

informatiebulletin

ce. co. we. 4.74.4

het bedrijfsfonds voor de pers
in nederland

televisie : een eigen dimensie ?

congres kabeltelevisie

nabeschouwingen

verslagen van de werkgroepen

experiment lokale video

a.v. - wat doen we ermee ?

feiten uit de mediawereld

arbeidsmarkt voor gediplomeerden in de
communicatiewetenschap

de belgische partijtjdschriften

uit de literatuur

uit de tijdschriften

agenda

ce.co.we.-berichten

joan hemels

herman santy

guido fauconnier

johan van heddegem

paul ickx

wim van der biesen

marcel wullaerts

jos de wel

CE.CO.WE.

INFORMATIEBULLETIN

**Drie maandelijks tijdschrift
voor communicatie
en cultuur.**

**Een uitgave van
Centrum voor Communicatie-
wetenschappen,
E. Van Evenstraat 2 A
3000 Leuven.**

Verschijnt 4 x per jaar.

4de jaargang nr. 4

DECEMBER 1974

Hoofdredacteur : W. Van der biesen

Redactiesecretaresse : Mevr. M. Mommens

Kernredactie : G. De Meyer, W. Van der biesen,
L. Van Poecke

Redactieraad : W. De Greef, G. De Meyer, G. Fau-
connier, A. Hendriks, K. Huybrechts,
P. Ickx, P. Marck, J.M. Peters, W. Van
der biesen, J. Van Heddegem, L. Van
Poecke, A. Verhelle

Abonnementen : De abonnementsprijs bedraagt
100 fr. voor een jaargang (4 nummers). De prijs voor
losse nummers is 50 fr. Betaling kan geschieden op
nr. 431-0370171-86 van de Kredietbank te Leuven,
t.n.v. K.U.L., Centrum voor Communicatiewetenschap-
pen, Leuven.

Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij
men een maand vóór het einde van de jaargang op-
zegt.

Alle briefwisseling i.v.m. redactie, administratie, boe-
ken ter recensie, advertenties enz., gelieve men te
richten aan INFORMATIEBULLETIN, Centrum voor
Communicatiewetenschappen, E. Van Evenstraat 2A,
B-3000-Leuven, tel. 016-22.10.70.

Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.
Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

INHOUD 74.4 :

Het bedrijfsfonds voor de pers in Nederland	1
Televisie : een eigen dimensie ?	8
Congres Kabeltelevisie	
Nabeschouwingen	15
Verslagen van de werkgroepen	17
Experiment lokale video	18
A.V. - wat doen we ermee ?	20
Feiten uit de mediawereld	23
De arbeidsmarkt voor gediplomeerden in de communicatiewetenschap	26
De Belgische Partijtijdschriften	28
Uit de literatuur	32
Uit de tijdschriften	35
Agenda	39
Berichten Ce.Co.We.	40

Verantwoordelijke uitgever :

G. Fauconnier, Kleine Geeststraat 40, Sterrebeek.

het bedrijfsfonds voor de pers in nederland

vergif of medicijn voor een verziekt medium?

j. hemels

In West-Duitsland, België en Nederland is de discussie over subsidiëring van de pers door de overheid in een beslissend stadium gekomen of deze fase zelfs al gepasseerd. De regeringen van de Bondsrepubliek en Nederland hebben in beginsel geopteerd voor gerichte steun aan dagbladen die in moeilijkheden verkeren en zich daardoor blootgesteld aan kritiek nog vóórdat de praktische problemen die de principiële bereidverklaring oproepen, opgelost zijn. De Belgische regering zal over de jaren 1973-1975 tegen de 34 miljoen gulden onder *alle* kranten verdelen, waarbij de verdeelsleutel op het ogenblik dat wij dit schrijven nog bij Koninklijk Besluit vastgesteld moet worden.

In dit artikel zullen wij ons beperken tot de Nederlandse situatie en meer in het bijzonder tot de vraag naar de toekomstmogelijkheden van de Stichting Bedrijfsfonds voor de Pers. Om de levenskansen van dit op 16 september 1974 officieel opgerichte instituut te kunnen schatten, is het noodzakelijk eerst over de incubatieperiode en de geboortepijnen uit te weiden. De in Nederland algemeen als serieus denker en schrijver over problemen van de massacommunicatie beschouwde Henk Schaafsma betoogde immers al ruim twee jaar voor de oprichting van het Bedrijfsfonds, dat deze sinds genoemde datum rechtspersoonlijkheid bezittende instelling de pers niet zou kunnen redden (*).

Waarom een bedrijfsfonds ?

Ontwikkelingen in de Nederlandse dagbladwereld met alle kenmerken van een «koude sanering» brachten in de zestiger en het begin van de zeventiger jaren grote beroering teweeg, zowel bij de belanghebbenden als in de openbare meningsvorming. Wij hebben daarvan onlangs een tamelijk uitputtend overzicht en een eerste analyse gegeven in het Duitse vaktijdschrift *Publizistik* (*). Het concentratieproces, dat zich met name in de laatste tien jaar in versneld tempo heeft doorgezet, manifesteerde zich ten onzent voor het eerst indringend in 1959, toen de zelfstandige uitgave van *De Maasbode*, een gerenommeerd katholiek landelijk dagblad dat sinds 1868 te Rotterdam werd uitgegeven, moest worden gestaakt wegens een verliesgevende exploitatie. Dit is het schoolvoorbeeld, zo concludeerde de Persraad in 1968, van een krant die de strijd om het bestaan moest opgeven en ingevolge een fusie-overeenkomst geheel in een concurrerend sterker dagblad (in dit geval *De Tijd*) opging. Van dit toen sterkere en oudere (1845) blad verscheen op 31 augustus 1974 intussen ook het laatste nummer.

Schoolvoorbeelden zijn er sinds 1959 wel meer geweest : we hoeven slechts te herinneren aan de fusie van de *Nieuwe Rotterdamse Courant* (Rotterdam) en het *Algemeen Handelsblad*

(Amsterdam) tot een «nieuwe» krant *NRC Handelsblad* met ingang van 1 november 1970. Als gevolg van de tegenwind met af en toe stormstoten die speciaal de levensbeschouwelijk geprofileerde landelijke dagbladen bleven kwellen en teisteren, moest het socialistische *Vrije Volk* zich terugtrekken op de regio Rotterdam, een populaire en meer algemene redactionele formule adopteren en een nieuwe eigenaresse gedogen. In november 1967 waren de formele banden met de (socialistische) Partij van de Arbeid (PvdA) verbroken, zodat de hoofdredacteur voor zijn beleid niet langer verantwoording schuldig was aan het tweejaarlijkse congres van de PvdA. Het sinds enige jaren uitgegeven *Algemeen Ochtendblad* was daarna spoedig opgeheven en in de in maar liefst 42 edities verschijnende avondkrant was het mes gezet. De uitgeefster, de NV De Arbeiderspers, waarvan de aandelen in handen waren van de met de socialistische beweging verbonden instellingen het Nederlands Verbond van Vakverenigingen (NVV) en de NV De Centrale Verzekeringssbank, was in 1970 geheel ontmanteld ; het hoofdgebouw in Amsterdam is inmiddels afgebroken. Het op Groot-Rotterdam teruggeworpen *Vrije Volk*, waarvan de succesvolle televisiejournalist Herman Wigbold op 1 januari 1971 hoofdredacteur was geworden, kwam in handen van de meer progressieve NV De Perscombinatie in

Amsterdam (uitgeefster van onder meer Het Parool, De Volkskrant en vanaf 1 januari 1975 ook Trouw) en de meer conservatieve Nederlandse Dagbladunie (NDU) in Rotterdam (uitgeefster van onder meer NRC Handelsblad en Algemeen Dagblad). Het Vrije Volk verkoopt sindsdien wel vlotter, maar het heeft zijn betekenis als landelijk socialistisch dagblad daarvoor moeten offeren op het altaar van Mercurius.

De idee van een bedrijfsfonds voor de pers

Van een bedrijfsfonds voor de pers wordt onzes inziens voor het eerst melding gemaakt in een op 29 januari 1968 door de Persraad uitgebracht en later gepubliceerd «Advies Concentratie in de Dagbladpers». Hierin deed het adviesorgaan van de regering in zaken die de pers betreffen de suggestie onmiddellijk een onderzoek te laten verrichten naar de mogelijke instelling door de bedrijfstak (cursive-ring van de auteur) van een fonds dat te zijner tijd de steun aan speciaal de marginale dagbladondernemingen geheel of gedeeltelijk zou kunnen overnemen. Selectieve steun vanwege de overheid werd «technisch moeilijk uitvoerbaar» en «ook moeilijk aanvaardbaar» genoemd. «Het zou,» aldus de Persraad in haar overweging, «het algemeen beeld van de situatie ten goede komen, indien niet slechts gerekend werd op tegemoetkomingen van overheidswege, maar als ook de bedrijfstak zelf zich zou beijveren om de diversiteit in de meningsvorming op haar wijze en met haar middelen zoveel mogelijk te bevorderen» (*). Overigens zag de Persraad, de situatie anno 1968 beoordelend, geen reden de overheid op dat moment te adviseren tot directe subsidies aan dagbladen. De publieke functie van de pers zou toch nog van die aard zijn, dat deze vorm van bijstand het vermoeden van afhankelijkheid of de suggestie van invloed van de overheid zou oproepen. De te overwegen indirecte faciliteiten voor de gehele dagbladpers, later ook wel aangeduid als de «generieke maatregelen», zouden in het algemeen aan de gehele bedrijfstak, dus ook aan de «rijkere» kranten ten goede moeten komen.

De gedachte van een bedrijfsfonds

raakte niet in de vergetelheid, omdat de minister van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk in mei 1968 een interdepartementale commissie «Concentratie-tendensen in de pers» installeerde, met als opdracht zich te beraden over het advies van de Persraad. Precies twee jaar later bracht de commissie een rapport uit, waarin onder meer gewezen werd op de mogelijkheid om, naar analogie met de Nationale Investeringsbank, een bedrijfsfonds voor de pers te stichten met een driedelig doel :

- het verstrekken van leningen voor investeringen ;
- het financieren van onrendabele toppen ;
- het gedurende beperkte tijd bijdragen in exploitatiekosten van bepaalde dagbladen.

Het fonds zou de nodige financiële middelen moeten verkrijgen door het heffen van opcenten op de tarieven van de Stichting Ether Reclame (STER) en door bijdragen van de bedrijfstak zelf (*). Dit laatste onderdeel van het financieringsvoorstel heeft de toenmalige regering-Biesheuvel al medio 1970 tot dode letters gemaakt door te kiezen voor een heffing van vijf procent toeslag op de tarieven van de STER. Sinds 1 januari 1973 kwam op deze wijze jaarlijks bijna zes miljoen gulden in het fonds-in-oprichting ; bovendien heeft de regering-Biesheuvel een reeds voor de pers gereserveerd bedrag van vijf miljoen gulden uit de opbrengst van de etherreclame over 1972 in het fonds gestort.

Met de officiële instelling van het bedrijfsfonds maakte dezelfde regering echter zo weinig haast, dat P.J. Engels, lid van de Tweede Kamer voor de Katholieke Partij (KVP), op 9 september 1970 een motie indiende die in de Kamer de meerderheid haalde. In deze motie drong de volksvertegenwoordiging bij de regering aan op de instelling van een commissie die de wenselijkheid en de mogelijkheden van een bedrijfsfonds voor de pers zou moeten gaan bestuderen.

Het water was een niet exact te bepalen deel van de Nederlandse dagbladpers tot de lippen gestegen, toen op 1 april 1971 minister mevr. dr. M. A.M. Klompé (Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk) de Commissie Bedrijfsfonds voor de Pers installeerde. Naar de voorzitter, de Amsterdamse emeritus-hoogleraar prof. mr.

dr. M. Rooij, werd deze breed samengestelde commissie al spoedig als de «commissie-Rooij» aangeduid.

Grondig rapport van de commissie-Rooij

Al na twee maanden werken, namelijk op 2 juni 1971, publiceerde de commissie Rooij een interimrapport om de toen opgetreden kabinet(s)in-formateur te laten meedenken over de persproblematiek (*). Daarop verliepen de werkzaamheden van de commissie moeilijker. De nieuwe regering-Biesheuvel van christelijken en liberalen met P.J. Engels als minister van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk (CRM), nam een frustrerend afwachtende houding aan inzake de pers en haar moeilijkheden. De commissie-Rooij wachtte eigenlijk op een principiële toezegging van de minister, dat er een bedrijfsfonds zou komen. Eerst op 9 november 1971 liet deze schriftelijk weten, dat de regering kon instemmen met de instelling van een bedrijfsfonds «als een voorziening voor een beperkt aantal jaren» (*).

Een jaar na de installatie bracht de commissie op 7 maart 1972 het eindrapport uit dat enige weken later gepubliceerd werd (*). Ondanks de kritiek die men spoedig kon beluisteren, blijven wij van mening dat het een even grondig als moedig rapport betrof dat brak met vele voorbeelden van traditioneel denken over de pers mede in relatie tot de andere media (*). Uitdrukkelijk werd het algemeen belang gestipuleerd dat gelegen is in de politieke en culturele diversiteit van de dagbladpers. Op deze grond zou het gerechtvaardigd zijn om het vrije spel der economische en commerciële krachten te beperken. Het rapport noemt de crisis in de pers van structurele aard ; zij zou nog verscherpt zijn door de neergaande conjunctuur en de invoering van de etherreclame op respectievelijk 2 januari 1967 (televisie) en 1 maart 1968 (radio). - Wij kunnen hieraan toevoegen, dat zich bij de in de zestiger jaren reeds sterk gestegen loonkosten in 1974 een verhoging van de papierprijzen met maar liefst 50 procent gevoegd heeft. - De commissie-Rooij sprak zich uit voor een tijdelijk functionerend Bedrijfsfonds voor de Pers, maar plaatste het in het ruimere ka-

der van het overheidsbeleid ten aanzien van de pers in het bijzonder en de massamedia in het algemeen. Dit beleid zou gericht moeten zijn op een beter exploitatief klimaat voor de pers door het treffen van algemene maatregelen ten behoeve van de bedrijfstak in zijn geheel (*). Eerst daarna zouden door tussenkomst van het Bedrijfsfonds herstructureringen van bepaalde dagbladondernemingen met kans op succes kunnen worden doorgevoerd. De commissie was zich ervan bewust, dat de regering juist geen generieke maatregelen wenste en dat zij aan het Bedrijfsfonds slechts een beperkte taak wilde opdragen, namelijk het onder ministeriële verantwoordelijkheid hulp bieden aan kranten in moeilijkheden met uitzicht op behoud of herstel van een rendabele exploitatie binnen een redelijke periode in de vorm van kredietfaciliteiten.

De meerderheid van de commissie-Rooij drong er op aan, dat de regering zou afzien van haar voornemen om de tarieven van de Stichting Ether Reclame (STER) tijdelijk met bijvoorbeeld 5 procent toeslag te verhogen om het Bedrijfsfonds van middelen te voorzien. Liever zag genoemde meerderheid dat de inkomsten gevonden zouden worden door het afkomen van een deel van de opbrengst van de etherreclame zonder tariefverhoging waarvan voor de zwakste kranten een negatief effect gevreesd werd. De regering bleef echter bij haar plan en voerde al met ingang van 1 januari 1973 de toeslag van 5 procent in.

De beslissingsbevoegdheid

Men kan niet zeggen dat de regering-Biesheuvel en de haar opvolgende regering-Den Uyl (vanaf 1973) — hoezeer beide regeringen ook van elkaar verschilden — moeite gedaan hebben om het Bedrijfsfonds te formaliseren. De vertraging moet voor een belangrijk deel, zo menen wij, geweten worden aan het niet kunnen eens worden over de staatsrechtelijke positie van het Bedrijfsfonds. Op 29 juni 1972 nam de Tweede Kamer een motie van de KVP-er P.J.A. van der Sanden aan, waarin gevraagd werd het Bedrijfsfonds een onafhankelijk bestuur te geven met zelfstandigheid in het nemen van beleidsbeslissingen. Op 12 juli deelde de regering de Kamer in

CE.CO.WE.-PUBLIKATIES

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.
(Een kritische balans van de rol der zogenaamde 'Opinion Leaders' en van de hypothese van het tweefasig verloop van communicatieprocessen).
95 fr.
- Nr. 3 : Dr. René LINDEKENS,
Inleiding tot een Analyse van Boodschappen volgens Strukturele, Linguïstische Methode.
95 fr.
- Nr. 4 : F. VLAEMYNCK - Prof. Dr. G. FAUCONNIER m.m.v. G. DE MEYER,
«Het vraagstuk "Leuven" (1968) In de spiegel van de Belgische Pers».
80 pagina's, 150 fr.
- Nr. 5 : Drs. G. DE MEYER,
Het advertentieblad in België
(Een verkennend onderzoek)
139 pagina's, 250 fr.

DOCTORALE PROEFSCHRIFTEN

- Dr. W. Van der biesen : **De verkiezingspropaganda in de democratische maatschappij.** (Een literatuur-kritische studie en een inhoudsanalyse van de verkiezingspropaganda).
Leuven, Ce.Co.We., 1973, gestencild, 661 blz., 375 fr.
- Dr. H. Van Pelt : **De omroep in revisie.** Structurering en ontwikkelingsmogelijkheden van het radio- en televisiebestel in Nederland en België. Een vergelijkende studie.
Leuven, Acco, 398 blz., 395 fr.

CONGRESBROCHURE

- **Kabeltelevisie**, brochure van het congres over kabeltelevisie, gehouden van 1 tot 5 oktober 1974 te Hasselt.
128 blz., 100 fr.

Te bestellen bij het Ce.Co.We.,
E. Van Evenstraat 2A,
3000 Leuven.

een brief mee, de motie te zullen uitvoeren : het Bedrijfsfonds zou bij notariële akte de stichtingsvorm krijgen met een onafhankelijk bestuur. Moest het Bedrijfsfonds in de visie van minister Engels (regering-Biesheuvel) een instelling worden met een bestuur dat een grote mate van zelfstandigheid zou krijgen bij het toedelen van hulp aan noodlijdende kranten volgens algemeen geldende normen, zijn opvolger H. van Doorn stuurde vanaf medio 1973 in de richting van een adviesorgaan, dat bovendien uitsluitend noodlijdende kranten zou moeten helpen en verder geen enkele taak zou mogen krijgen. De regering-Den Uyl heeft als progressieve regeringscombinatie de stelregel aanvaard dat kranten die het naar den vleze gaat of die althans geen verlies lijden, niet hoeven te profiteren van algemene steunmaatregelen. Minister Van Doorn wijkt hiermee ver af van de route die de commissie-Rooij zo zorgvuldig had uitgestippeld. Rooij c.s. stond een ruimere doelstelling (ook het uitvoeren van door de regering te treffen generieke maatregelen) en het daarbij behorende uitgebreide takenpakket (naast de krediet-facilitaire taken ook het jaarlijks onderzoek naar de situatie van de dagbladpers en het entameren van wetenschappelijk onderzoek door wetenschappelijke instituten) voor ogen.

Tijdens een rommelig en door ondeskundigheid inzake persproblematiek gekenmerkt debat in de Tweede Kamer over het verlenen van subsidie aan De Tijd (zes miljoen gedurende drie jaar, mits het aantal abonnees boven de 55000 bleef), werd op 1 februari 1974 een tweede motie van Van der Sanden aangenomen. Daarin werd aangedrongen op het oprichten van de Stichting Bedrijfsfonds voor de Pers, waarvan het bestuur de nieuwe aanvragen voor steun aan individuele bladen zou moeten behandelen. Als nieuwe aanvragen werd niet beschouwd de aangekondigde aanvraag om hulp van het dagblad Trouw/Kwartet ; de Kamer nam er morrend genoeg mee, dat minister Van Doorn al een positieve reactie hierop had toegezegd. Als argumentatie voor zijn voorlopige, door sommigen als eigen-gereid en vanuit het oogpunt van parlementaire democratie minder wenselijk ervaren voorlopige beleidslijn, gaf Van Doorn, dat hij de status quo in

de dagblad- en opinieweekbladpers wilde handhaven totdat hij zijn media-nota gereed en verdedigd zou hebben. Een poging van de minister om ook de Haagse Post als eerste opinieweekblad met geld uit het Bedrijfsfonds-oprichting te helpen, vond in het voorjaar van 1974 geen genade bij de Tweede Kamer.

Het Bedrijfsfonds afgedwongen ?

Men kreeg langzamerhand de indruk, dat Van Doorn eigenlijk helemaal geen Bedrijfsfonds (meer) wilde. Onder druk van de Tweede Kamer en met name de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (NVJ) kreeg het Bedrijfsfonds op 16 september 1974 toch nog een officiële status (de stichtingsakte werd gepasseerd), vervolgens werden op 1 oktober de statuten in de *Nederlandse Staatscourant* nr. 190 (1974) gepubliceerd, werd op 11 oktober de samenstelling van het uit zeven personen bestaande bestuur bekendgemaakt en ten slotte rond Sinterklaas (begin december derhalve) de secretaris benoemd. Voorzitter is drs. J.W. Schoonderbeek, de economisch-adviseur van de vereniging De Nederlandse Dagbladpers, die ook deel uitmaakte van de commissie-Rooij en eigenlijk als enige van de bestuursleden op grond van zijn gebleken deskundigheid voldoende prestige heeft. Een medewerker van de Directie Radio, Televisie en Pers, drs. J.H.J. van den Heuvel, is benoemd tot secretaris.

In de kas zat op het ogenblik van de oprichting een saldo van vijftien miljoen gulden (de eigenaresse van De Tijd schijnt het toegezegde geld niet opgevraagd te hebben). Nog voordat het bestuur van het Bedrijfsfonds aan het werk kon gaan, nam minister Van Doorn het besluit de NV De Christelijke Pers (Trouw/Kwartet) een aanvullende lening van vier miljoen gulden te verstrekken om een reorganisatie mogelijk te maken ; vanaf 1 januari 1975 maakt de NV Christelijke Pers deel uit van de NV De Perscombinatie, die allerlei voorwaarden heeft gesteld ten aanzien van een beperkte exploitatie van Trouw/Kwartet, alvorens tot de fusie bereid te zijn. Goede rekenaars hadden vlug uitgerekend dat de NV De Christelijke Pers door eerder genoten kredieten nog voor 5,1 miljoen in het krijt stond bij

de overheid, zodat de totale schuld op 9,1 miljoen kwam.

De eerste aanvragen waarover het bestuur van het Bedrijfsfonds zich eind 1974 te beraden heeft, betreffen weekbladen, namelijk de Haagse Post (vraagt 1,7 miljoen), De Nieuwe Linie (vraagt 1 miljoen 69 duizend) en De Groene Amsterdammer (vraagt voor een periode van vijf jaar een bedrag van 330 duizend) ; het Nieuw Israëlitisch Weekblad en het zeer rechtse orgaan De Vrije Pers (vraagt 250 duizend gulden) hebben volgens persberichten ook aanvragen ingediend. De oplagecijfers van de drie eerstgenoemde progressieve opinieweekbladen zijn respectievelijk 27000, 19000 en 14500.

Welke criteria spelen een rol, wanneer het Bedrijfsfonds de minister van CRM adviseert over aanvragen van persorganen ? Voor eventuele kredietverlening uit het Bedrijfsfonds voor de Pers komen krachtens de stichtingsakte in aanmerking dagbladen (kranten die zes keer per week verschijnen), nieuwsbladen (kranten die minder dan zes keer per week, niet in koppelverkoop met dagbladen, tegen abonnementsstarief verschijnen) en opinieweekbladen. Deze laatste categorie van persorganen wordt in artikel 2, tweede lid, van de statuten omschreven als : «onafhankelijke weekbladen, die tegen abonnementsstarief en tevens over het gehele land in losse verkoop verkrijgbaar zijn en die de maatschappelijke actualiteit in haar algemeenheid op de voet volgen met analyse, commentaar en achtergrondinformatie in het belang van de opinievorming op staatkundig gebied». Voor alle persorganen die onder genoemde groepen vallen en die voor behandeling van hun kredietaanvraag in aanmerking wensen te komen, geldt dat zij in de Nederlandse taal in Nederland moeten worden uitgegeven en door een zelfstandige redactie op basis van een redactiestatuut worden geredigeerd. (Het behoeft geen betoog, dat de Nederlandse Vereniging van Journalisten NVJ blij is met deze ministeriële erkenning van het tussen uitgever en redactie te sluiten of al gesloten (hoofd-) redactiestatuut. NVJ en de Vereniging De Nederlandse Dagbladpers NDP hebben juist dit jaar overeenstemming bereikt over een model-redactiestatuut. Nog liever was het de journa-

EEN BELANGRIJK WERK !

HENDRIK DE MAN.

Persoon en ideeën

Deel 1 is een **Autobiografie**, gebaseerd op alle autobiografische gegevens, gekozen en gecommentarieerd door Mieke Claëys-Van Haegendoren.

Deel 2 brengt de **Psychologie van het socialisme en Opbouwend Socialisme**, onder redactie van Leo Magits.

In deel 3 behandelt Lode Hancké **De Socialistische Idee** en in deel 4 bespreekt Piet Frantzen **Het Planisme**.

Deel 5 zal een keuze van kleinere, verspreide geschriften bevatten, bijeengebracht door Herman Balthazar.

Deel 6 tenslotte geeft, voor het eerst in het Nederlands **Massificatie en cultuurverval**, ingeleid en van commentaar voorzien door Walter De Brock.

De prijs bedraagt 660,— Fr. per deel bij aankoop van de hele reeks en 700,— Fr. voor losse delen.



SINT-MICHELSSTRAAT 1 - 3000 LEUVEN

listenorganisatie geweest, wanneer zwart op wit de voorwaarde geformuleerd was dat een steun vragende onderneming ook de mening van de redactie(s) en ondernemingsraad of -raden moet overleggen⁽¹⁰⁾.

Kredieten ten laste van het Bedrijfsfonds kunnen worden verleend aan persorganen waarvan het voortbestaan bedreigd wordt en waar kredietverlening door handelsbanken, door de Nationale Investeringsbank of op grond van de — in beginsel voor alle bedrijfstakken geldende — regeling Bijzondere Financiering niet of niet voldoende mogelijk is gebleken. De kredieten worden slechts verleend op basis van een door de verantwoordelijke uitgever ingediend project dat uitzicht biedt op een rendabele exploitatie binnen een redelijke periode.

Het Bedrijfsfonds en de minister worden statutair verplicht tot een tamelijk grote openbaarheid; in publicaties zullen echter geen vertrouwelijke gegevens m.b.t. de aanvragers vermeld worden.

Kritiek op het Bedrijfsfonds

Men kan er, vanuit het oogpunt van parlementaire controle, gelukkig mee zijn dat de beslissingsbevoegdheid uiteindelijk toch bij de minister ligt. De minister kan ter verantwoording geroepen worden voor zijn beslissingen en daarmee ook voor de besteding van de middelen. Bij een onafhankelijk orgaan zou deze controle minder gemakkelijk, echter niet geheel onmogelijk zijn; de minister zou zich namelijk niet voor alle faits et gestes van het bestuur van het Bedrijfsfonds hoeven te disculperen, iets wat de minister van Binnenlandse Zaken al sinds jaar en dag doet, wanneer de volksvertegenwoordiging de Centrale Commissie voor de Keuring van Films ter sprake brengt. Nu de minister volledig verantwoordelijk blijft, lijkt het of het bestuur van het Bedrijfsfonds het moet stellen met een onzes inziens onaanvaardbaar minimum aan criteria en richtlijnen en dat het voorlopig nog weinig zekerheid heeft over de uitkomst van zijn werkzaamheden. Daardoor is het gevaar groot, dat de Tweede Kamer op dezelfde verwerpelijke wijze een dagblad, nieuwsblad of opinieweekblad dat een kredietaanvraag heeft ingediend, gaat «bespreken» op de redactionele inhoud

en met name op de politieke strekking. De fout ligt dan misschien minder in het parlementaire systeem dan wel bij de heren politici die in kwesties die massacommunicatie betreffen, kunnen opereren in «een verontrustende chaos van belangenferen en politieke combines» (B.W. Schaper in *Adformatie* van 14 februari 1974, blz. 2).

Het conservatieve en tegelijk grootste dagblad van Nederland, *De Telegraaf*, heeft op 23 november 1974 in een commentaar op de voorpagina over twee kolommen minister Van Doorn een «verpolitiekte» minister genoemd. «Met het fanatisme dat de ijveraar kenmerkt», aldus *De Telegraaf*, «wil de minister blijkbaar privé-wetten maken», een minister die daarbij «de hele parlementaire democratie aan zijn laars wil lappen». Men kan zijn schouders ophalen over dergelijke van deze krant te verwachten reactie, maar het zou wel eens kunnen zijn dat het tot nu toe gevoerde voorlopige beleid van de CRM-minister op het gebied van de persproblematiek, in de komende maanden ook verzet zal oproepen van gematigder en minder emotioneel reagerende instanties en personen.

De Nederlandse Organisatie van Tijdschrift-Uitgevers (NOTU) heeft het Bedrijfsfonds voor de Pers bij monde van voorzitter mr. L. van Vollenhoven tijdens de jaarvergadering van 19 november 1974 scherp gekritiseerd als slechts bedoeld voor delen van de pers. Veel persorganen die voornamelijk maar zeker niet uitsluitend een creatieve en ontspanningsfunctie vervullen, zouden niet zo in de kou staan, wanneer minister Van Doorn bereid zou zijn ook enige generieke maatregelen van toepassing te verklaren.

Om de gevoelens van de dagbladuitgevers te peilen, kan men terugvallen op een alleszins redelijke «Nota van het NDP-bestuur inzake overheidssteun aan de pers» d.d. 16 januari 1974. In deze nota wordt herinnerd aan de eenstemmigheid in de commissie-Rooij over de noodzaak om het exploitatieve klimaat van de gehele pers te verbeteren en vervolgens wordt ingegaan op de praktische problemen bij de criteria voor individuele steunverlening. De vragen die door de NDP-nota worden opgeroepen zijn door minister Van Doorn niet beantwoord; de NDP pretendeerde niet de antwoorden te kunnen geven, maar

heeft wel serieus geprobeerd er een begin mee te maken en bovendien de minister uitgenodigd om samen verder te werken aan de oordeelsvorming omtrent de uitvoerbaarheid en aanvaardbaarheid van zijn nieuwe beleidsvoornemens.

Een jaar na deze vergeefse poging om de minister te bewegen tot verdere studie, bijvoorbeeld in een werkgroep, lijkt de stemming van belanghebbenden ten aanzien van het Bedrijfsfonds te zijn: «Het is toch maar tijdelijk en baat het niet, het schaadt ook niet». Wie al veel principiële vragen heeft gesteld zonder antwoord te krijgen, kan op een bepaald moment echter wel onverwacht negatief reageren. De minister staat een moeilijk 1975 te wachten.

Voor ons is het een vraag, waarom een zo gereduceerde instelling als het nu in het leven geschopte Bedrijfsfonds nog nodig was naast de Persraad. De minister had er onzes inziens verstandiger aan gedaan de Persraad een uitgebreidere opdracht te geven, in afwachting van een definitief door de volksvertegenwoordiging bediscussieerd en goedgekeurd beleid ten aanzien van de pers in de ruimste zin van het woord en de andere media.

De ontwerp-medianota

De medio 1973 door minister Van Doorn in het vooruitzicht gestelde beleidsnota over het geïntegreerd mediabeleid is sinds 15 november 1974 in ontwerp gereed. Het had voor de hand gelegen wanneer uitsluitend Persraad en Omroepraad exemplaren toegezonden hadden gekregen om adviezen te kunnen uitbrengen. Iedereen die zich enigszins bij het thema betrokken voelt, heeft intussen wel een kopie van het als vertrouwelijk gepresenteerde stuk bemachtigd en vindt zich nu op of is een beetje tevreden onder veel voorbehoud. Wat heeft de bewindsman van CRM bewogen om van een ontwerpbeleidsnota een oneigenlijke discussienota te maken? Volgens persberichten heeft de minister de Raad van Beheer van de Nederlandse Omroep Stichting namelijk al een gesprek over de ontwerpnota voorgesteld. Het vergelijken van de definitieve nota met de ontwerpnota zal te zijner tijd een aardig idee kunnen geven van de inbreng van de

adviesorganen, de pressiegroepen en de belanghebbenden, of juist niet. In dit laatste geval blijft minister Van Doorn zijn eigen weg bewandelen totdat de nota in de Tweede Kamer behandeld zal worden.

De hoofdlijnen uit de ontwerpnota laten zich wat de pers betreft als volgt samenvatten. De minister wil voor 1975 vijf miljoen gulden uittrekken voor zwakke kranten. Steun zullen krijgen: dagbladen waarvan de rentabiliteit beneden een bepaald peil is gekomen en waarbij tevens de verhouding tussen inkomsten uit abonnementen en uit advertenties beneden een bepaald grensgetal is gedaald. Dagbladen die dank zij een grote spreidingsdichtheid en/of een grote oplage wel het hoofd boven water kunnen houden, voornamelijk dank zij een groter advertentieaanbod, zullen niet in aanmerking komen voor advertentie-compensatie.

De minister stelt zich voor de subsidie voorlopig te verstrekken voor drie jaar, te rekenen vanaf 1 januari 1975. Daarna zal worden bekeken of er in de ongelijke concurrentieposities zodanige verandering is gekomen, dat verdere of misschien andere vormen van compensatie nodig zullen zijn.

Het Bedrijfsfonds voor de Pers zal blijven functioneren op de voorwaarden zoals die in de statuten van 1 oktober 1974 vastgelegd zijn. Het niet mogen uitkeren van winst aan derden is nog eens onderstreept.

Verder stelt de minister zich voor de opiniebladen te steunen met het oog op de stijgende papierprijzen.

Waar de minister in zijn ontwerpnota in het geheel niet aan toekomt is de beantwoording van de vraag, hoe de eventuele uitvoering van zijn plannen in de komende jaren zal werken op de gesubsidieerde pers enerzijds en de niet-gesubsidieerde of ondersteunde pers anderzijds. Hij staat wel weer uitvoerig stil bij de grondslag van de beleidsomgeving van algemene steunmaatregelen voor de pers naar individuele steun aan bladen. Aan deze passages kleefde de geur van het Hollandse binnenhuisje: de voor minister Van Doorn schrijvende ambtenaren hebben kennelijk geen weet van de discussies en resultaten van wetenschappelijk onderzoek in andere landen, met name het nabij gelegen West-Duitsland. Zeer recente beschouwingen van de juristen Boukema en Dresen zijn overigens ook beter door-

dacht, geformuleerd en gedocumenteerd⁽¹⁾.

Over het misverstand in de ontwerpnota en elders rond de stichtingsvorm voor dagbladen en de creatie van een zogenaamde «non-profit-sector» valt ook iets te zeggen. In het najaar van 1973 heeft de NVJ de minister voorgesteld door te denken op de mogelijkheid van zo'n sector naast de profit-sector; aanleiding vormde toen de problematiek bij De Tijd en Trouw/Kwartet. Rooij heeft in zijn jongste, mijns inziens door de meeste recensenten bevooroordeeld en daarom slecht gelezen boek scherp gesteld, dat een niet op winstuitkering gericht juridische vorm, de nu weer bejubelde stichting, de dagbladonderneming niet een ander algemeen economisch en bedrijfseconomisch karakter doet krijgen dan de naamloze vennootschap met winstuitkering⁽²⁾. Rooij schrijft mijns inziens zeer terecht, dat de voorstanders van een in onafhankelijkheid van een winststreven of van een sluitende exploitatie uitgegeven kranten niet meer ijveren voor een ander juridisch kleding, maar dat zij het economische karakter van de dagbladexploitatie zelf in het hart willen treffen.

Tegenstanders van deze stellingname zijn er niet in geslaagd of zelfs in gebreke gebleven om aan hun gedachten een zodanige concrete uitwerking te geven, dat hun toetsing op houdbaarheid en uitvoerbaarheid mogelijk wordt. Is dat ook de reden, dat de delegaties van zowel de NVJ als van de grafische bonden zich in de com-

missie-Rooij voorlopig verzoend hebben met de huidige ondernemingswijze produktie van dagbladen e.d.? Ze hebben de aanbeveling gedaan — en Rooij heeft zich daarachter geschaard — het ingewikkelde onderwerp eerst te laten bestuderen door het Bedrijfsfonds voor de Pers. Het Bedrijfsfonds mag in de huidige en toekomstige opzet niet studeren, maar moet handelen. Het mag zich kennelijk ook niet inlaten met de in de NDP-nota gestelde vragen of de kritische noten in een ESB-artikel van bijna een jaar geleden⁽³⁾. In dit artikel stelt de auteur vele vragen aan de orde waarvan minister Van Doorn en zijn ambtenaren kennelijk niet wakker gelegen hebben. Nemen wij als voorbeeld de positie van de adverteerder. De bedoeling van de regering en haar medestanders is de exploitatieresultaten zo nodig minder afhankelijk te maken van de adverteerders door subsidies te verstrekken en daarmee tevens de positie van de lezers te versterken. Aan deze redenering ligt de gedachte ten grondslag dat de moeilijkheden van de dagbladen in sterke mate veroorzaakt zijn door de adverteerders. Men kan deze redenering echter ook omkeren: het verlies van de lezers heeft tot gevolg gehad dat de advertenties teruglopen. De adverteerders zoeken immers lezers. Echter, ook in dit geval kan de juistheid van de argumenten niet worden beoordeeld, omdat weinig onderzoek is verricht naar de oorzaken van het verval van sommige landelijke dagbladen en de groei van andere.

De kwestie is dat minister Van Doorn door een wetenschappelijk niet verantwoord of te verantwoorden geestesprodukt van een afdeling van zijn ministerie de wereld in te sturen, ook al gebeurt dat dan onder het zegel van vertrouwelijkheid, de politici materiaal in handen speelt om stupiditeiten over massacommunicatie te blijven spuien en zelfs uit te lokken. Dat nemen wij hem teneer zo kwalijk omdat wij altijd gehoopt hadden — en we bevonden ons daarbij in redelijk goed gezelschap — dat het Bedrijfsfonds voor de Pers of een Nationaal Instituut voor Studie van Vraagstukken betreffende Massacommunicatie (het instituut zou zeker anders moeten heten.....) eerst zou gaan studeren of zou laten studeren, alvorens met beleidsvoorbereidende werkzaamheden te beginnen.

Schreef de Persraad op 29 januari 1968 niet onomwonden aan de minister van CRM, dat zij dit ministerie niet opgewassen achtte tegen de persproblematiek van dat moment? Economische Zaken zou ook nu nog een handje moeten helpen om de ambtenaren van de beleidsafdeling Pers, Radio en Televisie bijvoorbeeld de zojuist verschenen dissertatie «Marketing in het dagbladbedrijf» door dr. J.P.S. van Neerven diets te maken⁽⁴⁾. Permanente educatie is ook goed voor het ministerie dat deze schone gedachte uitdraagt.

Joan HEMELS

(1) H. SCHAAFSMA, *De problemenrijkdom van een geïntegreerd mediabeleid. Ook het Bedrijfsfonds kan de pers niet redden*. In: Vrij Nederland d.d. 12 augustus 1972.

(2) Joan HEMELS, *Entwicklung und Problematik der niederländischen Tagespresse. Ein Versuch zur Bestandsaufnahme*. In: Publizistik, jrg. XIX (1974), nr. 2, blz. 185-199.

(3) Persraad, Advies Concentratie in de Dagbladpers d.d. 29 januari 1968, blz. 11-12 (kopie in bezit van de auteur).

Zie voor de gedrukte tekst: Concentratie in de dagbladpers 1. Advies van de Persraad aan de minister van CRM, zitting Tweede Kamer der Staten-Generaal 1967-1968, nr. 9571 (19 april 1968).

(4) Concentratietendensen in de dagbladpers 2. Rapport van de Interdepartementale Commissie Concentratietendensen in de Pers, uitgebracht aan de minister van CRM, zitting

Tweede Kamer der Staten-Generaal 1969-1970, nr. 9571 (12 juni 1970).

(5) Commissie Bedrijfsfonds voor de Pers. Memorandum, opgesteld ten dienste van de kabinets(in)formateur, d.d. 2 juni 1971, zitting Tweede Kamer der Staten-Generaal 1970-1971, nr. 11, 326-1.

(6) Vgl. daarvoor Joan HEMELS, *Geïntegreerd massamedia-beleid een utopie?* In: *Historie en perspectieven, jubileumboek AVRO-50*, Hilversum, 1973, blz. 111-121, met commentaren van prof. mr. dr. P.J. Boukema en prof. mr. dr. M. Rooij.

(7) Bedrijfsfonds voor de Pers. Eindrapport van de Commissie Bedrijfsfonds voor de Pers, 's-Gravenhage, 1972.

(8) Zie voor een bespreking onzerzijds De Tijd d.d. 4 april 1972.

(9) Voor een uitvoerige beschouwing over de problematiek van het (geïntegreerd) mediabeleid in Nederland verwijzen wij naar: Joan

HEMELS, *Mediabeleid: een Gordiaanse knoop*. In: *Beleid & Maatschappij*, jrg I (1974), nr. 12, blz. 350-359.

(10) Vgl. H. LOCKEFEEER, *Het Bedrijfsfonds voor de Pers of een vingeroefening voor het echte mediabeleid*. In: *De Journalist*, jrg. XXV (1974), nr. 21, blz. 20-21.

(11) P.J. BOUKEMA, *Overheidssubsidie en persvrijheid*. In: *Anti-Revolutionaire Staatskunde*, jrg. XXXIV (1974), nr. 10, blz. 286-294 en P.R.A.P. DRESEN, *Overheidssubsidie aan persmedia*. In: *idem*, blz. 295-302.

(12) M. ROOIJ, *Kranten. Dagbladpers en maatschappij*, Amsterdam, 1974, blz. 206 e.v., hier blz. 207.

(13) J.D. HILFERINK, *De verzuiling van de pers*. In: *Economisch-Statistische Berichten*, jrg. LIX (1974), nr. 2941, blz. 198-200, hier blz. 199.

(14) J.P.S. VAN NEERVEN, *Marketing in het dagbladbedrijf*, Utrecht/Antwerpen, 1974.

televisie: een eigen dimensie?

Dertien stellingen

h. santy

In juli 1973 zijn wij op het TV-scherm getuige van een dramatisch ongeval op het autocircuit van Zandvoort.

Gedurende de Grote Prijs van Nederland voor Formule 1-renwagens, gaat een renner uit de baan. De wagen kantelt en vat vuur. Een autocoureur staat bij de wagen en zet omstaanders aan om iets te doen. Zelf rukt hij iemand een blusapparaat uit de handen, tracht de vlammen te doven, gooit het apparaat weg. Hij spreekt opnieuw de omstaanders aan, die nog altijd staan toe te zien. Hij gooit zich op de wagen met de bedoeling deze weer op de wielen te krijgen. Niemand steekt een helpende hand uit. De renner geeft zijn pogingen op. De man is duidelijk ten einde raad, vertwijfeld, boos. Het beeld verdwijnt. Later blijkt dat hij een vriend en schoolmakker is van de renner in de auto. De informatie die wij van deze beeldenreeks overhouden is, dat de autorenners in de gekantelde wagen ter plaatse is overleden.

In alle Nederlandse en Belgische kranten wordt in exclusiviteit melding gemaakt van het geval 'Zandvoort'. Er komen artikelen over de veiligheid van Zandvoort en van de circuits in het algemeen. Men schrijft over de verantwoordelijkheid van de koerscommissarissen en in een magazine van de Nederlandse televisie wordt de hele zaak uitvoerig en hard doorgepraat, met alle betrokken personen.

De BRT-sportredactie besteedt meer dan gewone aandacht aan de dood van de Engelse autorenners in Zandvoort: het ongeval was overdag gebeurd, niet ver van de grote tribune. We kregen live-televisie.

Precies een week voordien hadden wij beelden gekregen van drie autowrakken langs het circuit van Francorchamps. De informatie die wij daarvan overhielden was dat de vorige nacht drie autorenners die waren gestart in de 24 uur van Francorchamps, met hun wagen van de baan raakten: twee renners stierven op het circuit, een derde overleed later in het hospitaal. Deze berichten kregen we in het kader van de wedstrijdverslagen. Géén grote commentaren; geen artikelen om nog maar eens de problematiek van de snelheidswedstrijden te stellen. De TV was er niet bij toen de ongevallen van Francorchamps plaatsgrepen, alles gebeurde in de stilte van de nacht.

De autowrakken waren stille getuigen van een gebeuren, op het scherm vertolkt door het contrast tussen de voorbijrazende boliden en de stilstaande wrakken. De hoeveelheid beeld en tekst rond deze twee berichten was omgekeerd evenredig met het aantal doden.

Voegt de TV dan iets specifiek toe wanneer zij de gebeurtenissen onmiddellijk op het scherm brengt, en zo ja waar komt dat vandaan?

Vanuit het medium zelf? Of van bij de kij-

ker? Vanuit de multi-media-approach die eerder door 'interessante' TV-beelden dan door gewone beelden mogelijk wordt? Heeft de TV een eigen dimensie?

«Het is niet bewezen, dat de BBC mensen kan beïnvloeden in een richting die ze zelf niet wensen», zo lezen we elders⁽¹⁾. Kan dan toch alleen het objectief gegeven van de gebeurtenis invloed uitoefenen, of is er misschien helemaal geen invloed van de TV op haar publiek?

Het zijn vragen die ons bezig houden en die ondanks al wat tot nu toe aan onderzoek is verricht geen afdoend antwoord hebben gekregen. Het gaat om de TV en haar publiek; niet om de TV noch om het publiek alleen. TV en haar publiek: dat is de enige sociologische werkelijkheid in omroepeland.

We kunnen alvast beginnen bij een empirische feitelijkheid:

DE MENSEN KIJKEN NAAR TELEVISIE

Hieraan valt moeilijk te tornen.

Het waarom van deze situatie is niet zo onmiddellijk duidelijk.

- 'Je moet de kijkers kunnen boeien.' 'Je moet goede programma's maken.' 'Je moet de mensen iets meegeven.' 'Je moet ze waar voor hun geld geven.' 'De kijker wil ontroerd worden.' 'De kijker wenst ontspanning.' 'De kijker wenst cultuur van niveau op zijn scherm.' 'De kijker interesseert mij in feite niks; ik wil pro-

gramma's maken die artistiek verantwoord zijn.'

Het zijn allemaal uitspraken die wel eens door TV-mensen in de mond genomen worden.

- En het publiek? Iedere avond wordt het programmablad geraadpleegd: 'Zullen we kijken of zullen we niet kijken?' Of: 'We zullen eens zien wat het is. We hebben niets anders te doen dan TV-kijken.' 'Ik ga maar eens naar het Nieuws zien, anders weet ge van niks meer.'

'Het is een programma van realisator X, of met vedette Y, dat zal wel goed zijn.' 'Die serie wil ik niet missen.' 'Voor dergelijk programma blijf ik 's avonds uit bed als het moet. Het mag zo laat zijn als het wil.'

Blijkbaar vertrekken programma-makers en programma-kijkers van een verschillend standpunt.

- De communicatie tussen maker en kijker over de programma's is daarenboven minniem. Een van die vormen van communicatie is het Kijk- en Luisteronderzoek. Het brengt een boel kwantitatieve gegevens die krachtlijnen aanduiden en een onvervangbare bron van factische informatie zijn.

Kwalitatieve reacties zijn er in de vorm van brieven van de kijkers, maar deze zijn meestal negatief. Positieve kritiek wordt moeilijk op papier gezet.

De mensen uit de directe omgeving zijn voor de programma-maker dikwijls de enige bron van kwalitatieve opmerkingen. Televisie maken blijft werken met een één-richtingsmedium en daarmee moeten we dan nog precies bij de kijker terechtkomen.

1. Een uitzending zal 'overkomen' indien de kijker de gelegenheid krijgt zichzelf op één of andere manier te herkennen.

Het bovenstaande klinkt op het eerste gezicht erg paradoxaal.

Tenslotte is het aantal personen dat direct met een op het scherm behandelde situatie te maken heeft, altijd klein in vergelijking met de groep van potentiële kijkers. Toch zouden ook deze laatsten zichzelf moeten kunnen herkennen in de manier waarop de situatie wordt behandeld. In de resultaten van de onderzoekingen vinden wij de bevestiging daarvan. Met name moet hier vermeld worden wat TICHENOR schrijft over de kenniskloof (?). Ook het onderzoeksthema 'thematic perception' van de sociale psychologie is hier aan de orde.

Gemeenschappelijk aan de onderzoeksresultaten van deze beide is de constatering dat de ontvanger van de communicatie alleen datgene overneemt wat reeds past in zijn bestaande leef- en denkkader. De rest wordt 'vergeten', d.w.z. men 'weigert' de opname. Eventueel delegeert de kijker deze mogelijkheid tot ziften van de communicatie aan een in zijn milieu aanvaard 'opinion leader'.

Het komt mij voor dat het ziften van de communicatie door de kijker (een fenomeen van alle media) meer wordt doorgedreven naarmate de rol waarin het medium de ontvanger plaatst passiever wordt. Niemand zal er aan twifelen dat de ontvanger bij het medium TV een passieve rol speelt. TV is een één-richtingsmedium, niet alleen omdat de kijker niet in verbinding kan komen met de communicator, maar ook omdat hij op geen enkele manier over het medium kan beschikken. Een krant wordt geschreven en dan gelezen, en quasi iedereen kan lezen en dan schrijven als antwoord.

In dezelfde orde van gedachten zou dan een ontevreden kijker zelf zijn antwoordsequentie moeten kunnen opnemen en (laten) uitzenden! - Kijker zijn is een frustrerende bezigheid.

Een middel dat de communicator ter hand staat om deze frustratie bij de ontvangers op te vangen is het zo precies mogelijk aanduiden van de situatie.

2. Door situaties op de TV te behandelen aan de hand van specifieke, precies gesitueerde gebeurtenissen en personen, krijgt men als neven-effect en gevolg van de 'herkenning' «hier wordt mij een mens getoond», een persoonlijke bevrediging in de zin van 'wij, ik, betekenen afzonderlijk toch ook nog iets; we zijn niet zo maar op een hoop te gooien'.

- Een voorbeeld dat deze uitspraak illustreert lijkt mij het Ombudsmanprogramma (vroeger van Marcel Van Dam) bij de VARA. Hij behandelt bijvoorbeeld het probleem van de rechtsbijstand bij pleiten pro Deo. Heel wat mensen zitten met dat probleem. Marcel Van Dam ondervraagt één heer die precies met naam genoemd wordt. We krijgen beelden uit de woning van de man zelf. Er wordt precies gezegd over welk geschil het gaat en al de moeilijkheden met pro Deo-pleiten worden op een rijtje gezet en in elkaar gepast.

- Vrijdagavond 8/12/72, zond de B.R.T., in

de uitzending «Panorama», een interview uit van Kris Borms met een bejaarde dame. Deze enkele minuten TV kregen meer weerklink dan verwacht. Ze waren aangedien als een bericht over de menselijke problemen die ontstaan bij de bouw van grote, massale gebouwen in onze oude stadsgedeelten. Fataal moeten daarvoor wooneenheden worden opgeofferd en worden de mensen zonder meer verplicht 'elders' te gaan wonen. Wat er als gevolg van deze door de overheid gedefinieerde verplichting aan menselijke problematiek kan ontstaan, werd door dit gesprek met de oude dame treffend geïllustreerd. We kregen bijna uitsluitend de vrouw zelf en slechts af en toe de interviewer in beeld; nauwelijks enkele beelden van de Brusselse Noordwijk waarover het hier ging. Toch kwam de problematiek in haar volle scherppte over: deze van het naamloos individu dat opzij moet voor het betonnen geweld dat door een administratie kan op gang gebracht worden. Voor veel mensen die iets dergelijks hebben meegemaakt (vb. door onteigening, verkaveling) zal deze uitzending een riem onder het hart zijn geweest. Dit probleem is overgekomen bij de Belgische kijker en dat uitsluitend door toedoen van een oude dame zonder camera-ervaring. Nu hoort men wel eens zeggen door TV-makers dat zij zo moeilijk eenvoudige mensen vinden die het 'doen' op het scherm. Daarop zouden we het volgende kunnen antwoorden:

3. Elk individu dat getoond wordt met de bedoeling om een boodschap over te brengen, moet beschikken over de tijd en de ruimte die nodig is om «iets te zeggen», «om iets te laten zien».

Men had de Brusselse oude dame middels een meer klassiek procédé in beeld kunnen brengen, als volgt:

- I. beeld: de massale werken tegenover de kleine eenzame huisjes;
- II. interview: met alle instanties die in deze affaire een rol spelen, waarbij de bewoners zouden gedegradeerd zijn tot één van de instanties.

Het vrouwtje zou er als nietszeggend uitkomen, gewoon omdat zij meer tijd nodig heeft om iets te vertellen, dan iemand van zeg maar de gemeenteraad. In de klasieke opvatting zal men haar de fysische tijd die zij nodig heeft om iets te zeggen gewoon niet kunnen gunnen.

Om twee redenen had deze oude, simpe-

le vrouw meer tijd nodig dan de anderen : omdat zij oud was (en mogelijk niet gestudeerd had) en omdat zij emotioneel bij deze zaak betrokken was. De hoge leeftijd, het lage intelligentiepeil en de emotionele betrokkenheid zijn zoveel factoren die een korte, zakelijke, kernachtige communicatie gewoon onmogelijk maken.

- Naarmate men personen met beperkte communicatiemogelijkheden inschakelt neemt men wel risico's die o.a. te maken hebben met de vraag of de waarachtigheid nog wel aan bod komt. Gebrek aan waarachtigheid zal zich onmiddellijk laten voelen.

Het probleem zo goed mogelijk te identificeren (m.a.w. het laten overbrengen door personen die in de probleemsituatie leven) heeft tot gevolg dat het herkenbaar wordt voor de omgeving. Wanneer de omgeving het geïdentificeerde probleem niet als representatief ervaart, dan zal ze in opstand komen. De mensen die in de geïdentificeerde probleemsituatie leven, zullen de eerste slachtoffers zijn en in elk geval grenzeloos ontgoocheld zijn (°). Waarachtigheid blijkt een hoofdtrek te zijn van goede televisie.

4. De communicatieve kracht van een persoonlijk getuigenis wordt door niets overtroffen, inzoverre het getuigenis waarachtig is.

Deze uitspraak is een misschien wat te kort résumé van het onderzoek dat vooral verricht is in de sfeer der politieke uitzendingen.

Een voorbeeld ter illustratie kan veel duidelijk maken. Het betreft een BRT-programma: «Het Hageland», uitgezonden in de reeks 'Streekeconomie' op 26/06/72.

Er kwam een sequentie in voor met een arbeider die op stuntelige, nietszeggende manier antwoordde op vragen in verband met de arbeidssituatie.

Zijn conclusie was: «We zijn maar een nummer, kom». Hij leek waarachtig. Hier werd een mens getoond die tegen de overweldigende macht van het milieu «fabriek» niet op kon en die dat liet zien, meer dan dat hij dat zegde. Deze puur menselijke noot was de reden waarom realisator en reporter het beeld hadden aangebracht, terwijl het niet zo direct iets bijbracht in verband met de opzet van het programma. Een afgevaardigde van het bedrijf zag het helemaal anders. Hij vreesde de invloed die dit beeld op de arbeiders zou kunnen hebben, want er waren sociale moeilijkheden op komst en «dit zou wel eens de druppel kunnen zijn, die de emmer doet

overlopen». De omstandigheden van sociale onrust waren nog niet voorzien op het ogenblik van de opname.

De reactie zowel van de programma-makers als van de bedrijfsmensen bewijst dat men overtuigd was dat het beeld zou overkomen. Op zichzelf is dit al merkwaardig, voor een sequentie van een aantal seconden waarin een man nietszeggende praat vertelt. Hier was waarachtigheid.

- In de discussie over het al dan niet gewenst zijn van een dergelijke sequentie stoten we dan weer op een andere grens die de waarachtigheid oplegt.

De omstandigheden kunnen tussen het moment van opname en het moment van uitzenden sterk verschillen. Ook is het mogelijk dat bepaalde omstandigheden de programma-makers slechts ter ore komen nadat de opnamen gemaakt zijn. Particuliere omstandigheden die een ernstige kans maken aan een beeld een betekenis te geven die de makers helemaal niet beoogden, kunnen meebrengen dat het beeld, hoe waarachtig ook, achterwege moet blijven.

5. De sensationele kanten van een probleem zijn, bijna per definitie, niet die facetten waar men veel tijd in moet steken om ze zichtbaar te maken; andere facetten vergen dikwijls veel meer zoek- en paswerk.

Toegeven aan sensatie is één van de manieren waarop men aan de waarachtigheid afbreuk kan doen.

- In discussies over 'geweld op TV' lijkt bovenstaand dilemma dikwijls op de achtergrond aanwezig.

We kunnen dan wellicht iemand zonder meer volgen, wanneer hij zegt: «ik wens de gewelddaden in Vietnam niet te zien, want ik ben daar niets mee vooruit en ik kan er bovendien niets aan veranderen». Logisch verklaard klinkt dit standpunt als volgt: «ik heb geen boodschap aan dergelijke beelden, dus is het geen informatie voor mij: welnu ik verwacht van mijn TV hoe dan ook informatie; dergelijke beelden en programma's moeten dus niet getoond worden».

Het is immers zo dat in elk conflict beelden van de vechtende partijen soms meer bij de sensationele kant ervan aanleunen dan bij de waarachtigheid.

- Wij krijgen naar aanleiding van programma's die menselijke sociale problematiek behandelen gemakkelijk discussies over de wenselijkheid of de toelaatbaarheid om de

«werkelijkheid» op het scherm te tonen. Recent was dat het geval met BRT-uitzendingen over 'Abortus' waarbij o.a. een filmpje van de NVSH getoond werd. «Dat moest allemaal niet zo in detail op het scherm komen», vonden een aantal kijkers. Wij zitten hier niet meer op de golfengte van de waarachtigheid, maar eerder met een vraag van de kijker om toch niet zo maar met de neus op de feiten te worden gedrukt. De afstand die de TV-maker zal nemen zal meer bepaald worden door zijn ervaring en tact dan door zijn zoeken naar waarachtigheid.

BLIJVEN DE MENSEN KIJKEN, OOK WANNEER HET PROBLEMATISCH WORDT ?

Eén van de situaties waarin het kijken problematisch wordt is wanneer men op het scherm problemen gaat behandelen.

Niet alleen de vraag naar het «hoe» wordt dan belangrijk voor de programma-maker; er gaat nog een vraag vooraf: 'Kunnen we dit probleem op het scherm behandelen ?

6. Gewoon door het feit dat men een situatie die elders als problematisch is gedefinieerd op het scherm brengt, treedt men probleemformulerend op.

- De kijker heeft geen ondertitel nodig: wanneer een programma gemaakt wordt in het kader van een reeks die niet onder de titel 'ontspanning' ressorteert weet hij dat er iets aan de hand zou kunnen zijn.

Hij maakt vaagweg een redenering in de aard van: «Wanneer ze daarvoor met een heleboel materiaal en mensen helemaal uit Brussel of Hilversum zijn gekomen, dan zal er wel iets aan de hand zijn.»

De kijker ziet in het behandelen van een situatie een promotie. Hij verwacht dus hier met een 'serieuze' probleem geconfronteerd te worden. Daarbij verwacht hij dat hier tenminste elementen van oplossing zullen aangeduid worden. Anders dan sociale wetenschappers die graag problemen bestuderen, vindt de kijker dat problemen moeten opgelost worden. Omdat hij weet heeft van de druk die van de publieke opinie kan uitgaan, ziet hij het behandelen door de TV als een promotie in de richting van een oplossing.

- Met een kleine verandering aan het gezegde van de Amerikaanse socioloog C. Wright Mills «Problemen ontdekken is waarden bepalen» zouden wij kunnen zeggen «Problemen aanduiden (op het

MASSACOMMUNICATIE is een nederlandstalig, wetenschappelijk kwartaaltijdschrift dat is bedoeld voor allen die zich op enigerlei wijze met massacommunicatie bezig houden: via omroep, pers, film, public relations, propaganda, voorlichting, reclame, science writing, wetenschappelijke studie en onderzoek, onderwijs, etc. Het tijdschrift is vooral gericht op de problematiek in Nederland en België.

Inhoud :

- artikelen
- verslagen van onderzoek
- kroniek
- boekbesprekingen

De eerste jaargang bevatte o.m. de volgende bijdragen :

- Boone : Twee kanttekeningen bij verleden, heden en toekomst van de Belgische Dagbladpers
- de Corel & Fauconnier : Rationaliteit, emotionaliteit en irrationaliteit in de reclame
- Hendriksen : Continu Kijk- en Luisteronderzoek in de Nederlandse omroep
- Rennen : De Two-step-flow
- Stappers : definities van communicatie
- Van der biesen : De verkiezingspropaganda in de democratische maatschappij
- Veenstra : Een vrije krant voor vrije mensen
- Wentink : De Journalist in de dagbladorganisatie ; semi-professionalisme in een bureaukratische structuur

Geplande bijdragen voor de komende jaargang o.m. :

- Knelpunten in de Nederlandse omroepwet
- Lezersraadplegingen en onderzoek van de publieke opinie
- Omroep en objectiviteit
- Waarden in de reclame
- Televisie als vorm van vrije-tijdsbesteding

De redactie bestaat uit :

E. Diemer (Amsterdam), G. Fauconnier (Leuven), P. Hendriksen (Hilversum), G. van Parijs (Brussel), J. Stappers (Nijmegen), E. Willems (Amsterdam), F. Werner (Utrecht).
Redactieadres : postbus 258, Nijmegen.

Abonnementenprijs : 340 b.frs., voor studenten : 270 b.frs.
Voor collectieve abonnementen geldt een korting.

Opgave voor abonnementen : Drukkerij Uitgeverij H. Gianotten B.V.
Bredaseweg 61
Tilburg (Nederland)
telefoon : 013-423336

scherm) is waarden oproepen (bij de kijker)». Door een probleemsituatie op het scherm te brengen, brengen wij de kijker tot het uitspreken van waarde-oordelen in de zin van : «Het zou goed zijn dat dit probleem opgelost wordt». Tenslotte doen we dat zelf ook, door het maken van het programma. Nu is de hele vraag : zal de inhoud van de uitzending de kijker in zijn eerste houding bevestigen en dus in zekere zin bevredigen of zal de uitzending daarentegen reacties brengen in de zin van : «Dit had je niet moeten maken of dit had je zo niet moeten maken». Dit alles natuurlijk altijd op voorwaarde dat men als programma-maker voldoende tijd en energie heeft opgebracht, om zich in het probleem in te werken.

7. De mate waarin een dergelijke uitzending overkomt, heeft iets te maken met de probleemgevoeligheid van het publiek. Bepaalde toestanden die de TV-maker als problematisch definieert, worden door anderen als 'onvermijdelijk' of als 'te tolereren' of zelfs als 'wenselijk' gezien.

Ook wanneer de programma-makers enerzijds en het geïnteresseerde publiek anderzijds het probleem identiek formuleren, blijft de mogelijkheid van negatieve reacties vanwege datzelfde publiek altijd open.

- Het stadsbestuur van een kleine provinciestad D., gelegen in een eerder agrarisch en recreatief uitgebouwd gebied, reageert als volgt op een BRT-uitzending in het kader van de reeks «Streekeconomie» :

Het stadsbestuur vindt het spijtig dat door deze TV-uitzending velen een negatieve en ongunstige indruk van de streek gekregen hebben, wat zeker niet bevorderlijk is voor de verdere expansie. De uitzending zou een totaal andere indruk nagelaten hebben indien men de enorme kansen en mogelijkheden voor de ontwikkeling in de toekomst, die in de streek aanwezig zijn, had willen belichten. De verklaring dat D. «een «dode» stad zou zijn heeft men bijzonder kwalijk genomen».

Deze verklaring was afgelegd door een verantwoordelijke uit de streek zelf. Hij had er nog aan toegevoegd dat bedrijven inplanting in de streek moeilijk zouden overwegen omdat de kadermensen hun echtgenotes er niet toe konden overhalen in de streek te komen wonen.

- Uit de tekst blijkt dat volgens de mensen van de streek de formulering van

het probleem als volgt moet luiden : de streek is onvoldoende geïndustrialiseerd en dus moet er industrie aange trokken worden. Ook de programma-ma kers hadden het zo geformuleerd. De mensen van de streek zeggen echter :

«Wanneer de vrouwen van de kader-mensen hier graag zouden wonen, wan-neer al onze industriële verkavelingen zouden volzet zijn, wanneer dit en wan-neer dat, dan zou alles opgelost zijn. *De ondergeschoven premisse is natuurlijk : hoe meer industrie hoe beter*, en hoe meer mensen de streek leren kennen, hoe meer kans er is dat er toch hier en daar een industrieel op af komt ; en de TV is een ideaal medium om de streek te doen kennen. Dan moet dat natuurlijk wel op een zo aantrekkelijk mogelijke wijze gebeuren, dus maar liefst niet te veel over de gebrekkige industrialisering praten».

De mensen van de BRT zeggen daaren-tegen :

«Wij moeten programma's maken over streekontwikkeling. Het spreekt dus van-zelf, dat wij streken nemen, waar op dat gebied nog heel wat kan gebeuren. Wij moeten trachten de achterstand van de streek te laten zien én aan te tonen dat met industrialisering ter plaatse die achterstand kan opgehaald worden.

De ondergeschoven premisse is ook hier : hoe meer industrie hoe beter. Als medium dat ook de kijkers die niet uit de streek zijn (en dat is de overgrote meerderheid) over de problematiek moet informeren, is het niet bepaald de bedoeling de zaak te bekijken vanuit het standpunt van de mensen van de streek alleen. In elk ge-val moet niet alles en nog wat er in ge-bracht worden, met het oog op de pro-motie van de streek ; tenslotte moet de informatie «objectief» zijn en dus moet er o.a. gezegd worden dat men moeilijk ka-dermensen kon vinden, omdat de vrouwen in de streek niet willen wonen.

Naarmate het standpunt dat men inneemt moet voor de enen deze situatie als deel uitmakend van de problematiek voorgesteld en voor de anderen eenvoudig verzwegen worden. Probleemgevoeligheid is een «ge-voeligheid». Men redeneert niet meer lo-gisch en nuchter wanneer het over pro-blemen gaat waarbij men zelf betrokken is.

Of er bij het publiek een probleemgevoe-ligheid bestaat of niet t.a.v. één of andere situatie, is moeilijk te peilen. Logisch en nuchter doordenkend zou men zich, op het ogenblik dat men het plan opvat een probleemprogramma te maken, toch wel

even moeten afvragen in hoever de reac-tie van het publiek naar omvang en ge-richtheid te voorzien is. De meest sensi-bele groep uit het ganse publiek is wel de groep mensen die rechtstreeks te maken hebben met het probleem dat men wil behandelen.

Het is dikwijls zo dat juist bij hen de pri-maire informatie voor het maken van het programma moet gehaald worden. Het ligt ook bijna voor de hand dat hun visie een integrerend deel uitmaakt van het program-ma en dat zij bij voorkeur zelf die visie in het programma aanbrengen. Déze groep kan men dus in elk geval niet negeren.

8. De mate waarin de personen die in de toestand leven waarover het gaat, bereid zijn zelf op te treden, is rechtsreeks gecorreleerd met hun verwachting omtrent veranderingen in de toestand, als gevolg van het programma.

De verwachtingen van de streekmensen waarvan hierboven sprake, zijn duidelijk niet ingelost geworden.

- Nu kan een TV-programma geen proble-men oplossen, en de makers ervan nog minder. Nochtans kunnen de makers van het programma zich tegenover ontgoo-chelde medewerkers er niet van af ma-ken met te zeggen : «Wij hebben alleen getracht informatie over uw probleem op het scherm te brengen». De ontgoochel-de medewerkers kunnen anderzijds on-mogelijk van de TV-makers eisen dat hun eigen specifieke visie als leidraad voor het programma zou dienen. Maar ten-slotte blijft het zo dat problemen eerder dienen opgelost dan wel behandeld of bestudeerd te worden.

- Van daaruit moet de relatie tussen de programma-makers en de mensen die in een probleemsituatie leven, gezien wor-den. Men zou bijna zeggen dat verschil-lende visies op het probleem, afwijken-de probleemformuleringen bv. tussen programma-makers en rechtstreeks ge-interesseerden, heilzaam zijn en het pro-gramma ten goede zullen komen. «Wan-neer opvattingen op zichzelf nooit van enig belang zijn, kunnen we net zo goed — wij allen — ophouden over welke opvatting ook te praten» (*).

Het zou dus niet opgaan als program-ma-maker te zeggen : «Die mensen van die streek, die zullen zo wel praten ; die praten voor hun eigen winkel». Natu-urlijk praten zij voor hun eigen winkel en dat doet tot op zekere hoogte iedereen. Laten wij aannemen dat de probleemstel-

ling en de probleemformulering van de programma-maker één der vele is en dat één dezer vele probleemformuleringen, nl. die van de mensen die in de pro-bleemsituatie leven, door dat feit onver-vangbaar is.

Vandaar onze volgende stelling :

9. Het moet aartsmoelijk zijn een waarheidsgetrouw programma te maken over een toestand die door de mensen die er in leven, niet als problematisch wordt aangevoeld.

- Het is denkbaar dat de programma-ma-ker ergens een probleemsituatie heeft aangeduid die reëel is. Het is echter even goed denkbaar dat de mensen die in de aangeduide probleemsituatie leven, deze situatie niet als zodanig ervaren. Men zegt bijvoorbeeld dat de huidige nood in Ethiopië de vergelijking met de nood in de Sahel-landen best kan door-staan. Bovendien sluit Ethiopië geogra-fisch bij deze landen aan. Nochtans is Ethiopië niet het voorwerp van de be-moeiingen van de 11.11.11.-actie van dit jaar. Eén van de verklaringen voor deze situatie is dat de Ethiopische bevolking de verschrikkelijke droogte ziet als een lotsbestemming of zelfs als een door het Opperwezen gewilde situatie.

Als gevolg daarvan ziet deze bevolking zichzelf niet als hulpbehoevend en vraagt dan ook geen hulp. Het zou bijgevolg een hele krachttoer zijn deze mensen als probleemformuleerders bij het pro-gramma te betrekken in een programma dat stelt : «Deze bevolking is hulpbehoe-vend en moet dus geholpen worden». Nu is de nood in deze gebieden zo schrijnend, dat de beelden van de lij-dende bevolking geen commentaar be-hoeven. Zulks is echter niet altijd het geval.

- Denken we maar bij conflictsituaties tussen de overheid en bepaalde groepen aan de terughoudendheid bij leden van deze groepen om op het scherm te verschijnen en hun ideeën uiteen te zet-ten of aan de moeilijkheden die men ondervindt in een programma over «Abor-tus» (BRT-uitzendingen : 27/02/73 en 28/02/73) om de mensen die clandestien abortus laten uitvoeren te laten vertellen wat ze hebben meegemaakt.

Tenslotte is ook dat vanuit de verschil-lende manier van formuleren van het pro-bleem, door programma-makers ener-zijds en personen die in de situatie le-ven anderzijds te verklaren. De pro-bleemformulering van deze vrouwen ligt

vast in de directe primaire relaties met een man, een echtgenoot, familie, ouders. Dat zijn relaties die door het openbaar maken van één of ander gemakkelijk kunnen geschonden worden. De probleemformulering van de programma-maker ligt vast in bestaande gegevens van wetten, ethische overwegingen en medische en wellicht andere vakkundige gegevens. Twee werelden eigenlijk, maar die moeten worden samengebracht wanneer men over het onderwerp «Abortus» een programma maakt.

EN WAT WANNEER ZE DAN GEKEKEN HEBBEN ?

Het is allemaal omwille van Jan Publiek begonnen en de vraag is : Wat maken ze ervan, wat doet het publiek met onze boodschap ? Een eerste punt is : gegeven dat TV een massamedium is (geworden), hoe groot is het publiek ? Hoeveel mensen willen we bereiken ?

10. Het is niet zo dat een probleem interessanter wordt en meer voor behandeling door de TV in aanmerking komt, naarmate meer mensen er direct bij betrokken zijn.

Mensen kijken graag naar mensen op TV. Programma's maken over probleemsituaties, zonder de mensen die in deze probleemsituaties leven erbij te betrekken, is al heel moeilijk.

- 'Wij moeten toch probleemsituaties aanpakken waarbij heel veel mensen betrokken zijn', hoort men wel eens zeggen. Men kan toch moeilijk het hele medium mobiliseren voor het weergeven van de probleemsituatie van een geïsoleerde enkeling !

'TV moet wereldnieuws geven, eerder dan regionale faits divers' : dit lijkt ons een misvatting !

TV is niet een massamedium omdat op de televisie bij voorkeur over massale gebeurtenissen moet worden gehandeld. Het aantal mensen dat in een beschreven probleemsituatie leeft, hoeft niet geproportioneerd te zijn aan het aantal mensen dat uiteindelijk het programma zal zien. Immers : dit aantal is toch altijd buitenmate groot. In vergelijking met andere media soms wel geweldig groot, in vergelijking met het potentieel aantal kijkers altijd groot tot zeer groot. TV heeft *potentieel* het grootste aantal afnemers en heeft *daarom in feite* altijd het grootste aantal afnemers. Deze feitelijkheid kunnen wij niet negeren, maar

uit de constatering daarvan hoeft bovenstaande conclusie nog niet te volgen.

- Ook met het geweld van de grote, massale problemen gaat men dan toch een individuele, geïsoleerde, passieve kijker te lijf. De boodschap moet geproportioneerd zijn aan de ontvangstsituatie. Dit is een pedagogisch principe : men geeft niet op dezelfde manier les in een collegezaal met zeshonderd studenten, als aan die ene student die bij de prof thuis nog wat geleerdheid komt opdoen. De ontvanger van de TV-boodschap zit in zijn individuele, huiselijke situatie. Ook voor hem moet het mogelijk zijn het gebodene te overzien en wat te stouwen en te schikken.

Hij moet zichzelf ergens herkennen, een bestaande probleemgevoeligheid moet aangesproken worden, een latente probleemgevoeligheid moet opgewekt worden. En misschien kan men ook een probleemsituatie waarbij een miljoen mensen betrokken zijn laten zien aan de hand van het wedervaren van twee of drie van hen.

11. Een TV-programma wordt bezit van de massa nadat ieder met de ander erover heeft gediscussieerd.

- TV is nog geen massamedium op het ogenblik dat het programma wordt uitgezonden. De ontvangstsituatie is individueel of toch nauwelijks volumineuzer dan de wereld van het ene individu. Wij kunnen maar gaan spreken over de 'publieke opinie' (°) t.a.v. programma's wanneer de inhoud van deze programma's mondgemeen is geworden, d.w.z. de dag na de uitzending.

Misschien hebben wij tot hiertoe veel te weinig ingeniositeit en hardnekkigheid opgebracht om de boodschap te volgen van bij de individuele ontvangst tot het constitueren van een opinie van een publiek daaromtrent.

Dit zou één van de krachtlijnen kunnen zijn die het denken en zoeken in verband met de communicatiemediën zullen bepalen.

Er zijn wel reeds een aantal losse begrippen de wereld ingestuurd : opinion-leader, two step flow, gate-keeper, bandwagon-effect.

Wij weten ook dat een boodschap wanneer het moet (... maar wanneer moet het ?), veel vlugger dan verwacht de ronde heeft gedaan.

- Wat wij in deze vooralsnog missen zijn de technieken om de vorm van sociale

beheersing die inzicht in de relatie TV tot haar publiek zou zijn, op te brengen. De afwezigheid van technieken heeft zonder twijfel te maken met het feit dat ze moeten dienen om het ongrijpbare te grijpen.

Jan Publiek is voor de TV een niet-gestructureerde massa individuen die nergens ruimtelijk kunnen bijeengebracht worden. De reactie van Jan Publiek wordt gevormd langs discussies met gelijkgezinden (gezin, treincompagnons, arbeidsplaats, verenigingsleven). De opinie van het publiek is moeilijk registreerbaar, ze is ongrijpbaar en is daarenboven in zeer heterogene groepen van gelijkgezinden verdeeld, die moeilijk als zodanig zijn terug te vinden.

Hierin verschilt de TV dan wellicht niet van andere massamedia. Rekening houden met de reacties van het publiek wordt voor de TV moeilijker en zwaarder omwille van dat zoveel grotere aantal potentiële of feitelijke afnemers, bovendien moeten wij ons geen illusies maken :

12. De massificering van de boodschap is functioneel op zich. Ook daarom heeft de TV deze massificering niet meer in de hand.

Moge uit het voorafgaande blijken dat de TV het massificeringsproces van de boodschap niet meer in de hand heeft, dan komt daarbij nog tot op zekere hoogte de desinteresse van het publiek om met het medium te gaan dialogeren.

Mensen van het medium zelf brengen begrijpelijkerwijze deze interesse wel op. Dialoog is een middel om van de massificering van de boodschap enige hoogte te krijgen. Tenslotte wenst iedere communicator wel te weten hoe de boodschap is overgekomen. Het verlangen tot vergelijken van wat men er mee heeft bedoeld, met wat men er van heeft gemaakt, ligt voor de hand. Bovendien kunnen de communicator zowel als de ontvanger er hun voordeel bij doen, wanneer de verstandhouding tussen beiden groot genoeg is. Zoals gezegd echter : deze dialoog is niet de onmiddellijke ambitie van de ontvanger. De dialoog met de gelijken is immers zonder twijfel van meer rechtstreeks nut en als het ware van levensbelang. Deze dialoog dient immers in de eerste plaats om de ontvangst van de boodschap als individueel gebeuren bevestigd te zien en dat kan slechts door anderen, bij voorkeur door gelijken. Gelijken zijn het dichtst in de buurt en bij hen loopt men het minste gevaar te horen dat men het slecht of

verkeerd begrepen heeft. De bevestiging van de individuele boodschap door anderen en de nood daaraan is een sociologisch gegeven: elk individu is terzelfdertijd een sociaal wezen dat zichzelf niet in de hand heeft. Men gebruikt diverse termen voor het beschrijven van deze dynamische realiteit: socialisatie, acculturatie, cultuuroverdracht.

In hoofde van het individu komt dat neer op de volgende uitspraak:

«ik kan als individu niet recht blijven, wanneer ik mijn individualiteit geen sociale dimensie geef». Daarmee ben ik dan druk bezig wanneer ik 's morgens op de trein een wetenschappelijke BRT-uitzending over de gevaren van longkanker bij rokers, met de makers nog eens doorneem. Het interesseert me niet zo erg te weten wat de makers met dat programma bedoeld hebben. Ik vraag me ook (nog) niet af of ik mij bij de 20.000 reagerenden (die er achteraf bleken te zijn) zal aansluiten: ik wil nu direct van de gelijken weten of ze het programma hebben gezien en wat ze ervan hebben gemaakt.

13. Het is mogelijk te veronderstellen dat TV-programma's voor de massificering en de nood aan opinievorming van de massa slechts een aanleiding vormen.

Met TV-programma's gaat het dan toch zo gemakkelijk 'le frottement des idées' op gang te brengen omwille van het proces

zelf. Voor de TV is het overigens onmogelijk om met het materieel gegeven van de boodschap aanwezig te zijn. Het opvallende bij discussies over de TV en de TV-programma's is de afwezigheid van het medium.

Men hoort wel eens zeggen: «Wat zouden we nog te doen hebben, wat zouden we nog te zeggen hebben, indien de TV er niet was?» Er zit zonder twijfel een harde kern van waarheid in deze uitspraak. Wanneer er echter geen TV-programma's waren naar aanleiding waarvan de gesprekken op gang konden komen, dan was er wel wat anders. TV-programma's zijn de aanleiding, en zoals reeds gezegd een dankbare aanleiding.

Bovendien is quasi iedereen bezitter van een TV-toestel en betaalt jaarlijks radio- en TV-taksen, waaraan weldra de kabel-TV-maatschappij haar rekening zal toevoegen. Iedereen heeft, om het met een groot woord te zeggen, in het TV-bedrijf geïnvesteerd. Maar welk engagement wordt er tenslotte verwacht t.a.v. het bedrijfsprodukt en welk engagement belooft het ons op te brengen?

Het engagement is klein, en onbeduidend. Niemand kan een ander dwingen naar een programma te kijken waarvan hij weet dat de gelijken er niet naar zullen kijken. Wij zetten ons liever voor de buis met de zekerheid morgen te kunnen constateren dat we met velen waren. Het engagement tegenover de gelijkgezinden is reëel; het engagement tegenover het medium

materialiseert zich in het indrukken van de knop. Wij moeten niet zover gaan te beweren dat het de kijker tenslotte alleen maar te doen is om «the least objectionable program»⁽¹⁾, maar zeker is dat het gesprek morgen op de trein voor de kijker van groter belang is, dan wat wij hem de avond tevoren op het scherm hebben getoond.

TV-programma's zijn dankbare, weerloze discussiestof en zij dienen o.a. om aan het individu de bevestiging te geven van de overtuiging «ik ben niet beter of niet slechter dan een ander; ik kan meepraten; ik volg de grote lijnen en ik zal niet uit de toon vallen».

Laten we nu even de dertien stellingen, heel in het kort resumeren.

De TV-programma's schijnen de mensen wel aan te spreken, vooral wanneer er waarachtige mensen op het scherm te zien zijn. Het mag problematisch zijn, maar de kijker verwacht ook dat de TV-maker aan oplossingen denkt.

Voor de rest moet de eigenheid van de dimensie TV niet te veel beklemd worden. Zoals de mode, de grote sportgebeurtenissen en de politieke actualiteit, dienen de TV-programma's als gespreksstof om het inpassings- en aanpassingsmechanisme dat wij socialisatie noemen op gang te houden.

Herman SANTY

(1) Normen en smaak in de BBC-programma's. Studok document, NOS, 174/A-1.

(2) Cf. P.J. TICHENOR e.a., *Mass Media Flow and differential Growth in Knowledge*. «Naarmate de stroom van massa media-informatie in een sociaal systeem toeneemt, zullen de personen uit de hogere sociaal-economische milieus deze informatie sneller opnemen dan de personen uit de lagere milieus, en wel zodanig, dat de kenniskloof tussen deze twee groepen eerder groter dan kleiner wordt.» (zie NOS, Documentatie, 1971-1, p. 2).

(3) Dit werd door de makers van de KRO-uitzending over de 'Schilderswijk' in Den Haag a.h.w. aan den lijve ervaren. Zij hadden de woningnood en de gevolgen daarvan in beeld

gebracht aan de hand van één precies geselecteerd gezin dat echter door de bewoners als niet-representatief ervaren werd. Gevolg: fikse rellen op straat en woede die zich richtte op het gezin en de KRO zelf. Zie: H. VAN DER BRUG e.a., *Voorgeschiedenis en gevolgen van een televisiedocumentaire*. 's-Gravenhage, 1971, 586.

(4) George C. HOMANS, *Individu en gemeenschap. Menselijk gedrag in groepsverband*, Aula, 1966, p. 433.

(5) Wij bedoelen hier het sociologisch woordgebruik: «ofwel gaat het om de toevoeging van het adjectief 'publiek' aan het substantief 'opinie', ofwel bedoelt men impliciet de opinie van 'een publiek'. In het eerste geval blijft

men in de sfeer van het rechtstheoretische. Het adjectief 'publiek' wijst op veronderstelde gemeenschappelijke belangen of doelstellingen van allen of tenminste van een meerderheid van een bevolking in een politieke eenheid. Publiek is dan synoniem van 'openbaar', 'algemeen', 'staatsvolks', 'gemeenschaps-'. In het tweede geval beweegt men zich op het niveau van de empirische sociologie. (cf. Prof. J. VAN HOUTTE, *Aanvaarding van de rechtsnorm*. Antwerpen, 1973, p. 11).

(6) Zie P.L. KLEIN, *Why you watch, what you watch, when you watch*, in: TV-Guide, July 24, 1971, p. 8.

Van 1 tot 5 oktober 1974 werd te Hasselt het Congres Kabeltelevisie georganiseerd. In afwachting dat het congresverslag (met alle referaten) gepubliceerd wordt, leek het de redactie zinvol om even op dit Congres terug te komen.

Hierna volgen een drietal bijdragen, respectievelijk enkele nabeschouwingen van de Congresvoorzitter, de verslagen van de onderscheiden werkgroepen en een evaluatie van het experiment Lokale Video.

1. Enkele nabeschouwingen bij een beleidsgericht Congres.

De organisatoren van een congres zijn misschien niet te best geplaatst om aan het resultaat van hun initiatief nabeschouwingen te wijden.

Wij dachten anderzijds dat het moeilijk anders kon. De ganse Belgische pers heeft er, tijdens het congres, elke dag uitvoerige verslagen en dito commentaren over gepubliceerd, de RTB en La Libre Belgique zijn er zelfs weken later nog uitvoerig op teruggekomen (interviews op resp. 5 en 29 november). In die omstandigheden leek het ons zinvol aan de lezers van het CeCoWe-bulletin enkele nabeschouwingen te verstrekken. Daarom deze korte bijdrage.

Bedoeling en werkwijze :

Het Centrum voor Communicatiewetenschappen had met het organiseren van dit nogal grootscheeps opgezet (5 dagen), beleidsgericht congres enkele specifieke doeleinden voor ogen :

1. een status questionis maken van de vrij chaotische situatie in ons land ;
2. het onderwerp zelf op een multi-disciplinaire wijze laten behandelen door binnen- en buitenlandse deskundigen ;

3. aan alle bij de «kabel» betrokken partijen een neutraal, wetenschappelijk platform bieden waarop zij hun standpunten zouden kunnen naar voren brengen en deze in een open discussie met andere standpunten confronteren.

Het komt ons voor dat wij in dit drievoudige opzet grotendeels geslaagd zijn : de ontvangen evaluaties, zowel tijdens als na het congres, geven voldoende indicaties in die richting.

Het mag echter wel extra onderstreept dat dit resultaat mede te danken is aan de medewerking van de Belgische Vereniging voor Steden en Gemeenten, aan de financiële hulp van het Ministerie van Nederlandse Cultuur, en vooral aan de medewerking van enkele privé-instanties die, zonder enig direct commercieel nut, en zelfs zonder dat hun naam vermeld werd, het congres de nodige administratieve ruggesteun gaven.

Vooraf stond het Centrum voor Communicatiewetenschappen wat huisverig tegenover een samenwerking met industriële kringen. Thans bekennen wij graag — ere wie ere toekomt — dat geen enkele van deze instellingen ook maar getracht heeft de besluitvorming te beïnvloeden. Hierbij

past nog een andere beschouwing. Men ziet niet goed in hoe een bescheiden universitair departement het financiële risico aankan om, zonder hulp, een congres te organiseren waarvan de begroting een uitgavecijfer voorzag dat driemaal zo hoog lag als het totale departementele werkingsbudget.

De samenwerking van de universiteit met de overheid, met de intercommunales, met de industrie en met de politieke partijen bood trouwens ook dat voordeel van een nogal pragmatische aanpak en van een soort anticipatorische zorg voor het pluralistische karakter van de lijst sprekers en de discussiepanels, en van een evenwichtige vertegenwoordiging van alle belanghebbende partijen.

De Besluiten.

Het Congres mondde uit in de voorlezing van een drietal verslagen en van de slotconclusies.

De verslagen geven de samenvatting weer van de standpunten geformuleerd op respectievelijk de technologisch-economische werkdag, de socio-culturele werkdag en de politiek-juridische werkdag.

Deze verslagen worden later afzonderlijk gepubliceerd. In onderhavige bijdrage willen wij enkel de slotconclusies van het congres in herinnering brengen.

Ze werden geformuleerd als volgt :

1. De TV-distributiemaatschappijen zijn van oordeel dat de conceptie en de produktie van de programma's *niet* tot hun rol behoren.
2. De interministeriële werkgroep door de vorige regering in het leven geroepen om het probleem kabeltelevisie te bestuderen moet haar werk kunnen voortzetten. De wens wordt dus uitgedrukt dat het reeds bestaande permanent contact tussen de overheid en de belanghebbende partijen in de toekomst zou voortgezet worden.
3. Men aanvaardt het principe dat, binnen de grenzen van het economisch en technisch haalbare, elke landgenoot gelijke kansen moet krijgen om door de distribuerende instellingen bediend te worden.
4. Met de voorbereiding van de tweede generatie dient zo vlug mogelijk gestart te worden. Hierbij dient men echter met de meeste omzichtigheid te werk te gaan en in geen geval tot de uitvoering te besluiten zonder grondige wetenschappelijke studie en overleg op pluralistische basis.
5. Het congres spreekt zich uit voor het opzetten van een experiment voor lokale televisie in Vlaanderen.
6. Het verdient aanbeveling de mogelijkheid te onderzoeken of een dergelijk experiment voor lokale televisie, in het kader van het culturele overleg tussen Nederland en Vlaanderen, niet terzeldertijd in een Nederlandse en een vergelijkbare Vlaamse gemeente zou kunnen doorgevoerd worden. Het Ministerie van Nederlandse Cultuur en het Ministerie voor Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk werk (Nederland) worden uitgenodigd om in gemeenschappelijk overleg en eventueel in samenwerking met andere ministeries, en in elk geval met alle betrokken partijen, de nodige maatregelen te nemen om een dergelijk opzet ter studie te leggen. Een zuiver technische (niet inhoudelijke) begeleiding door de bestaande omroepinstellingen wordt hierbij onontbeerlijk geacht.
7. Wat de medewerking van de Universiteiten aangaat wordt uitgegaan van de gedachte dat één of meerdere universitaire onderzoekscentra, door studie



Een blik op de congreszaal tijdens de technologisch-economische werkdag.

en research, het experiment moeten helpen voorbereiden en het begeleiden.

Commentaar :

Graag nog enkele persoonlijke commentaren bij deze slotconclusies :

1. Achteraf beschouwd lijkt het ons bijzonder merkwaardig dat vijf van de zeven besluiten betrekking hebben op het weliswaar belangrijke, maar binnen het geheel van de kabelproblematiek toch eerder beperkte gegeven van de zgn. «lokale televisie». Deze verhouding reflecteert trouwens vrij goed de besprekingen op het congres die vrij vlug convergeerden in een eenstemmig geluid : met de tweede generatie moet zo vlug mogelijk, zij het niet zonder grondige voorbereiding, van wal gestoken. Over de huidige situatie werd relatief weinig gepraat.
2. Persoonlijk lijkt het ons verrassend dat de vertegenwoordigers van ons omroepstelsel dat toch monopolistisch van aard is, op het hevige pleidooi voor lokale televisie niet gereageerd hebben, althans niet in het openbaar.
3. Even verrassend vonden wij de passage uit het slotreferaat van Mevr. R. De

Backer, Minister van Nederlandse Cultuur, waarin de minister zich afvroeg of Vlaanderen er wel goed aan gedaan heeft op televisiegebied een sterk centralistische politiek te voeren. Voor ingewijden kwam dit over als een donderslag bij heldere hemel.

4. De verklaring van de TV-distributiemaatschappijen dat zij inhoudelijk niets met de programma's wensen te maken hebben is een ander opvallend feit, thans reeds bekend als «de verklaring van Hasselt». De vraag is nochtans of alle distribuerende instellingen in ons land deze verklaring werkelijk onderschrijven.
5. Ondanks de zeer natuurlijke, technische onvolmaaktheden van de door de Hasseltse Stedelijke Culturele Raad en de audiovisuele dienst van de K.U.L. gepresenteerde videoprogramma's, heeft het experiment toch bewezen dat lokale televisie een zeer geschikt medium kan zijn voor culturele animatie en maatschappelijk opbouwwerk. Het gaat niet op dergelijke lokale video-programma's te beoordelen volgens criteria die gelden voor nationale televisieprogramma's.
6. Als in Vlaanderen een experiment voor lokale televisie in open net wordt opgezet, moet dit inderdaad steunen op

een zorgvuldig bestudeerd concept. Het Centrum voor Communicatiewetenschappen heeft zich principieel bereid verklaard aan de studie van een dergelijk concept mede te werken en de uitvoering ervan te begeleiden. De zesde congresresolutie bevat een uitnodiging tot de bevoegde overheidsinstanties om het dossier ter studie te leggen. Afwachten is thans de boodschap. Het lijkt ons niet helemaal uitgesloten

dat alleen de gedachte «lokale TV in open net» zoveel latente beleidscontroverses zou kunnen blootleggen op politiek en overheidsniveau, dat er nog verscheidene congressen zouden nodig zijn om het sein op groen te zetten.

7. Een punt dat niet in de congresbesluiten werd opgenomen, maar dat als een continu achtergrondbeleid fungeerde tijdens het congres kan als volgt worden geformuleerd.

Vlaanderen heeft dringend behoefte aan een zorgvuldig geconcipeerd en op wetenschappelijke leest geschoeid mediabeleid.

De chaotische toestand inzake een maatschappelijk zo belangrijk medium als kabeltelevisie biedt hiervan het zoveelste bewijs.

G. FAUCONNIER
Congresvoorzitter

2. Verslagen van de werkgroepen.

1. TECHNOLOGISCH-ECONOMISCHE WERKGROEP

- Aan enkele TV-distributeurs werd aanvankelijk door de Regie een exploitatievergunning verleend om sommige buitenlandse programma's per straalverbinding naar hun distributiecentra te brengen.

Daar het voor de straalverbinding bruikbaar gedeelte van het frequentiespectrum uiterst beperkt is en gezien de stijgende vraag werd door de Regie beslist zelf een aangepaste nationale infrastructuur voor het aanbrengen van vreemde TV-programma's uit te werken. Deze maatregel heeft op nationaal vlak niet alleen geleid tot een rationeler frequentiegebruik maar ook tot een besparing op het gebied van investeringen.

- Rekening houdend met de huidige technologische en economische mogelijkheden is het aantal bruikbare kanalen beperkt. De wens een groter aantal buitenlandse programma's te ontvangen leidt tot een zekere verzadiging van de mogelijkheden van het distributienet.

Het probleem van het verdelen van lokale programma's ligt niet op het technisch vlak vermits al het nodige materiaal hiervoor op de markt beschikbaar is. De TV-distributiemaatschappijen zijn van oordeel dat wat de inhoud der lokale programma's betreft, de conceptie en de produktie van deze programma's niet tot hun rol behoren.

- De wens wordt uitgedrukt dat het reeds bestaande permanent contact tussen de overheid en de belanghebbende partijen in de toekomst zou voortgezet worden.

2. SOCIO-CULTURELE WERKGROEP

Op de congresdag gewijd aan de socio-culturele wenselijkheden ten aanzien van kabeltelevisie, zijn enkele belangrijke algemene tendensen naar voor getreden, zowel uit de lezingen als uit de diverse interventies tijdens de namiddagzitting. Ons wel bewust van het feit dat het onmogelijk is alle facetten van de benaderde problematiek in een eindrapport naar voor te brengen, beperken wij ons tot het omschrijven van de algemene tendensen rond volgende drie thema's:

- 1) kansen voor een nieuw welzijnsbeleid
- 2) inspraak en kadervorming
- 3) noodzaak tot experiment.

1. Kansen voor een nieuw welzijnsbeleid

De kabeltelevisie in eerste generatie in België, is geheel overgelaten aan het vrije initiatief van industriële en commerciële groepen en van plaatselijke overheden. Het kabeltelevisienet ontwikkelt zich snel en ongeordend, maar op een commercieel rendabele wijze. Nu wij op de drempel staan van de tweede generatie komt niet alleen de angst naar voor van een overrompeling door de industrie of door andere machthebbers, maar ook en vooral de bezorgdheid om van de kabeltelevisie een degelijk instrument te maken van het welzijnsbeleid. Meer in het bijzonder biedt de kabeltelevisie nieuwe kansen voor het onderwijs, het socio-cultureel vormingswerk, het welzijn van de mens in al zijn sociale en culturele aspecten.

2. Inspraak en kadervorming

De vraag naar de organisatorische uitbouw vooral van de tweede en de daaropvolgende generaties bracht wel enigszins van elkaar verschillende meningen naar voor, al naargelang men die uitbouw wenst toe te vertrouwen aan een Openbare Dienst, private maatschappijen of een tussenliggende variëteit die samenwerking beoogt tussen de bestaande omroepinstellingen, de kabelmaatschappijen, de lokale overheden, de socio-culturele organisaties en de pers. Vrij algemeen kwam de eis voor inspraak naar voor, zowel van de georganiseerden als van de niet georganiseerden.

Een degelijke inspraak werd aanzien als een essentiële voorwaarde voor de basis. De socio-culturele organisaties in het bijzonder bepleitten een noodzakelijke introductietijd en financiële steun om de nodige kaders degelijk te kunnen vormen en voorbereiden op de tweede generatie.

3. Noodzaak tot experimenteren

De kabeltelevisie is er en zij is er gekomen om te blijven. Het gekonkel rond de kabel wijst op de bestaande problematiek. Dat ons denken vaak een vorm van probleem-oplossen is, werd op de socio-culturele dag onderstreept door de aanbeveling van Professor Hofstede om te komen tot een gezamenlijk experiment in lokale kabeltelevisie, waarbij een of meer Vlaamse gemeenten paarsgewijze samen optrekken met een of meer vergelijkbare Nederlandse gemeenten. Een dergelijk experiment dient gesitueerd te worden als een vorm van culturele integratie tussen

Nederland en Vlaanderen, waardoor de gewone burgers elkaar via de lokale televisie leren ontdekken. Het is een vorm van samenwerking die als onderlijn kan geduid worden, naast de coöperatie van de BRT en de Nederlandse omroepen, de bovenlijn.

Met de taal als gemeenschappelijke basis is hier een perfecte samenwerking mogelijk.

Er dient nog overwogen te worden hoe zo'n experiment dient opgezet om een optimaal resultaat te bereiken. Het wil ons voorkomen dat het Ministerie van Nederlandse Cultuur in Vlaanderen en het Ministerie voor Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk in Nederland in gezamenlijk overleg, eventueel met andere ministeries, de gelegenheid kunnen scheppen om een experiment op het niveau van de lokale televisie op te zetten. Er bestaat een vrij algemene wens bij de congressisten om tot experimenten over te gaan. Meer in het bijzonder kan gedacht worden aan vergelijkbare middelgrote gemeenten, waar een stuurgroep uit iedere gemeente het lokale experiment mede zou bepalen en vertalen naar de sociale en culturele plaatselijke gegevenheid. De bestaande omroepen kunnen een positieve bijdrage leveren door de technische begeleiding.

Tenslotte vereist zo'n experiment voortdurende wetenschappelijke begeleiding en onderzoek op universitair niveau. Ik meen, Mijnheer de Voorzitter, dat mijn suggestie U bij de opzet van zo'n onderzoek aan te bevelen, door de congressisten van dit geslaagde vijfdaagse Congres volkomen zal gesteund worden.

3. POLITIEK-JURIDISCHE WERKGROEP

In België hebben de maatschappijen voor nutsvoorziening een gewillige partner gevonden in de gemeentebesturen om, met door sommigen als lucratief bestempelde bedoelingen en in versneld tempo, kabeltelevisienetten aan te leggen.

Het kan niet ontkend worden dat België, inzake mogelijkheden voor een vrij vlotte ontwikkeling van moderne communicatietechnieken, een voorsprong heeft op andere landen, vooral dan de buurlanden.

Het gevaar dreigt echter dat deze voorsprong verloren gaat als men zich de inspanning niet getroost om orde te scheppen in de bestaande initiatieven en de totaál voorbijgestreefde wetgeving (K.B. 24/12/66) aan te passen aan de technische evolutie, aan de socio-culturele verzuch-

tingen en aan de toenemende drang naar meer openheid in onze samenleving.

Bij de E.E.G.-instanties blijkt een neiging te bestaan om het initiatief over te laten aan de nationale overheden van de lidstaten. Deze laatste zouden, op interdisciplinaire wijze, het probleem kabeltelevisie moeten aanpakken, daarbij noodzakelijkerwijze rekening houdend met voldoende feiten. Er dient gezocht te worden naar een passende geografische herindeling.

De auteursrechtelijke aspecten mogen niet uit het oog verloren worden. Ernstig moet toegezien worden op de naleving van een rechtvaardig compromis tussen economische realiteiten en de rechten van de burger, dit alles in het raam van verantwoorde politieke opties.

De bestaande, door de distributiemaatschappijen bediende regio's moeten, qua grenzen en omvang, aangepast worden aan meer homogene socio-culturele enti-

3. Experiment lokale video

Een van de toekomstperspectieven die op het Congres Kabeltelevisie uitgebreid aan de orde kwamen, was de zogenaamde «tweede generatie» van de kabeltelevisie: de op de kabel beschikbare kanalen vehiculeren niet alleen via een centraal antennesysteem opgevangen, bestaande open-net programma's (eerste generatie), maar daarnaast ook programma's van lokale origine: lokale televisie. Met behulp van eenvoudige apparatuur, door niet-professionele mensen, buiten de bestaande omroepstructuren om worden televisieprogramma's over onderwerpen van zuiver lokaal belang gerealiseerd en via de kabel gedistribueerd: cf. de «public access» in de V.S.A. of, in eigen land, o.a. de pogingen van Vidéooption te Sint-Joost-ten-Node. De programma's worden dus door het publiek thuis, in de huiskamer ontvangen en bekeken, wat hun een sterke impact en grote potentiële kijkdichtheid bezorgt. In België blijft dit verboden.

Dergelijke programma's kunnen echter ook op een andere manier vertoond worden: in een of ander lokaal (Cultureel Centrum, theater, wijkhuis, kerk, kroeg), in gesloten circuit. De mensen zijn dan verplicht uit te gaan om het programma te

teiten, waarbij geürgeerd wordt dat — binnen de grenzen van het economisch haalbare — elke landgenoot waar hij ook mo-ge wonen, op dezelfde wijze moet kunnen bediend worden.

De nationale zenders hebben hun eigen opdracht, en moeten die ook behouden. Naast de nationale programma's moet de produktie van lokale uitzendingen aangemoedigd worden en aangepast zijn aan regionale behoeften, ze moeten gericht zijn op vorming, voorlichting en verstrooiing. Dit alles met een minimum aan kwaliteitsverzorging.

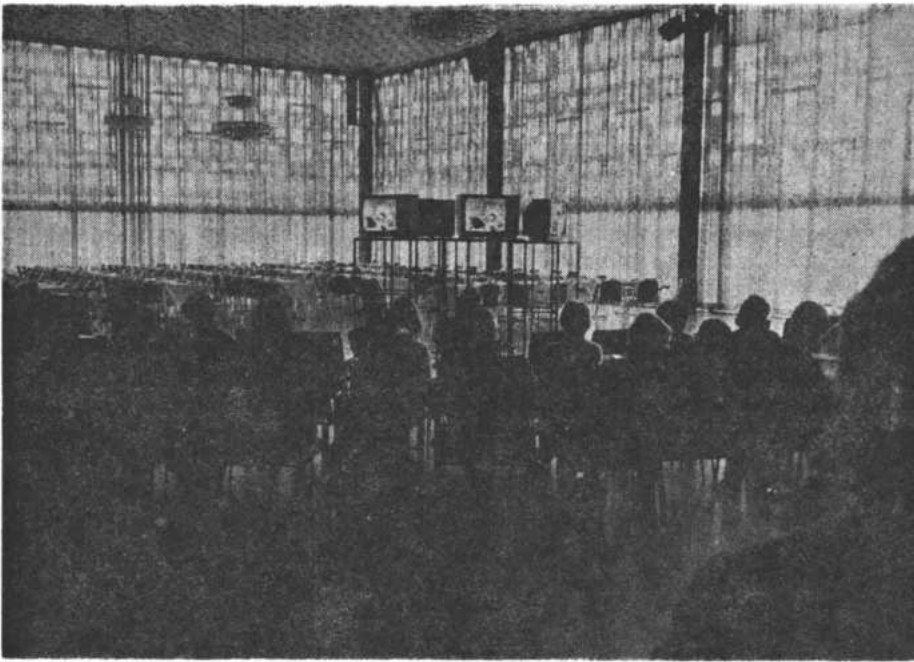
De technische infrastructuur moet een beheersvorm krijgen waarin de overheid is vertegenwoordigd, casu quo overheerst. De lokale programma's moeten worden geproduceerd door lokale en regionale groepen.

Onder deze voorwaarden lijkt men bereid te zijn de tweede generatie te laten ingaan.

gaan zien. Zij kijken echter in groep wat discussie mogelijk maakt, wat toelaat aan «video-animatie» te doen. Men spreekt in dit geval niet meer over lokale televisie, wel over «lokale video». Voorbeelden hiervan zijn de «Vidéographe» in Montreal (Canada) (*) en een aantal verspreide experimenten in eigen land.

Wat op het Congres Kabeltelevisie opviel, was dat over lokale televisie niet langer gesproken werd als over iets dat alleen maar in verre landen of in een niet zo nabije toekomst haalbaar is, maar wel als over een ontwikkeling waar we morgen hier ten lande mee geconfronteerd kunnen worden. De kernvraag was niet: «Willen wij lokale televisie of niet?» maar: «Welke lokale televisie willen wij?».

Er werd te Hasselt niet alleen over de tweede generatie gesproken, er werden ook voorbeelden van lokale televisie getoond: de socio-culturele dag werd afgesloten met de voorstelling van een montage van programmafragmenten uit Melick Herkenbosch, een van de Nederlandse gemeenten waar met lokale uitzendingen geëxperimenteerd wordt; tijdens de slotreceptie werd een videotape getoond met een programma van de «Télévision Com-



De congresdeelnemers bekijken lokale televisie uit Melick-Herkenbosch.

munautaire» uit Québec, Canada. Tenslotte werd naar aanleiding van het Congres te Hasselt zelf een experiment met lokale video opgezet.

Gedurende de maanden die aan het Congres voorafgingen zijn een aantal Hasseltse groepen druk bezig geweest met het voorbereiden en realiseren van korte televisieprogramma's, van «videogrammen». Onderwerpen die daarbij aan bod kwamen waren stads-kernvernieuwing, verkeersveiligheid, patrimoniumbehoud en speelpleinwerking. Inhoudelijk werd de hele zaak gecoördineerd door de Hasseltse Stedelijke Culturele Raad. Technische steun verleende de Audiovisuele Dienst van de K.U.Leuven.

Het resultaat was vijf videogrammen van elk ongeveer 30 minuten die op vrijdagavond 4 oktober 1974 via in de balzaal van het Cultureel Centrum te Hasselt opgestelde monitoren, voor een publiek van een paar honderd mensen vertoond en bediscussieerd werden.

Misschien was het overmoedig dit opzet als een «experiment» voor te stellen: er kon weinig aandacht besteed worden aan kritische begeleiding zodat de evaluatie beperkt moet blijven tot de hier volgende paar losse beschouwingen vanwege iemand die zich zo sterk met het experiment is gaan identificeren dat de voor

serieuze conclusies nodige afstand ontbreekt.

Het experiment werd georganiseerd en gepresenteerd binnen de context van een groots opgezet congres. De intrinsieke kleinschaligheid die per definitie een wezenskenmerk van lokale video hoort te zijn, moest wel in botsing komen met decor, omvang en stijl van het congres. Bedoelde kleinschaligheid ligt zowel op het niveau van de beperktheid van de ingezette produktiemiddelen en de bescheidenheid van de realisatietechnieken, als op dat van het beoogde publiek dat niet alleen «lokaal» maar zelfs nog verder naar specifieke interessesferen opgedeeld kan zijn. De limiet van lokale video is theoretisch één zender die naar één ontvanger zijn audiovisuele boodschap richt.

Dit conflict lokale video/groots congres manifesteerde zich op diverse niveaus; bij de mensen van de lokale Hasseltse groepen die hun programma niet alleen concipieerden met het oog op de publieksgroep die rechtstreeks bij het probleem van de verkeersveiligheid te Runkst of van de verkeersvrije winkelstraten in de binnenstad betrokken is, maar die duidelijk aanvoelden dat hun produkt een primeur zou worden die een veel ruimere belangstelling kon trekken; en bij het publiek tijdens de voorstelling, zowel Hasse-

laren als congressisten, die de videogrammen niet bekeken met het oog van de ethnoloog die getuige is van een boodschap die eigenlijk niet voor hem bestemd is maar die hij binnen zijn eigen context poogt te begrijpen, maar die de videogrammen als naar henzelf gericht opvatten en zich dus gemachtigd achtten ze op hun waarde voor hen te beoordelen. Zoals een van de interveniënten na de voorstelling het mooi uitdrukte: «Ik dacht op een film over Hasselt uitgenodigd te zijn ...».

Het lokaal experiment was opgezet als een poging om de illustreren wat er gebeurt als een min of meer gestructureerde groep mensen plots, op een onvoorbereide en eigenlijk kunstmatige manier, bevoegd krijgt over video-apparatuur met de mogelijkheid dit instrument te gebruiken bij het realiseren van haar eigen doelstellingen. Bedoeling was dus niet zo perfect mogelijk gerealiseerde produkten, «voorbeelden van lokale video», af te leveren maar wel na te gaan wat voor soort produkt op de geschetste manier tot stand kan komen.

Het publiek echter verwachtte iets heel anders: de congrescontext, waarbinnen lokale televisie het voorwerp van controverse was, maakte de videogrammen tot argumenten in het debat over lokale televisie; het lokaal experiment werd beschouwd als een pleidooi voor lokale televisie; de voorgestelde programma's werden, bij ontstentenis aan een meer adequate vergelijkingsterm, gemeten aan het enig soort televisie dat het publiek kent: die van binnen- en buitenlandse omroepprogramma's, gewogen en, minstens door een deel van het publiek, te licht bevonden.

Wat een aantal aanwezigen die daar om een of andere reden baat bij dachten te hebben, de kans bood om met de voorgestelde videogrammen de hele lokale televisie en de tweede generatie van de kabel als amateuristisch geklungel en oninteressant hobbyïsme af te wijzen of hoogstens als een gedecentraliseerde vorm van nationale omroep televisie acceptabel te vinden. «De BRT zal U niet alleen satelliettelevisie maar ook lokale televisie schenken» was de gulle belofte van een BRT-functionaris tijdens de discussie.

Maar lokale televisie is iets heel anders dan omroep televisie op kleinere schaal: het onderscheid is niet alleen kwantitatief maar zou ook kwalitatief moeten kunnen zijn, wil lokale televisie enige zin hebben. Dat de eigen aard van lokale televisie te Hasselt slechts in zeer beperkte mate geïllustreerd werd, hoeft niemand

a.v. - wat doen we ermee?

p. Ickx

te verbazen : de programma-makers kwamen naar aanleiding van dit experiment voor het eerst in hun leven met de produktiekant van televisie in aanraking ; het kon hierbij moeilijk anders dan dat zij terugvielen op de enige ervaring die zij tot dan toe van televisie hadden, met name die ervaring die zij als passieve televisiekijkers, als consumenten van omroepetelevisie hadden opgedaan ; met als voorspelbaar resultaat dat de gepresenteerde videogrammen vol staken met van de omroepetelevisie afgekeken en gecopieerde maar met bescheidener middelen geproduceerde realisatietechnieken. Zoals middelbare scholieren in hun opstellen literaire voorbeelden uit «Zuid en Noord» naschrijven, zo trachtten de Hasseltse televisie-neofieten, de ene al wat meer dan de andere, BRT-televisie na te maken. Terwijl de eenmaligheid van het experiment belette dat zij zich hiervan bewust zouden worden en in hun tweede, derde of nog latere poging erin zouden slagen de eigen taal — als die al bestaat — van lokale televisie te spreken.

Tijdens de voorbereiding van de videogrammen hadden een aantal medewerkers zich scrupules gemaakt over de soms sterk geëngageerde standpunten die zij in hun programma's in wilden nemen. Toch bleek tijdens de inhoudelijke discussie na de voorstelling niemand hier graten in te vinden. De gemoederen raakten pas echt opgewonden toen over de «vorm» gediscussieerd werd. Het gevaar dat lokale televisie bedreigt is blijkbaar niet zozeer dat bepaalde inhouds gewerd of gemanipuleerd zouden worden, maar wel dat lokale televisie niet de kans zou krijgen naar de vorm te zoeken die haar moet toelaten haar eigen, specifieke boodschappen over te brengen ; dat het terrorisme van de techniek het alibi zou zijn waarachter de inhoudelijke censuur zich verschuilt ; dat het monopolie van de professionals erin zou slagen de doorbraak van de creativiteit en het engagement van de amateur af te remmen of zelfs definitief tegen te houden. Misschien is een proefperiode met in tijd en ruimte beperkte experimenten nodig om te vermijden dat wildbouw met zijn onvermijdelijke excessen het principe zelf van lokale televisie voor goed zou compromitteren.

Johan VAN HEDDEGEM

(*) Cf. «De Vidéographe», in : «Informatiebulletin CeCoWe», 3e jrg. nr. 4, december 1973, blz. 12.

De Nederlandse Vereniging voor Medische Audio-Visuele Communicatie die het tweedaags Symposium «A.V. - Wat doen we ermee?» (1 en 2 nov. 1974 in Rotterdam) organiseerde is inmiddels ook al twintig jaar oud.

Een bewijs te meer dat Nederland op het vlak van A.V. er steeds vlug bij geweest is. De belangstelling voor dit Symposium lag dan ook aan de hoge kant.

Op 453 ingeschrevenen noteerde men 420 effectieve aanwezigen. Over twee dagen en twee zalen met identiek programma gespreid was bovendien een pleiade van eminente sprekers voorzien. Het ritme van het hele gebeuren lag dan ook zo hoog dat de deelnemers zowat om het half uur een andere spreker te verwerken kregen. Daar tussendoor moest dan nog even tijd gevonden voor een kop koffie of thee, een bezoek aan tentoongestelde A.V.-programma's, een hapje eten, video-demonstraties, expositie van hardware en noem maar op. Deze snelle afwisseling van sprekers kwam de mogelijkheid tot concluderen uit dit symposium zeker niet ten goede. We maken dan nog abstractie van de moeilijkheid er een leesbaar verslag over te brengen.

We trachten dan ook in dit kort bestek niet meer dan enkele gedachten naar voor te halen.

Referaten

Vanzelfsprekend situeerden de meeste referaten zich rond de problematiek : A.V. en medisch onderwijs.

Dit belet nochtans niet dat ook het bredere onderwijsvlak en de mogelijkheden van A.V. in niet-onderwijs toepassingen wel eens vermeld werden. Na het welkomwoord vrijdag door H.J. Versteeg, voorzitter van de Nederlandse Vereniging voor Audio-Visuele Communicatie, waarin hij de geschiedenis en de verdiensten van de vereniging schetste, lichtte D. de Moulin, directeur van het Instituut voor Geschiedenis van de Geneeskunde van de K.U. Nijmegen de historische ontwikkeling van de medische af-

beelding als didactisch hulpmiddel toe. Een voordracht, begeleid door dia's van afbeeldingen die varieerden van speels tot streng wetenschappelijk, van ludiek tot makaber.

Helemaal op de ludieke toer was het referaat van E.W. Hoonakker, die met de vraag : «A.V. Wat doen we ermee?» ging spelen, ze omdraaide tot «Wat doet A.V. met ons» en zich daarbij afvroeg of A.V. niet vaak een modeverschijnsel tussen andere is, een mythe voor het actuele onderwijs. Volgens hem moet op A.V. zoals op elk didactisch middel grondig gedacht en gewerkt worden voor men het te grabbel gooit.

Na de koffie behandelde men het thema «Werkelijkheid of Illusie».

Deze vraag, behandeld door Chr. van Huysen, had uiteraard betrekking op A.V., niet op de koffie. De spreker, die zelf aan de K.U. Nijmegen in de afdeling Anatomie met A.V. werkt, splitste ter verduidelijking elk «beeld-middel» op in twee grote eigenschappen : verhullen en verduidelijken.

Elke afbeelding en zeker elke didactisch bedoelde afbeelding is immers een schematisering, die dan ook meteen een zekere selectie maakt in de werkelijkheid. Het doel is de kwaliteit van het begrip te verbeteren. Daarom gebeurt een zekere omvorming, toevoeging, weglating, kortom een of andere vorm van codering. Illustreer is dus tevens verhullen en onthullen. Illustreer houdt altijd een zeker risico van «ruis» in. Didactisch moet afgewogen worden hoe groot dit risico is, om een prognose te kunnen maken over de zinvolheid van een illustratie. C.G.J. Michels, onderwijsresearcher, zocht de eventuele ruis eerder aan de kant van de «leerlingen».

De nood aan individualisering van het onderwijs, hetzij als doel, hetzij als middel, moet dringend ernstig onderzocht worden. Niemand heeft wat aan pedagogisch geleuter, waarbij zelden of nooit wat revelants over A.V. uit de bus komt. A.C. Gisolf, ieder welbekend, hoofd van A.V.-dienst van de gastvrijheidverlenende

Erasmus-universiteit, legde er de nadruk op dat de keuze van het medium het belangrijkste aspect is. Hoe dan ook blijft het directe contact, het man-tot-man gesprek in principe het beste medium.

Men dient er rekening mee te houden dat de keuze van het medium gedeeltelijk de vrijheid van de ontvanger bepaalt. Het bepaalt zijn mogelijkheden van onderbreken, tussenkomen en noem maar op. Het is dus medebepalend voor zijn uiteindelijke indrukken.

Zeker bij een leerproces moeten deze elementen grondig overwogen worden. Ook Chr. Titulaer, didacticus bij de Teleac-stichting, pleitte in deze richting.

Het medium is ondergeschikt aan het doel dat je beoogt. Het moet dus duidelijk in functie van dat doel worden bepaald en gekozen. Zo kan TV, vooral dan gezien in het Teleac-perspectief, schaalvergroterend en motiverend werken, tempo aangeven, een deel van de leerinhoud overdragen.

Elk A.V.-middel blijft echter steeds maar een onderdeel van de multi-mediale aanpak, met inbegrip van rechtstreeks contact, gesprek en dergelijke meer. Ook volgens G.T. van der Hoek, hoofd van de educatieve dienst van het Rijksmuseum van Amsterdam, wordt om het even wat op de allereerste plaats door het woord onder de aandacht van het publiek gebracht.

Het inzetten van A.V. heeft slechts zin in zoverre het dit proces kan bevorderen. Voor verschillende sprekers, die we hier niet allemaal met name kunnen noemen, is A.V. een (nood-)oplossing om grotere groepen tegelijk te bereiken. Iedereen was het er wel over eens dat dit een enorme tijdswinst betekent maar niemand kon of durfde zich uitspreken in hoeverre het kennis-effect bevordert wordt. Men kan, volgens onderzoeken terzake gedaan, geredelijk aannemen dat de globale resultaten niet slechter zijn; dat ze beter zijn is nog te bewijzen.

Op de voorstelling door sommige sprekers van de eigen aanpak van A.V. in door hen gedoceerde cursussen, kunnen we hier moeilijk ingaan. Het betrof meestal eerder beperkte en vaak niet zo revelerende projecten. Vermelden we in dit verband wel de toelichting van J.B. van der Kooij uit Groningen (natuurkundig Laboratorium van de Rijksuniversiteit) die een lans brak voor een ook actieve benadering van de media. Met zijn studenten maakt hij zelf filmpjes ten behoeve van het onderwijs. De centrale vraag blijft ook dan: «Hoeveel informatie wordt werkelijk overgebracht?»

AMPEX S.A.

MAGNETIC MEMORIES

COMPUTER - INSTRUMENTATION

AUDIO - VIDEO - TAPE

RUE DE L'INDUSTRIE

1400 NIVELLES

TEL. 016/22.49.21

Expositie en praktijk

De voorziene expositie-ruimte werd onderling verdeeld voor het tentoonstellen van programma's van de Nederlandse Vereniging voor Audio-Visuele Communicatie, met name van de A.V.-diensten van de faculteiten geneeskunde van diverse universiteiten.

Daarnaast stelden enkele sprekers de in hun referaat besproken programma's ter bezichtiging en waren verschillende bedrijven en industrieën present met oud en nieuw materiaal.

Interessant bij de programma's waren de erg eenvoudige «Trainers», ontworpen en gebruikt door C. Jerusalem, hoogleraar in de Cyto-histologie aan de K.U. Nijmegen.

Deze «Trainers» zijn eigenlijk eenvoudige houten kastjes met dia-projectie waarvan de student zelf, met de begeleidende tekst in de hand, het tempo van voort- en teruglopen kan bepalen. De student kan onderbreken voor vragen, uitleg, discussie, enz... Naar het schijnt een in de praktijk zeer rendabele en effectieve hulp. Ook de erg geprezen (en over het paard getilde?) «Televisie-bus» van de Technische Hogeschool Delft, een volledig uitgeruste kleuren-captatiewagen, was ter bezichtiging opgesteld. Een mooie, degelijke en dure uitrusting waarbij in het kader van A.V. in het onderwijs (voorlo-
(ADVERTENTIE)

pig) toch wel kan gevraagd: moet dat zo nodig?

Bij de industriële exposanten liep het gamma van dia-projectieapparatuur, over beeld per beeld 16mm-projectie en klankdiareeksen tot kleuren-VCR en editing-apparatuur. Echt revelerend nieuwe dingen waren niet aanwezig. Vermeldenswaard waren de Trinitron kleurencamera en de programmeerbare editing-unit van Sony, een apparaatje dat vlot en feilloos heel wat montageproblemen ondervangt.

Aan de praktische kant van het Symposium stond de volledige video-opname van de referaten zodat men bij het begin van de tweede dag even het geheugen kon oprispen aan een samenvatting van de vorige dag.

Niet altijd feilloze apparatuur en niet steeds even gelukte toepassing van gekende VPRO-technieken, zoals commentariërende ondertiteling, maakten het constante video-contact tussen de verschillende ruimten echter minder boeiend.

Wel interessant was dat experiment waarschijnlijk voor de vrijwilligers die hierbij de kans kregen als cameraman of regisseur op te treden.

Conclusie:

Het moeilijkste van dit Symposium was zeker de conclusievorming. Vrijwel iedereen was het er bij het einde van deze

A.V.-tweedaagse over eens dat er blijkbaar niet zoveel aan A.V.-communicatie wordt gedaan, maar eerder aan instructie.

Het belang van de dialoog — en gaat het hier niet om een definitie-element van goede communicatie? — dreigt hierbij verloren te gaan. Zoals iemand het uitdrukte dreigt A.V.-instructie te verworden tot een systeem van «iemand wat in de maag te splitsen».

Misschien is het te grote respect voor A.V.-deskundigheid hieraan niet vreemd. Volgens A.C. Gisolf moet juist die «deskundigheid» op het gebied van A.V. met een korreltje zout genomen worden. Waar het op aan komt is de communicatie, het contact. Werkt A.V. hierbij bevorderend dan is alles OK, gebeurt dit niet dan vergeten we beter dat dergelijke middelen bestaan.

Ook wij hadden gedurende deze twee dagen wel eens de indruk dat A.V. maar al te dikwijls de redplank is voor overbelaste professoren of te grote studentenaantallen, en dat geeft toch wel te denken.

Wie met de vraag «A.V. - Wat doen we ermee?» naar Rotterdam is vertrokken, is waarschijnlijk huiswaarts gekeerd met «Ja, wat doen we d'er nou eigenlijk mee?» Dan heeft dit Symposium aangezet tot reflectie terzake, en dat is op zich al een verdienste.

Paul ICKX



feiten uit de media- wereld

W. VAN DER BIESEN

Het Gentse socialistische dagblad «VOORUIT» vierde in september zijn 90e verjaardag. Op 28 september kreeg de krant ook een nieuw uitzicht: een nieuwe kop en een gans andere - meer moderne - opmaak. Ook inhoudelijk gaat men vernieuwen: het is de bedoeling de waaijer van informatie en duiding merkbaar te verbreden.

Om het hoofd te kunnen bieden aan de financiële moeilijkheden werd het «Persfonds Vooruit» opgericht, dat een beroep doet op «allen die geloven in de onmisbaarheid van een socialistische krant» om een lening te onderschrijven die na drie jaar terugbetaalbaar is, met een jaarlijkse netto intrest van 5%.

Te Brussel werd van 10 tot 19 oktober 1974 het tiende «NATIONAAL FESTIVAL VAN DE BELGISCHE FILM» georganiseerd. Het publiek bekroonde «Home sweet home» van Benoit Lamy, terwijl de pers haar voorkeur gaf aan «Le Seigneur est avec nous». De publieke belangstelling was overweldigend, maar de aangeboden filmische kwaliteit wordt bedroevend genoemd.

Tijdens een internationaal DEBAT over TELEVISIE dat in het Mexicaanse Acapulco werd gehouden, nam president Luis Echeverria duidelijk stelling tegen het kleine scherm dat hij «een belangrijke factor in het thans bestaande gebrek aan menselijke communicatie» noemde.

Marshall McLuhan betitelde de TV als «een elektronisch verdovend middel». De hoofdredacteur van «Le Monde», Jacques Fauvet, ging zelfs nog verder en stelde dat «er een dag zal komen waarop een einde zal worden gemaakt aan alle TV-uitzendingen, zodat de mensen elkaar weer zullen kunnen vinden».

Het medium had echter ook z'n verdedigers. Wilber Schramm directeur van het «East-West Communications Center» in de U.S.A., was van mening dat de «Vietnamese oorlog wellicht nog steeds in alle hevigheid zou hebben gewoed indien de TV deze niet in de huiskamer had gebracht.»

Begin november besloot kanselier Bruno Kreisky de OOSTENRIJKSE KRANTEN een forse staatssteun te verlenen. Ieder jaar zullen de bladen 60 miljoen schilling (ongeveer 130 miljoen B.F.) ontvangen. Het overgrote gedeelte van dit bedrag zal worden toegewezen aan de kranten met de kleinste oplagen.

In november werd de uitgave van het gratis programma- en informatieblad van de Antwerpse Intercommunale voor Teledistributie, «INTEGAN», voorlopig stopgezet. De verhoogde kosten (papier) en het uitblijven van advertenties (wellicht worden de gegadigden afgeschrikt door het rechtsgeding dat tegen «Integan» werd ingespannen door twee uitgeverijen van omroepbladen) maakten de uitgave niet meer rendabel.

Te Parijs overleed op 13 november de Italiaanse filmacteur en -regisseur VITTORIO DE SICA. Hij was 72 jaar. Begonnen als acteur, werd deze Napolitaan spoedig ook een befaamd regisseur, die echter «bleef acteren om (financieel) te kunnen regisseren». De Sica kreeg vijfmaal de Oscar, o.a. in 1946 voor «De schoenpoetsertjes» en in 1948 voor «De Fietsendief» die in 1958 bij de twaalf beste films van alle tijden werd gerekend. Beide films zijn, zoals z'n andere bekende werken «Umberto D» (1951), «Mirakel te Milaan» (1951) en «Het Dak» (1956) typische produkten van het Italiaanse non-realisme, waarvan De Sica één der grondleggers is. Na een jarenlange (commerciële) routineproductie maakte hij in 1971 een nieuw meesterwerk dat eveneens met een Oscar werd bekroond: «De tuin van de Finzi Contini».

De NEDERLANDSE minister van C.R.M., Van Doorn, wil in 1975 vijf miljoen gulden (75 miljoen F.) ter beschikking stellen van de kranten. Voor deze STEUN komen alleen dagbladen in aanmerking die een «redelijke» rentabiliteit hebben, maar door een verminderd advertentie-inkomen een scherpe concurrentiestrijd met de

bloeiende landelijke ochtendbladen leveren.

Dit alles blijkt uit een ontwerp voor de reeds lang beloofde «nota mediabeleid», die in het voorjaar bij de Tweede Kamer zal ingediend worden.

Van 17 tot 24 november had te Buenos-Aires het tiende wereldcongres van de «KATHOLIEKE INTERNATIONALE UNIE VAN DE PERS» (U.C.I.P.) plaats. 230 afgevaardigden uit 32 landen namen deel aan dit congres, dat als thema had «Ethiek van de Journalistiek».

De Parijse krant «LE FIGARO» steekt sinds 18 november in een nieuw kleedje. Ze wordt nu gedrukt in een Angelsaksische opmaak waarin slechts twee of drie lettertypes gebruikt worden. «Le Figaro» zal maximum nog 32 pagina's tellen en de laatste bladzijde is een soort cultureel cahier.

Het OOSTDUITSE nieuwsagentschap «Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst» (A.D.N.) en het WESTDUITSE «Deutsche Presse Agentur» (D.P.A.) hebben op 22 november een akkoord ondertekend om voortaan informatie uit te wisselen.

De VLAAMSE JOURNALISTENCLUB vierde haar 25e verjaardag op 23 november in het casino te Oostende. Eerste Minister Tindemans was er gastspreker. Hij handelde o.a. over de huidige problemen in de geschreven en gesproken pers. In verband met deze laatste merkte hij op dat er in verscheidene partijen stemmen opgaan om zendgemachtigde verenigingen op te richten. Hoewel de premier nog geen standpunt innam en eerst wil wachten op het nieuwe statuut voor radio en televisie, staat hij blijkbaar niet afkerig tegenover «het Nederlandse systeem van zendgemachtigde verenigingen met een uitgesproken eigen opinie, zoals er in de krantenwereld altijd duidelijke strekkingen hebben bestaan».

Op 28 november 1974 werd in de Kamer van Volksvertegenwoordigers het wetsontwerp tot rechtstreekse STEUN AAN DE DAGBLADPERS goedgekeurd. In feite gaat het hier om het terug opnemen van het zgn. ontwerp - Leburton «betreffende de toekenning van een rechtstreekse tegemoetkoming aan de dagbladers». Dit wetsontwerp moest in de Kamer besproken en goedgekeurd worden op 19 januari 1974, uitgerekend de datum waarop de regering-Leburton ontslag nam. Het thans goedgekeurde ontwerp werd - in sterk gewijzigde vorm - ingediend onder de titel «wetsontwerp tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladers». Hierdoor wordt aan de kranten een krediet ter beschikking gesteld van 285 miljoen F. (100 miljoen voor 1973 en 185 miljoen voor 1974). Op de begroting van 1975 werd nog 200 miljoen ingeschreven. Het ontwerp heeft slechts een voorlopig karakter; een meer definitieve en meer uitgebreide regeling over staatsinterventie in de pers zou in voorbereiding zijn. De eigenlijke verdeling van de 285 miljoen is niet in het wetsontwerp opgenomen, maar zal door een koninklijk besluit geregeld worden. Bovendien ontvangt het Ministerie van Economische Zaken 15 miljoen, die zullen besteed worden aan een algemene voorlichtingscampagne in de kranten. Voor deze «Mercator»-campagne ter voorlichting van de verbruikers zou aan alle dagbladen het hoogste tarief worden uitbetaald.

Onder de titel «Newsround» zendt de B.B.C. viermaal per week (telkens om 17 u.) EEN TELEVISIEJOURNAAL uit voor KINDEREN van vijf tot veertien jaar. Voor dit experiment, dat een groot succes kent, werden zeven jonge journalisten aangeworven. De problemen die men aansnijdt, worden steeds volledig uitgediept, omdat, aldus de producer Edward Barness, «kinderen steeds het einde van een verhaal willen kennen».

Begin december werd het statuut van de ITALIAANSE TELEVISIE (R.A.I.) grondig gewijzigd. Omdat het Italiaanse

Hoger Gerechtshof het R.A.I.-monopolie in strijd met de grondwet achtte, heeft de regering-Moro bij decreet een aantal maatregelen uitgevaardigd die onmiddellijk van kracht werden. Het nieuwe statuut scheidt de mogelijkheid voor overname van buitenlandse programma's door private steunzenders en voor invoering van kabeltelevisie. Verder wordt bepaald dat «ten minste 5% van de zendtijd moet worden voorbehouden voor de partijen die in het parlement vertegenwoordigd zijn, voor de vakbonden, voor de godsdienstige stromingen en voor de etnische minderheden». Deze maatregel komt tegemoet aan de felle kritiek van de linkse partijen die van mening zijn dat de R.A.I. alleen maar ten voordele van de christen-democratische partij functioneert. Een belangrijke vernieuwing betreft het feit dat de televisiejournals van de twee netten door twee afzonderlijke redacties zullen verzorgd worden.

Op 5 december overleed de 60-jarige Italiaanse cinest PIETRO GERMI. In de meeste van z'n films hekelde hij op een «satirische wijze de sociale (wan)-toestanden in Italië. Meermaals speelde hij zelf de hoofdrol in z'n films. «Echtscheiding op z'n Italiaans» geldt als z'n meesterwerk.

Op 7 december werd het nieuwe complex van «GAZET VAN ANTWERPEN» op de Linker Schelde-oever officieel ingehuldigd. De nieuwe gebouwen en installaties zijn slechts een onderdeel van de modernisering van het bedrijf. De oude loodtechnieken hebben de plaats moeten ruimen voor het fotozetsysteem, terwijl ook een nieuwe rotatiepers, de «Jumbo Courier», in gebruik werd genomen. Deze laatste is een wereldprimeur en de huidige trots van «Gazet van Antwerpen». De reuzedrukcyllinder van de Jumbo drukt 24 pagina's per omwenteling (de standaardcyllinder slechts 8 pagina's) en deze revolutionaire rotatiepers kan zonder (technische) moeilijkheden een krant van 192 pagina's afleveren.

DELGAY

**audio-visueel didactisch materiaal
C.C.T.V.**

**koningsstraat 219, 1030 brussel
tel. 02. 219 14 59**

Tijdens het laatste trimester van 1973 werd een onderzoek ingesteld naar de beroepssituatie van allen, die tijdens de jaren 1968-1971 geslaagd waren voor de theoretische proeven van de 2e licentie, politieke en sociale wetenschappen of sociologie aan de K.U.Leuven. De post-enquête leverde, na drie herinneringen, een bevredigende respons op van 73.2 %, globaal, van 72.2 % voor de communicatiewetenschap.

de arbeidsmarkt voor gediplomeerden in de communicatiewetenschap

m. wullaerts

Het hierna volgend verslag betreft in het bijzonder de 41 respondenten, die op het ogenblik van het onderzoek de titel van licentiaat in de politieke en sociale wetenschappen, richting communicatiewetenschap verworven hadden. Dit geringe aantal maant wel tot voorzichtigheid aan ten opzichte van veralgemeenning van eventuele besluiten bij vergelijking met de andere licentiaten in de politieke en sociale wetenschappen of in de sociologie.

Vooraleer de eigenlijke beroepssituatie te ontleden, verstrekken we eerst enige gegevens over de samenstelling van de onderzochte groep naar geslacht en naar het tijdstip waarop de licentiaatstitel behaald werd.

	Communicatiewetenschap		Andere licentiaten		Totaal	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
Man	29	70.7	175	75.8	204	75.0
Vrouw	12	29.3	56	24.2	68	25.0
Totaal	41	100.0	231	100.0	272	100.0

Relatief dus een enigszins sterkere vertegenwoordiging van de vrouw en ook, zoals uit volgend overzicht blijkt, van de recent gediplomeerden bij de richting communicatiewetenschap.

Promotiejaar (licentiaatstitel)	Communicatiewetenschap		Andere licentiaten		Totaal	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
1968 en 1969	8	19.5	62	26.8	70	25.7
1970 en 1971	18	43.9	110	47.6	128	47.1
1972 en 1973	15	36.6	59	25.6	74	27.2
Totaal	41	100.0	231	100.0	272	100.0

De respondenten werden ingedeeld in de volgende zeven professionele sectoren :

1. Nijverheid : industriële bedrijven, ook bouw- en transportbedrijf.
2. Handel : de eigenlijke handelondernemingen, banken en verzekeringen.
3. Communicatiesector : radio, TV, pers, film, reclame-agenties, public relations.
4. Sociale en beroepsorganisaties, respectievelijk : a) diensten van maatschappelijk werk, vormingswerk, mutualiteiten, culturele centra en dgl. ; b) organisaties van werkgevers, zelfstandigen, werknemers.
5. Wetenschappelijk onderzoek : wetenschappelijk personeel, vakbonden aan universitaire of gelijkaardige instellingen, of werkzaam in privécentra die uitsluitend wetenschappelijk onderzoek verrichten. Hieronder vallen echter niet personen werkzaam in studiediensten van sociale of beroepsorganisaties.
6. Onderwijs : personen met overwegend leeropdrachten.
7. Openbare sector : politici, ambtenaren van staat, provincie, gemeenten, agglomeraties van gemeenten, van parastatale en internationale instellingen.

Respondenten, gespreid over professionele sectoren en uitgesplitst naar studierichtingen. In %.

Studierichting	Communicatiewetensch.	Sociale wetensch.	Politieke wetensch.	Sociologie	Totaal
Professionele sector					
Nijverheid	8.6	15.1	19.0	12.5	14.5
Handel	11.4	23.3	15.9	10.7	16.3
Communicatiesector	34.3	—	4.8	5.4	7.9
Soc. en beroepsorg.	8.6	11.0	11.1	14.3	11.5
Onderwijs	8.6	20.5	12.7	5.4	12.8
Wetensch. onderz.	5.7	5.5	4.8	33.9	12.3
Openbare sector	22.8	24.6	31.7	17.8	24.7
Totaal	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Abs. cijfers	35	73	63	56	227

De respondenten, richting communicatiewetenschap, vinden dus in grote mate een werkkring in — begrijpelijk — de communicatiesector, en ook in de openbare sector.

Bekijkt men de resultaten horizontaal, dus naar professionele sector, dan kan bij vorige tabel nog toegelicht worden dat sociologie 73% van het wetenschappelijk onderzoek naar zich toetrekt, de communicatiewetenschap 66% van de communicatiesector en de ondertussen afgeschafte richting sociale wetenschappen 51% van de onderwijssector.

In dit onderzoek werd ook nagegaan of de respondenten werken tegen voor een licentiaat aanvaardbare financiële voorwaarden. Uitgangspunt was de beginwedge van bestuurssecretaris in openbare dienst. Deze bedroeg tijdens de tweede helft van 1973 respectievelijk 296.364 fr. aan index 114.87 en 302.298 fr. aan index 117.17, dus aanvankelijk nog beneden 25.000 fr. bruto per maand, nadien er juist boven.

Bij de uitwerking van een maatstaf ter beoordeling van de inkomens werd de totale beroepsanciënniteit in acht genomen, met een zekere soepelheid nochtans voor de beginfase, meer bepaald voor de eerste drie jaar. Zulks gaf dan volgende resultaten :

- a. Beneden de maatstaf, of onderbetaald, zijn de respondenten met een inkomen van :
- minder dan 20.000 fr. per maand, ongeacht de anciënniteit ;
 - tussen 20.000 fr. en 25.000 fr. met een anciënniteit van 3 jaar en meer ;
 - tussen 25.000 fr. en 30.000 fr. met een anciënniteit van 5 jaar en meer.
- b. Volgens de maatstaf :
- De inkomens tussen 20.000 fr. en 25.000 fr. met minder dan drie jaar anciënniteit.
 - Inkomens tussen 25.000 fr. en 30.000 fr. met minder dan 5 jaar anciënniteit.
 - Inkomens boven 30.000 fr. met een anciënniteit van 5 jaar en meer.
- c. Boven de maatstaf vallen dan de respondenten met meer dan 30.000 fr. per maand en minder dan 5 jaar anciënniteit.

De toepassing van deze maatstaf levert volgende resultaten op :

Financiële voorwaarden	Communicatie-wetenschap		Andere licentiaten		Totaal	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
beneden maatstaf	8	22.9	52	27.1	60	26.4
volgens maatstaf	19	54.2	101	52.6	120	52.9
boven maatstaf	8	22.9	39	20.3	47	20.7
Totaal	35	100.0	192	100.0	227	100.0

Er weze hier nog aan toegevoegd dat van de 272 licentiaten er 45 of 16.54% werkloos waren om diverse redenen : effectief werkzoekend (ca. 5%), legerdienst, huishouden, aanwervingsprocedure, enz. Bij communicatiewetenschap bedroeg dit aantal 6 of 14.63%, bij het totaal van de overige licentiaten 39 of 16.88%. **Uit deze geringe statistische schommelingen, vastgesteld bij de ontleding van de vorige gegevens, kunnen zeker geen voorbarige en wetenschappelijk niet te verantwoorden conclusies getrokken worden. Toch kan als samenvattend besluit wel aangestipt worden dat de richting communicatiewetenschap met relatief meer vrouwen en recent afgestudeerden — twee categorieën, die het meestal in de beroepswereld moeilijker hebben — toch naar een gunstige situatie overhelt zowel t.a.v. werkloosheid als t.a.v. betaling volgens of boven maatstaf.**

M. WULLAERTS.

sport en jeugd

Tweemaandelijks tijdschrift

◆
Inlichtingen over de spelregels, de technieken en de tactieken van verschillende sporttakken zoals : voetbal, basketbal, volleybal, atletiek, turnen, zwemmen, handbal, tafeltennis, tennis, paardesport, skiën, waterskiën, valschermspringen, bergbeklimmen, badminton, sportspelen.

◆
Geïllustreerd met talrijke tekeningen en actiefoto's.

◆
Prijs : 60 Belg. fr. — te storten op postrekening nr. 1393.70 van Sporta v.z.w., Th. Roucourtstraat 1, 2600 Berchem.

jos de wel

De Belgische partijtjdschriften, definitie en kwantitatieve analyse.

Fac. Soc. Wet., CeCoWe, Leuven, 1974, 265 blz.
Promotor : L. Boone.

Deze eindverhandeling wil een inzicht en een vergelijking opleveren m.b.t. de partijpolitieke publikaties die in ons land verschenen van '68 tot '73, uitgegeven door politieke partijen en bestemd voor hun leden.

Zoals de schrijver van «**Regionale Informatieweekbladen**»⁽¹⁾ meedeelt, blijven heel wat problemen onopgelost bij het onderzoek naar het tijdschrift als informatiemiddel van de gedrukte pers. Wat betreft de studie hiervan is de bijdrage van Joachim Kirchner⁽²⁾ van belang, die de meest essentiële karakteristieken opzoekt en het historisch onderzoek een heel eind op weg helpt⁽³⁾.

I. DEFINITIE VAN HET ONDERWERP

Wanneer men de classificaties en de functies van de gedrukte pers nagaat stellen we vast dat in de terminologie en in de classificatie de benaming «periodieke pers» slaat op persorganen van uiteenlopende aard uit oogpunt van periodiciteit, structuur, bestaansreden en functies. Het «**Jaarboek van de periodieke pers**»⁽⁴⁾ onderscheidt dertig categorieën. Het wettelijk depot⁽⁵⁾ telt niet minder dan 4905 periodieken.

In «**Le Monde de la presse en Belgique**»⁽⁶⁾ beschrijft J. Gol de typologie van de niet dagelijks verschijnende pers en de bespreking van de niet-commerciële opinietijdschriften omvat partijtjdschriften.

Ook in «**Sociologie van de pers**»⁽⁷⁾ van Prof. L. Boone vinden we onder de rubriek politico-doctrinale of opiniebladen enkele namen van onderzochte tijdschriften. In een studie van 1957 aan het Institut für Publizistik der Universität Münster, o.l.v. Prof. W. Hagemann⁽⁸⁾, werd de periodieke pers opgesplitst naar een sociologisch-typologische (vertikaal) en een horizontaal-vakkundige indeling. Het onderzoek dat wij uitvoerden bij de verenigingen die de tijdschriften in België vertegenwoordigen maakte het ons evenmin mogelijk uit de bestaande classificatie diegene af te zonderen die wij verlangden, zodat het opstellen van een **eigen definitie**, gefundeerd op de bevindingen van de onderstaande auteurs, de enige uitweg was.

Indien we, schematisch en per auteur, de gezichtspunten naast elkaar plaatsen komen de volgende karakteristieken naar voren :

W. HAACKE :

- geestelijk verbindingsmiddel en discussieforum ;
- geen algemeenheid van interesse ;
- grotere of kleinere tijdsintervallen ;
- bestemd voor iedereen of voor een bepaalde groep, gratis of tegen betaling ;

- eenheid van onderneming ;
- niet verbonden aan de actualiteit (tg. krant) ;
- geen collectiviteit m.b.t. de inhoud ;
- geen journalistieke bedoeling als zodanig ;
- alle verschijnselen worden vanuit de eigen ingesteldheid belicht ;
- uit de vrijwillige begrenzing vloeit een afgebakende interessekring voort, maar binnen deze afbakening streeft men naar volledigheid in de informatie en de meningsvorming ;
- men hecht grote waarde aan de «communicatieve echo» om invloed te winnen, te behouden of te versterken en instemming en navolging te bekomen ;
- in het kader van het vervullen van zijn functie in de politiek komt de bestaansreden tot haar recht door het voorbereiden en het doorvoeren van de bestaansreden d.m.v. anamnese, diagnose, prognose en therapie.

E. DOVIFAT :

- afgebakende bedoeling ;
- regelmatig eenzelfde reeks onderwerpen ;

W. HAGEMANN :

- het hoofdaccent ligt niet op de verspreiding van actuele en universele berichtgeving ;
- verschijnt minstens 4 maal per jaar ;

K. SALZMANN :

- een eigen werkgebied ;
- gemeenschappelijk interessegebied van de lezers ;
- onbegrensde duur ;
- niet gratis ;

O. GROTH :

- begrenzing t.o.v. het onbegrensde dagblad ;

HEGEL :

- meer fundamenteel dan de krant ;

G. KIESLICH

- begrensd t.o.v. de krant ;
- alles wat niet krant is, is tijdschrift.

Uit dit geheel van eigenschappen is het uiteraard niet gemakkelijk om een kernachtige, bondige maar alomvattende definitie te distilleren.

Bovendien hebben wij ons in het uitgangspunt uitgesproken voor tijdschriften die uitgegeven worden door **politieke partijen** of door instellingen die zich hiermede vereenzelvigen en die niet behoren tot de verkiezingspropaganda. Gezien het doel van deze bijdrage lijkt de volgende omschrijving ons operationeel :

Het partijpolitieke tijdschrift is een continu verschijnend, niet met de hand geschreven mechanisch veelevoudigd druksel, dat tegen betaling of als gevolg van het lidmaatschap van een politieke partij op vooraf vastgestelde tijdstippen en minstens 4 maal per jaar verschijnt ; bestemd is voor de leden van een politieke partij die tenminste 1 verkozenen heeft in het parlement en uitgegeven wordt door een politieke partij of door een vereniging die zich hiermede identificeert.

Het is een geestelijk verbindingsmiddel dat de bedoeling heeft een bepaald publiek te informeren om dit, op basis van een programma en een doctrine, een overzicht te bieden van een

zelfde reeks onderwerpen die niet steeds met de actualiteit verband houden en invloed uit te oefenen ten einde een groter aandeel in de machtsuitoefening te bekomen, en waarvoor vooraf geen begrenzing vastgesteld wordt betreffende de verschijningsduur.

II. METHODE VAN ONDERZOEK

Volgens W. Haacke⁽¹⁾ zijn de onderzoekstechnieken die op het politieke tijdschrift toe te passen zijn terug te brengen tot de traditionele historiografische methode, de sociografische en het tekstkritisch onderzoek.

Voor de praktische toepassing is het voor ons onderzoek evenwel aangeraden een beroep te doen op de methode van de boodschapsanalyse, meer specifiek de inhoudsanalyse (daar het een analyse betreft van een massamedium) als een onderzoeksmethode voor de objectieve, systematische en kwantitatieve beschrijving van de evidente inhoud van de communicatie⁽²⁾.

Zij behoort tot de categorie die betrekking heeft op de vorm- en inhoudskenmerken van het onderzochte medium d.m.v. de kwantitatieve methode, die zich aldus beperkt tot de manifeste aspecten van de mededeling om de belangstelling te meten die partijpublicaties hebben voor de verschillende onderwerpen, om alzo tot een zekere generalisatie te komen die uitstijgt boven het «eenmalige».

III. PROCEDURE

Zoals noodzakelijk bij elke analyse bestaat deze achtereenvolgens uit de probleemstelling, de sampling, de keuze van de indicatoren, de meet- of tekeneenheid, de keuze der categorieën en het vooronderzoek.

De categorieën zijn :

A. Binnenlandse aangelegenheden :

- 1) Algemeen
- 2) Commentaar
- 3) Sociaal
- 4) Economie

B. Buitenlandse aangelegenheden :

- 5) Algemeen
- 6) Commentaar
- 7) Economie

C. Partijberichtgeving :

- 8) Programma
- 9) Partijnieuws
- 10) Redactie

D. Niet partijnieuws

- 11) Vrouw/Jeugd
- 12) Cultuur
- 13) Sport
- 14) Brieven
- 15) Pers
- 16) Ontspanning en diversen
- 17) Advertentie en reclame.

Schematisch ziet het onderzoek er dus als volgt uit :

1. Doel

Wat publiceren de tijdschriften uitgegeven door politieke partijen in de publicaties bestemd voor hun leden, en hoe verhouden deze publicaties zich op dit gebied tegenover elkaar ?

Onlangs verschenen werken :

THE NEWSPAPER GAME

The Political Sociology of the Press
- an inquiry into behind-the-scene organization,
financing and brainwashing techniques of the
news media.

door Paul HOCH

217 blz., 448 fr.

Het dagblad als middel tot politieke indoktrinatie, als vehikel ter verspreiding van de kapitalistische levensvisie.

MASS COMMUNICATIONS

A World Review

door Alan WELLS (ed.)

276 blz., 350 fr.

De massamedia in West-Europa, Japan, Rusland, China en de Derde Wereld.
De massamedia in de Global Village : internationale kabelsystemen, Intelsat, internationale persagentschappen.
Internationale communicatie en propaganda op wereldschaal.

MARKETING IN HET DAGBLADBEDRIJF

door J.P.S. VAN NEERVEN

544 blz., 1264 fr.

Een zo volledig mogelijke beschrijving - met het basiswerk van Philip Kotler, Marketing Planning, als uitgangspunt - van de mogelijkheden voor marketing in het dagbladbedrijf en van de daaruit voortvloeiende gevolgen voor het uitgeversbedrijf.

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

WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL

acco

tiensestraat 134 - 136

3000 LEUVEN

tel. 016/23.35.20

2. Materiaal en methode

a) Materiaal

Vier tijdschriften per jaar van de elf partijen of partijvleugels in het Belgische parlement gedurende zes jaar, nl. vanaf 1968 tot en met 1973.

b) Methode

Kwantitatieve vormanalyse : oppervlakte besteed aan de 17-ho-gergenoemde categorieën.

IV. ONDERZOEK EN INHOUDSANALYSE

Alvorens het onderzoek aan te vangen wordt een politieke situatie van de betreffende partij en een verantwoording gegeven van de keuze van het tijdschrift in functie van ons onderzoek, alsmede een overzicht van alle publikaties die door de bestudeerde partijen uitgegeven worden. Elk tijdschrift wordt **nauwkeurig** getoetst aan de definitie.

TIJDSCHRIFTENKEUZE

Taal	Strekking	Tijdschrift
Nederlandstalig	Partij voor Vrijheid en Vooruitgang	VOORUITGANG en P.V.V.-FLITSEN
	Kommunistische Partij van België	DE RODE VAAN
	Christelijke Volkspartij	BEWEGING en ZEG
	Volksunie	WIJ VLAAMS NATIONAAL
	Belgische Socialistische Partij	SOCIALISTISCHE STANDPUNTEN
Franstalig	Parti pour la Liberté et le Progrès	PROGRES
	Parti Communiste de Belgique	LE DRAPEAU ROUGE
	Parti Social Chrétien	ACTION
	Front Démocratique des Francophones	DFD-CONTACT en BRUXELLES VERITE
	Rassemblement Wallon	SOCIALISME en FORCES
	Parti Socialiste de Belgique	WALLONNES EN DIRECT DU P.S.B.

V. BESLUITEN EN SYNTHESE

Indien we ons afvragen in hoeverre de partijen die in België aan het politiek leven deelnemen tijdschriften uitgeven die beantwoorden aan de definitie die wij hebben ontwikkeld, stellen wij vast dat deze publikaties in drie groepen in te delen zijn :

1. **Ledenbladen** : het zijn diegene die in alle opzichten aan onze definitie beantwoorden.
2. **Partijtjdschriften** : zij wijken alleen af van de voorgaande groep omdat zij niet aan het lidmaatschap verbonden zijn en dus meestal ook voor niet-leden publiek te koop zijn.

3. **Doctrinetijdschriften** : hun bestaansreden is de discussie van beleidsproblemen. Zij zijn ook niet aan het lidmaatschap gebonden en meestal niet publiek te koop maar alleen verkrijgbaar via abonnementen of via het lidmaatschap van de instelling die ze uitgeeft en die zich met de partij identificeert.

1. Tot de eerste groep behoren alleen drie publikaties van de C.V.P., twee ervan verschijnen thans niet meer maar zijn opgevolgd door «Zeg», thans als maandblad. Het zijn «Stem van het Volk» en «Visie».

2. De tweede groep is de meest uitgebreide. Hierin vinden we :

- «P.V.V.-Flitsen», weekblad en maandblad.
- «De Rode Vaan», B.K.P., weekblad.
- «Wij Vlaams Nationaal», V.U., weekblad.
- «Le Drapeau Rouge», P.C.B., weekblad.
- «Action», P.S.C., maandblad.
- «En Direct», P.S.B., maandblad.
- «F.D.F.-Contact» en «Bruxelles Vérité», F.D.F., maandblad en weekblad.
- «Forces Wallonnes», R.W., weekblad.

Om volledig te zijn moeten wij hier ook de diverse edities van «Voor Allen», B.S.P., vermelden, die wij echter omwille van de omvang die dit tijdschrift bij het onderzoek zou betekend hebben, niet hebben geanalyseerd.

3. Bij deze groep is het opvallend dat ze alleen publikaties bevat die niet door de partij als zodanig verzorgd worden. Het zijn :

- «Vooruitgang», (P.V.V.), driemaandelijks. Uitgave van het Hymanscentrum.
- «Socialistische standpunten», (B.S.P.), tweemaandelijks. Instituut Emiel VANDERVELDE.
- «Socialisme», (P.S.B.), tweemaandelijks. Instituut Emile VANDERVELDE.
- «Progrès», (P.L.P.), driemaandelijks. Centre Hymans.

De procentuele oppervlakte besteed aan de 17 onderzochte categorieën geeft het volgende resultaat (door de afronding komen 2 categorieën niet voor)

- De belangstelling voor **partij-aangelegenheden**, verspreid over **programma** (14 %) en **partijberichtgeving** (14 %) is logischerwijze het grootst.
- Ook **binnenlandse** artikels komen veel voor (17 %).
- Door het besteden van 14 % van de totale oppervlakte aan **programma- en doctrine**-artikels bewijzen deze tijdschriften duidelijk hun propaganda-bedoeling.
- De **culturele** sector beslaat tevens een ruim deel van de inhoud (12 %). Dit komt vooral door de invloed van de tijdschriften die algemeen informatief willen zijn.
- Een ander kenmerk van deze publikaties is het regelmatig voorkomen (5 %) van artikels die **commentaar** leveren op de politiek van de tegenstrever of op het beleid in het algemeen.
- Belangrijk is tevens de vaststelling dat de binnenlandse **sociale** berichtgeving de dubbele oppervlakte (6 %) inneemt tegenover de **binnenlandse economische** (3 %). Indien men de **economische** berichtgeving evenwel samenvoegt, binnenlands en buitenlands, is de verhouding 6 % tegen 5 %.
- De oppervlakte ingenomen door de artikels over het **buitenland** is eveneens belangrijk (7 %) met echter grote verschillen indien men de tijdschriften apart beschouwt.
- Het **persoverzicht** (2 %) is ook een kenmerk dat in deze tijdschriften opvalt, met eveneens sterke verschillen per publikatie.
- Het publiceren van artikels bestemd voor bepaalde publieksgroepen, in casu **vrouwen en jeugd** (2 %), verschilt zeer sterk

bij de verschillende tijdschriften.

- De **sportrubriek** (1 %) is kenmerkend voor die tijdschriften die een algemeen informatieve bedoeling hebben.
- De **lezersbrieven** (0,5 %) komen niet veel voor en hun aantal verschilt tevens sterk onder de onderzochte tijdschriften.
- **Ontspanning en diversen** (5,5 %) geeft een vertekend beeld daar het aandeel van de diversen relatief groot is binnen deze categorie.
- **Advertenties en reclame** (9 %) speelt in het eindresultaat een belangrijke rol maar de verschillen zijn hier zeer groot, met «Progrès» P.L.P. (49 %), «Wij Vlaams Nationaal», V.U., (14 %) en «Vooruitgang», P.V.V., (10,5 %) als koplopers.

VI. TOT SLOT

In deze eindverhandeling hebben wij op een theoretische en op een praktische wijze de partijtijdschriften in België onderzocht. Het was onze bedoeling een tip op de lichten van de sluier die de studie over de tijdschriften in het algemeen en de partijpublicaties in het bijzonder bedekt.

Wij hebben vooral gepoogd de studie over de politieke partijen in België aan te vullen vanuit het massa-communicatieve aspect.

Jos DE WEL

(¹) Prof. N. DE VOLDER, K.U.L., Bibliotheek voor Communicatiewetenschappen, p. 8, Mechelen, 1965.

(²) *Die Grundlagen des deutschen Zeitschriftenwesens* (Teil I : Leipzig, 1928, Teil II : Leipzig, 1931).

(³) *Das Deutsche Zeitschriftenwesen und seine Probleme* (Teil I : Wiesbaden, 1958, Teil II : Wiesbaden, 1962).

(⁴) Uitgegeven door INBEL.

(⁵) *De Pers*, nr. 76 - dec. '72, p. 74.

(⁶) Ed. C.R.I.S.P., Brussel, z.d.

(⁷) ACCO-uitgaven, Leuven, SE44, K.U.L., z.d.

(⁸) *Die Deutsche Zeitschrift der Gegenwart*, 1957, in *Publizistik*, 1957, nr. 2, p. 302 e.v.

(⁹) *Methoden zur Erforschung der politischen Zeitschrift*, in *Publizistik*, 1969, nr. 1, p. 9 e.v.

(¹⁰) B. BERELSON, o.c. in *Methoden en Technieken van het communicatie-onderzoek*, K.U.L., 1969-1970 CeCoWe.

ADVERTEREN IN DIT NUMMER :

Standaard Boekhandel	5
«Massacommunicatie»	11
Ampex S.A.	21
«Gazet van Antwerpen»	22
Delgay	25
Sporta	27
Acco	30
«Het Nieuwsblad»	34
«Het Belang van Limburg»	38
Allumalux	41
Columbia Advertising	42

uit de literatuur

PERS

ALFONSO NIETO :
LA EMPRESA PERIODISTICA EN ESPANA.
EUNSA, Pamplona, 1973, 265 p.

Dit boekdeel is het zesde van een reeks handboeken over Informatiewetenschappen. De universiteit van Navarra heeft daarnaast ook een serie werkschriften over de Informatiewetenschappen waarbij deze handboeken als naslagwerk en vooral als verruimende documentatie een bijna noodzakelijke aanvulling zijn.

Het werk is zeker voor de plaatselijke gemeenschappen en studiegroepen een waardevol informatief en documentaristisch werkinstrument omdat het heel wat ongekende horizons opent en blijk geeft van ernstig speurwerk. De tabellen die de systematische uiteenzetting illustreren staan borg voor de kritische reflecties van het werk. De auteur schenkt aandacht aan een drievoudig aspect van de informatie-onderneming : het technische, het juridische en het economische, waardoor het werk een zekere gids wordt, tevens geruggesteund door een disciplinaire veelzijdigheid die tot dan toe weinig gebruikelijk was.

Het voornaamste kenmerk van het werk is wel de zorg om een methodologie uit te werken die als vertrekpunt kan dienen voor verdere studies op dit vlak. Een gedetailleerd onderzoek bij de verschillende ondernemingen met de nodige kritische kanttekeningen en talrijke vraaggesprekken vormt dan ook de basis van deze publikatie, die zeker als pionierswerk mag aanzien worden. In het werk wordt ook gewezen op het feit dat de economische analyse niet mag verward worden met de opzet van de dagbladdirecteurs, zodanig dat de lezer zelf zijn conclusies kan trekken, wat aan de wetenschappelijke waarde van het werk ten goede komt. De studie begint met een beschrijving van de juridische aspecten. Spanje heeft 72 private kranten en 42 van staatswege gepatroneerd. In de privaatorndernemingen doet zich een concentratie voor te wijten aan economische uitzuivering van de privaatorbedrijven. De staatsondernemingen vertegenwoordigen 37 % van de totaaluitgaven en hebben een verspreiding van 26 % van de totale afzet van het land. Wat betreft de structuur van de verschillende ondernemingen moet van in het begin aangestipt worden dat de verschillende gegevens zeer moeilijk te verkrijgen waren,

vermits het krantenbedrijf vooral gezien werd als een verstandelijke aangelegenheid. Vandaar ook dat de economische cijfers weinig betrouwbaar zijn. De oplagecijfers zijn dan ook nog voor veel discussie vatbaar. De politieke strekking, de censuur en de schaarse subsidiëring belemmeren de uitbouw van de redacties die vooral van de publiciteit en de reclame moeten leven. De stijgende papierkosten (tussen 1960 en 1970 verviervoudigd), de slechte organisatie van de verdeling en verspreiding en de dreiging van het fatale proces (Weiss) verklaren de moeilijkheden en de slechte situatie van de Spaanse dagbladpers. Er moet een betere beroepsopleiding komen ; het tijdperk van amateurisme is voorbij en het uitgeven van kranten is niet langer een romantische verstandelijke aangelegenheid. Het werk is wel een van de eerste studies die internationale belangstelling verdienen omdat het op een historisch moment duidelijk inzicht brengt in de concrete situatie, de problemen en de structuur van de periodieke pers in zijn land.

Noël Breuval.

OMROEP

H. ALGRA, C. RIJNSDORP en B. VAN KAAM :
VRIJ EN GEBONDEN : VIJFTIG JAAR NCRV.
Bosch en Keuning N.V., Baarn, 1974.

Op 15 november 1924 werd in Den Haag (Nederland) de NCRV (de Nederlandse Christelijke Radio Vereniging) opgericht en op 24 december ging haar eerste programma de lucht in via de zender van de Nederlandse Seintoestellen Fabriek in Hilversum. Het spreekt vanzelf dat dit gouden jubileum de afgelopen maanden in allerlei NCRV-programma's zowel voor de radio als voor de televisie alsmede in de activiteiten van de vereniging was terug te vinden. Ter gelegenheid van dat vijftigjarig jubileum verscheen bij de uitgeverij Bosch en Keuning NV te Baarn ook een fraai verzorgd gedenkboek : «*Vrij en Gebonden : Vijftig jaar NCRV*», waarin de auteurs H. Algra, dr. C. Rijnsdorp en Ben van Kaam de vaak bewogen geschiedenis van de «gouden» NCRV vanuit drie invalshoeken hebben beschreven. De historicus H. Algra vertelt in zijn bijdrage (blz. 7-56) op beeldende wijze over de levensloop van de vereniging als zodanig. In zijn boeiend relaas boordevol anecdoten, die als taaie klimop rondom alle Nederlandse omroeporganisaties van het eerste uur woekeren, worden vrijwel

alle facetten van de vereniging geboekstaafd. De NCRV - bestuur en directie - wordt er in getekend als een levend organisme dat in de achterliggende jaren ondanks tegen- en zijwinden uiteindelijk gemakkelijk meegroeide met de nieuwe geestelijke en technische ontwikkelingen.

Dr. C. Rijnsdorp besteedt in zijn rijk gedocumenteerde bijdrage (blz. 57-136) veel aandacht aan de programmatische arbeid van de jubilerende omroepvereniging gedurende de afgelopen vijftig jaar en geeft, soms chronologisch, soms per genre, dan weer per bepaalde voorman of -vrouw, boeiende informatie over wat er aan programma's geweest is en nog bestaat. Van stichtelijk didactische, vaak in dilettantische vorm gegoten, zijn zij in radio en televisie uitgegroeid tot zowel wetenschappelijk als vakmatig kwalitatief goede producten, die al die jaren het kenmerk zijn blijven dragen van wat de NCRV beoogt: «radio en televisie te doen strekken tot opbouw van het godsdienstige leven, geestelijke verrijking, culturele ontwikkeling, voorlichting, informatie en ontspanning van de luisteraars en kijkers», waarbij «het Evangelie der Genade in Jezus gekozen is als uitgangspunt bij het vervullen van die taak».

Ben van Kaam tenslotte wijdt een informatieve beschouwing (blz. 137-191) aan de plaats van de NCRV in het Nederlandse omroepbestel dat hij een unieke zaak in de wereld noemt. Bij alle drie hoofdstukken is veel zorg besteed aan de illustraties. Op liefdevolle wijze is alles gedaan om personen en programma's, die in het leven van de NCRV een rol hebben gespeeld, ten voeten uit te tonen. «Vrij en Gebonden: Vijftig jaar NCRV» is daardoor een kijk-, lees- en bladerboek in de beste zin van het woord. De blik in de keuken van een halve eeuw protestants-christelijk omroepwerk leert bovendien nogmaals dat Nederland al strijdend over de organisatie van de omroep een van de meest democratische stelsels heeft voort gebracht: het verschaft informatie vanuit verschillende visies en het is gemakkelijk toegankelijk voor iedereen. Zo een pluriform stelsel dat veelkeurigheid garandeert is — terecht — op dit ogenblik bij de (beste) omroepdeskundigen «in». Dat moet ook in ons land opnieuw hardop publiekelijk gezegd en beleefd worden.

H. Van Pelt.

BIBLIOTHEEKWEZEN

J.G.F. TERWINDT :

DE OPENBARE BIBLIOTHEEK IN DE NEDERLANDSE SAMENLEVING. EEN EXPLOREREND ONDERZOEK IN DE JAREN 1951-1968.

Doctorale Dissertatie aan de Faculteit der Sociale Wetenschappen van de Katholieke Hogeschool te Tilburg.
Promotor : Prof. dr. J.A. Stalpers.

Tilburg, pro manuscripto, 1974, 616 + 147 blz.

Hoewel onderzoek inzake bibliotheekwezen enigszins buiten het klassieke werkterrein van de hic et nunc beoefende communicatiewetenschap ligt en onderhavig werk duidelijk vanuit sociografisch-sociologisch standpunt is opgezet, verdient het volksbibliotheekwezen als massa-

communicatiekanaal naast de meer belangrijke als pers, omroep en film, meer communicatiewetenschappelijke aandacht dan tot nu toe het geval was.

Het werk is gegroeid uit een persoonlijke betrokkenheid bij de werking van openbare bibliotheken en behandelt in een inleidend hoofdstuk het onderzoek als zodanig qua motivering, object, opbouw en methode. Het tweede hoofdstuk handelt over de doelstelling en de functie van de openbare bibliotheken, waarin de verzuiling centraal staat. In de behandelde periode meent de schrijver een tendens tot ontzuiling te kunnen vaststellen, die echter slechts zeer geleidelijk en moeizaam langs de omweg van de federatieve tot gemeenschappelijke bibliotheekinstellingen kan leiden. Het overheidssubsidiesysteem heeft deze verzuiling niet alleen in de hand gewerkt, maar is zelfs als sociale pressie in die richting te kwalificeren.

In het derde hoofdstuk worden de beschikbare bibliotheekstatistieken verwerkt alsmede een aantal factoren die deze statistieken zou kunnen hebben beïnvloed: interne, zoals wijzigingen in de beheersvorm, aansluiting bij federatie en fusie e.d. en externe, zoals de opkomst van het pocketboek en de televisie en de bestedingsbeperking van 1957/58.

Inzake de invloed van de televisie besluit de schrijver zeer voorzichtig: «In deze wordt aangenomen dat het niet uitgesloten is dat de opkomst der televisie het lezen wel nadelig heeft beïnvloed, maar dat het effect hiervan door enige leesbevorderende ontwikkelingstendensen is geneutraliseerd» (p. 370).

Het vierde hoofdstuk behandelt «De bedrijfsresultaten der openbare bibliotheken». Daaruit blijkt o.m. dat de openbare bibliotheken $\pm 60\%$ van het totaal aantal uitleningen verzorgen tegenover de Rooms-Katholieke $\pm 30\%$ en de Protestants-Christelijke en de federatieve bibliotheken $\pm 4\%$.

Ongeveer 10% van de bevolking van de gezamenlijke werkgebieden is als lid van de openbare bibliotheken ingeschreven. In de onderzoeksperiode is de jaarlijkse boekencirculatie (het gemiddeld aantal malen dat een boek in een zekere periode in omloop is) gestegen, de leenintensiteit (het gemiddeld aantal boeken dat de ingeschreven lezer in een zekere periode leent) vrij stabiel gebleven en het lezersbestand (het gemiddelde aantal banden dat de ingeschreven lezer op een gegeven tijdstip ter beschikking staat) gedaald.

In een vijfde hoofdstuk wordt een algemeen besluit (retrospectie) gepresenteerd in het Nederlands, het Duits en het Engels.

In de Appendix van 147 blz. wordt een zeer nuttige «Gebruiksaanwijzing en inrichting van het geschrift» opgenomen en daarna de gebruikelijke lijsten van overzichten, staten, afbeeldingen, aantekeningen, tabellen, bijlagen, bronvermeldingen, annotaties en auteursregister. Het lijvig geheel kan beschouwd worden als een degelijke en zeer gedocumenteerde studie van het Openbare Bibliotheekwezen in Nederland, die gezien de bestudeerde literatuur en de verwerking der concrete resultaten een inspiratiebron kan zijn voor ieder die met de ontwikkeling van de volksbibliotheken begon is.

A. Hendriks.

BOEKAANKONDIGINGEN

NOS-FILOSOFENDEBATTEN IN ENGELAND UITGEGEVEN

De Angelsaksische pers heeft bijzonder positief gereageerd op de verschijning van het boek «**Reflexive Water. The Basic Concerns of Mankind**». Het betreft hier de integrale teksten van de zgn. filosofendebatten, die in 1971 door de NOS-televisie werden uitgezonden. De programma's werden georganiseerd in samenwerking met het Bureau Vormingswerk van de Rijksuniversiteit Utrecht en de Internationale School voor Wijsbegeerte.

In «The Sunday Times» schrijft Maurice Cranston, dat het boek onder zijn afstotend uiterlijk «klompen puur goud» herbergt en dat met name de filosofen Popper en Ayer nooit eerder hun denkbeelden zo goed hebben uiteengezet als in deze debatten. Hij besluit zijn uitgebreide bespreking met de verzuchting, dat de Nederlandse televisiekijkers met dit programma bevoorrecht zijn geweest.

Een soortgelijke opmerking besluit een artikel van Alasdair Clayre in de «Observer». Onder de kop «Feest der rede» merkt hij op, dat de Nederlandse televisie een bewonderenswaardige moed en «internationalisme» heeft getoond door deze debatten op het scherm te brengen. De discussies oordeelt hij wisselend van kwaliteit, maar altijd interessant, waarbij volgens hem de bijdragen van Chomsky en Popper de waarde van het boek bepalen.

«**Reflexive Water**» werd geredigeerd door Fons Elders en is geheel in de Engelse taal verschenen in de Condor Serie van Souvenir Press Ltd., London. Het boek werd in Nederland uitgebracht door Meulenhoff en Co.

J.M. PETERS :
PRINCIPES VAN DE BEELDCOMMUNICATIE.
Tjeenk Willink, Groningen, 1974, 125 blz.

Dit werk werd uitgegeven in de serie «Communicatie», een aantal monografieën over communicatieproblemen. In deze met vele foto's geïllustreerde studie worden de communicatieve mogelijkheden van de fotografie, de film en de televisie onderzocht en wordt een model ontwikkeld voor de analyse van boodschappen die grotendeels in beelden geformuleerd zijn (o.a. geïllustreerde advertenties, onderwijsfilms en TV-amusementsprogramma's).

In het hoofdstuk 'Semiologie van de beeldcommunicatie' wordt het talig karakter van het medium beeld (en met name van het medium film) geanalyseerd. Een laatste hoofdstuk, «Psychologie van de beeldcommunicatie», behandelt het standpunt van de ontvanger van beeldboodschappen, onderzoekt wat het zien en verstaan (de «lectuur») van beeldboodschappen eigenlijk inhoudt en gaat na welke emotionele effecten beelden bij de kijkers kunnen teweegbrengen.

KABELTELEVISIE

Brochure van het congres kabeltelevisie (Hasselt, 1-5 oktober 1974).

Deel 1 : Voorbereidende stukken

1. Technologisch-economische werkgroep (o.l.v. ir. A. Henskens)
2. Socio-culturele werkgroep (o.l.v. prof. dr. F. Van Mechelen)
3. Politiek-juridische aspecten (o.l.v. prof. dr. L. Boone)

Deel 2 : Kabeltelevisie in ...

1. België (E. Vermeulen)
2. Europa (Drs. H.G. Davids)
3. Verenigde Staten (Dean Burch)

Deel 3 : Literatuurlijst (Marjan van Beek)

Te bestellen bij het Ce.Co.We.,
E. Van Evenstraat 2A, 3000 - Leuven
tegen de prijs van 100,- fr.

(ADVERTENTIE)



**HET
NIEUWSBLAD**

N.V. DE STANDAARD

EM. JACQMAINLAAN 127

1000 BRUSSEL

uit de tijdschriften

JOURNALISM QUARTERLY

Uitgegeven door : School of Journalism,
University of Minnesota,
Minneapolis 55455

Vol. 51, nr. 2, zomer 1974.

- John E. POLICH, *Newspaper Support of Press Councils*, 199.
M.A. YODELIS, *Boston's First Major Newspaper War : A 'Great Awakening' of Freedom*, 207.
Maurice R. CULLEN Jr., *Benjamin Edes : Scourge of Tories*, 213.
James W. TANKARD Jr. and MICHAEL Ryan, *News Source Perceptions of Accuracy of Science Coverage*, 219.
Hugh M. CULBERTSON, *Words vs. Pictures : Perceived Impact and Connotative Meaning*, 226.
James B. LEMERT, *Content Duplication by the Networks in Competing Evening Newscasts*, 238.
Robert S. FRANK, *The 'Grammar of Film' in Television News*, 245.
David S. MYERS, *Editorials and Foreign Affairs in the 1972 Presidential Campaign*, 251.
Don R. LE DUC, *West European Newspapers and the Cable Revolution*, 258.
Thomas A. BOWERS, *Student Attitudes Toward Journalism as a Career*, 265.
Donald R. SHANOR, *Poland's Press and Broadcasting Under the Gierak Regime*, 271.
Leon MANN, *Counting the Crowd : Effects of Editorial Policy on Estimates*, 278.
Anju CHAUDHARY and Carter R. BRYAN, *Mahatma Gandhi : Journalist and Freedom Propagandist*, 286.
Carol REUSS, *Better Homes and Gardens : Consistent Concern Key to Long Life*, 292.
Fenwick ANDERSON, *Inadequate to Prevent the Present : The American Mercury at 50*, 297.
Bruce A. KIMBALL, *A Case Study in Alternate Journalism : The Santa Barbara Bribery Exposé*, 303.
Jack Z. SISSORS, *Do Youthful, College-Educated Readers Prefer Contemporary Newspaper Designs ?*, 307.
Vernon A. STONE and James L. HOYT, *Effect of Likability and Relevance of Expertness*, 314.
G. NORMAN VAN TUBERGEN and David L. MAHSMAN, *Unflattering Photos : How People Respond*, 317.

- Arthur C. CAREY, *Effects of the Pony Express and the Transcontinental Telegraph Upon Selected California Newspapers*, 320.
Cecilie GAZIANO, *Readership Study of Paper Subsidized by Government*, 323.
Jake HIGHTON, *France's Greatest Newspaper, Alas ; A Critical Look at Le Monde*, 326.
Pat O'MALLEY, *Increasing Concentration of Press Ownership in New Zealand*, 329.
James CLOTFELTER and B. Guy PETERS, *Mass Media and the Military : Selected Ratings of Fairness*, 332.

COMMUNICATIO SOCIALIS

Zeitschrift für Publizistik in Kirche und Welt.
Verlag Ferdinand Schöningh,
D-4790 Paderborn, Jühenplatz 1-3.

Jg. 7, nr. 2, april-juni 1974.

- Traugott STÄHLIN, *Öffentlichkeitsarbeit der Kirche und Massenkommunikation*, 101.
Zivan BEZIC, *Nomen — omen ? Titeländerungen in der kirchlichen Presse*, 112.
Heinz-Dietrich FISCHER, *Erscheinungsformen der Kontroverspublizistik religiöser 'Parteien' im Reformationszeitalter*, 119.
Giselbert DEUSSEN, *Kirche zwischen Öffentlichkeit und Getto : soziologische und publizistische Perspektiven*, 127.
Heinz PÜRER, *Kirchliche Jugendpublizistik in Österreich*, 137.

Jg. 7, nr. 3, juli - september 1974.

- Maximilian GOTTSCHLICH, *Pfarrblätter in Österreich — Katholische Publizistik zwischen Postwurf und Sendung*, 197.
Robert W. KRAAY, *Glaubwürdigkeit bei anderen : eine kritische Stellungnahme*, 209.
Wolfgang WUNDEN, *Intimsphäre : rechtsethische Überlegungen zu einem Thema aus dem Kodex des Deutschen Presserates*, 218.

Henk KOUWENHOVEN, *Berichterstattung über Kirche und Gesellschaft in den Niederlanden seit Ende des „Katholiek Nederlands Persbureau“ (KNP)*, 229.
Wilfried SCWEDLER, *Die „Bensberger Kurse“ für Jungpublizisten : Geschichte, Gegenwart und Ausblick*, 235.
Michael ALBUS, *Publizistische Vorbereitung des 84. Deutschen Katholikentages 1974*, 241.
Willy J. BUNTER, *Zeitschrift zur Schweizer ‚Synode‘ 72 : „drehscheibe“*, 244.

MASSACOMMUNICATIE

Uitgegeven door : Stichting tot bevordering van de studie van Massacommunicatie, postbus 258, Nijmegen, Nederland.

Jg. 2, nr. 3, lente 1974.

L. WÜST, *Objectiviteit en omroep*, 141.
A. M. OVERSTE, *De kijker onder narcose. Televisiekijken als vorm van vrijetijdsbesteding*, 156.
R. E. van der LAND en C. WAGENAAR, *De copywriter, een communicator-onderzoek*, 176.
W. MICKE, *Bergsma's bezwaren tegen lezersraadplegingen*, 193.
Nawoord van drs. F. BERGSMA.

Jg. 2, nr. 4, zomer 1974.

A. VAN DER MEIDEN, *Op weg naar een HBO-communicatie ?*, 217.
H. MANDERS en J. SAARLOOS, *Studiemogelijkheden en opleidingen op het vakgebied Massacommunicatie, in België en Nederland*, 228.

JOURNALISME

Uitgegeven door : Centre International d'Enseignement Supérieur du Journalisme de l'Université de Strasbourg, 10 rue Schiller, 67 - Strasbourg.

Nr. 42, 1974.

B. PAGNEY, *A propos de l'éducation permanente*, 5.
R. LALLEZ, *Le rôle des nouveaux moyens d'information dans un système multi-media d'éducation permanente*, 11.
B. OULDALI, *Les nouveaux moyens de communication et l'éducation des adultes dans les pays en voie de développement*, 21.
D.G.H. ROWLANDS, *La télévision éducative dans le Tiers-Monde : «La grande illusion»*, 33.

Mlle TETRY, *Le rôle des publications scientifiques*, 47.
E. GAUTHIER, *Le deuxième âge de la télévision et l'éducation permanente*, 53.
H. DONA, *L'expérience Roumaine*, 59.
Jacques LEAUTE, *Conclusions*, 65.
K.E. ROSENGREN, *News diffusion an overview*, III.

GAZETTE

International Journal for mass communication studies.
Uitgegeven door : KLUWER, B.V. p.o.b. 23, Deventer (Nederland)

Vol. XX, nr. 3, 1974.

Donald K. WRIGHT, *An analysis of the level of professionalism among Canadian journalists*, 133.
Georges H. MOND, *Press concentration in socialist countries*, 145.
Kenneth ADAM, *The broadcasting future for New Zealand*, 162.
John A. LENT, *Mass Media in Laos*, 171.

REVUE DE L'UNION EUROPEENNE DE RADIODIFFUSION CAHIER B

Uitgegeven door : L'Office Administratif de l'Union Européenne de Radiodiffusion Centre Internationale, rue de Varembe, 1, 1211 Genève 20, Zwitserland.

Vol. XXV, nr. 5, september 1974.

Brian GROOMBRIDGE, *Un bravo pour la télévision d'accès public*, 14.
Francis COLEMAN, *«Dites-le vous-même» — Feu vert au public*, 18.
Anibal Arias RUIZ, *Radio Ecce, contribution espagnole à la radio éducative*, 22.
Hans MOHL, *La recette du succès : une information distrayante — Dix années du Magazine de la santé «Praxis» de la ZDF*, 25.
Bernd-Peter ARNOLD, *Structure et contenu des programmes d'informations — Une enquête effectuée par la Commission des programmes de radio de l'UER*, 28.
Professeur Dr Erich SCHULZE, *Gestion collective et nouveaux types d'exploitation dans le domaine du droit d'auteur*, 43.
Claude MASOUYÉ, *Une nouvelle convention internationale (la Convention concernant la distribution de signaux porteurs de programmes transmis par satellite)*, 46.

X., *Texte de la Convention concernant la distribution de signaux porteurs de programmes transmis par satellite*, 60.

X., *Texte de la loi réorganisant la radiodiffusion-télévision en France*, 62.

X., *Canada, Echos juridiques*, 67.

DE PERS - LA PRESSE

Uitgegeven door de Belgische Vereniging van de Dagbladuutgevers, v.z.w., Belliardstraat 20, 1040 Brussel.

Jg. 21, nr. 2 (nr. 82), mei-juli 1974.

- J. VAN EYNDE, *Zestig jaar «Volksgazet»*, 1-4.
X, *A propos de la disparition de trois quotidiens*, 4-5.
X, *Inhuldiging nieuwbouw van «Het Belang van Limburg»*, 13-16.
X, *Conseil de l'Europe : publicité tabac et alcool*, 19.
X, *La publicité en liberté... surveillée*, 20-21.
X, *Recuperatie van oud papier : méér dan een bijverdienste*, 22-29.
X, *Rapport annuel de l'institut international de la presse*, 33-36.
X, *Persoverzicht*, 42-56.

Jg. 21, nr. 3 (nr. 83), juli - september 1974.

- X., *Gazet van Antwerpen een nieuwe eeuw in*, 1-11.
X., *«Vooruit» viert zijn 90 jaar*, 32.
X., *Bijzonder Fonds voor het grafische en dagbladbedrijf*, 34-44.
X., *B.B.C. wil in oktober starten met krant op T.V.*, 51-52.

TELEVISION QUARTERLY

Published by The National Academy of Television Arts and Sciences, 1270 Avenue of the Americas, New York 10020.

Vol. XI, nr. 4, zomer 1974.

- Edwin NEWMAN, *Out, Idle Words!*, 5.
William B. GRAY, *God and Man — Will They Ever Meet on Sunday Television?*, 12.
Cecil SMITH, *"The British Do These Things So Well"*, 18.
Gabriel PRESSMAN, *Local Newscasts — A Continuing Identity Crisis*, 22.
Michael RUSSNOW, *Yes, Virginia, There Is A John-Boy*, 30.
Leonore SILVIAN, *To Make Viewers Readers*, 36.
Assembled by David G. YELLIN, *What Needs Be Done — The Memoranda of Fred Freed*, 43.
Anne Rawley SALDICH, Ph.D., *Facts and Fables About Cable TV*, 49.
Julian GOODMAN, *It's Everybody's Freedom*, 55.
Harvey FROMMER, *The Boob Tube and The Gridiron Game*, 60.

AUDIO-VISUAL COMMUNICATION REVIEW

Uitgegeven door : Association for Educational Communications and Technology, 1201 Sixteenth Street N.Y., Washington D.C. 20036.

Vol. 22, nr. 2, zomer 1974.

- Terry BORTON, Leonard BELASCO, en Thomas ECHEWA, *Dual Audio TV Instruction — A Mass Broadcast Simulation*, 133.
Minaruth GALEY en Kenneth D. GEORGE, *Development of the Skills of Classification Using Television*, 153.
Stanley J. BARAN en Timothy P. MEYER, *Imitation and Identification : Two Compatible Approaches to Social Learning from the Electronic Media*, 167.
James HARTLEY, Susan FRASER en Peter BURNHILL, *A Selected Bibliography of Typographical Research Relevant to the Production of Instructional Materials*, 181.

RUNDFUNK UND FERNSEHEN

Uitgegeven door : Hans-Bredow-Institut an der Universität Hamburg, Hamburg 13, Helmhuderstrasse 21.

Jg. 22, nr. 2, 1974.

- Klaus MERTEN, *Vom Nutzen der Lasswell-Formel — oder Ideologie in der Kommunikationsforschung*, 143.
Michael ABEND, *Die Tagesschau : Zielvorstellungen und Produktionsbedingungen*, 166.
Paul ROTH, *Der sowjetische Rundfunk 1918-1945. Vom Radiotelegraphen zum Massenmedium*, 188.
Wolfgang BRUDNY, *Medien für Vorschulkinder*, 211.
Michael ABEND, *Das dritte Tutzingen Nachrichten-Seminar*, 214.
Wolfgang HENCKELS, *Kolloquium des Studienkreises Rundfunk und Geschichte*, 215.

CAHIERS DU CINEMA

Revue Mensuelle de Cinema,
13, rue des Petits-Champs, Paris - 1er.

Nr. 253.

- Jean René HULEU e.a., *Entretien avec Jorge Sanjines*, 6-21.
Serge TOUBIANA, *Le pouvoir parlé*, 23-26.
Pascal BONITZER, *La voix veille*, 28-29.
Serge DANAY, *Anti-rétro (suite) et fonction critique*, 30-36.
Philippe BILLON, *Montréal : les «états généraux du troisième cinéma*, 42-47.
Monique HENNEBELLE, *«L'heure de la libération a sonné»*, 48-51.

FILM EN TELEVISIE

Uitgegeven door de Katholieke Filmliga, dienst van de Katholieke Filmactie, v.z.w. Olmstraat 10, 1040 Brussel.

Nr. 208, september 1974.

Leo MEES, *Francis Ford Coppola*, 4-5.
 Frans DUPONT, *Berlijn '74*, 18-19.
 Daniel VAN AVERMAET, *Karlovy-Vary*, 21.
 Bruno JAEGGI, *De situatie van de Zwitserse Film*, 22-24-29.
 Francis BOLEN en Jean Pierre WAUTERS, *De Belgische kinema, kinemastad of studio van Machelen*, 25-28.
 Gaston WEEMAES, *De Hollywood-Producent*, 30-31.
 Daniel VAN AVERMAET, *Revolutionair Filmen: Zuid-Amerika*, 32-35.
 Leo MEES, *De Nederlandse Film na «Turks Fruit»*, 36-37.
 Gaston WEEMAES, *Films uit de bezettingsjaren*, 46-47.

Nr. 209, oktober 1974.

Jean Pierre WAUTERS, *Interview Tony Hermans*, 15.

(ADVERTENTIE)

Jean Pierre WAUTERS, e.a., *10 Jaar Vlaamse Film*, 4-33.
 R. DECLERCK e.a., *Tiende festival van de Belgische film*, 41-43.

Paul DAVAY e.a., *De Franstalige film in België*, 56-94.
 N.N., *Lexikon van de Belgische film*, 97-104.

Nr. 210, november 1974.

Jules SEGERS, *Pesaro '74*, 4-6.
 Gaston WEEMAES, *Rampen op pellikule*, 8-10.
 Paul ROOSEN, *Cinema Djidid, meewerken aan de Algerijnse revolutie*, 11-13.
 Emiel POPPE, *Edinburgh 28° filmfestival*, 16-17.
 Erik DE KUYPER, *Bij een Walsh-retrospektieve*, 17.
 Jean Louis PASSEK, *Interview met Andrzej Wajda*, 18.
 Daniël VAN AVERMAET, *Carlos Saura*, 20-21.

Nr. 211, december 1974.

Tom BURKE, *Roman Polanski*, 6-8.
 Ronnie PEDE, *Vraaggesprek met Jorge Sanjines*, 10-13.
 Gaston WEEMAES, *Sidney Lumet*, 14-15.
 Gaston WEEMAES, *Jean Renoir, tachtig*, 18-19.
 Jules SEGERS, *Mannheim '74*, 20-21.
 Yves JANSEN, *Wat is eksperimentele film?*, 31-33.

ANG VAN LIMBURG
 MAART 1974 Nr. 88
 UITGAVE

de kern
En nu formieren
 T E WILJ, de minister van de publieke werkdienst, is een reus van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek.

HET BELANG VAN LIMBURG
 de enige regionale krant van Vlaanderen wordt dagelijks gelezen door een kwart miljoen Limburgers
 Dagelijks aktueel op de regionale, nationale en internationale aktualiteit

En nu formieren
 De minister van de publieke werkdienst, is een reus van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek.

Even wegen
 De minister van de publieke werkdienst, is een reus van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek.

W - Duitsland betaalt VS-troepen
 De minister van de publieke werkdienst, is een reus van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek.

En nu formieren
 De minister van de publieke werkdienst, is een reus van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek.

Even wegen
 De minister van de publieke werkdienst, is een reus van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek.

W - Duitsland betaalt VS-troepen
 De minister van de publieke werkdienst, is een reus van de politiek. Hij is de leider van de politiek. Hij is de leider van de politiek.

agenda

WOENSDAG 12 MAART 1975

Zesde Vlaams Congres

voor

Communicatiewetenschap

Instituut voor Sociologie
Johannalaan, 44 - 1050 BRUSSEL

THEMA :

OVERHEIDSVOORLICHTING EN NIEUWSMEDIA

INGERICHT DOOR :

Sectie
Pers- en Communicatiewetenschappen
Vrije Universiteit Brussel

IN SAMENWERKING MET :

Centrum voor Communicatiewetenschappen
Katholieke Universiteit Leuven

Seminarie voor
Pers- en Communicatiewetenschap
Rijksuniversiteit Gent

VOOR MEER INLICHTINGEN :

Sectie Pers- en Communicatiewetenschappen van de V.U.B.
139, Ad. Buyllaan, 1010 BRUSSEL.
Tel. 02/649.98.30 - Toestelnummer : 3187.

PROGRAMMA

- 9.30 u. — Welkomstwoord door Prof. Dr. Roger VAN GEEN,
Rector van de V.U.B.
— Inleiding door Prof. Dr. Guido VAN PARYS,
Sectievoorzitter.
- 9.45 u. — **Openbaarheid van het overheidsbeleid.**
door Dr. Jan VAN PUTTEN, Lector aan de Vrije
Universiteit Amsterdam.
Rapporteur van de Commissie BIESHEUVEL.
- 10.30 u. — **De Belgische overheidsvoorlichting.**
door de Directeur-Generaal van het Belgisch
Instituut voor Documentatie en Voorlichting.
- 11.15 u. — Koffie.
- 11.41 u. — **The relations between a democratic government
and the press.**
door Pierre SALINGER, Oud-Perschef van het
Witte Huis te Washington, Correspondent van
«l'Express».
- 13.00 u. — Lunch.
- 11.00 u. — Hervatting van de Congreswerkzaamheden onder
het voorzitterschap van Prof. Dr. Jan BRIERS.
— **De geschreven pers tegenover de overheids-
voorlichting in België.**
door Marcel BAUWENS, Stageleider aan de
V.U.B., Adjunct-Secretaris-Generaal van «Le Soir».
- 11.45 u. — **Les grands devoirs de l'information télévisuelle**
door Arthur CONTE, Oud-Minister, Oud-President
Directeur-Generaal van de O.R.T.F.
- 16.45 u. — Algemeen besluit door de Sectievoorzitter.
- 17.00 u. — Receptie.

Berichten

Centrum voor communicatiewetenschappen

Benoeming :

Prof. L. MEERTS werd te Buenos Aires tot voorzitter verkozen van de «Internationale Katholieke Persunie», die er van 17 tot 24 november 1974 haar tiende wereldcongres hield.

Doctoraat :

Op 18 december 1974 promoveerde Luc VAN POECKE, assistent aan het CeCoWe, met grote onderscheiding tot Doctor in de Germaanse Filologie. Zijn proefschrift heeft als titel : «Tekst en Teken. Een onderzoek naar de mogelijkheid van een literaire semiologie». Promotor was Prof. Dr. M. JANSSENS met als co-promotor Prof. Dr. J.M. PETERS.

Gastcolleges :

In het kader van het Belgisch-Brits Cultureel Akkoord gaf Prof. Dr. Jay G. BLUMLER, Research Director of the Centre for Television Research van de Universiteit te Leeds, op 4 en 5 december 1974 twee gastcolleges, met als algemene titel : «The Intervention of Broadcasting in Politics».

Studiedagen :

Prof. J.M. PETERS nam van 23 tot 27 september 1974 deel aan een Symposium over «Educational Technology» in het universitair onderwijs, dat te Grenoble georganiseerd werd door de «International Film and TV Council».

Op 1 en 2 november 1974 namen Prof. J.M. PETERS en de heren P. ICKX, G. PONSARTS en J. VAN HEDDEGEM deel aan een symposium «A.V., wat doen we er mee ?», aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam georganiseerd door de Nederlandse Vereniging voor Medische Audiovisuele Communicatie.

Op 13 december 1974 nam Prof. L. BOONE te Utrecht deel aan een studiedag over «Communicatiewetenschap : toekomst van onderwijs en beroep», ingericht door het «Interacademisch Overleg Communicatiewetenschap» (I.O.C.).

Nieuwe publikatie :

Prof. J.M. PETERS, *Principes van de Beeldcommunicatie*, Tjeenk Willink, Groningen, 1974 (125 blz.).

16 mm - PROJECTOREN BAUER

professionele perfectie, eenvoudige bediening.

BAUER P 6 : «De onvermoeibare» van BAUER naar keuze met automatische of handbediening.

Algemene eigenschappen :

- versterker 20 Watt sinus vermogen,
- halogeenlamp 24V 250 W.
- automatische stop bij einde van de film of bij eventuele filmbreuk.

BAUER P 6 S : voor 16mm-films zonder klankspoor,

BAUER P 6 L : voor 16mm-films met optisch klankspoor,

BAUER P 6 TS : voor 16mm-films met optisch en magnetisch klankspoor, beeldstilstand, lamp met koudspiegel 24V 250 W,

BAUER P 6 M : voor 16mm-films met optisch en magnetisch klankspoor en magnetische opname.

BAUER P 6 MARC 300 : uiterst lichtsterke projector voor zeer grote zalen, openluchtprojecties enz... met Xenon Marc 300 lamp.

BAUER P 6 STUDIO

Professionele dubbelband projector voor studio's, industrie, telecinema enz...

AUDIO-VISUEEL PROGRAMMA

FERNSEH :

- C.C.T.V. zwart/wit en kleur,
- camera's, monitors, video-recorders U.C.R. enz...

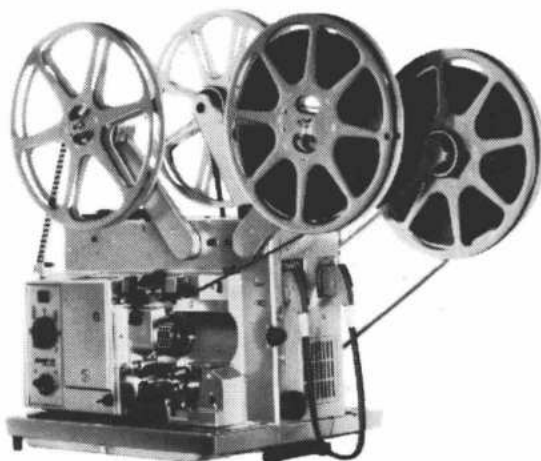
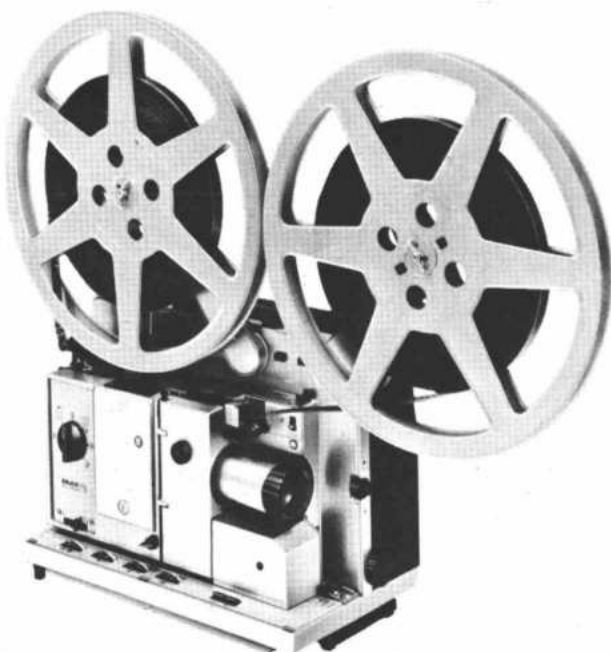
prijzen en documentatie op aanvraag

ALLUMALUX

Steenweg op Bergen 130

1070 - BRUSSEL

Tel. 02 - 523 94 25



advertising Columbia

het zakelijkste van de jongere, creatieve reclamebureau's



Proeven!

Ben u niet gewend aan een lekker biertje? Dan is Ginder-Ale u welkom. Het is een heerlijk bier met een unieke smaak. Het is een bier dat u niet wilt missen. Het is een bier dat u niet wilt missen. Het is een bier dat u niet wilt missen.

GINDER-ALE
lekker bier

- BREPOLS
- BALLET VAN VLAANDEREN
- CASINO VAN KNOCKE
- CONSTRUCTAM
- EBES
- HAVILAND
- INTEGREN
- INTERCOMMUNALE DDS
- INTERCOMMUNALE E3
- INTERSOC
- LCM
- MARTINAS (GINDER ALE)



- MENS + RUIMTE
- MERCK SHARP & DOHME
- MIN. VAN NED. KULTUUR
- MIN. VAN LANDSVERDEDIGING
- MONSANTO
- MÜLLER
- NAT. DIENST VOOR AFZET
- V. LAND EN TUINBOUW
- NAT. LOTERIJ
- ROUSSILLON - REAL ESTATE
- TUINBOUWVEILING LEUVEN
- VYNCKIER CONTROLS

*Wat U hier ziet, is alleen de top van de ijsberg.
Voor een volledig overzicht van onze creatieve prestaties
en onze reclame-inzichten, belt U even persoonlijk
met de Heer H. Acosta, beheerder-direkteur of met
de Heer E. Van Zandweghe, creative director.*

advertising
Columbia

Ambiorixsquare 23, 1040 Brussel Telefoon : 02/733.98.75 (3 lijnen)

AGROTECHNIC
ALFA
APPLETISER
ASLK-CGER

**aanwerving van
beroeps-
vrijwilligers**

Wachtlijst: In het informatiebureau van de dienst
Nationale Kazerne 11
Willemsplein 10, 1000 Brussel
tel. 02/513.31.22 of 513.31.99



de beroeps-
die hebben
'goed'!

LENING 74

E3

De veilige weg, ook voor uw geld
Obligaties met 8,25% intrest.

Een veilige weg Een veilige belegging Een veilige aanpak