bevinden. Voor Chili zal het uur der waarheid vlug komen, aldus het rapport : het zal moeten kiezen tussen een "wettelijke diktatuur en de democratie".

Bron : Het Belang van Limburg,  
27/3/71.



O M R O E P  
=====

Het nieuwe is er af.

De fabrikanten van merkartikelen gaan in Nederland dit jaar hun reclame in de televisie beperken ten gunste van de dagbladen en andere media.

De kosten gaan te zwaar wegen en bovendien : het nieuwe van de TV is er af, zei de president-directeur van Van Nelle, een van Nederlands grote koffie- en theezaken. De televisie heeft volgens hem aan werfkracht verloren en is wat met reclame overvoerd.

Zijn bedrijf zal daarom dit jaar een deel van het reclamebudget verschuiven van de televisie naar de dagbladen en de andere media.

Bron : Het Laatste Nieuws,  
14/5/71.

Wat geen radioman durft zeggen.

Het Nederlands omroepbestel is het modernste bestel ter wereld, vindt de heer Jan Broeks, die na 42 jaar dienst bij de Vara afscheid heeft genomen van de radio-omroepwereld. Hij is voor meer samenwerking tussen pers en omroep en keurt de strijd tussen beide media grondig af. Pers en omroep zijn geen tegenstanders, wel rivalen.

Het Nederlandse radio-stelsel is in beginsel een liberaal stelsel, in tegenstelling met het Belgische, waarin BRT-RTB als persconcentratie een keihard monopolie bezitten. Taal zoals de heer Broeks sprak is in ons land ook vanwege een radio- of televisiemanager gewoon ondenkbaar, hoe verfrissend het ook zou zijn ze te horen. Het monopolie van de Staat is trouwens in lijnrechte tegenstelling met de persvrijheid.

Men mag zich dan ook afvragen hoe lang de toestand in België nog houdbaar zal blijven.

Hoe moeilijker de dagbladen het krijgen, hoe meer de vrije meningsuiting - een van de hoogste democratische waarden - in het gedrang komt. In feite is het vreemd dat een industrieel monopolie voor de overheid een aanleiding kan zijn tot dras-

tisch ingrijpen, maar dat tegen een staatsmonopolie op een zo belangrijk terrein als dat van de persvrijheid geen verhaal mogelijk schijnt.

De jongste tijd zijn nochtans van verschillende zijden stemmen opgegaan, die daar nadrukkelijk aandacht voor vragen.

Bron : Het Laatste Nieuws,  
18/5/71.

#### Onderwijs-tv in Nederland.

Aan alle 13000 scholen in Nederland is begin juni het programma-overzicht met uitzendrooster van de stichting nederlandse onderwijs tv voor het seizoen 1971-1972 gezonden. Het gaat om 220 programma's opgenomen in 42 projecten (tv-programma's onderdeel van een onderwijsleerpakket), 19 projecten voor het basisonderwijs en 23 voor het voortgezet onderwijs. Nieuw is o.m. het project ontwikkelingssamenwerking, waarbij zowel radio als tv bij betrokken zijn.

Van de 13000 scholen in Nederland hebben er thans 4000 tv. Een verdubbeling tov verleden jaar.

Bron : Vrije Geluiden  
1971, nr. 23.

#### Radio Capital failliet verklaard.

De exploitatie-maatschappij van de piratenzender Radio Capital, de International Broadcasters Society (IBS) in Bussum (Nederland), is door de Amsterdamse rechtbank failliet verklaard. Dit houdt tegelijk het faillissement in van Radio Capital.

Bron : Het Belang van Limburg,  
26/5/71.  
NRC-Handelsblad,  
4/6/71.

Vier kleine Nederlandse omroepverenigingen verliezen hun zendtijd.

Minister Klompé van CRM heeft begin juni de beschikkingen getekend waarbij met ingang van 1 oktober 1971 de zendtijdtoewijzingen voor de NVSH, de Morele Herbewapening en de HIRO worden ingetrokken. De intrekking geldt zowel voor radio- als televisiezendtijd.

De minister heeft voorts beschikt dat voor de Bond zonder Naam alleen de tv-zendtijd wordt ingetrokken. Minister Klompé heeft overwogen dat de programma's van andere zendgemachtigden thans voldoende voorzien in de bedoelde behoeften. Van verschillende zijden is protest aangetekend tegen dit besluit.

Bron : NRC-Handelsblad,  
4/6/71.  
De Tijd, 5/6/71.

Poolse inspraak via televisie.

Alle burgers van Polen konden onlangs voor de eerste keer een leidend vertegenwoordiger van de communistische partij vragen stellen over allerlei problemen en onmiddellijk daarop een antwoord krijgen. De Poolse televisie heeft daartoe een serie programma's opgesteld die op gezette tijden, onder de naam Burgertribune, worden uitgezonden.

De eerste uitzending was gewijd aan een van de grootste problemen in het land, de woningbouw.

De leiding van de partij wil met de reeks programma's de nadruk leggen op haar streven tot een soort dialoog met de bevolking te komen en de wensen van de burgers beter te leren kennen. De telefoonkosten van de vraagstellers worden vergoed.

Bron : De Tijd  
5/6/71.

### Geweld op de kijkkast.

Wie af en toe op de Duitse televisiezenders afstemt, heeft ongetwijfeld al gemerkt dat onze Oosterburen niet voor het vertonen van geweld terugschrikken. De televisiedeskundige prof. Heribert Heinrichs schrijft in het tijdschrift "Eltern" zelfs dat het in de Duitse programma's brutaler toegaat dan in de Amerikaanse. Hij heeft een onderzoek ingesteld en is tot resultaten gekomen die tot nadenken stemmen. In zeven dagen tijds waren op de ARD en het ZDF samen eventjes 52 harde vuistgevechten te zien en 27 schietpartijen. Daarnaast ook opknoppingen, wurgscènes, brutale aanrandingen van vrouwen en kinderen en vier terechtstellingen met de kogel.

Professor Heinrichs is in zijn beschuldiging aan het adres van de verantwoordelijken niet mals. Hij heeft het o.m. over sadistische kameravoering" en "op de zenuwen werkende brutaliteiten". Een rij voorbeelden bewijst dat deze krachtige termen niet overdreven zijn.

In een ander Duits blad, de "Stuttgarter Zeitung", staat te lezen dat het aantal kinderen voor wie geweld het prettigste is van wat op het beeldscherm te beleven valt, zich verdrievoud heeft (van 14 tot 43 th.) Prof. Heinrichs schijnt het dus wel bij het rechte eind te hebben in zijn kritiek.

Bron : Het Belang van Limburg,  
21/5/71.

### Amerikanen ontevreden over televisie.

Bij een opinie-onderzoek in de VS bleek dat ongeveer 44 t.h. van de Amerikanen helemaal niet tevreden is over de TV-programma's. Meer dan 50 t.h. oordeelt, dat er teveel reclameboodschappen op de beeldbuis komen. De steekproef, uitgevoerd bij 1500 Amerikanen door het Gallupinstituut, in opdracht van het weekblad "Newsweek", bleek tevens dat nieuwsuitzendingen en dokumentaires het meest gewaardeerd worden : 79 t.h. van de ondervraagden vonden dat de beste programma's.

Bron : De Standaard,  
25/5/71.

Zuid-Afrika krijgt televisie.

Een commissie van onderzoek heeft eind april rapport uitgebracht over de invoering van televisie in Zuid-Afrika. Zij spreekt zich in positieve zin uit en berekent dat de voorbereidingen drie jaar in beslag zullen nemen. De kosten worden geschat op 250 miljoen gulden. Op wekdagen zou 10 % van de zendtijd gebruikt worden voor reclame.

Zuid-Afrika was tot dusverre het enige ontwikkelde land dat nog geen televisie had.

Bron : De Nieuwe Gids,  
NRC-Handelsblad,  
28/4/71.

Oprichter van B.B.C. overleden.

Lord Reith, die als eerste directeur van de BBC, de Britse omroep vanuit een tweekamervertrek te Londen oprichtte, is op 81-jarige leeftijd in het rusthuis voor officieren te Edinburgh in Schotland overleden.

Lord Reith is vijftien jaar directeur-generaal van de BBC geweest. Hij trad in 1939 af en bekleedde daarna ministerposten in de kabinetten van Neville Chamberlain en Winston Churchill. Hij werd baron en in 1942 door Churchill niet meer opgenomen in een gewijzigd kabinet.

Bron : Het Laatste Nieuws,  
17/6/71.

F I L M  
=====

Filmregisseur Erich Engels overleden.

In een ziekenhuis in München is op 81-jarige leeftijd de uit Remscheid afkomstige filmregisseur Erich Engels overleden.

Engels was gespecialiseerd op het gebied van de misdadigersfilms. Tot zijn bekendste werken behoorden Kirschen in Nachbars Garten, Mordsache Holm, Im Namen des Volkes, Mordprozess dr. Jordan, Dr. Crippen an Bord, Das himmelblauwe Abenkleidt en Crippen lebt.

Bron : NRC-Handelsblad  
28/4/71.

Belgische filmpionier Dekeukeleire overleden.

Te Werchter overleed op 68-jarige leeftijd Charles Dekeukeleire, een van de pioniers van de Belgische film.

Dekeukeleire debuteerde als filmcriticus en realiseerde op 22-jarige leeftijd zijn eerste kortfilm "Combat de boxe". Met "Ongeduld" en "Detectiveverhaal" verrichtte Dekeukeleire baanbrekend werk, terwijl "Witte Vlam", "Lourdesvizioen" en "Verzengde aarde" werken waren die getuigden van een sterke sociale belangstelling. "Tema's van inspiratie" was de eerste merkwaardige film over de kunst die in België werd gerealiseerd. Deze film kreeg op het festival in Venetië in 1938 een gouden medaille. Met de verfilming van "Het kwade oog" van Teirlinck waagde de overleden kineast zich op het terrein van de speelfilm.

Als essayist was Dekeukeleire ver op zijn tijd vooruit. In "L'émotion sociale" beschreef hij zijn reisindrukken over Afrika, terwijl zijn filmtheorie gestalte kreeg in "Le cinéma et la pensée". In totaal realiseerde hij 83 werken.

Bron : De Standaard,  
3/6/1971.

A L G E M E E N  
=====

Een nieuw tijdperk.

Schooltelevisie kan een heel nuttig hulpmiddel zijn in het onderwijs. Toch zijn er betrekkelijk weinig onderwijzers of leraars die er gebruik van maken. De voornaamste reden hiervoor lijkt wel te zijn : de moeilijkheden met de uitzendtijd. Een leraar moet al veel geluk hebben als hij juist zo'n rechtstreekse uitzending in zijn lesuur kan inbouwen. Bovendien moet hijzelf het programma al eens gezien hebben, opdat hij het op een didactisch verantwoorde wijze kan gebruiken.

Sommige scholen beschikken al over een video-recorder. Dit apparaat dat wij volgens Marc Galle een televisie-opnemer zouden moeten noemen, maakt het al heelwat makkelijker. Toch moet nog steeds een bediende of een technicus op alle mogelijke uren klaarstaan om een uitzending op te nemen.

Met cassettes zal ook dit probleem van de baan zijn. Via een afspeel-apparatuur zal men naar hartelust ingeblikte lessen op het TV-toestel kunnen afdraaien. Het laat dan ook geen twijfel dat deze uitvinding pas de beginnende stoot aan het audiovisueel onderwijs zal geven. Voorlopig is dat echter nog toekomstmuziek, want zo'n cassette is peperduur.

In de Bondrepubliek gaat men nu al het eksperiment wagen en wel met een deel van de bevolking dat kapitaalkrchtig genoeg is, nl. de artsen.

Een dochteronderneming van het Springerconcern komt in juli voor de dag met het eerste audiovisuele tijdschrift ter wereld, dat "Medicolloc" gedoopt werd. Dit wekelijks verschijnend televisiecassetteprogramma zal de huisartsen op de hoogte houden van de laatste ontdekkingen op medisch gebied. Om de geweldige produktiekosten het hoofd te bieden, heeft men ook reklamespots moeten inlassen. Zelfs met die reclame zal de Duitse huisarts nog ongeveer 250 fr. per aflevering moeten neertellen. Hij heeft dan veertien dagen tijd om zijn "stof" in te studeren, want na die periode moet hij de cassette doorsturen naar een andere abonnee. Hoe dan ook, de kogel is door de kerk en een nieuw tijdperk is ingeluid. Over enkele jaren zal het allemaal al een stuk goedkoper zijn en wie weet waar de cassettes dan al dan niet goed voor zullen zijn.

Bron : Het Belang van Limburg,  
24/5/71.

### USSR-boekenoplaag in 1975.

De Sowjetuitgeverijen laten thans boeken het licht zien in een opslag van anderhalf miljard exemplaren; in 1965 waren dat er 1.2 miljard. Gedurende het achtste 5-jarenplan (1966-1970) zijn er 26 pct. meer studieboeken verschenen en 28 pct. meer politieke literatuur. De uitgave van kinderliteratuur nam met 25 pct toe.

Bij het nieuwe, het negende 5-jarenplan (1971-1975) is niet alleen voorzien in een toeneming van de boekenopslag en van de oplagen aan kranten en tijdschriften, maar ook in het verbeteren van hun thematiek en van hun uiterlijk. In 1975 zullen er voor de Sowjetlezers ongeveer 200 miljoen exemplaren meer ter beschikking komen dan in 1970. De opslag van tijdschriften zal met 7 à 8 miljard exemplaren toenemen.

Bron : Informatiebulletin  
Weekblad van de Ambassade  
van de USSR in Nederland,  
27/5/71.

### Paus over kommunikatiedia: vrede en vriendschap bevorderen.

In een toespraak ter gelegenheid van de wereldddag der kommunikatiedia heeft de Paus verklaard dat de snelle berichtgeving een kenmerk van elke dag is geworden en dat de Kerk op dit gebied niet onverschillig mag blijven daar de moraal en de mentaliteit van de mensen bij dit gebeuren betrokken zijn. Hij onderstreepte tevens dat van de nieuwsmedia in de eerste plaats dient verlangd te worden dat zij de vriendschap en de vrede in de wereld bevorderen.

Bron : De Nieuwe Gids, 18/5/71  
Het Belang van Limburg,  
24/5/71.

### Vatikaan over massamedia.

Door het Vatikaan is begin juni een herderlijk schrijven over communicatie en de massamedia openbaar gemaakt, waarin het recht van ieder om over alles te worden geïnformeerd en de plicht van de officiële instanties (ook de kerkelijke) om open en eerlijke informatie te vertrekken worden vastgelegd.



Het document is opgesteld in opdracht van het tweede Vatikaanse Concilie. Er is zeven jaar door deskundigen aan gewerkt.

Het geschrift bevat richtlijnen voor het inrichten van informatiebureaus bij alle kerkelijke instanties en geeft aanbevelingen aan journalisten om hun objectiviteit te verdedigen tegen de invloeden, die op hen worden uitgeoefend.

Bron : NRC-Handelsblad, 4/6/71  
Gazet van Antwerpen,  
4/6/71.

---

BIBLIOGRAFIE

---

## I. KORTE RECENSIES EN AANKONDIGINGEN

### ALGEMEEN

"Homo Res Sacra Homini", Bijdragen Prof. Dr.H.J. Prakke aangeboden bij zijn afscheid als directeur van de Koninklijke Van Gorcum & Comp. N.V. te Assen.  
Assen, 30 november 1970, Van Gorcum & Comp. N.V., 193 blz.  
Geb. 18,00 Ned.Gulden.

Toen Prof. Dr. Henk J. Prakke, geleerde, auteur, cultureel ambassadeur, uitgever/drukker/manager, op 30 november 1970 afscheid nam van de Royal Van Gorcum - vijfentwintig jaar had hij er aan het hoofd gestaan van een onderneming, die uitgroeide van een lokale firma tot een internationaal bekend uitgevers- en drukkershuis - werd hij geëerd met een boek geschreven door zijn vrienden en gemaakt door zijn medewerkers : Homo Res Sacra Homini.

De inhoud :

- Ds. C.J. van Roven, Homo Res Sacra Homini  
Ben van Eysselsteijn, Vriendschap als stimulans  
A.J. van Leusen, De 'Jeugdbeweger'  
W.L.M.E. van Leeuwen, Ontmoeting met Prakke  
H.J.C. van Santen, Herinneringen aan Enck en Brink  
A. van den Berg, Prakke & Co.  
J. Hollenbeek Brouwer Ing., Het Drents Genootschap, Culturele Raad voor Drenthe  
Ir. L.G. Oldenbanning, Drents Genootschap van Studiekring naar Culturele Raad  
Stadtdirektor Ir. Gerhard Gosejacob, Bentheim und seine Deutsch-Niederländischen Beziehungen  
Dr. phil. Gerhard E. Stoll, Ein Europäer in Münster  
P.W. Schoemaker, Prof. Dr. Prakke, m'n schoolvriend  
D.H. Landwehr, Omzien zonder wrok  
Dr. W. Drees, Het schrijven van memoires  
Prof. Dr. P.J. Bouman, Plaatsbepaling  
Prof. Dr. S.J. Groenman, Bevolking, duur en uitgestrektheid van het adolescentendomein (ptr)  
Dr. G. Overdiep, Enkele procesrechtelijke aspecten van mijn werk als strafrechter  
C. Oudshoorn, Een onderwijskundig experiment  
Drs. B. Ubink, Stad en hogeschool in het negentiende eeuwse Groningen  
Dr. E.S. Simon, Nederlands-Duitse betrekkingen in het ressort van het Duitse Consulaat te Enschede in 1968

Mr. C.A. van Gorcum, Olie- en gaswinning in enkele ruimtelijke  
 en economische opzichten  
 A. Blankert, Aan de ambassadeur van afdeling IX  
 J.H. Brouwer, Fantastische vertellingen  
 Leo Meilink, Toen en nu  
 C. Pieters-Honig, Zierikzee  
 G.J. van Schreven-Braaksma, De Jeugdouderling  
 L. Voortman, Henk.

Niet alle bijdragen zijn even lezenswaardig voor anderen maar  
 "Homo Res Sacra Homini" (de lijfspreuk van Prof. Prakke) is  
 wel een boek om te hebben. Het is verkrijgbaar via de boekhandel  
 of rechtstreeks bij de uitgever.

H. van Pelt.

### SEMIOLOGIE

Julius FAST : De Taal van het Lichaam.  
 Amsterdam, Wetenschappelijke Uitgeverij, 1971,  
 160 blz., 205 Fr.  
 Voor België, U.M. Kosmos, Berchem (Antwerpen).

In zijn, voor het eerst in 1916 verschenen "Cours de Linguistique Générale", plaatste F. de Saussure de linguïstiek radikaal in het kader van een nieuwe, slechts in het stadium van een project verkerende wetenschap: de semiologie, d.w.z. "une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie social... La linguistique n'est qu'une partie de cette science générale..." (1). Alhoewel ondertussen het idee van Saussure meer en meer veld gewonnen heeft en zijn uiteindelijke uitwerking vond in de Hjelmsleviaanse glossematiek, blijft het in 1964 door Roland Barthes geformuleerde pessimisme, "la sémiologie se cherche lentement" (2) nog steeds zijn geldigheid bewaren, niet in het minst misschien omwille van de positiekeuze van Barthes zelf, die, in het voetspoor van Benveniste, de reële primautéit van het "natuurlijk" spreken op de andere tekensystemen, gebaseerd op het criterium van de vertaalbaarheid van alle semiologische systemen in het linguïstisch systeem, heeft omgedraaid in een axiomatische primautéit, hierbij steunend op het criterium van de vertaalnoodzakelijkheid, waarbij alle niet-linguïstische systemen vroeg of laat het natuurlijk spreken op hun weg zouden

---

(1) DE SAUSSURE, F., Cours, Parijs, 4de ed., 1949, blz. 33.

(2) BARTHES, R., Eléments de Sémiologie, in Le Degré Zéro de l'écriture, suivi de Eléments de Sémiologie", Parijs, 1968, blz. 79.

moeten vinden, "non seulement à titre de modèle, mais aussi à titre de composant, de relais ou de signifié" (1). Het probleem of er dus wel zoiets bestaat als een semiologie ofwel of iedere semiologie vroeg of laat dient opgelost te worden in een translinguïstiek, wordt door de Barthesiaanse omkering van het Saussuriaanse project wel bijzonder acuut. In feite staat of valt de semiologie als algemene wetenschap, waarvan ook de linguïstiek een deelwetenschap, zij het dan een geprivilegiëerde, zou zijn, met de mogelijkheid "het bestaan" in de niet-linguïstische fenomenaliteit aan te tonen aan de semiosis of semiotische relatie, d.w.z. de verhouding van de twee relationele niveaus van het teken (betekenaar en betekenisinhoud), o.m. gekenmerkt door een formele reciprociteit, arbitrariteit en systematiciteit.

Het is derhalve duidelijk hoe belangrijk een studie van de menselijke gestualiteit zou kunnen zijn voor het welslagen van een in de Saussuriaanse zin te realiseren semiologie. Het ter recensie voorliggende boekje van de Amerikaan Julius Fast (oorspronkelijke titel: "Body Language", New York, 1970), wil ons in verband met deze gestualiteit een overzicht geven van de Amerikaanse bevindingen op dit terrein, met name de proxemica of het gebruik van de intermenselijke ruimte en de kinesica, d.w.z. de bestudering van de lichaamstaal als een "studie van de verscheidenheid van alle lichaamsbewegingen van de meest opzettelijke tot de volkomen onbewuste, van de gebaren die alleen in één bepaalde cultuur voorkomen, tot de gebaren die alle cultuurbarrières overschrijden (blz. 15).

Het boek zelf wordt ons op de achterflap voorgesteld als het "lichtvoetig" product van een "voortreffelijke popularisator", de behandelde wetenschap als een "charmante bijdrage tot onze kennis van de mens". In de praktijk van de lectuur komt dit alles neer op een hoogst redundant gewrocht waarin <sup>met</sup> een twijfelachtig gevoel voor humor en een overvloed aan voorbeelden en anekdotes een minimum aan concepten op een zeer verwarde manier over 160 blz. wordt uitgesmeerd. Het probleem van deze populair-wetenschappelijke werken is niet alleen dat je als lezer aan het eind van het boek ongeveer even wijs bent als toen je eraan begon, maar ook dat je als recensent voortdurend twijfelt tussen enerzijds de plicht het werk te onderzoeken op wat het aanbrengt in het wetenschappelijke productieproces en anderzijds de neiging het slechts te zien als een popularisatie (d.w.z. een vervanging van de praxis van de lectuur door het genot van de consumptie). In het laatste geval zou je van dit soort werken veeleer de schrijftuur (die Roland Barthes ooit eens de moraal van de vorm heeft genoemd) moeten onderzoeken.

---

(1) BARTHES, R., o.c., blz. 81.

Het mythogene karakter van dergelijke geschriften - ook de wetenschap ontsnapt niet aan de mythevorming :  $E=mc^2$ , ook Einstein had lange haren - blijkt reeds duidelijk uit een willekeurige grabbel in de inhoudsopgave, waar titels als "Het lichaam is de boodschap", "Dier en Territoir", "Seks en niet-mensen", "Wanneer iemand niemand is" op de aanwezigheid van ideologemen als McLuhanisme, Darwinisme, existentialisme... wijzen.

J. Kristeva wijst in haar overzicht van de Amerikaanse kinesica (1) erop dat deze wetenschap, die zich beroept op Darwins "Expression of the Emotions in Man and the Animals" (1873), zich beweegt in de marge van de communicatiewetenschap en het behaviorisme, aangevuld met sterke impulsen vanuit de ethnologie, de anthropologie, de Bloomfieldiaanse linguïstiek en een vaag empirisch psychosociologisme. Mensen als een Boas, La Barre, Mead, Sapir stonden aan de wieg van de Amerikaanse kinesica.

Zoals reeds aangestipt werd, wordt er sterk de nadruk gelegd op het communicatief circuit (Fast: de lichaamstaal is een communicatie zonder woorden) en dit ten koste van het andere aspect van de menselijke gestualiteit, nl. de gestuele praxis. Deze miskenning doet Fast dan ook volgende, totaal ongegronde kritiek uiten op R. Birdwhistells stelling als zou iedere beweging van het menselijk lichaam iets betekenen: "Ik vind deze basispremissie het moeilijkst te accepteren. Misschien duidt het krabben van de neus erop dat de krabber het ergens niet mee eens is, maar de krabber kan ook kriebel aan zijn neus hebben. Dit is nu juist de grote moeilijkheid bij de kinesica: hoe scheiden we de gebaren met een betekenis van de gebaren zonder een betekenis of de spontane van de aangeleerde?" (blz. 133).

Niet alleen valt de oppositie betekenisvol/betekenisloos absoluut niet samen met de oppositie(?) aangeleerd/spontaan, maar ook is zulke kritiek tekenend voor de Amerikaanse miskenning van de gestuele praxis, waar, zoals A.J. Greimas duidelijk heeft aangetoond (2), eveneens van een betekenaar en een betekenisinhoud kan gesproken worden, zij het dan dat hier vaak desemantiserende optreedt.

De bevruchting anderzijds van de kinesica door de anthropologie en de ethnologie en de belangstelling die deze disciplines op hun beurt weer voor deze jonge wetenschap vertonen, kan gemakkelijk verklaard worden uit het feit dat de kinesica enerzijds er zich wel van bewust is steeds binnen een bepaalde kulturele kontekst te werken en anderzijds het zoeken naar bepaalde uni-

---

(1) KRISTEVA, J., Le Geste, pratique ou communication, Langages nr. 10, juni 1968.

(2) GREIMAS, A.J., Conditions d'une sémiotique du monde naturel, in Langages nr. 10, juni 1968.

versalismen in de gestualiteit (welke Fast instinctieve vormen van woordeloze communicatie noemt) niet opgeeft. Jammer genoeg zijn in dit verband in het werk van Fast niet alleen de concepten arbitrariteit, motivatie, systeem, totaal zoek, maar wordt ook de oppositie natuur/kultuur onvoldoende uitgewerkt zodat ook hier niet (waar wel?) tot een consistent geheel gekomen wordt. Hetzelfde bezwaar geldt trouwens voor het welhaast metaforisch gebruik van de begrippen taal en teken, waarbij op geen enkel moment getracht wordt het teken te onderscheiden van wat het niet is, nl. symbool, symptoom, index, signaal. Integendeel zelfs, de aangevoerde voorbeelden maken de verwarring compleet.

De interessantste delen van het boek lijken mij nog deze te zijn waar de theorieën van Scheflen (proxemica) en Birdwhistell (kinesica) besproken worden, doch in dit verband kunnen we de geïnteresseerde lezer evengoed, zo niet beter verwijzen naar het reeds geciteerde nummer 10 van Langages dat **volledig aan de gestualiteit is gewijd**.

Luc Van Poecke.

#### COMMUNICATIE - ALGEMEEN

C. CHERRY, Communicatie.

Van Loghom Slaterus, Deventer, 1970, 363 blz.  
Uitgegeven in België door U.M. Kosmos, Berchem  
(Antwerpen), 720 fr. geb.

Een overbekend boek bespreken waarvan de oorspronkelijke versie nagenoeg vijftien jaar geleden (On Human Communication - New York, 1957) gepubliceerd werd en dat intussen meerdere edities kende, heeft in feite niet veel zin. Toch vinden wij de publicatie van dit werk in het nederlands een belangrijke gebeurtenis, omdat hiermede een "klassieker" op het gebied van de algemene communicatiewetenschap ter beschikking gesteld wordt van studenten en belangstellenden die minder vertrouwd zijn met het nogal sterk technische Engels van de oorspronkelijke editie. De Nederlandse editie krijgt nog meer relief wanneer men bedenkt dat het werk tot op heden slechts in vier talen verscheen (Engels, Duits, Japans en Nederlands).

Van dit boek hebben enkele studenten mij ooit gezegd dat het maar een "honds" geval was en dit niet zozeer omdat het opgedragen is "aan mijn hond Pijn" (eerste druk) en "aan allen die zo vriendelijk naar mijn hond Pijn hebben gevraagd" (tweede druk) maar wel omdat het voor studenten in de sociale wetenschappen vrij moeilijke lectuur is. Het boek beweegt zich inderdaad zowel op het terrein van de linguïstiek, de fonetiek, de wiskunde als op dat van de logica en de telecommunicatie. Hiermede is natuurlijk niet gezegd dat het werk de zoeven vermelde appreciatie verdient, wel integendeel.

Precies door zijn multidisciplinaire aanpak behoort "On Human Communication" tot de zeldzame wetenschappelijke publicaties waarin vanuit enkele disciplines naar een gemeenschappelijk "platform" gezocht wordt om het verschijnsel van de menselijke communicatie te analyseren. Precies daardoor is het interessant en verruimt het de sociaal-wetenschappelijke horizon.

Aan de inhoud van de eerste Engelse uitgave werd weinig veranderd. Na een algemene inleiding over het begrip "communicatie" en een kort historisch overzicht volgen vijf hoofdstukken over resp. de taal (linguïstische benadering), de signalen en de spraak (telecommunicatie en fonetiek), de mathematische informatietheorie, de logische structuur van de communicatie (syntaxis, semantiek, pragmatiek) en tenslotte het "kennen en herkennen" (psychologie en fysiologie). Wel werden de bibliografische gegevens aangevuld en enkele figuren geactualiseerd.

In een bespreking welke hij aan dit werk in 1964 wijdde (Publizistik, juli-sept. 1964, blz. 274-276) wenste B. Lerg blijkbaar niet een grondige, inhoudelijke kritiek te wijden aan dit werk. Wij evenmin? Men weet dat C. Cherry in de eerste plaats een specialist is in hoogfrequentietechniek. Men moet aanvaarden dat hij enigszins vanuit dit referentiekader schrijft. Vanuit deze gezichtshoek is het volkomen logisch dat de auteur de historische, taalfilosofische, sociologische, politieke, sociaal-psychologische en massacommunicatieve approach volkomen onberoerd laat. Dat in dit werk ook weinig filosofische en semiologische gegevens verwerkt zijn is, rekening gehouden met de behavioristische gerichtheid van de auteur, evenzeer normaal te noemen.

Voor dit boek - hoe belangrijk het ook is - geldt tenslotte de algemene vaststelling dat tussen de exact-wetenschappelijk gerichte en de sociaal-wetenschappelijk gerichte communicatiewetenschap een onoverbrugbare barrière blijft bestaan. Het menselijk communicatieproces is zo "verrassend" (in de statistische zin van het woord) dat het niet kan volledig gevat worden in technische schema's en modellen.



Tenslotte willen wij ook nog de bedenking onderschrijven die L. Forsdale in een bespreking in "Audio-Visual Communication Review" uitbracht (nr. 2, 1959, blz. 147-150) : wat mag de auteur bezield hebben om in zijn voorwoord te schrijven dat het boek "uit een reeks eenvoudige opstellen bestaat in een zo eenvoudig mogelijke taal geschreven"? Een citaat dat toch wel met een (groot) korreltje zout moet genomen worden en dit geldt zowel voor de Engelse als voor de - overigens voortreffelijke - Nederlandse versie. De getuigenissen van onze studenten zijn op dit punt formeel. Misschien maakte C.Cherry als communicatieskundige en auteur van een klassiek boek toch wel een even klassiek communicatiefoutje : denken dat de ontvangers (lezers) in hetzelfde referentiekader leven als de auteur ?

De Nederlandse editie is zeer goed verzorgd en de vertaling is uitstekend.

G. Fauconnier.

## OMROEP

### 1. H. Schaafsma over Geschiedenis en Karakteristiek van de Omroep.

Het derde deel van de serie "Cahiers over massacommunicatie" bevat twee bijdragen, beide van de hand van H. Schaafsma. Op de achterflap van het cahier leest men: "Informatie is de hoofdverbinding tussen individu en de samenleving waarin hij produceert en consumeert, denkt en handelt, anderen beïnvloedt en door anderen wordt beïnvloed. Een goed functionerende democratische samenleving behoeft voor alles maximale openheid van de kanalen waarlangs de informatiestromen zich in de maatschappij bewegen". Over één van deze kanalen gaat het in dit cahier. Eigenlijk zijn het er twee, door Schaafsma samengebond in 'de omroep': radio en tv in Nederland. Het eerste deel behandelt de 'geschiedenis van de omroep', het tweede de 'karakteristiek van de omroep'.

Een woordje over de eerste bijdrage, waarvan H. Schaafsma in het "Woord vooraf" zelf getuigt dat de redactie "voor een niet-historicus een hachelijke opdracht was". Vertrekkend van de fundamenteen bouwt Schaafsma de unieke konstruktie die het Nederlands omroepbestel toch wel is weer op. We kennen de Nederlandse omroep, zijn zuilensysteem, zijn omroeporganisaties, zijn openheid voor nieuwe omroepinstellingen, het gezamenlijk programma, de technisch-organisatorische samenwerking, het aantal betalende leden als het belangrijkste criterium voor

de verlening van een zendmachtiging, de invoering van de reclame... Van essentieel belang in de bijdrage van Schaafsma is, naar onze mening, de relativiserende gezichtshoek van waaruit de auteur de historische groei van de Nederlandse omroep rekonstrueert. Wij bedoelen - en Schaafsma zegt het zelf telkens opnieuw : "... dat heel wat elementen uit de discussie over de omroep in de jaren '50 en '60 niet zo nieuw waren als ze leken te zijn" of "dat de belangrijkste thema's die de oordeelsvorming over de functie en de plaats van de omroep in de jaren '20 beheersten, zich in de jaren '50 en '60 vrijwel ongewijzigd opnieuw zouden aandienen" of "dat de discussie in deze jaren ('50 en '60) zowel buiten als in de volksvertegenwoordiging, in grote trekken een herhaling was van die uit de jaren '20".

De vier eerste hoofdstukken van de 'karakteristiek van de omroep' (diversiteit van omroepsystemen, internationale samenwerking, de functies en de bereiksfuncties van de omroep) zijn als het ware een aanloop voor het laatste hoofdstuk van dit cahier: 'Nederlands omroepsysteem: een uniek compromis'.

Trouwens het eerste deel van dit cahier moet gezien worden in dezelfde optiek : "Het systeem dat in deze paragraaf wordt geschetst, kan dus onmogelijk los worden gezien van de ontwikkeling die ertoe heeft geleid" of "Het is vrijwel onmogelijk de relatie tussen geschiedenis en de huidige situatie in deze kenschets van een voor de wereld uniek systeem geheel buiten beschouwing te laten".

De omroepwet die op 28 mei 1969 in werking trad wordt een kompromis genoemd (een overkoepelend orgaan, de Nederlandse Omroep Stichting, werkt samen met een aantal partikuliere omroepinstellingen). H. Schaafsma behandelt verder achtereenvolgens: de grondslagen van het omroepbestel, bestuurs-, beheers- en beleidsorganen, het apparaat van de NOS, de omroeporganisaties, reclame, wereldomroep, regering en omroep.

In enkele slotopmerkingen stelt de auteur dat "de sterkste kant van het Nederlands omroepbestel is, dat het de zendgemachtigden een zeer grote mate van autonomie laat". Zwakke plekken ziet hij nog in het feit dat de omroepwet "de erkenning van omroeporganisaties afhankelijk stelt van het getal van hun contribuerende aanhang" en in het feit dat "het gezamenlijk programma... moet fungeren als een 'ontmoetingspunt'"; er blijven ook nog vragen "met betrekking tot de educatief-instructieve en de regionale omroep. Verder: "De toekomst zal moeten leren, of de grotere openheid in de ether die de omroepwet beoogt, ook werkelijk gerealiseerd zal worden".

H. Schaafsma schrijft in het 'Woord vooraf' : "Jammer is het, dat een gedetailleerde geschiedschrijving van de Nederlandse omroep tot dusver niet is verschenen. Zij zou zowel op de

politieke als op de culturele ontwikkeling van de afgelopen halve eeuw een misschien wat eenzijdig gericht, maar zeker verhelderend licht kunnen laten schijnen". Hij had er met een gerust geweten mogen aan toevoegen : "Dit cahier is een poging in die richting vanuit het standpunt van de massacommunicatie". Naar onze mening een geslaagde poging.

Signaleren we tenslotte dat H. Van Pelt in het Informatiebulletin CeCoWe (oktober 1969) een artikel schreef over "de wettelijke regeling van de omroep in Nederland". Zijn onverbloemd optimisme voor het Nederlands omroepbestel en de omroepwet, zowel als dat van H. Schaafsma, blijkt uit volgende citaten. Het eerste citaat is van H. Schaafsma, het tweede van H. Van Pelt, maar het kon ook net omgekeerd geweest zijn. "De handhaving van het 'zuilen-systeem' heeft zijn nadelen gehad. Zij heeft stellig ook de basis gelegd voor een verdere uitbouw van de omroep in pluriforme zin: met een zo groot mogelijke kans op differentiatie in het programma-aanbod, op ontplooiing van creativiteit binnen als eenheden overzichtelijke omroepinstellingen. Een kans die weliswaar ook in 1970 nog niet volledig benut is, maar die in beginsel open blijft, alle tekorten van de omroepwet ten spijt". Zo zegt het H. Schaafsma en H. Van Pelt zegt met andere woorden ongeveer hetzelfde : "De kritiek richt zich meer tegen bepaalde details dan tegen de gehele conceptie, die teveel kwaliteiten heeft om geheel te kunnen worden genegeerd. Want bij alle bezwaren die tegen de omroepwet zijn in te brengen, moet erkend worden dat het systeem waarin de wet voorziet in beginsel meer ruimte laat voor uitingsvrijheid en voor ontplooiing van culturele creativiteit dan een nationale omroep met een monopoliepositie zou doen".

G. De Meyer.

2. - Redactionele organisatie van de omroep.  
mr. B.A. SCHMITZ

- Omroepjournalistiek.  
H. SCHAAFSMA.

Voor hen die reeds min of meer vertrouwd zijn met het Nederlandse omroepwezen houdt Mr. Schmitz' situatieschets niet veel nieuws in. Het is een ruwe beschrijving van Nederlands' informatiebestel bij radio en televisie. Hierbij wordt vooral gewezen op de eigenaardige situatie van de radio-nieuwsdienst, die verzorgd wordt door een persagentschap (ANP). Ook wordt er gewezen op het gevaar van ideologisch taalgebruik (p. 9-10), dat

o.i. echter onvermijdelijk is in berichtgeving. Voor de TV-nieuwsdienst wijst Schmitz op "de zonde van onevenwichtigheid, die voortvloeit uit het enerzijds voorhanden zijn van aantrekkelijk beeldmateriaal over misschien minder importante zaken en anderzijds het volstrekt ontbreken van elke mogelijkheid tot het visueel weergeven van het meest belangrijke nieuws" (blz. 10). Een werkelijk kritische evaluatie van het systeem vindt men echter niet.

In deel 2 heeft Schaafsma het over omroepjournalistiek, in tegenstelling tot krantenjournalistiek. Hij stelt het onderscheid in termen van tijd-ruimte. Radio en televisie beschikken voor berichtgeving meestal maar over een beperkte tijd. Daarom kan een omroepjournalist enkel typeren, niet samenvatten. Dit laatste is weggelegd voor de krant, die hiervoor over de nodige ruimte beschikt (blz. 31-33). Er wordt ook een onderscheid gemaakt tussen manipulatie van het materiaal en manipulatie van het publiek (p. 44).

Volkomen terecht merkt H. Schaafsma op blz. 50 : "Er pleit veel voor de opvatting, dat alles wat de ontvanger helpt een bericht te plaatsen in de relevante context, mede behoort tot het terrein van de feitelijke berichtgeving". Hiermee vervalt het bijna klassiek geworden onderscheid tussen feitelijke berichtgeving en back-ground informatie.

Wanneer steller het heeft over het televisieinterview, pleit hij voor "scherpzinnige **ondervraging**" in politieke interviews (blz. 77). En verder "Natuurlijk zou het politieke interview weinig waard zijn, als de televisie alle niet door overheid of erkende partijen geïnstitutionaliseerde politieke activiteiten zou negeren."

Tenslotte deze, o.i. nog belangrijke passage : "Een belangrijk gegeven, geldend voor alle vormen van journalistiek, is dat mensen door het onderwijs tot dusver onvoldoende worden voorbereid op kritische verwerking van de dagelijkse informatie. Dit is een van de oorzaken in de beleidssector van de omroep, dat verklarende commentaren en analyses niet tot de feitelijke berichtgeving behoren. Een misvatting die aanleiding heeft gegeven tot een onjuiste en onbevredigende taakverdeling tussen Radionieuwsdienst en NOS-journaal aan de ene kant, de actualiteitenrubrieken van de omroepen aan de andere kant" (blz. 84). Dat deze indringende kritiek ook op de Belgische situatie toepasselijk is hoeft eigenlijk nauwelijks toegevoegd.

TONEELDE SCENE

Het Theatercentrum, opgericht door de provincie en de stad Antwerpen en de Kultuurraad voor Vlaanderen, publiceert geregeld "De Scène".

Dit informatieblad speelt een belangrijke rol t.a.v. de bekendmaking van het schouwburg-, concert- en balletleven in Vlaanderen.

Het maandblad, aanvankelijk uitgegeven door de stad Antwerpen, is heden aan zijn 13e jaargang toe.

Het eerste nummer van deze 13e jaargang verschijnt in september 1971. Dit dubbelnummer geeft ruime informatie over de jaarprogramma's van de schouwburgen. De abonnee ontvangt vervolgens maandelijks, d.w.z. tot en met mei 1972, "De Scène" in zijn brievenbus. Elk nummer bevat + 30 rijk geïllustreerde bladzijden.

Men kan vanaf heden zijn abonnement laten noteren. Het abonnementsgeld bedraagt slechts 100,-fr. over te schrijven op prk. 549.18 van de Kredietbank te Antwerpen t.g.v. banknummer 100/13/38300 van het Theatercentrum. U gelieve op de keerzijde duidelijk, in drukletters, uw naam en volledig adres te vermelden.

H. van Pelt.

C A B A Y

open boekhandel  
Fochplein 6  
3000 Leuven  
Tel. 016/229.32.

Van enkele reeds in het vorig nummer aangekondigde tijdschriften verschenen nieuwe nummers, die wij ter Uwer beschikking hebben. Wij vragen vooral Uw aandacht voor volgende recente uitgaven :

- . "Littérature et idéologie" met de teksten van het "2<sup>me</sup> Colloque de Cluny" (202 Fr.).  
Met de medewerking van o.a. F. Cohen, P. Barbéris, H. Meschonnic, Ph. Sollers, J. Kristeva, J.P. Faye, J.L. Baudry, A. Casanova.
- . Van "Semiotica" verscheen nummer 3 van jaargang III (1971), waarin een artikel van Eugen BAR en een bijdrage van Annette LAVERS over Jacques LACAN (192 Fr.).
- . Bij Larousse verscheen het tweede nummer van het tijdschrift "Littérature", waarin mensen als BUTOR en Raymonde DEBRAY-GENETTE schrijven over Rabelais, Constant, Flaubert, Sarraute (135 Fr.).
- . "Communications 17" over "Le système de la publicité".
- . Pas verschenen : "Approaches to semiotics" onder redactie van J. KRISTEVA, REYDEBOVE en UMIKER (+ 1.500 fr.).
- . M. FOUCAULT's "leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970" verscheen bij Gallimard : "L'ordre du discours" (54 Fr.).
- . Een reeks voordrachten van A. MARTINET over het mechanisme van de taal (syntaxis, taalkundige typologie) werden gebundeld in "Langue et fonction" (80 Fr.).
- . Van de "Cahiers d'étude de sociologie culturelle" verschenen twee belangrijke nummers :  
"L'enseignement universitaire du journalisme et de la communication sociale" van R. CLAUSSE  
en "L'adolescent et sa presse" van A. PLUVINAGE-PATERNOSTRE (135 Fr.).
- . "L'imagination constructive" van A.F. OSBORN, met hoofdstukken over creatieve groepssamenwerking, brainstorming enz. (443 Fr.).
- . B. POURPRIX analyseert een nieuw fenomeen, de kosteloze pers, in "La presse gratuite" (177 Fr.).

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.

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 ble.

Stichting Ether Reclame STER Jaarverslag 1970.

Hilversum, 1971, 29 blz.

Hans VAN DER BRUG

Dick VERZIJDEN : Voorgeschiedenis en gevolgen van een Televisie-dokumentaie.  
Staatsuitgeverij, Den Haag, 1971, 311 gestencilde bladzijden.

II. AANWINSTEN BIBLIOTHEEK IESPO  
 Centrum voor Communicatiewetenschappen  
 1 februari 1971 - 31 mei 1971

---

I. Algemene werken : Communicatiewetenschap en Massacommunicatiewetenschap.

- BERLO, David K. : Mass Communication and the Development of Nations.  
 Michigan, Michigan State University, 1968,  
 pag. irr.
- CENSURE... : Censure et liberté d'expression.  
 Paris, Desclée de Brouwer, 1970, 227 p.
- CHERRY, Colin : Communicatie.  
 Deventer, Van Loghum Slaterus, 1970, 363 p.
- DEBORD, Guy : La société du spectacle.  
La théorie situationniste.  
 Paris, Buchet/Chastel, (1971), 176 p.
- INVENTIQUE... : L'Inventique.  
 Nouvelles méthodes de créativité.  
 Paris, Entreprises Moderne d'Edition, 1970,  
 279 p.
- JANTSCH, Erich : Technological forecasting in perspective.  
 Paris, O.C.D.E., 1967, 401 p.
- MASSIN : La lettre et l'image.  
 La figuration dans l'alphabet latin du huitième siècle à nos jours.  
 Préface de Raymond Queneau.  
 Paris, Gallimard, (1970), 286 p.
- MÜLLER, Peter : Die Soziale Gruppe im Prozess der Massenkommunikation.  
 Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag, 1970, 261 p.
- SULLEROT, Evelyne : Droit de regard.  
 Paris, Denoël/Gonthier, 1970, 218 p.
- ZUID-AFRIKA'S... : Zuid-Afrika's traditie.  
 Een kort overzicht van kunst en cultuur in de republiek van Zuid-Afrika.  
 1e druk 1969 - 2e druk 1970.  
 Den Haag, Afd. Pers en Voorl.v.d.Zuidafrikaanse ambassade, 1970, 118 p.



II. Publieke Opinie.

- OPINION... : L'Opinion Publique Belge.  
 Le Parlement, L'Europe, Les finances Publiques,  
 La politique culturelle.  
 XXXIe Semaine Sociale Universitaire,  
 Bruxelles, U.L.B., Inst.de Sociologie, 1971,  
 354 p.

III. Informatie.

- HALLORAN, J. : Les moyens d'information dans la société.  
 Nécessité de développer la recherche.  
 Paris, Unesco, 1970, 39 p.
- VAN BOL, J.M. : Pas de développement économique sans informa-  
 tion.  
 Dans "Conjunction", 1969, vol. XXIV, nr. 2,  
 Haiti, Institut Français, p. 50-63, 1969.
- VAN PRAAG, H. : Informatie en Energie.  
 Bouwstenen van een nieuw wereldbeeld.  
 Bussum, Uitg. W. De Haan, 1970, 173 p.

IV. Reclame en Advertentie.

- BAUDRILLARD, Jean : La Société de consommation.  
Ses mythes, ses structures.  
 Paris, S.G.P.P., 1970, 304 p.

V. Public Relations en Voorlichting.

- HIEBERT, R.E. & SPITZER, C.E. : The Voice of Government.  
 New York, John Wiley & Sons, 1968.
- MOLES, Abraham & CAUDE, Roland : Créativité et Méthodes d'Inno-  
 vation dans l'Entreprise.  
 Paris, Fayard-Mame, 1970, 218 p.

VI. Semiologie en Linguistiek.

- AUSTIN, J.L. : Quand dire, c'est faire.  
How to do things with words.  
Paris, Editions du Seuil, 1970, 184 p.
- GREIMAS, A. J. : Du sens.  
Essais sémiotiques.  
Paris, Editions du Seuil, 1970, 314 p.
- LADRIERE, Jean : L'Articulation du Sens.  
Discours scientifique et parole de la foi.  
Aubier-Montagne, Ed. du Cerf, 1970, 245 p.
- MOLES, Abraham : Information Theory and Esthetic perception.  
Urbana, Univ. of Illinois Press, 1966, 217 p.
- MORRIS, Charles : Signs, Language and Behavior.  
New York, George Braziller Inc., 1946, 365 p.
- PICON, Gaëtan : Les Lignes de la Main.  
Le point du jour.  
Paris, Gallimard, 1969, 308 p.
- PIERCE, J.R. : Symboles, Signaux et Bruit.  
Introduction à la Théorie de L'Information.  
Paris, Masson & Cie, Sfradel, 1966, 249 p.
- RHETORIQUE... : Rhétorique générale.  
par J. Dubois, F. Edeline e.a.  
Langue et langage.  
Paris, Librairie Larousse, (1970), 206 p.
- SCHWARZ, Günther : Wort und Wirklichkeit.  
Beiträge zur Allgemeinen Semantik.  
Darmstadt, Verlag Darmstädter Blätter, 1967.

VII. Beeldcommunicatie.

- COMMUNICATION... : La communication audiovisuelle.  
Le Point 10.  
Paris, Apostolat des Editions, 1969, 318 p.
- GROEBLI, René : Variation.  
Possibilités communicatives de la photographie en couleurs.  
(Kommunikative Möglichkeiten der Farbfotografie). (Some suggested uses of communicative colour photography).  
Volume 2. Teufen, Schweiz, Verlag Arthur Niggli AG., (1971), 165 p.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef : Histoire de la communication visuelle.  
Des origines de l'humanité, du troc de l'anti-  
quité à la conception visuelle contemporaine.  
(A history of visual communication.)  
(Geschichte der visuellen Kommunikation).  
Teufen (Switzerland), Verlag Arthur Niggli,  
(1971), 334 p.

PAWEK, Karl : Totale Photographie.  
Die Optik des neuen Realismus.  
Breisgau, Walter Verlag, (1960), 247 p.

#### VIII. Educatief gebruik van de media.

APTER, Michael J. : The New Technology of Education.  
London, MacMillan, 1968, 144 p.

DECAIGNY, T. : Technologie Educative et Audiovisuel.  
Bruxelles, Editions Labor, 1970, 159 p.

COPPEN, Helen : Aids to Teaching and Learning.  
Oxford, Pergamon Press, 1971, 230 p.

ERICKSON, Carlton W.H. : Fundamentals of teaching with audio-  
visual technology.  
London, The Macmillan Co, (1970), XIII, 384 p.

#### IX. Pers.

ARNIM, Gustav Adolf von : Eine Strukturanalyse der Presse der  
Federativen Volksrepublik Jugoslawien 1945-1963.  
Arbeiten aus dem Institut für Publizistik.  
Band 1.  
Münster, Wilhelms-Universität, 1966, 412 p.

AUBEL, C.P. : Persoon en Pers.  
Over onrechtmatige aantasting van persoons-  
belangen door perspublicaties.  
Deventer, A.E. Kluwer, 1968, 181 p.

JEUGD... : Jeugd en pers.  
Onderzoek naar de belangstelling voor het  
dagblad bij de Belgische jeugd van 16 t/m  
20 jaar.  
Leuven, K.U.L. CeCoWe, Cetedi, U.C.L., z.d.  
215 p.

- KOSZYK, Kurt : Deutsche Presse im 19. Jahrhundert.  
Geschichte der deutschen Presse. Teil II.  
Abhandlungen und Materialien zur Publizistik,  
Band 6.  
Berlin, Colloquium Verlag, 1966, 372 p.
- MESSENS, Rudy : Repertorium van de Oostvlaamse pers.  
(met uitzondering van Gent en het arrondissement Aalst- 1784-1914.  
Interuniversitair centrum voor hedendaagse geschiedenis - Bijdragen 59.  
Louvain, éditions Nauwelaerts, 1969, 467 p.
- MORIN, Violette : L'écriture de Presse.  
Paris, Mouton & C<sup>o</sup>, 1969, 157p.
- THIJS, A. : Repertorium van de pers in de provincie Antwerpen.  
(behoudens de stad Antwerpen en de kantons Mechelen en Puurs) 1833-1914.  
Interuniversitair centrum voor hedendaagse geschiedenis - Bijdragen 58.  
Louvain, éditions Nauwelaerts, 1970, 363 p.
- X. Omroep.
- BESANCON, J.J. : Avro-Hoorspelen 1970-1971.  
Hilversum, AVRO, 1971, 32 p.
- FINBOW, Colin & RODGER, Jan : New Radio Drama.  
London, BBC, 1966, 263 p.
- GERIN, Elisabeth: Les jeunes et la télévision.  
2e édition.  
Collection "Psychologie et éducation".  
Paris, Editions Fleurus, (1965), 164 p.
- KUHNS, William : The electronic gospel.  
(New York), Herder & Herder, (1969), 173 p.
- LINGENBERG, Jörg: Das Fernsehspiel in der DDR.  
Ein Beitrag zur Erforschung künstlicher Formen marxistisch-leninistischer Publizistik.  
München, Verlag Dokumentation, 1968, 340 p.
- LUISTEREN... : Luisteren en Kijken 1969-1970.  
Hilversum, Afdeling Studie en Onderzoek NOS, 1970, 46 p.

- RADIODIFFUSION..: La Radiodiffusion par Satellites.  
Paris, Unesco, 1971, 67 p.
- TELEVISION... : La Télévision en Milieu Rural.  
Résultats d'une enquête sociale réalisée  
en pays wallon.  
Louvain, C.R.S.R., 1965, 75 p.
- THIBAU, Jacques : Une télévision pour tous les Français.  
(Collections Esprit. La cité prochaine).  
Paris, Editions du Seuil, (1970), 285 p.
- VAN VOLLENHOVEN, L. : De zaak Tele Vizier.  
Deventer, Kluwer, 1970, 156 p.
- VOGT, W. : Nozema 1935-1970.  
Hilversum, C. De Boer jr. N.V., 1970, 72 p.

#### XI. Film.

- ARANDA, J. Francisco : Luis Bunuel.  
Biografía crítica.  
Barcelona, Editorial Lumen, 1969, 424 p.
- BALL, Robert Hamilton : Shakespeare on silent film.  
A strange eventful History.  
London, George Allen & Unwin, 1968, 403 p.
- BUDGEN, Suzanne : Fellini.  
London, The B.F.I. Education Department,  
1966, 128 p.
- DUFLOT, Jean : Entretiens avec Pier Paolo Pasolini.  
Paris, Editions Pierre Belfond, 1970, 175 p.
- EISENSTEIN, Serge : Vom Theater zum Film.  
Zürich, Verlag der Arche, 1960, 116 p.
- FILM... : Film 1969.  
Chronik und Bilanz des Internationalen Films.  
Berlin, Friedrich Verlag, 1970, 132 p.
- HARMS, Rudolf : Philosophie des Films.  
Seine Ästhetischen und Metaphysischen Grund-  
lagen.  
(Reihe "Filmwissenschaftliche Studientexte".)  
Leipzig, Verlag von Felix Meiner, (1970),  
VIII, 194 p.

- KAEL, Pauline : I Lost it at the Movies.  
London, Jonathan Cape, 1966, 365 p.
- LEYDA, Jay : Kino.  
A History of the Russian and the Soviet Film.  
London, George Allen & Unwin, 1960, 525 p.
- MONTGOMMERY, John : Comedy Films 1894-1954.  
London, George Allen & Unwin, 1968, 286 p.
- OSTERLAND, Martin : Gesellschaftsbilder in Filmen.  
Eine soziologische untersuchung des Film-  
angebots der Jahre 1949 bis 1964.  
Stuttgart, Ferdinand Enke Verlag, 1970, 253 p.
- PERRIN, Claude : Carl Th. Dreyer.  
Cinema d'aujourd'hui 55.  
Paris, Ed. Seghers, 1969, 192 p.
- PILARD, Philippe : Henri-Georges Clouzot.  
Cinema d'aujourd'hui 56.  
Paris, Ed. Seghers, 1969, 186 p.
- PUDOVKIN, V.I. : Film Technique and Film Acting.  
London, Vision Press, 1968, 388 p.
- RICHARDSON, Robert : Literature and Film.  
Bloomington, Indiana Univ. Press, 1969,  
149 p.
- ROTHA, Paul : Documentary Film.  
The use of the Film Medium to interpret  
creatively and in social terms the life of  
the people as it exists in reality.  
Londin, Faber & Faber, 1968, 412 p.
- SCHLAPPNER, Martin : Von Rossellini zu Fellini.  
Das Menschbild im Italienischen neo-realismus.  
Zürich, Origo Verlag, 1958, 303 p.
- STUMMER, E. & VOGG, G. : Filmreigabe und Filmbewertung.  
Eine Orientierung unter berücksichtigung zal-  
reichen dokumentarischen Materials für  
Wissenschaft, Praxis und Erziehung.  
München, E. Reinhardt Verlag, 1967, 96 p.

XII. Praktische Journalistik.

DANKERT, Harald : Sportsprache und Kommunikation.  
Untersuchungen zur Struktur der Fussball-  
sprache und zum Stil der Sportberichterstat-  
tung.  
(Volksleben 25. Band.)  
Tübingen, Tübinger Vereinigung für Volks-  
kunde, 1969, vi, 175 p.

---

# I N T E R E S S A N T E   B O E K E N

## VAKBEWEGING EN ONDERNEMING

door Prof. Dr. W. Albeda                      120 blz.                      175 Fr.

Inhoud : Onderneming en vakbeweging in theorie - Een andere onderneming, een andere economische orde ? - Ondernemen in de richting van de tijd - De toekomst van de vakbeweging - Democratie in de vakbeweging - De vakbeweging en de toekomst van de onderneming.

## SOCIAAL-ECONOMISCH BELEID EN ECONOMISCHE ORDE

door Prof. Dr. W. Albeda                      132 blz.                      175 Fr.

Inhoud : Enkele problemen van centraal economische orde - De grote transformatie - De loonpolitiek als probleem van sociaal-politiek beleid - Een actief arbeidsmarktbeleid - Toekomstdenken, planning en publieke opinie - Het vraagstuk van de alternatieve economische orde.

## DE INTERDISCIPLINAIRE BENADERING IN DE WETENSCHAPSBEOEFENING EN WETENSCHAPSTOEPASSING

door drs. J. Heijnsdijk                      116 blz.                      140 Fr.

Inhoud : De verschillende disciplinaire benaderingswijzen - Enkele pogingen tot interdisciplinaire benadering - Fundamenten van de interdisciplinaire benadering - Het bereiken van de interdisciplinaire benadering.

## POUR ANALYSER LES MEDIA, L'ANALYSE DE CONTENU

door Albert Kientz                              175 blz.                      134 Fr.

Inhoud : Processus et contenus des communications - Une technique aux multiples usages - Analyse de contenu et conditionnement des messages - De l'analyse de contenu à la culturanalyse - Comment construire une analyse.

## VAN GISTEREN NAAR MORGEN ECONOMISCH BEKEKEN

door Prof. Dr. Marc Eyskens                      254 blz.                      240 Fr.

Een boek dat zich wil bezinnen op de toekomst, waarvan de economische groei een van de belangrijkste determinanten is. In verband hiermede worden een aantal onderwerpen behandeld, b.v. de geschiedenis van het internationale muntstelsel, een prognose van de uitgaven van de overheid en de bestedingen van de particulieren. Tevens volgen de meest belangrijke uittreksels uit het vraaggesprek met Prof. Galbraith.

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. Michielstraat 1 (hoek Naamsestraat - 3000 LEUVEN



III. UIT DE TIJDSCHRIFTEN (1)

A L G E M E E N

J o u r n a l i s m   Q u a t e r l y

Uitgegeven door Emery Edwin, University of Minnesota,  
Mineapolis 55455.

vol. 47, nr. 4, Winter 1970

Steven H. CHAFFEE, L. Scott WARD, Leonard P. TIPTON, Mass  
Communication and Political Socialization,  
blz. 647-659.

J. Richard COTE, A Study of Accuracy of Two Wire Services,  
blz. 660-666.

John A. GOTHBERG, Press Reaction to Japanese Land Ownership  
in California, blz. 667-672.

Phillip J. TICHENOR, Clarice N. OLEIN, Annette HARRISON and  
George DONOHUE, Mass Communication Systems and Communica-  
tion Accuracy in Science News Reporting, blz.  
673-683.

Alan HENSHER, No News Today: How Los Angeles Lost a Daily,  
blz. 684-687.

William O. CHITTICK, American Foreign Policy Elites: Attitu-  
des Toward Secrecy and Publicity, blz. 689-  
696.

Paul V. PETERSON, The Chicago Daily Herald; Righting the  
Historical Record, blz. 697-701.

Douglas C. JONES, Remington Reports from Badlands; The  
Artist as War Correspondent, blz. 702-710.

Ben L. MOON, City Magazines, Past and Present, blz. 711-  
718.

Mark M. WELTER, The 1895-98 Cuban Crises in Minnesota  
Newspapers: Testing the "Yellow Journalism"  
Theory, blz. 719-724.

---

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

- Marion R. BROWN, Communication and Agricultural Development : A Field Experiment, blz. 725-734.
- Rosemarie ROGERS, Educational and Political Involvement in USSR Newspaper Reading, blz. 735-745.
- Karlen MOORADIAN, The Press and the Sword: Armenian Journalism Since 1512, blz. 746-756.

vol. 48, nr. 1, Spring 1971

- Raymond B. NIXON and Tac-yail HAHN, Concentration of Press Ownership: a Comparison of 32 Countries, blz. 5-16.
- Fred S. SIEBERT, Property Rights in Materials Transmitted by Satellites, blz. 17-25.
- J. Theodore HEFLEY, War Outlived: The Christian Century and the Kellogg Peace Pact, blz. 26-32.
- Nan LIN, Information Flow, Influence Flow and the Decision-Making Process, blz. 33-40.
- C. Dennis IGNASIAS, Propaganda and Public Opinion in Harding's Foreign affairs: the Case for Mexican Recognition, blz. 41-52.
- Sheldon G. LEVY, Emotional Reactions to Assassination and Relationships to Source, blz. 53-61.
- Robert L. RINGS, Public School News Coverage With and Without PR Directors, blz. 62-67.
- Ernest F. LARKIN, A Q-Analysis of Values and Attitudes Toward Advertising, blz. 68-72.
- Ivan K. PRESTON and Lawrence BOWEN, Perceiving Advertisements as Emotional, Rational and Irrational, blz. 73-84.
- Don R. BROWNE, The BBC and the Pirates: a Phase in the Life of a Prolonged Monopoly, blz. 85-99.
- William A. HACHTEN, Moroccan News Media Reflect Divisive Forces While Unifying, blz. 100-110.
- George P. JAN, Public Opinion's Growing Influence on Japan's China Policy, blz. 111-119.
- Trevor BROWN, Free Press Fair Game for South Africa's Government, 120-127.

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

Michael SCHMOLKE, Zur Gliederung der katholischen Presse-  
geschichte Deutschlands, blz. 311-327.

Heinz-Dieter FISCHER, CDU-nahe Lizenzzeitungen (VIII):  
"Hannoversche Neueste Nachrichten", blz. 327-3  
333.

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

Zie "Informatiebulletin CeCoWe",  
jg. 2, nr. 1, april 1971.

jg. 4, nr. 2, april-juni 1971

Antonio G. MOLINA, Die religiöse Information in der  
Kirche : Gegenwartsbild und Zukunftperspektive,  
blz. 93-108.

Peter RECH, Publizistik und Sozialpädagogik, blz. 109-115.

Remi J. DE ROO, Kirche im Dienst der Publizistik, blz. 116-  
120.

P E R S  
=====

D e   P e r s   -   L a   P r e s s e

uitgegeven door de Belgische Vereniging van de Dagblad-  
uitgevers, v.z.w., Belliardstraat 20, 1040 Brussel.

jg. 17, nr. 4 (nr. 68), december 1970.

X., De Krant Vandaag en Morgen, blz. 3-30.

X., Het Jaar 1970 in de Belgische Pers, blz. 75-  
77.

- X., Statistiek van de Belgische Dagbladen en Tijdschriften, blz. 84-88.
- Overzicht van de Dagbladen, Weekbladen, gespecialiseerde Tijdschriften, Persorganisaties, Pers- en Publiciteitsonderwijs, erkende Beroepsjournalisten, Publiciteit enz. in België, blz. 89-445.

### G a z e t t e

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

vol. XVII, nr. 1-2, 1971

- Pertti HEMANUS, Development in the Scandinavian Press,  
blz. 1-15.
- Hamid MOWLANA, Toward a Theory of Communication Systems:  
A developmental Approach, blz. 17-28.
- Al HESTER, An Analysis of News Flow from developed and  
developing Nations, blz. 29-43.
- Wilmont HAACKE, Some sociological Reflections on Mass  
Media, blz. 45-50.
- John A. LENT, Mass Media in the Netherlands Antilles,  
blz. 51-73.
- Martyn A. BOND, German Radio Drama between 1951 and 1965,  
blz. 75-93.
- Thomas S. SNYDER, The Discovering of Bismarck by the  
British Press, 1862-1866, blz. 94-103.

### J o u r n a l i s m e

Centre International d'enseignement supérieur du Journalisme de Strassbourg, 10 rue Schiller, 67- Strassbourg.

nr. 34, 1970

La concentration des entreprises de presses et la liberté de l'information.

- Jacque LEAUTE, Les deux aspects de la concentration, blz. 7-10.

- M.-G. LEWIS, Etude économique de la presse en Angleterre, blz. 13-21.
- René BRAICHET, La concentration en Suisse, blz. 25-26.
- M. ZENGELMANN, La concentration en Allemagne, blz. 27-29.
- Paul LEVY, La concentration en Belgique, blz. 31-32.
- Claude VEILLE-LAVALLEE, La concentration en France. Naissance et composition de la F.E.P., blz. 33-34.
- Roger PELISSIER, Organisation de la presse en république populaire de Chine (avant 1966), blz. 39-45.
- Yasen ZASSOURSKI, Le développement de la presse en U.R.S.S. (1965-1967), blz. 46-52.
- Bruce KEPPEL, Yashi MISHIYAMA, La situation aux Etats-Unis et au Japon, blz. 53.
- Pierre DESBRUYERES, Les repercussions de la concentration au niveau des journalistes, blz. 57-60.
- Paul DUMORTIER, Le personnel des entreprises de presse et la concentration, blz. 61-66.
- John C. DAVIES, L'avenir des quotidiens à faible tirage, blz. 67-68.
- Jacques LEAUTE, La liberté de la presse et la concentration des entreprises, blz. 73-78.

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. 19, nr. 1, 1971

Hansjörg BESSLER, Public Broadcasting in den U.S.A., blz.1-9.

Hansjürgen KASCHNEITZ, Zur Interpretation des theoretischen Grundbegriffe "Aktualität" in der west- und ostdeutschen Publizistikwissenschaft, blz. 10-19.

- Günter B. KRAUSE-ABLASS, Zur Rechtslage von Radio Free Europe, blz. 20-27.
- Manfred LINZ, Ein Modell für die Programmarbeit einer Rundfunkanstalt, blz. 28-32.
- Walter MANNINGEN, Brauchbare Ideen, über ein unzulängliches Model. Anmerkungen zu den Vorschlägen von Manfred Linz, blz. 33-36.

Revue de l'Union Européenne de Radiodiffusion

nr. 124, november 1970

- Richard LEVIN, La couleur, élément créateur en télévision, blz. 16-22.
- Michel FRESNAY, Costumes pour la télévision couleur, blz. 23-24.
- Harald REICHEL, Décoration et électronique, blz. 27-31.
- Börje LUNDH, Le maquillage pour la couleur, blz. 31-33.
- Phil WARD, Eclairages créateurs pour la télévision couleur, blz. 34-38.
- Rudolf KUFNER, La couleur ne doit pas être l'apanage des décorateurs, blz. 55-56.
- Peter W. ZWART, Peintures pour les décors en télévision couleur, blz. 57-58.
- Charlotte GUIDI, Max STUBENRAUCH, Les éléments graphiques en télévision couleur, blz. 59-64.
- Boris TOWNSEND, Physiologie et psychologie de la couleur, blz. 65-70.

F I L M  
=====

C a h i e r s   d u   C i n é m a

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

nr. 228, maart-april 1971

Christian METZ, Cinéma et idéographie, blz. 6-11.

Dziga VERTOV, Textes, blz. 12-18.

Jean-Pierre OUDART, L'effet de réel, blz. 19-26.

div., Entretien avec Paola et Vittorio Taviani,  
blz. 28-41.

Pascal KANE, Sur "Sous le signe du Scorpion", blz. 42-45.

Jean-Louis COMOLLI, La pratique didactique de S.M.E. (II)  
"Le réalisateur à vingt têtes", blz. 46-49.

div., Entretien avec Christian Zarifian, blz. 51-56.

Besproken films : Suspicion (A. Hitchcock); La faute de l'Abbé  
Mouret (G. Franju); Sirocco (M. Jancso);  
Which way to the front (J. Lewis); Camarades  
(M. Karmitz); The private life of Sherlock  
Holmes (B. Wilder).

nr. 229, mai-juin 1971

Jean-Louis COMOLLI, Technique et idéologie : Caméra,  
perspective, profondeur de champ, blz. 4-21.

Jean NARBONI, "L'immaculée perception" (Rem-  
parts d'argile), blz. 23-26.

A. FEVRALSKI, Dziga Vertov et les Pravdisty, blz. 27-33.

Dziga VERTOV, Textes, blz. 33-38.

Pascal BONITZER, "Réalité" de la dénotation, blz. 39-41.

Jean-Pierre OUDART, Notes pour une théorie de la représen-  
tation, blz. 43-45.

Sylvie PIERRE, L'homme aux clowns, blz. 48-51.

div., Entretien avec Frederico Fellini, blz. 52-53.

Besprochen films : Peau d'Ane (J. Demy); Le cinéma de papa (C. Berri)  
 A Walk with Love and Death (J. Huston); On a  
 clear Day you can see forever (V. Minnelli).

## 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 : Max Brocker, Egon Netenjakob, Henning Rischbieter.

fg. 9, nr. 4, april 1971

Melchior SCHEDLER e.a., Tiere im Fernsehen, blz. 8-13.

Wolfgang RUF e.a., Gibt es einen neuen deutschen Heimatfilm ?, blz. 14-19.

Egon NETENJAKOB, Selbstbespiegelung, Infratest-Infratam. Zur Rolle der Zuschauer-Meinungsforschung, blz. 20-23

Wolfgang RUF, Lädiertes Underground: Paul Morrissey : "Trash", blz. 25.

fg. 9, nr. 5, mei 1971

ontbreekt.

fg. 9, nr. 6, juni 1971

Michael RADTKE, Bundespolitik auf dem Bildschirm, blz. 4-5.

Egon NETENJAKOB e.a., Die dritten Programme, blz. 6-9.

Melchior SCHEDLER, e.a., Kinderfernsehen, blz. 10-15.

Claus EDER, e.a., Carl Theodor Dreyer, blz. 19-23.



S i g h t   a n d   S o u n d

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

vol. 40, nr. 2, lente 1971

Richard ROUD, Fathers and Sons, blz. 60-64.

Marilyn GOLDIN, Bertolucci on The Conformist, blz. 64-66.

Philip FRENCH, Performance, blz. 67-69.

David ROBINSON, Trevelyan's Social History : some notes and  
a chronology, blz. 70-72.

David PIRIE, New Blood, blz. 73-75.

Colin L. WESTERBECK, Jr., A Terrible Duty is Born, blz. 80-  
83.

Ronald LEVACO, Kuleshov, blz. 86-91.

Louise BROOKS, The other Face of W.C. Fields, blz. 92-96.

Joseph McBRIDE, Michael Wilmington, "Do I Get to Play the  
Drunk This Time ?" : an encounter with  
Howard Hawks, blz. 97-100.

Abraham POLONSKY, Making Movies, blz. 101.

Besproken films : Little Big Man (A. Penn); Tristana (L. Bunuel);  
Death in Venice (L. Visconti); Death by Hang-  
ing (N. Oshima); One Fine Day (E. Olmi);  
Husbands (J. Cassavetes); The Revolutionary  
(P. Williams); Get Carter (M. Hodges); Monte  
Walsh (W. Fraker); Little Fauss and Big Halsy  
(S.J. Furie); The Music Lovers (K. Russell).

---

---

AGENDA

---

## ACTIVITEITEN

---

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).

---

BERICHTEN UIT HET CE.CO.WE.

---

OPRICHTING DEPARTEMENT COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN  
aan de Katholieke Universiteit te Leuven.

=====

De Academische Overheid van de K.U.L. heeft beslist dat binnen de nieuwe Faculteit der sociale wetenschappen (die vanaf 1 augustus 1971 in werking treedt) drie (onderzoeks-)departementen zullen bestaan : het Departement Sociologie, het Departement Politieke Wetenschappen en het Departement Communicatiewetenschappen. Daarmee is het eigen karakter en de autonome uitbouw van de communicatiewetenschap aan de K.U.L. officieel erkend en krijgt het huidige Centrum voor Communicatiewetenschappen (dat voortaan dus officieel "Departement Communicatiewetenschappen" zal heten) de kans op gelijk niveau met de andere onderzoekscentra de taken te gaan verrichten die de universiteit aan de departementen heeft toebedeeld. Volgens art. 41 van het "Gewoon reglement - structuur" staat het departement in voor :

- het programmeren, organiseren en evalueren van het onderzoeksbeleid en het coördineren van het onderzoek tussen zijn afdelingen, alsook het stimuleren van interdepartementale - binnen en buiten de Faculteit - en van interuniversitaire samenwerking op gebied van het onderzoek.
- het coördineren van de eigen logistieke diensten, zoveel mogelijk gecentraliseerd op departementaal niveau.
- het opstellen van de departementsbegroting met aanduiding van de prioriteiten.

Het is tevens verantwoordelijk voor het universitair, met inbegrip van derde cyclus en post-universitair, onderwijs in opdracht van de Faculteit die het betrokken onderwijs programmeert.

Het doet aan de Faculteit voorstellen voor goedkeuring door de Academische Raad inzake de oprichting, de splitsing, de samenvoeging of de afschaffing van zijn afdelingen.

In zijn vergadering van 21/6/71 heeft de voormalige Raad van de afdeling Communicatiewetenschap en van het CeCoWe Prof. Dr. J.M. Peters tot departementsvoorzitter aangewezen (voor drie jaar). De heer Adriaan Hendriks, eerstaanwezend assistent, zal voor het komende jaar als secretaris optreden. Van het bureau van het nieuwe departement maakt verder deel uit : Prof. Dr. G. Fauconnier.

## P U B L I C A T I E S

### Verslagboek Derde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap

Enkele dagen te laat om nog in het eerste nummer van deze jaargang aangekondigd te worden verscheen onder de titel "Krant en omroep : statuut en vrije berichtgeving" het verslagboek met de referaten van het op 20 november 1970 gehouden Derde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap.

Het bevat, naast de integrale tekst van de referaten (Prof. Dr. G. FAUCONNIER : Sociale controle in de massacommunicatie; Prof. Dr. A. BREYNE : Krantenonderneming en vrije opinievorming, Prof. Dr. J. BRIERS : Radio en televisie : Statuut en vrije berichtgeving , ook de verslagen van de werkgroepen en van de plenaire vergadering. Deze 103 blz. tellende brochure kan nabesteld worden door overmaking van 100 Fr. op postrekening 1562.95 van het Seminarie voor Journalistiek, Ed. Van Evenstraat 2A, 3000 Leuven.

## W E R K D O C U M E N T E N

Dezer dagen verscheen het eerste nummer van een serie "Werkdocumenten" op het gebied van de communicatiewetenschap en de massa-media, die het Centrum voor Communicatiewetenschappen gaat publiceren.

De titel "Werkdocumenten" wil tot uitdrukking brengen dat het hier in het algemeen meer gaat om voorstudies of tussentijdse onderzoeksrapporten dan om definitieve en afgeronde verhandelingen en verslagen.

Er zullen zowel theoretische wetenschappelijke studies, als ook verslagen van onderzoekingen en discussies over actuele problemen en feiten over pers, radio, film en televisie in worden opgenomen.

Deze "Werkdocumenten" zullen in de vorm van brochures met een omvang van ongeveer 50 pagina's verschijnen.

In de loop van dit jaar verschijnen nog de volgende nummers :

1. (Is verschenen) : Prof. Dr. J.M. PETERS, Fictioneel beeld-amusement (Over het amusementskarakter van bioscoop- en televisiefilms);
2. (september 1971) : Dr. L. BOONE, Massa-media en interpersonale verspreiding van nieuws (Kritische evaluatie van de hypothese van het "tweefasig" communicatieverloop en van de zgn. "opinion leaders");
3. (october/november 1971) : Dr. R. LINDEKENS, Vergelijkende analyse van de narratieve structuren in twee radionieuwsberichten (BRT en RTB);
4. (december 1971) : Prof. Dr. J.M. PETERS, Audio-visuele communicatie;
5. (februari 1972) : Dr. R. LINDEKENS, Inleiding tot een analyse van de massacommunicatie volgens structurele linguïstische methode.

In 1972 hopen wij dan nog een drietal nummers te kunnen publiceren.

De oplage van elk nummer is beperkt. U kunt reeds het eerste nummer bestellen en alvast intekenen voor de nummers 2, 3, 4 en 5. De prijs van het eerste nummer bedraagt frs. 50. De prijs van de volgende nummers is afhankelijk van het aantal bladzijden en zal variëren tussen 50 en 80 frs.

Het verschuldigde bedrag kan worden overgemaakt op postrekening 890 van de Kredietbank te Leuven, rek. nr. 27000/17 van het Centrum voor Communicatiewetenschappen.

x                    x

x

Van Prof. Dr. J.M. PETERS' in 1960 bij de UNESCO verschenen boek "Teaching about the film" verscheen dit jaar de tiende vertaling, nl. in het Servo-Kroatisch.

Artikelen :

Prof. Dr. J.M. PETERS : "Der Blick der Kamera", in "Die Massenmedien und ihre Folgen", uitgegeven door Prof. Silbermann (Keulen), (Ernst Reinhardt Verlag, München/Basel).

Prof. Dr. J.M. PETERS : "De schouwburg in de huiskamer" (over verschillende vormen van televisie-toneel), in "Ons Erfdeel", (14e jrg., nr. 1, Winter 1970/71).

Prof. Dr. J.M. PETERS : "Bild und Bedeutung; zur Semiologie des Films" in : Friedrich Knilli e.a. : "Semiotik des Films" (Carl Hanser Verlag, München).

Voordrachten :

H. VAN PELT nam op 26 mei 1971 deel aan het Blok Seminar Omroep van het Nijmeegse Instituut voor Massacommunicatie. In een gastvoordracht vergeleek hij de omroepsituatie in België en Nederland.

Deelname aan congressen, colloquia, studiereizen e.d. :

Prof. Dr. J.M. PETERS woonde van 2 tot 5 juni in Bled, Joegoslavië een internationaal symposium bij over "New frontiers of television", georganiseerd door het Centrum voor publieke opinie en massacommunicatie-onderzoek van de universiteit van Ljubljana en de International Association for Mass Communication Research.

Ir. T. HERMANS nam deel aan de VIDCA, het eerste Internationaal Congres over beeldcassetten en beeldplaat, gehouden te Cannes van 18 tot 23 april.

Ir. T. HERMANS was verslaggever bij de Internationale Conferentie over nieuwe strekkingen in onderrichtstechnologie en bedrijfspædagogie, gehouden te Knokke van 24 tot 29 mei.



Benoemingen, opdrachten e.d. :

H. VAN PELT maakt sinds kort deel uit van de VPRO commissie  
"Toekomst Omroep" (Hilversum, Nederland).

---

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.