

informatiebulletin ce.co.we.

driemaandelijks tijdschrift - 1 okt. - 72 - 73



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

Adviesraad : L. Boone - G. Fauconnier - P. Marck -
J. Peumans - W. Van der biesen -
J. Van Heddegem (secretaris) -
H. Van Pelt (hoofdredacteur) - L. Van Poecke.

Redactie-Secretariaat-Administratie :

Centrum voor Communicatiewetenschappen
E. Van Evenstraat 2A
B-3000 LEUVEN
Tel. 016-210.70.

Derde Jaargang - Nummer 1 - Oktober 1972

De toekomst van het luister- en kijkonderzoek in Nederland	p. 2
24 september 1972 : dag van de media	p. 13
Gedeeltelijk bibliotheekwezen	p. 18
Het internationaal perscentrum in Den Haag	p. 26
De vrouw en haar verhaal	p. 29
Een nederlands memorandum over de erkenning van de zelfstandigheid van de communicatiewetenschap	p. 38
Licentiaatsverhandelingen - Proeve van een ethische kode voor reclame in België	p. 41
Stemmen en feiten uit de internationale media-wereld	p. 46
Bibliografie	p. 77
Ingezonden : Vierde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap	p. 114
Agenda	p. 118
Berichten uit het CeCoWe	p. 119

B O N

Ondergetekende

..... naam
..... beroep
..... adres
..... woonplaats

abonneert zich voor 1972-1973

op "INFORMATIEBULLETIN CE.CO.WE.

Het abonnementsgeld (100 Fr.) betaal ik rechtstreeks
door storting/overschrijving op postrekening 890 van
de Kredietbank, voor rekening nr. 431-0370171-86 van
KUL, Centrum voor Communicatiewetenschappen, Leuven.

Stuurt U een proefnummer van het "Informatiebulletin
Ce.Co.We." ook naar de hieronderstaande adressen :

.....
.....
.....

Handtekening,

Deze bon inzenden aan :

Informatiebulletin Ce.Co.We.
Abonnementen-Administratie,
W. Van der biesen,

E. Van Evenstraat 2A,
3000 Leuven.
BELGIE.

Tel. 016/210.70.

ALGEMEEN

DE TOEKOMST VAN HET LUISTER- en KIJKONDERZOEK IN NEDERLAND.

Hoe beleeft de kijker de overgesimplificeerde "moraal" van de Western ? Hoe ervaart hij de rijk gedoseerde agressie op de beeldbuis ? Hoe komt het dat bepaalde quizen zo populair zijn ? Wat gebeurt er met de informatie die de actualiteitenrubrieken wekelijks het land in spuien ?

In hoeverre is het effect van een mededeling via radio of televisie afhankelijk van het imago van de berichtgever ? In welk opzicht spelen toonhoogte, lengte van zinnen, aarzelingen in het spreken een rol ? Wat is de invloed van de "argumentatiestrategie" op het ingang vinden van een bepaald idee bij het publiek ? Welke uitwerking heeft een emotioneel appel ? Wat is de invloed van een herhaling van een boodschap ? In hoeverre is identificatie van de kijker-luisteraar met de berichtgever van invloed op het effect van de boodschap ?

Vragen, die - wil men ze kunnen beantwoorden - een intensief onderzoek vereisen. Een dergelijk onderzoek is in ons land nog niet van de grond gekomen. In tegenstelling bijv. tot Engeland, waar de programmamakers van de BBC hun werkstukken van te voren plegen te toetsen aan de resultaten van massacommunicatieresearch.

In ons land kennen we wel het continu BRT-kijk- en luisteronderzoek. Maar dit onderzoek geeft slechts antwoord op demografische vragen als : hoeveel mensen bereikt men met een programma ? Welke leeftijden ? Zijn het vooral mannen of vrouwen ? Van welke gezindte ? Kortom, een gesystemiseerd luister- en kijkonderzoek, dat in niets afwijkt van een oppervlakkige marktanalyse.

In de ons omringende landen is het niet anders. In Nederland meent VPRO-socioloog drs. Ad Kooijman dat dit soort programma onderzoek drastisch moet worden beperkt en dat de aldus vrij komende gelden moeten worden geïnvesteerd in een breed (multi-disciplinair) opgezet onderzoek naar belangrijke vragen als : wat zijn de psychologische, sociologische en politieke effecten van bepaalde uitzendingen, wat is de herinneringswaarde, aan welke "gedaantewisselingen" kan een tv-boodschap onderhevig zijn ? Drs. Kooijman heeft begin dit jaar zijn gedachten op dit stuk uiteengezet in een discussienota, die wij hieronder afdrukken.

Het continu programma onderzoek (C.P.O.)

Het feit dat met dergelijk onderzoek een begin werd gemaakt, moet als een verheugende ontwikkeling worden gezien. In het wetenschappelijke niemandsland (althans wat betreft massakommunikatie-research) van het Hilversumse omroepbestel werd een instantie opgericht, die zich zou gaan bezighouden met een min of meer systematische research van een aantal aspecten van het luister- en kijkgedrag. Een dergelijke research zou o.m. inzicht kunnen verschaffen in de volgende punten :

- vaststellen van de populariteit van individuele programma's en van programma-kategorieën.
- beschrijving van het publiek voor de diverse programma's naar relevante kenmerken (b.v. opleiding, leeftijd, sekse, levensbeschouwelijke instelling, enz.).
- het verkrijgen van inzicht in doelgroepen, die men met behulp van een of meerdere programma's wil of hoopt te bereiken.
- het verkrijgen van een inzicht in het aantal uren dat men gedurende zijn vrije tijd naar de t.v. kijkt en de in de loop der jaren daarin optredende wijzigingen.
- de effecten van de invoering van het vaste avonden systeem.
- de mate waarin de eigen achterban de programma's van een omroepvereniging volgt.
- analyse van de globale inhoud van de t.v.-programma's, verschillen per zender, komponent, en ontwikkelingen in de tijd.

Gesteld kan worden dat het Continu Programma Onderzoek vooral antwoord wilde verschaffen op een aantal technisch-administratieve vragen die de omroepcomponenten formuleerden. Hoeveel mensen bereiken we, welke groepen van mensen, enz.

Ik wil hier nog eens nadrukkelijk stellen hoe belangrijk en verheugend het was dat met dergelijk onderzoek werd gestart. Het is ook dit onderzoek geweest dat in ieder geval de weg heeft vrijgemaakt voor verder onderzoek. Immers als we eenmaal inzicht hebben in factoren als publieksgrootte, publieks-samenstelling, enz., dan wordt vervolgens bijna vanzelfsprekend de vraag gesteld : hoe komt nu een en ander over, welke, en in welke mate, variabelen spelen een rol in het luister- en kijkgedrag, enz.

De visie van de omroepen op kwalitatief onderzoek

Omdat het Continu Programma Onderzoek vooral vragen van technisch-administratieve aard diende te beantwoorden, beperkte dit onderzoek zich bijna uitsluitend tot het afzetten van de inhoud van radio- en tv-programma's tegen een aantal demografische variabelen zoals sekse, leeftijd, levensbeschouwelijke instelling, enz.

Dit onderzoek werd vooral verricht "omdat analyses naar geslacht, leeftijd, gezinsfase en -samenstelling, kerkelijke en politieke gezindte, opleiding, sociaal milieu, urbanisatiegraad, woongebied, enz., onmisbaar zijn voor een verantwoord programmabeleid" - zie de Nota : De toekomst van het Luisteren Kijkonderzoek, 24 april 1967, hfd. D, pag. 2.

Uiteraard hebben de auteurs van deze nota gelijk als zij stellen dat een inzicht in de variabelen die zij noemen, onmisbaar is voor een verantwoord programmabeleid. Tegelijkertijd dienen we ons echter te realiseren dat het Continu Programma Onderzoek primair de omroepen inzicht probeert te verschaffen in de vraag : wie bereiken de omroepen met hun programma's. Dit laatste betekende echter wel dat het luister- en kijkonderzoek gelijk stond en staat aan een oppervlakkige marktanalyse, waarbij het de opdrachtgevers (omroepen) er vooral om gaat om inzicht te verkrijgen in de afzetmogelijkheden voor hun produkten (de programma's).

Wat dit laatste betreft heeft het Continu Programma Onderzoek ons in de loop der jaren (vanaf 1962) een schat van kwantitatieve gegevens opgeleverd. Naar gelang we echter meer inzicht verkregen in de vraag wie we met onze programma's bereiken (publieksgrootte, -samenstelling) werd met groter regelmaat de vraag gesteld: hoe komen de programma's over, wat is de werking van het medium t.v., enz. Kortom de behoefte aan kwalitatief onderzoek werd groter naar gelang men langer doorging met het Continu Programma Onderzoek. Deze laatste stelling wordt duidelijk geïllustreerd door de gang van zaken bij de afdeling Studie en Onderzoek.

Gedurende de laatste jaren worden door deze afdeling hoe langer hoe meer onderzoeksprojecten geëntameerd die onder de noemer kwalitatief onderzoek vallen. De cruciale vraag is nu of we deze tendens naar meer kwalitatief onderzoek niet dienen te institutionaliseren door bij voorbeeld het Continu Programma Onderzoek te herstrukturieren en veel meer geld en tijd vrij te maken voor kwalitatief onderzoek.

Het antwoord op deze vraag dient uiteraard door de diverse omroepen te worden gegeven.

Bij hun antwoord zouden de diverse omroepcomponenten vooral, dacht ik, de vraag moeten betrekken in hoeverre zij van mening zijn dat een verantwoord programmabeleid niet alleen dient te steunen op gegevens die ons inzicht verschaffen in wie de omroepen bereiken, maar ook op gegevens over de effecten van programma's, de werking van het medium, enz.

De beantwoording van de laatste vraag hangt vooral af van de visie die de diverse omroepcomponenten hebben op hun rol in het kommunikatieproces.

Er zijn, dacht ik, twee van elkaar verschillende opvattingen over deze rol, die afhankelijk van de opvatting, resulteren in een bepaalde visie t.a.v. de aard van audio-visueel onderzoek:

- 1) Er zijn omroepen, die hoewel zij in theorie het tegendeel zullen verdedigen, het kommunikatieproces de facto als een eenzijdig proces opvatten. Eenzijdig in die zin dat zij zich vooral oriënteren op de kommunikatielijn van omroep naar publiek en niet op de lijn publiek - omroep. In deze konceptie is het medium eigenlijk een productie-eenheid die een produkt (de programma's) op de markt brengen. Dergelijke omroepen zijn vooral geïnteresseerd in het publiek als afzetgebied voor haar produkten. Luister- en kijkcijfers zijn de grootheden die zij nodig hebben om een verantwoord programmabeleid te voeren. Hoewel deze omroepen niet zullen ontkennen dat zij met hun programmering bepaalde effecten kunnen teweeg brengen bij het publiek vinden zij het een overbodige luxe om geld en tijd te besteden aan onderzoek naar deze zogenaamde kwalitatieve effecten.
- 2) Er zijn omroepen die het kommunikatieproces als een tweezijdig proces opvatten. Dit betekent dat het publiek niet alleen als een verzameling van individuen wordt gezien die de aangeboden waar consumeert. Het publiek wordt ook op een of andere manier beïnvloed door de programma's, door het medium. Wil een omroep in deze visie een verantwoord programmabeleid voeren, dan is het noodzakelijk dat zij zoveel mogelijk inzicht krijgt in de z.g. kwalitatieve effecten, in de vraag hoe programma's overkomen. Het is evident dat als het om inzicht in deze effecten gaat de luister- en kijkdichtheidscijfers hoogstens de basis vormen voor verder onderzoek.

Hoe de massacommunikatieve research in de toekomst zal worden gestructureerd is vooral afhankelijk van wat de diverse omroepcomponenten, die uiteindelijk zullen beslissen over deze structuur, onder de frase een verantwoord programmabeleid zullen verstaan.

Ik persoonlijk ga er vanuit dat men als men de pretentie heeft een verantwoord programmabeleid te voeren men niet buiten een min of meer gesystematiseerd kwalitatief onderzoek, waarvoor het Continu Programma Onderzoek de basis is, kan. Het huidige luister- en kijkonderzoek kan, gegeven het oppervlakkige karakter van het onderzoek, nauwelijks richtlijnen opleveren voor de creatieve- en/of beleidssector in het omroepbestel.

Behoeftte aan ander luister- en kijkonderzoek vanuit de praktijk van de omroep.

Ook vanuit de praktijk van het omroepwerk (met name de programmamakers) wil ik nog enige problemen kenschetsen waarvan we zouden moeten concluderen dat een ander type onderzoek gewenst en noodzakelijk is.

- 1) Het maken van programma's, het bedrijven van journalistiek in het algemeen, is een relatief geïsoleerde bezigheid. De programmamaker komt wel met veel mensen in aanraking, maar de kontakten worden meestal op basis van functionele overwegingen gelegd en zijn tamelijk kort van duur. Tijd en gelegenheid om zich te verdiepen in wat het publiek van de programma's vindt, hebben programmamakers in het algemeen niet. Daarnaast hebben zij, ook al hebben zij de tijd en gelegenheid, niet de deskundigheid om reacties van mensen los te krijgen en deze reacties vervolgens in een al of niet theoretisch gefundeerd kader te plaatsen. Zij hebben daarentegen wel veel behoefte aan een min of meer gesystemiseerd inzicht in deze reacties. Dezelfde behoefte geldt uiteraard ook voor de betrokken omroeporganisatie. Wil er uiteindelijk op een enigszins reële manier over het gevoerde en te voeren programmabeleid worden gesproken, dan is het zaak dat niet (zoals bijna altijd gebeurt in evaluatiediskussies) uit naam van de 'gewone man' de ene rationalisatie na de andere door de evaluatoren wordt verkocht. Juist in dergelijke discussies manifesteert zich de schrijnende behoefte aan enig onderzoek dat verder gaat dan de nietszeggende markt cijfers.
- 2) Het gevaarlijke gevolg van de afwezigheid van enig op wetenschappelijke basis gefundeerd inzicht in publieksreacties is dat de programmamaker (ook mede dankzij de relatief geïsoleerde werkwijze), c.q. de omroeporganisatie, hoe langer hoe meer van het publiek kan weggroeien. Er kunnen zelfs vormen van mentale verstarring optreden waarbij over het publiek in hoge mate in gevaarlijke stereotypen wordt gedacht. Deze wellicht wat zwaarwichtig aandoende konklusie gaat voor sommige programmamakers toch wel op. Vooral in die sectoren van het omroepbestel waar een incrowd-achtig klimaat heerst. Dit proces van stereotypering is daarom zo gevaarlijk omdat de kans dat er sprake is van kontakt in de programma's met het z.g. grote publiek alleen maar afneemt. En dat mag toch niet de bedoeling zijn van een medium dat pretendeert massamedium te zijn.
- 3) Juist in het proces van voorbereidingen voor en gedurende het maken van een programma heeft de programmamaker vaak de behoefte aan enig inzicht in mogelijke publieksreacties.

Iedereen die de praktijk van het omroepwerk kent, zal talloze voorbeelden hiervan kunnen geven.

In het huidige sociologische onderzoek is voor vervulling van voornoemde behoeften niet voldoende plaats.

- 4) Binnen de omroep zijn sociologen marginale figuren die eerder als status-symbolen fungeren voor de omroepen ("wij doen ook aan onderzoek, kijk maar !") dan dat zij een reële inbreng hebben in de omroepen.
- Dat sociologen in een dergelijke positie verkeren is ook onder meer een gevolg van het feit dat zij in het gunstigste geval met een aantal cijfers komen opdraven waarmee men bij de konstruktie van een programmabeleid en de evaluatie van dit beleid in het geheel niets kan beginnen.
- Sociologen die een belangrijke rol zouden moeten spelen bij massamedia als radio en tv zijn in de praktijk van de dagelijkse omroep-activiteiten geïsoleerde muurbloempjes die maar wat rotzooien. Dat is niet alleen een treurige zaak voor de sociologen, maar ook voor de omroep.

Nieuwe opzet van het onderzoek.

Hoe zal nu, als we er gemakshalve van uitgaan dat mijn mening door het merendeel van de overige omroepen zal worden gedeeld, dit onderzoek naar vorm en inhoud, dienen te worden opgezet.

In het huidige luister- en kijkonderzoek in Nederland wordt de studie naar effecten van programma's nog steeds gereduceerd tot de studie van de relatie tussen boodschap en individu. Dit individu wordt dan vervolgens gekarakteriseerd in een aantal oppervlakkige demografische variabelen (leeftijd, sekse, enz.). De wetenschap van de massakommunikatie heeft reeds lang de gedachte opgegeven om de relatie tussen medium en individu als totaal geïsoleerd te beschouwen. Men is daarentegen gaan onderkennen dat de werking van de boodschap, van de signalen van een massamedium deel uitmaakt van een zeer diffuus proces, "in which the influence of the stimuli of a medium works midst other influences in a total situation" (1).

Het onderzoek naar effecten van de massamedia richt zich veel meer op onderzoek naar het totaal van factoren die een rol spelen bij de ontvangst van een boodschap i.p.v. de relatie tussen boodschap en individu.

Klapper gebruikt voor deze nieuwe benadering de term : "phenomenistic approach".

(1) KLAPPER, J.Th., "The effects of mass-communication", 1960.

Het zou ondoenlijk zijn in dit bestek om het totale aantal variabelen op te noemen, waarvan men heeft aangetoond dat zij een rol kunnen spelen bij het tot stand komen van effecten in het proces van massacommunikatie.

Resumerend zijn de voornaamste variabelen :

- 1) de inhoud van de boodschap
- 2) psychologische variabelen (JANIS 1954, JANIS 1959).
- 3) groepsinvloeden. Studies over de invloeden primary-group (zie Shils en Janowitz 1948), de invloed van de opinion-leader (KATZ en LAZERSFELD, Rundfunk und Fernsehen)
- 4) de communicatiesituatie : factoren die onmiddellijk met het communicatieproces zelf samenhangen en van invloed kunnen zijn op de mate waarin een boodschap al of niet in effect kan resulteren op gedrag en denkwijze van een individu(en).

Deze communicatiesituatie omvat vier aspecten, te weten :

- a) het publieke imago t.a.v. de onmiddellijke bron van informatie. Zie de studies van Yale Communication Research Program, de studies van Hovland en Weiss (1951), de studie van Coleman, Katz and Minzel (1960)
 - b) het medium (radio, tv, krant, face to face) dat de boodschap doorgeeft. Zie o.m. de studies van Waples, Berelson and Bradshaw (1949), Wilkie (1934), Knower (1935), Cantrill and Allport (1935), Staudohar and Smith.
 - c) de vorm waarin de boodschap wordt overgebracht. Zie o.m. de volgende studies : Hovland, Janis and Kelley (1953), Mandell and Hovland (1952).
- 5) de sociale situatie waarin de signalen worden ontvangen.

Aan voornoemde variabelen, waarover zoals ik tegelijkertijd heb vermeld tamelijk veel literatuur is, wordt niet voldoende aandacht besteed in het huidige luister- en kijkonderzoek. Terwijl juist van deze variabelen wordt aangetoond dat zij in meerdere of mindere mate een significante rol spelen in het luister- en kijkgedrag van individuen.

De invloed van de psychologie, sociologie

Met name onder invloed van gegevens uit de psychologie (bv. de Gestaltpsychologie), de sociologie (studie van microgroepen) en de sociale psychologie groeide het besef, dat wanneer men de pretentie had het massa-communicatief gedrag te analyseren, de gegevens die men verkrijgt met behulp van surveys (het huidige Continu Programma Onderzoek) hoogstens de basis vormen voor een onderzoek dat zich bezighoudt met bestudering van dit gedrag.

Dit betekende dat vooral in de Amerikaanse research langzamerhand onderzoeksmethoden hun intrede deden die afkomstig zijn uit de sociale psychologie en sociologie. Bij deze zgn. kwalitatieve onderzoekingen hanteerde men globaal gezien drie verschillende technieken :

1. de participerende observatie
2. het laboratorium-experiment
3. het klinisch experiment dat met name werd gehanteerd bij onderzoek naar de relatie tussen geweld op de media en agressie.

Vooraf bij deze kwalitatieve research kwam men reeds spoedig tot het inzicht dat het gezien de complexiteit van de zaken die de massacommunicatieve research bestudeert, dit onderzoek door representanten van vele wetenschappelijke disciplines diende te worden bestudeerd (de zgn. multi-disciplinary approach). Dit feit werd door sommige Amerikaanse wetenschappers kernachtig geformuleerd in de frase dat "the science of mass-communication is rather a field than a discipline" (1).

Door een groeiend aantal lieden werd de wens, en tegelijkertijd eis, uitgesproken dat disciplines als de linguïstiek, de psychologie, de psychiatrie, en de sociologie in gezamenlijke projecten en op gemeenschappelijk beheerde instituten het massacommunicatieve gedrag gaan bestuderen.

Veel van dergelijk diepteonderzoek is de vrucht van laboratoriumonderzoek. Het complexe karakter van de probleemstelling vereist dat er technieken en observaties worden gehanteerd en verricht die bijna uitsluitend in de relatieve geborgenheid van het laboratorium kunnen plaatsvinden.

Het grootste nadeel van deze experimenten is dat hier het communicatieve gedrag wordt geïsoleerd uit zijn 'natuurlijke' omgeving. Dit nadeel mag echter niet als een zodanige belemmering worden opgevat dat men dan maar niet met deze experimenten moet beginnen.

Teveel belangwekkende onderzoeksresultaten zijn juist het gevolg van deze laboratorium-experimenten.

Tenslotte kan dit nadeel weer enigszins worden gecompenseerd door onderzoeksresultaten die verkregen zijn in het laboratorium te vergelijken met onderzoeksgegevens die zijn verzameld in de 'natuurlijke' situatie (door middel van bijvoorbeeld participerende observatie).

Ik heb mij tot nu toe vooral geïnteresseerd op ontwikkelingen in het onderzoek naar effecten in het proces van de massacommunicatie. Ik dacht dat ik voldoende heb aangetoond dat

(1) Massamedia in society. The need of research, Paris, 1970, pag. 9.

een dergelijk onderzoek een geheel andere benadering vereist dan exclusieve toepassing van de zgn. kwantitatieve analyse. Ik wil hierbij nog aantekenen dat juist mede door de eenzijdige fixatie op kwantitatieve methoden bij het luister- en kijkonderzoek in Nederland, hele probleemvelden op theoretisch en praktisch niveau nog nauwelijks zijn geëxploreerd. Ik wil hierbij bijvoorbeeld wijzen op de afwezigheid van enig systematisch onderzoek in de produktieve sektor van de massacommunicatie (het selectieproces van de informatie), de analyse van al of niet gehanteerde normen en waarden, het proces van besluitvorming, de verhouding journalist - omroep, enz.

Dat dergelijk onderzoek nog nauwelijks is gerealiseerd, hangt tevens voor een groot gedeelte samen met het feit (en dit geldt ook voor Nederland), dat het merendeel van de massacomunicatie-research financieel afhankelijk is van de status-quo van de media waarvoor zij werken. Deze status-quo ondersteunt nu eenmaal niet graag onderzoek dat wellicht haar eigen positie kan ondergraven of althans bepaalde al of niet uitgesproken veronderstellingen kan ondergraven waarop deze status-quo haar machtspositie baseert.

In het buitenland (bijv. Engeland) heeft men deze moeilijkheid onderkend en is men dan ook in 1970 begonnen met de oprichting van een onafhankelijk instituut. Het grote winstpunt is uiteraard dat dergelijke instituten geen koers behoeven te varen die bijv. de omroepestablishment aangeeft. Pas als aan deze voorwaarde ook in Nederland is voldaan, kan men verwachten dat er kritisch en onafhankelijk onderzoek wordt verricht.

Vragen vanuit de omroep

De vraag die de diverse omroepcomponenten uiteraard na lezing van een en ander dienen te stellen is of in mijn plannen niet te veel wordt uitgegaan van de theorie en te weinig van de praktische noden van het omroepbedrijf.

Ik ben van mening dat juist als het onderzoek wordt opgezet vanuit een bepaald theoretisch kader, het onderzoek hanteerbaarder konklusies zal opleveren voor de konstruktie van het programmabeleid dan momenteel het geval is.

Bijvoorbeeld één goed gesystematiseerd kwalitatief onderzoek naar 'de Western' (hoe beleeft de kijker de overgesimplificeerde 'moraal' (de goede en de slechte), hoe beleeft de kijker de agressie, is er verschil in appreciatie, beleving tussen jong en oud) zal meer diskussiestof voor een programmabeleid opleveren dan 10 oppervlakkige metingen.

Ik noem bij wijze van voorbeeld nog enige andere vragen die om nader onderzoek vragen :

Wat betekent het dat een toch uiterst passieve tv-persoonlijkheid als nieuws-presentator Frits Thors blijkens de onlangs gehouden NIPO-enquete de derde populaire tv-persoonlijkheid in ons land is ? Werkt het medium dan zo verstarrend ? Waarom bijv. niet Rijk de Gooijer, Kraaykamp of weet ik veel wie ?
 Wat betekent het dat bepaalde quizzen zo populair zijn ?
 Wat betekent de razendsnelle opkomst van een Evangelische Omroep ?
 Wat gebeurt er met de informatie die de diverse aktualiteitenrubrieken wekelijks het land inspuien ?

Er zijn op deze manier nog heel wat vragen te bedenken. Vragen die, wil men ze beantwoorden, kwalitatief onderzoek vereisen. Vragen die elke programmamaker zichzelf toch wel eens af en toe stelt.

Ik verwacht niet dat als we weer meer zogenaamd kwalitatief onderzoek gaan verrichten voornoemde vragen zullen worden beantwoord.

Het is echter wel aannemelijk dat dankzij dit kwalitatieve onderzoek er een begin wordt gemaakt met het zoeken naar een antwoord op een aantal vragen die tot nu toe zijn blijven liggen.

VOORSTEL TOT ANDER ONDERZOEK

Op basis van het voorafgaande formuleer ik vier criteria waaraan toekomstig massacommunicatief onderzoek moet voldoen :

- 1) Het is van het grootste belang voor de omroepen dat emoties en reakties van het publiek op radio- en tv-programma's zo adequaat mogelijk worden vertaald naar de omroepen. Daar heeft het publiek trouwens ook recht op. De omroepen zenden tenslotte niet voor zichzelf uit.
- 2) Indien de beleidsinstanties in ons omroepbestel werkelijk een zo verantwoord mogelijk programmabeleid willen voeren, dan dienen zij de konklusie te onderschrijven dat het huidige Continu Programma Onderzoek drastisch dient te worden beperkt. De op deze wijze vrijkomende gelden dienen vervolgens te worden geïnvesteerd in zogenaamd kwalitatief onderzoek.
- 3) Massacommunicatieve research is een activiteit waarbij vele wetenschappelijke disciplines vanwege de complexiteit van de te onderzoeken materie met elkaar dienen samen te werken.
- 4) Programmamakers dienen de mogelijkheid te hebben om veel dichter bij massacommunicatieve research en experimenten te worden betrokken.

Willen wij in Nederland aan deze 4 eisen tegemoetkomen, dan pleit alles er voor dat er een instituut komt waarin er ruimte is voor kwalitatief onderzoek waarbij vele wetenschappelijke disciplines samenwerken.

Op een dergelijk instituut zou het aan de universiteiten zo veel gebezigde begrip projektstudie, waarbij o.m. representanten van verschillende disciplines met elkaar samenwerken, gestalte kunnen krijgen.

Een dergelijk instituut behoeft geen grote staf van vaste medewerkers in dienst te hebben. Veeleer is een kleine wetenschappelijke (met representanten van verschillende disciplines) en bestuurs-technische geschoolde staf vereist. Het zal hun taak zijn om bij het entameren en uitwerken van projekten vormen van samenwerking met universiteiten, sociale academies (stages) en andere instituten te realiseren.

In dit instituut moeten ruime mogelijkheden aanwezig zijn om het zogenaamd laboratoriumonderzoek waarbij variabelen die een rol spelen in het proces van de massacommunicatie systematisch kunnen worden bestudeerd.

Tegelijkertijd moeten vanuit dit instituut in overleg en samenwerking met universiteiten, sociale academies, enz. projekten worden voorbereid en uitgevoerd die het massacommunicatieve proces in de kijk- en luisterpraktijk bestuderen.

Tenslotte moet dit instituut ook als een workshop fungeren waar programmamakers gewoonweg bij wijze van spreken kunnen binnenlopen om problemen vanuit de praktijk met de staf te bespreken en advies van hen te krijgen.

Ik ben mij tot slot bewust dat met name de financieel-organisatorische implicaties van mijn voorstellen duidelijk moeten worden bekeken.

Ik heb hier slechts een aantal inzichten geformuleerd op grond waarvan we m.i. moeten besluiten om tot een geheel andere opzet van de massacommunicatieve research te komen. De reeds genoemde financieel-organisatorische zaken kunnen als we het over een en ander eens worden door een te benoemen commissie worden bestudeerd.

Ad KOOYMAN.

24 september 1972 : DAG VAN DE MEDIA

Bij de Pastorale instructie "Communio et Progressio"

Zondag 24 september hebben predikanten en priesters - sommigen van hen met tot op de draad versleten woorden - in honderden Belgische kerken gepreekt over de "sociale communicatie-media in dienst van de waarheid" en werd er gecollecteerd voor het apostolaat van de Kerk op dit terrein.

Het was in 1952 dat "De Dag van de Media" voor het eerst werd ingericht. In die jaren vijftig werd de nadruk vooral gelegd op de filmactie en werd de dag ook als "Filmzondag" aangekondigd. Daarmee was de Belgische Kerkprovincie een van de eerste om op die wijze het belang van pers, radio, film, televisie te beklemtonen en er de aandacht van de christenen voor te vragen. In 1963 zou het conciliedecreet "Inter Mirifica" dit gebruik tot de hele wereld uitbreiden.

Naast het appel tot bezinning over de media in het algemeen, biedt "De Dag van de Media" de promotors gelegenheid om een bijzonder thema uit te werken - dit jaar "De media in dienst van de eenheid onder de mensen" - én te wijzen op de diensten die de gemeenschap kan verwachten van de katholieke centra voor de verschillende media.

Ook met de oprichting van deze centra voor animatie, begeleiding en vorming heeft de Kerk in België niet gewacht op de richtlijnen van het concilië. Zij bestonden reeds lang te voren. Enkele begonnen hun werkzaamheden al in de jaren dertig.

Sommige van deze organismen hebben naast een informatieve en vormende taak ook een bijzondere opdracht op het gebied van de productie van bijvoorbeeld godsdienstige publicaties (Parochieblad "Kerk en Leven") en vooral de katholiek-levensbeschouwelijke gastprogramma's in de BRT.

Ter gelegenheid van de "Dag van de Media" verscheen vorig jaar de Nederlandse vertaling van de Pastorale Instructie "Communio et Progressio". In onderstaande bijdrage schetst Noël BREUVAL de grote krachtlijnen van het document:

De pastorale instructie "Gemeenschap en vooruitgang" bestaat uit drie delen :

- "de christelijke visie en de basiselementen van een leer" over de sociale communicatiemiddelen,
- die zich aandienen als "factoren van vooruitgang",
- met als gevolg "de taak van de katholieken" op dit vlak.

1. Voor wat betreft de christelijke visie en de basiselementen wordt vooreerst de nadruk gelegd op de noodzakelijkheid van de communicatiemiddelen voor de opbouw van de maatschappij, vermits ze een onmisbare schakel vormen met de onderbouw van de maatschappij. De communicatiemedia zijn van nature uit bestemd om de menselijke waarden, zowel gemeenschappelijke als individuele, in het menselijk netwerk van problemen en verwachtingen aan bod te laten komen. Ze zijn immers werktuigen in Gods hand waardoor de mens Gods scheppingswerk voortzet.

Eveneens in dit scheppingswerk zit het verlossingswerk van Gods menswording vervat: de goddelijke gemeenschap van de drieëenheid weerspiegelt zich in de menselijke communicatie als een geest van saamenhorigheid en solidariteit.

Vandaar dat iedere boodschap als communicatie moet beantwoorden aan de wetten van eerlijkheid, oprechtheid en waarheid. De juiste uitbouw van de maatschappij eist een eerlijke voorlichting en morele waarborg.

2. Het tweede gedeelte handelt over de sociale communicatiemiddelen als factoren van vooruitgang: een soort sociologische benadering van het communicatieverschijnsel met zijn invloed en aanverwante problemen.

In een korte inleiding wordt gesproken over de inbreng van de massamedia in de strijd tegen het analfabetisme, over de bevordering van de onderlinge dialoog waardoor de mensen zich echt vrij gaan voelen, in de ontdekking van het wederzijds begrip en het besef van gelijkwaardigheid. Daardoor gaat men ook de wereld in zijn verscheidenheid waarderen.

Het document behandelt dan achtereenvolgens enkele delicate punten zoals de publieke opinie, het recht op informatie in beide richtingen van geven en krijgen, de vrijheid van meningsuitdrukking, opvoeding tot de media, de artistieke waarde, de reclame.

De grote bekommernis bij het behandelen van deze punten is aan ieder mens een maximum aan vrijheid te geven om zich persoonlijk te ontwikkelen en aan de vooruitgang van de mensheid mee te kunnen werken.

Vrije meningsuitdrukking, getoetst in een eerlijke confrontatie van ideeën, moet kunnen leiden tot een eigen kritische stellingname. De communicatiemiddelen bevinden zich daarvoor op de geschikte plaats door een gezond pluralisme in de samenwerking te verstevigen. De publieke opinie, als waaier van verschillende denkrichtingen, blijft dus niet enkel een theoretisch begrip, maar wordt een stuwkracht in de maatschappij.

Het recht op informatie is geen ijdel woord, als men toegang krijgt via waarachtige bronnen tot de volledige en juiste informatiegegevens waarover dan in alle vrijheid van gedachten kan gewisseld worden. In iedere maatschappij wordt de persoonlijke vrijheid echter beperkt door de vrijheid van de andere. Wat betreft de informatie zal een gelijkberechtiging de vrijheid van het individu en de groep zeker ten goede komen.

De opvoeding, het cultuurbeleid en het ontspanningsleven worden ook doeltreffend gevoed door de massamedia gezien hun didactische mogelijkheden, hun wetenschappelijke verrijking en hun rol in de vrijetijdsbesteding. De kunstzin kan erdoor verfijnd en men wordt beter beschermd en gewapend tegen de invloed van de reclame, als men de onafhankelijkheid van de massamedia voor een groot deel gaat waarborgen.

De waarborgen om de massamedia op hun juiste waarde te schatten zijn dan ook : de vorming van de massa en tevens van de verantwoordelijken, die naast rechten en plichten ook hun verantwoordelijkheid moeten opnemen; de gezamenlijke inzet van beiden die moet leiden tot een samenwerking tussen gezagdragers en medeburgers, tussen de volkeren onderling, en tussen alle mensen van goede wil.

3. Het derde gedeelte echter betoogt dat de beschouwingen in de twee vorige hoofdstukken geen zin hebben voor de vernieuwing in de kerk zonder de actieve medewerking van de katholieken op dit terrein: zonder hun getuigenis zal de evangelische boodschap dode letter blijven in de wereld van de massamedia.

Hebben de christenen en de katholieken wel een taak te vervullen en waarin bestaat ze ?

De katholieken uit de beroepswereld hebben het recht vanuit de kerk een specifieke opleiding te ontvangen om hun taak naar behoren te kunnen vervullen en de problemen die ermee verbonden zijn aan te kunnen. Daarmee hangt ook zeker nauw samen de christelijke vorming van het publiek.

De theologische opleiding zal ook moeten voorzien in een paar specialisatiecursussen met een aangepaste pastoraal en een vernieuwde katechese. Dit zal best gebeuren in samenwerking tussen leken en geestelijken.

Hebben de media dan ook een zeker nut voor de katholieken ?

Daar opinievorming in de kerk van essentieel belang is, heeft ieder lid van het godsvolk recht op de informatie die voor hem noodzakelijk is om vervolgens in de kerkgemeenschap actief te kunnen meewerken. Daarvoor is een voldoende kader van communicatiemediæ nodig en zelfs katholieke media als ze hun rol naar behoren kunnen vervullen.

Er moet een wisselwerking bestaan op gebied van informatie tussen hiërarchie en gelovigen. Daarvoor moeten de nodige organismen in het leven geroepen worden.

Door juiste en volledige informatie moet de kerk ook kunnen naar buiten treden. Daarin bestaat juist haar pastorale zending die dan een profetisch karakter krijgt : de verantwoordelijken in de kerk moeten er steeds op bedacht zijn aan de media een juiste en volledige informatie te bezorgen, omdat deze soms de enige weg zijn tussen de wereld en de kerk.

Hier schuilt natuurlijk een groot gevaar : de dialoog tussen kerk en wereld kan zo gemakkelijk ontaarden in een hatelijke monoloog. Over de ganse wereld moet er een voortdurende en wederzijdse communicatiemogelijkheid zijn tussen centrum en periferie door toedoen van officiële woordvoerders, agent-schappen en aangepaste organismen zowel op nationaal als op internationaal vlak.

De media zelf zullen op hun beurt de kerk bij de wereld brengen door verzorgde liturgische vieringen, catechese, debatten over godsdienstige onderwerpen, aangepaste conferenties en causerieën.

De taak van de katholieken in de afzonderlijke massamedia kan tot enkele zeer interessante beschouwingen leiden :

De pers is het orgaan bij uitstek om de kritische zin bij de lezer te vormen waardoor bij een adekwaat waardeoordeel zal leren formuleren. De katholieke pers moet streven naar een open dialoog voor wat de informatie en de christelijke duiding van de feiten aangaat. Daarvoor zal men bekwame mensen aanstellen en aangepaste fondsen voorzien.

De film is niet meer weg te denken uit de huidige samenleving. Hij dringt binnen langs de opvoeding, de cultuur en de vrije tijdsbesteding. Daardoor wordt hij een belangrijke factor voor de pastoraal.

Radio- en televisieuitzendingen zijn uitgelezen middelen om de boodschap van het evangelie op een aangepaste en degelijke manier bij de mensen te brengen.

Het toneel, met zijn ideologische grondslag, heeft door deze communicatiemedia weer een nieuwe belangstelling en een ruimer publiek gekregen.

Een laatste beschouwing over de uitrusting, het personeel en de organisatie die door een pastorale uitbouw van de communicatiepolitiek gevegd worden. Aan de hand van deze mogelijkheden zal de kerk effectief de "teksten van de tijd" kunnen lezen.

Een interne aanpassing binnen de kerk aan de macht van de massamedia wordt de basis en het vertrekpunt voor een getuigenis naar buiten: de aanwezigheid van vele christenen in de

verschillende sectoren van de massamedia zal een gunstig klimaat scheppen voor een authentische dialoog tussen kerk en wereld.

Staan we op de drempel van een nieuw tijdperk ? Zullen de veranderingen een diepgaande invloed op de samenleving uitoefenen ? Deze korte samenvatting moet noodzakelijkerwijze aangevuld worden door een aandachtige lezing van het document zelf om op deze vragen een antwoord te geven dat dan nog zeer fragmentair zal zijn.

De massamedia vormen voor het godsvolk een drieluik: ze zijn een spiegelbeeld van de kerk voor de huidige wereld, ze schragen de dialoog binnen de kerk, en voor de kerk zijn ze een leerschool om de houding en de mentaliteit van de moderne mens te leren kennen.

Deze instructie geeft enkel algemene oriëntaties aan. De praktische toepassingen en zelfs de pastorale oriëntaties moeten voortdurend aangepast worden aan de lokale toestanden en aan de verdere ontwikkeling van de media.

Noël BREUVAL.

GEMEENTELIJK BIBLIOTHEEKWEZEN

Communicatie kan o.m. als kultuuroverdracht beschouwd worden. De redactie oordeelde het dan ook opportuun volgend werkstuk over het bibliotheekwezen, door de heer R. Billen in het kader van het practicum 2de kandidatuur communicatiewetenschap gemaakt, hier voor een deel af te drukken. De auteur wenst er echter de aandacht op te vestigen dat zijn tekst als een tussentijds rapport dat voor verbetering en aanvulling vatbaar is, dient gelezen te worden.

Snelle veranderingen in een maatschappij doen ook behoeften ontstaan op het vlak van de informatie en de dokumentatie. De verlengde schoolplicht, de evolutie van de wetenschappen, het vervolmaken in een beroep, het inwerken in nieuwe beroepen, de groeiende vrije tijd, het geheel van een modern cultuurbeleid, stimuleren de persoonlijke lectuur en de deelname aan publieke lektuurvoorzieningen.

Voldoende en degelijke bibliotheken zijn in dit verband een noodzaak. Op het colloquium "Openbare Bibliotheken en permanente opvoeding" (Namen, 24-29 oktober 1966), georganiseerd door de Raad van Europa werden hieromtrent volgende besluiten genomen.

- De begrippen permanente opvoeding en vrijetijdsbesteding zijn nauw verbonden met de werking en de verantwoordelijkheid van de openbare bibliotheken.
- De openbare bibliotheken hebben een belangrijke rol te vervullen op het gebied van de permanente opvoeding en van een verstandige vrijetijdsbesteding. Bovendien dragen de openbare bibliotheken bij tot de ontplooiing en het geluk van het individu, ten nutte van de gemeenschap.
- De openbare bibliotheken kunnen deze rol enkel spelen indien ze over een aangepaste uitrusting beschikken, die het hun mogelijk maakt de betrachtingen en de behoeften van de individuen en van de verschillende maatschappelijke groepen te voldoen.
- De openbare bibliotheken moeten instaan voor de verspreiding van de kennis, de opvoeding en de cultuur in al de bevolkingsgroepen, volgens hun kulturele, economische en sociale, kollektieve en individuele behoeften.
- De openbare bibliotheken moeten al de nodige middelen voor de verspreiding van de dokumentering en van ideeën aan de hand doen.

- Opdat dit op doeltreffende wijze zou kunnen geschieden moeten zij toegang geven tot aangepaste en encyclopedische verzamelingen van boeken en andere dokumenten, die de lezers de mogelijkheid moeten bieden iedere tak van kennis zonder beperking te bestuderen.

- Daarom moet de openbare bibliotheek ook in staat zijn andere opvoedende en kulturele activiteiten mogelijk te maken. Sommige bibliotheken kunnen als doeltreffende kulturele centra worden beschouwd, terwijl de andere nauw kunnen samenwerken met de kulturele instellingen.

- De opleiding van de bibliothekarissen moet de inwijding tot de permanente opvoeding en de actieve vrijetijdsbesteding omvatten.

- Het is noodzakelijk dat de bibliotheek over een voldoende aantal bevoegde personeelsleden beschikt en dat een nauwe samenwerking tot stand wordt gebracht tussen de bibliothekarissen en de personen die zich bezig houden met de opvoeding van de volwassenen en kinderen. Het is eveneens noodzakelijk dat de bibliothekarissen nauw samenwerken met de overheden die verantwoordelijk zijn voor de organisatie van kulturele activiteiten en van actieve vrijetijdsbesteding.

De huidige Belgische situatie doet sterk verouderd aan. De bibliotheekwet dateert van 17 oktober 1921. De verplichte bijdrage door de gemeente werd bij een Regentsbesluit van 1947 gebracht op 1,50 fr. per inwoner. Slechts weinige gemeenten overschrijden dit cijfer (1).

Er bestaan in Vlaanderen 1414 (1968) erkende afzonderlijke bibliotheken (openbare). In de meeste gevallen ontbreekt een sterke structuur. Hier en daar bestaat dit wel (Mechelen) en op andere plaatsen onderneemt men pogingen (Tienen). Initiatieven op dit vlak zouden kunnen gaan in de richting van kleinere wijkbibliotheken gegroepeerd rond een hoofdbibliotheek, plaatselijke bibliotheken samenwerkend met een gewetelijke en gemeentelijke bibliotheken samenwerken met centrale.

In vele gemeenten is een behoefte aan nieuwbouw. In vele gevallen is de behuizing immers slecht op ieder terrein. Ter gelegenheid van een verhuis zouden fusies kunnen worden doorgevoerd (b.v. tussen vrije en openbare bibliotheken onderling of met gemeentelijke).

(1) J. ALBRECHTS in "Modern Gemeentebestuur", "Het gemeentelijk Kultuurbeleid", A.C.W., Brussel, 1970.

In geval van oprichting van gemeentelijke bibliotheken (in 1968 werden 213 gemeentelijke instellingen op dit punt gesubsidieerd) komt het Rijk tussen voor 60 % in de bouwkosten. Er is geen staatstussenkomst voorzien voor het oprichten van vrije bibliotheken. Wat J. Albrechts in "Modern Gemeentebeleid" doet verwijzen naar de situatie met de scholenbouw (1).

Gespecialiseerde bibliotheken, met leeszaal, jeugdafdeling, tijdschriftenafdeling zijn op vele plaatsen welkom. Maar de wetgeving voorziet niet eens in een verplichte bijdrage vanwege de provincie (Brabant doet daarom niets).

A. Bibliotheek/Gemeente.

In verband met een herstructurering van het bibliotheekwezen werd door de Hoge Raad en de Dienst voor de Openbare Bibliotheken een ontwerp opgesteld waarin wat betreft plaatselijke bibliotheken o.a. het volgende blijkt in te zijn gesteld.

In elke gemeente van 3.000 inwoners en meer dient ten minste een part-time bibliotheek te worden ingericht. In gemeenten van 20.000 inwoners en meer dient een full-time bibliotheek verplicht te worden. Deze gemeentelijke bibliotheken zouden samenwerken met een gewestelijke bibliotheek. Deze gewestelijke bibliotheken zouden gevestigd worden in centra van streken met minstens 40.000 inwoners (2).

In verband met de gemeenten met 3.000 inwoners kan als voorbeeld verwezen worden naar gegevens uit de enquête van Het Nieuwsblad (De Standaard) in het korrespondentiegebied Tienen (3).

De gemeente Hoegaarden telt 4.922 inwoners en heeft een gemeentelijke bibliotheek die 4 uur per week geopend is. Bunsbeek (1929 inwoners) heeft een parochiale bibliotheek die 2 uur/week open is en St. Margriet-Houtem (865 inw.) heeft een parochiale "Lektuurpost" die 1 uur/week open is. Oplinter met 2115 inwoners heeft noch een parochiale noch een gemeentelijke bibliotheek, en Outgaarden (644 inw.) evenmin.

Volgens de bovenvermelde normen zou dit echter nog aanvaardbaar zijn, op voorwaarde dan dat er een grotere bibliotheek in de buurt blijft. In dit geval is dit Tienen, waar men echter pas sedert een paar jaar "echt" een bibliotheek heeft.

(1) J. ALBRECHTS, in "Modern Gemeentebeleid", "Het gemeentelijk Kultuurbeleid", A.C.W., Brussel, 1970.

(2) Welvaartskomitee Tienen, "Werkdocument, Openbare Bibliotheek Tienen", 1969.

(3) R.B. in "Het Nieuwsblad", "Landelijke Bibliotheken in de streek van Tienen nog lang niet aan reorganisatie toe", 20 nov. 1970.

In de eigen enquête zitten volgende gemeenten tussen de 3.000 en de 20.000 inwoners :

Haacht	5.000 inw.	heeft een 4 uur/week geopende bibliotheek
Diest	10.000 inw.	4 uur/week
Tessenderlo	12.000 inw.	10 uur/week
Overijse	15.000 inw.	4 uur/week
(Aarschot, 12.500 inw. heeft niet-gemeentelijke bibliotheken).		

Van de gemeenten boven de 20.000 inwoners zijn er :

Tienen, 24.000 inw. met een gewestelijke bibliotheek (in uitbouw), die 10 uur/week open is (niet tijdens het weekeinde).
 Mechelen, 65.000 inw. met een volledig uitgebouwde gewestelijke bibliotheek met 60 openingsuren/week.
 (Hasselt, 38.500 inw. heeft enkel niet-gemeentelijke bibliotheken).

B. Filialen en Uitleenposten.

In gemeenten (steden) met verschillende wijken of woonheden (gehuchten b.v.) dient in principe iedere eenheid een eigen bibliotheek te hebben. Dit kan door filialen uit te bouwen van een centrale bibliotheek. De oprichting hiervan kan gewoon gebeuren, maar ook door het overnemen door de gemeente van bestaande kleine bibs van parochies of verenigingen. Verder kan de openbare bibliotheek samenwerken met de industrie, scholen, verenigingen e.d.

De industrie kan schenkingen van gespecialiseerde werken op zich nemen, terwijl omgekeerd kan worden gezorgd voor uitleenposten in fabrieken en kantoren. Dit laatste geldt ook voor scholen en verenigingen voor wie het uitbouwen van een volwaardige eigen bibliotheek steeds een financieel zware inspanning betekent.

De taak van een filiaal en een uitleenpost zou vooral liggen op het gebied van de ontspanningslektuur. Voor andere werken kan de lezer naar een centrale bibliotheek of kan hij het gewenste werk laten overbrengen naar het filiaal of de uitleenpost. Tienen heeft 2 filialen en geen uitleenposten. Mechelen heeft 13 filialen en 5 uitleenposten.

C. Gemeentelijke Subsidies.

Deze subsidies zijn de belangrijkste (naast die van de provincie en de staat, en naast schenkingen). Het hangt af van de gemeente hoeveel er per inwoner wordt besteed aan het bibliotheekwezen. Er bestaat een minimum van 1,5 fr. per inwoner. De meeste gemeenten overschrijden dit minimum niet.

Deze subsidies hebben uiteraard een weerslag op de werking van de bibliotheek. Er kan echter worden opgemerkt dat voor een gewestelijke bibliotheek die in een centrumgemeente is gevestigd, het onrechtvaardig is dat de uitbouw van deze gewestelijke bibliotheek in hoofdzaak slechts wordt gedragen door die ene gemeente.

Enkele voorbeelden van subsidies aan openbare bibliotheken.

Gemeenten	1967- (1)	1971- (2)
Mechelen	100 fr./inwoner	261 fr./inwoner
Aalst	68 fr.	(niet aangeschreven)
Antwerpen	52 fr.	"
Ekeren	50 fr.	"
Lanklaar	42 fr.	"
Ronse	41 fr.	"
Kortrijk	40 fr.	"
Leuven	40 fr.	(te laat gereageerd)
Dilsen	34 fr.	(niet aangeschreven)
Brugge	34 fr.	"
Schoten	33 fr.	"
Kermt	32 fr.	"
Tessenderlo	(niet opgenomen)	4 fr.
Tienen	"	1,50 fr.
Overijse	"	1,50 fr.
Diest	"	1,50 fr.
Haacht	"	1,50 fr.

D. Boekenbezit.

Bij het door de bibliotheken opgegeven boekenbezit kunnen heel wat verouderde werken zitten (bv. qua spelling). Voor Tienen staat men voor het "merkwaardig" feit dat meer dan 60 % van de boeken in het Frans zijn. Het merendeel hiervan berust echter in het bewaarfonds.

De tijdschriften zijn van groot belang om de laatste gegevens omtrent een onderwerp te kunnen recupereren. Tessenderlo, Tienen en Mechelen blijken een nogal ruim aantal tijdschriften te bezitten. Overijse heeft er geen. Mechelen heeft een afzonderlijke jeugdbibliotheek.

(1) Welvaatskomitee - Tienen.

(2) Eigen enquête.

Met de term referentiewerk wordt bedoeld wat er in de leeszaal ter konsultatie ligt. In de ene bibliotheek zullen hier al wat meer werken bijgerekend worden dan in andere. Tienen en Mechelen blijken over heel wat leeszaalmateriaal te beschikken.

Het Welvaartskomitee-Tienen heeft voor deze stad uitgcijferd dat er een behoefte bestaat aan 41.000 boeken (1969).

(Tevens werd uitgemaakt dat in 1969 er slechts 8.000 van de toen 23.000 beschikbare boeken nog bruikbaar waren).

Om deze behoefte te bepalen ging men uit van het bevolkingsaantal van de stad en van een gestelde behoefte van 1,8 boeken per inwoner (voor een stedelijke bibliotheek).

(Voor een gewestelijke bibliotheek ligt het bevolkingscijfer anders en ook de behoeften worden ander bepaald, nl. 0,5 boeken/inwoner).

Aan de hand van dezelfde criteria komen we in de eigen enquête tot de volgende gegevens :

Behoefte : 1,8 boeken/inwoner.
(1971)

Gemeente	Inwoners	Behoefte	Beschikbaar	Proportie
Haacht	4.430	7.974	8.000	1
Diest	10.000	18.000	8.565	0,45
Tessenderlo	12.000	21.600	13.700	0,63
Overijse	16.241	29.234	4.517	0,15
Tienen	24.74	43.531	28.700	0,66
Mechelen	65.000	117.000	270.397	2,3
Leuven	33.189	59.730	69.615	1,2

E. Publiek.

Het lezerspubliek hangt af van vele factoren, in de eerste plaats van de kwaliteit van de bibliotheek, vooral van het boekenbezit. Verder echter bevordert bv. het feit dat de bibliotheek in een schoolgebouw is ondergebracht het aandeel van de jongeren in het publiek (Haacht).

Het aantal openingsuren en de spreiding ervan verschilt naar gelang men te doen heeft met huisvrouwen ('s morgens, 's namiddags), gepensioneerden (idem), jongeren (na de schooltijd,

weekeinde en vakantieperiodes), pendelaars (op weg naar huis), andere werknemers ('s avonds en weekeinde) enz.

De algemene uitrusting van de bibliotheek en natuurlijk ook automatisch het feit of het al dan niet een gewestelijke bibliotheek is, bepaalt de aantrekking op personen uit omliggende gemeenten. Mechelen heeft een zeer ruim bezorgingsgebied, ook al door de interbibliothekaire uitleendienst.

Nota :

Leuven	:	66 %	komt van buiten de stad
Haacht	:	18 %	"
Diest	:	10 %	"
Tessenderlo	:	9 %	"
Overijse	:	0 %	"
Tienen	:	9 %	"

F. Algemene uitrusting.

Het onderbrengen van een bibliotheek in een afzonderlijk gebouw is geen algemene noodzaak. Wel moet een voldoende grote en overzichtelijke ruimte beschikbaar zijn, waar met open rekken kan worden gewerkt. De catalogussen worden blijkbaar aangepast aan de noodzakelijkheden (naargelang de bibliotheek zich uitbreidt worden aanpassingen doorgevoerd).

Wat het meubilair betreft dient vermeld dat de staat voor 50 % tussenkomt wanneer het gaat om het inrichten van nieuwe "afdelingen" (jeugdbibliotheek, leeszaal, diskoteek....).

G. Personeel.

Het aantal personeelsleden wordt berekend volgens het aantal lezers en het aantal openingsuren. Een basiskorps zou kunnen bestaan uit een hoofdbibliothecaris, een aantal hulpbibliothecarissen (naargelang het geval), eventueel een jeugdbibliothecaris, personen voor het onderhoud. Verder komen er boekbinders en magazijnmeesters bij. (Voor boekbinden wordt dikwijls op beschermde werkplaatsen voor gehandicapten beroep gedaan : Tienen, Mechelen).

Mechelen heeft 32 personeelsleden, Tienen 6, Tessenderlo 5, Overijse 5, Diest en Haacht 2.

H. Eindbemerking.

Het bibliotheekpubliek is blijkbaar dermate klein dat er voor een politicus weinig spektakulairs te verwachten valt van een (lichte) verhoging van de financiële inspanningen op dit terrein. Nochtans worden er opmerkelijke resultaten geboekt in die gemeenten waar gedurende enkele opeenvolgende jaren wat dieper de zak wordt ingegaan.

Er ontbreekt echter ook een tussenkomst van een interkommunaal orgaan voor die bibliotheken die buiten de gemeentelijke grenzen zijn gegroeid. Het is niet eens waarschijnlijk dat onmiddellijk een zulkdanige bevoegdheid aan de federaties zal worden gegeven.

De bibliotheek als alleenstaande instelling is weinig interessant voor het publiek en de beheerders (politici onrechtstreeks). Bibliotheken worden ook uitgebreid met discotheken, filmotheken, mediatheken, ... (iets wat hier werd buiten beschouwing gelaten).

Ook kunnen de bibliotheken zelf worden geïntegreerd in het geheel der kulturele infrastrukturen (kultuurcentra, met verder het theater, tentoonstelling, musuem, e.d.). De aantrekking op het publiek moet in deze gevallen optimaal zijn, indien de openingsuren voldoende en aangepast zijn. Terzelfvertijd is een full-time bibliothekaris nuttig. Deze kan terzelfvertijd andere funkties vervullen in het complex (archivaris....).

De talrijke kleine gemeentelijke en private openbare bibliotheken (niet in deze enquête) zijn op zichzelf nog minder leefbaar. Ze zijn in alle omstandigheden onefficient, tenzij op interkommunaal vlak aan uitbouw wordt gedaan. Alleen echter al de idee brengt part-time "bibliothekarisjes" aan het schrikken.

Op dit terrein mag men echter in de komende jaren een verdere mentaliteitsaanpassing verwachten, omdat ook op andere terreinen dan dat der bibliotheken voor samenwerking geageerd wordt.

R. Billen.

NIEUWSPORRT :

Het Internationaal Perscentrum in Den Haag

Nieuwspoort, het internationaal perscentrum in Den Haag (Nederland) bestaat dit jaar tien jaar. Op 16 maart l.l. waren een aantal studenten, assistenten en professoren van het CeCoWe daar te gast. Bij die gelegenheid hield J.E. van der Wielen onderstaande toespraak:

"Het is mij een genoegen U namens de Raad van Bestuur van het Int. perscentrum Nieuwspoort welkom te heten. Uw aanwezigheid hier is geen toevallige omstandigheid. Uw studievak immers verstaat zich zonder meer met een instituut als dit perscentrum, dat in elk geval voor Nederland als een fenomeen geldt, maar dat ook in vergelijking met soortgelijke centra in het buitenland toch wel heel bijzonder van aard is. Nieuwspoort bestaat deze maand tien jaar. Het werd indertijd opgezet in de eerste plaats als een club, maar het is alras uitgegroeid tot een werkcentrum, tot een ontmoetingspunt niet alleen van journalisten van pers, radio en televisie, maar vooral ook van voorlichtingsfunctionarissen van overheid en bedrijfsleven, van politici, parlementariërs, ministers en leidende figuren uit het brede scala van het maatschappelijk leven. Aanvankelijk was het een min of meer gesloten huis, een sociëteit als U wilt, maar we hebben ons meer en meer opengesteld om een goede communicatie tussen alle elementen van de Nederlandse samenleving te bevorderen.

In tegenstelling tot de perscentra in het buitenland, is Nieuwspoort ontsproten aan het particulier initiatief, d.w.z. aan het initiatief van de Haagse Journalisten vereniging en vooral ook van de Buitenlandse persvereniging in Nederland. Al omstreeks 1950 werden de eerste besprekingen over de stichting van een perscentrum gevoerd. Den Haag was toen - overigens meer dan nu - ook internationaal van grote betekenis. Ik moge bijv. in Uw herinnering brengen de Europese conferentie van 1948 die als 't ware de stoot heeft gegeven tot de Europese Gemeenschap.

Nieuwspoort heeft juridisch de stichtingsvorm en wordt geleid door een Raad van Bestuur, waarvan de meerderheid bestaat uit Nederlandse journalisten en buitenlandse correspondenten hier te lande werkzaam. Van begin af aan was er ook een sociëteitscommissie, gevormd uit de poorters, welke commissie zich bezig houdt met de dagelijkse gang van zaken en die op allerlei

terrein adviezen verstrekt aan de Raad van Bestuur, bij welk toporgaan de beslissing over beleidszaken en dus ook over de financiering berust. Ik sprak U over poorters, dat zijn degenen die tegen een bepaald bedrag toegang hebben tot het perscentrum, maar die, omdat we een stichting zijn, geen leden zijn. Juridisch kent een stichting nl. geen leden. Teneinde de poorters toch inspraak te geven, worden de leden van de soc. cie. als vertegenwoordigers van de poorters, door de poorters gekozen. Hun verkiezing moet alleen krachtens statuten en huishoudelijk reglement door de Raad van Bestuur worden bekrachtigd.

Om het formele beeld van Nieuwspoort af te ronden: de leden van de Raad van Bestuur dienen lid te zijn van de Ned. Verenigingen van journalisten, resp. van de B.P.V. en bestaan verder uit vertegenwoordigers - voorlichtingsfunctionarissen - van de rijks- en gemeentelijke overheid. Deze laatste groep heeft zitting in de Raad van bestuur, omdat rijk en gemeente ons perscentrum subsidiëren, evenals trouwens de provinciale overheid in een later stadium. Voor 't overige ontvangt Nieuwspoort jaarlijkse bijdragen van de Ned. ver. van journalisten, van de directeurenvereniging de Ned. Dagbladpers, van de N.O.S. (radio en televisie) en voorts van nog tal van andere semi-officiële instellingen en uit het bedrijfsleven, waaronder ook de vakcentrales.

Deze financiële bijstand dient uitsluitend om het perscentrum als zodanig te kunnen doen functioneren, d.w.z. het verlenen van service door het beschikbaar stellen van telefoons, werkvertrekken, telex, enz. enz. Enige zalen staan voortdurend ter beschikking voor het houden van persconferenties, waarvan er zo'n 250 à 300 per jaar in Nieuwspoort worden gehouden, alsmede voor cocktailparties, recepties en diners. De buitenlandse persattaché's hebben hier ook hun maandelijkse ontmoeting. De subsidies en bijdragen vormen een betrekkelijk bescheiden deel van het totale budget van Nieuwspoort, dat in het afgelopen jaar meer dan F. 300.000 bedroeg, een bedrag dat voor het overgrote deel wordt gevormd door de opbrengst van onze buffetexploitatie, die op zuiver zakelijke basis wordt gevoerd. Omdat Nieuwspoort een stichting is, heeft het perscentrum niet een aantal lasten te dragen waaronder het particuliere horecabedrijf gebukt gaat. Vandaar dat we in Nieuwspoort kunnen spreken van prix modérés. We beschikken over een bar en een restaurant en het is geen uitzondering, wanneer hier op één dag zo'n 80 lunches en honderd diners worden geserveerd, om niet te spreken over de koffie en meer spirituele dranken, die hier in grote hoeveelheden worden geconsumeerd.

Bij Uw binnenkomst hebt U een wanordelijke situatie kunnen constateren. Die is een gevolg van de voorlopig laatste verbouwing, die we op ons programma hebben staan. De hele entree

wordt gewijzigd, we krijgen een nieuwe vestiaire en nieuwe toiletruimten, voorts een servicecentrum van de P.T.T. en een moderne receptie met balie. De kosten aan deze en vorige verbouwingen, hebben we voor een deel kunnen financieren uit particuliere giften, voor een deel uit een lening, waarvan rente en aflossing door het Rijk is gegarandeerd, voor een deel uit reserveringen.

In het begin van mijn uiteenzetting gewaagde ik van een fenomeen, dat Nieuwspoort is. Het zal U duidelijk zijn, dat dit voornamelijk wordt veroorzaakt door de openheid van het perscentrum, maar meer nog wordt het karakter bepaald door het feit, dat Nieuwspoort een doorgaande verbinding heeft met het gebouw van de Tweede Kamer, waardoor het hier een va et vient is van Kamerleden, ministers, staatssecretarissen en hoge ambtenaren, die in ons perscentrum alle gelegenheid hebben tot contacten met de vertegenwoordigers van de onderscheidene publiciteitsmedia.

Onze keuken geniet een grote faam, zodanig dat vele Kamerleden bijv. er de voorkeur aan geven hun lunches en of diners in Nieuwspoort te gebruiken, omdat de keuken van de Tweede Kamer h.i. niet die kwaliteit te bieden heeft, die onze onvolprezen chef-kok weet op te brengen, een chef-kok, die voor recepten een welkome gast is in dagbladen en periodieken en die verschillende prijzen weghaalde op kookwedstrijden bij tentoonstellingen op culinair gebied. Het ligt voor de hand, dat we daarop bijzonder trots zijn.

Dames en Heren, ik wil U niet te lang bezig houden. Slechts nog een enkele opmerking. U bevindt zich hier in het oudste gedeelte van Den Haag, een stad met een ruim 700-jarige geschiedenis. De twee huizen, waaruit Nieuwspoort bestaat, waren al te vinden op afbeeldingen uit de 15e eeuw. Teneinde een historische verbinding te leggen met het heden, noemden we indertijd enige zalen van ons perscentrum naar nieuwsgaarders uit de beginperiode van de gedrukte tijdingen en couranten, zoals Luzac en Castlein. Andere namen herinneren aan vooraanstaande journalisten van onze 20e eeuw, alsmede aan de feitelijke grondlegger van de wetenschappelijke leer der communicatiemiddelen in Nederland, prof. Baschwitz, wiens handboeken U waarschijnlijk niet onbekend zullen zijn.

Om nu verder een lang verhaal kort te maken, Nieuwspoort onderhoudt met ca. twintig persclubs in het buitenland contacten in deze zin, dat Nieuwspoort en deze buitenlandse persclubs wederzijds zijn overeengekomen dat hun leden in elkaar club toegang hebben."

DE VROUW EN HAAR VERHAAL

434 Fr. voor een tekst van 142 blz. die reeds in 1968 nagenoeg voltooid was, zagezegd in 1971 uitgegeven werd en pas dit jaar in de handel te verkrijgen is. Mouton heeft blijkbaar alle last van de wereld om zijn schapen op het droge te krijgen. Het schaap in kwestie is "Le récit féminin" (1) van Claude Chabrol, een in 1968 verdedigde doctoraatsthesis (3e cycle, E.P.H.E., Parijs, promotor: R. Barthes), waarin de promovendus, vanuit de pertinentie van de semiologie de systematiek tracht te onderzoeken van de collectieve voorstellingen rond de verhouding vrouw-man, voor zover die zich tot een verbale discursus hebben gevormd in het Franse damesblad "Elle". Naast de (vrij beruchte) hartsrubriek van Ségal, worden er ook enkele enquêtes en interviews geanalyseerd.

Daar het werk op een uitstekende manier de belangrijkheid van de semiologische bijdrage voor de communicatiewetenschap demonstreert, leek het ons niet oninteressant er uitvoeriger op in te gaan dan gebruikelijk is voor een normale recensie.

Twee problemen tekenen zich o.i. duidelijk af in de tekst van Chabrol: enerzijds de structuratie van de boodschap, d.w.z. het taalfragment of de discursus en anderzijds het statuut van deze discursus, d.w.z. diens verhouding t.o.v. het systeem van de taal en tot de andere sociale systemen.

1. Het discursusprobleem :

Wat dit probleem betreft, dienen we te zeggen dat Chabrol vaag en onbevredigend blijft. In zijn inleiding onderzoekt de auteur de verhouding sociale "realiteit", collectief bewustzijn en taalfragment en verwerpt hierbij iedere theorie die de discursus wil verklaren door middel van een directe verwijzing naar de niet-linguïstische fenomenaliteit en dit terecht: de discursus reflecteert inderdaad niet zo maar de sociale realiteit. Of echter het "collectief bewustzijn" - een notie die bij Chabrol nauwelijks geconceptualiseerd en derhalve niet hanteerbaar is - ook niet kan gezien worden als een immanent systeem

(1) CHABROL, Claude, Le récit féminin. Contribution à l'analyse sémiologique du courrier du coeur et des entrevues ou 'enquêtes' sur la femme dans la presse féminine actuelle, Mouton, The Hague - Paris, 1971.

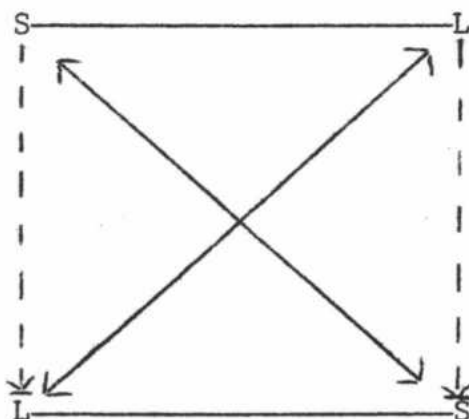
dat zich in en tot diverse semiotische objecten (taalfragmenten, beelden, gedragingen...) kan realiseren, is een andere kwestie. Wat uiteindelijk Chabrol mist is een duidelijk uitgebouwde taalstratificatie. Dit gemis is er o.i. de oorzaak van dat de hele problematiek van in het begin vanuit een verkeerde vraagstelling wordt aangepakt: niet zozeer de verhouding taal-reali-teit (wat dit ook bij Chabrol moge zijn), of taal-collectief bewustzijn is uiteindelijk belangrijk, doch wel het opstellen van de diverse niveaus van de zinsproductie, de verhouding semiologie-linguïstiek, de relatie tussen het systeem en de manifestatie. Chabrol lijkt ons in dit opzicht verraden door het feit dat hij getracht heeft de discursusopvatting van zijn promotor (nl. Barthes : via en slechts via het natuurlijk spreken worden de sociale systemen semiotische systemen) te verbinden met de semiolinguïstiek van Greimas, waarvan hij de analyse-procedure overneemt. Zeggen dat de discursieve eenheden (die Chabrol in de loop van zijn analyse manipuleert) noch tot de sociale realiteit, noch tot een bepaald idioom behoren, kan wellicht zinvol zijn in een Barthesiaans perspectief, binnen de semiolinguïstische axiomatic is het doodgewoon niet pertinent: de door Chabrol in de analyse geproduceerde eenheden ("sememen" in het semiolinguïstische jargon), behoren bij Greimas gewoonweg tot een bepaald niveau van de zinsproductie, een niveau dat; wanneer puntje bij paaltje komt, zelfs niet met de discursus kan vereenzelvigd worden !

2. De structuur van de boodschap en de narrativiteit.

Vooraf dient gezegd te worden dat in de semiologie van Greimas de narrativiteit gezien wordt als een autonome instantie die met behulp van een syntaxis de in de boodschap geïnvesteerde inhoudswaarden organiseert tot onderling met elkaar verbonden gezegdes: deze gezegdes, in hun onderlinge relatie vormen samen de boodschap die de lezer verschijnt als een klein spektakel, een vertelling. De semiolinguïstiek doet in haar procedure een beroep op een (para-) logica, gebaseerd op het Aristoteliaanse logisch vierkant. Dit alles kan wellicht vrij duister klinken en we hopen dan ook aan de hand van een uitvoerige bespreking van Chabrols analyse van de 'hartsrubriek' uit 'Elle' de zaken klaarder voor te stellen en zodoende de waarde van een dergelijke procedure als alternatief voor de inhoudsanalyse van de communicatiewetenschap naar voren te brengen.

Opvallend in de hartsrubriek van 'Elle' is, dat alle vrouwen die via een ingezonden brief a.h.w. een zoektocht ondernemen naar hun eigen identiteit (de vrouwelijkheid) niet het verhaal krijgen waar ze naar vragen. In vrijwel alle brieven wordt de situatie van de briefschrijfster beschreven als zijnde een disjunctie van 2 inhoudswaarden, nl. Liefde versus Socialisatie. De vraag wordt nu aan de opdrachtgever, of afzender

(d.w.z. diegene die de rubriek leidt, Ségol, en die vanuit haar krant en zo vanuit de maatschappij de competentie heeft gekregen een bepaald weten over te dragen aan de bestemming, de lezeres) gesteld deze situatie te transformeren in een conjunctie van deze twee waarden (Liefde + Socialisatie). Ségol weigert echter voor de vrouw het gevraagde parcours uit te werken, integendeel, ze zal eveneens de disjunctie van de twee waarden doorvoeren. We verklaren ons nader. Het model dat Chabrol opstelt, en dat de 'hartsrubriek' onderligt, ziet er als volgt uit :



waarbij : ————— een relatie van tegenstelling uitdrukt
 <—————> " " " contradictie " "
 - - - - - " " " implicatie " (1).

Deze vier termen, die slechts gedefinieerd kunnen worden in hun onderlinge relatie, manipuleren sememische verzamelingen, d.w.z. een aantal inhoudswaarden die volgens Chabrol gekenmerkt zijn door wederzijdse implicatie en zo één klasse vormen :

Liefde (L) : sterke seksualiteit of affectiviteit = transgressie van sociale wetten (vrijheid) = intensiteit...

Socialisatie (S) : afstandname van de seksualiteit, verzwakte affectiviteit = wettelijk contract = duurzaamheid...

Niet-liefde (\bar{L}) : afwezigheid van seksualiteit of affectiviteit = wettelijkheid als een kluister...

Niet-socialisatie (\bar{S}) : illegaliteit van de seksualiteit = zwakke intensiteit (kortstondigheid, oppervlakkigheid)...

(1) De orientatie in de semiologische paralogica van de implicatie is (nog) niet duidelijk, zij kan zowel van S naar \bar{L} en L naar \bar{S} als van L naar S en \bar{S} naar L verlopen.

Deze sememen liggen niet op het vlak van de discursus (waar de consumptie van de boodschap plaats vindt), doch kunnen via een lexicalisatie en grammaticalisatie in de boodschap verschijnen: b.v. het semeen Intensiteit, behorend tot de verzameling Liefde, verschijnt, nadat er nog een retorische en stylistische transcoding heeft plaats gehad, gelexicaliseerd als : "J'aime à la folie" of "Je veux vivre chaque minute avec l'homme que j'aime".

Een brief nu als : "Je suis mariée depuis quatre ans, je n'arrive pas à aimer mon mari. Je ne veux pas être infidèle, j'ai peur de reporter tout mon amour sur mes enfants. J'avais cru qu'avec le temps j'arriverais à l'aimer" manifesteert duidelijk de disjunctie van S en L en de nood aan conjunctie hiervan. Hierop zal Ségol steeds repliceren door erop te wijzen dat S en L niet verenigbaar zijn en men dient te kiezen :

"Dans votre cas, ce n'est pas de l'amour-passion qui jette pour quelques temps deux êtres l'un contre l'autre, mais l'amour conjugal, qui unit deux existences par toutes leurs fibres. Quand l'amour-passion veille bien, il devient parfois amour conjugal. Vous avez peut-être sauté une étape." De gesocialiseerde huwelijksliefde (S) wordt hier duidelijk tegenover de passievolle liefde (L) geplaatst.

Wanneer we het model dat de 'courrier du coeur' van 'Elle' onderligt, nogmaals bekijken, zien we dat L en S zich implicerend t.o.v. \bar{S} en \bar{L} verhouden. We kunnen dus stellen dat, wanneer we de positieve waarden in een discursus manifesteren (L en S), de negatieve mede geïmpliceerd worden (\bar{S} en \bar{L}). De situatie van de vrouw (of correcter: de tot een verbale discursus getranscodeerde situatie), bij het schrijven van een brief is derhalve :

hetzij (a) $L+\bar{S}$

hetzij (b) $S+\bar{L}$

Wat betekent dat: bij (a) haar liefde bv. intens en vrij is (positief), doch (negatief) riskeert illegaal en kortstondig te zijn.

: bij (b) haar liefde bv. rimpeloos en legaal is, doch dreigt asexueel en ketenend te worden. Wat de vrouw vraagt aan Ségol is, middels een transformatie, de negatieve waarden te verwijderen en de positieve waarden te verbinden:

vrouw :	voor de transformatie	:	$L+\bar{S}$ of $S+\bar{L}$
	na de transformatie		$L + S$

Wat Ségol echter doet is het volgende :

Ségol :	voor	:	$L+\bar{S}$ of $S+\bar{L}$
	na		S of \bar{S}

m.a.w., Ségal zal de oorspronkelijke toestand transformeren door van (a) alleen de negatieve waarden te nemen en van (b) alleen de positieve; S en \bar{S} zijn daarbij onverenigbaar daar ze contradictorsich zijn (1).

De vrouw slaagt er dus, op het vlak van 'het zeggen', niet in haar huidige toestand te transformeren (zij bezit de daartoe noodzakelijke transformatoren niet, schrijft Chabrol, p.32) en richt zich derhalve tot de maatschappij die haar 'weten' delegeert aan het blad, doe op haat beurt weer Ségal de opdracht geeft. De competentie terzake van Ségal komt tot uiting in haar bezit van een aantal operatoren die a.h.w. de doorgevoerde transformatie motiveren. Chabrol onderscheidt er bij Ségal een drietal :

1) De theorie van de etappes: om tot de disjunctie (S vs. \bar{S}) te komen, waarbij S als euforisch wordt voorgesteld, dient de vrouw een aantal etappes, meestal gepaard met proeven, af te leggen (b.v. het stereotype crisismoment na zeven jaren huwelijk; de jeugdpleziertjes waaraan na het huwelijk niet meer mag gedacht worden, doch die noodzakelijke ontwikkelingsfases zijn...). Deze theorie scheidt de mogelijkheid de waarden die nu niet meer getolereerd worden, te verwijzen naar het verleden, of mogelijkerwijze naar de toekomst.

2) De theorie van het meisje of vrouw als object. Voor Ségal is een jonge vrouw die in de sexualiteit op zichzelf is teruggeworpen, onbekwaam haar socialisatie te realiseren: zij is dan in haar zoektocht geen subject, doch alleen object: alles zal afhangen van het toeval en ze handelt tegen haar eigen belang in. Slechts in de socialisatie kan de vrouw de rol van een subject spelen. "Ce qui fait peut-être l'infériorité de la femme, c'est son incapacité à distinguer le désir de la loi. Elle confond tout 'en se donnant'; la fille pour Ségal n'arrive pas à 'parler' d'emblée par ses actes un langage social, que ce soit pour affirmer ou nier" (Chabrol, p. 36).

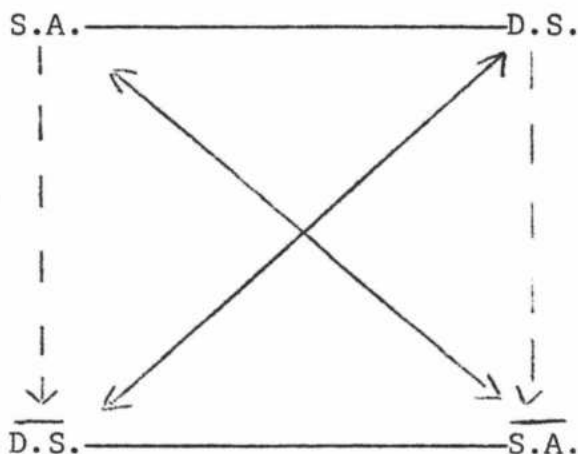
3) De theorie van het minste risico: de transgressie van de moraal brengt risico's en sancties mee (een kind, mislukte studies, gevaren voor lichamelijke en geestelijke gezondheid); de stelling van Ségal is : "dans le doute abstiens-toi".

We kunnen zeggen dat 1) een naturalisatie is van de temporele dichtomisering "voor vs. na"; 2) motiveert het feit dat de vrouw in de sexualiteit een object is, en de man (vader, later echtgenoot) het subject. Wanneer de vrouw in de sexualiteit

(1) M.a.w. Ségal zal dus steeds in haar antwoorden stellen dat Liefde en Socialisatie onmogelijk samengaan en dat men derhalve moet kiezen. De keuze van de Socialisatie (S) door de vrouw is steeds euforisch (de geïmpliceerde negatieve waarde \bar{L} wordt weggemoffeld), de keuze van de Liefde is uiteindelijk dysforisch: de geïmpliceerde negatieve waarde (\bar{S}) wordt beklemtoond.

subject wil zijn, werkt ze zichzelf tegen, slechts wanneer ze haar plaats als object kent en weet dat ze slechts in de socialisatie subject kan zijn, is ze haar eigen medewerkster;
 3) motiveert het feit dat men moet kiezen: iedere daad heeft zijn konsekwenties, nl. beloning of bestraffing.

Tot hier Chabrols analyse van de "courrier du coeur" uit 'Elle'. Vooraleer we hieraan nog enkele bedenkingen vastknopen, geven we nog een kort overzicht van de analyses van enkele interviews (met Marie Laforêt en Mylène Demongeot) en enquêtes (rond 'cover girls' en 'femmes savantes'). Het model dat Chabrol als onderliggend systeem meent te kunnen produceren is het volgende :



S.A. is de verzameling 'Sociale aanwezigheid' en bestaat uit een geheel van ekwivalente sememen als: werk (voor de vrouw) - onafhankelijkheid - overstijgen van de sexuele verschillen.

D.S. (differentiatie van de sexen): 'natuurlijke' roeping van de vrouw - normale afhankelijkheid - sexuele differentiatie.

D.S. (niet-differentiatie van de sexen): geen respect voor de roeping van de vrouw - te grote onafhankelijkheid - geen sexuele differentiatie.

S.A. (niet-sociale aanwezigheid): geen werk - kluisterende afhankelijkheid - te grote sexuele differentiatie.

Meer uitgewerkt manifesteren deze enquêtes en interviews duidelijker de proeven (met kans op succes of mislukking) die de vrouw in haar zoektocht moet afleggen en die de transformaties mogelijk maken. Opvallend ook t.o.v. de konservatieve tendens van de 'hartsrubriek' is dat de uitgevoerde transformaties ruimte laten voor transgressie of compromis: transformaties worden doorgevoerd naar : S.A. (vs. S.A.), wat een rebellerende tendens insluit; naar D.S. (vs. D.S.), d.w.z. konservatief; naar (A.S. + D.S.), d.w.z. een compromis.

3. Mogelijkheden.

We hebben Chabrol met deze summiere bespreking van zijn analyses onrecht aangedaan: zijn tekst is rijker dan datgene waartoe we ons moesten beperken en links en rechts worden er door de auteur inzichten geformuleerd die voor communicatiewetenschap en tekstwetenschap verrijkend kunnen zijn. Het grote bezwaar dat we echter in dit verband naar voren zouden willen brengen is, dat er te veel inzichten en te weinig systematisch en coherente concepten zijn. De volgende bedenkingen willen niet zozeer deze her en der verspreide inzichten systematiseren, doch veeleer op enkele punten aanduiden waar de procedure van Chabrol verder kan uitgewerkt worden.

a) Een bezwaar, geen kritiek, ligt besloten in de opmerking dat tussen de productie van de tekst (1968) en zijn mogelijkheid tot consumptie (1972), "Du sens" (1970), een verzameling artikels van Greimas, is verschenen. Alhoewel reeds werkend met de 'carré sémiologique' van Greimas/Rastier, heeft Chabrol geen gebruik meer kunnen maken van de artikels "Les jeux des contraintes sémiotiques" (Greimas/Rastier, 1968) en "Eléments d'une grammaire narrative" (Greimas, 1969), beide opgenomen in "Du Sens". Nogmaals, dit is geen verwijt aan Chabrol, doch wel aan Mouton die de tekst veel te laat op de markt heeft gebracht.

In dit verband nu zou het interessant zijn, vertrekkend van de door Greimas in "Du Sens" hernieuwde inzichten, de analyses van Chabrol coherenter en precieser uit te werken, door bv. de in de boodschappen gemanipuleerde conflicten te zien als ontstaan uit de conjunctie van het sociale systeem en het individuele systeem (cfr. de oppositie Liefde vs. Socialisatie), en de daarmee gepaard gaande mogelijkheid tot alienatie en transgressie. Een dergelijke procedure zou ook belangrijk geweest zijn voor de studie van het voor de communicatiewetenschap zo belangrijke concept van 'het waarschijnlijke'. We hebben immers gezien dat voor Chabrol de relatie tussen de sememen van éénzelfde verzameling die van de dubbele implicatie is. Het is echter duidelijk dat deze relatie (b.v. tussen a) 'mise à distance de la sexualité' en b) 'contrat légal', twee sememen die bij nader toezien behoren tot resp. het persoonlijke en het sociale systeem), geen noodzakelijke, doch wel een waarschijnlijke is: a) en b) impliceren niet noodzakelijk, doch wel waarschijnlijk elkaar. Een dergelijke benadering van het corpus leert ons niet alleen heel wat over de hiërarchie van de systemen en de opbouw van de tekst, doch confronteert tekstwetenschap en communicatiewetenschap tevens met wat we een buitentekstuele sociale logica of 'doxa' zouden willen noemen.

b) Een ander probleem dat, vertrekkend van Chabrol, zou kunnen uitgewerkt worden is de preciese functie (of, zo men wil het project) van dit soort pers in het geheel van 'de sociale realiteit'. In dit verband schrijft Chabrol (p. 12): "On doit

peut-être postuler une attente du récepteur de "mass media" qui impose des contraintes idéologiques et peut-être narratives et stylistiques aux messages de cette presse".

Veeleer dan een beroep te doen op deze nogal vage, en in elk geval binnen de semiologie niet pertinente noties van 'verwachtingen' en 'houdingen' van het publiek, zouden we in dit verband nogmaals willen wijzen op het belang van het concept van het waarschijnlijke. Chabrol zelf wijst erop dat de vraag die de lezer aan de verteller/opdrachtgever stelt, niet is 'wat moet ik doen?', doch veeleer, 'hoe mijn leven uit te spreken?'. Dit 'waarschijnlijk zeggen' (vs. een 'waarschijnlijk handelen') is o.i. recupereerbaar op het niveau van de tekstuele productie zelf: de innerlijke logica, die onder de vorm van een narratieve grammatica de geïnvesteerde inhoudswaarden constitueert en manipuleert moet, en de semiolinguïstiek bezit hiertoe de axiomatic, in dit opzicht verbonden worden met de doxa of sociale logica.

Wanneer we de mythische boodschap o.a. kunnen definiëren als een oplossing - op het niveau van de begeerte - van een contradictie, dan is de damespers mythisch te noemen. We zouden dit discoursstype met E. Morin zelfs nog verder als Bovaristisch kunnen preciseren: zoals de ongelukkige heldin van Flaubert niet het verhaal krijgt waarnaar ze vraagt, zo wordt ook de vrouw in de damespers de gevraagde oplossing onthouden. Typisch voor dit soort pers is dan ook, wat Chabrol de 'futur conditionnel' heeft genoemd: 'les événements sont en majeure partie présentés comme 'non réalisés' dans le présent, mais 'réalisables' dans le futur" (p. 128). Een andere karakteristiek is de weigering de opposant (die de vrouw tegenwerkt in haar zoektocht) te exterioriseren: de tegenwerkende krachten worden in de vrouw zelf gesitueerd, die, door haar eigen gebrek aan 'inzicht', zichzelf tegenwerkt.

Dit alles kan gezien worden op het niveau van het waarschijnlijke, de motivatie hiervan tot het noodzakelijke, wordt volgens Chabrol o.a. gekenmerkt door een uitgesproken moraliserende discours van de verteller (cfr. de reeds besproken operatoren), die het waarschijnlijke niveau a.h.w. verdubbelt (wat zou kunnen wijzen op een waarschijnlijkheidscrisis in het genre). In verband met deze motivatie bespreekt Chabrol eveneens, zij het vrij vluchtig (een gefundeerde connotatietheorie ontbreekt hier totaal) de retoriek van de hartsrubriek. Hij wijst o.a. op de quasi proverbiale structuur van de antwoorden van Ségal, waardoor dit discours type nauw verbonden lijkt te zijn met de wijze waarop de doxa haar weten pleegt te formuleren. Enkele bladzijden worden gewijd aan de manier waarop de verteller het woord richt tot de lezer: de specifieke genres zoals de brief, het interview, de commentaar worden hierbij besproken, evenals het vertellersstandpunt.

c) Tot besluit nog dit: de belangrijke plaats die de logica in de semiologische procedure toegemeten krijgt, is toch een toeval, noch een poging tot formaliseren-achteraf, doch wel ten nauwste verbonden aan het systeemenken dat de laatste jaren een aantal wetenschappen is gaan beheersen. De semiolinguïstiek, in tegenstelling met de meeste andere betekeniswetenschappen (die de menswetenschappen uiteindelijk toch zijn) heeft in dit verband resoluut de hypothetische en deductieve weg genomen en werkt zuiver discriminatoir. De wijze waarop de moderne linguïstiek het structuurbegrip uit zijn organicistische en fenomenologische entourage heeft gehaald bespreken zou ons echter te ver leiden en we kunnen in dit verband slechts verwijzen naar het hoofdstuk 'Logique et récit' (p. 105 e.v.), waarin Chabrol de moeilijkheden en mogelijkheden bespreekt die ontstaan bij een toepassing van de logica in deze discipline van de semiologie die de narratologie is.

L. VAN POECKE.

EEN NEDERLANDS MEMORANDUM OVER DE ERKENNING VAN
DE ZELFSTANDIGHEID DER COMMUNICATIEWETENSCHAP

De bindingen van de communicatiewetenschap met andere disciplines als de sociologie, de psychologie, de politologie, de pedagogie, hebben steeds het voorwerp uitgemaakt van felle discussies tussen degenen die de communicatiewetenschap als een autonome wetenschap wilden zien groeien en anderen die in hun eigen, reeds gevestigd, vakgebied de wetenschappelijke studie van de massamedia hoogstens in een of ander keuzevak willen dulden. Natuurlijk gaat het hier niet om een alleenstaand fenomeen. In alle richtingen van het wetenschappelijk onderwijs werden vroeger en worden nu nog steeds maar opnieuw onontgonnen studievelden ontdekt en bijna evenveel keren tracht een dynamisch en ambitieus academicus zich, in het kader van een of ander erkend universitair vakgebied, in dit nieuwe domein op te werken. Als het geluk een beetje aan zijn kant is kan hij na enkele jaren gaan doceren, een werkingsbudget lospeuteren, enkele assistenten laten benoemen, die dan na een tijdje eveneens gaan doceren, enz. Als het team tenslotte een zekere omvang heeft bereikt en er op de "markt" inderdaad een reële vraag schijnt te bestaan naar dit soort specialisatie, bestaat er een ernstige kans dat er binnen de gevestigde studierichting een nieuwe, min of meer autonome afdeling ontstaat. Nog later gaat de afdeling misschien op eigen benen staan en misschien, als de omstandigheden werkelijk zeer gunstig zijn, wordt er uiteindelijk een nieuw diploma geboren.

Voor een stuk is hiermee niet alleen de geschiedenis geschetst voor de communicatiewetenschap, maar van vele belangrijke wetenschappelijke studie- en onderzoeksrichtingen, en dit geldt zowel voor de exacte als voor de humane wetenschappen. Een dergelijke evolutie lijkt ons normaal en hoeft in se geen aanleiding te geven tot een afkeurende houding. Met deze ontwikkeling zijn echter vooral in kleinere landen als Nederland en België, een aantal fundamentele beleidsvragen gemoeid, die wij hier niet nader hoeven te bespreken, maar waarvan er wel enkele kunnen geciteerd worden.

Kan elke universiteit in een klein land zich dergelijke evolutie budgettair beschouwd blijven permitteren ?

Wanneer wordt de toenemende versnippering van het wetenschappelijk denken niet alleen financieel, maar ook wetenschappelijk ongezond ?

Welke vakgebieden komen eerder in aanmerking voor een post-universitaire opleiding dan wel voor een universitaire ?

Enz. enz.

Het in juni 1972 aan de "Academische Raad" voorgelegde verslag "Naar de erkenning van de zelfstandigheid der communicatiewetenschap", ontstaan uit interacademiaal overleg tussen een aantal professoren van 4 Nederlandse universiteiten (1) zal door vele beleidsverantwoordelijken tegenover deze achtergrond bekeken worden.

Zijn er voldoende redenen voorhanden om de communicatiewetenschap te laten uitgroeien tot een zelfstandig vakgebied in de sociale wetenschappen? Zijn er met name in de nabije toekomst maatschappelijke ontwikkelingen te onderkennen die deze zelfstandigheid motiveren?

Het memorandum geeft op deze vragen een duidelijk, positief antwoord. Voor elkeen die in Nederland of België iets te maken heeft met de communicatiewetenschap of met de wereld van de massamedia, is dit dus wel een belangrijk document.

In een eerste gedeelte wordt een beschrijving gegeven 1) van de ontwikkeling van de communicatiewetenschap in de vier universitaire instellingen, 2) van de relaties van deze instellingen met de mediapraktijk en de media-organisatie, en 3) van de internationale ontwikkeling op het gebied van de communicatiewetenschap (groeïende autonomie, multidisciplinaire aanpak). Bovendien wordt een prognose gemaakt van de te verwachten ontwikkeling van de communicatiewetenschap in de Nederlandse situatie en worden de factoren uitgetekend die hierin een rol zullen spelen.

In het tweede en het derde gedeelte van het memorandum worden deze gegevens getoetst aan de Nederlandse wetgeving en het door de Nederlandse regering voorbereide planningsysteem voor het post-secundaire onderwijs. In dit planning-systeem wordt met de wetenschappelijke aanspraken der communicatiewetenschap geen rekening gehouden. Het rapport dringt dan ook aan op een erkenning van de communicatiewetenschap als autonome wetenschap binnen het geheel der sociaal-culturele wetenschappen, en dit zowel in de regeringsplannen met betrekking tot het post-secundair onderwijs, als in het Academisch Statuut.

In bijlage tot het rapport wordt onder meer een overzicht gegeven van het wetenschappelijk werk op het gebied van de communicatiewetenschap aan de vier betrokken Nederlandse universiteiten, van de curricula en graden in de communicatiewetenschap aan de universiteiten van Leuven, Gent, Münster,

(1) Het Seminarium voor de leer der Communicatiemiddelen van de Universiteit van Amsterdam, de sectie Publicistiek van de Katholieke Universiteit te Nijmegen, de Afdeling Kommunikatiewetenschap van de Vrije Universiteit te Amsterdam, de Afdeling Voorlichtingskunde van de Landbouwhogeschool te Wageningen.

Mainz, Michigan State University, Annenberg School of Communications (Univ. of Pennsylvania), alsook een overzicht van de graden in de communicatiewetenschap verstrekt aan de Amerikaanse Universiteiten.

Uit de besluiten van de werkgroep lichten wij de volgende punten :

"De communicatiewetenschap neemt een zelfstandige plaats in binnen het geheel der sociale wetenschappen en verdient diensovereenkomstig algemene erkenning" en verder "Het verdient aanbeveling dat de communicatiewetenschap binnen de sociale wetenschappen over een eigen afstudeerrichting beschikt, te vermelden in het Academisch Statuut".

x

x

x

Wij willen deze bespreking niet besluiten zonder enkele persoonlijke beschouwingen :

1. De Nederlandse problemen zijn ook de onze. De programma's communicatiewetenschap van de K.U.L. en van de R.U.G. worden weliswaar impliciet geciteerd als na te volgen voorbeelden - en ze zijn o.i. ook beter en vooral vollediger dan de Nederlandse - maar insiders weten dat een algemene erkenning, zoals onze Nederlandse collega's ze vragen, ook ten onzent nog ver te zoeken is.

En ook de autonomie van onze discipline te Leuven bereikt in de Faculteit der Sociale Wetenschappen, blijft helaas het voorwerp uitmaken van heel wat controversen. Ook hier blijft het, ondanks de reeds lange traditie waarop de communicatiewetenschap bogen mag, een vechten om een stukje eigen bouwgrond.

2. In de optie voor een eigen afstudeerrichting dient uiteindelijk het belang van de student een doorslaggevende factor te zijn. Heeft de student communicatiewetenschap meer kansen in de samenleving met een diploma "communicatiewetenschap", dan wel bvb. met een diploma (toegepaste) sociologie of sociale wetenschappen ? Dit is, althans in de Belgische context, mogelijk maar niet zeker.

Hoe ook, zelfs indien men opteert voor een licentie (of een doctoraal examen) communicatiewetenschap, dan zal de algemene sociaal-wetenschappelijke bagage die men de student meegeeft op een belangrijke wijze moeten verdisconteerd blijven in het onderwijsprogramma. Zoniet werpt men blinde vakidioten op de markt die niet in staat zijn de enorme technologische ontwikkeling van onze massamedia maatschappelijk te begeleiden.

LICENTIAATSVERHANDELING

PROEVE VAN EEN ETHISCHE KODE VOOR ETHER-
REKLAME IN BELGIE (1)

Ether-reklame is een druk omstreden onderwerp. Er wordt enorm veel geld besteed om een produkt een paar sekonden op het scherm te krijgen. Allerlei organisaties bestrijden de ether-reklame omwille van zijn zg. misleidend karakter voor de koper.

We zullen in België misschien nooit met ether-reklame te maken krijgen maar de druk van het bedrijfsleven is groot. Als ether-reklame er dan toch ooit komt is een praktisch-buikbare ethische kode dringend noodzakelijk.

Om tot een proeve van een ethische kode te komen hebben we de regels voor ether-reklame van de VSA, Groot-Brittannië en Nederland met elkaar vergeleken.

Radio en - vooral - T.V. hebben een grote "impact".
"Die optisch-akustische Verflechtung in ihren mannigfaltigen Verwendungsmöglichkeiten verbunden mit der Suggestivkraft des Direktansprechens der Seher im eigenen Heim, verleiht dem Fernsehen eine Wirkungskraft wie sie selbst bei der persönlichen Aussprache nicht ohne weiteres erreicht wird" (2).

Het is dus bijna vanzelfsprekend dat de zakenwereld deze media in haar reclame-kampanjes wil inschakelen. In België bijvoorbeeld werd reeds in 1957 de NV "Dienst voor Telediffusie" gesticht met het doel de ether-reklame in België in te voeren en er de koncessie van te bekomen. Enkele van de aandeelhouders : Gevaert-Agfa, Bell ITT, Coca Cola, Liebig, Procter & Gamble, J. Walter Thompson, lintas e.a.

Uit het grote koor der anti's halen we deze stemmen :

De VERBRUIKERSUNIE oordeelt dat de verbruikers door de ether-reklame zodanig worden beïnvloed dat voor hen bepaalde goederen onontbeerlijk zouden worden zonder dat ze er werkelijk behoefte aan hebben.

-
- (1) ILSSEN Michel, Proeve van een ethische kode voor ether-reclame in België, CeCoWe, 1971-1972, 94 blz.
(Promotor Prof. dr. G. Fauconnier).
- (2) WINKLER Ernst, Die Fernsehwerbung. Eine betriebswirtschaftliche Untersuchung. Schultes & C^o, Zurich, 1963, p. 79-80.

De KOOPERATIEVE VROUWENBEWEGING vindt dat het de hoogste tijd is dat het evenwicht tussen objektieve informatie en reclame wordt hersteld. In dit verband zou o.a. moeten worden voorzien in de oprichting van een Instituut voor het Verbruik dat op objektieve en kritische wijze voorlichting moet geven over het totaal van de aangeboden goederen en diensten.

Bij het opstellen van onze kode zijn we uitgegaan van de volgende definitie van ether-reclame :

"Diejenigen Sendungen deren Ausdruck direkt und primair Mittel zu Erreichung eines bestimmten Werbezweckes ist. Die Werbung ist also der vorherrschende Zweck, dem sich alle andere Zielsetzungen unterzuordnen haben" (1).

De nadruk op het allesoverheersende reclame-karakter van een uitzending heeft zijn belang. Deze eindverhandeling heeft dus enkel de "open reclame" als voorwerp. De veelbesproken sluik-reclame is op zichzelf als een aparte eindverhandeling waard. Ook de "inherente" reclame (zoals hitparades en boekbesprekingen) en de subliminal advertising vallen buiten ons onderwerp.

Uit de literatuur citeren we volgende argumenten pro en kontra ether-reclame :

PRO : - Reclame is, in een vrije markteconomie, een motor voor economische vooruitgang

- Goede reclame is goede voorlichting voor de konsument
- Ether-reclame maakt massamedia onafhankelijker van politieke invloeden, of kan tenminste een goed tegengewicht vormen.
- België is het enige EG-land zonder ether-reclame.
- België kan de buitenlandse ether-reclame ontvangen.

KONTRA : - Ether-reclame eist een groot publiek, moet dus vergezeld gaan van programma's voor de massa, wat niet direkt een waarborg is voor het kulturele peil.

- Ether-reclameboodschappen zijn kort en kunnen dus niet rustig opgevangen worden.
- Ether-reclame werkt weinig stimulerend voor dingen die slechts na rijp beraad gekocht worden.
- Er bestaat een gevaar voor oververzadiging bij de konsument.

(1) WINKLER Ernst, o.c., p. 22.

Om de noodzaak van een ethische kode voor ether-reklame aan te tonen zijn we uitgegaan van volgende stellingen :

1) De reclame heeft een maatschappelijke verantwoordelijkheid

"De markt, weerspiegeling van de behoeften, levens- en koopgewoonten van de massa konsumenten, is bij uitstek de voedingsbodem voor de strategische, de taktische en de creatieve ontwikkeling van de reclame (1)

In de oudste reclamekode (Printers' Ink Statute van 1911) wordt al over deze verantwoordelijkheid gesproken, zij het als een soort bescherming van de reclame tegenover zichzelf. Daarbij komt dat de reklamewereld doorgaans verstandig genoeg is om in te zien dat ze alleen maar kunnen winnen bij het onderschrijven van reclamekodes. Ook de steeds grotere bewustwording van het publiek, van de konsument speelt een rol. De controle-organismen in de meeste landen zijn statutair instrumenten voor de bescherming van de verbruiker. Reclame-spots doen méér dan alleen maar zeggen dat X of Y te koop is en zo veel kost. Er zit een hele verkoopstechniek achter en zij doen hun best de verbruiker tot kopen aan te zetten.

2) Reclame is een onderdeel van het socio-ekonomisch systeem

In een maatschappij die gekenmerkt wordt door snelle ekonomische en technologische expansie, door grote sociale veranderingen en waarin konsumptie een cruciale faktor is, zijn verkoop en reclame essentiële instrumenten geworden. Reclame maakt deel uit van de grote ekonomische machine die een direkte invloed heeft op het leven van individu en gemeenschap.

a) Volgens Th. Garret (2) is suggestieve reclame fout in zichzelf en niet te verrechtvaardigen. Toenemende welvaart rechtvaardigt geen reclame die een stelsel van pseudo-waarden opbouwt. Stijgende welvaart kan, via de reclame, de konsumptie zó aanwakkeren dat ze onvoorzichtig wordt en belangrijke toekomstige behoeften uit het oog verliest (cfr. Rapport van de Klub van Rome).

b) Volgens A. Van der Meiden (3) kan men alleen spreken over ethika en reclame als reclame bekeken wordt als een cultuurfenomeen in relatie met andere uitingen van deze cultuur. Van der Meiden vindt kodes, ethisch gezien, een stukje uit voorbije tijden; maar als praktisch instrument toch wel bruik-

(1) VAN BAARLE en ZIJLSTRA, Reclame: principes en praktijk, Leiden, 1964, p. 1.

(2) GARRETT Th.M. S.J., An introduction to some ethical problems of modern american advertising, Rome, 1961.

(3) VAN DER MEIDEN A., Ethiek en Reclame. De hofnar van Koning Klant, Bilthoven, 1970.

baar. Want reclame is medeplechtig aan o.a. het proces van "Verdinglichung" waardoor de relatie van de mens tot de konsumptiegoederen een autark karakter dreigt te krijgen.

Van de kodes van de Verenigde Staten, Groot Brittannië en Nederland worden opzet en werking besproken.

In de V.S. kunnen de firma's die adverteren via radio en T.V. (en ook de programma's daarrond betalen) en de stations vrijwillig een kode onderschrijven. Verplicht is het echter allemaal niet. Het toezicht - altijd post factum - doet de "Code Authority", een afdeling van de NAB. De onderschrijvers verbinden er zich toe de kijkers een zo breed mogelijke waaier van artistiek en edukatief hoogstaande programma's te leveren.

In Engeland worden de reclame-spots gecontroleerd door de ITA, voor de uitzending. Het advies van deskundigen kan ten alle tijde worden ingewonnen. Het basisprincipe is dat alle reclame "legal, honest and truthfull" moet zijn.

De STER zorgt in Nederland voor de ether-reclame. Diezelfde stichting is ook belast met het toezicht in eerste instantie. De Reklameraad stelt de reglementen op en funktioneert als beroepsorganisme.

In hoofdstuk IV, het meest uitgebreide deel, worden de kodes van de 3 bestudeerde landen, artikel per artikel, vergeleken. Daaruit wordt een kode voor eventuele ether-reclame in België gedistilleerd.

In deze eindverhandeling is steeds gesproken over ether-reclame, maar de kode werd vooral opgesteld met het oog op reclame-TV. De financiële voordelen van reclame-radio wegen niet op tegen het feit dat de radio zou kunnen gevrijwaard blijven van het noodzakelijk kwaad van de reclame. Juridisch zijn er alleszins geen bezwaren tegen de invoering van de ether-reclame.

BESLUIT

Bij het bestuderen van de verschillende buitenlandse kodes blijkt er een vrij grote eensgezindheid te bestaan over wat in de ether-reclame geoorloofd is en wat niet. Deze proeve van een ethische kode voor België biedt volgens ons voldoende waarborgen voor de Belgische konsument, rekening gehouden met de relatief gunstige resultaten in het buitenland.

Beperkte bibliografie

- GARRET, Th. M., s.j., An introduction to some ethical problems of modern american advertising.
Gregorian University Press, Rome 1961.
- GRAHAM, A., The control of television advertising,
in : The television society journal,
vol. X, nr. 9, 1964.
- HASQUIN, R.P., Dossier: la presse belge face à la publicité TV.
Editions Labor, Brussel 1969.
- LERCHE, P., Rechtsprobleme des Werbefernsehens.
Metzner, Berlin 1965.
- VAN BAARLE en ZIJLSTRA, Reklame: principes en praktijk.
Leiden 1964.
- VAN DER MEIDEN, A., Ethiek en Reklame. De hofnar van Koning Klant.
Ambo, Bilthoven 1970.
-

STEMMEN EN FEITEN
UIT DE
INTERNATIONALE MEDIWERELD

Januari 1972 - mei 1972

Samenstelling : Wim Van der biesen.

P E R S

=====

Oudste weekblad van Heist-op-den-Berg stopt ermee.

"De Aankondiger", het oudste weekblad van Heist-op-den-Berg deelt mee dat het zijn uitgave zal stopzetten. Als redenen voert het blad aan de stijging der onkosten en het gebrek aan vakkundig personeel in de drukkerijen, en dit niettegenstaande het weekblad over een uitgebreide lezerskring beweert te beschikken en het blad zijn 89e levensjaar zou ingaan.

Bron : De Standaard,
3/1/1972.

"Het VolkswEEKblad" uit Rupelstreek verdwijnt.

Het in 1951 opgerichte en in de Rupelstreek verschijnende a-politieke weekblad "Het VolkswEEKblad" heeft van 25 december af opgehouden te bestaan.

Er waren financiële moeilijkheden gerezen en om uit het slop te geraken zou men de abonnementsprijs aanzienlijk moeten verhoogd hebben.

Ook een actie voor het opvoeren van het aantal abonnementen bleek het blad niet te kunnen redden. Hiermede verdwijnt dan het laatste nieuwsweekblad uit de Rupelstreek.

Bron : Het Laatste Nieuws,
3/1/72.

Newcomer in Krantenwereld.

De "Société Belge d'Edition et de Publicité" (Sobeledip), uitgeversmaatschappij van verschillende dagbladen, meldde dat een nieuwe Europese editie van de pers zal komen van "La Metropole", volledig zelfstandig, die als titel krijgt "Journal d'Europe".

In het hoofdartikel van het 1e nummer staat te lezen dat het gaat om "een geloofsbelijdenis in Europa, een politiek en economisch georganiseerde entiteit, die weliswaar nog niet bestaat maar reeds haar dimensie heeft gegeven aan al onze problemen".

Het blad dat er naar streeft geregeld een analyse te brengen van de informatie in een Europese optiek, verduidelijkt dat de financiële controle berust bij de N.V. Rossel, dat het afhangt noch van een vakbond, noch van een beroeps- of werkgeversvereniging, en dat het afkerig staat tegenover elk politiek, ideologisch of levensbeschouwelijk dogmatisme.

De redactionele leiding berust bij Pierre Beyer, directeur-generaal van Sobeledip. De redactie is gevestigd op nr. 21 van het Leuvenseplein te Brussel (telefoon 02-19.13.05).

Bron : Het Belang van Limburg,
18/1/72.

Hogere Prijs voor enige Belgische Zondagskrant.

"Dimanche Presse", de enige alleen op zondag verschijnende Belgische krant, heeft onder het motto "pompen of verzuipen" zijn prijs verhoogd van 8 tot 10 frank.

Dat betekent een frank per pagina met inbegrip van de hele pagina getekende moppen die het blad wekelijks publiceert. De prijs van "Dimanche Presse" was nog niet zo lang geleden al van 6 naar 8 frank gebracht.

In het blad staat woordelijk te lezen : "Dimanche-Presse" is het enige Belgische zondagsblad en het wil vrijblijven van elke invloed. Degenen die de krant steunen, zijn geen bankiers, geen politici, geen partijen, noch firma's wier opdracht het is de verbruiker te bewerken noch geheimzinnige mandatarissen van duistere machten".

Bron : Het Belang van Limburg,
7/2/72.
De Volkskrant,
9/2/72.

Nieuwe Kombinatie in de Belgische Pers : "Group Free".

Het Laatste Nieuws - Het Volk en Volksgazet, alsmede de dag- en weekbladen die tot deze uitgeverijen behoren, zullen in de toekomst hun inspanningen bundelen met het oog op de reclamewer-ving.

Daartoe hebben zij Group Free opgericht, naam die duidelijk stelt, dat zij de adverteerder de vrije keuze laten van de combinatie waarin hij zijn boodschap gepubliceerd wil zien.

Group Free zal zich steunen op het studie- en voorlichtingsbureau Dimo (dienst voor informatie en media-onderzoek) dat reeds bestaat en werkt als een neutraal organisme ten bate van de adverteerder.

De bladen Het Laatste Nieuws en Het Volk blijven daarenboven lid van de BDU (Belgische Dagblad Unie) die op nationaal vlak dezelfde doelstellingen nastreeft, terwijl Group Free zich hoofdzakelijk op Vlaams vlak beweegt. De Belgische Dagblad Unie bestaat buiten de voornoemde Vlaamse bladen ook nog uit Le Soir La Meuse - Vers l'Avenir - La Cité - La Nouvelle Gazette.

Bron : Het Laatste Nieuws,
3/2/72.

Antwerpse Kranten.

Op verzoek van de verdelers verschijnt geen namiddageditie van de Antwerpse kranten meer. De datum waarop de namiddageditie van de "Gazet van Antwerpen" werd opgeheven was 28 februari. De namiddageditie van "Volksgazet" verscheen een laatste maal op 14 februari. "Het Handelsblad" en de "Nieuwe Gazet" hebben sinds lang geen namiddageditie meer.

Bron : Het Belang van Limburg,
10/2/72.

Persbond wil overleg over steun aan opiniepers.

Het bestuur van de Algemene Belgische Persbond is van oordeel dat de overheid inderdaad tot plicht heeft zich te bekommeren om het voortbestaan van een gevarieerde gedrukte opiniepers, omdat alleen door het bestaan van die pers alle opinies dage-

lijks tot uitdrukking kunnen komen, wat het mogelijk maakt dat een minderheid, dank zij 'n vrije en niet aan de overheid gebonden informatie, eventueel een meerderheid worden kan.

Toch verzoekt de Persbond de regering overleg te plegen over de uitvoering van het in het regeerakkoord aangekondigde voornemen maatregelen te nemen om het behoud van de gedrukte opiniepers te waarborgen, met de pers en met alle partijen en organisaties die bij het vraagstuk zijn betrokken.

De Persbond zou ook graag worden geraadpleegd over ieder ontwerp van hervorming van het BRT-statuuut voor zover het betrekking heeft op de informatie of er een weerslag op heeft. Ten slotte waarschuwt de Persbond voor elke maatregel die reclame in radio of televisie mogelijk zou maken omdat dergelijke maatregel in de huidige stand van zaken gevolgen zou hebben die tegengesteld zijn aan de zorg van de regering voor het voortbestaan van een gedrukte opiniepers.

Bron : De Standaard,
19-20/2/72.

Weekblad Vrijdag verdwijnt.

De redakteurs en medewerkers van het sociaalkritische weekblad "Vrijdag" hebben op 19 februari in algemene vergadering vastgesteld dat het financieel onmogelijk is verder te gaan met de uitgave van dit blad.

In een brief aan hun lezers wijzen de kernredactie en de medewerkers van dit weekblad erop dat zij de oorspronkelijke doelstellingen van de uitgave nog steeds geldig vinden, maar dat zij daarvoor niet genoeg steun kregen van kapitaalkrachtige mensen en van adverterende bedrijfsleven. Deze doelstellingen waren : de opbouw van een socialistische maatschappij door het aanvallen van het patronaat, de vakbondsleiding, de politieke partijen en het staatsapparaat. Ook heeft het geldende distributie-systeem ("in handen van een monopolie") meegebracht dat de inkomsten van de verkoop van een blad gedurende meer dan drie maanden geblokkeerd blijven.

Verder stellen de briefschrijvers onder meer vast "dat de raad van beheer de moeilijkheden die rijzen bij het uitgeven van een blad als Vrijdag onderschat heeft, dat de kernredactie dit laattijdig heeft ingezien en op dit ogenblik niet meer de mogelijkheid heeft om een leefbaar (dit is een goedkoper) blad uit te geven".

Bron : De Standaard,
25/2/72.

Simonet : zelfstandigheid van drukpers waarborgen.

Op de jaarlijkse algemene vergadering van de Brusselse afdeling van de algemene Belgische Persbond was ook de heer Simonet, minister van Economische Zaken aanwezig.

In antwoord op de redevoering van de h. Breyne, die het probleem van de invoering van publiciteit op de beeldbuis had behandeld, verklaarde de heer Simonet, dat er ontegensprekelijk naar een middel moet worden gezocht om het zelfstandig karakter van de drukpers te waarborgen.

Voorts zei de heer Simonet : "Wij gaan meer en meer naar een eenvormige maatschappij, doch de pers heeft een openbare taak te vervullen, ook al gaat het om een blad dat in de handen is van één of meerdere drukkingsgroepen.

Het streven van een blad om zijn opbrengsten en inkomens te vermeerderen, aldus spreker, dient niet noodzakelijk te worden veroordeeld maar deze wil moet alleszins samengaan met een streven naar kwaliteit en objectiviteit in de voorlichting."

Bron : De Standaard,
Het Belang van Limburg,
28/2/72.

Moeilijkheden in Nederlandse bladen.

In Nederland zijn de redakteuren van het socialistische dagblad Het Vrije Volk in opstand gekomen tegen hun directie, omdat die zonder enig voorafgaand overleg besloten had een van de regionale edities op te heffen. Men ziet deze maatregel als een begin van de "rationalisatie" die het onvermijdelijk gevolg wordt van de opname van "Het Vrije Volk" in de liberaal-konserveratieve groep "Nederlandse Dagblad Unie". Het katholieke dagblad De Tijd sluit haar zetters in Amsterdam en zal zeventig man ontslaan. Het protestantse dagblad Trouw is opgenomen in een groepering van kristelijke bladen, waarvan wordt verwacht dat zij de progressieve signatuur van het Amsterdamse kwaliteitsblad zal aantasten.

Bron : De Nieuwe,
13/7/72.

Kommissie-Rooij in eindrapport :

Met geld uit omroepsektor Nederlandse pers redden.

Een meerderheid van de kommissie-Rooij vindt, dat de dag- en nieuwsbladen geholpen moeten worden met gelden uit de omroepsektor. Die overheveling van inkomsten zou moeten gebeuren in het kader van een overheidsbeleid ten aanzien van alle massamedia. Een en ander blijkt uit het eindrapport van de kommissie, dat het kabinet-Biesheuvel naar de Tweede Kamer heeft gestuurd.

Volgens de kommissie is de tijd "meer dan rijp" voor een totaal beleid ten aanzien van de media, nu ook de financiële moeilijkheden van de omroepen aan de orde zijn gesteld. Overheveling van inkomsten van de omroep naar de perssektor is in beginsel verantwoord, omdat de kranten in moeilijkheden zijn geraakt "mede ten gevolge van een overheidsmaatregel als de invoering van reclame in de omroep.

De kommissie Rooij werd een jaar geleden ingesteld en pleitte in juni in een tussenrapport voor de instelling van een bedrijfsfonds voor de pers. De kommissie toont zich "ernstig teleurgesteld" in het kabinet omdat het tot nog toe geen beginseluitspraak over de aktuele problematiek van de pers heeft gedaan. Premier Biesheuvel zei donderdag dat het kabinet spoedig een standpunt zal innemen.

De kommissie verwerpt met kracht het plan van minister Engels (Kultuur) om een eventueel bedrijfsfonds te spekken via een tijdelijke verhoging van de tarieven der TV-reclame. De kommissie vreest, dat een dergelijke tariefsverhoging ten koste zal gaan van de dag- en nieuwsbladen die hun advertentieomzetten toch al zien teruglopen.

De kommissie is ook niet entoesiast over het plan van de regering om het bedrijfsfonds te starten met behulp van de zestig miljoen fr. die de kranten nog uit de STER-pot (Stichting Eter Reclame) te goed hebben.

Die eenmalige uitkering plus de inkomsten uit verhoging van de STER-tarieven zou het bedrijfsfonds aan 280 tot 350 miljoen helpen in de komende drie à vier jaar. Een deel van de kommissie vindt dat bedrag te gering. De amtelijke leden van de kommissie vinden het een maximum.

De kommissie herhaalt haar pleidooi voor de spoedige instelling van een bedrijfsfonds, maar dan ruimer opgezet dan de regering voor ogen staat. De regering wil niet verder gaan dan het verlenen van kredieten aan kranten die herstrukturierungs- of reorganisatieplannen op tafel leggen, welke het behoud of

herstel van een rendabele bedrijfsvoering garanderen.

De vertegenwoordigers van de dagblad-direkteuren, de journalisten en de grafici in de commissie vinden een beperkt bedrijfsfonds beter dan niets. Maar ook zij menen dat uit het bedrijfsfonds maatregelen bekostigd moeten kunnen worden die de gehele bedrijfstak ten goede komen, en niet alleen maatregelen voor kranten die met reorganisatieplannen komen.

Het bedrijfsfonds zou gebruikt moeten worden om een klimaat te scheppen, waarin kranten kunnen bestaan zonder voortdurend verliezen te lijden. De huidige situatie is uiterst somber. In de afgelopen drie jaar zijn de inkomsten van de kranten met 950 miljoen fr. teruggelopen verhoging van de advertentietarieven en abonnementsprijzen ten spijt. De grote meerderheid van de kranten is verliesgevend geworden.

De commissie verwijt de overheid, dat zij wel zorgt voor het voortbestaan van zoveel mogelijk omroepen, maar niet voor dat van zoveel mogelijk kranten. De regering zou beneden de maat van haar algemene verantwoordelijkheid blijven, aldus de commissie, als zij de problematiek van omroepen, kranten, regionale tv en kabel-tv niet te lijf zou gaan in een totaalbeleid.

Om zo'n beleid te ontwerpen zou er een nationaal instituut voor massakommunikatie-onderzoek moeten komen meent de commissie. Zij vraagt zich ook af, of de media zelf niet samen een moderne "nieuwsinfrastructuur" moeten opbouwen, die hun alle de feitelijke basis-informatie verschaft.

De Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) heeft donderdagavond een beroep gedaan op het parlement om het kabinet duidelijk te maken, dat de kranten niet langer overgeleverd kunnen worden aan het vrije spel der economische krachten. Onderzocht zou kunnen worden, aldus de NVJ, of de huidige ondernemingsgewijze produktie van kranten vervangen kan worden door een beter systeem. De NVJ vraagt de regering ook, om gedeeltelijk verliezen te financieren, die de kranten in 1970, 1971 en dit jaar moeten boeken.

Bron : De Standaard,
1-2-3/4/72.

Nederlandse kranten duurder.

De abonnementsprijs van de Nederlandse dagbladen wordt m.i.v. 1 juli met 20 cent (3 frank) per week verhoogd. Daartoe heeft de Vereniging der Nederlandse Dagbladpers (NDP) op de in

Amsterdam gehouden jaarvergadering besloten. Deze verhoging is een bindend bestuursbesluit.

Voorts werd de nieuwe KAO voor dagbladjournalisten aanvaard. De vergadering ging in principe akkoord met een overeenkomst tussen de NOS en NDP over de publikatie in de kranten (de wijze waarop en de voorwaarden waaronder) van de gegevens van de radio- en TV-programma's in binnen- en buitenland

Bron : Het Belang van Limburg,
29/5/72.

Pompidou prijst het lezen van bladen aan.

De Franse president Pompidou heeft te Parijs tijdens een ontmoeting met de pers de vervlakkende invloed van radio en TV aan de kaak gesteld, maar de geschreven pers aangeprezen, omdat zij de mensen aanzet tot het doen van een inspanning en doet nadenken.

Over radio en TV zei hij, dat beide media gewoon bij iedereen binnendringen en van niemand enige inspanning vergen.

- De geschreven pers is een van de motoren van de mensheid, aldus Pompidou. Zij moet zich inzetten voor het verstand en de cultuur. In de mate dat de mens een inspanning zal doen om na te denken zal hij belangstelling hebben voor dagbladen. Anders zullen in de dagbladen nog slechts lokale berichten en kleine aankondigingen overblijven.

De president zei ook dat de geschreven pers haar eigen weg moet vinden tussen snelheid en precisie, en tussen het blote feit en de commentaar in.

- Zij moet in werkelijkheid haar eigen weg vinden in de kwaliteit van de commentaar, aldus de Franse president.

Pompidou deed ook een uitval tegen de audio-visuele onderwijsmethoden.

Volgens de president beletten de audio-visuele onderwijsmethoden de mens nog een inspanning te doen om nog te leren lezen en schrijven.

Bron : Het Laatste Nieuws,
6/1/72.

Franse pers krijgt overheidssteun.

De Franse regering gaat voor een bedrag van 150 miljoen frank indirecte steun verlenen aan de dagbladen, zo heeft minister van Financiën, Valery Giscard d'Estaing meegedeeld. De steun, bedoeld om de kostenstijgingen en inkomstenverminderingen van de bladen op te vangen, zal vermoedelijk verleend worden in de vorm van grote overheidssteun aan de produktie van krantepapier. In september vorig jaar werd de prijs voor krantepapier verhoogd, waarvan de helft van de verhoging door de regering werd gedragen. De Franse dagbladen klagen dat hun advertentieinkomsten danig zijn gedaald, deels door de aantrekkingskracht van de televisie voor de adverteerders. Sommige kranten hebben geweigerd van de mogelijkheid tot prijsverhoging gebruik te maken uit vrees voor daling van hun oplage.

Bron : Belang van Limburg,
6/1/72.

Verloren zonder krant.

Zesentwintig dagen lang hebben de lezers van de "Sud-Ouest" het gevoel gehad dat de tijd was blijven stilstaan. Dat blijkt nu uit een peiling, gedaan over de weerslag bij die lezers van de staking die de grootste krant in de streek van Bordeaux van 17 februari tot 16 maart belette te verschijnen.

Meer dan de helft van de lezers voelden zich gewoon verloren in die dagen en deze vervelende leegte in hun dagelijks leven konden de Parijse bladen, evenmin als de radio en de televisie vullen. Daarin konden ze niet vinden wat ze anders het eerst in "hun" blad zoeken, namelijk de verslagen over de gebeurtenissen in de eigen streek, de burgerlijke stand, artikels over plaatselijke problemen en praktische inlichtingen.

Voor een op vier lezers viel daardoor zelfs met een slag alle stof weg waarover met vrienden en kennissen kon gesproken worden.

Bron : Het Laatste Nieuws,
19/2/72.

Franse kranten slaan op.

De nationale, gewestelijke of departementsbladen, kosten sinds 1 maart meer. De prijs werd van 50 op 70 F. gebracht met uitzondering evenwel van "Le Monde" en "L'Humanité" waarvan het nummer 80 F. kost.

Bron : Het Laatste Nieuws,
26-27/2/72.

Poetskrant.

Parijs is een blad rijker geworden. Geen blad zoals de andere vermits men het in restaurants vindt onder de eetborden als servet.

Midi-Mini heet de pasgeborene, die zijn gebeurlijke lezers de programma's van de Parijse vermaakgelegenheden, radio en tv voorschotelt. Men vindt er ook een kruiswoordraadsel in, een horoscoop en de weersvoorspellingen. Voorts zijn er een aantal advertenties in te lezen.

Maurice Ian Hilleret, directeur van Midi-Mini, bestempelt zijn geesteskind als een dagblad-voorwerp. En dat klopt wel, vermits men er ook brilglazen en schoenen mee kan poetsen. De krant kan ook "gewassen" worden.

De prijs van Midi-Mini is 1 Franse Fr. of 9 Belg. fr.

Bron : Het Laatste Nieuws,
27/3/72.

"Krant van het Jaar".

De Britse krant "The Guardian" is in Groot-Brittannië tot "krant van het jaar" uitgeroepen.

In een jaar tijd steeg de oplage van de krant met 35.000 eksemplaren tot 350.000 ex. Deze stijging is groter dan die van welke Britse krant ook. Volgens de Britse minister van Binnenlandse Zaken is de succesformule van de krant ongetwijfeld het feit dat het nieuws gepresenteerd wordt vanuit een "achtergrond"-positie, in die zin, dat er veel méér gebracht wordt over alle gebeurtenissen, dan radio en televisie samen kunnen bieden.

Bron : Het Belang van Limburg,
29/1/72.

Regeringssteun aan Italiaanse pers.

Het Italiaanse parlement heeft een wetsontwerp in behandeling, waarbij de regering de noodlijdende dagbladen en tijdschriften met een bedrag van meer dan 785 miljoen frank gaat steunen.

De hulp zal bestaan uit directe financiële steun en uit tegemoetkomingen in de vorm van belastingsfaciliteiten, speciale telefoon- en telextarieven en het plaatsen van overheidsadvertenties.

De bladen die in een periode van 4 jaar onafgebroken zijn verschenen en ten minste vijf beroepsjournalisten in dienst hebben, zullen de komende veertien jaar gezamenlijk een subsidie van ruim 27 miljoen frank per jaar ontvangen.

Bron : Het Belang van Limburg,
5/1/72.

De Pers in Italië.

Uit een recent onderzoek blijkt dat in Italië geen enkel dagblad nog winst maakt. Er zijn in Italië 79 dagbladen. Deze kranten worden te koop geboden tegen 90 lire, maar kosten aan de uitgever per stuk ten minste 120 lire. De rest moet worden aangevuld door reclame-inkomsten en, zo die ontbreken, door de uitgever. Alle dagbladen hangen dan ook af van een partij, een groepering of een rijke industrieel. Elf dagbladen hangen rechtstreeks af van een partij, maar 48 dagbladen zijn eigendom van een rijk industrieel. In Bologna en Florence zijn al de dagbladen eigendom van de suikermagnaat Monti, die ook twee kranten bezit in Rome. De twee dagbladen van Sardinië zijn eigendom van de industrieel Rovelli (chemische nijverheid). Fiat is eigenaar van het voornaamste Italiaanse dagblad, La Stampa (Turijn).

Bron : De Nieuwe,
17/8/72.

Oostenrijkse pers in moeilijkheden.

De vereniging van Oostenrijkse krantenuitgevers heeft de regering om financiële steun en belastingfaciliteiten voor de pers gevraagd.

"In een paar jaar hebben acht dagbladen en 21 weekbladen de strijd om het bestaan opgegeven. Hoge drukkosten en gestegen salarissen plaatsen de pers voor grote moeilijkheden. Door het verlies aan verscheidenheid verdwijnt een flink stuk vrije meningsvorming".

Enkele dagen later besloot de Oostenrijkse regering een commissie in te stellen die de mogelijkheden moet nagaan voor het verzekeren van het voortbestaan van de Oostenrijkse dagbladen.

Van de kommissie maken de Bondskanselier, de vice-kanselier, en ministers van Financiën, Justitie en Handel deel uit.

Bron : NCR-Handelsblad,
2/2/72.
Het Belang van Limburg,
9/2/72.

Pers strenger aan banden in Portugal.

De Portugese regering publiceerde een nieuwe wet die de pers in dat land verder aan banden moet leggen en baseerde dat besluit op een parlementaire resolutie volgens welke er in het land een "subversieve toestand" heerst. De nieuwe wet heeft zowel betrekking op de interne als op de externe veiligheid van Portugal en geeft de autoriteiten de bevoegdheid vrijwel onbeperkt in te grijpen.

Onder de nieuwe wet wordt de censuur in de vorm van een groep censors afgeschaft. In plaats daarvan komt er nu een "kommissie van voorafgaande beschouwing". Vroeger hadden journalisten en hoofdredacteuren geen verdere verantwoordelijkheid wanneer een stuk de censor was gepasseerd en werden er tegen hen geen stappen ondernomen indien een gewraakt artikel door de mazen glipte. In het vervolg blijven ze echter, ook na schouwing door de nieuwe kommissie, verantwoordelijk voor hun pennevruchten en kunnen ze daarvoor veroordeeld worden tot boetes en gevangenisstraffen.

Wel is in de nieuwe perswet gestipuleerd dat de censuur alleen van kracht is als de noodtoestand heerst, maar dat is in Portugal al het geval sinds 18 november van het vorig jaar. Journalisten in Portugal reageerden zeer somber op de nieuwe wet. Een redakteur van een Lissabonse krant zei "ze halen de strop weer nauwer aan".

Bron : De Standaard,
6-7/5/72.

Krantenlezers in D.D.R.

Volgens het Oostduitse persagentschap ADN staat Oost-Duitsland aan de spits onder krantenlezende landen door een gemiddelde verkoop van 400 dagbladen per duizend inwoners, waarvan er 90 procent naar vaste abonnees gaan.

De kranten "Neues Deutschland", "Junge Welt" en nog een paar andere belangrijke plaatselijke bladen zagen hun oplagen de jongste jaren steeds stijgen. Dit geldt tevens voor een aantal weekbladen zoals "Wochenpost" en "Für Dich", een vrouwenblad. De dienst voor verspreiding van dagbladen en tijdschriften, die sinds 1955 door de posterijen wordt beheerd, verkocht vorig jaar 2,7 miljard binnen- en buitenlandse publikaties of 800 miljoen meer dan in 1955. Deze dienst verdeelt ook meer dan 4.663 verschillende tijdschriften en kranten in vreemde talen.

Bron : Het Belang van Limburg,
3/5/72.

"Madrid" verschijnt niet meer.

"Madrid", het liberale Spaanse avondblad, waaraan sinds 26 november van vorig jaar op regeringsbevel een verschijningsverbod opgelegd werd, zal definitief ophouden te verschijnen.

Bron : Het Belang van Limburg,
29/3/72.

Lening van Deense Vakbonden aan Sociaal-Demokratische pers.

Het verbond van Deense arbeidersvakbonden heeft besloten een lening van 30 miljoen kronen (ongeveer 198 miljoen B.fr.) toe te staan aan de naamloze vennootschap "De sociaal-demokratische pers in Denemarken" om 6 sociaal-demokratische dagbladen te redden die met financiële moeilijkheden kampen. Zonder die buitengewone lening waren de bewuste kranten gedoemd te verdwijnen.

Het verbond stelde een commissie van 5 leden aan die zal nagaan hoe de naamloze vennootschap opnieuw renderend kan worden gemaakt.

Bron : Het Belang van Limburg,
14/3/72.

Pravda 60 jaar.

De "Pravda", het orgaan van de Sovjetrussische partij viert zijn 60-jarig bestaan.

De eerste uitgave verscheen op 5 mei 1912 in een oplage van 40.000 exemplaren. Het blad is inmiddels gegroeid tot een oplage van 9,6 miljoen.

De dagelijkse oplage van de kranten die door de "Pravda" worden uitgegeven, bedraagt circa 20 miljoen exemplaren.

De "Pravda" publiceert ook een aantal tijdschriften met een gezamenlijke oplage van 54 miljoen.

De "Pravda"-groep, een van de grootste krantenbedrijven in de wereld, heeft bijna 10.000 werknemers.

Bron : Het Belang van Limburg,
4/5/72
16/5/72.

"New York Daily Mirror" verdwijnt.

De "New York Daily Mirror" heeft dinsdagavond definitief opgehouden te verschijnen. De Amerikaanse krant was voor 14 maanden opnieuw verschenen na een onderbreking van verscheidene jaren.

De directie heeft verklaard dat zij de sluiting betreurt maar dat zij ertoe verplicht is wegens het gebrek aan fondsen en wegens distributiemoeilijkheden.

New York heeft thans nog drie kranten, de "Times", de "Daily News" als ochtendbladen en de "Post" als avondblad.

Bron : Het Belang van Limburg,
1/3/72.

Wie leest wat ?

De "Times" uit Londen is het meest gelezen dagblad bij de Europese elite waarvan de namen voorkomen in de internationale "WHO's WHO". Dat blijkt uit een enquête die verricht werd voor rekening van de "Times".

Zeshonderdnegentig politieke personaliteiten, waaronder staats-
hoofden en regeringsleiders en zakenlui, die 38 % van de onder-
vraagde personen vertegenwoordigen, hebben op de gestelde vragen
geantwoord.

De "Times" wordt door 79 % regelmatig of bij gelegenheid gelezen.
Daarna volgt "Le Monde", de "Financial Times" en de "Figaro".

Voor de weekbladen komt de "Economist" op de eerste plaats met
72 % van de ondervraagde personen, gevolgd door "Time Magazine",
"Newsweek" en de "Sunday Times".

Uit de door de ondervraagde personen verstrekte antwoorden
blijkt dat de "Times" beschouwd wordt als de beste bron voor
commentaren op de Britse aangelegenheden; "Le Monde" is volgens
de ondervraagden de beste krant voor Franse aangelegenheden, de
"Neue Zürcher Zeitung" voor de aangelegenheden van de Europese
vrijhandelszone en de "New-York Herald Tribune" voor die van
de Verenigde Staten.

Bron : Het Belang van Limburg,
10/1/72.

Dagbladen:

In 1969 verschenen in heel de wereld 7.680 dagbladen. Dat waren
er ongeveer 300 meer dan 10 jaar tevoren. In dezelfde periode
steeg hun oplage van 275 tot 365 miljoen (in dat decennium
steeg de wereldbevolking met ongeveer 500 miljoen zielen).
Volgens de nieuwste statistische gegevens van het Unesco-jaar-
boek betekent dit dat in 1959 1.000 mensen 122 krantenexemplaren
zouden lezen en dat het er in 1969 130 waren.

Het best voorzien van kranten blijft Oost-Azië (vooral Japan)
met 341 nummers per 1.000 mensen, de Sovjet-Unie met 321, N.-
Amerika met 299, Oceanië met 296, Europa met 259.

De produktie is vooral zeer laag in Latijns-Amerika, n.l. 65
exemplaren, en buitengewoon slecht is de toestand in Zuid-Azië
en Afrika waar zich 1.000 personen 11 tot 16 kranten moeten
verdelen. Zweden blijft het land met het aanzienlijkst aantal
dagbladlezers. Daar kunnen 1.000 personen over 528 exemplaren
beschikken. Daarop volgen Groot-Brittannië met 460 en de DDR
met 450 exemplaren. In de Duitse Bondsrepubliek worden per
1.000 personen 331 nummers aangeboden.

Bron : Het Belang van Limburg,
29/3/72
De Tijd,
22/4/72.

Informatie.

Volgens het jaarverslag van het Internationaal Pers Instituut te Zürich kan men in het Westen niet meer gewagen van persvrijheid. Deze vrijheid "waarop het Westen zo prat gaat", aldus het instituut, is bezig met geheel te verdwijnen. Er is de economische druk, de druk van de grote adverteerders, de intimidatie van journalisten, de pressie om bronnen te onthullen en een algemene vermindering van belangstelling voor kranten die onvoldoende inschikkelijk zijn. De overheid en de grote economische concentraties hebben de macht en de magie ontdekt van de gerichte informatie. De pers is in de strijd om het bestaan "vertrikt geraakt in een net van afhankelijkheid en dienstbaarheid", waardoor de grenzen van de persvrijheid verplaatst werden. Er is nog nauwelijks in het Westen sprake van een pers die vrij zou zijn van iedere invloed van buitenaf en dit gebrek heeft direkt gevolgen voor de democratie. Het Persinstituut vervolgt: "De uitgevers, die onder grote druk staan om hun publikaties in stand te houden, kunnen slechts in berusting toezien". De pers is verplicht steeds grotere eenheden te vormen (fusies) om leefbaar te blijven.

Een en ander begint de laatste tijd ook door te dringen tot de verbruiker van nieuwsbladen. Althans is uit een opiniepeiling van de EEG gebleken dat de bevolking van West-Europa niet zo erg tevreden is over de wijze waarop zij wordt voorgelicht. De meerderheid zelf der ondervraagden achtte zich onvoldoende geïnformeerd. Zeer in het bijzonder waren de ondervraagden, blijkens de gepubliceerde cijfers, ontevreden over de economische informatie die zij ontvingen, en die zij geheel ontoereikend of onbetrouwbaar vonden. Ongeveer zestig procent der ondervraagden was van oordeel dat de informatie over Europese vraagstukken onvoldoende was. Een en ander gold zowel voor de geschreven pers als voor radio en televisie die, in tegenstelling wellicht met wat sommigen zouden verwachten, niet beter blijken te informeren dan de geschreven pers.

Bron : De Nieuwe,
14/1/72.

Persprijzen.

1.

De persprijs van de Vlaamse Journalistenklub over het jaar 1971 werd toegekend aan de H. Willy François (De Standaard) en Jos Ombléts (Het Laatste Nieuws) die de prijs voor de geschreven pers delen, en de heer Piet van Roe voor de radio-pers.

Bron : Het Belang van Limburg,
8/3/72.

2. "Volkskrant" won prijs voor journalistiek.

De prijs voor dagbladjournalistiek 1972 van de Vereniging der Nederlandse Dagbladpers werd toegekend aan de financiële redactie van "De Volkskrant" voor haar feitelijke berichtgeving, beschouwingen en commentaren over de dollarkrisis in 1971. De prijs, een penning van 2.500 gulden, werd uitgereikt aan de zes journalisten, die samen bij De Volkskrant de financiële redactie vormen.

Bron : De Standaard,
29/5/72.

New York Times bekroond.

Pulitzerprijs voor onthulling Pentagon-dokumenten.

De Amerikaanse krant "New York Times" heeft de Pulitzerprijs 1972 voor verdiensten jegens de maatschappij gekregen in verband met de publikatie vorig jaar van de zogenaamde "Pentagon-dokumenten", een geheime studie van het ministerie van Defensie over de rol van de VS in de Indochinese oorlog. Ook de Amerikaanse journalist, rubriekschrijver en "onthuller nr 1" Jack Anderson kreeg een Pulitzerprijs voor zijn openbaar maken van de Amerikaanse beleidsvormende besluiten tijdens de oorlog van vorig jaar tussen India en Pakistan.

Bron : Het Belang van Limburg,
3/5/72.

O M R O E P
=====

Etherreklame.

In 1971 bedroeg de opbrengst van reclame via televisie en radio in Nederland ruim 100 miljoen gulden d.i. 1,4 miljard B.fr. Daarvan is globaal 90 procent afkomstig uit de tv- en 10 procent uit de radioreklame.

De opbrengst van de Nederlandse etherreklame in 1971 overtreft met 10 miljoen gulden deze van 1970.

In 1971 werd voor ongeveer 700 produkten van 375 adverteerders tv-reklame uitgezonden, in 1970 voor 816 produkten van 440 adverteerders.

Bron : Belang van Limburg,
4/1/72.

Nederlandse Omroep in financiële slop.

De Nederlandse omroep zit in het financiële slop. De enige hoop ligt bij de Tweede Kamer, die in 1972 het reeds vroeger aangekondigde wetsontwerp op de omroepbijdragen zal voorgelegd krijgen. Wordt het goedgekeurd dan zal de omroepbijdrage wellicht vastgesteld worden op 100 in plaats van 75 gulden (1.400 fr. tegen 1.050 fr.) in het jaar. Maar in de praktijk betekent dat toch dat het tekort op de begroting voor dit jaar, dat ongeveer 45 miljoen gulden bedraagt, onmogelijk te dekken is. Er zal dus uit de reservemiddelen moeten geput worden om vele problemen in verband met de nijpende financiële toestanden op te lossen.

Verder overwegen de omroepen en de NOS enkele andere maatregelen, zoals het uitbreiden van de maximum zendtijd op televisie met acht uur per week, het aanpassen van Hilversum III aan de populaire smaak, na de ratificatie van het verdrag van Straatsburg waardoor een einde zal komen aan de uitzendingen van de piratenzenders, het tegengaan van nieuwe snipperomroepjes.

Bron : Het Laatste Nieuws,
17/1/72.

Nederlandse adviescommissie wil geen reclame in gewestelijke TV.

Invoering van reclame in gewestelijke en plaatselijke kabeltelevisie- en draadomroepprogramma's moet verboden worden. Het winstmotief zou ook bij deze T.V.-systemen volledig moeten worden uitgesloten.

Tot dit belangrijk advies kwam de Nederlandse commissie, samengesteld uit de bestuursleden van de N.O.S., die tot doel heeft de vraagstukken in verband met de kabeltelevisie te bestuderen.

De commissie was verder van oordeel dat als de Nederlandse regering de weg zou openen voor kabel-T.V., de N.O.S. de aangewezen omroepvereniging is om de programma's te verzorgen.

De commissie gaf eveneens een negatief advies in verband met het onderbreken van de binnenlandse programma's voor plaatselijke en gewestelijke kabeltelevisie-uitzendingen.

Bron : Het Laatste Nieuws,
3/2/72.

Britse televisie.

Vanaf april zal men in Engeland 24 uur op 24 naar de televisie kunnen kijken en wel dank zij een besluit van de regering, waardoor het onafhankelijke tweede net ITV gemachtigd wordt, dag en nacht uit te zenden.

BBC 1 blijft bij zijn 53 uur per week TV-programmatie, en BBC-2 zal niet meer dan 32 uur blijven uitzenden per week - althans voorlopig.

Bron : Het Belang van Limburg,
10/2/72.

Driedimensionale T.V. in Engeland.

Chirurgen, deskundigen op het gebied elektronica, ingenieurs en ontwerpers, allen van de Britse "Microsurgical Instruments Research Association", hebben gezamenlijk een drie-dimensionaal T.V.-systeem ontwikkeld, te gebruiken als hulpmiddel bij operaties.

Het systeem is zeer eenvoudig. De kamera van het "Mirasysteem" heeft twee ogen. De twee beelden worden met eenvoudige, gepolariseerde lenzen bekeken en dat geeft een dieptebeeld.

Het systeem werkt als een mikroskoop. De beelden kunnen worden vergroot tot een groot driedimensioneel beeld. Mira ziet heil in toepassing op edukatief gebied. Maar het systeem heeft niet alleen waarde voor de studenten, maar ook voor de chirurg zelf, bijv. als tijdens een operatie weefselhechtingen moet worden gemaakt. Ook op niet-medisch terrein kan deze kamera van nut zijn : controle van apparatuur, die radio-aktief materiaal behandelt, als T.V.-beveiliging voor moeilijk toegankelijke delen van een fabriek.

Bron : Het Belang van Limburg,
9/3/72.
De Tijd,
10/3/72.

Oostenrijkse kanselier wil TV-net overmaken aan coöperatie van dagbladen.

De Oostenrijkse kanselier Bruno Kreisky heeft voorgesteld een van de twee netten van de Oostenrijkse staatstelevisie over te laten aan een coöperatie van dagbladen. De opbrengsten van dit net zouden dan dienen om bladen te steunen die in moeilijkheden verkeren.

Kreisky heeft een en ander voorgesteld op een congres van de Oostenrijkse socialistische partij.

De Oostenrijkse TV (OeRF) is een staatsorganisme dat onafhankelijk is van de politieke partijen en de regering.

De dagbladdirecteurs die vooraf niet op de hoogte waren van Kreisky's voorstellen zijn erg verwonderd. Zij hebben onmiddellijk een vergadering belegd van hun beroepsvereniging om de voorstellen van de kanselier te bestuderen.

Bron : Het Laatste Nieuws,
27/4/72.

Achteruitgang van Omroep in V.S.A.

1971 is een slecht jaar geweest voor de Amerikaanse radio- en TV-maatschappijen, aldus een verslag van de federale kommissie van verkeerswezen. De radio boekte 7,9 % minder winst, terwijl de TV een achteruitgang van 18 % noteerde.

Bron : Het Belang van Limburg,
8/1/72.

Anti-Amerikaanse TV.

Van alle Westeuropese televisiezenders is de Zweedse het meest anti-Amerikaans; op de tweede plaats prijkt de Nederlandse.

Dat meent Merill Panitt te kunnen zeggen na een verblijf in West-Europa waar hij de televisieprogramma's bestudeerde.

Panitt is hoofdredacteur van "TV-Guide", het meest gelezen, onafhankelijke televisieprogrammablad in de Verenigde Staten. Die anti-Amerikaanse gezindheid verklaart hij door het feit, dat de meeste tv-verslaggevers erg jong zijn.

Bron : Het Laatste Nieuws,
18/1/72.

Luisteren en kijken.

In tien jaar tijd is het aantal radiotoestellen in de wereld bijna verdubbeld. In 1959 waren er 358 miljoen en in 1969 - het laatste jaar waarover statistieken beschikbaar zijn - 653 miljoen.

Koplopers zijn de Verenigde Staten en Canada, waar iedere inwoner gemiddeld meer dan een toestel bezit. Om precies te zijn, men telde daar 1.339 toestellen per duizend inwoners. Ver daarna volgen de Sovjet-Unie met 375 toestellen per duizend inwoners, Europa (280), Oost-Azië (192), Oceanië (190), Latijns Amerika (167), Afrika (45) en Zuid-Azië (33).

Met de 251 miljoen televisietoestellen liggen de verhoudingen wel enigszins anders. De Verenigde Staten en Canada prijken weliswaar nog steeds op de eerste plaats met 397 toestellen per duizend inwoners, maar op de tweede plaats komt Europa met

188. Daarna volgen Oceanië (175), Oost-Azië (138), de Sovjet-Unie (128), Latijns Amerika (54), Afrika (3,2) en Zuid-Azië (2,3).

Bron : Het Laatste Nieuws,
5-6/2/72.

Slaapwekkend.

De kijkcijfers voor politieke tv-uitzendingen behoren in Nederland tot laagste van alle programma's en de waarderingscijfers liegen er ook niet om.

In de loop der jaren heeft men voor de politieke uitzendingen alle denkbare middelen beproefd: vraaggesprekken op straat, gefilmd huisbezoek, discussies, fragmenten van Kamervergaderingen, reportages, het inhaken bij actuele gebeurtenissen, bij voorkeur tijdens de rust van voetbalwedstrijden. Maar, aldus het Nederlandse dagblad "Het Parool", niets heeft geholpen, ondanks de betaalde en onbetaalde hulptroepen, die de partijen bijstaan om er iets van te maken.

Waarom het hem ligt ? Misschien aan het "politieke dier" zelf. "Het kent de eerste zin van zijn toespraak uit het hoofd. Om de volgende zinnen op te rapen van een papier buiten beeld knikt hij telkens even voorover. De meer behendigen slagen erin zo'n zin met licht geloken ogen op te pikken".

Misschien is het ook "omdat de uitzendingen bij de kijker verdacht zijn door de in eigenaard verankerde eenzijdigheid" of nog "omdat er aan het slot altijd weer die adressen en telefoonnummers voor nadere inlichtingen op het scherm komen, waarom geen sterveling verlegen zit"...

Bron : Het Laatste Nieuws,
10/3/72.

T.V.-geweld - I.

Geweld op het televisiescherm roept bij kinderen verborgen agressie-eigeningen op. Tot dit besluit zijn twaalf Amerikaanse geleerden gekomen na een onderzoek van 30 maanden, waarvan de uitslagen nu aan de minister van Volksgezondheid zijn voorgelegd.

Hoewel de resultaten nog niet definitief zijn, zeggen de geleerden toch over voldoende bewijzen te beschikken van het

verband tussen geweld op het scherm en het agressief gedrag van kinderen.

Veel hangt volgens hen af van de ouders bij een uitzending met geweld, omdat zij hun kinderen dan kunnen verduidelijken, dat het om verbeelding of werkelijkheid gaat.

Volgens het onderzoek is tussen 1967 en 1969 het aantal geweldscènes op de Amerikaanse televisie onveranderd gebleven, namelijk... acht per uur.

Sterk toegenomen is het geweld in de tekenfilms. In deze bij kinderen bijzonder geliefde prenten komt nu meer geweld voor dan in welk ander televisieprogramma.

Bron : Het Laatste Nieuws,
20/1/72.

T.V.-geweld - II.

De voorzitters van de drie grote Amerikaanse televisieketens - de N.B.C., de C.B.S. en de A.B.C. - kondigden hun inzicht aan om de geweldscènes die de geest van de jonge televisiekijkers kunnen prikkelen uit de kinderprogramma's te weren.

Enkele dagen geleden had een eminent psychiater voor de senaatskommissie, die belast was met het onderzoek over het geweld op de televisie, beweerd dat er inderdaad een causaal verband bestaat tussen de geweldscènes die men op het kleine scherm vertoont, en de agressieve houding van talrijke kinderen. Elton Rule, de voorzitter van de A.B.C.-keten, kondigde de ogenblikkelijke afschaffing aan van een kinderprogramma en zijn vervanging door een ander programma waarin de conflicten niet door geweld, maar door intelligentie en verbeelding worden opgelost.

Julian Goodman, de voorzitter van de N.B.C.-televisieketen, herinnerde eraan dat hij sedert 1961 reeds 139 van de 317 films had geweigerd, die werden voorgesteld voor uitzending op het kleine scherm, en dit omdat ze niet overeenkwamen met de geestgesteldheid van een kind.

Bron : Het Belang van Limburg,
27/3/72.

F I L M
=====

Prijzen 1971.

I. Prijs T.V.-kritiek en Klokke Roeland-Radioprijs

Door de Belgische Vereniging voor Radio- en TV-kritici werden de jaarlijkse prijzen toegekend. De prijs van de TV-kritiek ging naar Jef Cassiers, regisseur in de amusementsafdeling van de Vlaamse Televisie. De motivering: "...voor zijn konstante poging om door een vindingrijke regie een artistiek peil in de amusementsprogramma's te bereiken".

De klokke Roeland-prijs (radio) werd toegekend aan Sportmagazine "voor de kritische en nuchtere aanpak van deze programma's in de gekommercialiseerde wereld van de sport van vandaag".

Een speciale vermelding werd gegeven aan het inmiddels verdwenen radioprogramma "Dagboek", van Jan Geysen.

Bron : De Standaard,
Het Belang van Limburg,
8/1/72.

II. Oscar Radio en T.V.

Na urenlange besprekingen werden de Oscars voor het beste radio- en televisieprogramma bij de B.R.T. toegekend. In de radio werd het programma "Brussel bij gaslicht" verwezenlijkt door omroep Brabant, als het beste in 1971 beschouwd. Voor de televisie ging de Oscar naar "Wachtwoord", de kwis gepresenteerd door Nand Baert.

Bron : Het Laatste Nieuws,
15-16/1/72.

Prijzen :

- Unie der Filmkritiek

Na acht stemronden hebben de leden van de Unie der filmkritiek hun 18de grote prijs toegekend aan "De konformist" van de Italiaanse kineast Bernardo Bertolucci. Die film behaalde in

de eindronde vierentwintig stemmen terwijl nog elf stemmen naar Milos Formans "Taking off" gingen.

Met deze prijs wil de Unie van Filmkritiek niet zozeer de beste film van het jaar bekronen, maar wel een aanmoediging zijn voor de film die ondanks zijn verdiensten niet steeds het sukses heeft gekend dat hem toekomt.

Bron : De Standaard,
Het Belang van Limburg,
10/1/72.

- Prijs Delluc

De Belgische cineast André Delvaux kreeg te Parijs de "Prijs Delluc" 1972 voor zijn jongste film "Rendez-vous te Bray".

Bron : Het Belang van Limburg,
15/1/72.

- Oberhausen

De Belgische film "De dood van een sandwichman", is op de Westduitse Dagen van de Korte Film in Oberhausen door de evangelische jury "Inter Church Film Center" (Interfilm) onderscheiden met een "aanbeveling".

"De dood van een sandwichman", een film van Guido Henderickx en Robbe De Hert (produktie Fugitive Cinema, Antwerpen), kreeg als enige ingezonden film uit België een eervolle vermelding. De film handelt over de uitbuiting in de moderne sport in het algemeen en de tragische dood van Jempie Monséré in het bijzonder.

- Cannes

Op het filmfestival van Cannes 1972 ging in de reeks van de kortfilm een speciale prijs naar de Belg Raoul Servais voor zijn tekenfilm "Operatie X-70".

Bron : Het Belang van Limburg,
20/5/72.

Filmregisseur Wesley Ruggles overleden

Wesley Ruggles, die in de jaren dertig als filmregisseur in Hollywood op de voorgrond is getreden, is op 82-jarige leeftijd aan een beroerte bezweken.

Zijn film "Cimarron" kreeg in 1931 een onderscheiding. Andere bekende films van hem zijn "I'm no Angel" met Mae West in de hoofdrol en "Somewhere I'im find you".

Bron : Belang van Limburg,
10/1/72.

Walter Lang overleden

Walter Lang, die meer dan 50 films regisseerde (ondermeer : "The King and I" en "Call me Madam"), is maandag in de ouderdom van 75 jaar in het Desertziekenhuis te Palm Springs overleden.

Lang werd geboren in Memphis in Tennessee en diende in de eerste wereldoorlog in Frankrijk. In 1927 ging hij naar Hollywood.

Andere films van Lang waren "Cheaper by the Dozen", "There's no Business like Show Business", "Moon over Miami", "Tin Pan Alley" en "State Fair".

Bron : Het Belang van Limburg,
9/2/72.

Bioskoopbezoek

In 1971 hebben 174.852.000 Fransen de bioskoop bezocht. Dit is 5 % minder dan in 1970. In dat jaar was het bioskoopbezoek in Frankrijk gevoelig gestegen, vergeleken bij 1969. Het was 12 jaar geleden dat een stijging van het bioskoopbezoek werd vastgesteld.

Bron : Het Belang van Limburg,
26/2/72.

Koninklijke Cinemateek van België.

1. Nieuwe filmprijs

De Cinemateek wil einde 1973 een nieuwe wedstrijd voor de experimentele film organiseren. Zij heeft besloten een jaarlijkse prijs met een bedrag van 10.000 fr. uit te loven.

De prijs wordt "L'âge d'or" genoemd, naar Bunuels gelijknamige film, en zal worden toegekend aan de beste film die te Brussel wordt vertoond en die, analoog met het werk van Bunuel, poëtische en revolutionaire kenmerken in zich verenigt.

2. Overzicht actualiteiten

In 1971 werd de Cinemateek verrijkt met vijfhonderd films. De Cinemateek heeft de lokalen die haar door het Paleis voor Schone Kunsten werden ter beschikking gesteld volledig ingericht en heeft het dertiende deel van het Jaarboek van de Belgische Film gepubliceerd met de steun van het ministerie van Economische Zaken. Voorts heeft zij de programma's en de dokumentatie opgesteld van het Filmmuseum en heeft zij in samenwerking met de twee ministeries van Cultuur de organisatie uitgewerkt van een retrospectieve van de Belgische documentaire film, die plaats had tijdens het festival van Venetië.

Jammer genoeg diende de dokumentatiedienst van de Cinemateek bij gebrek aan de nodige kredieten te worden gesloten. Ook het klasement in de fototeek en van de dagbladknipsels in de mikrofilmdienst werd aan zijn lot overgelaten.

De inrichting van een vrije opslagplaats voor films met de goedkeuring van het ministerie van Landsverdediging in de Citadel van Namen, diende te worden onderbroken en uitgesteld tot 1972.

Bron : De Standaard,
27-28/5/72.

R E C L A M E
=====

Postzegels en Reclame

In de VS wordt wellicht een serie postzegels op de markt gebracht met afbeeldingen van advertenties van ondernemingen. Een bedrijf in Cincinnati heeft dit plan gelanceerd om mede hiermee het tekort van de Amerikaanse PTT te bestrijden. Ook een regeringscommissie die postzegels bekijkt en/of ontwerpt houdt zich met de suggestie bezig. Een beslissing is nog niet genomen.

Bron : NRC-Handelsblad,
22/1/72.

Reclame

In 1971 werd in Nederland ruim 447 miljoen gulden besteed aan reclame voor merkartikelen en -diensten. Zestien miljoen gulden meer dan in 1970, becijferde het Bureau voor Budgetten Controle. Wie waren nu de beste adverteerders of m.a.w. welke producten moesten er bij het publiek worden ingehamerd ?

Een overzicht van reclame-besteding per produktgroep laat zien wat al werd verwacht: aan de dingen waar we het minst om zitten te springen, wordt het meeste geld besteed om ons te doen geloven dat we ze het hardst nodig hebben.

	1970 in min.	meer dan '70 in min.
1 Cosmetica	33,4	(+ 1)
2 Wasmiddelen	28,2	(+5,4)
3 Vervoermiddelen	24	(+2,5)
4 Bovenkleding	23,1	vrijwel gelijk
5 Waren-verzendhuizen	21,2	(+ 2)
6 Grootwinkellevensmiddelen	20,8	(+1,6)
7 Tabaksprod.	18,3	(+0,5)
8 Banken	17,1	(-1,2)
9 Alcoholische dranken	15,7	(+3,5)
10 Collect. camp.	15,7	(+0,5)
11 Alc.vrije dranken	12,1	(+1,6)
12 Reizen	12,1	(+0,5)
13 Geneesmiddelen	11	(+ 1)

14 Koffie, thee, cacao	9,1	vrijwel gelijk
15 Suikerwerk	7,9	(-0,5)
16 Soepen en smaakstoffen	7,1	(+1,7)
17 Woninginrichting	6,6	(-1,3)
18 Poets- en reinigingsmiddelen	5,6	(-1,5)
19 Radio, tv etc.....	5,5	(-0,5)
20 Tricot en lingerie	4,4	(-0,7)
21 Fotografie	3,8	(+ 1)
22 Dierenvoedsel	3,2	(+0,5)

Maar "NODIG" is een moeilijk, in betekenis gedevalueerd begrip. Daarom komt het ook zo veel voor in reclameboodschappen. We weten nauwelijks zelf meer wat we nodig hebben. Als we de producten uit bovenstaand overzicht (met uitzondering van de no. 5, 6, 8 en 10) toetsen aan het begrip "nodig" zoals dat in het woordenboek wordt omschreven als "wat niet gemist kan worden", dan blijft er weinig "nodigs" over.

Dat is ook logisch, want voor dingen die werkelijk nodig zijn, hoeft geen reclame te worden gemaakt (bijv. Gebruik Leidingwater !).

Bron : NRC-Handelsblad,
6/5/72.

Paus : reclame kan de mens dienen maar ook verlagen

"De reclame kan de mens veel diensten bewijzen maar hem ook verlagen", aldus paus Paulus VI in een toespraak tot de leden van de grote Europese publiciteitsorganen die te Rome in kongres samen zijn. De paus wees op "het toenemend belang van de reclame en het feit dat de informatiepers, die onafhankelijk wil blijven en subsidies van staat en partijen weigert, steeds meer genoodzaakt is plaats in te ruimen voor de reclame.

Deze situatie, vervolgde de paus, moet realistisch worden overwogen: noch de grond van het probleem, noch de wijze waarop de publiciteit wordt gevoerd, mogen aan een morele beoordeling ontsnappen. Het is duidelijk, zei hij, dat de publiciteit de verkoop van producten of de vraag naar diensten bevordert en hierdoor in hoge mate bijdraagt voor de verhoging van de levensstandaard.

Maar, voegde hij eraan toe, zelfs als men een goede zaak wil propageren, moeten een aantal vragen gesteld worden: wordt de keuze en de beoordelingsvrijheid geëerbiedigd of worden integendeel bedrieglijke argumenten gebruikt? Is de reclameverpakking in overeenstemming met de goede zeden en met de edele zin van het leven, of staat zij in dienst van een verkwistende en verderfelijke genotzucht?

Daarnaast rijzen nog fundamenteler vragen: hebben de aanbevolen goederen werkelijk enige waarde of nut? Wordt door de reclame niet vaak een overdreven aantrekkingskracht uitgeoefend voor het overtollige, het kunstmatige, het immorele, ten nadele van hetgeen noodzakelijk en eerlijk is?

Met één woord, besloot de paus, in de sektor reclame is misschien meer dan om het even waar, een grote moed vereist. Men moet technische bevoegdheid, gericht op doelmatigheid, kunnen paren aan de zorg om zowel enkelingen als de maatschappij te dienen. De waardigheid van de pers zelf staat hierbij op het spel.

Bron : De Standaard,
17/5/72.

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

Massa-communicatie - Een vierde werkterrein van de Unesco

Aan het eind van de jaren '70 zal het mogelijk zijn dat via telecommunicatie een wereldwijd en onmiddellijk contact kan plaatsvinden per radio, televisie, telefoon, telex en telegraaf. De Unesco organiseert opleidingen voor journalisten, drukkers e.d. ter verbreiding van het geschreven woord. Zij heeft regelingen getroffen voor een soepele gang van zaken in verband met het copyright en voor de in- en uitvoer van boeken. Momenteel wordt 70 procent van de wereldbevolking niet of nauwelijks ingelicht over wat er in hun land en in de wereld gaande is. De Unesco waakt over het "vrije woord" en organiseert onderlinge bezoeken van mensen uit verschillende landen.

Dit overzicht van werkzaamheden is verre van volledig, maar het geeft toch een indruk. Vele activiteiten worden gezamenlijk ontplooid met andere Gespecialiseerde Organisaties van de VN, zoals de FAO (Voedsel- en Landbouworganisatie), de ILO (Internationale Arbeidsorganisatie), en met de UNICEF (Kinderfonds van de VN).

Al konden de idealen van de oprichters nog maar tot op zekere hoogte worden verwezenlijkt, toch is de Unesco erin geslaagd een klimaat te scheppen, waarin 126 landen, ondanks politieke tegenstellingen, op velerlei gebied zijn gaan samenwerken.

Publicatie Stichting Synthesis
Jan.-Febr. 1972.

Uitgevers in Stichting Moderne Media

Drie grote Nederlandse uitgeversorganisaties, de Koninklijke Nederlandse Uitgevers Bond (boeken) **KNUB**, de Nederlandse Organisatie van Tijdschrift-Uitgevers, **NOTU** en de Vereniging de Nederlandse Dagbladpers, **NDP**, hebben de Stichting Moderne Media (**SMM**) opgericht.

De stormachtige ontwikkeling op het gebied van de geavanceerde communicatietechnieken, waarbij de opkomst van de kabelsystemen vooraan gaat, resulteren in de nabije toekomst in een verstrekkende wijziging van het informatiepatroon. De traditionele uitgevers in de informatie-industrie achten zich bij deze ontwikkelingen nauw betrokken, aldus wordt de oprichting toegelicht.

Om te bereiken dat vanuit een gezamenlijk uitgangspunt aan deze betrokkenheid voldoende gewicht zal worden gehecht door degenen, die zeggenschap bezitten over deelneming aan het nieuwe informatiepatroon, hebben de Nederlandse uitgevers hun belangenbehartiging opgedragen aan de **SMM**, welke gehuisvest zal worden in Amsterdam.

Bron : De Tijd,
28/1/72.

200000 boeken

In Oost-Berlijn werd een internationale boekenbeurs geopend, volgens het Oostduitse agentschap "**ADN**" de grootste ter wereld.

Twee verdiepingen van een nieuw flatgebouw werden hiervoor ter beschikking gesteld en men kan er 200.000 boeken uit binnen en buitenland bekomen.

Volgens "**ADN**" is Oost-Duitsland een boekenland. Jaarlijks worden er meer dan 5.000 werken in ongeveer 120 miljoen exemplaren gepubliceerd en de produktie bedraagt zeven boeken per jaar en per inwoner.

In 1970 kocht ieder burger gemiddeld voor 27 mark boeken. De algemene staatsbibliotheek leent jaarlijks zeventien boeken per lezer uit. Er zijn alles bij mekaar 78 uitgeverijen in Oost-Duitsland.

Bron : Het Belang van Limburg,
17/3/72.

BIBLIOGRAFIE

I. BOEKBESPREKING en AANKONDIGINGEN

OMROEP

Jan GEYSEN : Beruchte Radio Teksten uit "Dagboek", Paris-Manteau, Amsterdam/Brussel, 1972, 159 blz. 155 B.fr.

Van alle kanten vuurt men tegenwoordig in vele politieke partijen en andere gezagskringen jarenlang opgespaarde grieven en bezwaren af op de Belgische radio en televisie. Er zijn, zonder naar volledigheid te streven, klachten over de politisering van het omroepbeleid, de vergrijzing van de etherinformatie, de onhandelbaarheid van sommige personeelsgroepen, het gebrek aan eigentijds management vanwege de leiding, het lage peil en "zo zo, la la" kwaliteit van de uitzendingen. Naast voldoening over een schaars goed programma overheerst bij pers en publiek de onplezierige nasmaak van het gesjacher, het geintrigeer, de manoeuvreerruimte, het haalbare, de gulden middenweg, de drempelwaarden van ieders tevredenheid.

Dat jammerlijke gemis aan (riskante) omroepexperimenten - waarvoor vele oorzaken te noemen zijn - werd van januari tot juli 1971 goed gemaakt door het uitbundige en stijlzekere "Dagboek" en opvolger "Mengelwerk" waarvan de samenstellers en presentators (Jan Geysen, Piet Pirijns, Alwin Keyman, Mark van Poucke, Jos van Hemelrijck, Frans Iven, Robrecht Willaert) met sprankelende inspiratie, humor, de gave om te relativieren en voorak het genie van de list en de zelfbeheersing een kritisch-satirisch programma maakten dat als vrijmoedig radiomagazine in Vlaanderen zelfs in het begin van de jaren zeventig zijn weerga niet kende. Gedurende die zeven maanden gingen via BRT 1 allerlei ongewone geluiden, mededelingen, kwaadaardige "bon mots", alternatieve kalendermoppen, sketches, liedjes en reportages de ether in, direkt en brutaal, waarin zowel naar rechts als naar links klappen werden uitgedeeld. Naarmate de weken en maanden elkaar opvolgden, werd het duidelijk dat het luisterpubliek zich opsplijtste in twee kampen : Dagboekfans en Dagboekhaters. Uiteindelijk heeft de laatste groep - waar velen de omroep ervaren als een consumptie-artikel, een snoepje achtergrond sfeer en een boterham met veel neutraal grijs - het pleit gewonnen zodat het programma voortijdig van het uitzendschema werd afgevoerd.

Naar Nederlands "Zo is het" en "Hoepla" - voorbeeld maakt Jan Geysen, producer van "Dagboek" en "Mengelwerk", "met dank aan de BRT directie die zo vriendelijk was toestemming te geven tot publicatie van deze radioteksten "in" Beruchte Radio Teksten uit "Dagboek" een selectie uit de teksten van deze zeven maanden durende Vlaamse radio-rebellie.

Omdat het niet de uitschieters zijn onder de radio- en de televisieprogramma's die de omroep tot bloei kunnen brengen heeft het weinig zin die te kronen (begin 1972 kreeg "Dagboek" van de Vlaamse televisiecritici een eervolle vermelding "omwille van de spitse en intelligente manier waarop met gebruik van het medium radio, de aktualiteit dag een dag verwerkt werd tot een hoogst boeiend magazine" (of te publiceren. Met "Dagboek" ligt dat evenwel duidelijk anders. Omdat hier een veranderingsgezinde, maatschappelijk georiënteerde hechte radio-ploeg vanuit nieuwe normen consequent het ondankbare werk met enthousiasme en talent opknapte. Bovendien, ook als leestekst biedt "Dagboek" zich aan als een vorm van humor die in Vlaanderen nog niet te boek werd gesteld.

Herman VAN PELT.

BRT-Brochure : Educatief-instructieve televisie.

De nieuwe BRT-brochure "Educatief-instructieve televisie" bevat de teksten die werden uitgesproken tijdens het colloquium, georganiseerd door de BRT, ter gelegenheid van het derde lustrum van de Vlaamse televisie. Zij bevat bijdragen van Nic Bal, bestuursdirecteur Culturele TV-uitzendingen BRT, mevr. M.G. Puglisi, adviseur bij de algemene directie van de RAI (Italiaanse radio en televisie), L.P. Kammans, programmadirecteur TV van de RTB, Luciano Bolis, hoofd van de afdeling Film en Televisie bij de Raad van Europa, R. Muhlfnzsl, van de Beierse Omroep München, Donald Grattan, hoofd van de dienst Further Education van de BBC, Dr H. Van Praag, wetenschappelijk hoofdmedewerker en lid van de directie Teleac, Drs. F.E. Wermer, hoofd van de afdeling Onderzoek Teleac, P. Vermeylen, minister van Nationale Opvoeding en prof. Dr F. Van Mechelen, minister van de Nederlandse Cultuur.

Deze brochure kan verkregen worden door storting van 40 fr. op postrekening 740.40 van de Belgische Radio en Televisie, Flageyplein 18, 1050 Brussel.

Herman VAN PELT.

NOS - STUDIE & ONDERZOEK

Luisteromstandigheden.

Onlangs is door de afdeling Studie & Onderzoek een rapport gepubliceerd onder de titel "Luisteromstandigheden".

Hieronder Volgen de belangrijkste conclusies van dit rapport, dat kan worden aangevraagd bij de afdeling Studie & Onderzoek, NOS, Heuvellaan 34, Hilversum (tel. 80.000 - toestel 2160).

1. Radio-beluistering vindt voor het merendeel thuis plaats. Slechts ca. 1/5 van radio-beluistering van de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder wordt, op een gemiddelde werkdag, ergens anders dan thuis gerealiseerd.
2. "Exclusieve" radio-beluistering, d.w.z. luisteren zonder dat daarbij iets anders wordt gedaan, komt overdag slechts bij uitzondering voor. Over de gehele dag genomen geschiedt minder dan 1/10 van de totale radio-beluistering "exclusief". Na 20.00 uur komt "exclusieve" radiobeluistering veel meer voor.
Bijna 1/4 van het dan luisterende publiek geeft dan radio luisteren als voornaamste bezigheid op.
Door dat de totale luisterdichtheid 's avonds aanzienlijk geringer is dan overdag, blijft de mate waarin "exclusieve" radiobeluistering plaatsvindt, absoluut gesproken, gedurende de gehele dag op een ongeveer gelijk, d.w.z. tamelijk laag niveau.
3. Radiobeluistering vindt slechts in bescheiden mate in bed plaats, in de daardoor het meest in aanmerking komende periodes luister niet meer dan ca. 1 op de 10 luisteraars in bed.
4. Belangrijker is het aandeel personen dat bezig is met persoonlijke verzorging in het luisterende publiek. Tot 08.00 uur is 1/3 tot 1/5 van de luisteraars hiermee bezig.
's Avonds speelt deze bezigheid als begeleiding van het radioluisteren nauwelijks een rol.

5. Radio-beluistering tijdens het eten vindt op specifieke maaltijduren tamelijk veel plaats. Zo is tussen 07.30 en 08.30 uur het aandeel van de etende luisteraars ruim $\frac{1}{3}$, tussen 12.30 en 13.00 bijna de helft, en tussen 18.00 en 18.30 uur eveneens.
Over de gehele dag genomen vindt 15 % van de radiobeluistering onder het eten plaats.
6. De belangrijkste bezigheid die het radio-luisteren begeleidt, bestaat uit huishoudelijk werk. Gemiddeld per totale werkdag wordt ruim $\frac{1}{4}$ van de luistertijd van het Nederlandse radiopubliek gerealiseerd tijdens dit soort activiteiten. Tussen 08.30 en 12.00 uur is dit zelfs ruim $\frac{1}{3}$.
7. Voor zover de radiobeluistering elders dan thuis plaats vindt, geschiedt dit voornamelijk op het werk. Op een gemiddelde werkdag wordt ca. 16 % van de radio-beluistering tijdens bezigheden op het werk gerealiseerd. De resterende 5 % vindt plaats op andere lokaties buitenshuis.
8. Bijna de helft (48 %) van de radio-beluistering gaat gepaard met een (zeker) nuttigheidskarakter, terwijl ruim $\frac{1}{3}$ door bezigheden van (meer) ontspannende aard wordt begeleid.
9. Wanneer - omgekeerd - wordt nagegaan in welke mate de diverse onderscheiden bezigheden worden begeleid door radio-beluistering. Ca. $\frac{1}{3}$ van het publiek dat de maaltijd gebruikt, luistert daarbij naar de radio. Eveneens wordt door ca. $\frac{1}{3}$ van personen die bezig zijn met huishoudelijke werkzaamheden, naar de radio geluisterd.
Daarna komen activiteiten "bezigheden thuis met een nuttigheidskarakter" en "ongestruktureerde bezigheden" die elk voor ca. $\frac{1}{5}$ tot $\frac{1}{4}$ met radiobeluistering worden begeleid. Alle bezigheden die zich ergens anders dan thuis afspelen, worden voor ca. $\frac{1}{10}$ met radiobeluistering begeleid.
10. De omstandigheden waaronder Hilversum 1/11 enerzijds en de lichte zenders (vnl. Hilversum III en Veronica) anderzijds worden beluisterd, verschillen op een aantal punten. Het meest duidelijk is het verschil in de mate waarin deze beide zendergroepen thuis resp. ergens anders worden beluisterd: Hilversum I/II wordt aanzienlijk meer thuis beluisterd dan de lichte zenders. Daarmee hangt samen de grotere mate waarmee Hilversum 1/II vergeleken met de lichte zenders "exclusief" worden beluisterd.

ONDERZOEK NAAR DE TIJDSBESTEDING VAN DE NEDERLANDSE BEVOLKING.

In opdracht van de Nederlandse Omroep Stichting (NOS) en de Stichting tot uitzending van Reclame (STER) is door INTOMART een onderzoek ingesteld naar de tijdsbesteding van de Nederlandse bevolking van twaalf jaar en ouder. Het rapport wordt niet officieel openbaar gemaakt omdat de oplage te klein is en de prijs te hoog (150 gulden). Uit berichten verschenen in de Nederlandse dag- en omroepbladen zijn wat de radio en de televisie betreft intussen onderstaande gegevens bekend, die ook mogelijk in België kunnen dienen als richtsnoer voor zendtijduitbreidingen en -verschuivingen.

Het onderzoek heeft duidelijk gemaakt, dat de radioluisteraars meer gediend zijn met een uitbreiding van de zendtijd in de vroege morgen, dan 's avonds. Ook is gebleken, dat de televisie gebaat zal zijn bij een uitbreiding van de zendtijd op de late avond, op zaterdag overigens wel meer dan op de andere dagen, dan bij een vroeger aanvangsuur van de programma's.

Het rapport toont duidelijk aan, dat de luisterbehoefte 's morgens vroeg heel wat groter is dan 's avonds. Om ongeveer 19.00 uur wordt de luisterdichtheid onder invloed van de televisie tot minder dan de helft teruggebracht, terwijl na 20.00 uur niet meer dan ten hoogste vijf procent van de bevolking van achttien jaar en ouder nog naar de radio (Nordsee, Veronica, Hilversum 1 en 2 of buitenlandse stations) luistert. 's Morgens is de situatie geheel anders. Op werkdagen is tussen zeven uur en half acht bijna de helft van de bevolking van achttien jaar en ouder al uit de veren, terwijl bij zestien procent dan al de radio aan is. Tussen acht uur en half negen luistert al een kwart van de bevolking naar de radio. Op zaterdag en zondag worden deze luisterdichtheden uiteraard wat later gemeten, maar toch staat op zaterdag tussen acht uur en half negen al bij achttien procent van de bevolking de radio aan.

Uit het onderzoek is gebleken, dat voor 14.00 uur heel wat meer mensen naar de radio luisteren dan daarna. Op alle dagen van de week luistert voor 14.00 uur gemiddeld ruim een kwart van de bevolking, maar na 14.00 uur nog maar rond achttien procent.

Van een aandachtig luisterend publiek is volgens het onderzoek in het geheel geen sprake. Het aantal mensen, dat naar de radio luistert en niet tegelijkertijd iets anders doet, is minimaal. Hoewel op sommige momenten meer dan dertig procent van de bevolking naar de radio luistert, is de exclusieve beluistering op werkdagen nooit hoger dan vijf procent. Op zaterdag en in grotere mate nog op zondag wordt wat aandachtiger geluisterd, maar over de gehele bevolking genomen toch nooit door meer dan acht procent. Alleen bij de oudere luisteraars valt meer

exclusieve beluistering tot soms vijftien procent, waar te nemen.

Bij de televisie ligt het uiteraard anders. Daar is het percentage mensen, dat uitsluitend kijkt, veel groter: rond tachtig procent. De Ster heeft uit het rapport de geruststellende conclusie kunnen trekken, dat bij voorbeeld na het journaal toch heel wat minder mensen tegelijkertijd iets anders gaan doen, dan we eens is gedacht. Zowel tijdens het journaal als tijdens de Sterreclame is de exclusieve aandacht vrijwel gelijk.

Evenzeer heeft het rapport duidelijk gemaakt, dat van een vroeger aanvangsuur voor de televisie weinig heil is te verwachten. Als op werkdagen om 19.00 uur bij rond dertig procent van de bevolking de televisie aan staat, zit nog maar zes procent te eten. Tussen half zeven en zeven uur zit echter 24 procent nog aan tafel en staat maar bij negen procent de televisie aan. Tussen zes uur en half zeven is 42 procent aan het eten en behoeft er van enige kijkdichtheid van betekenis al helemaal niets verwacht te worden.

's Avonds is de situatie geheel anders. Op werkdagen kijkt tussen half elf en elf uur nog een kwart van de bevolking naar de televisie, terwijl een vijfde dan reeds naar bed is. Een half uur later liggen ruim tweemaal zoveel mensen in bed, maar is de kijkdichtheid gedaald tot acht procent. Tussen half twaalf en middernacht is op werkdagen nog altijd ruim een kwart van de bevolking op.

De zaterdagavond is nog veel geschikter voor verlaten van het televisieprogramma. - Als rond 11 uur het avondprogramma is afgelopen, ligt nog maar rond tien procent van de bevolking in bed. Tussen elf uur en half twaalf kijkt zelfs nog 25 procent naar de televisie (buitenland) en tussen half twaalf en twaalf uur wordt nog tien procent door de buitenlandse televisie geboid, terwijl dan nog maar een derde van de bevolking in bed ligt. Zelfs na middernacht, als 54 procent zich ter ruste begeeft, kijkt nog vier procent naar de televisie.

Uit het onderzoek is verder naar voren gekomen, dat tussen 12.30 en 13.00 uur het meest naar de radio wordt geluisterd (door een derde van de bevolking) en tussen 20.00 en 20.30 uur het meest naar de televisie wordt gekeken: op werk- en zaterdag door 53 procent en op zondag zelfs door 61 procent. De kijkdichtheid neemt daarna geleidelijk aan weer af, op werk- en zondagen sneller dan op zaterdag.

Bij een andere analyse van het meest bekeken televisie half uur op een werkdag (van 20.00 tot 20.30 uur door 53 procent) blijkt, dat dan het meest wordt gekeken door 65-plussers (68 procent) en het minst door 18- tot en met 24-jarigen (40 procent). De

belangstelling voor het televisieprogramma op die tijd blijkt bij gereformeerden heel wat geringer dan bij mensen met een andere of zonder geloofsovertuiging: 41 tegen 52 tot 56 procent. In de drie grote steden wordt aanmerkelijk meer (61 procent) gekoken dan in de rest van het land: 49 tot 54 procent. Tijdens het weekeinde is dat verschil overigens minder groot.

F I L M

Film Fan, nieuw nederlands filmblad in losse verkoop.

Is het aanbod op de Nederlandse filmtijdschriftenmarkt met Skoop en Skrien op het ogenblik nogal schaars, eind september kwam daar verandering in. Dan werd een nieuw filmblad in de handel gebracht, gedrukt op krantepapier en op het halve dagblad-formaat van Rolling Stone, en de Engelstalige filmbladen Interview en Cinema Rising. Het nieuwe blad heet Film Fan en is alleen in de losse verkoop te krijgen, dit om dure abonnements-administratiekosten tegen te gaan.

De uitgever is een speciaal daarvoor in het leven geroepen Stichting Film Fan, de verspreiding verzorgt Van Gelderen.

De hoofdredactie wordt gevormd door Ab Van Ieperen (oud-Volkskrantfilmcriticus, nu werkzaam bij het Utrechts Nieuwsblad) en Fred van Doorn (filmcriticus voor Het Parool en de Haagse Post, en regisseur van de KRO-filmquiz Voor een briefkaart op de eerste rang, maandelijks op de televisie te zien). Waarschijnlijk zal Film Fan een ernstige concurrentie voor Skoop gaan vormen, niet alleen doordat het regelmatige medewerkers van Skoop afsnoept, maar ook door de populair-commerciële opzet waar Skoop maar half van uitgaat, maar dat voor Film Fan het allesbeheersende evangelie gaat worden.

II. AANWINSTEN BIBLIOTHEEK IESPO
 Centrum voor Communicatiewetenschappen
 Periode 1 januari - 31 mei 1972

1. Algemene werken : Communicatiewetenschap.

- BERELSON, Bernard : Content analysis in communication research.
 New York, Hafner Publ. Company, 1971, 220 p.
- BIJDRAGEN.... : Bijdragen tot de Communicatiewetenschap.
Liber Amicorum ter nagedachtenis van
 Prof. Dr. N. De Volder.
 Bibliotheek voor Communicatiewetenschappen.
 Leuven, K.U.L., CeCoWe, 1970, 332 p.
- BOONE, L. : Massamedia en interpersonale communicatie.
Werkdocumenten n° 2.
 Leuven, K.U.L., CeCoWe, (1971), 71 p.
- PUBLICS..... : Publics et techniques de la diffusion col-
lective.
 Etudes offertes à Roger Clausse.
 Centre d'ét. des Techn. de Diff. collective.
 Bruxelles, U.L.B.-Inst.de Sociologie (1971),
 492 p.
- COMMUNICATION.....: Communication : The art of understanding
and being understood.
 A report on the 7th conference of the art
 directors club of New York. Ed. by R.O. Bach.
 Communication arts books.
 New York, Hastings house, Publ., (1963),
 140 p.
- INTERNATIONAL.... : International communication as a field of
study.
 Reports and papers from the wingspread sym-
 posium on education and research in inter-
 national and comparative communication.
 Edited by James W. Markham.
 Iowa, Publications depart, Univ. of Iowa,
 1970, 158 p.
- NEW.... : New rhetorics.
 Edited by Martin Steinman.
 New York, Charles Scribner's sons, (1967),
 vi, 250 p.

SERENO, Kenneth K. & MORTENSEN, C. David : Foundations of communication theory.
New York, Harper & Row Publ., (1970), xi,
371 p.

2. Handboeken Massamedia.

FAGES, Jean-Baptiste) et PAGANO, Christian : Dictionnaire des media.
Technique - Linguistique - Sémiologie.
s. 1, Mame, (1971), x, 350 p.

HACHTEN, William A. : Muffled drums.
The news media in Africa.
Ames, The Iowa state University Press,
1971, 314 p.

LUYKX, Theo : Overzicht van de ontwikkeling der communicatiemediã.
Brussel, Elsevier Sequoia, (1970), 229 p.

PROSS, Harry : Medienforschung
Film - Funk - Press - Fernsehen.
(Geisteswissenschaften)
Darmstadt, Carl Habel, s.d., 303 p.

3. Sociologische en sociaal-psychologische aspecten van de massamedia.

CULTURE.... : Culture for the millions ?
Mass media in modern society.
Edited by Norman Jacobs. With an introduction by Paul Lazarsfeld.
Beacon series in contemporary communication.
Boston, Deacon Press, (1971), xxv, 200 p.

FRIEDMANN, Georges : La puissance et la sagesse.
Paris, Gallimard, (1970), 501 p.

GRITTI, Jules : La sociologie face aux media.
Avec la collaboration de Michel Souchon.
Collection medium.
Tours, Mame, 1968, 151 p.

- KATONA, George : Massaconsumptie.
De psychologie van de verbruiker.
Utrecht, Aula-Boeken, (1967), 409 p.
- MASS.... : Mass media in a free society.
Edited by Warren K. Agee.
(by) Ben H. Bagdikian, Bosley Growther,
Stan Freberg a.o.
Lawrence, The Univ. Press of Kansas, (1971),
xi, 96 p.
- VEBLEN, Thorstein : Théorie de la classe de loisir.
Traduit de l'anglais par Louis Evrard.
Présidé de "Avez-vous lu Veblen" ?
par Raymon Aron.
Paris, Gallimard, 1970, xli, 278 p.
4. Opleiding en Onderwijs.
- HOHENBERG, John : The professional journalist : A guide to the practices and principles of the news media.
Second edition.
New York, Holt, Rinehart and Winston, 1969,
xi, 532 p.
- CLAUSSE, Roger : L'enseignement universitaire du journalisme et de la communication sociale.
Cahiers d'étude de sociologie culturelle 1.
Bruxelles, U.L.B., Inst. de Sociol., 1971,
viii, 135 p.
5. Semiologie en Linguïstiek.
- CHAFE, Wallace L.: Meaning and the structure of language.
Chicago, The Univ. of Chicago Press, (1970),
360 p.
- COMMUNICATION... : Communication : General semantics perspectives.
Compiled and edited by Lee Thayer.
New York, Spartan Books, (1970), xxviii,
347 p.
- DAIX, Pierre : Structuralisme et révolution culturelle.
Mutations - Orientations 14.
Tournai, Casterman, 1971, 147 p.

- BENSE, Max : Zeichen und Design.
Semiotische Ästhetik.
 (Internationale Reihe Kybernetik und Information Band 5).
 Baden-Baden, Agis-Verlag, (1971), 123 p.
- ESSAIS... : Essais de sémiotique. Essays in semiotics.
 Recueil sous la direction de Julia Kristeva.
 Josette Rey-Debove e.a.
 Approaches to semiotics. 4
 The Hague, Mouton, 1971, 639 p.
- GORDON, George N. : The languages of communication.
 A logical and psychological examination.
 (Studies in public communication).
 New York, Hastings house, Publ. (1969),
 xvi, 334 p.
- KRISTEVA, Julia : Le texte du roman.
 Approche sémiologique d'une structure discursive transformationnelle.
 Approaches to semiotics 6.
 Paris, Mouton, 1970, 209 p.
- MUNDLE, C.W.K. : A critique of linguistic philosophy.
 Oxford, Clarendon Press, 1970, x, 279 p.
- PHILOSOPHY.... : The philosophy of language.
 Edited by J.R. Searle.
 Oxford readings in philosophy.
 London, Oxford Univ. Press, 1971, 148 p.
- SCHMIDT, Siegfried J. : Bedeutung und Begriff.
 Zur fundierung einer sprachphilosophischen Semantik.
 (Wissenschaftstheorie Wissenschaft und Philosophie, Band 3).
 Braunschweig, Friedr. Vieweg & Sohn, (1969),
 176 p.
- SIGNE.... : Signe. Langage. Culture.
 Janua linguarum - series maior 1.
 Paris, Mouton, 1970, 723 p.

6. Informatie.

FAUCONNIER, G. : Cybernetica en interpersonele communicatie: een poging tot confrontatie.
Overdruk uit Handelingen van het 28e Vlaams Filologencongres.
1971, p. 249-254.

FEUVRIER, Charles-Valère : La simulation des systèmes.
Maîtrise d'informatique.
Collection Dunod Université.
Paris, Dunod, 1971, viii, 149 p.

SCHAEFFER, Pierre : Machines à communiquer.
1. Genèse des simulacres.
Paris, Editions du Seuil, (1970), 315 p.

TAMINE, Jacques : La cybernétique.
Une science moderne au pays des merveilles.
Deuxième édition.
Louvain, Nauwelaerts, 1971, 336 p.

7. Publieke Opinie.

MASSAMEDIA... : "Massamedia en burgerschapsvorming".
Maandblad Oost-West - 8e Jg. nr. 8.
's-Gravenhage, Oost-West Instituut, 1969,
blz. 274-314.

ZAHN, Ernest : Meningsvorming en maatschappelijke orde.
De Bussy paperbacks.
Amsterdam, J.H. De Bussy, 1971, 166 p.

VOYENNE, Bernard : Le droit à l'information.
Collection R.E.S.
Paris, Aubier Montaigne, 1970, 223 p.

8. Pers.

ASIAN.... : The Asian newspapers' reluctant revolution.
Edited by John A. Lent.
Ames, The Iowa state University Press, 1971,
xix, 373 p.

- AYERST, David : Guardian.
Bibliography of a newspaper.
London, Collins, (1971), 702 p.
- BUNDOCK, Clement J. : The national union of journalists.
A jubilee history 1907-1957.
Printed for the Nat. Union of journalists.
Oxford, At the Univ. Press, 1957, viii,
254 p.
- JACKSON, Ian : The provincial press and the community.
Manchester, Manchester Univ. Press, (1971),
x, 308 p.
- KAUPP, Peter : Die schlimmen Illustrierten.
Leserschaft, Inhalt und Wirkung der Neuen
Revue.
Massenmedien und Kritik ihrer Kritiker.
Dusseldorf, Econ Verlag, (1971), 128 p.
- LANGER-EL SAYED, Ingrid : Frau und Illustrierte im Kapitalismus.
Die Inhaltsstruktur von illustrierten Frauen-
zeitschriften und ihr Bezug zur gesellschaft-
lichen Wirklichkeit.
(Köln), Pahl-Rugenstein Verlag, (1971),
298 p.
- PLUVINAGE-PATERNOSTRE, Anne : L'adolescent et sa presse.
Analyse de contenu des publications destiné
aux jeunes.
C.T.D. Cahiers d'étude de sociologie cul-
turelme 2.
Bruxelles, U.L.B., Inst.de soc., (1971),
xv, 882 p.
- PRESS.... : The press we deserve.
Édité by Richard Boston.
London, Routledge and Kegan Paul, (1970),
158 p.
- TUNSTALL, Jeremy : The westminster Lobby correspondents.
A sociological study of national political
journalism.
London, Routledge & Kegan Paul, (1970),
142 p.
- WOLSELEY, Roland E. : The Black press, U.S.A.
with an introduction by Robert E. Johnson.
Ames, The Iowa state University Press
(1971), xiii, 362 p.

9. Beeldcommunicatie.

- GATTEGNO, Caleb : Towards a visual culture.
Educating through television.
 Discus Books.
 New York, Avon, 1969, 192 p.
- THIBAUT-LAULAN, Anne-Marie : L'image dans la société contemporaine.
Le point de la question.
 Paris, E.P. Denoël, 1971, 317 p.

10. Omroep.

- BARNOUW, Erik : The image empire.
A history of broadcasting in the United States. - Vol. 3 : From 1953.
 New York, Oxford University Press, 1970, 396 p.
- BEAUGRAND, Günter : Fernseh-mord für Millionen.
Brutalität auf dem Bildschirm als Massenkonsum.
 Hamm, Hoheneck-Verlag, 1971, 72 p.
- DIALOGE... : Dialogue.
Hörspiele.
 (Auswahl und Nachwort von Klaus Helbig und Gerhard Rentzsch.)
 Berlin, Henschelverlag, 1969, 534 p.
- EFFECTS... : The effects of television.
 Edited by James D. Halloran.
 (London), Panter Modern Society, (1970-, 224 p.
- GLUCKSMAN, André : Violence on the screen.
A report on research into the effects on young people of scenes of violence in films and television.
 Translated by Susan Bennett.
 London, British film inst. ed. depart., 1971, 78 p.
- HAENSEL, Carl : Rundfunkfreiheit und Fernsehmonopol.
 Düsseldorf, Econ Verlag, 1969, 279 p.
- I.T.V. 1971 : I.T.V. 1971.
Guide to independent television.
 London, Independent television authority, 1971, 240 p.

- KAUFMANN, Hans-Bernhard & SCHULTZE, Herbert : Fortbildung-
Fernstudium - Medienverbund.
Neue Aufgaben für die Kirche.
Gütersloch, Gütersloher Verlagshaus, 1971,
137 p.
- KELLNER, Hella und HORN, Imme : Gewalt im Fernsehen.
Literaturbericht über Medienwirkungsforschung.
Schriftenreihe des ZDF - Heft 8.
(Mainz, Herausg. Z.D.F.I.P., 1972), 78 p.
- MADDISON, John : Le rôle de la radio et de la télévision
dans l'alphabétisation.
Etude s r l'emploi des techniques de radio-
diffusion....
(Etudes et documents d'information n° 62).
Paris, Unesco, 1971, 88 p.
- MELON-MARTINEZ, Enrique : La télévision.
Dans la famille et la société moderne.
Avec la collaboration de Marie-Anne Sallero.
Bibliothèque Marabout Université.
Verviers, Gerard & C°, 1969, 246 p.
- THOVERON, Gabriel : Radio et télévision dans la vie quotidienne.
Centre d'études des techniques de diffusion
collective.
Bruxelles, U.L.B. Inst. de soc., (1971),
xv, 882 p.
- UNTERHALTUNG... : Die Unterhaltung der deutschen Fernsehfamilie.
Ideologiekritische Kurzanalysen von Serien
Herausgegeben von Friedrich Knilli.
Reihe Hanser 64.
München, Carl Hanser Verlag, 1971, 118 p.
- VAN DER BRUG, Hans en VERZIJDEN, Dick : Voorgeschiedenis en ge-
volgen van een televisie-dokumentaire.
Met bijdrage van Marius Ernsting.
Amsterdam, Staatsuitgeverij, 1971, xv,
311 blz.

11. Film.

- ACTING... : Acting in the sixties.
Edited by Hal Burton.
London, British Broadcasting Corporation,
1970, 256 p.

- BARSACQ, Leon : Le décor de film.
Préface de René Clair.
Paris, Seghers, 1970, 375 p.
- BAXTER, John : The gangster film.
Screen series.
London, A. Zwemmer Ltd., 1970, 160 p.
- BRIELS, Adriaan : De intocht van de levende fotografie in Amsterdam.
De kinetoscoop-1894 en de cinematografen 1896-1898.
Een filmhistorische verkenning.
Amsterdam, Nederlands Filminstituut, 1971, 34 p.
- CONCISE... : A concise history of the cinema.
Edited by Peter Cowie.
Vol. 1 : Before 1940. - Screen series.
London, A. Zwemmer Ltd., 212 p. (1971).
- CUYPERS, P.M.H. : Sociologie van film en bioscoop.
in "Beeld-cultuur en opvoeding".
Documentatie-orgaan film-televisie-jeugd.
1970, 13e jg., n° 3/4.
Amsterdam, Inst. Film en Jeugd, 1970, 62 p.
- DAISNE, Johan : Filmografisch lexicon der wereldliteratuur.
Dictionnaire Filmographique de la littérature mondiale.
Tome 1 : A- K.
Gent, E. Story-Scientia, 1971, 681 p.
- DENIS, Michel : L'estimation de la durée cinématographique en fonction de la structure du message.
In "Année Psychologique" 1971, fasc. I - vol. 71.
Paris, P.U.F., 1971, pp. 139-151.
- DICKINSON, Thorold : A discovery of cinema.
London, Oxford Univ. Press, 1971, 164 p.
- FILM... : Film culture.
An anthology.
Edited and with an introduction by P. Adams Sitney.
London, Secker & Warburg, 1970, 438 p.

- FILMO-BIBLIOGRAFISCHER... : Filmo-bibliografischer jahresbericht 1968.
Zusammengestellt und bearbeitet von Günter Schulz und Lissi Zilinski.
Filmwissenschaftliche Bibliothek.
Berlin, Henschelverlag Kunst und Gesellschaft, 1970, 470 p.
- FILM REVIEW... : Film review. 1970-71.
Edited by F. Maurice Speed.
London, W.H. Allen, 1970, 240 p.
- FILMS... : Films for universities.
British universities film council.
London, B.U.F.C., 1968, 292 p.
- HOLLYWOOD... : Hollywood voices.
Interviews with film directors.
Edited by Andrew Sarris.
London, Secker & Warburg, 1971, 180 p.
- HOPKINSON, Peter : Le rôle du film dans le développement.
Études et documents d'information. 64.
Paris, Unesco, 1972, 53 p.
- INTERNATIONAL... : International film guide 1971.
Edited by Peter Cowie.
Contemporary films.
London, The Tantivy Press, 1970, 480 p.
- KAUFFMANN, Stanley : A world on film.
Criticism and comment.
New York, Harper & Row, 1966, x, 437 p.
- KOPPEL, Helga : Film in Italien - Italien im film.
Berlin, Henschelverlag, 1970, 267 p.
- LEBEL, Jean-Patrick : Cinéma et idéologie.
Collection Les essais de la nouvelle critique.
Paris, éditions sociales, 1971, 243 p.
- MOVIES... : The movies as medium.
Seceted, arranged and introduced by Lewis Jacobs.
New York, Farrar, Straus & Giroux, 1970, xiii, 335 p.
- NIZHNY, Vladimir : Lessons with Eisenstein.
Translated and edited by Ivor Montagu and Jay Leyda.
New York, Hill and Wang, 1969, 182 p.

- PREDAL, René : Le cinéma fantastique.
Collection Cinéma Club.
Paris, éditions Seghers, 1970, 353 p.
- PUDOWKIN, W.I. : Filmtechnik.
Filmmanuskript und Filmregie.
Sammlung Cinema Band 1.
Zürich, Im Verlag der Arche, 1961, 246 p.
- QUIGLEY, Martin and GERTNER, Richard : Films in America 1929-1969.
New York, Golden Press, 1970, 379 p.
- REISZ, Karel & MILLAR, Gavin : The technique of film editing.
With the guidance of the following committee.
Thorold Dickinson (Chairman) a.o.
Introduced by Thorold Dickinson.
The library of communication techniques.
New York, Comm.Books, Hastings house, 1968,
411 p.
- SHIPMAN, David : The great movie stars.
The golden years.
London, Hamlyn, 1971, 576 p.
- TYLER, Parker : Magic and myth of the movies.
Cinema Two.
London, Secker & Warburg, 1971, 252 p.

12. Literatuur en Theater.

- BARTHES, Roland : Sade, Fourier, Loyola.
Tel quel.
Paris, Editions du Seuil, 1971, 187 p.
- FRYE, Nprthrop : The stubborn structure.
Essays on criticism and society.
London, Methuen & C°, 1970, 316 p.
- GOODLAD, J.S.R. : A sociology of popular drama.
London, Heinemann, 1971, x, 230 p.
- JAEGGI, Urs : Literatur und Politik.
Ein Essay.
Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag,
1972, 142 p.
- KERNODLE, George & KERNODLE, Portia : Invitation to the theatre.
Brief edition.
New York, Harcourt Brace Jovanovich, 1971,
331 p.

- KRIMINALROMAN... : Der Kriminalroman I & II.
Zur Theorie und Geschichte einer Gattung.
Herausgegeben von Jochen Vogt.
UTB Uni-Taschenbücher.
München, Wilhelm Fink Verlag, 1971, 2 vols.
- LITERATURWISSENSCHAFT... : Literaturwissenschaft und Sozialwissenschaften.
Grundlagen und Modellanalysen.
Mit Beiträgen von Horst Albert Glaser u.a.
Stuttgart, J.B. Metzler, 1971, 448 p.
- LÖWENTHAL, Leo : Erzählkunst und Gesellschaft.
Die Gesellschaftsproblematik in der deutsche Literatur des 19. Jahrhunderts.
Sammlung Luchterhand 32.
Neuwied/Berlin, Luchterhand, 1971, 250 p.
- ROSENGREN, Karl Erik : Sociological aspects of the literary system.
Stockholm, Natur och Kultur, 1968, 216 p.
- TEXTE... : Texte zur Literatursoziologie.
Für den Schulgebrauch gesammelt und herausgegeben von Hans-Dieter Gübel.
Frankfurt/Main, Verlag Moritz Diesterweg, 1971, 81 p.
- VORMWEG, Heinrich : Neue Literatur und Gesellschaft.
Eine Theorie der gesellschaftlichen Funktion experimenteller Literatur.
Akad.der Wissensch. und Literatur - Abh. der Klasse der Literatur - Jg. 1971, nr. 1.
Wiesbaden, Franz Steiner, 1971, 23 p.

13. Public Relations en Voorlichting.

- CLARK, Fife : The central office of information.
The new whitehall series n° 15.
London, George Allen & Unwin, 1970, 184 p.
- WEISS, Dimitri : La communication dans les organisations industrielles.
Contributions à l'étude de la presse d'entreprise et essai de bibliographie.
Paris, Sirey, 1971, 238 p.
- WEISS, Dimitri : Communication et presse d'entreprise.
(Administration des entreprises).
Paris, Editions Sirey, 1971, 197 p.

14. Reclame en Advertentiewezen.

CADET, André et CATHELAT, Bernard : La publicité de l'instrument économique à l'institution sociale.
Préface d'Edgar Morin.
Paris, Payot, 1968, 234 p.

SO ... : So wirbt Siemens.
Herausgegeben von Dankwart Rost.
Kommunikation in der Praxis.
Düsseldorf, Econ Verlag, 1971, 382 p.

SOETERBOEK, Louis : Profiel van de reclameman.
Leiden, A.W. Sijthoff, 1971, 161 p.

15. Educatief gebruik van de media.

MEDIENSYSTEME... : Mediensysteme in der Erwachsenenbildung.
Zwölf Projektanalysen aus neun Ländern.
München, I.Z.J.B., 1971, 252 p.

NEW ... : The new media and education.
Their impact on society.
Edited by Peter H. Rossi and Bruce J. Biddle.
NORC - Monographs in social research - 12.
Chicago, Aldine Publ. Cy., 1966, ix, 417 p.

PLANQUE, Bernard : Audio-visuel et enseignement.
Un guide pratique pour les enseignants et les éducateurs.
Enfance - Education - Enseignement 11.
Tournai, Casterman, 1971, 125 p.

VAN BOL, Jean-Marie et FAKHFAKH, Abdelfatah : L'emploi des moyens de communication de masse dans les pays en voie de développement.
C.I.D.E.S.A. - Bibliographical enquires, n° 1.
Bruxelles, O.C.D., 1971, 751 p.

16. Kerk en Massamedia.

COMMUNION... : Communion et progrès.
Instruction pastorale sur les moyens de communication sociale.
Présentation de Jean Gélamur.
(Commission pontificale des moyens de communication sociale).
Références.
Paris, Editions du Centurion, 1971, 115 p.

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. 48, nr. 4, Winter 1971 : ontbreekt.

vol. 49, nr. 1, lente 1972

Bradley S. GREENBERG, Children's Reactions to TV Blacks,
blz. 5-14.

Leo BOGART, Negro and White Media Exposure: New Evi-
dence, blz. 15-21.

William E. AMES, Federal Patronage and the Washington
D.C. Press, blz. 22-30.

Eugène F. SHAW, The Press and Its Freedom: a Pilot Study
of an American Stereotype, blz. 31-42.

Willard B. GATEWOOD Jr., A Negro Editor on Imperialism:
John Mitchell, 1898-1901, blz. 43-50.

James C.Y. CHU, Horace White: His Association with
Abraham Lincoln, 1854-60, blz. 51-60.

Roger SEASONWEIN and Leonard R. SUSSMAN, Can Extremists
Using TV Move an Audience ?, blz. 61-64.

James D. HARLESS, The Impact of Adventure Fiction on
Readers: the Thought-Guy Type, blz. 65-73.

Peter LANGLEY III, Pessimism-Optimism of Civil War Milita-
ry News: June, 1863-March, 1865, blz. 74-78.

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

- Frederick D. BUCHSTEIN, The Role of the News Media in the "Death of God" Controversy, blz. 79-85.
- Sandra WILLIAMS ERNST, Baseball or Brickbats: a Content Analysis of Community Development, blz. 86-90.
- William WITT, Multivariate Analysis of News Flow in a Conservation Issue, blz. 91-97.
- Bruce L. LARSON, A Kansas Newspaper and the Nonpartisan League, 1919-20, blz. 98-106.
- Jack E. ORWANT, Effects of Derogatory in Soviet Arms Control Propaganda, blz. 107-115.
- Chia-Shih HSU, Crispin MASLOG and Tong-Jae CHO, Journalism Education in Asia : a Symposium, blz. 116-122.
- Stanislaw SKRZYPEK, The Profession of Journalism in Poland: a Profile, blz. 123-128.

P u b l i z i s t i k

Zeitschrift für Wissenschaft von Presse, Rundfunk, Film, Rhetorik, Werbung, Meinungsbildung, Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Zeitungswissenschaft, Verlagsanstalt Konstanz GmbH, D)775 Konstanz, postfach 485.

jg. 17, nr. 1, januari-maart 1972.

Abschied von Günter Kieslich, blz. 5.

Erinnerungen an Günter Kieslich, blz. 7-64.

Günter KIESLICH : Aufsätze und Berichte, blz. 68-106.

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-4470 Emsdetten, Schulstrasse 16-18.

jg. 5, nr. 1, januari-maart 1972.

Karl-Werner BÜHLER, Katholische Pastoralinstruktion und protestantische Uppsala-Erklärung zur Massenkommunikation, blz. 1-6.

Jésus IRIBARREN, Pastoralinstruktion und katholische Berufsorganisationen, blz. 7-15.

Otto KASPAR, Forderungen der Pastoralinstruktion an Hierarchie und Klerus, blz. 16-18.

Karl VOSPERNIK, Eine Ordensfamilie für publizistisches Apostolat : die Pauliner, blz. 19-25.

Frans OUDEJANS, "Public relations" in der Kirche - einige Anmerkungen, blz. 26-31.

Joseph-Roger DE BENOIT, Kirche und Presse in den Entwicklungsländern, blz. 32-35.

jg. 5, nr. 2, april-juni 1972.

Aloïs HUTER, Die Pastoralinstruktion "Communio et Progressio" und das neue christliche Bild von Menschen, blz. 97-107.

John-W. MOLE, Die Pastoralinstruktion "Communio et Progressio" und das Konzilsdekret "Inter Mirifica", blz. 108-117.

Frans OUDEJANS, Die Pastoralinstruktion "Communio et Progressio" aus der Sicht eines Journalisten, blz. 118-123.

Michael SCHMOLKE, Kirchenpresse und innerkirchliche Information, blz. 124-126.

Otto KASPAR, Der "Medien-Missionar" als neuer Berufstyp, blz. 130-132.

Fritz Patrick SCHALLER, Die Bischofssynode Rom 1971 in 16 deutschschweizerischen Tageszeitungen, blz. 133-147.

jg. 5, nr. 3, juli-september 1972.

Frans-Jozef EILERS, Die Pastoralinstruktion zur Kommunikation in Entwicklungs- und Missionsländern, blz. 197-212.

Gaston ROBERGE, Der Film und seine Bedeutung für Indien, blz. 213-220.

Ferdinand OERTEL, Krise der Abonnentenwerbung in der konfessionellen Presse, blz. 221-226.

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

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

Vol. 19, nr. 4, Winter 1971.

Donald J. CUNNINGHAM, Task Analysis and Part Versus whole Learning Methods, blz. 35-398.

Francis M. DWYER, Color as an Instructional Variable, blz. 399-416.

Yih-Wen CHEN, Visual Discrimination of Color Normals and Color Deficients, blz. 417-431.

Oscar W. RICHARDS and Patricia MACKLIN, Colored Overhead Transparencies : Contrast Gain or Seeing Loss ?, blz. 432-436.

David M. MOORE and Edward B. SASSE, Effect of Size and Type of Still Projected Pictures on Immediate Recall of Content, blz. 437-450.

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 Dagbladuitgevers, v.z.w., Belliardstraat 20, 1040 Brussel.

jg. 18, nr. 4 (nr. 72), dec. 71-febr. 1972

- X, Dépot légal, blz. 3-14.
- X, Hoe de Koninklijke Bibliotheek Albert I tot stand kwam en groeide..., blz. 15-24.
- X, Het jaar 1971 in de Belgische pers..., blz. 38-42.
- X, Statistiek van de Belgische dagbladen en tijdschriften, blz. 56-60.
- X, Overzicht van de dagbladen, weekbladen, persorganisaties, erkende beroepsjournalisten, publiciteit enz. in België, blz. 61-416.

jg. 19, nr. 1(nr. 73), maart-mei 1972

- X, De rol van België in de Europese eenmaking, blz. 10-12.
- X, België en de culturele hulp aan de derde wereld, blz. 20-21.
- X, Elfde persprijs "Frans Theelen" uitgereikt te Brussel, blz. 28-29.
- X, Studiedagen voor documentaristen van nieuwsmedia, blz. 35.
- X, Le Journal à l'école, blz. 36-38.
- X, Rond een Amerikaanse proefkrant, blz. 39-43.
- X, La télévision chance de la presse écrite, blz. 44.
- X, De krant blijft, blz. 45-46.

G a z e t t e

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

vol. XVIII, nr. 1, 1972

John A. LENT, A reluctant revolution among Asian news-
 papers, blz. 1-23.

Richard DEMBO, Life style and media use among English
 working-class youths, blz. 24-36.

Han C. LIU and Shelton A. GUNARATNE, Foreign news in
 two Asian dailies, blz. 37-41.

vol. XVIII, nr. 2, 1972

Kurt E. KENT, Freedom of the press: an empirical analysis
 of one aspect of the concept, blz. 65-75.

Frank Okwu UGBOAJAH, Traditional-urban media model:
 stocktaking for African development, blz. 76-
 95.

John V. VULANILAM, Foreign news in two U.S. newspapers
 and Indian newspapers during selected
 periods, blz. 96-108.

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-instituut an der Universi-
 tät Hamburg, 2, Hamburg 13, Heimhuder strasse 21.

jg. 20, nr. 1, 1972

Arbeitsgruppe "Sesam Strasse", Erziehung und Lernziel-
 bestimmung für die deutsche Version von
 "Sesame Street", blz. 3-10.

- Peter DREWEK, Die "Open University" - Entwicklung und Struktur, blz. 11-30.
- Horst LOEBE, Die technisch-administrative Abhängigkeit der publizistischen Aktion im Medium Rundfunk, blz. 31-40.
- Hans-Dieter FELDMANN, Die Rundfunkanstalten und ihre freien Mitarbeiter, blz. 41-45.

jg. 20, nr. 2, 1972

- Bradley S. GREENBERG, Philip M. ERICSON, Mantha VLAHOS, Kinder vor dem Fernsehschirm - in der Beurteilung durch Mütter und Kinder, blz. 123-137.
- Ilse DYGUTSCH-LORENZ, Professionalisierung, Mobilität und Sozialisation in Massenmedien, blz. 138-158.
- Günter B. KRAUSE-ABLASS, Die Rechtslage der Fernsehübertragungen von den Olympischen Spielen, blz. 159-168.
- Winfried B. LERG, Das Magazin-Konzept, blz. 169-177.
- Hella KELLNER / Imme HORN, Die Wirkung von Gewaltdarstellungen in Massenmedien auf Rezipienten, blz. 178-181.
- Walter FÖRST, Zur Jahrestagung des "Studienkreises Rundfunk und Geschichte", blz. 181-182.

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

uitgegeven door : L'Office Administratif de l'Union européenne de radiodiffusion (U.E.R.) Centre internationale, rue de Varembé, 1, 1211 Genève 20, Zwitserland.

nr. 127, mei 1971

- Bruno VASARI, Les symposiums d'études administratives, blz. 12-15.
- Pierre SCHAEFFER, La presse de télévision: un médiateur, blz. 16-18.
- Monica SIMS, Les émissions de télévision pour enfants à la B.B.C., blz. 19-25.

Christopher MARTIN, Bonnes paroles à la télévision, blz. 26-27.

Kanichoio UMIBAYASHI, Particularités du système de la NHK pour la production des programmes de télévision et radio, blz. 28-29.

N.N., Statistiques des transmissions de programmes et actualités Eurovision, 1-1-70, 31-12-70, blz. 30-32.

nr. 128, juli 1971

Ivko PUSTISCH, Comment surmonter les obstacles à la radio diffusion internationale, blz. 10-16.

Robert WANGERMEE, L'évolution des programmes de radio en 1969-1970: La troisième enquête de la commission des programmes de radio de l'U.E.R., blz. 17-27.

Colin SHAW, Moralité des mass media, blz. 28-32.

Pierre RAMBAND, Colloque international sur les satellites d'éducation, blz. 33-36.

Relations télévisuelles Europe-Amérique latine (I): Echange d'actualités par satellite, blz. 43-45.

Claude MASAYE, Vers une protection internationale des signaux porteurs de programmes transmis par satellites, blz. 51-67.

Charles O. ABBARD, Les accords définitifs Intelsat: récapitulation, blz. 68-69.

nr. 129, september 1971

René DOVAZ, L'activité de l'Université Radiophonique et Télévisuelle Internationale (URTI), blz. 14-16.

Hoble WILSON, "Les enfants du monde": Préparation et production d'un programme de télévision diffusé en direct dans le monde entier, blz. 17-21.

NN, Relations télévisuelles Europe-Amérique latine (II) Une nouvelle association internationale de télévision, blz. 22-25.

N.B. STORMBOM, La Nordvision: Coopération en matière de télévision dans les pays nordiques, blz. 26-30.

Donald WILSON, La "saga télévisée", blz. 31-35.

- John W. MAEY, Jr., Le rôle de la Corporation for Public Broadcasting aux Etats-Unis, blz. 36-41.
- Francis COLEMAN, Un nouveau moyen de s'acquitter d'une vieille dette ? Ou : Vision peu orthodoxe des programmes de télévision éducative, blz. 42-44.
- Richard R. COLINS, Intelsat: Comparaison des accords provisoires et définitifs, blz. 4 & 56.
- Klaus BERG, Le jugement sur la télévision et le monopole de la radiodiffusion, blz. 57-63.
- Alessandro GRASSI, Retransmissions télévisuelles de manifestations sportives, blz. 64-67.

nr. 130, november 1972

- Jürgen SCHESCHKEWITZ, Participation des jeunes à la réalisation des programmes radiophoniques de l'Ard pour l'enfance et la jeunesse, blz. 16-19.
- Kenneth FAWDRY et Charles ARMOUR, Education sexuelle dans les écoles primaires par la radio-télévision, blz. 20-23.
- Rik VAN DEN ABEELE, La jeunesse belge à la parole - en néerlandais... Problèmes de la jeunesse à l'écran de la télévision flamande.
- Pierre DESCHAMPS - Prendre les jeunes au sérieux, blz. 24-27.
- N.N. Au service de la jeunesse : Pleins feux sur les problèmes et aspirations des jeunes à la CBS, blz. 28-31.
- Beckert D'ASSUMCÂO, La radio et les jeunes au Portugal, blz. 32-33.
- Miriam HERRMANN-BADT, "Avant l'appel", blz. 34-35.
- Francis COLEMAN, La Télévision Indépendante britannique fait place à la jeunesse. Travailler avec les enfants.
- Elizabeth GARRETT, Parler de sexualité.
- Wynne THOMAS, Une génération à la recherche de nouvelles normes sociales, blz. 36-40.
- Nedjeljko KUJEMDŽIE, La personnalisation des jeunes : Quelle est l'influence de Radiotelevizija Zagreb dans ce domaine ?, blz. 41-42.

- Susan SEIGEL, Les enfants en tant qu'individualités: Deux exemples de programmes pour enfants à la NBC, blz. 43-45.
- Joichi SUGIMORI, Les jeunes Japonais dans la société d'aujourd'hui - "Avec les jeunes".
- Shigeru MURAI, "Images du présent": "Too Much".
- Shiro TAKENAKA, "Université de la terre nourricière", blz. 46-51.
- N.N. De l'idée à l'image. Reflets de la télévision pour les jeunes, blz. 52-56.
- A.A. KOOYMAN, La place des jeunes à la radio-télévision néerlandaise, blz. 57-60.
- Stein Lage STRAND, Faire participer activement les jeunes à la production radiophonique, blz. 61.
- Jean-Marie CARZOU, Les jeunes et la télévision (O.R.T.F.), blz. 62-64.
- Vittoria RUOCCO, Un micro pour les enfants, blz. 65-67.
- Lioni O'MURCHU, Si vous voulez le dire, dites-le, blz. 68-70.

Vol. 23, nr. 1, januari 1972

- Marcel BEZANÇON, Le temps de l'efficacité dans la solidarité, blz. 12-13.
- Yoshinori MAEDA, L'Union Asienne de Radiodiffusion et ce qu'elle représente, blz. 14-17.
- José d'Almeida CASTRO, L'Association Interaméricaine de Radiodiffusion, blz. 18-21.
- Mohamed Said El SAHHAF, Signification de la réunion de Rome, blz. 22-25.
- Gerard MANSELL, Les chaînes radiophoniques de la B.B.C., blz. 29-35.
- Franis MULATINI, Ecrire sur bande: Une expérience italienne pour la formation d'une littérature radiophonique, blz. 36-41.
- Burton PAULU, Un documentaire controversable de la C.B.S. "The selling of the Pentagon", blz. 42-45.
- Robert DITTRICH, Transmissions par satellites spatiaux, blz. 52-58.
- Claude MASAYE, Une nouvelle convention internationale en matière de phonogrammes, blz. 59-68.

vol. 23, nr. 2, maart 1972

- Sebastiano GUARRERA, Participation active des élèves italiens aux émissions de la radio scolaire, blz. 10-14.
- Jésus Garcia JIMENEZ, "Livres RTU", expérience sans précédent à la Télévision espagnole, blz. 15-18.
- Bruno EDERA, Les séries de films d'animation en télévision, blz. 19-25.
- Donald GRATTAN, La BBC et l'Université Ouverte point de vue de la radiodiffusion, blz. 26-32.
- Dieter STOLTE, La télévision dans les années 1970 : analyses, prévisions, objectifs, blz. 33-36.

vol. 23, nr. 3, mei 1972

- Patrick RAMSAY, Contrôle des coûts de la production télévisuelle, blz. 10-13.
- Joseph VIEHÖVER, La violence à la télévision: Remarques à propos d'un débat public, blz. 14-15.
- A.A. KOOYMAN, Un organisme de radiodiffusion néerlandais (V.P.R.O.) et la jeunesse dans la société moderne, blz. 16-18.
- Graham WHITE, La radiodiffusion rurale en Australie. Le service des émissions rurales de l'ABC, son personnel, son public, ses programmes, blz. 19-24.
- Lorna GORDON, La Jamaica Broadcasting Corporation entend servir une nation en voie de développement, blz. 25-27.
- Stanley D. TICKTON, Communication et crédibilités des programmes de radiodiffusion, blz. 28-29.
- Claude MASAUYE, La nouvelle législation luxembourgeoise sur le droit d'auteur : Commentaire, blz. 40-49.
- Robert D. HADL, La nouvelle loi des Etats-Unis sur l'enregistrement sonore, blz. 50-54.

vol. 23, nr. 4, juli 1972

- Robert WANGERMEE, L'évolution de la radio entre 1968 et 1971, blz. 10-19.
- Barrie THORNE, Perception des redevances de radio-télévision et chasse aux auditeurs clandestins, blz. 20-25.
- Pertti HALLIKAINEN, Nouvelles tendances à la radio scolaire en Finlande, blz. 26-29.
- N.N. La Nippon Television Network Corporation: le pionnier de la télévision commerciale au Japon, blz. 30-31.
- John E. KESHISHOGLU, Par câble ou pas par câble ? Evolution et possibilités de la télévision par câble, blz. 32-35.

F I L M

=====

C a h i e r s d u C i n é m a

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

Nr. 236-237, maart-april 1972

- Groupe Lou Sin d'intervention idéologique, "A armes égales", Analyse d'une émission télévisée, blz. 4-29.
- Pascal BONITZER & Serge DANEY, Les théories idéalistes du Cinéma: André Bazin, L'écran du fantasme, blz. 30-41.
- Jean-Louis SCHEFER, Figuration. Sur le "Déluge Universel" d'Uccello, blz. 42-65.
- Joris IVENS & Marceline LORIDAN, La Révolution Culturelle dans les studios en Chine, blz. 67-75.
- N.N., Le Ballet chinois suit un brillant développement (sur "Le Détachement féminin rouge"), blz. 77-81.

Jean NARBONI, Politique et lutte idéologique de classes, intervention 2, blz. 82-85.

Jean-Pierre OUDART, L'idéologie moderniste dans quelques films récents (3). Sur "quatre nuits d'un rêveur" (Bresson): le hors-champ de l'Auteur, blz. 86-89.

nr. 238-239, mei-juni 1972

Groupe Lou Sin d'intervention idéologique, Deux Films: "Coup pour coup", "Tout va bien", blz. 5-25.

TCHEOU HSIUE-LI, Etudions assidûment dans l'intérêt de la révolution, blz. 26-28.

Bertolt BRECHT, Notes sur l'opéra "Grandeur et décadence de la ville de Mahagonny", blz. 28-33.

Groupe Dziga-Vertov, Sur les Films du "groupe" (1), blz. 34-39.

Groupe Dziga-Vertov (J.-P. GORIN), Bande paroles de "Luttes en Italie", blz. 40-57.

Dziga VERTOV, L'amour pour "l'homme vivant", blz. 58-63.

Jacques AUMONT, Comment on écrit l'histoire. Sur "Les Camisards" (René Allio), blz. 64-71.

François REGNAULT, "Les Camisards" et le film d'histoire, blz. 71-74.

Pierre BAUDRY, Notes sur les questions du réalisme (2). Figuratif, matériel, excrémental, blz. 75-83.

Pascal KAME, Relecture du cinéma hollywoodien, "Sylvia Scarlett", blz. 84-90.

nr. 240, juli-augustus 1972

Groupe Dziga-Vertov, Sur les Films du groupe (2), blz. 4-9.

Pierre BAUDRY, La critique et "Tout va bien", blz. 10-18.

Groupe Dziga-Vertov (J.-L. GODARD, J.-H. ROGER), Bande paroles de "Pravda", blz. 19-30.

Groupe Dziga-Vertov (J.-L. GODARD, J.-P. GORIN), Bande paroles de "Vent d'Est", blz. 31-50.

Pierre BAUDRY, Les aventures de l'Idée (sur "Intolerance" (1)), blz. 51-59.

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

Published by the University of California Press, Berkeley,
California 94720. Editor : Ernest Callenbach.

Vol. XXIV, nr. 2, winter 1970-71

HENDERSON, B., Toward a non-bourgeois camera style, blz. 2-14.

MAC BEAN, J.R., See you at Mao; Godard's revolutionary 'British Sounds', blz. 15-23.

FARBER, S., Movies behind the barricades, blz. 24-33.

NULF, F., Pirandello and the cinema, blz. 40-47.

CONRAD, R., Diaries of two chambermaids, blz. 48-51.

Vol. XXIV, nr. 3, spring 1971

SHEDLIN, M., Conrad Hall: an interview, blz. 2-11.

CALLENBACH, E., Recent film writing - A survey, blz. 11-32.

HENDERSON, B., Two types of film theory, blz. 33-42.

Vol. XXIV, nr. 4, summer 1971

MELLEN, J., Fascism in the contemporary film, blz. 2-19.

McBRIDE, J., Stepin Fetchit talks back, blz. 20-26.

MAC BEAN, J.R., The 'Ice'-Man cometh no more : he gave his balls to the revolution, blz. 26-33.

PETRIE, G., Eric Rohmer: an interview, blz. 34-41.

CALLENBACH, E., The unloved one : crisis at the american film institute, blz. 42-54.

Vol. XXV, nr. 1, fall 1971

WEINER, B., Radical Savening : An interview with Emile de Antonio, blz. 3-15.

BELTON, J., The crucified lovers of Mizoguchi, blz. 15-19.

LUCIANO, D., Long day's journey into night: an interview with Sidney Lumet, blz. 20-29.

BRAUDY, L., The difficulties of 'Little Big Man', blz. 30-33.

RICHARDSON, B., Women, Wives, Film-makers: an interview with Gunvor Nelson and Dorothy Wiley, blz. 34-40.

Vol. XXV, nr. 2, winter 1971-1972

SITTON, R. (e.a.), Fight power with spontaneity and humor an interview with Dusan Makavejev, blz. 3-9.

KENNEY, R.L., American cinematic form, blz. 1-19.

MAC BEAN, J.R., Rossellini's materialistic Mise-en-Scène of 'La prise de pouvoir par Louis XIV', blz. 20-29.

PROKOSH, M., Bresson's Stylistics revisited, blz. 30-32.

DEMPOEY, M., War as movie theater - Two films, blz. 33-36.

STEVENS, G., About the american film institute, blz. 36-42.

Vol. XXV, nr. 3, spring 1972

MAC BEAN, J.R., "Sex and Politics. Wilhelm Reich, World Revolution, and Makavejev's W.R.", blz. 2-13.

DEMPSEY, M., "The world of Ken Russel", blz. 13-25.

GEORGAKAS, D., "They have not spoken : American Indians in film", blz. 26-32.

Vol. XXV, nr. 4, summer 1972

SHEDLIN, M., "Police Oscar : The French Connection", blz. 2-10.

CHAPPETTA, R., "The meaning is not the message", blz. 10-18.

HENDERSON, B., "The structure of Bazin's thought", blz. 18-27.

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

International Film Quarterly, British Film Institute,
81 Dean Street, London W1.

Vol. 41, nr. 2, lente 1972

Philip STRICK & Penelope HOUSTON, Interview with Stanley Kubrick, blz. 62-66.

George COULOURIS & Bernard HERRMANN with Ted GILLING,
The Citizen Kane Book, blz. 71-73.

Tom MILNE, Countries of the Mind, blz. 74-77.

Joseph McBRIDE, The Director as Superstar, blz. 78-81.

Neville HUNNINGS, The Film Industry and the EEG, blz. 82-85.

Tom MILNE, Not a Garbo or a Gilbert in the Bunch : on Interview with Alan Pakula, blz. 88-93.

James Paul GAY, Red Membranes, Red Banners, blz. 94-98.

David WILSON, Anti-Cinema: Rainer Werner Fassbinder, blz. 99-100.

John Lindsay BROWN, Pictures of Innocence, blz. 101-103.

Judy ADAMSON, Graham Greene as film critic, blz. 104-106.

Vol. 41, nr. 3, zomer 1972

Richard ROUD, Tout va Bien, blz. 122-124.

Jonathan ROSENBAUM, Theory and Practice : the Criticism of Jean-Luc Godard, blz. 124-126.

David WILSON, Verceremos ! : aspects of Latin American political cinema, blz. 127-131.

Lawrence SHAFFER, The Wild Bunch versus straw Dogs, blz. 132-133.

Penelope HOUSTON & John GILLET, Kanin Talking : an interview with Garson Kanin, blz. 134-139.

Julian JEBB, Truffaut: the educated heart, blz. 144-145.

Richard ROUD, Last Tango in Paris, blz. 146-148.

Elizabeth SUSSEX, The Golden Years of Grierson, blz. 149-153.

Penelope HOUSTON, Richard ROUD & John Russel TAYLOR,
Festivals 1972: Cannes and Tehran, blz. 154-157.

Dennis J. CIPNIC, Andy Warhol: Iconographer, blz. 158-161.
Elliot STEIN, Capra Counts his Oscars, blz. 162-164.
Neville HUNNINGS, Copyright and the Pirates, blz. 165.

I N G E Z O N D E N

VIERDE VLAAMS CONGRES COMMUNICATIEWETENSCHAP

De vierde uitgave van het Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap, beurtelings georganiseerd door de departementen communicatiewetenschappen van de universiteiten te Gent en te Leuven, had begin deze lente plaats te Gent. Het congressthema: "De massamedia: evenwichtig spiegelbeeld van onze samenleving?" werd ingeleid door Prof. Dr. T. Luykx en uitgewerkt door de professoren P. Kluyskens en L. Meerts (ook hoofdredacteur Gazet van Antwerpen) voor de krant en door de professoren K. Hemmerrechts en J. Briers (terzelfdertijd ook nog omroepfunctionarissen) voor de radio en de televisie. Het onderwerp was uiteraard een zaak waar de beoefenaar van de communicatiewetenschappen, de praktizerende journalist, de lezer van de persorganen, de radioluisteraar en de televisiekijker ten nauwste bij betrokken is. De vraagstelling was bovendien bijzonder actueel nu ook in België aan de toenemende informatiebehoefte blijkt voldaan te worden door een inkrappend aantal kranten die om uitzicht op voortbestaan te behouden veelal opgenomen worden in grotere concernverbanden terwijl de monistische tendens in de (staats-)omroep groot blijft. Maar wie na afloop zich verbeelde dat hij nu alles wist, vergiste zich deerlijk. Het congres kwam - ook volgens de verslaggevers in de krant - nauwelijks uit de grondverf.

Onder de titel "Leve het gezwam, wij academici, leven ervan" wensen Johan Vande Loock (student Bijzonder Diploma), Jan Peumans, Gie Van Rompaey en Jan Servaes (studenten 2de kand. CeCoWe) onderstaande kanttekeningen te maken bij dit congres.

De redactie.

Leve het gezwam, wij academici, leven ervan.

Dit had inderdaad de titel kunnen zijn van een nieuw nederlands kabaretprogramma. Spijtig genoeg is het enkel het trieste motto, waaronder wij het Vierde Vlaams Kongres voor Kommunikatiewetenschap zouden willen plaatsen. Het had wel iets weg van kabaret, al waren de grapjassen op het podium de leeftijd, waarop men dergelijk genre pleegt te beoefenen, wel flink ontgroeid. Toch slaagden ze erin vooral het jongere publiek geregeld een lach te ontlokken. Enkele van de meest geslaagde grappen mogen en willen wij U, dierbare lezer, niet onthouden :

- "Deze nieuwe rol van de geschreven pers is geen utopie indien de krantendirekteurs boven hun kommerciële belangen, het algemeen belang van hun lezers en van de samenleving stellen" (Prof. Dr. P. Kluyskens - RUG).
- "De krant moet de gemene deler ontdekken die het spiegelbeeld van de samenleving onaangetaast laat doch het bevrijdt van al hetgeen het kunstmatig deformeert, nl. het negatief nieuws, de sensatie, de uitspattingen van bepaalde minderheden die door agressiviteit in de kijker willen komen" (Prof. Dr. P. Kluyskens - RUG).
- "De journaals vormen de politieke belangstelling van de bevolking" (Prof. Dr. J. Briers - RUG).

Dit klinkt allemaal nog erg flauw vergeleken met de subtiele, maar rake interventies van Prof. Dr. T. Luykx, die met een bewonderenswaardige academische kalmte en sereniteit het spektakel leidde en alle ontaarding ervan krachtig de pas afsneed: "Dit moet een waardige discussie worden, geen vrije vergadering!" - "Zwijg jongen, ge hebt al eens het woord gehad!"

Genoeg gelachen. Laten we nu eens op een "positief-kritische" en "objectief-wetenschappelijke" manier de voornaamste tekortkomingen van dit kongres ontleden en er een mogelijk alternatief voor in de plaats stellen. Anders krijgen we weer het overbekende verwijt naar onze kop dat we alleen maar afbreken en nooit opbouwen.

1. Het onderwerp van dit kongres was veel te abstrakt en te veelomvattend om het in enkele uren tijd afdoend te kunnen behandelen. Dit had dan ook voor gevolg dat de vier referenten naar hartelust de ons allen overbekende en nietszeggende algemeenheden konden spuien, in de aard van: "We leven in een maatschappij van de kommunikatie" - "De informatie is als het ware het zenuwstelsel geworden van het moderne leven" (Prof. Dr. L. Meerts).

"Meer dan de audiovisuele media kan de geschreven pers de mens behulpzaam zijn, een leidraad worden, bij het korrekt uittekenen van het wereldbeeld".

"De krant is het scharnier tussen publiek en aktualiteit" (Prof. Dr. P. Kluyskens).

Prof. Meerts gaf op het einde van zijn serene, maar sterk aan de oppervlakte blijvende voordracht, zelf toe dat hij "slechts enkele vragen had willen stellen en enkele oriëntaties had willen aangeven voor verdere overdenking en studie". Vragen waarop geen enkel antwoord kwam, ten eerste omdat ze erg kompleks zijn en dus een grondige voorstudie vergen en ten tweede omdat ze vatbaar zijn voor subjectieve interpretatie en het antwoord erop mede bepaald wordt door de eigen maatschappijvisie.

Als een kongres alleen maar dient om dergelijke vragen, waarvan de meeste al tientallen keren gesteld zijn, nog eens op te werpen, dan is het volgens ons volslagen nutteloos er nog één te houden. Tenzij zo'n kongres aan ouwe bekenden de gelegenheid moet bieden elkaar nog eens te zien en eens lekker te gaan vreten. Voor ons mag dit wel, maar laten we het dan alsjeblief niet meer de pompeuze naam geven van "Vierde Vlaams Kongres voor Kommunikatiewetenschap".

Al dit oeverloos gezwam had toch gemakkelijk kunnen vermeden worden indien men als thema van de bijeenkomst een konkreet, duidelijk afgeperkt onderwerp uit een deelgebied van de kommunikatiwetenschap had gekozen.

Enkele voorstellen :

- In hoeverre moet de joernalist de ideologisch-politieke lijn van zijn blad volgen ?
- De opinie-weekbladen in België.
- De mogelijke gevolgen voor de geschreven pers van een eventuele invoering van de TV-reklame.
- De film (of de roman) als kommunikatiemedium.
- De censuur op de BRT.

2. Wanneer men een bepaald facet van het kommunikatiegebeuren zou willen onderzoeken, kan men degelijk geïnformeerde mensen uit de praktijk en wie weet, misschien studenten, aan het woord laten. De mensen, die naar dergelijke kongressen komen, zouden zich een weliswaar gedetailleerd maar degelijk beeld van het probleem kunnen vormen en achteraf voldoende stof tot discussie hebben.

3. Er was ook veel te weinig tijd gereserveerd voor discussie (2 x 3 kwartier), die dan nog op een ellendige manier was georganiseerd (handje opsteken en rechtstreeks vanuit de zaal een vraag stellen aan de heren op het podium). Dit bracht natuurlijk mee dat slechts enkele mensen een vraag konden en durfden stellen, waarop de zogenaamde specialist alleen een heel summier, en in sommige gevallen zelfs geen antwoord kon geven. Mogelijkheid om verder op dit antwoord in te gaan, was er niet, aangezien men vlug, vlug een andere vraagsteller het woord wou geven. Noot : Dat de heer Briers hierbij de meest agressieve vragen en stekelige opmerkingen te inkasseren kreeg, vloeide voort uit het ons verheugende feit dat hij, in tegenstelling met de andere sprekers, een vrij konkreet betoog gehouden had. Het kwam ongeveer hierop neer dat de massamedia, en vooral de audiovisuele, volgens hem teveel "negatief" nieuws brengen en te weinig "positief" nieuws. Een duidelijke, konkrete stellingname dus, waarbij natuurlijk niet iedereen in de zaal zich kon aansluiten, vooral omdat 'positief' en 'negatief' in deze kontekst duidelijk gevoelsgeladen termen zijn en zeker geen aanduidingen voor algemeengeldige kategorieën.

Om aan dit euvel te verhelpen zou men zich voor de voorafgaande theoretische uiteenzetting kunnen beperken tot één of ten hoogste twee sprekers die over het te behandelen onderwerp op een bondige en zakelijke manier de nodige informatie geven en de drie of vier konkrete vragen, waarop men een antwoord wil vinden, duidelijk stellen. Daarna zou men het grootste deel van de tijd kunnen reserveren voor discussie in een vijftal gespreksgroepen, die allen dezelfde vragen bestuderen, zodat bepaalde facetten van het probleem, die misschien door de ene groep verwaarloosd worden, waarschijnlijk wel door een andere groep zullen behandeld worden.

4. Men kan deze nochtans goed bedoelde kritiek naast zich neerleggen met de woorden : "Och, het zijn weer eens die studenten." Inderdaad het waren weer eens studenten die herrie schopten, omdat de competente mensen die meer van de zaak zouden moeten afweten, hun mond niet meer opendoen. Deze mensen rechtvaardigen hun houding met de nietszeggende woorden 'wat kan men eraan veranderen !', maar typisch is dan toch wel dat men in de wandelingen de mond vol had met kritiek. We kunnen deze Vlaamse neiging alleen maar spijtig vinden, maar ach, het was toch ook het "Vierde VLAAMS Kongres voor Kommunikatiewetenschap".

Indien het volgende kongres rekening wil houden met onze opmerkingen en de zaken op een degelijke manier wil aanpakken, zal het wellicht eindelijk eens tastbare resultaten opleveren, waarmee de mensen uit de praktijk iets kunnen aanvangen.

Johan Vande Loock,
Jan Peumans,
Gie Van Rompay,
Jan Servaes.

A G E N D A

AgendaCONGRES OVER AUDIO-VISUELE MIDDELEN

Onder de titel Agora 72 belegt het Nederlands Cultureel Contact op 20-21 december 1972 in Groningen een congres over audio-visuele media. Aan de orde komen de kabeltelevisie en -radio, en het educatieve en instructieve gebruik van de media.

Inlichtingen : Nederlands Cultureel Contact,
Huis Randenbroek,
Amersfoort - tel. 03490-21964.

BERICHTEN UIT HET CE.CO.WE.

G A S T H O O G L E R A A R

Professor D. Ray HEISEY van de School of Speech, Kent State University zal gedurende het eerste semester van het academiejaar 1972-73 op uitnodiging van de richting "Communicatiewetenschap" twee gastcolleges geven. De onderwerpen die hij zal behandelen zijn "Communication and international understanding" en "Persuasion in social and political conflict". Deze colleges kunnen door de licentiestudenten als keuzevakken in hun curriculum opgenomen worden.

P E R S O N A L I A

- Dr. L. BOONE en Dr. G. FAUCONNIER werden met ingang van 1 oktober 1972 bevorderd tot hoogleraar.
- H. DE SCHUYTENEER, oud-student, is Nederlandstalig laureaat van de "Prijs voor de Periodieke Pers" die dit jaar voor de eerste maal werd uitgereikt.
- J.P. GROOTAERS, oud-student, werd benoemd tot directeur van "Pers en Voorlichting" van de K.U.L.
- Prof. Dr. J.M. PETERS publiceerde :
 - "De roman als Kommunikatiemiddel", in : Ons Erfdeel, 1972, nr. 3, p. 70-77.
 - "Die Struktur der Filmsprache", in : Theorie des Kinos, Suhrkamp, Frankfurt 1972.
 - De artikelen : "Filmkunst en filmesthetiek", "Taal van de film", "Onderwijsfilm" in : Foto en Film encyclopedie, Focus Elsevier, Amsterdam 1971.
- Prof. Dr. L. MEERTS :
 - hield op 22 maart 1972 voor het Vierde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap aan de Gentse Rijksuniversiteit een lezing over : "De massamedia, evenwichtig spiegelbeeld van onze samenleving ? (meer bijzonder in verband met de geschreven pers)".

- nam op 6 en 7 mei 1972 deel aan de samenkomst te Graz (Oostenrijk) van de Algemene Raad van de Internationale Katholieke Unie van de Pers. Hij zat er de vergadering voor waar gehandeld werd over de mogelijke thema's voor het Wereldcongres van de Internationale Katholieke Unie in 1974.
- P. MARCK :
- hield op 3 maart 1972 bij PRIM te Mechelen een spreekbeurt over de doelstellingen van public relations.
 - werd op 4 mei 1972, tijdens de Algemene Vergadering van het Europees Centrum voor Public Relations (CERP) te Brussel, verkozen tot onder-voorzitter van het CERP.
 - nam op 13 juni 1972 deel aan een vergadering van de werkgroep Public Relations van de Europese Landbouwconfederatie (CEA) te Amsterdam.
 - leverde voor een speciaal aan public relations gewijd nummer van Reflets et Perspectives een artikel met als titel: "Le professionnel des relations publiques, sa formation, sa carrière".
- H. VAN PELT :
- publiceerde :-"Het tweede televisienet voor opvoeding", in De Spectator, Brussel, nr. 2, 8 januari 1972, blz. 20-21.
 - "Brandpunt op eigen gras" in Studio, KRO, Hilversum, 27.2-4.3.1972, blz. 27.
 - "Naar een nieuwe Belgisch-Nederlandse omroep-samenwerking, in Ons Erfdeel, 15e jg., nr. 2, maart 1972, blz. 142-144.
- Was van nabij betrokken bij de voorbereidingen van de eerste KRO-Brandpunt-televisie-uitzending vanuit België (Antwerpen, 28 januari 1972).
- J. VAN HEDDEGEM :
- nam op 29 en 30 maart 1972 deel aan het symposium "Audiovisuele media in het natuurwetenschappelijk Onderwijs en onderzoek" aan de Katholieke Universiteit te Nijmegen.
 - werkte mee aan het college "Kritiek van de Informatie" voor de licentiestudenten Criminologie (2e semester, 1971-72).

- H. VAN PELT en J. VAN HEDDEGEM :
 - namen op 23 maart 1972 te Brussel deel aan een door de B.R.T. ingerichte studiedag over "Open Universiteit".
 - brachten op 9 mei 1972 een werkbezoek aan de Stichting Film en Wetenschap te Utrecht.

 - W. VAN DER BIESEN en H. VAN PELT :
 - begeleidden de studenten tweede kandidatuur bij een studiebezoek aan de Ned. Omroepstichting te Hilversum en het dagblad "De Tijd" te Amsterdam (9-11 febr. 1972).

 - Studenten, docenten en assistenten bezochten op 16 maart 1972 het Internationaal Perscentrum te Den Haag en woonden de opname van het N.O.S.-T.V.-programma Kort Geding over "Overheidssteun aan kranten" bij.
-

NIEUWE PUBLICATIES

In juli 1971 werd gestart met een nieuwe reeks kleinere publicaties : "Werkdocumenten".

- Nr. 1 : Prof. Dr. J.M. PETERS, Fictioneel beeldamusement. (Het amusementskarakter van bioscoop- en televisiefilms). - 50,- Fr.
- Nr. 2 : Dr. L. BOONE, Massamedia en interpersonale communicatie. (Kritische evaluatie van de hypothese van het "tweefasig" communicatieverloop en van de zgn. "opinion leaders"). - 95,- Fr.
- Nr. 3 : Dr. R. LINDEKENS, Inleiding tot een analyse van boodschappen volgens structurele linguïstische methode. - 95,- Fr.

Zal in 1972 nog verschijnen :

- Nr. 4 : Dr. R. LINDEKENS, Vergelijkende analyse van de narratieve structuren in twee radionieuwsberichten (BRT en RTB).

Bestellingen van een of meer nummers uit deze reeks of intekening op de hele reeks kunnen gericht worden aan CeCoWe, Van Evenstraat 2A, 3000 Leuven.

In de reeks "Bibliotheek voor Communicatiewetenschappen" verscheen :

- Prof. Dr. J.M. PETERS, Theorie van de Audiovisuele Communicatie, Leuven, 1971, prijs 395,- Fr.

Ook dit werk kan besteld worden bij CeCoWe, Van Evenstraat 2A, 3000 Leuven.

VROEGERE PUBLICATIES

De Raad besliste de vroegere publicaties van het Centrum - voor zover voorradig - tegen gereduceerde prijzen ter beschikking te stellen :

Prof. N. DE VOLDER : Journalisme en Opvoeding in de U.S.A. (1950)	40,- Fr.
Prof. N. DE VOLDER : Ethiek van de Pers, 1952	70,- Fr.
Prof. N. DE VOLDER : De Communistische Propaganda, 1957	uitgeput
Prof. N. DE VOLDER : Sociale Geschiedenis van België	
- deel I	70,- Fr.
- deel II	80,- Fr.
Dr. G. FAUCONNIER : Structuur, werking en organisatie van het Reclamebedrijf in België, 1962	(1)
F. VANSTREELS : De Communistische landen in de Belgische Pers, 1963	100,- Fr.
A. HENDRIKS & A. BENOIT : Schrijven voor de Televisie, 1963	50,- Fr.
Prof. Dr. A. BREYNE e.a. : Democratie en Vrije Voorlichting, 1964	75,- Fr.
L. BOONE : Neutraliteit en Objectiviteit in BRT-berichtgeving, 1964	60,- Fr.
G. HAESENDONCK & F. VANSTREELS : Het omstreden pers-overzicht in de B.R.T., 1964	50,- Fr.
Prof. Dr. N. DE VOLDER e.a. : TV-kijken en Programma-keuze, 1964	90,- Fr.
Prof. Dr. N. DE VOLDER e.a. : Regionale Informatie-weekbladen, 1965	50,- Fr.
W. VAN DER BIESEN : T.V. en Politieke Voorlichting, 1965	50,- Fr.

(1) Dit werk werd uitgegeven en is verkrijgbaar bij Uitgeverij Boekhandel VANDER (voorheen Uystpruyst), Muntstraat, 3000 Leuven.

Dr. L. BOONE :	De sociaal-politieke betekenis van de Radio-berichtgeving, 1966	150,- Fr.
A. LE ROY :	Structuur en functies van een Regionaal Weekblad, 1967	100,- Fr.
Prof. Dr. J.M. PETERS :	Fotografie, Film, Televisie, 1968	(1)
Prof. Dr. A. BREYNE :	Communicatiewetenschap 1968, 1969	50,- Fr.
Prof. Dr. J.M. PETERS e.a. :	Bijdragen tot de Communicatiewetenschap, 1970	150,- Fr.
X.	Jeugd en Pers. Onderzoek naar de belangstelling voor het dagblad bij de Belgische jeugd van 16 t/m 20 jaar, 1970 (2)	300,- Fr.
Dr. G. FAUCONNIER :	Krant en Omroep, 1971	50,- Fr.

Bestellingen van boeken uit bovenstaande lijst kunnen eveneens gericht worden aan CeCoWe, Van Evenstraat 2A, 3000 Leuven.

(1) Dit werk werd uitgegeven en is verkrijgbaar bij Uitgeverij De Nederlandse Boekhandel, St-Jacobsmarkt 7, 2000 Antwerpen.

(2) Deze studie verscheen ook in het Frans : Les jeunes et la Presse. Enquête sur l'attitude des jeunes de 16 à 20 ans à l'égard des journaux en Belgique, 1971 : 300,- Fr.