

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

- PERS, CONCENTRATIE, OVERHEIDSSTEUN • UNIVERSITAIRE AUDIOVISUELE DIENST • OPLEIDING VAN JOURNALISTEN
- DE KRANT OP BAND • KRONIEK VAN DE MEDIWERELD • TELEVISIEWEEKBLADEN • RECENSIES • INHOUD TIJDSCHRIFTEN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 5
NR 2
ZOMER 1975

COMMUNICATIE

(voorheen
«Informatiebulletin
CeCoWe»)

**Driemaandelijks tijdschrift
voor massamedia
en cultuur.
Een uitgave van
Centrum voor Communicatie-
wetenschappen,
E. Van Evenstraat 2 A
3000 Leuven.
Verschijnt 4 x per jaar.
5de jaargang nr. 2
ZOMER 1975**

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, D. Lauwaert, P. Marck, H.
Meyssen, J.M. Peters, W. Van der
biesen, J. Van Heddegem, L. Va
Poecke, A. Verhelle

Abonnementen : De abonnementsprijs bedraag
200 fr. voor een jaargang (4 nummers) - studente
betalen 100 fr. De prijs voor losse nummers is 75 f.
Betaling kan geschieden op nr. 431-0370171-86 van
de Kredietbank te Leuven, t.n.v. K.U.L., Centrum
voor Communicatiewetenschappen, Leuven.
Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij
men een maand vóór het einde van de jaargang
opzegt.

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

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

INHOUD 75.2 :

- 1 **Crisis in de pers** - Luk Boone, A. De Smaele, F.
Van Erps en J. Van Elewijck
- 17 **De Audiovisuele Dienst in de K.U.L.** - Johan Van
Heddegem en Gis Ponsaerts
- 20 **Journalistenopleiding in de V.S.A.** - Peter Ziegler
met Naschrift van J.M. Peters
- 23 **Feiten uit de mediawereld** - Wim Van der biesen
- 26 **Inhoudsanalyse van Humo en TV-Ekspres** - Felix
Gevels
- 27 **Communicatiefje**
- 28 **Uit de Literatuur**
- 32 **Uit de Tijdschriften**
- 36 **Berichten Centrum voor Communicatieweten-
schappen**

Verantwoordelijke uitgever :
G. Fauconnier, Kleine Geeststraat 40, Sterrebeek.

crisis in de pers

Sociale en Politieke Implicaties van de Crisis in de Pers». Zo luidde het thema van de academische Reünie die op 31 mei 1975 te Leuven georganiseerd werd door de Oudstudentenvereniging «Politica» in samenwerking met de Faculteit Sociale Wetenschappen van de K.U.Leuven. Na een algemeen inleidend referaat door Prof. dr. L. BOONE hebben drie sprekers hun standpunt t.a.v. de directe overheidssteun toegelicht, nl. de heren A. DE SMAELE, F. VAN ERPS en J. VAN ELEWIJCK. Hieronder volgt de integrale tekst, zowel van het referaat als van de diverse standpunten.

Crisis in de pers : concentratie, monopolievorming, directe overheidssteun en hun politieke en sociale gevolgen

I. boone

0. INLEIDING

Praten over crisis in de pers betekent dat men het bestaan van die crisis als gegeven vooronderstelt en derhalve als een feit poneert. Daartoe schijnt men overigens gerechtigd. Zowel de uitgevers, als de journalisten en allerhande bladen — instanties die in dit land zelden informatie over zichzelf plegen te verstreken — verklaren het. De crisis blijft trouwens niet tot België beperkt, maar neemt in vrijwel alle Westerse geïndustrialiseerde landen min of meer ernstige afmetingen aan. Volgens Verschuere's Woordenboek komt de term «crisis» van het Griekse werkwoord «krinein» dat «beslissen» betekent en, in overdrachtelijke zin, «ernstige stoornis». Deze «ernstige stoornis» biedt evenwel een, zowel in de tijd als in de ruimte gedifferentieerd uitzicht. Frekwentie en intensiteit van uitspraken, publikaties en dgl. wekken mis-

schien de indruk dat de crisis zeer recent — pakweg, voor anderhalf jaar of één jaar — opstak. De huidige economische conjunctuur werkt inderdaad een schaalvergroting en intensivering van de moeilijkheden in de hand. Sommige meer structurele indicatoren van de crisis zoals bv. de concentratie, zijn echter al sinds veel langer aan het licht getreden. De huidige «crisis» dient zich derhalve aan als een acute fase in een aan gang zijnde evolutie, en het lijkt zeer waarschijnlijk dat het proces, na een conjuncturele verbetering van de situatie, verder zijn weg zal gaan, hoewel in een ietwat vertraagd tempo. Bovendien doen omvang en intensiteit van de crisis zich niet in alle landen, persgenres en individuele bedrijven even sterk gevoelen. Internationale en regionale bladen stellen het, meestal, beter dan zgn. nationale titels; prestigiebladen houden stand en gaan vooruit; populaire kranten ondervinden moeilijkheden, vrijwel alle partij-

ALBERT DE SMAELE, Directeur-Generaal «De Standaard N.V.».

Mevrouw,
Mijne Heren,

Mag ik eerst en vooral Prof. Boone feliciteren. Ik heb zelden een uiteenzetting gehoord waarin een zo volledige opsomming gegeven wordt van een zeer groot aantal problemen en aspecten van de onderneming in binnen- en buitenland. Mijn tussenkomst is niet die van een voor- of tegenstander van staatssubsidies, maar van iemand die midden in de problematiek van de pers staat en zich vragen stelt. Bijvoorbeeld, waar U als één van de structurele oorzaken van de crisis noemt de investeringskosten — men heeft zeer grote inspanningen gedaan in heel wat ondernemingen om tot een andere techniek, tot een andere technologie van het drukken te komen (offset) — en zegt dat die niet bedoeld waren voor de lezers, maar veeleer voor de adverteerders, zou de vermindering van publiciteitsvolumes de zware crisis van thans hebben veroorzaakt. Welnu, ik wil alleen de volgende kanttekeningen maken: als men meer en meer in heel de wereld overgaat van typenaar offset-druk, dan is dat niet in de eerste plaats met het oog op de adverteerders; men heeft dat eenvoudig gedaan omdat de zettechniek zich gewijzigd heeft, omdat men als output van het fotografisch systeem films kreeg, en in typodrus een hele omweg moest maken, om van

die films opnieuw magnesiumplaten te maken, en via de flan tot loden platen te komen die op de rotatiepersen passen. Neen, bij het fotografisch zetten (een absolute vondst op technisch gebied in de wereld, die nu ook op wereldvlak verspreid wordt) moest men overgaan naar andere technieken, of men zou dat fotografisch zetten niet op een adequate, rationele wijze kunnen gebruiken; de kosten daarvan zouden veel te hoog gelegen hebben. De structurele oorzaak van de crisis is niet daaraan te wijten. Hetzelfde kan gezegd worden over een aantal andere elementen die U naar voor gebracht hebt als oorzaken van de crisis.

Maar laat mij dé vraag stellen: Is er een crisis en is zij specifiek voor de personderneming? Als wij dat een jaar geleden hadden besproken, zouden wij andere dingen gezegd hebben. De realiteit is ondertussen totaal veranderd. En mijn stelling is daarin zeer eenvoudig: de crisis in de personderneming is gelijkaardig aan die in het hele economische, industriële leven en er zijn bepaald weinig specifieke elementen in de personderneming. De oorzaken van de crisis kent U allemaal. De ongelooflijke stijging van de loonkosten heeft ook plaatsgehad in de andere sectoren in ons land en in het buitenland; de ongelooflijke prijsstijging van de grondstoffen — in de krantenonderneming het papier — heeft zich in heel wat andere industrietaken voorgedaan, bij de ene sterker, bij de andere misschien minder geprononceerd; en ten derde zijn de inkomsten uit de advertenties plotseling ineengestort zoals men dat in het verleden nog niet heeft beleefd. Persoonlijk sta ik reeds 28 jaar in een personderneming, en nooit heeft men in gans de wereld een dergelijke daling meegemaakt van advertentieinkomsten. Maar is er een verschil met het verlies van verkoop in de andere industriële sectoren? De verkoop van publiciteit is de verkoop van een produkt, een publicitaire produkt. Wanneer in andere ondernemingen crisis heerst, dan nemen die moeilijkheden onder andere de vorm aan van de produkten die niet meer verkocht worden; er is dus geen afzet meer, de stocks vergroten. Welnu, in bepaalde mate is dat precies hetzelfde in de persondernemingen. Wanneer het produkt «publiciteit» minder verkocht wordt, dan zijn er vanzelfsprekend minder inkomsten. Het enige verschil, maar dat is belangrijk, ligt hierin, dat men in praktisch alle andere industrieën oplossingen gaat zoeken die zeer hard zijn; daar kan men de produktie verminderen, of om technische redenen enige tijd

en organisatiegebonden bladen verliezen veld.

□

Deze uiteenzetting beoogt de voornoemde crisis te beschrijven en de oorzaken ervan te analyseren. Verder zal nog worden gehandeld over de gevolgen van de huidige evolutie en over de remedies die werden en worden voorgesteld om die evolutie af te remmen of tegen te gaan.

Een dergelijk opzet wordt aanzienlijk bemoeilijkt door een gebrek aan gepubliceerde economische gegevens van de Belgische pers in het algemeen en de afzonderlijke krantenbedrijven in het bijzonder. Verenigingen van krantenuitgevers en individuele persondernemingen plegen, zelfs in de V.S.A., weinig of niet over hun werkzaamheden te informeren. In België schijnt deze internationale karaktertrek nog scherpere vormen aan te nemen dan elders, zodat een inzicht in deze materie fragmentair moet blijven. Daaruit mag men evenwel niet afleiden, dat systematisch alle informatie wordt geweigerd. Iemand die, zoals Uw dienaar, om inlichtingen verzoekt, wordt meestal door individuele bedrijven en/of woordvoerders vriendelijk gedocumenteerd. Officiële stukken zoals Witboeken en Tijdschriften van Uitgeversverenigingen of geschriften waarin de lezers over hun eigen blad worden geïnformeerd, zal men in dit land echter vruchteloos zoeken.

Een bijkomende moeilijkheid bij de behandeling van een dergelijke materie vormt de ideologische en/of partijpolitieke inslag ervan. Voor zover dit door de aard zelf van het bronnenmateriaal mogelijk wordt gemaakt, zal ik me inspannen om in deze controverses geen stelling te nemen. Verder zal ik een zo duidelijk mogelijk onderscheid nastreven tussen datgene wat als min of meer vaststaand kan worden beschouwd, en wat als hypothese voor mijn rekening komt. Ik ben er zeker van dat ik bij dit alles op de correcties zal mogen rekenen van de deskundigen die hier aanwezig zijn.

Tenslotte dient er nog op gewezen, dat deze uiteenzetting voornamelijk, zoniet bijna uitsluitend op de dagbladen betrekking heeft. Men kan een dergelijke optie uiteraard aanvechten, maar ze lijkt om drie redenen min of meer verantwoord. In de eerste plaats beschikt

de overgrote meerderheid van de Belgische dagbladbedrijven over (een) eigen drukkerij(en), terwijl dit voor een aantal weekbladen of periodieke publikaties niet het geval is, en het economisch belang van deze variabele min of meer zwaar doorweegt. Vervolgens staan in beschikbare persliteratuur de dagbladen centraal. En op de derde plaats treft de huidige crisis de dagbladen wel op een zeer specifieke wijze.

1. AANLEIDING EN OORZAKEN

Voor de analyse van de oorzaken van de crisis in en ten aanzien van de pers, zou ik een onderscheid willen maken tussen bedrijfseconomische en eerder journalistieke oorzaken. Van de analytische en derhalve min of meer artificiële aard van deze indelingen ik mij bewust, en ze beoogt dan ook overwegend de duidelijkheid van de uiteenzetting te vergroten.

1.1. Bedrijfseconomische aanleiding en oorzaken

De (acute fase van de) crisis wordt veroorzaakt door een stel factoren die een voortreffelijk uitgangspunt en illustratie vormen voor de studie van de meer structurele elementen. Aanleiding — eerder dan oorzaak, althans in mijn ogen — is de aanzienlijke stijging van de uitgaven die chronologisch samenvalt met een min of meer uitgesproken daling van de inkomsten. Vooral de twee belangrijkste uitgavenposten voor een dagbladbedrijf, de lonen en de grondstoffen, zijn sinds anderhalf jaar drastisch de hoogte ingegaan. De lonen van het geschoold technisch personeel in de krantenondernemingen stegen tussen 1 januari 1972 en half mei 1975 met een gemiddelde dat tussen 86,42% en 91,21% ligt, terwijl de lonen van het vergelijkbaar personeel in de in dit opzicht als speerpunt geldende petroleumsector tijdens dezelfde periode met zowat 60% toenamen, en die in de bouwsector met 63%. Tussen 1



stilleleggen, met zeer moeilijke sociale gevolgen. Dat kan men precies niet in de ondernemingen. Daar moet dat produkt elke dag naar voor komen. Men kan er niet beslissen gedurende enkele dagen of een halve maand lang de krant niet te produceren, alleen maar omdat men het produkt publiciteit zo sterk heeft zien verminderen. Daar ligt een zeer groot verschil met wat in de andere sectoren van de industrie gebeurt, maar daarbuiten zijn er niet zoveel specifieke factoren. Ik stel dus dat de crisis in de dagbladondernemingen op dit ogenblik precies dezelfde gevolgen heeft, als de crisis in heel de economische wereld.

Een ander element dat ik naar voor zou willen brengen, is het volgende: ik meen — en ik vrees dat daarop links en rechts heel wat reactie zal komen — dat men moet aanvaarden dat de krantenonderneming in een grote mate dezelfde normen en regels moet volgen en volgens dezelfde normen en regels moet leven als gelijk welke andere onderneming. Dat zij onderhevig is aan dezelfde economische administratieve, management-vormen en -regels als de andere ondernemingen. Het enige onderscheid, zeer fundamenteel, is dat het produkt van een krantenonderneming ook een zeer belangrijke ideologische ondergrond heeft, een eigen intellectuele, culturele finaliteit. Maar ook in de organisatie van die finaliteit moeten de meeste economische regels gevolgd worden als in gelijk welke andere onderneming. Een universiteit heeft ook een intellectuele, informatieve finaliteit, zij is in grote mate onderworpen aan dezelfde regels van management. Hoe zou men voor de crisis, waarin de krantenondernemingen samen met de andere ondernemingen in ons land delen, een subsidiëring van de staat kunnen verantwoorden? De spreker daarstraks en velen met hem zullen geen onderscheid willen maken tussen rechtstreekse subsidiëring en onrechtstreekse tussenkomsten van de staat. Ik persoonlijk denk dat er wel een zeer groot onderscheid is. Wat men hier onrechtstreekse subsidiëring noemt is eigenlijk geen tussenkomst van de openbare besturen. Ik neem een voorbeeld, dat van de posttarieven. Die beschouwen wij niet als een reeds oude methode van de openbare besturen om de pers te subsidiëren, wij beschouwen die tarieven als gebaseerd op commerciële overwegingen. Het is toch evident dat een belangrijke klant andere prijzen geniet dan een kleine klant. Een dagbladonderneming die elke dag 150.000 kranten laat bedienen door de post moet andere bedie-

ningstarieven hebben dan de particulier die twee brieven per maand schrijft. Het gaat eenvoudig om een voorkeerprijs op basis van zeer grote volumes die commercieel worden verhandeld door de postdiensten. Men kan de vraag ook anders stellen, en ze is gesteld geworden aan de postdiensten: wat zou voor de posterijen de vermindering van algemene, van vaste kosten zijn, als de kranten niet meer door haar werden bediend? (Tussen haakjes, ik ga niet akkoord met wat prof. Boone gezegd heeft: men gaat niet over naar een ander soort bediening, via verkopers, omdat de post slecht bestelt; de verkoop via losse verkopers, via dragers is ouder en veel omvangrijker). De vaste kosten voor de post zijn vooral loonkosten en zouden praktisch niet verminderen wanneer de dagbladondernemingen niet meer hun abonnementen over de post zouden laten lopen. De krantenbediening langs de post is veeleer een buitengewone bijdrage om de vaste kosten van de posterijen te helpen dragen.

Ik meen dus dat de «indirecte subsidiëring» geen subsidiëring is, maar een courante handelspraktijk. In welke mate kan men nu directe subsidiëring in het raam van de huidige crisistoestand verdedigen en aanvaarden? Ik geloof, dat subsidiëring tout court door de openbare besturen niet aanvaardbaar is. Men kan er geen juridische en werkelijke grondslag aan geven. Er is wel een principe dat in mijn ogen belangrijker is in verband met het probleem van subsidiëring, maar men mag het niet verkeerd stellen. Ik geloof dat een vrije pers in een land een noodzakelijke waarborg is voor een werkelijke democratie. Daar zullen wij het allemaal theoretisch wel eens over zijn, ook kennen wij voldoende voorbeelden, ook in de tegenwoordige periode, waaruit blijkt dat waar men andere vorm wil geven aan de democratie, meestal naar de vrijheid van de pers wordt gegrepen. Dus ik geloof dat de vrije pers een essentiële basis is voor de democratie, en dat biedt een aantal gronden aan de overheid om die vrije pers mogelijk te maken en te beschermen; ik geloof echter dat dit argument wel door de overheid kan worden ingeroepen, maar niet door de dagbladondernemingen. De openbare macht kan wel van haar standpunt uit onderzoeken of voldoende materiële mogelijkheden gegeven worden voor het voortbestaan van een vrije pers. Maar van het standpunt uit van de krantenondernemingen mag men daar geen beroep op doen.

In normale omstandigheden is er geen en-



herckenrodesingel 10,
3500 hasselt tel. 011-22.59.11

HET BELANG VAN LIMBURG

het grootste regionale dagblad
in België
dagelijks 300.000 lezers

10 reclame-weekbladen
gratis in alle bussen
249.277 ex.

Concentra Grafic
offsetdrukkerij
voor drukwerken met standing

Concentra Post
distributie reclamefolders
wekelijks huis aan huis in gans
limburg



weekblad
voor informatie en reclame
in offset met 4 kleuren
gratis in alle bussen
190.779 ex.

januari 1974 en 1 juni 1975 steeg anderzijds de prijs van het dagbladpapier met 91,6%, althans in België.

Om deze cijfers op hun juiste waarde te schatten moet hieraan worden toegevoegd dat de dagbladuitgeverijen gekend worden door een hoge loonintensiteit en aanzienlijke vaste kosten (redactie, zetten, enz.). Al naargelang van de bedrijven, de oplage en de omvang van de kranten, vertegenwoordigen loonkosten tussen 40% en 60% en deze voor papier, vóór de drastische opslag van die grondstof; tussen zowat 15% en 30% van de globale uitgaven. Wat meer specifiek de Belgische situatie aangaat, schijnt men te mogen stellen dat beide posten in middelgrote bedrijven tussen zowat 65% en 75% van de totale uitgaven voor hun rekening nemen. Sinds de voornoemde stijging van loonkosten en papierprijs is hun relatief belang wellicht nog toegenomen.

De aanzienlijke stijging van de uitgaven valt, zoals reeds vermeld, samen met een min of meer uitgesproken daling van de inkomsten uit advertenties. Onder «advertisenties» dienen zowel de eigenlijke reclame te worden verstaan als de zogenaamde aankondigingen, m.i.v. van personeelsadvertisenties. De inkomsten die een krantenbedrijf of -titel uit advertenties ontvangt, verschillen naargelang van een groot aantal variabelen, waarvan een zelfs maar oppervlakkige studie meerdere «Academische reünies» zou vergen. Theoretisch kan het aandeel van de advertentie-inkomsten in de globale ontvangsten van een dagbladbedrijf of -titel variëren tussen 0% in kranten die geen advertenties wensen op te nemen en 100% in de zogenaamde «advertentiebladen», en in absolute cijfers tussen 0 Fr. en meerdere honderden miljoenen. Wat de Belgische dagbladen betreft, blijkt uit een in het boek «Radioscopie de la presse belge» gepubliceerde tabel dat de absolute advertentie-inkomsten in het jaar 1972 vervat lagen tussen 288 miljoen voor «Le Soir» en zowat 8,6 miljoen voor «La Cité». Per lezer en per jaar ontving «Le Soir» 532,86 Fr. en «La Cité» 104,72 Fr. (1).

Welke percentages van de globale ontvangsten de advertentie-inkomsten vertegenwoordigen, wordt in België althans bij mijn weten, niet bekendgemaakt, noch voor het geheel van de dagbladen, noch a fortiori voor indi-

viduele bedrijven. Men beschikt wel over dergelijk materiaal voor een aantal buurlanden. De nationale gemiddelden bedroegen voor de periode tussen 1965-1970, ondermeer 50% in Frankrijk, 50 à 60% in Groot-Brittannië, 64% in de Duitse Bondsrepubliek en ongeveer 65% in Nederland (2). Achter deze gemiddelden gaan echter enorme verschillen schuil die voor de Parijs pers in 1969 tussen 9 à 10% voor «La Croix» en «L'Humanité» en 82% in «Le Figaro» lagen (3). Zoals gezegd zijn soortgelijke cijfers van de Belgische dagbladen niet beschikbaar. Aan de hand van informatie die ik hier en daar kon verzamelen, schijnt men te mogen aannemen dat het laagste percentage zowat 25 à 30% bedraagt en het hoogste 65 à 70%. Bij de interpretatie van deze cijfers moet men rekening houden met de zeer aanzienlijke verschillen tussen de absolute cijfers van de diverse krantenbegrotingen en met de advertentieconjunctuur.

De achteruitgang van de advertentievolumes en derhalve -inkomsten dient te worden beschouwd in het licht van de zonet besproken, overigens fragmentaire gegevens en m.n. van het belang van de advertentie-inkomsten voor de werking van een dagbladbedrijf. Hoe aanzienlijk de recente achteruitgang van de advertentie-inkomsten precies is, kon door mij niet worden achterhaald. Sommige Belgische kranten, die een groot aantal personeelsaankondigingen plegen aan te trekken, gewagen van een achteruitgang van 30 à 40%. Het nationale gemiddelde dient waarschijnlijk, zoals in Nederland, tussen zowat 5 à 10 gesitueerd, wat voor in dit opzicht geprivilegieerde bladen neer kan komen op meerdere tientallen miljoenen Fr. De huidige prijzenstop zal waarschijnlijk nog een accentuering van die achteruitgang met zich brengen.

Voorlopig recapitulerend, blijkt men te mogen stellen dat de twee belangrijkste uitgavenkosten van een dagbladbedrijf aanzienlijk zijn geteerd, terwijl een uitermate gewichtige inkomstenpost gelijktijdig daalt.

In de loop van de analyse van de conjuncturele aanleiding tot de crisis, kwamen reeds een aantal punten ter sprake, die verwijzen naar de (meer structurele) oorzaken van de crisis in de dagbladen. Als men dat verkiest, zou men van «meer verwijderde» oor-

kele redenen opdat de staat en de openbare besturen zouden tussenbeide komen om die vrije pers die kan bestaan in het leven te houden. Maar we leven in een zeer moeilijke economische crisis en precies zoals de regering sedert een jaar zoekt naar oplossingen in de verschillende sectoren van de industrie, niet alleen om ze in stand te houden, maar ook met het oog op het sociaal probleem dat eraan verbonden is, zo kan zij vanzelfsprekend ook onderzoeken op welke wijze in de industriële sector «pers» eventueel bepaalde vormen van staatssteun mogelijk of noodzakelijk zijn om tevens sociale problemen op te lossen. Ik geloof dat er maar één mogelijke vorm is, nl. degene die in zekere mate met modaliteiten toegepast is geworden. Van het standpunt uit van de pers, zijn er twee elementen die men in verband met de mogelijke staatssteun — ik zeg niet subsidie — naar voor kan brengen, en dat zijn de volgende. Ten eerste zou het verantwoord zijn een vorm te voorzien waarbij aan de geschreven pers een compensatie zou gegeven worden voor het staatsmonopolie van de gesproken en de beeldpers. Ik spreek van compensatie, van schadeloosstelling, ik zal straks uitleggen wat ik ermee bedoel. Ten tweede is het ook normaal dat de staat op het commerciële vlak tussenkomt om prestaties ten gunste van de openbare besturen en als zodanig van de gemeenschap te vergoeden. Ik bedoel zeer concreet het volgende: zoals in het verleden worden ook nu nog voor de gemeenschap belangrijke campagnes gevoerd, die door de regering op een commerciële basis worden uitgewerkt. Neem de campagne tegen het dronken besturen van een wagen bijvoorbeeld; daarvoor werden budgetten uitgeschreven door de regering, en in het verleden gingen die praktisch volledig naar grote affichages. Op de pers heeft de regering in dat verband altijd een beroep gedaan om dat gratis te steunen, en ik geloof inderdaad dat de geschreven pers een verplichting heeft tegenover haar lezers op het redactioneel vlak; maar als de openbare besturen het noodzakelijk en mogelijk achten belangrijke publicitaire budgetten uit te trekken voor affichages, dan zien wij niet in waarom zij ook niet een commercieel deel van die mededelingen onder de vorm van publiciteit in de geschreven pers naar voren zou laten komen. Wij vragen dus aan de regering in dat verband alleen dat zij al die prestaties (niet de redactionele, niet de journalistieke) op commerciële wijze zou betalen. Kortom, tegenover dat probleem van crisis in de

pers zoals tegenover het probleem van crisis in andere industriële sectoren, moet de overheid sectorieel zoeken naar mogelijke oplossingen, en die kunnen naar mijn mening gevonden worden in de vorm van compensaties: betaling van commerciële prestaties en schadeloosstelling voor het staatsmonopolie van technische middelen, een monopolie dat uitgewerkt wordt met gemeenschapsgelden en dat, wat prof. Boone daarstraks ook gezegd heeft, een belangrijke concurrentie wordt voor de geschreven pers, Die concurrentie wenst de geschreven pers niet uit de weg te gaan, maar nu wordt de concurrentie gevoerd op basis van steeds uitgebreider gemeenschapsgelden. Indien men aan de geschreven pers de mogelijkheid geeft om langs de televisie en de radio haar informatie ook op een andere wijze te brengen, dan zou dit argument voor schadeloosstelling niet moeten aangehaald worden.

Ik resumeer. Mijn thesis luidt dat men niet tot een rechtstreekse subsidiëring kan en mag komen omdat er geen aanvaardbare reden voor is, zelfs niet de noodzaak van een vrije pers als basis voor de democratie. Als men werkelijk zou komen tot een rechtstreekse subsidiëring door de staat, zonder juridische grond, dan zou de vrijheid van de pers als basis van de democratie in gevaar gebracht worden, want zulke subsidiëring zou aan de openbare besturen een ruime mogelijkheid bieden om die vrijheid van de pers te beknotten, om ze te verminderen, om tussenbeide te komen in de wijze waarop de pers haar informatie, duiding en commentaren brengt aan het publiek.

Ik vermoed dat de andere sprekers van deze tafel niet honderd procent met mij zullen akkoord gaan, toch meen ik dat het meer gaat om de vorm waarin bepaalde zaken kunnen en moeten gebeuren, meer om de juridische basis.

FRANS VAN ERPS, Voorzitter Beroepsunie van de Belgische Pers.

Op de eerste plaats zou ik op mijn beurt de vorige sprekers willen feliciteren. De eerste, Professor Boone, voor het schetsen van een klare algemene achtergrond voor de discussie, en de heer De Smaele voor zijn merkwaaardige inspanning om een overheidshulp te motiveren en een voorstelling ervan te geven die voor iedereen aanvaardbaar is, om het even op welk standpunt hij staat.

Nieuwe publikaties verkrijgbaar in onze boekhandel:

— **HET FILMJOURNAAL**

Kroniek van gemiste kansen
door Charles BOOST
88 blz., 240 fr. (Nieuwpoortreeks)

— **PUBLIZISTIK UND POLITISCHES SYSTEM**

Die internationale Presse der Gegenwart und ihre Entwicklungstendenzen in unterschiedlichen Herrschaftsordnungen.
door Hansjürgen KOSCHWITZ
273 blz., 468 fr.

— **DIE GESELLSCHAFTLICHE FUNKTION DER MASSEMEDIIEN**

Ein soziokundlicher Überblick
door Karl M. SETZEN
16 blz., 375 fr.

— **SEMIOTIK DES FILMS**

Mit Analysen kommerzieller Pornos und revolutionärer Agitationsfilme
door Friedrich KNILLI (Hrsg.)
275 blz., 237 fr.
(nieuwe editie met bijgewerkte bibliografie)

— **HIDDEN MYTH**

Structure and Symbol in Advertising
door Varda anholz LEYMORE
207 blz., 463 fr.

— **THE MASS MEDIA: REPORTING WRITING EDITING**

door William L. RIVERS
644 blz., 664 fr.
(tweede herziene editie)

WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL

acc o

**tiensestraat 134 - 136
3000 LEUVEN
tel. 016/23.35.20**

zaken kunnen gewagen. Hoewel aantal en aard van die oorzaken van periode tot periode, van land tot land en van bedrijf tot bedrijf kunnen verschillen en inderdaad ook verschillen, en elke keuze bij bepaling een min of meer arbitrair moment inhoudt, bestaat er in de literatuur en bij de betrokkenen een vrij grote overeenstemming over de bijzondere relevantie van volgende factoren.

1. In de eerste plaats dient, opnieuw, de aandacht gevestigd op de hoge loonintensiteit van de dagbladbedrijven. De lonen vertegenwoordigen er, zoals gezegd, tussen 40 en 60%. Daaruit vloeit uiteraard voort dat die bedrijven uitermate gevoelig reageren op loonstijgingen, tengevolge van bv. een langdurige en sterke inflatie of van vakbondseisen. In het buitenland, vooral in Frankrijk en Groot-Brittannië, weegt dit laatste element waarschijnlijk zwaarder door dan in België. In die staten hebben de zeer traditie-rijke en sterk georganiseerde vakbonden van zettters, drukkers enz. lonen weten af te dwingen, welke soms aanzienlijk hoger liggen dan de wedden van de vaak minder goed georganiseerde journalisten. Bovendien werden de loonkosten nog sterk vergroot door het systematische verzet van de voornoemde vakbonden tegen elke vorm van modernisering, die een vermindering van de tewerkstelling tot gevolg zou kunnen hebben.

2. In de tweede plaats dienen de structurele problemen m.b.t. de papiergrondstoffenmarkt te worden vermeld. Het zou ons te ver leiden hier uitvoerig op in te gaan; daarom alleen maar dit. De papierprijzen zijn tussen 1960 en 1973 vrijwel niet gestegen, of althans minder snel dan de meeste goederen en diensten. Een van de gevolgen daarvan is geweest, dat men in die sector weinig heeft geïnvesteerd, terwijl de papierconsumptie aanzienlijk sneller toenam dan de prognoses hadden voorspeld. De meeste Westeuropese landen bv. hebben hun eigen bescheiden papierindustrie zoniet systematisch afgebouwd, dan toch laten verkwijnen, en werden derhalve in toenemende mate

afhankelijk van de buitenlandse leveranciers, vooral dan Canada (meer dan 30% van de wereldproductie) en de Scandinavische Staten (17%). Toen de producenten uit deze landen beslisten hun prijzen drastisch te verhogen, stond men vrijwel machteloos.

3. Ten derde is er de toenemende betekenis van de advertentie-inkomsten voor de krantenuitbating. De advertenties vertegenwoordigen niet alleen, zoals reeds aangestipt, een belangrijke inkomstenbron, ze nemen in absolute en relatieve cijfers sneller toe dan de inkomsten uit de verkoop. Deze situatie had (en heeft) diverse gevolgen die men wellicht het best definieert met «boven zijn stand leven». Het wil mij voorkomen — als hypothese — dat men soms teveel personeel heeft aangeworven, vnl. ook redactioneel personeel, waarvan de rentabiliteit niet steeds voldoende kan worden geacht. Aangezien de reclame-inkomsten dit toelieten, ontsloegen men vrijwel niemand, ook wanneer men zijn efficiëntie onderkende. Anderzijds verwaarloosde men een aanpassing van de verkoopprijs; de stijging van de advertentie-inkomsten compenseerde ruimschoots deze van de produktiekosten. Door dit alles nam de conjunctuurgevoeligheid van vele krantenbedrijven toe, want de inkomsten uit verkoop reageren minder scherp op conjunctuurschommelingen dan die uit advertenties.

Na aldus lange tijd de tering op de nering te hebben afgestemd, zien een aantal bedrijven zich nu geconfronteerd met de noodzaak om de omgekeerde versie van dit aangename model te gaan beoefenen. Tot zijn verbijstering stelt men vast dat aanzienlijke snel op elkaar volgende prijsstijgingen noodzakelijk zijn en dat men zelfs personeel moet ontslaan.

4. Als vierde factor kunnen de sterk gestegen investeringskosten worden genoemd. De technologie van de kranten onderging tijdens het laatste anderhalf decennium enorme wijzigingen, zoals fotocompositie, offset, kleurendruk en dergelijke. Gedeeltelijk, zoniet overwegend gebeurt deze aan-

Toen ik hier binnenkwam, heeft de voorzitter aangekondigd dat mijn collega Van de Voorde zich had laten verontschuldigen. En hij vroeg mij of ik dan ook niet — hoewel verwacht wordt dat ik maar het standpunt van onze journalistenvereniging zou geven — het standpunt van de voorstanders wou vertolken. Dat doe ik graag, en ik voel mij daarbij hoegenaamd niet als een Keetje Tippel, die in het liedje er overigens ook nog gelukkig bij schijnt te zijn. Ik meen dat wij voorstander moeten zijn van een hulp aan de pers. Onder welke vorm, dat kunnen wij nog eens bekijken. Uit de voorafgaande uiteenzettingen hebt U met mij kunnen vaststellen dat er niet alleen verschillende soorten overheidshulp zijn, maar ook verschillende motiveringen. Wat de motivering betreft kan ik mij inbeelden dat de dagbladdirecteuren zich zouden kunnen wenden tot de minister van economische zaken, en meer speciaal in het Vlaamse land tot staatssecretaris Luc D'Hoore en zeggen: «U hebt het zeer moeilijk om nieuwe werkplaatsen te creëren, dat kost miljoenen. Welnu, wij vertegenwoordigen bedrijven van honderd, driehonderd, zeshonderd, duizend of zelfs twaalfhonderd werknemers. Als u ons laat kapot gaan aan onze huidige moeilijkheden, dan moet u voor al die mensen weer nieuwe werkposten gaan creëren. Investeer liever dat geld in onze ondernemingen terwijl ze nog leven, en het gaat u veel moeite besparen». Dat is een motivering waar nog niet over gesproken werd. De algemeen door ons, journalisten, erkende hulp gaat er van uit dat de overheid verantwoordelijk is voor de instandhouding van een zo verscheiden mogelijke pers. Vooral de opinipers is voor de goeie gang van de democratie onmisbaar. De overheid mag dan ook niet onverschillig blijven — wat tot vóór een paar jaar nog het geval was — tegenover de moeilijkheden van onze pers; de geschreven pers zowel als de andere media. We hebben daarnet nog een andere motivering gehoord. De heer De Smaele verdedigt de stelling van de compensatie. Dus eigenlijk geen hulp. Daar kan ik wel inkomen, al ware het maar omdat het een goede werkhypothese is.

Wanneer men zich tot de regering moet wenden om hulp te vragen dan hangt veel af van de manier waarop het verzoek wordt gepresenteerd. En hoe staat nu de journalist er tegenover, de journalist met zijn wel specifieke opdracht van informatieverstrekking, en dus niet als gewone werknemer? Wij hebben in onze vereniging geprobeerd een standpunt in te nemen t.a.v. de overheidshulp als één van

de middelen om uit de crisis van de geschreven pers te geraken. En dat viel niet mee om de eenvoudige reden dat wij niet over voldoende bedrijfseconomische gegevens konden beschikken, om een duidelijke idee te hebben van de noodwendigheid en de omvang van de hulp en de manier waarop die moet worden verstrekt.

En dat moet u ook niet verbazen. Toen onder leiding van de CEPEES voor de studiediensten van de drie traditionele partijen een onderzoek over de overheids-hulp werd ingesteld, werden daar ook uitgevers en journalisten als experts bij betrokken, en wij hadden daar ook een afgevaardigde. Die man is teleurgesteld teruggekomen van de vergadering waar hij een uitgever hoorde zeggen: «Wanneer u dat doet, dan verleent u een premie aan wanbeheer». Wat bewijst dat die uitgever niet begrepen had dat overheids-hulp aan de pers ertoe moet strekken de pers in haar informatieopdracht te steunen. De regering moet niet een slecht beheerde krantenonderneming steunen om ze weer op peil te brengen zodat ze andere ondernemingen kan beconcurreren. Trouwens, nu is diezelfde uitgever op zijn beurt geconfronteerd met zeer zware moeilijkheden in zijn onderneming. En zoals alle andere kranten strijkt hij overheids-hulp op. Moeten we nu ook spreken van wanbeheer? Deze krant ondergaat op dit ogenblik, zoals de andere, de gevolgen van een algemene economische inzinking, vooral een verlies aan publiciteitsinkomsten waar zij zeer gevoelig aan is omdat ze één van die kranten is waarvan 60% van de inkomsten van de publiciteit komen. Wij journalisten waren van een andere conceptie uitgegaan. Inmiddels zien wij onze uitgevers zich, door bemiddeling van een delegatie van de Belgische Vereniging van Dagbladuitgevers, tot de Eerste Minister wenden om hem te betrekken bij hun moeilijkheden: de taksen, de PTT-tarieven, de verspreiding op zaterdag, de abonnering die met de automatisering van de postdiensten een hele omwenteling gaat doormaken, ook de concurrentie van radio en TV, enz. En wij zitten daar tegenaan te kijken en hopen maar dat het goed mag aflopen.

Maar eigenlijk hebben wij er toeh geen vat op. De meeste journalisten vragen het ook niet omdat het louter economische problemen zijn, die zij graag aan de uitgevers overlaten. Voorts constateren we aan de andere kant, ik bedoel bij de politieke machthebbers in dit land, een gemis aan inzicht in wat de pers eigenlijk is

passing onder druk van de concurrentie op de advertentiemarkt vooral vanwege de op beter papier verschijnende magazines, en gebeurt ze dus niet altijd en zeker niet hoofdzakelijk ten behoeve van de lezer. Hoe dan ook, de aanpassing aan deze nieuwe technologie vergt aanzienlijke investeringen. Bij een Vlaamse krant kostte de overschakeling van typo- naar offset-druk in bestaande gebouwen en voor een oplage van 120.000 à 150.000 exemplaren 287 miljoen.

5. Een vijfde factor vormen de toenemende moeilijkheden der dagblad-verspreiding. De in vergelijking met andere diffusiemodi vrij goedkope verspreiding door de Posterijen laat, volgens de eensluidende verklaring van de uitgevers en lezers te wensen over. Daar komt nog bij dat de kostprijs van deze verspreiding niet bepaald wordt door de wet van vraag en aanbod, wat de prijs allicht de hoogte zou injagen, maar door de politieke overheid, met alle gevolgen vandiën, en dat de toekomst van de regelmatige postbedeling op zaterdag enige bezorgdheid schijnt te wekken. Om deze en nog andere redenen doet men in toenemende mate een beroep op andere verspreidingsmodi, die duurder uitvallen, zoals de losse nummervkoop of het uitdragen. Het recruterende van uitdragers gaat met toenemende moeilijkheden gepaard en de verspreiding zal er wellicht duurder op moeten worden. Misschien gaan we, althans voor een deel, de weg op van Frankrijk, waar de verspreiding tussen zowat 45 en 80% van de verkoopprijs in beslag neemt.

6. Tenslotte dient nog gewezen op een vooral in het buitenland aangeklaagde factor, nl. het gebrekkige beheer. Een onderzoek van «The Economist Intelligence Unit» in 1966 m.b.t. de Britse «National Newspaper Industry» kwam tot de verbijsterende vaststelling dat 34,6% besparingen konden worden verwezenlijkt op de aan produktie en verspreiding van sommige bladen gependeerde loonkosten (*). Bij gebrek aan (althans mij bekend) gepubliceerd vergelijkbaar materiaal, kan men niet weten of een

dergelijke vaststelling ook geldt voor de gehele Britse pers, laat staan voor de Europese. Het schijnt evenwel vast te staan dat vele kranten tot voor één of twee decennia en sommige nu nog worden beheerd op een ambachtelijke en onefficiënte manier. In heel wat landen hebben vele persbedrijven zich heel moeilijk en vaak met een aanzienlijke vertraging aan hun eigen schaalvergroting aangepast; bijna nooit hebben ze die geanticipeerd. De opkomst en de veralgemening van een nieuw manager-technocratisch type van uitgevers en/of directeurs — een verschijnsel dat Professor Roegele in Duitsland onderkent (*) en dat men bv. ook in Frankrijk en in meerdere of mindere mate in België vaststelt — zal in dit opzicht wellicht corrigerend werken, c.q. werkt al corrigerend. Over een aantal implicaties van deze trend tast men op dit ogenblik nog gedeeltelijk in het duister. Het schijnt evenwel vast te staan dat de delicate verhouding binnen het krantenbedrijf tussen het journalistieke prestatiedoel en het economische profijt doel hierdoor een min of meer veranderd uitzicht zal krijgen.

1.2. Journalistieke of redactionele oorzaken

Benevens aan bedrijfseconomische is de crisis in de pers ook te wijten aan meer oorzaken die op de «software» betrekking hebben; die m.a.w. eerder de krant als dienst dan de krant als produkt betreffen. Bij gebrek aan een meer adequate term of aan inspiratie heb ik ze journalistieke of redactionele oorzaken genoemd. Over aantal en aard van die oorzaken is men het niet zo eenparig eens als over de bedrijfseconomische factoren. Toch wil het mij voorkomen dat vooral drie elementen van de «software» de crisis van de pers in mindere of meerdere mate hebben mee-bevorderd, hoewel men het, zoals reeds betoogd, met deze hypothetische diagnose of met gedeelten ervan oneens kan zijn.

1. In de eerste plaats is er de opkomst van andere media, voornamelijk radio en televisie. Aanvankelijk verdrongen deze alleen de pers inzake snelheid van mededelingen der berichten. Waarschijnlijk heeft het feit dat de eerste omroep-journalisten uit de persmiddens werden gerecruteerd bij dit alles meegespeeld. Gezien de nationale organisatievormen van de omroepmedia behield de pers haar monopolie op het stuk van de regionale en lokale berichtgeving, van de berichtgeving over secundaire feiten, van de duiding en de achtergrondinformatie. De opkomst van de televisie valt echter de positie van de pers niet alleen aan op het redactioneel vlak maar ook op dat van de advertenties. Men kan over deze problematiek uiteraard lang gaan uitweiden, wat ook vaak gebeurt. De meeste van de bijdragen die erover handelen vertonen een uitgesproken speculatieve instelling en laten de lezers op hun empirische honger. Vast schijnt te staan dat de functies van de pers voor dit alles werden versmald en dat vele redacties lange tijd hebben gedaan alsof hun neus bloedde en probeerden de televisie achterna te hinken. De aanpassing van de dagbladen aan de opkomst, laat staan aan de evolutie van de televisie is nog niet beëindigd.

2. Het naast elkaar bestaan van meerdere media en andere factoren zoals de toenemende geschooldheid van de bevolking, de groeiende internationale interpendentie, de stijgende complexiteit van de maatschappij, en de voortschrijdende werkverdeling hebben de verwachtingen van de lezer veranderd en doen toenemen. Dit alles mondde uit in een inflatie van aantal en — soms erg snel voorbijgaande — types van gespecialiseerde bladen en anderzijds in een toenemende specialisering binnen de dagbladredacties zelf. De laatste specialisering, die ongetwijfeld een aantal voordelen met zich bracht zoals een kwalitatief betere informatie en duiding, deed of doet nieuwe problemen rijzen. In sommige dagbladen onttaarde elke rubriek tot een soort gespecialiseerde publikatie binnen de krant; aan de lezers werd dat overgelaten uit de kavelen der syn-

these te reconstrueren. Men kan het met deze analyse oneens zijn, maar mij komt het voor dat de behoefte aan synthese meer en meer op de voorgrond treedt. Tenslotte dient er nog op gewezen dat deze kwalitatieve verschuivingen een toeneming voor gevolg hadden van aantal en bestaffing der rubrieken en van de eisen die aan de aspirant-journalisten worden gesteld, en derhalve de redactionele kosten deden stijgen.

3. In de derde en laatste plaats dient m.i. — en ik begeef me hier op een wel bijzonder controversieel terrein — gewezen op de toenemende kloof tussen communicatoren, i.c. vooral journalisten en hun lezers. Deze verwijdering neemt sinds het ontstaan van de periodieke pers in het begin van de XVIIe eeuw steeds toe. Ze nam een beslissende wending toen het journalistenberoep, in het begin van de XIXe eeuw, tot een bezigheid werd die men voortaan als betaalde hoofdbetrekking uitoefende. De industrialisering van de pers tussen 1830 en 1870 bracht de verbreking mee van de socio-culturele en ideologische homogeniteit tussen de journalisten en hun lezers. Om de investeringen af te schrijven moest het aantal lezers verhoogd worden, en dus de ideologie die deze uitbreiding in de weg kon staan, afgezwakt.

Alle empirische onderzoeken, waarvan de meeste op de V.S.A., Groot-Brittannië en de Bondsrepubliek betrekking hebben wijzen op de zeer fragmentaire en zelfs foutieve kennis van de journalisten m.b.t. hun publiek. Er schijnt zelfs een systematische perceptiefout waar te nemen te zijn, nl. in die zin dat de journalisten hun publiek als veel meer op zichzelf gelijkend percipiëren dan in werkelijkheid het geval is.

De voornoemde studies komen bovendien tot de vaststelling dat de journalisten zich in hun dagelijkse handel en wandel veeleer richten op hun nieuwsbronnen dan op hun lezers. De wereld van diegenen over wier activiteiten de redacties berichten, schijnt voor de journalisten als referentiegroep te fungeren. In een maatschappij waarin het aantal «nieuwsbronnen» per activiteitensector meer

en wat haar specifieke opdracht is. Ik kan dat illustreren met het recent voorbeeld van een volksvertegenwoordiger die voorstelde om een grotere publiciteit te geven aan de kamerdebatten, tegen betaling verslagen in de kranten te laten opnemen. Wie zoiets durft voorstellen bewijst dat hij eenvoudig niets begrepen heeft van wat een vrije pers is, waar hij dan ongetwijfeld zelf wel voorstander van is. Heeft hij wel eens nagedacht waar hij de journalisten zou vinden die het zogenaamde objectieve verslag kunnen maken dat door alle aanwezigen van de verschillende partijen goed zou worden bevonden voor verspreiding via de kranten? Als betaalde advertentie dan nog. Wij journalisten missen zekere elementen om een duidelijk inzicht te kunnen hebben in de positie van onze onderneming. Aan de kant van de overheid die we hier toch met een speciale opdracht belast hebben, constateren we eveneens een onwetendheid waaruit volgt dat ze geen duidelijk besef heeft van wat ze zou moeten doen. En dan was onze mening — ten einde raad, zou ik haast zeggen — dat wij best zouden vragen aan de uitgevers om samen met ons een nationale persraad op te richten, en aan de overheid dat ze die raad als adviserend orgaan zou erkennen. Toen minister Vandekerckhove zijn beleidsnota voor de spreiding van de administratie voorbereidde, is hij tot de vaststelling gekomen dat er in ons land zowat 703 nationale raden bestaan. Voor de pers bestaat nog geen raad die adviezen kan geven aan de overheid voor een gecoördineerd mediabeleid.

Nu neemt men volgens eigen goeddunken het initiatief om hulp te gaan vragen aan de overkant, treft men maatregelen om tegemoet te komen aan zekere eisen, maar die zijn dan soms erg contradictoerisch. Dat zou door een nationale persraad kunnen worden opgevangen. Wij staan er op dat ook radio en TV, zowel door hun directie als door hun journalisten, tot de media-raad zouden behoren. Anders heeft het weer geen zin; wie een gecoördineerd persbeleid wil, moet er ook die nieuwe media bij betrekken.

Nu willen sommigen in de geschreven pers bereiken dat radio en televisie zich beperken zouden opleggen, o.m. wat betreft de zendtijd, het gewestelijk nieuws e.d.m. Misschien kan dat allemaal noodzakelijk zijn en moet men tot een afspraak komen. Maar ook moeten alle betrokkenen dan samen kunnen overleggen, de voor- en nadelen afwegen. Bijvoorbeeld onderzoeken of het gewestelijk nieuws niet reeds voldoende aan de lezers is verstrekt door

de pers, en of daar nu ook nog eens radio en televisie een opdracht moeten in vinden. Dat zou dan een voorbeeld van geldverspilling kunnen zijn. Men moet rekening houden met het geheel van de beschikbare middelen, in de privé-sector en in de overheidssector samen, en zien of sommige vormen van concurrentie tussen de media dan nog verantwoord of geoorloofd zijn. Laten we uitgaan van een status quo en laten we samen zoeken waar er nog leemten in de informatieverstrekking zijn en wie van ons die aanvullen. Laten we op eenzelfde manier bijdragen tot een beslissing in verband met de reclame op radio en TV. Wanneer de journalisten op dit ogenblik hardnekkige tegenstanders zijn van reclame in radio en TV dan is dit eenvoudig een verdedigingsreflex.

Als die reclame er komt, zo redeneren ze, dan gaan onze uitgevers zoveel minder inkomsten hebben, wat fataal onze redactionele mogelijkheden zal beknotten. Misschien hebben wij het dan verkeerd voor, maar wij weten nu niet beter. En de krantenjournalisten zijn gelukkig hun collega's van radio en TV te horen zeggen dat zij ook geen voorstander van die reclame zijn. Wij menen dat die persraad zou moeten bestaan uit een kamer die de problemen onderzoekt en adviezen kan geven waar de regering verplicht zou moeten naar vragen. Ook kan men in de nationale persraad een afdeling onderbrengen die hulp aan de pers zou beheren, wat het geld geven door de overheid aan uitgevers van kranten heel wat aannemelijker zou maken. Nog in verband met de samenstelling, er zouden wat mij betreft ook universiteitsprofessoren tot die raad kunnen behoren om bv. een advies in juridische kwesties zoals het recht op antwoord uit te zoeken. Ik zal hier niet zeggen dat wij van die persraad mirakels verwachten, maar wanneer de uitgevers er zouden willen aan meewerken, en wanneer de overheid hem zou willen erkennen, dan zouden we er een instrument aan hebben dat de pers kan helpen bij heel wat moeilijkheden en formuleringen en motiveringen, waar we nu maar al te vaak een indruk geven van verwarring en van tegenstrijdigheid.

De tweede lezing van Jay BLUMLER over «De Interventie van de Omroep in de Politiek», die aangekondigd werd in het vorig nummer, zal pas in het volgend nummer verschijnen.

AMPEX S.A.

MAGNETIC MEMORIES

COMPUTER - INSTRUMENTATION

AUDIO - VIDEO - TAPE

RUE DE L'INDUSTRIE

1400 NIVELLES

TEL. 067/22.49.21

en meer geconcentreerd wordt en de specialisering binnen de redacties zelf steeds toeneemt, versmalt de weerspiegelfunctie van de pers tot een aantal stereotiepe variaties op dezelfde thema's, die door een steeds kleiner aantal corypheeën worden getoetst.

Wanneer men het met deze — overigens ietwat ongenueanceerd uiteengezette — hypothese eens zou zijn (of niet volslagen oneens), dan zou men het bescheiden maar reële succes van de alternatieve of zelfs de «underground»-bladen mede kunnen zien als een succes van een persgenre waarvan een aantal exemplaren althans meer afgestemd zijn op de lezer dan de meeste andere bladen.

Een extreme vorm van kloof tussen communicator en publiek schijnt te bestaan bij de zogenaamde partij- en organisatiekranten. Met behulp van wat men een betuttelingsretoriek zou kunnen noemen, zijn ze de spreekbuizen van een nieuwsbron. Het zijn kiezers i.p.v. lezersbladen; de soort schijnt onherroepelijk veroordeeld.

2. DE GEVOLGEN

De gevolgen van de crisis in de pers zijn talrijk en gedifferentieerd, en het kan de bedoeling niet zijn om ze op een rijtje te zetten, gesteld dat iemand daartoe in staat zou zijn. De meest spectaculaire consequentie is de concentratie van titels en oplagen bij een steeds geringer aantal alsmaar sterker wordende bedrijven en eigenaren, die trouwens onder elkaar steeds verdergaande akkoorden afsluiten. Een gedetailleerd beeld van deze concentratie zou ettelijke uren vergen en de meesten onder ons zijn op dit stuk wellicht voldoende geïnformeerd.

Deze concentratie doet zich voor zowel op het stuk van de nieuwsbronnen, als op dat van de dagbladpers en op dat van radio en televisie. Tijdens de afgelopen twee decennia hadden, aldus een recent document van de Raad van Europa, zowat 35 % van de

in 1955 bestaande redacties in 1973 hun autonomie verloren of werden ze opgedoekt. Deze cijfers hebben betrekking op het geheel der landleden van de Raad (*).

Een dergelijke situatie mondt uit in een oligopolie en in een toenemend aantal plaatselijke monopolies. In 35 % van de Westduitse «Kreise en Kreisfreien Städte» heeft één titel of uitgave het monopolie van de plaatselijke informatie (en derhalve ook dus van de plaatselijke advertentiewerking). Het record van de monopolies behoort — zoals een groot aantal records — de U.S.A. Daar genieten 97 % van de titels een monopolie (*). De impact van deze situatie op de kranten zelf en op de relatie tussen de kranten en hun lezers is tot nog toe zelden empirisch bestudeerd, wat, samen met de omvang van de op het spel staande belangen, de heftigheid van de terzake gevoerde polemieken verklaart.

Bij evaluatie van deze impact moet een onderscheid worden gemaakt tussen de effecten van een oligopolie en deze van een monopolie.

Als min of meer empirisch vastgestelde effecten van een monopolie kunnen worden beschouwd :

1. een gunstige evolutie van de redactionele middelen : de redactie kan over een ruimere begroting beschikken ;
2. een vermindering van het percentage van de totale bedrukte oppervlakte, dat wordt toegekend aan de redactionele oppervlakte (d.i. de totale gedrukte oppervlakte min de advertenties) ;
3. een evolutie naar een min of meer aanzienlijk politiek-ideologisch pluralisme. De partijdigheid van de commentaar en berichtgeving vermindert (*) ; anderzijds bestaan er anathema's t.a.v. bepaalde lokale personen en hechten lokale politici nog een groot belang aan de steun van de monopoliekrant (*) ;
4. de kritiek-functie vooral ten aanzien van de lokale politici en toestanden neemt sterk kwantitatief en kwalitatief af in monopoliekranten (**)

JOS VAN ELEWIJCK, Volksvertegenwoordiger en verslaggever van de speciale parlementaire commissie inzake steun aan de pers.

Mijnheer de voorzitter, dank u wel. Ik moet u zeggen dat ik me een beetje onwennig voel, en wel om twee redenen.

De eerste maar niet de belangrijkste is dat ik de eerste en naar ik meen te weten de enige ben waarvan u niet kunt zeggen : «Hij heeft hier gestudeerd» ; de tweede reden is dat ik plots gepromoveerd wordt als sprekend «namens de overheid», wie dat hier dan ook moge zijn. Ik voel mij helemaal niet de spreekbuis van de overheid, en u zal het mij niet ten kwade duiden dat ik mij zeker niet de vertegenwoordiger van de regering voel ; dat zou trouwens bijzonder moeilijk zijn. Daarenboven, als ik hier heel even en heel kort de waaier van standpunten die in de parlementscommissie tot uiting is gekomen zou moeten vertolken, dan is dat wel een bijzonder moeilijke en lastige opgave.

Maar kom, laten we eventjes proberen om een paar punten enigszins scherper, enigszins duidelijker te stellen, vooral bedoeld als inleiding tot vragen die na de koffiepauze door de deelnemers aan het gesprek zullen kunnen gesteld worden.

Mijn taak wordt vergemakkelijkt door het feit dat ik als nr. 4 van de inleiders optreedt. Ik kan ze allen, mijn drie voorgangers, feliciteren ; ik kan tegelijkertijd voor elk van hen zeggen dat ik het met elk van hen niet helemaal eens ben, ook vertrekend vanuit wat er in de commissie bij verschillende besprekingen over dat probleem dan allemaal gezegd is, en van wat er volgende woensdag in die commissie ongetwijfeld weer zal gezegd worden want, mijnheer de voorzitter, mijn agenda voorziet voor woensdagochtend 10.30 uur, «commissie van algemene zaken en openbaar ambt», wetsontwerp, houdende wijziging van de wet van 27 december 1974, tot behoud van de verscheidenheid in de opinie-dagbladpers. Het staat opnieuw op de agenda in de kamer volgende week.

Ik moet u zeggen dat men de problematiek zou kunnen vereenvoudigen en stellen : ofwel behouden we een dagbladpers die afhankelijk is van de adverteerders, en

van het advertentievolumen op dit ogenblik, ofwel vervangen we een deel van die adverteerders en een deel van dit advertentievolumen door overheidsbijdragen. Ik heb met opzet noch het woord «steun» gebruikt noch de term «tegenoetkoming». In de commissie werden de «steun»-problemen meerdere malen besproken; er zijn onder de regering Leburton vier vergaderingen aan gewijd, twee onder de regering Tindemans en nu pas tijdens de bespreking van de begroting van PTT in de commissie van verkeerswezen. Bij die besprekingen is mij duidelijk geworden dat in de volksvertegenwoordiging het verschil tussen rechtstreekse en onrechtstreekse steun lang niet zo scherp gesteld wordt als hier, en ik zou een poging willen doen om dat eventjes te verduidelijken, ook om even duidelijk te maken dat de wijze waarop de overheid vroeger overging tot medewerking aan de dagbladders ongelijkheid bevorderde en feitelijk vooral bijdroeg tot steunverlening aan de soorten bladen die deze steun toen het minst nodig hadden.

Ik ga u twee voorbeelden geven. Eerste voorbeeld: de posterijen. Mr. De Smaele heeft erop gewezen dat die de dagbladen tegen zogenaamde gunsttarieven transporteren. Ik druk met hem op het woord «zogenaamde», want het verschil tussen de post door de dagbladondernemingen verzonden en de post bezorgd door de andere gebruikers, is zo dat de dagbladondernemingen meer dan 99% van hun verzendingen alle dagen naar hun zelfde abonnees sturen en precies op dezelfde afgesproken uren, die liggen buiten de piekuren van de posterijen. Zij bezorgen aldus als het ware een soort «minimumlading» waarop de posterijen andere van hun diensten kunnen gaan opbouwen, omdat de pakken voorgesorteerd toekomen enz., kortom omdat ze aan een hele hoop criteria beantwoorden. Maar goed, de regie van de posterijen stelt dat de zogenaamd goedkopere tarieven een minder inkomen betekenen voor de regie van 3 miljard en enkele 100 miljoen. Als U, professor Boone, zoekt naar de bronnen van CRISP, dan vindt u ze in het voortreffelijke verslag van de heer Claeys bij de begroting van verkeerswezen en in het verslag van Mr. Pierret over de begroting van de PTT, documenten van de kamer van deze zitting. U heeft de getallen maar op te tellen en u komt tot de som die in het CRISP-document vermeld staat. Als we nu nagaan hoe die zogenaamde tegenoetkoming van de posterijen onderverdeeld is, dan blijkt dat veruit het belangrijkste

BOEKEN DIE UW AANDACHT VRAGEN I

Waar blijft je met Ivan Illich?, Situering en oefening.

Wat is de maatschappij-kritische optie van de auteur van «Ontscholing van de maatschappij», «Naar een nieuwe levensstijl» en «Energieverbruik en maatschappelijke tegenstellingen»? Wat kun je ermee doen? 195 fr.

Energieverbruik en maatschappelijke tegenstellingen

door Ivan ILLICH, onze verkeerde wereld.

De geïndustrialiseerde mens dreigt het slachtoffer te worden van het waandenkbeeld dat toenemend energieverbruik ook rechtvaardiger verhoudingen schept. 165 fr.

Naar een nieuwe levensstijl door Ivan ILLICH

Voorwaarden voor een gelukkiger samenleven. Briljant en uitdagend vervolg van Illich's opzienbarende publicatie «Ontscholing van de maatschappij». 195 fr.

Een nieuw machtsmiddel? «Grenzen aan de groei»

door Bruno FRITSCH

Een vakman van internationale faam daagt de «groei-begrenzers» uit. Zou beperking van de produktie de heerschappij van de welgestelden doen toenemen? 290 fr.

De computermaatschappij door M. STONE en M. WARNER

Worden onze vrijheid en privacy erdoor beïnvloed? «An unusual and fascinating book» (The Times Literary Supplement). 265 fr.

Barsten in de groei, een projekt van de Studiestichting voor Radikale Politieke Vernieuwing met een ten geleide van Sicco MANSHOLT.

Produktie en consumptie tegen de achtergrond van welzijn, derde wereld, milieu en macht. 135 fr.

Reflekties op de toekomst, nieuw sociaal, economisch, politiek handelen.

Acht auteurs van naam o.a. Prof. J. Tinbergen hebben dit belangrijke boek geschreven over de vraag hoe wij de snel veranderende informatie over de technologische vragen in onze samenleving kunnen verwerken. 195 fr.

Partijgangers der armen, avant-garde van Gods revolutie door dr. G. H. TER SCHEGGET

De praxis van Tsedeka futurologie is «in». Op zoek naar de komende stad — religie, pijnstillend middel — kritiek der godmenschkunde 165 fr.

Kom deze (en veel andere) boeken inkijken in onze afdeling «Geestes- en sociale Wetenschappen» (Kelderverdieping).



SINT-MICHIELSSTRAAT 1 - 3000 LEUVEN

5. het verdwijnen van elke titel betekent een min of meer uitgesproken verlies van de dagbladers als zodanig. D.w.z. dat een aantal lezers van de verdwenen kranten zien van het verder krantenlezen ;
6. een verzwakking van de relatie krant/lezer en m.n. van wat Prof. Prakke de «sociusfunctie» heeft genoemd, nl. de functie van de krant als kameraad ⁽¹¹⁾. Een Westduits onderzoek (1967) bracht aan het licht dat 44 % van de respondenten-lezers van een plaatselijke monopoliekrant antwoordden : «Ik lees die krant slechts omdat ze de enige is die mij over deze streek informeert. Anders zou ik ze niet lezen» ⁽¹²⁾ ;
7. het gebrek aan mededinging bekoort de journalisten tot een zekere graad van routine ;
8. de vrijheid van de journalist om een andere werknemer te vinden in geval van conflict met zijn huidige verdwijnt of wordt ingeperkt ;
9. sommige onderzoeksresultaten laten vermoeden dat de controle van het perspatronaat toeneemt wanneer de krant een monopoliepositie heeft verworven ⁽¹³⁾ ;
10. op macro-politiek niveau kan men vermoeden dat het ontstaan van krantenmonopolies het conservatief stemgedrag in de hand werkt. Zowel in de V.S.A. als in de Bondsrepubliek is er een sterke positieve correlatie tussen het conservatief stemgedrag in een streek en het voorhanden-zijn van monopoliekranten ;
11. Vermoedelijk althans, een vermindering van de kritische zin van de lezers. De meeste onderzoeken terzake wijzen uit dat een groter aantal lezers van monopolie- dan van concurrente kranten zich tevreden verklaren met hun krant en haar «objectiviteit» hoogschaten ⁽¹⁴⁾.

Een aantal van de juist opgenoemde effecten doen zich ook voor in/bij

oligopoliekranten. In deze situatie komen er echter een aantal nieuwe fenomenen bij waarvan de belangrijkste zijn :

1. aangezien een oligopolie doorgaans tot stand komt ten gevolge van concentratie, verhogen voor de lezers van de kleinere, opgekochte krant de omvang en de kwaliteit van de nationale en internationale informatie ⁽¹⁵⁾ ;
2. het oligopolie (meer bepaald waarschijnlijk het duopolie) bevordert de uniformisering van de bladen ⁽¹⁶⁾. Dit is een gekende wetmatigheid in de cultuurindustriële sector. Men kan, bij wijze van voorbeelden, de effecten van de «verlossing» citeren of de reeds zichtbare impact van de recente televisie-organisatie op de programmatie van de Franse televisieketens ;
3. tenslotte dient er aan herinnerd dat monopolie en oligopolie de representativiteit van de spreekbuisfunctie van de gezamenlijke pers inperken. Of dit kan opgevangen worden door een intern pluralisme binnen de kranten is een delikaat probleem, waarop we straks eventueel kunnen terugkomen.

Samenvattend zou men kunnen stellen dat de concentratie voor sommige lezers enerzijds betere — of potentieel betere — en meer open kranten meebrengt. Anderzijds echter neemt de lokale kritiekfunctie af, vermindert de kwaliteit van de verhouding krant / lezer, neemt de uniformisering (althans bij een duopolie) toe, en schijnt er een positieve correlatie te bestaan tussen het verschijnsel monopoliepers en conservatief stemgedrag.

3. DE REMEDIES

De remedies om de crisis in de pers en derhalve min of meer rechtstreeks de concentratie tegen te gaan, zijn

deel daarvan ligt in de tegemoetkoming aan de dagbladen van meer dan 125 gr. Wat betekent dat ? Dat de posterijen met hun vermeende tegemoetkoming de publiciteit subsidiëren, vooral deze bladen die belangrijke advertentievolumes aantrekken. Dat was het eerste voorbeeld.

Het tweede voorbeeld is dat van de postabonnementen. Inderdaad, veel goedkoper als verzendingstarief dan het drukwerk-tarief dagbladen, is de verzending via postabonnementen ; postabonnement waarbij de geadresseerde onbekend is aan de dagbladuitgevers, alleen bekend is aan de posterijen die vooruit de hele som van het abonnement betalen aan de uitgever. Ik moet aan deze academici niet vertellen welk verschil dit voor de dagbladondernemingen uitmaakt, nl. van te voren de abonnementsprijs te ontvangen in plaats van een produkt te moeten maken en leveren waarvan men niet weet of het inderdaad zal verkocht worden, en waarvan men de afrekening maar vele dagen na de levering van het produkt krijgt, en dan nog maar voor een deel. Het is duidelijk dat dezen die zich een postabonnement kunnen veroorloven, ofwel in de letterlijke zin van het woord, ofwel die psychologisch menen dat ze zich wel een postabonnement kunnen veroorloven, behoren tot een lezersgroep die van bepaalde inkomsten genieten. De anderen, de lagere inkomensgroep, nemen hun dagblad, laten we zeggen, per stuk. Dat maakt dan dat in bepaalde periodes van het jaar, in bepaalde economische crisistoestanden, de verkoop van dagbladen per stuk sterk daalt, terwijl de postabonnementen toch geleverd worden en toch verder worden afgenomen. Dus in deze twee gevallen komt de staatstussenkomst vooral ten goede aan de dagbladen die zich richten tot de meer begoeden.

Als we nu over staatstussenkomst spreken : men wil het subtiele onderscheid blijven behouden tussen onrechtstreekse en rechtstreekse steun, en ik gebruik het brutale woord steun, niet het woord compensatie dat de Belgische vereniging van Dagbladuitgevers al in september 1973 in haar bekende memorandum gebruikt. Dit is mijns inziens een subtiel onderscheid en ik wil u dit weer met enkele praktische voorbeelden, zoals die in de commissie tot uiting zijn gekomen, illustreren. Stel u voor dat een regering morgen zou beslissen om aan laten we zeggen bejaarden en/of werklozen te zeggen : «U kan een abonnement nemen op het dagblad van uw keuze, wij, Staat, zullen u dat abonnement bezorgen, zullen u dat dagblad betalen».

Behoort dat dan tot rechtstreekse of tot de onrechtstreekse steun? Als ik de redenering van professor Boone volg, moet ik mij dan de vraag stellen, behoort dat dan tot de selectieve of tot de algemene steun? Wel te verstaan, men laat de betrockene helemaal vrij in de keuze van het blad dat hij zou willen ontvangen. Het is een vorm van steun van de overheid aan de dagbladondernemingen.

Tweede voorbeeld is dat de overheid zou overgaan tot het ter beschikking stellen van méér infrastructuur. Laten we duidelijk zijn: de overheid stelt al een deel van de infrastructuur ter beschikking door bijvoorbeeld het aankopen van in sommige gevallen niet noodzakelijke abonnementen op bijvoorbeeld Belga. Aldus houdt men Belga leefbaar aan een prijs die de dagblad-ondernemingen kunnen betalen, want Belga is in de praktijk een soort coöperatieve van de verschillende dagbladen, en behoort tot de onontbeerlijke infrastructuur. Door het verlenen van goedkopere tarieven voor telexen, telegraaf en telefoon enz. stelt men eigenlijk een deel van de infrastructuur ter beschikking. Als men de idee zou doortrekken en we stappen even af van de enorme technische moeilijkheden die dat met zich zou brengen, en men zou overgaan naar een drukkerij, die men ter beschikking zou stellen van dagblad-ondernemingen, is dat dan rechtstreekse of onrechtstreekse steun, of hulp of tussenkomst? Ik kan dat allemaal niet zo precies uit mekaar houden, de grenzen zijn vager naar mijn gevoel dan men hier volledig te goeder trouw vanzelfsprekend geprobeerd heeft voor te stellen. Men zou kunnen gaan naar het Italiaanse systeem, en stellen «wij overheid betalen het loon van het minimum aantal personeelsleden dat onontbeerlijk geacht wordt om de redactie van een krant te vormen». Men zou kunnen overgaan naar een systeem zoals gekend in de Skandinavische landen waarbij de overheid voor een minimumoplage en een minimum aantal bladzijden het papier ter beschikking stelt. Dat betekent dan dat, wil men meer volume bieden aan de lezers, men natuurlijk zelf voor de rest van dat papier moet zorgen. U ziet, het zit allemaal een beetje in nuances, maar Mr. De Smaele en ik hebben al eens de gelegenheid gehad om over ditzelfde onderwerp een debat te voeren. Wij hebben toen misschien het ongelijk gehad om dat meteen voor de televisie te doen, want wat men naderhand doet is natuurlijk een herhaling en herzeggen. Mr. De Smaele gaat ergens uit van de economisch-liberale opvatting van het perswezen, nl. het pers-

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.

CONGRESVERSLAG

- **Amusement in de Massamedia. Informatieve en persuasieve functies.** Referaten van het Vijfde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap, Leuven, 1975, 55 blz., 100 fr.

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

talrijk en heterogeen. De opsomming ervan alleen al zou ettelijke minuten in beslag nemen. Over het algemeen moet, geloof ik, gewaarschuwd worden voor de zeer concrete opzet van dergelijke maatregelen. D.w.z. dat men bepaalde suggesties voor remedies moet analyseren in het licht van de bedoelingen die worden nagestreefd en vooral van de typische structuren van de pers in het land waar de remedies worden voorgesteld of toegepast.

Een van die remedies is de zogenaamde directe overheidssteun aan de pers. Om dit begrip even duidelijk te stellen moge ik een poging ondernemen tot definitie of althans tot enigszins zindelijk denken⁽¹⁷⁾.

Onder overheidssteun aan de pers worden alle maatregelen verstaan van de Wetgevende of Uitvoerende Macht, met het oog op het financieel-economisch steunen van privé-kapitalistisch georganiseerde bedrijven, die het uitgeven van dag- en/of weekbladen tot hoofd- of neven-activiteit hebben.

Diegenen die, vooral aan de zijde der uitgevers, over overheidssteun aan de pers spreken of schrijven, maken vaak een onderscheid tussen onrechtstreekse en rechtstreekse vormen van steun. Als onrechtstreekse steun betitelen ze doorgaans de fiscale en andere 'tegemoetkomingen' vanwege de overheid ten voordele van de pers-sector. Dergelijke 'onrechtstreekse' hulp bestaat reeds verscheidene decennia. In de meeste West- en Noord-europese landen genieten de kranten vanwege de Staat fiscale faciliteiten, verlaagde tarieven bij de Posterijen, de Telegraaf en de Telefoon, de Spoorwegmaatschappijen enz. De totale winstderving ten gevolge van deze tegemoetkomingen is vaak moeilijk precies vast te stellen. In Frankrijk werd ze voor het jaar 1974, op 10 miljard BF geraamd⁽¹⁸⁾. Bij de Westduitse Posterijen beliep het deficit van de krantendistributie voor 1969 350 miljoen DM, of ongeveer 5 miljard BF⁽¹⁹⁾. De «onrechtstreekse steun» wordt in België op 3,5 à 4 miljard geschat⁽²⁰⁾. Tegenover deze onrechtstreekse genoemde tegemoetkomingen plaatst men dan de rechtstreekse overheidssteun, die men kan omschrijven als alle vormen van directe subsidiëring. Deze bestaat in België sinds december 1974.

Over de houdbaarheid en de oppor-

tuniteit van het onderscheid tussen rechtstreekse en onrechtstreekse steun kan men van mening verschillen. Voor sommige uitgevers, die de bestaande tegemoetkomingen min of meer enthousiast aanvaardden maar directe subsidiëring weigeren, heeft hij wellicht een ideologische waarde. Men kan anderzijds, met J. Van Eynde van mening zijn, dat in dergelijke houding «een aanzienlijk deel schijnheiligheid» steekt⁽²¹⁾.

Veel belangrijker is het onderscheid tussen algemene en selectieve overheidssteun. Van algemene steun genieten alle kranten, afgezien van het feit of ze deze behoeven of niet.

Selectieve hulp daarentegen komt alleen bladen ten goede die, aan de hand van welke criteria dan ook, daarvoor in aanmerking worden genomen. Uitgaande van dit onderscheid kan men dus systemen krijgen met algemene of selectieve overheidssteun, of nog, wat meestal het geval is, systemen waarin beide vormen van overheidssteun als het ware coëxisteren. Historisch gezien kan men stellen, dat de selectieve steun de meest recente formule is. In de meeste landen werd ze slechts overwogen, toen bleek dat de algemene hulpverlening niet de gewenste resultaten opleverde. Doorgaans gaat en ging de invoering van selectieve steun gepaard met ernstige moeilijkheden om aanvaardbare selectiecriteria te vinden.

In december van verleden jaar heeft men dus ook in België beslist tot het toekennen van directe, selectieve staatssteun. De toegekende som werd verdeeld volgens criteria die de vereniging van Belgische dagbladuitgevers hadden uitgedokterd. In feite betreft het een bijna forfaitaire verdeling.

Hoewel ik niet wil of kan anticiperen op wat de eminente sprekers na mij hierover zullen betogen, meen ik «neutraal» te blijven wanneer ik stel, dat deze formule tot nog toe zeer gecontesteerd blijft. Kritiek of instemming betreffende het principe van de steun, de omvang van de ter beschikking gestelde som, de wijze waarop de verdeelsleutel tot stand kwam en de verdeelsleutel zelf.

Mijnheer de Voorzitter, Dames en Heren, hierbij zou ik het, met Uw goedvinden, willen laten. Ik ben er mij van bewust, dat dit een onvoldoende en oppervlakkig overzicht is geweest van de crisis in de pers. Bin-

wezen als los bedrijf. Hij corrigeert dat later door te wijzen op de noodzaak van het behoud van verscheidenheid. Ik moet u wijzen, dames en heren, op een publicatie die mij tot voor enkele weken onbekend was — en dat is natuurlijk een fout van mij — nl. een brochure die heet «Dagblad der sprake», een SMO-uitgave dat op een heel plezierige wijze dezelfde problemen behandelt die wij hier vanmiddag bespreken, zoals ze in Nederland ter tafel zijn gekomen voor enkele maanden. Wie dat leest, en wie andere publicaties leest, zal moeten vaststellen dat het probleem echt niet gebonden is aan de economische crisis die wij thans doormaken. Het probleem is veel ouder. Ik geef u een voorbeeld: het aantal titels van de te Parijs verschijnende dagbladen is van 1914 tot 1962 gedaald van 57 naar 12. In België verschenen in 1939 65 dagbladen, in 1964 47, 1970, 43, maar van die 43 waren in 1970 al 17 die slechts gewestelijke uitgaven waren van bladen die in de hoofdzetel worden opgesteld.

Het wijst er allemaal op dat de problemen niet van gisteren zijn, dat de problemen niet noodzakelijk zo gebonden zijn aan de economische crisis. Vanzelfsprekend zal er een mediabeleid moeten komen, vanzelfsprekend is het zo dat radio en TV uitsluitend door de overheid gefinancierd worden, dat door de overheid — hier wordt bedoeld het parlement — tot het parlement de wet veranderd zal hebben, gewild is dat radio en TV over een monopolie-positie beschikken. Vanuit dit staatsmonopolie doet men de dagbladen concurrentie aan precies op de dagen waarop dagbladen ingevolge maatregelen van diezelfde staat het publiek niet kunnen bereiken, met name vanaf de zaterdagochtend tot de maandagochtend. Het spreekt vanzelf dat de overheid verplicht is om dat monopolie te corrigeren door hen die eronder lijden ter hulp te komen. Niemand van wie hier voor mij het woord nam, heeft op dit ogenblik deze hulp, deze compensatie, deze tegemoetkoming, deze steun zelf in vraag gesteld. Men heeft het alleen gehad over de vorm en men heeft het gehad over de samenhang. Dat is een belangrijk verschil tegen anderhalf jaar geleden. Anderhalf jaar geleden waren er inderdaad nog meerdere uitgevers die meenden dat zij de storm wel zouden kunnen uitzitten, die vooral hoopten om van de gevallen bladen er enkele binnen te rijden, meer nog dan de storm zelf uit te zitten. Maar allen wendden zich op dit ogenblik tot de overheid, zij het niet alle in dezelfde bewoordingen. Ik moet u zeg-

gen dat mijn vriend Frans Van Erps met zijn persraad een woord gebruikt heeft dat ik niet erg smaak, maar dat is een persoonlijke opinie, en dat is niet noodzakelijk deze van de overheid. Ik bedoel daar waar hij het had over een bijkomend adviesorgaan. Dames en heren, als Mr. Van Erps het ongelooflijk aantal nationale raden heeft vermeld die adviezen verstrekken in dit land dan heeft hij meteen, naar mijn gevoel, een zere plek van ons bestel aangeraakt, nl. die van de parallelle democratie. Hij heeft goed zeggen dat de overheid natuurlijk niet gebonden is door zo'n adviezen. Dat is theorie, in de praktijk is het zo dat deze adviezen, als het één enkel advies is, een gezamenlijk advies is, heel moeilijk ter zijde kunnen gelegd worden. Deze adviezen maken in feite de taak onmogelijk van gelijk welke regering of van gelijk welk bestuur, nl. beleidsopties nemen. Het oprichten van nog eens een adviesraad, vergemakkelijkt zeker het nemen van die beleidsopties niet, vooral niet in een zo delicate materie als die we hier behandelen. Mr. de voorzitter, ik ben er mij zeer van bewust dat ik erg onvolledig, erg oppervlakkig geweest ben en ik verontschuldigd mij daarvoor. Maar als men mij hier vraagt om de overheid te vertegenwoordigen, dan moet ik u zeggen: ofwel moet ik zwijgen, want dan is de overheid de parlementscommissie en die heeft met drieëntwintig tongen gesproken, want elk lid van de commissie had een andere opinie en de niet-leden van de commissie die de vergadering bijwoonden kwamen die waaier van opinies nog vergroten; ofwel moet ik verwijzen naar de titel van het ontwerp dat ter sprake was, en die titel luidde: «Het behoud van de verscheidenheid». Daartoe behoren de opinies, zonder dat de dagbladen er noodzakelijk moeten bij zijn.

ADVERTEREN IN DIT NUMMER :

«Het Belang van Limburg»	4
Acco	6
Ampex	10
Standaard boekhandel	12
«De Standaard»	16
Philips	25
Delgay	35
Inelco	37
Columbia	38

nen de mij toegemeten tijd, kon ik ook bezwaarlijk uitvoeriger op deze oeverloze problematiek ingaan. Ik hoop dat

VOETNOTEN

(¹) CAMPEIR & DUMON, M. & JESPER, J.J., *Radioscopie de la presse belge*, Verviers, Gérard, 1974, blz. 563-564.

(²) BOONE, L., *Sociologie van de Pers, collegenota's K.U.Leuven*, Leuven, Acco, 1975, blz. 96-100.

(³) *Ibidem*.

(⁴) Geciteerd in APPIA, A. & CASSEN, B., *Presse, radio et télévision en Grande-Bretagne*, Parijs, Colin, 1969, blz. 78-80.

(⁵) ROEGELE, O.B., *Konzentration und Struktur der Pressebetriebe*, in *K.J.M.*, Discussieverslag, Studiedag 18-12-1973, z.d. (Nijmegen), 1974, blz. 7-8.

(⁶) CONSEIL DE L'EUROPE, *Rapport du Comité d'Experts sur les Concentrations de Presse*, Straatsburg, 1974, blz. 9.

(⁷) NIXON, R.B., *Trends in U.S. newspaper ownership: Concentration with Competition*, in *Gazette*, vol. 14, 1968, blz. 184.

(⁸) THOVERON, G. & NOBRE-CORREIA, J.M., *La concentration de la presse quotidienne belge d'expression française et des implications sur le contenu politique des journaux*, U.L.B., Brussel, 1974, pro manuscripto.

(⁹) BLUME, N. & LYONS, S., *The monopoly newspaper in a local election: the Toledo Blade*, in *Journalism Quarterly*, vol. 45, 1968, blz. 286-292.

(¹⁰) KNOCHÉ, M. & SCHULZ, W., *Folgen des Lokalmonopols von Tageszeitungen*, in *Publizistik*, Jg. 14, 3, 1969, blz. 298-310.

(¹¹) PRAKKE, H.J., *Van Perswetenschap tot Publicistiek*, Assen, Van Gorcum, 1956, blz. 34 vv.

de volgende sprekers en het debat dat daarop volgt sommige punten zullen toelichten, verdiepen en contesteren.

(¹²) XX, *Schlussbericht von der Kommission zur Untersuchung der Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz von Presseunternehmen und der Folgen der Konzentration für die Meinungsfreiheit in der Bundesrepublik Deutschland - Pressekommission*, Bonn, 1968, blz. 253.

(¹³) BOWERS, D., *A report on activity by publishers in directing newsroom decisions*, in *Journalism Quarterly*, vol. 44, 1967, blz. 43-52.

(¹⁴) GERHARDT, E., *Das örtliche Zeitungsmopol*, in *Publizistik*, Jg. 14, 1969, blz. 287-297.

(¹⁵) NOELLE-Neumann, E., *Pressekonzentration und Meinungsbildung*, in ARMBRUSTER, A. e.a., *Entwurf eines Gesetzes zum Schutze freier Meinungsbildung und Dokumentation des Arbeitskreises Pressefreiheit*, Berlijn, 1970, blz. 71-85.

(¹⁶) BIGMAN, S., *Rivals in conformity. A study of two competing dailies*, in *Journalism Quarterly*, vol. 32, 1955, blz. 197-204.

(¹⁷) Wij volgen hier BOONE, L., *Overheidssteun aan de Pers*, in *De Gids op Maatschappelijk Gebied*, Jg. 62, n° 11, nov. 1971, blz. 924-925.

(¹⁸) Geciteerd bij SCHWOEBEL, J., *La presse, le pouvoir et l'argent*, Parijs, Fench, 1968, blz. 188.

(¹⁹) ZV + ZV, *Bad Godesberg*, 9-3-1971, blz. 416.

(²⁰) XX, *Morphologie des groupes et entreprises de presse*, Courrier hebdomadaire du CRISP, n° 682, 9-6-1975, blz. 12.

(²¹) VAN EYNDE, J., *De konzentratie in de pers*, in *Socialistische Standpunten*, Jrg. 18, n° 21, 971, blz. 96.

(ADVERTENTIE)



N.V. DE STANDAARD

EM. JACQMAINLAAN 127

1000 BRUSSEL



de audiovisuele dienst van de k.u.leuven

Sinds enige tijd functioneert binnen het Departement Communicatiewetenschappen een «Audiovisuele Dienst», die door de Academische Overheid van de K.U.Leuven werd opgericht voor een proefperiode van twee jaar. Volgende tekst wil het ontstaan, de doelstellingen en de structuur van de Audiovisuele Dienst (A.V.-dienst) in zijn huidige vorm beschrijven maar kan uiteraard niet vooruitlopen op het verslag dat de A.V.-dienst tegen het einde van de experimentele fase — september 1976 — bij de Academische Overheid zal uitbrengen en op de voorstellen voor een meer definitieve vorm van een Centrale Audiovisuele Dienst waarin dat verslag zal resulteren.

Ontstaan

Men kan zich afvragen welke de relatie is tussen een onderwijs- en onderzoeksdepartement zoals het Centrum voor Communicatiewetenschappen en een centraal dienstverlenend logistiek organisme zoals de Audiovisuele Dienst.

Principieel zijn er raakpunten en mogelijkheden tot een wederzijdse inbreng aan te duiden op het niveau van de doelstellingen van opleiding en research binnen het CeCoWe enerzijds en van de opdracht van de A.V.-dienst anderzijds. Aan de K.U.Leuven is deze band echter vooral historisch gegroeid.

Einde 1972 werd een rapport neergelegd over «Het gebruik van audiovisuele hulpmiddelen aan de Katholieke Universiteit te Leuven». Dit rapport bevatte het verslag van een onderzoek dat in opdracht van de Academische Overheid door het Centrum voor Communicatiewetenschappen was uitgevoerd.

De «C.R.A.M.»

Bespreking van dit rapport op de Academische Raad leidde tot de oprichting van een «Centrale Raad Audiovisuele Middelen» (C.R.A.M.) die in juni 1973 werd geïnstalleerd onder het voorzitterschap van Prof. Dr. J.M. Peters.

De C.R.A.M. is samengesteld uit een zevental hoogleraren die de verschillende groepen (Humane en Exacte Wetenschappen, Geneeskunde, Campus Kortrijk) van de universiteit vertegenwoordigen.

De opdracht van de raad werd als volgt omschreven :

1. Aan het B.A.R. (Bureau Academische Raad) gemotiveerde adviezen verschaffen i.v.m. de aankoop van didactische apparatuur.
2. Projecten van A.V.-onderwijs stimuleren, onderzoeken en wanneer nodig prioriteiten bepalen.
3. Deze projecten evalueren en daarover gemotiveerd verslag uitbrengen bij het B.A.R.

De «A.V.-dienst»

Als uitvoerend orgaan van de C.R.A.M. fungeert de Audiovisuele Dienst die gedurende de experimentele fase, tot einde september 1976, als een unit binnen het Departement Communicatiewetenschappen georganiseerd werd.

Voor de installatie van een «Televisieproductie eenheid» werd een uitrustingskrediet van 2 miljoen toegekend. Later kwamen hier nog kredieten bij voor een video-copieerinstallatie en voor een mobiele video-opname set. De produktiestudio van de A.V.-dienst werd gevestigd in de lokalen van het Departement Communicatiewetenschappen onder Alma III, in Heverlee, waar door de technische diensten van

de K.U.Leuven een aantal aanpassingswerken werden uitgevoerd.

Twee leden van het Departement Communicatiewetenschappen werden full-time in de A.V.-dienst tewerkgesteld, terwijl op een derde deeltijds een beroep kan worden gedaan. Als compensatie kreeg het Departement één vervangingsmandaat. Op basis van een begin 1975 ingediend interim-rapport werd aan de A.V.-dienst een technicus en een halftijds administratieve kracht toegekend.

Activiteiten

De A.V.-dienst werkt in een «experimentele fase». Dit zou kunnen betekenen dat die A.V.-dienst, via het verzamelen van informatie over gelijkaardige diensten in binnen- en buitenland, via een inventarisatie van de behoeften binnen de K.U.Leuven, via een poging tot het formuleren van doelstellingen en daaraan beantwoordende middelen, via eventueel meer fundamentele research, zich erop zou voorbereiden om tegen het einde van de proefperiode een voorstel neer te leggen over de meer definitieve organisatievorm en structuur van een Centrale Audiovisuele Dienst. In de praktijk echter is de A.V.-Dienst vooral bezig met te proberen bewijzen dat een Centrale Audiovisuele Dienst een voor de universitaire gemeenschap nuttig ding kan zijn ; dat deskundig advies over de aanschaf van hardware verspilling kan vermijden en didactisch efficiënter kan zijn dan ongecontroleerde wildbouw ; dat centraal geproduceerde of gecopieerde software goedkoper en beter aan de behoeftes aangepast kan zijn dan via verspreide initiatieven met veel goede wil en inzet van tijd en energie maar zonder aangepaste infrastructuur of competentie gefabriceerde programma's. Op dit punt zit de A.V.-dienst in een dubbelzinnige si-

tuatie: vermits hij slechts voor een proefperiode werd opgericht beschikt de A.V.-dienst uiteraard slechts over beperkte middelen, zowel qua technische infrastructuur als qua bestaffing; maar om zijn hierboven geschetst objectief te realiseren dient hij zich als een volwaardige centrale dienst aan te dienen en koestert de universitaire gemeenschap, terecht, verwachtingen waar op dit ogenblik niet altijd op een bevredigende manier aan voldaan kan worden.

Deze situatie van met beperkte middelen te moeten bewijzen dat je meer uitgebreide middelen waard bent, waarbij je natuurlijk impliciet toegeeft dat het met die beperkte middelen ook wel kan, is niet specifiek voor de A.V.-dienst maar heeft wel zijn invloed op de manier waarop de A.V.-dienst zijn opdracht poogt uit te voeren.

De huidige werkzaamheden van de A.V.-dienst kunnen onder volgende rubrieken samengevat worden:

1. Voorbereiding en uitvoering van adviezen i.v.m. de aankoop van hardware.
2. Productie van software.
3. Verlenen van service.
4. Documentatie en research.

Adviezen

De adviezen voor de aanschaf van apparatuur worden ten behoeve van de C.R.A.M. door de A.V.-dienst voorbereid. Tot nu toe werden in totaal een dertigtal aanvragen behandeld, variërend van een eenvoudige dia- of overheadprojector tot de volledige audiovisuele infrastructuur van een nieuw faculteitsgebouw.

De procedure volgens welke deze adviezen tot stand komen is eerder ingewikkeld en tijdrovend en impliceert permanent overleg en coördinatie met de aanvrager en met de bij voorbereiding en uitvoering betrokken technische en administratieve diensten.

Productie

Hoewel de A.V.-dienst ervan overtuigd is dat principieel voor een «multi-media approach» zou moeten gekozen

worden, noopte de beperktheid van de middelen tot het privilegiëren van één medium. Dit werd dan, wegens de soepele en brede toepassingsmogelijkheden, video.

De huidige studio beantwoordt min of meer aan de behoeftes. Het is evident dat aan een centrale studio, die voor de meest uiteenlopende producties moet kunnen gebruikt worden, erg hoge eisen worden gesteld, waaraan, nogmaals gezien de beperkte investering, niet helemaal kan voldaan worden. Daarbij komt nog de technologische ontwikkeling van de videotekniek, die voor gevolg heeft dat de infrastructuur nooit «af» is of kan zijn. De grootste moeilijkheid vormt de ruimtelijke inplanting van de studio in een lokaal onder het Universiteitsrestaurant Alma III, in een bosrijke omgeving te Heverlee, maar in een ruimte die oorspronkelijk gepland was als beenhouwerij voor de universiteitsrestaurants, later omgebouwd tot toneelzaal en die nu als televisiestudio gebruikt wordt, wat vooral op het gebied van geluidsisolatie en air conditioning soms onoverkomelijke problemen stelt.

De elektronische infrastructuur van de studio bestaat uit 3 studiocamera's, 2 documentenlezers, een tele-cinema en teledia, de nodige geluids- en beeld-, meng- en schakelapparatuur en twee Ampex l'helical scan video recorders waarvan één met mogelijkheid tot elektronische montage. Daarnaast zijn er nog twee draagbare video-sets en straks een mobiele set en een copieerinstallatie voor videotapes.

De studio werkt op dit ogenblik in zwart-wit maar is, behalve de camera's en monitoren, kleurcompatibel. Uitgangspunt bij de productie van software is dat de A.V.-dienst geen programma's maakt «in opdracht van een klant» maar wel in samenwerking met een aanvrager, wat van deze laatste een serieuze inhoudelijke inbreng vraagt.

De «klant» realiseert zich niet steeds hoeveel werk, tijd en inspanning de productie van software, die hij bij zijn onderwijs wil inzetten, ook van hemzelf vergt. Dit brengt soms het voltooien van een met veel enthousiasme aangepakt project in het gedrang. De efficiëntie van audiovisuele software kan niet dikwijls in termen van tijd en kostenbesparing berekend worden

maar moet op het niveau van didactische kwaliteitsverbetering gezocht worden.

Lerarenopleiding

Hoofdbrok van het productiepakkett vormt de samenwerking met de diverse aggregaties. Reden hiervoor is dat video relatief gemakkelijk en met een bewezen efficiëntie bij de lerarenopleiding kan ingezet worden. De meest eenvoudige toepassing op dit domein is het opnemen van open-net programma's — schooltelevisie en andere — die gebruikt worden bij lessen en praktische oefeningen over hoe zo'n programma's in het middelbaar onderwijs geëxploiteerd kunnen worden.

Daarnaast worden typelessen (demonstratie van didactische technieken) en proeflessen (leraren in opleiding die achteraf zichzelf en hun collega's kunnen bekijken) opgenomen in situ — in de school zelf — of in de studio. Dergelijke lessen worden of in hun geheel gebruikt of, via montage, tot een meer beknopte vorm gereduceerd, of nog worden montages gemaakt waarbij één specifiek aspect uitvoerig geïllustreerd of toegelicht wordt. (b.v. een programma over «video en taalonderwijs» ten behoeve van toekomstige taalleraren). Nog een ander voorbeeld vormt een reeks programma's die, in samenwerking met het Departement Toegepaste Linguïstiek en de International Hasselt Conference on Applied Linguistics, gerealiseerd worden en die rechtstreeks gebruikt worden bij de lerarenopleiding aan de faculteit Wijsbegeerte en Letteren maar ook dienen als voorbereiding op een over het open net uit te zenden programmareeks voor de bijscholing van taalleraren. Voor de meeste van de aggregatieproducties geldt ten andere dat zij niet alleen bij de lerarenopleiding maar ook bij de recyclage gebruikt worden.

Instructie, motivering

Sommige producties zijn meer directe instructieprogramma's zo b.v. een programma over het gebruik van een

electronische rekenmachine ten behoeve van studenten die in het kader van hun opleiding die machine moeten bedienen. Dit programma werd gerealiseerd in samenwerking met het kandidatuurcentrum Toegepaste Wetenschappen.

Andere programma's hebben eerder als bedoeling, de studenten te motiveren voor de leerstof die achteraf, b.v. in een reeks hoorcolleges, verder uitgediept wordt. Een voorbeeld hiervoor vormt een reeks van drie programma's over stadskernvernieuwing en leefmilieu die in samenwerking met het Departement Bouwkunde gemaakt worden.

Informatie e.a.

Nog een andere categorie programma's wil helpen bij de informatieoverdracht, b.v. samen met de Dienst voor Studieadvies over studentenvoorzieningen ten behoeve van toekomstige en eerstejaarsstudenten of nog over de Dienst Spoedgevallen van het Academisch Ziekenhuis ten behoeve van de steeds wisselende stagiaires, assistenten en verpleegkundigen die in die dienst werken.

Ten behoeve van het Departement Psychologie werden twee korte programma's gerealiseerd die, in het raam van een eindverhandeling, gebruikt worden bij experimenteel onderzoek over altruïstisch gedrag bij kinderen. De A.V.-dienst verleende in oktober 1974 zijn medewerking aan het door het Departement Communicatiewetenschappen te Hasselt georganiseerde «Congres Kabeltelevisie» waar hij een tentoonstelling en een «experiment lokale video» verzorgde.

Tenslotte werkt de A.V.-dienst, zowel logistiek als inhoudelijk, mee aan het Seminarie Film voor de licentiestudenten in de richting communicatiewetenschappen.

Deze opsomming is niet volledig. Toch suggereert zij reeds een antwoord op een veelgehoorde opwerping tegen het gebruik van A.V.-middelen bij het onderwijs: deze middelen zouden het menselijk contact tussen docent en student in de weg staan. Grosso modo kan men A.V.-software opdelen in onderwijsvervangende en onderwijsaanvullende programma's.

De eerste categorie heeft juist als grote verdienste routinewerk uit handen van de docent te nemen, die daardoor meer tijd kan vrijmaken voor menselijk contact; de onderwijsaanvullende programma's worden veelal geëxploiteerd in groepsdiscussies en vormen dan juist een stimulans voor menselijk contact. Als er iets fout loopt, ligt de oorzaak niet steeds bij de media in se maar dikwijls bij de manier waarop ze gebruikt worden.

Service

Steeds binnen haar beperkte mogelijkheden poogt A.V.-dienst een aantal vormen van service te verlenen, die niet rechtstreeks als «produktie»-werk kunnen beschouwd worden. De voorname is het kopiëren van beeldband en het overschrijven van films op videotape. Dit is, uiteraard met de toelating van de houder van het copyright, een van de goedkoopste manieren om aan software te komen! Probleem is de onoverzichtelijke veelheid van types, normen en systemen voor beeldbandopname. Standaardisering binnen de K.U.Leuven lost weinig op, omdat tapes die van buiten komen van de meest uiteenlopende standaard kunnen zijn.

De copys worden in sommige gevallen gehermonteerd en van tussentitels of nieuw commentaar voorzien.

Het opnemen van open-net programma's is een nog goedkopere bron voor software. De moeilijkheid die hierbij rijst is dat de opnames meestal buiten de normale diensturen dienen te gebeuren. De meeste aanvragers doen op deze service zo weinig frequent een beroep dat de aanschaf van eigen opname-apparatuur niet verantwoord zou zijn. Deze, en ook andere, programma's moeten ook vertoond kunnen worden, wat het ter beschikking stellen, ter plaatse brengen, installeren en in werking stellen van apparatuur impliceert. Het uitlenen van apparatuur is een laatste vorm van service, waarbij de A.V.-dienst niet alleen zijn eigen infrastructuur inzet maar ook bemiddelend en coördinerend tussenkomt om niet full-time gebruikte apparatuur op andere plaatsen dan bij de «eigenaar» in te zetten. Zo werd onlangs t.b.v. een trainingssessie voor

verpleegkundigen georganiseerd door het Centrum voor Ziekenhuiswetenschappen, een set samengebracht die was samengesteld uit componenten die op het budget van vier verschillende faculteiten waren aangekocht.

Documentatie en research

Het permanent volgen van ontwikkelingen op het domein van hardware, software, didactische toepassingen en vooral de relaties hiertussen is van primordiaal belang, niet alleen voor het behoorlijk uitvoeren van de hierboven genoemde taken maar vooral ook in het licht van de toekomstige uitbouw van de A.V.-dienst.

Communicatie

Dat de audiovisuele dienst binnen het Departement Communicatiewetenschappen gehuisvest werd, is niet helemaal toevallig. Onderwijzen is ook een communicatieprobleem. Het inzetten van media bij de opleiding is nog meer dan het vertalen van leerinhouden in de taal van het medium. De vraag hoe de eigen aard van het medium in zijn specificiteit kan gebruikt worden als een operator om de kennisoverdracht vlotter te laten verlopen is minstens even belangrijk. Om hier een antwoord op te vinden, om de leerinhoud van de docent via hoorcolleges, gedrukte cursussen en andere, b.v. audiovisuele, media bij de student zo goed mogelijk over te laten komen, is vereist dat de communicatie eerst op een ander niveau, namelijk tussen vakdeskundige, onderwijsspecialist en A.V.-man zonder ruis kan verlopen.

Vooraleer de boodschap overgebracht kan worden moet zij eerst, in samenspraak tussen alle betrokkenen, optimaal geformuleerd kunnen worden.

**Johan VAN HEDDEGEM
Gis PONSARTS**

A.V.-dienst K.U.Leuven
Tervuursevest 103
3030 Heverlee
tel. 016.227.427.

journalistenopleiding in de v.s.a.

Onderstaand artikel is van de hand van Peter ZIEGLER en werd overgenomen uit het Duitse dagblad «Die Zeitung» dat het op zijn beurt ontleende aan de Zwitserse krant «Neue Zürcher Zeitung».

Herman MEYSEN zorgde voor de Nederlandse vertaling.

In een naschrift geeft Prof. dr. J.M. PETERS enige commentaar op dit artikel. Vanzelfsprekend zijn wij bereid ook andere standpunten aan bod te laten komen.

«Een geschikte job vinden? Geen probleem voor onze afgestudeerden!» Aan de meest bekende journalistenschool in de U.S.A., Columbia, verdringt de praktijk de theorie.

Negenenveertigduizend Amerikaanse studenten beëindigden vorige zomer hun opleiding in één der meest omstreden Amerikaanse disciplines: 'Communicatie'!

Het merendeel onder hen koos de richting 'communicatie' in de (ijdele?) hoop op die manier het best te worden voorbereid op een journalistieke loopbaan. Het traditionele zoeken naar een geschikte betrekking, eens het diploma op zak, liep voor de meesten echter uit op een teleurstelling. De reden? Ze weten misschien wel alles over communicatietheorieën en het communicatie-onderzoek, maar van een meer praktijkgerichte communicatie, meer in het bijzonder van journalistiek, hebben ze blijkbaar geen kaas gegeten...

Columbia: nadruk op de praktijk.

Heel wat minder problemen schept het zoeken naar een job voor een student met een 'Master of Communication Science'-diploma van de Graduate School of Journalism, Columbia University of New York City.

Aan dit befaamde Instituut leert een student namelijk datgene wat belangrijk is voor een latere journalistieke loopbaan, 'het vak van reporter'... De Directeur van deze school, sterk geïnspireerd door Joseph Pulitzer, de legendarische uitgever van 'World', laat zich dan ook optimistisch uit over de toekomst van zijn studenten: «onze jongens zullen altijd werk vinden, altijd...». En steeds meer andere

Amerikaanse Universiteiten volgen nu het voorbeeld van Columbia.

Het studiepakket omvat alles wat een journalist-in-spe zich maar kan wensen: geschiedenis van de media, media-analyse, mediakritiek, filosofie van de pers, persrecht, communicatietheorie, methodes van het communicatie-onderzoek, mediamanagement en vóór alles 'reporting'... Het praktische gedeelte van de opleiding is samengebracht onder de noemer 'reporting' en domineert het hele programma. Deze basiscursus 'reporting voor gevorderden' is een verplicht vak voor elke student.

Streng leerplan

Het doel van die basiscursus 'reporting' is, de studenten vertrouwd te maken met de geschreven en de gesproken journalistiek. Meer nog, elke student wordt zo intensief getraind in de journalistenpraktijk dat de professionele spelregels en trucs voor hem nog nauwelijks geheimen hebben.

Als 'training' moeten de studenten vooreerst wekelijks een artikel of story schrijven; hun persoonlijke begeleider of instructor levert er dan de nodige kritiek op en laat hen, in de meeste gevallen, het hele stuk herschrijven. De student werkt onder de 'Dead-Line-Pressure'; binnen een opgelegde tijdslimiet moet hij klaarkomen met het reportingwerk, het verzamelen van gegevens ter plaatse, het opzoekingswerk, via telefoontjes en in het archief, en met het uitschrijven van zijn story.

Uiteraard volgen er sancties wanneer het werk niet binnen de Dead-Line limiet persklaar is.

De reporting-cursus loopt over het hele academische jaar; gedurende het eerste semester leert de student eerst het «alfabet van de reporter» kennen en moeten een tweetal opdrachten per week worden uitgevoerd. Onder leiding van zijn instructor zal hij proberen, via die praktische opdrachten, een geschikte spreek- of schrijfstijl te ontwikkelen, goed opgebouwde artikels en informatieve leads te schrijven en inhoudelijk 100% zuivere teksten op papier te zetten. Voorts moet elke student een cursus radio- en televisiejournalistiek volgen om, na een korte inwerkperiode mee te werken aan de productie van radio- en televisieprogramma's in de studio's van de school.

In twee diverse seminars wordt er aan de studenten ook nog geleerd hoe verschillende soorten artikels geschreven worden, met name: magazine-artikels, editorials, UNO-berichtgeving, kunstkritieken en populair-wetenschappelijke bijdragen.

Het programma van een doorsnee-student ziet er tijdens dit eerste semester dus als volgt uit: 'reporting', radio- en televisiejournalistiek, seminars, verschillende, wekelijkse praktische opdrachten en enkele verplichte vakken als persrecht, filosofie van de pers, en actuele, politieke en sociale problemen.

Er worden echter aan de 'School of Journalism' nog enkele theoretische cursussen van 'communicatiewetenschappelijke aard' gedoceerd. Het betreft hier echter niet-verplichte vakken en het is dan ook te begrijpen dat het de studenten, die met de verplichte oefeningen de handen al overvol hebben, de lust ontbreekt om supplementaire theoretische, niet-verplichte vakken te volgen. Het aantal

studenten dat die vakken wél volgt ligt dan ook aan de lage kant.

Er is geen sprake van een adem-pauze na het zware semester, tijdens de Kerstvakantie. De 'vrije' kerstdagen worden opgeofferd aan een andere verplichte opdracht, het 'master-project'; dit wordt geschreven onder toezicht van een prof, en moet op het einde van het academiejaar drukklaar worden voorgelegd. In principe moet met dit project reeds van bij de aanvang van het eerste semester worden gestart, maar wegens tijdsgebrek wordt het opzoekingswerk voor die 20.000 woorden tellende story naar de kerstperiode verschoven.

Tijdens die kerstdagen wordt er aan de studenten bovendien nog de gelegenheid geboden om een stage door te maken, die wordt geregeld door de universiteit, en dit in de redacties van kranten, magazines, persagentschappen en radio- en televisiestations.

En vermits alle studenten die gelegenheid tot contact met hun latere werkkring met beide handen grijpen, vatten de meesten het tweede semester aan met wallen onder de ogen.

Specialisering.

Het studieprogramma tijdens het tweede semester is in feite een voortzetting van het eerste, met dit verschil dan dat de studenten zich geleidelijk moeten specialiseren.

Ze moeten voor hun verdere opleiding de keuze maken uit drie richtingen: dagbladjournalistiek, magazine-journalistiek en radio- en televisie-journalistiek. Wanneer een student bijvoorbeeld de richting dagbladjournalistiek kiest zal hij gedurende vier maanden moeten meewerken aan de produktie van het plaatselijke universitaire blad, waar hij wekelijks een andere functie zal waarnemen: produktiemanager, lay-outredacteur, fotoreporter, copyredacteur, hoofdredacteur, editorialist...

Binnen elk van de drie voormelde richtingen is er nog een verdere specialisatie mogelijk en moet er weer gekozen worden tussen politieke, wetenschappelijke en financieel-economische berichtgeving.

Er blijven nog enkele vakken te volgen over actuele onderwerpen, men werkt door aan het master-project, en er is ook nog een verplichte cur-

sus 'copy-editing' gedoceerd door een professional van de New York Times... En ook in dit semester is het programma zó zwaar, of beter, zó gevuld, dat men niet de minste behoefte voelt er nog een paar praktijkvreemde vakken bij te nemen.

Kritiek ?

Er is de jongste tijd wel wat kritiek losgekomen op de eenzijdige beklemtoning van de praktijk in de Columbia-School of Journalism. Niet alleen van buitenaf maar ook intern. Een groepje studenten richtte vorig jaar een 'commissie voor progressieve journalistiek' op en riep in vlugschriften de medestudenten op tot protest en tot een meer kritische instelling tegenover de onderwijsmethoden aan hun school.

Hun actie viel echter in dovemansoren bij het gros van de studenten. Het ontbrak hen eenvoudigweg aan de nodige tijd om aan protestacties deel te nemen, en de meesten onder hen waren toch op de eerste plaats naar Columbia gekomen om — zoals een student het formuleerde — 'die kunst van de journalistiek te leren, die mij nadien een job, en wie weet ook een vermogen oplevert...'

Zolang de meeste studenten tevreden lijken met het Columbia-systeem vinden de faculteitsleden, allen veteranen van de journalistiek, het niet nodig wat dan ook te veranderen.

Waarom zouden ze ook, vermits er voor de 130 beschikbare studieplaatsen voor volgend academiejaar reeds meer dan 1000 kandidaten staan te drummen, met voortreffelijke diploma's afgeleverd door al even voortreffelijke universiteiten, en met wat journalistieke ervaring achter de rug. En allen koesteren zij de stille hoop, na te zijn klaargestoomd aan de Columbia-Universiteit een goed figuur te slaan in de journalistieke wereld om zo de naam van 'hun' school alle eer aan te doen.

De professionele journalistieke held, is, net als vroeger de hardwerkende, eindeloos nieuws-gierige All-American reporter, de man die de beslissende dingen ziet, op het juiste moment de juiste vragen stelt, en die, zonder enige ideologische vooringenomenheid alle mogelijke feiten verzamelt. Kortom, hij is gewoon niet klein te krijgen. En volgens professor Shanor van de

Columbia universiteit, «...zijn er al meer dan voldoende journalisten die hun dagen slijten in bibliotheken, inplaats van er op uit te trekken, te kijken, te voelen, te ruiken, vragen te stellen en iets te beleven...».

(Peter Ziegler - N.Z.Z.)

naschrift

Het afdrucken van het voorgaande artikel in dit blad lijkt misschien een pleidooi van de redactie voor een meer op de praktijk gerichte training van de studenten in de studierichting Communicatiewetenschappen. Het is mogelijk dat sommigen van ons inderdaad de mening zijn toegedaan dat: a) het departement communicatiewetenschappen zich tot doel moet stellen een directe opleiding voor het beroep van journalist te verstrekken, en b) dat deze directe, professioneel-gerichte opleiding momenteel nog veel te wensen overlaat. Dit standpunt nu deelt ondergetekende niet.

Toch geeft bovenstaande tekst, die oorspronkelijk in de «Neue Zürcher Zeitung» verschenen is, ongetwijfeld de mening weer van vele lieden uit de wereld der massamedia en vertolkt hij impliciet een stuk kritiek op een universitaire opleiding die, aldus deze kritiek, veel te weinig op het verstrekken en verwerven van onmiddellijk in de beroepspraktijk te gebruiken journalistieke vaardigheden is afgestemd. Dat dezelfde critici meestal ook nog de mening verkondigen dat het vak van journalist alleen maar in de praktijk geleerd kan worden, is hiermee natuurlijk in tegenspraak.

Ik ben geneigd de studie aan de Graduate School of Journalism van de Columbia University, zoals ze in het hiervoor afgedrukte artikel beschreven is, te karakteriseren als typerend voor wat wij bij ons het hoger beroepsonderwijs zouden noemen. En ik wil best geloven dat een dergelijke opleiding vakbekwame reporters kan afleveren, mensen die de technische kanten van hun vak al goeddeels onder de knie hebben wanneer ze hun diploma hebben bemachtigd. Ik zou voorts willen benadrukken dat ik een aantal van de beschreven onderwijsmethododes best zou willen ingevoerd zien in onze eigen studierich-

ting, al zou men dan deels wel een ander soort studenten moeten kunnen aantrekken dan nu het geval is, studenten namelijk met een bijzondere aanleg voor verbale expressie. Ik haal echter mijn wenkbrauwen op als ik lees dat het studiepakket aan de genoemde afdeling van de Columbia-universiteit alles bevat «wat een journalist-in-spe zich maar kan wensen: geschiedenis van de media, media-analyse, mediakritiek, filosofie van de pers, mediamanagement...»; en even verderop moet vaststellen dat dit grotendeels niet-verplichte vakken zijn en dat het best te begrijpen is

dat de studenten, die hun handen al vol hebben met de praktische oefeningen, de lust ontbreekt om deze theoretische vakken te volgen. Blijkbaar ziet de schrijver van het artikel in de Neue Zürcher Zeitung er geen been in dat van alle vakken die de journalist-in-spe zich maar kan wensen de meeste door diezelfde journalist niet gevolgd worden.

De blijkens hetzelfde artikel dan toch «in de jongste tijd» losgekomen kritiek op de eenzijdige beklemtoning van de praktijk spreekt de meeste studenten, die ervan dromen zo spoedig mogelijk de «professionele jour-

nalistieke held» te worden waarvan hun school het image zo hoog houdt, niet aan. Zij willen zonder «ideologische vooringenomenheid» alles zien, de juiste vragen stellen — maar welke zijn dat dan in godsnaam, is men geneigd te vragen — en alle mogelijke feiten te verzamelen. Of de mediawereld en de maatschappij waarin zij leven daar ook maar in het minst mee gediend zijn, behoort dan blijkbaar tot de vragen die de meeste studenten van Columbia zich niet stellen.

J.M. PETERS

het gesproken dagblad

Op 1 juni jongstleden verscheen in Nederland de eerste 'cassette-krant', HET GESPROKEN DAGBLAD.

Op deze zestig minuten lopende cassette wordt dagelijks een beeld gegeven van de belangrijkste binnen- en buitenlandse nieuwsgebeurtenissen van de afgelopen vierentwintig uur. Verder nog achtergrondinformatie en reportages door de redacteurs van het gesproken dagblad. Zoals in iedere andere krant vindt men op het bandje sport, ontspanning, kunst, mode, financieel en economisch nieuws en de radio- en televisieprogramma's.

De idee voor dit opzet groeide in de kringen van de Nederlandse gezondheidszorg, waar meer en meer de vraag werd gesteld naar een dagblad voor min of meer grote groepen uit de samenleving die, om wat voor reden dan ook, niet meer in staat zijn zelf een krant te lezen. De nadruk werd vooral gelegd op de grote therapeutische waarde van zo een dagblad, niet alleen voor blinden maar voor alle mensen die door een bepaalde handicap verstoken blijven van het lezen van kranten en die daardoor dreigen geïsoleerd te raken.

Nadat vorig jaar gedurende één proefmaand, september, een dagelijkse probeer-

cassette werd geproduceerd, deed men een onderzoek naar de resultaten ervan. De voornaamste bevindingen kwamen hierop neer:

De grote meerderheid (73 %) was tevreden tot zeer tevreden met het experiment. Vooral de nieuwsberichten werden druk beluisterd en gewaardeerd (90 %). Men stond zeer positief tegenover de inhoud en de stijl van de berichten, de opbouw van de artikelen, de stemkwaliteit en het verschijsningstijdstip. Men stond eerder negatief tegenover de keuze van de muziekflarden tussenin en de lengte der afzonderlijke bijdragen.

Vóór het verschijnen van het gesproken dagblad misten 33 % der ondervraagden een of ander medium, vooral de krant. Nadien lag dit percentage heel wat lager. Het gesproken dagblad verwierf zich niet alleen een informatieve functie maar ook, én vooral, een sociaal-communicatieve functie; 55 % luistert samen met de anderen naar de krant en spreekt er met de anderen over. Men gaat zich meer interesseren voor, en oriënteren op de buitenwereld.

Toen de resultaten van dit evaluatie-onderzoek bekend werden gemaakt besloot de Telegraaf het licht op groen te zetten en

werk te maken van een definitieve cassette-krant.

De huidige afnemers zijn bejaardencentra, ziekenhuizen, verpleegtehuizen voor visueel gehandicapten, revalidatiecentra, tehuizen voor zwakzinnigen en psychiatrische instellingen. Het ligt in de bedoeling om mettertijd het gesproken dagblad ook ter beschikking te stellen van thuiswonende gehandicapten.

Het nieuws wordt opgesteld door een zelfstandige redactie, (met Eef Brouwer van de NOS aan het hoofd), en als daartoe aanleiding bestaat zal regelmatig een overzicht worden gegeven van commentaren uit een aantal dag- en weekbladen.

Het Gesproken Dagblad is een uitgave van het Uitgevers- en Publiciteitsbedrijf De Lage Landen B.V., die een dochteronderneming is van de Holdingmaatschappij De Telegraaf. De redactie van het dagblad zetelt op het adres van De Telegraaf om te kunnen profiteren van de technische faciliteiten die er aanwezig zijn. Op dit ogenblik worden zowat 400 cassettes per uur geproduceerd; de minimum-abonnementsprijs bedraagt 400 gulden per jaar, maar dit bedrag varieert naargelang van het aantal bedden of inwonenden.

Herman MEYSEN

feiten uit de media- wereld

W. VAN DER BIESEN

Volgens STATISTIEKEN van de Europese Radio Unie waren er in België op 31 december 1973 3.622.109 radio's. Op hetzelfde ogenblik telde men 2.207.617 zwart-wit TV-toestellen en 168.465 kleuren-TV's. Dit laatste cijfer zou einde 1974 reeds zijn opgelopen tot 360.000. Toen waren er ongeveer 800.000 Belgische gezinnen aangesloten op het kabeltelevisienet.

Volgens recente statistieken zouden er in ons land per 100 gezinnen 145 radiotoestellen zijn, nl. 32 tafelradio's 71 draagbare toestellen, 23 autoradio's en 19 Hi-Fi's.

Volgens het statistisch jaarboek van de UNESCO verschijnen er in de wereld dagelijks 8.050 kranten met een totale oplage van 389 miljoen exemplaren, of 133 per 1.000 inwoners. Luxemburg kent de hoogste lezersdichtheid, nl. 560 exemplaren per 1.000 inwoners. Dan komen achtereenvolgens Zweden met 534 exemplaren, Japan met 510, Groot-Brittannië met 463 en IJsland met 449. In Nederland en België zijn deze cijfers respectievelijk 311 en 250. In Afrika telt men slechts 14 exemplaren per 1.000 inwoners.

Volgens het jaarverslag van de Syndicale Kamer der Kinematografie daalde het BIOSCOOPBEZOEK in België met 9% in 1973. Vorig jaar werden nauwelijks 25 miljoen toegangstickets verkocht, in 1955 bedroeg dat cijfer nog 55 miljoen. Eveneens in 1973 kende het kinemabezoek in Nederland een aanzienlijke stijging, terwijl het in Frankrijk ongeveer stationair bleef. Het aantal bioscoopzalen daalde in ons land met 4%, zodat er nu nog 636 zalen zijn.

Ter gelegenheid van de voetbalwedstrijd Engeland - West-Duitsland in het Londense Wembley-stadion op 12 maart 1975 werd een toppunt bereikt inzake «RECLAME MAKEN». Voor 156.000 Mark (meer dan 2,3 miljoen Bfr.) huurde Gunter Mast, een Westduitse geneverfabrikant, vijf grote reclamepanelen — met reclame voor Westduitse producten — af, om ze tijdens de wedstrijd volledig wit te laten. De Duitse televisie had nl. gedreigd de wedstrijd

niet op het scherm te brengen indien er reclame voor Duitse merken in het stadion aanwezig was. (Door z'n «edelmoedig» gebaar maakte Gunter Mast de vele Duitse voetbalfans gelukkig... en z'n genever enorm populair.

Op 14 maart 1975 overleed de zesen-vijftigjarige Amerikaanse filmactrice Edythe Marrener, beter bekend als SUSAN HAYWARD. Zij trad op in meer dan vijftig films waaronder «With a Song in my heart», «I'll cry tomorrow» en «I want to live», waarmee zij een oscar verwierf. In de jaren vijftig had Susan Hayward geregeld moeilijkheden met de Amerikaanse puriteinse groeperingen wegens haar zgn. losbandig leven en in 1955 poogde ze zelfs zelfmoord te plegen. Wegens een hersentumor moest zij in 1969 haar filmcarrière afbreken.

Uit een studie van het Westduitse Instituut voor Verbruikersvoorlichting blijkt dat in West-Duitsland nauwelijks een op drie RECLAMEBOODSCHAPPEN voldoet aan de richtlijnen van eerlijkheid die het reclamewezen zichzelf heeft opgelegd. Men kwam o.a. tot het besluit dat 46% van de reclameteksten overdreven beloften doen aan de verbruikers. Bij 6% van de advertenties vond men een dubbelzinnige betekenis, in eveneens 6% van de reclame werd belangrijke informatie verzwegen en 7% van de reclameboodschappen bevatten helemaal geen informatie of voorlichting.

In Japan werd een NIEUW (MASSA)COMMUNICATIEMIDDEL uitgevonden. Daar werd toiletpapier op de markt gebracht met op ieder blaadje Engelse woorden om het de Verbruikers mogelijk te maken beetje bij beetje deze taal aan te leren. Op elke rol worden zes woorden met de Japanse vertaling en aanduidingen voor de uitspraak afgedrukt. Per maand zullen dertien verschillende rollen «gepubliceerd» worden, zodat men langs deze cursus jaarlijks 936 nieuwe woorden kan aanleren.

Ondanks de moeilijkheden in de pers

was de voorbije lente blijkbaar erg gunstig voor nieuwe persinitiatieven: er verschenen nl. VIER NIEUWE WEEKBLADEN in ons land.

Op 18 april werd te Gent het eerste nummer uitgebracht van «LE COURRIER DE GAND», een nieuw franstalig weekblad voor Gent en omgeving. De redactieploeg steunt in aanzienlijke mate op de vroegere medewerkers van het verdwenen dagblad «La Flandre Libérale». Het blad — met een startoplage van 6000 exemplaren — wordt uitgegeven en gedrukt te Oostende door het familiebedrijf R. Lanoye, dat o.a. reeds «Le Courrier du Littoral» en «Le Courrier de Bruges» uitgeeft.

Te Antwerpen verscheen op 24 april het eerste nummer (een soort testnummer) van een eveneens franstalig weekblad, «LA SEMAINE ANVERSOISE». Indien het aantal abonnees voldoende groot is, wat nu reeds het geval schijnt te zijn, zal het weekblad vanaf september definitief starten. Volgens de uitgevers zal het een strikt neutraal blad zijn, dat vooral aandacht zal besteden aan de economische en culturele gebeurtenissen in het Antwerpse met een — uiteraard — speciale belangstelling voor datgene wat de franssprekende Antwerpenaars kan interesseren. De redactie (12 leden) bestaat volledig uit journalisten van de ter ziele gegane dagbladen «Le Matin» en «La Métropole».

Einde april kwam te Brussel het nulnummer van «HEBDO 75» van de pers, een nieuw progressief franstalig weekblad. De leiding van het blad berust bij een coöperatief, die uit een twintigtal personen bestaat, bijna allen verbonden aan de — recent — mislukte publicaties «Mal», «Journal d'Europe» en «Europe 74». Zowel voor de manier van werken als voor de te behandelen thematiek vertrekt men van het principe van de «autosuggestion».

Sinds begin mei verschijnt «ALLE MACHT AAN DE ARBEIDERS» als weekblad en is te koop in alle krantenwinkels. Het Amada-orgaan verschijnt reeds sedert oktober 1974, maar dan als een veertiendaagse publicatie die door militanten verkocht werd. Het beginkapitaal van het weekblad, ongeveer

740.000 Fr., is het resultaat van een omhalingscampagne bij de werkende bevolking. De redactie werd te Antwerpen gevestigd, doch men rekent op de medewerking van fabriekscorrespondenten en arbeidersjournalisten.

Ook in Frankrijk gaat de PERS een buitengewone hulp ontvangen van de regering. Deze laatste is van mening dat de enorme stijging van de papierprijzen een volledige informatieverbreiding (en derhalve de persvrijheid zelf) in het gedrang zou kunnen brengen. Daarom zal zij aan de gezamenlijke informatiebladen (zowel dag- als weekbladen) 40 miljoen Franse Fr. (bijna een half miljard B.Fr.) toekennen, als tegemoetkoming in de gestegen papierkosten.

Het dagblad «LE RAPPEL» (Charleroi) vierde op 27 april 1975 zijn 75e verjaardag. De krant werd opgericht in 1900 door een groep vooraanstaande katholieken uit de streek van Charleroi, als opvolgster van de «Union de Charleroi».

Volgens de door minister Van Doorn (CRM) opgestelde MEDIANOTA zou de zendtijd van de Nederlandse Omroepstichting (NOS) — thans 25% voor de radio en 40% voor de TV — in de toekomst moeten verminderd worden. De minister wil nl. dat de zgn. ontmoetingsprogramma's uit het NOS-pakket geschrapt worden, omdat de andere omroepverenigingen reeds dergelijke programma's uitzenden. Tevens heeft de minister de bedoeling het lidmaatschap van een omroeporganisatie en het abonnement op een omroepblad te scheiden. Voor de meeste omroepverenigingen zal dit bijna zeker een aanzienlijke vermindering van het ledenaantal (en wellicht ook van de daaraan gekoppelde zendtijd) betekenen. Tot nu toe wordt men immers automatisch lid van die omroepvereniging op wiens omroepblad men zich abonneert.

In Nederland zou weldra een NIEUWE OMROEPVERENIGING worden opge-

richt, nl. «Vrijzinnig appel voor geestelijke vernieuwing». De initiatiefnemers zijn van mening dat het vrijzinnig christendom niet of onvoldoende aan bod komt in de Nederlandse omroep.

De PULITZER-PRIJS voor Journalistiek, die jaarlijks door de Columbia University wordt toegekend, ging voor de tweede maal in negen jaar naar «The Boston Globe», het belangrijkste dagblad van Boston.

«De gouden medaille voor diensten aan de gemeenschap» ging naar deze krant «voor de wijze waarop zij, ondanks bedreigingen, boycot en demonstraties, verslag heeft uitgebracht over de desegregatiestrijd in de scholen van Boston».

Op 1 september 1975 start men in Amsterdam met een eigen stadsradio. STAD (Stichting Amsterdamse Draadloze Omroep) zal iedere ochtend en iedere vooravond één uur radio-uitzendingen verzorgen, die uitsluitend zullen afgestemd zijn op de gemeente Amsterdam. Deze stadszender is een initiatief van een vereniging waarin 35 socio-culturele organisaties van Amsterdam vertegenwoordigd zijn, en staat volledig los van het Nederlandse Omroepbestel. Het wordt een uniek experiment genoemd voor het Nederlands taalgebied.

De gouden palm van het FILMFESTIVAL TE CANNES werd dit jaar toegekend aan de Algerijnse film «Chronique des Années de Braise» van Mohammed Lakhdar Hamina. De speciale prijs van de jury, de prijs van de Internationale filmkritiek en deze van de oecumenische jury ging naar — de volgens velen beste film — «Jeder für sich und Gott gegen alle» van de Westduitsler Werner Herzog. Valérie Perrine (voor haar rol in «Lenny» van Bob Fosse) en Vittorio Gassman (voor z'n prestatie in «Profumo di Donna») werden als beste vertolkers onderscheiden. Costa Gavras («Section Spéciale») en de Canadees Michel Brault («Les Ordres») moesten de prijs van de beste regie delen.

Op 5 mei 1975 konden de ZUIDAFRIKANEN voor het eerst in de geschiedenis van hun land TELEVISIE kijken. Vanuit Johannesburg en Pretoria werd een proefprogramma van een uur uitgezonden, dat vooral voor de uitstallamen van TV-winkels gevolgd werd. De Zuid-Afrikaanse omroeporganisatie ABC start officieel op 1 januari 1976, met vier uur uitzending per avond, twee uur in het Engels en twee uur in het Afrikaans. Zuid-Afrika is het enige geïndustrialiseerde land dat tot nog toe geen televisie kende.

Tussen 20 mei en 4 juni 1975 werden in verschillende Belgische drukkerijen dagelijks ongeveer een half miljoen exemplaren van de Parijse boulevardkrant «LE PARISIEN LIBERE» gedrukt. 's Nachts werden deze bladen dan per vrachtwagen naar de Franse hoofdstad gereden. Een gemeenschappelijke vakbondsactie maakte een vroegtijdig einde

aan deze «piratendruk». Het ABVV en het ACV sloten nl. een reeks bedrijfsakkoorden met alle drukkerijen waar de krant van de pers kwam om de druk stop te zetten na 4 juni 1975. De moeilijkheden bij «Le Parisien Libéré» begonnen reeds einde november 1974 toen de directie weigerde een stakingscommuniqué van het Syndicaat van het Boek (aanleunend bij de communistische vakbond CGT) in de krant op te nemen. Na allerlei stakingen en compromissen bereikte het conflict een hoogtepunt op 3 maart 11. toen de directie verregaande reorganisaties doorvoerde, waardoor o.a. enkele honderden werknemers ontslagen zouden worden. Onder druk van het Syndicaat van het Boek werd de uitgave van het blad meermaals geboycot, zodat het zeer onregelmatig verscheen tot begin mei, toen de publicatie helemaal werd stopgezet. «Le Parisien Libéré» had in maart van dit jaar nog een oplage van meer dan 860.000 exemplaren.

Te Parijs overleed op 30 mei 1975 de 80-jarige Franse filmacteur MICHEL SIMON. Hij werd te Genève geboren, maar kwam als zestienjarige naar Parijs om er de meest uiteenlopende beroepen uit te oefenen: bokser, straatventer, acrobaat, fotograaf, clown, enz. In 1920 begon hij z'n auteursloopbaan bij het Pitoëff-gezelschap en in 1925 draaide hij z'n eerste film. Simon verwierf wereldreputatie met z'n vertolking in «Qual des Brûmes» (1938) van Marcel Carné. Hij maakte ruim 130 films en trad op in een 80-tal toneelproducties. Een groot gedeelte van zijn populariteit dankte hij wellicht aan z'n natuurlijke lelijkheid, z'n log gelaat en z'n eigenaardige stem. Men noemde hem dan ook het «Monstre Sacré» van het witte doek. In 1969 behaalde hij nog de Gouden Beer op het festival te Berlijn met zijn vertolking in «Le Vieil Homme et l'Enfant» van Claude Berri.

(ADVERTENTIE)



Een complete gamma ultra-moderne toestellen, ontworpen voor uw vrije tijd en uw comfort. Een niet te vergelijken prijs voor z'n kwaliteit. Een verzekerde naverkoop-dienst en waarborg over de gehele wereld.

PHILIPS

H13

licenciaats- verhandelingen

felix gevels

De radio- en televisieweekbladen Humo en TV-Ekspres. Een inhoudsanalyse.

Fac. Soc. Wet., Leuven, februari 1975, 163 blz.
(Promotor : L. Boone)

Het onderwerp van deze studie is het radio en televisieweekblad, nader gespecificeerd de bladen Humo en TV-Ekspres. Rond dit onderwerp werd tot nu toe weinig of niets gepubliceerd. Het bestaan van een radio- en televisiepers in het algemeen en van het radio- en televisieweekblad in het bijzonder wordt door een aantal auteurs erkend. Geen enkele studie gaat echter dieper op deze fenomenen in.

Wij stonden dus voor een quasi braakliggend terrein en meteen drong zich een eerste keuze op. Ofwel het radio- en televisieweekblad behandelen in zijn totaliteit, d.w.z. iets meer vertellen over de voornaamste delen of onderwerpen van zo'n blad, ofwel één bepaalde item kiezen en die dan grondig uitdiepen. Wij opteerden voor het eerste nl. het blad als geheel behandelen.

1. DEFINITIE

Vooraleer een eigenlijk onderzoek door te voeren, wilden wij een klare, goed afgelijnde definitie geven. Wij deden hiervoor een beroep op de schaarse literatuur die bestaat. Een analyse van de definities van Albert (1), Gol (2), Haacke (3), Münster (4) en Boverter (5) maakte ons niet veel wijzer. Deze auteurs laten zich in vage, algemene bewoordingen uit over het door ons bestudeerde onderwerp.

Het leek ons dan ook noodzakelijk om zelf, a priori een definitie op te stellen. In theorie kwamen we zelfs tot 2 definities nl. :
— een radio- en televisieweekblad is een onderhoudend, ontspannend, geïllustreerd weekblad dat bestemd is voor de brede massa en zich *uitsluitend* met radio- en televisie-aangelegenheden bezighoudt.

— een radio- en televisieweekblad is een onderhoudend, ontspannend, geïllustreerd weekblad dat bestemd is voor de brede massa en dat overwegend radio- en televisie-informatie geeft.

In de loop van de studie zouden wij deze operationele definities aan de praktijk toetsen.

2. METHODE

De gebruikte methode is de «mededelingsanalyse», ook «content analysis» genoemd (6).

Vooreerst werd het te onderzoeken materiaal afgebakend, dit door middel van gestratificeerde steekproeven.

Via de inhoudsanalyse zochten wij een antwoord te krijgen op 5 vragen die ons zeer belangrijk schenen voor dit onderzoek.

Deze vragen waren :

1. Welke programma's worden in het radio- en televisieweekblad nader uitgediept ?
2. Welk soort reportages komen voor in het radio- en televisieweekblad ?
3. Welke onderwerpen worden behandeld in de kritieken en welk is de houding van de recensent ?
4. Zijn er binnen de rubriek «Knip» (Humo) en binnen de rubriek «Telescoop» (TV-Ekspres) bepaalde opmerkingen en randbemerkingen terug te vinden m.b.t. politieke, sociaal-economische en wetenschappelijke onderwerpen ?
5. Toetsing van onze definities.

3. RESULTATEN VAN HET ONDERZOEK

1. De programma's die het meest uitgediept worden zijn (en dit geldt voor de beide bladen): de ontspanningsuitzendingen, de uitzendingen gewijd aan film en televisiespelen, de culturele uitzendingen en de technisch-wetenschappelijke uitzendingen. Bij de aankondiging van een programma wordt meestal de korte inhoud vermeld evenals de medewerkers aan een bepaald programma. Opvallend is wel dat het aantal besproken uitzendingen bij TV-Ekspres hoger ligt dan bij Humo. Ook kondigt TV-Ekspres de programma's uitvoeriger aan (aantal zinnen) dan Humo.

2. Wat betreft de kritieken mogen we stellen dat beide bladen veel belang hechten aan economische uitzendingen en nieuwsuitzendingen. Het meest van alles worden de ontspanningsuitzendingen bekritiseerd. We kunnen hier stellen dat beide bladen het als hun functie zien de nadruk te leggen op objectiviteit. Zij beschouwen zichzelf als een soort «rechtbank» die het zwaard van de gerechtigheid hanteert.

De kritiek die wordt uitgeoefend heeft doorgaans een negatief karakter. Soms wordt ook het positieve in het licht gezet maar dit zijn uitzonderingen die de regel bevestigen.

Ook hier moeten we vaststellen dat TV-Ekspres uitvoeriger de uitzendingen bespreekt.

3. Uit het onderzoek naar de reportages konden wij afleiden dat Humo en TV-Ekspres enorm veel aandacht besteden aan televisiefiguren. Politieke en sociaal-economische reportages (altijd naar aanleiding van een programma) zijn ook vaak aan de orde. TV-Ekspres geeft uitvoeriger reportages dan Humo, maar bij Humo zijn de reportages beter gestoffeerd.

4. Via een aantal voorbeelden konden wij duidelijk aantonen dat er binnen de rubrieken «Knip» en «Telescoop» opmerkingen voorkomen die inspelen op politieke, sociaal-economische en wetenschappelijke onderwerpen.

5. Via een analyse van de rubrieken die voorkomen in een radio- en televisieweekblad konden wij uitsluitel brengen wat betreft onze definities.

Beide bladen zijn van het tweede type, d.w.z. zij brengen overwegend radio- (?) en televisie-informatie. De klemtoon ligt duidelijk op televisie want de radio wordt in deze bladen stiefmoederlijk behandeld.

Vraag is dan of de door ons onderzochte bladen wel radio- en televisiebladen zijn!

BESLUIT

Wat betreft de door ons onderzochte items valt er een grote overeenkomst te ontdekken tussen Humo en TV-Ekspres. Onze studie was maar een eerste stap op een tot nu toe weinig onderzocht gebied van de weekbladpers. Bij verdere studie zullen nog meer punten van gelijkenis en verschil gevonden worden. Ons onderzoek moet dan ook beschouwd worden als een poging om een tip van de sluier, waarin de radio- en televisieweekbladen voorsnog gehuld zijn, op te lichten.

Felix GEVELS

BIBLIOGRAPHIE

- (1) ALBERT, P., *La Presse, Que sais-je?*, P.V.F., Parijs, 1973.
- (2) GOL, J., *Le monde de la presse en Belgique*, C.R.I.S.P., Brussel, 1970.
- (3) HAACKE, W., *Die Zeitschrift - Schrift der Zeit*, Stamm Verlag, Essen 1961.
- (4) MUNSTER, H.A., *Die Moderne Presse*, Band 1, Ferd. Harrach Verlag, Bad Kreuznach 1955.
- (5) DOVIFAT, E., *Handbuch der Publizistik*, Band 3, Walter De Gruyter en Co., Berlijn 1969.
- (6) BOONE, L., *Methoden en technieken van het communicatie-onderzoek*, Acco-uitgaven, Leuven, 1972.

COMMUNICATIEFJE

code PRIVE 360MN-07VR

21 juni 2075

Beste Joop,

Ik heb dan uiteindelijk toch maar beslist een abonnement te nemen op de volledige kabeltelevisie. Je weet uit mijn vorige brieven wel ongeveer hoe de zaken er hier voorstaan. Als je lid wordt van de partijen krijg je automatisch een aansluiting op de rode, blauwe of gele kabel, naargelang het geval. Dit leek mij een vrij vlotte oplossing, maar nu er sinds de verkiezingen van december vorig jaar een coalitieregering aan het bewind (wat een woord!) kwam is het een erg vervelende zaak geworden. Niemand verliest graag zijn kijkers (en zijn invloed). Een vervolgens zoals 'The Kennedy-saga' loopt nu atwisselend op het gele en op het blauwe kanaal. (Op het rode kanaal concurreert men ondertussen met de detectiveserie 'CIA'). Ook van de cup-finale Nato-Warschaupakt liep de eerste helft op het blauwe en de tweede op het gele.

Je weet dat ik tot nu toe alleen het grijze kanaal had, dat je kan krijgen als je als politiek dakloze wordt erkend, wat tegenwoordig ook al niet eenvoudig is. De raad van beheer van deze vereniging is echter innerlijk (uit hoofde van de nagestreefde «objectiviteit») zo politiek verdeeld dat er meer voor uitgebreide (en evenwichtige?) gast-overnames van de andere kanalen dan voor goede programma's wordt gevochten. Ook de regering zit met de hele toestand wel wat in de maag. De omroepverenigingen beginnen steeds meer staatssteun te eisen omdat ze zich beconcurrereerd voelen door de pers, die als staatsmonopolie veel meer armslag zou hebben. De partijen zelf vinden trouwens dat men veel beter drukvergunningen zou kunnen geven aan verschillende groepen en stellen zich nog moeilijk tevreden met de hun toegewezen vrije pagina's. Het enige alternatief schijnt te zijn van in de pers advertenties op te nemen, maar daar staat men hier en daar nogal huiverig tegenover. Er wordt al wel eens meer gelluisterd over advertentiedruk op de omroepverenigingen. Hoe staat het met deze problematiek eigenlijk bij jullie? Je hoort hier het Nederlandse systeem nogal eens als voorbeeld noemen en ik vraag me toch af of een relcamevrije monopolie-omroep hier zonder meer haalbaar is. Je schreef in je laatste brief dat er bij jullie soms enthousiaste stemmen opgaan om het Belgische systeem in te voeren. Het kan toch niet zo eenvoudig zijn om al die dingen zonder meer van het ene naar het andere land over te plaatsen. Het feit dat jullie partijen veel minder invloed hebben dan de onze zal zeker een belangrijk verschil zijn, tenzij je het hele bestel zo kan omwerken dat het ook voor minder georganiseerde ideologische strekkingen ruimte laat. Ondertussen is ook hier, en waarom zou dat bij jullie anders zijn, niet iedereen altijd even enthousiast over het programma-aanbod en -niveau van het buurland. Maar ja, er zullen er altijd wel zijn voor wie het gras groener is aan de overkant.

Nog de beste groetjes, ook aan Ans.

Koen XY72Z4

STR27H22005-10/3

B-3000

P.S. Zijn er in Nederland gegevens bekend over een eventueel verband tussen het verdwijnen van krantentitels en het feit dat de omroep een staatsmonopolie is? Kan je me die dan doorzenden? Dat zou erg verhelderend kunnen werken bij de verdere discussie terzake.

uit de literatuur

H. J. PRAKKE

Garven

van de oogst der laatste jaren (de jaren van de «Prakkehof»). Ter gelegenheid van zijn 75ste verjaardag als groet aan vrienden gebundeld.

Assen, Van Gorcum & Comp., 1975, 210 blz.

De bundel «Garven», door Prof. dr. H. J. Prakke samengesteld ter gelegenheid van zijn 75ste verjaardag (26 april), bevat een keuze uit zijn her en der verspreide werk van de laatste tien jaar. De auteur noemt het zelf de «Prakkehof-decade», daarmee doelend op de periode na zijn vestiging in het oer-drentse Meppen-Zweeloo, op een boerderij (anno 1669) waarvan de weerga in de Olde Lantschap niet te vinden is. Die vestiging, in een omgeving die door stilte en rust gekenmerkt wordt, en die bedoeld was om na 10 jaar hoogleraarschap in Münster en na 45 jaar directeurschap van de Koninklijke Van Gorcum allengs zelf tot «rust» te komen, viel anders uit. Wel namen omstreeks het midden dezer tien jaren zijn hoofdwerkzaamheden als hoogleraar en als uitgever een einde, maar de vestiging in het «buiten de wereld gelegen» dorp-van-400-zielen bleek een grote aantrekkingskracht uit te oefenen. De Prakkehof heeft bij gelegenheid zelfs de allure van een internationaal ontmoetingscentrum, brandpunt van grote activiteit, waaraan Professor en mevrouw Prakke de handen vol hebben.

De bundel — groot 33 professionele en non-professionele verrukkelijke «redensaties» en «praktezaties», hoog van kwaliteit, boeiend en interessant — werpt een verrassend licht op Prakkes veelzijdig gerichte publicistisch werk van dat laatste decennium. De grondstoffen er voor komen uit alle drie zijn belangstellingsgebieden: de drukkerij-uitgeverij, de regionaal-culturele beweging en de wetenschap der publicistiek.

De echte Prakke-fan, de oud-leerlingen en vrienden in uitgeverij en publicistiek hebben intussen deze Garven van de oogst der laatste jaren als «groet aan vrienden» thuis ontvangen. Maar de uitgaaf van een zo rijke bloemlezing verdient hier ook

voor de andere vakgenoten in de communicatiewetenschap minstens vermelding.

H.V.P.

Dennis HOWITT & Guy CUMBERBATCH, **Mass Media, Violence and Society**, Elek Science, London, 1975, 167 blz.

Twee psychologen werpen in dit boek een kritische blik op de langzamerhand wel zeer overvloedig geworden studies over de invloed van de voorstelling van het geweld in de massamedia op de maatschappij. Zij stellen vast dat de opvattingen die «men» (d.w.z. het grote publiek, leidende politici, voorzitters van censuurcommissies, vele mediamensen zelf etc.) in het algemeen hierover koestert, meer op vooroordelen dan op feiten berusten.

Zij onderzoeken zowel de laboratoriumstudies als de veldstudies die op dit gebied ondernomen zijn, met name die welke door de zgn. Eisenhower-commissie zijn ingesteld (en die in 1969 zijn gepubliceerd) en het nog meer omvangrijke onderzoek dat, gepubliceerd in 1971, bekend is geworden als de U.S. Surgeon General's study. De hierbij toegepaste methodes en de verkregen uitkomsten worden nauwkeurig bekeken en onderling gecorreleerd. Hun voornaamste algemene conclusie is dat de massamedia géén significante invloed hebben op het niveau van het geweld in de samenleving. Zij zijn echter ook van mening dat veel vragen in verband met de kwestie van het geweld in de massamedia nog niet gesteld zijn en dat er andere dan causale relaties tussen b.v. het fictionele geweld op de beeldbuis en het reële leven van de kijker kunnen bestaan die nodig nader onderzocht moeten worden.

J.M.P.

Henry R. CASSIRER,

Kommunikation und die Zukunft der Bildung,

Deutsche Verlags-Anstalt, Stuttgart 1974, 224 blz.

De auteur, die jarenlang verbonden geweest is aan de Unesco, brengt in dit boek een grote hoeveelheid materiaal

samen dat pedagogen en andragogen kan inspireren tot een effectief gebruik van de massamedia in vormingswerk op alle niveaus. De massamedia dragen zeker niet per se bij tot de culturele vorming van het publiek; in elk geval is communicatie een noodzakelijke voorwaarde voor deze vorming. De auteur bespreekt talloze eigen ervaringen waaruit valt af te leiden dat er wel degelijk mogelijkheden zijn voor tweerichtingsverkeer. Voorbeelden van het gebruik van de media in het ontwikkelingswerk, in het schoolse onderwijs, in de «open universiteit», de permanente educatie en op vele andere terreinen tonen aan dat de massa-communicatiemiddelen voor een op de toekomst gerichte «Bildung» onontbeerlijk zijn. Er zal steeds meer behoefte ontstaan aan wat de auteur «Bildungskommunikatoren» noemt.

De auteur bespreekt tevens de financiële, organisatorische en beleidsproblemen die een educatieve aanwending van de massamedia met zich brengt. Hij verschaft ons, wat dit betreft, veel interessante gegevens over de feitelijke situatie van het ogenblik.

J.M.P.

Peter KÖCK,

Didaktik der Medien,

Verlag Ludwig Auer, Donauwörth 1974, 168 blz.

De auteur van dit boek is de leider van het «Referat Erziehungswissenschaften» aan de «Akademie für Lehrerfortbildung» te Dillingen. Hij beoogt met dit boek een aantal suggesties te geven voor de wijze waarop leerlingen moeten worden ingeleid in de techniek van het leren en hoe «media-georiënteerde» leerprocessen georganiseerd moeten worden. De verschillende media bevorderen het leerproces elk op hun eigen wijze; ze moeten dan ook in het onderwijs worden toegepast op basis van leerpsychologische principes. Elk medium heeft zijn eigen didactische functie, die echter alleen geëffectueerd kan worden als de nodige organisatorische voorwaarden (o.a. in verband met het curriculum) vervuld zijn.

J.M.P.

Robert BRESSON,
Notes sur le Cinématographe,
Gallimard, Paris, 1975, 140 pag.

Aforismen door de regisseur van o.m. «Journal d'un Curé de Campagne», «Pick-pocket» en «Au Hasard Balthazar» genoteerd tussen 1950 en 1974. De auteur neemt polemisch stelling tegen «le cinéma» en stelt daar zijn persoonlijke «cinématographe» tegenover. Het gros van 75 jaren filmgeschiedenis veroordeelt hij als «théâtre filmé». Acteurs en a fortiori het starsysteem vinden geen genade bij hem, want hij werkt met amateurs die hij «modèles» noemt en bij wie hij elk spoor van expressief acteren wegwerkt door een proces van automatisering bij de dicte van dialogen. In notities over beeld en geluid, over voorwerpen en de camera wordt dezelfde strenge esthetiek geformuleerd.

D.L.

Jean RENOIR,
Ma Vie et mes Films,
Flammarion, Paris, 1974, 264 pag., geïll., 308 BF.

De artistieke autobiografie van de Franse filmmaker Jean Renoir («La Règle du Jeu», «La Grande Illusion», «Le Déjeuner sur l'Herbe», e.a.). Kinderjaren — voor zover daarin zijn contact met beelden en kunst plaatsgrijpt — én zijn vooroorlogse Franse carrière zijn het sterkst aanwezig in dit boek. We krijgen er een vrij karakteristiek beeld van het artisanale stadium van het filmmaken. De Amerikaanse en naoorlogse tweede Franse carrière van Renoir worden te vlug geresumeerd.

Bewonderaars van Renoir zullen geen afgeronde filmtheorie of een filmesthetiek onder de vorm van een manifest in het boek vinden. Enkele eenvoudige vuistregels van artistieke eerlijkheid levert hij wel, maar het raadsel van zijn films blijkt zich voor elke nieuwe generatie bewonderaars in nieuwe termen te zullen stellen.

D.L.

Alain et Odette VIRMAUX,
Colette au Cinéma,

Flammarion, Paris, 1975, 324 pag., geïll.
De Franse romanière Colette, die tijdens de eeuwwisseling met een musical-nummer in in de toendertijdse showbusiness debuteerde heeft zich tijdens haar lange artistieke carrière herhaaldelijk met film ingelaten. Als filmcritica tijdens de eerste wereldoorlog, als vertaalster van voet-

titels, als scenariste en als dialogiste tussen 1931 en 1935. De samenstellers van dit boek hebben de efemera van deze romanière opgezocht — ze komen niet voor in haar verzamelde werken — en van uitvoerige erudiete commentaren voorzien. Een model van tekststudie voor filmgeschiedenis.

De knap geschreven filmkritieken van Colette geven een idee van hoe films werden waargenomen, beoordeeld en welke rol de kritiek tussen film en publiek speelde. Niets is immers voor de studie der filmgeschiedenis zo moeilijk te achterhalen als de context waarin de oude films ooit actueel waren.

D.L.

CINEMA D'AUJOURD'HUI,
Marilyn Monroe,

Cahiers bimestriels, nr. 1, Film Editions, Paris, 1975, 120 pag., geïll., 15 FF.

De bekende reeks monografieën over filmregisseurs waarmee in 1962 werd gestart en waarvan 80 volumes werden uitgegeven, is naar een periodieke formule overgestapt. Nieuw formaat, meer illustraties en een verruiming van hun terrein — zie het thema van het eerste nummer, een star — belooft dit zoveelste filmtijdschrift. Lherminier, hoofdredacteur van de publikatie, slaagt er in zijn 'Ten geleide' evenwel niet in ons te overtuigen van de voordelen van de nieuwe formule. En dit eerste nummer zelf is bepaald niet veelbelovend. Nog afgezien van de al te doorzichtige commerciële keuze van het thema, wordt daarmee niets origineels gedaan. Naast enkele interviews van geringe documentaire waarde, komen Amengual, Domarchi Lo Duca, Siclier en Clouzot met soms geslaagde en soms ongeïnspireerde variaties op het stramien van de Franse star-theorie zoals die in de jaren vijftig (o.m. door Morin) werd geformuleerd. De nieuwe belangstelling voor stars in het begin der zeventiger jaren heeft zowel op artistiek gebied als in filmkritiek en in essays met name in de Bondsrepubliek en in de Verenigde Staten nieuwe accenten gelegd en perspectieven geopend waarvan in dit dossier geen gewag wordt gemaakt.

D.L.

Karel De GOEYSE,
De Kronkelwegen van de Informatie,
Davidsfonds Leuven, 1975, 86 pp.

Dit boekje wil — zo lezen we althans op de achterkant — hoewel niet direct geschreven voor media-specialisten, toch

meer zijn dan een oppervlakkige terreinverkenning. Akkoord dat het niet direct (en waarschijnlijk ook niet indirect) voor mediaspecialisten bestemd is maar om meer te zijn dan een oppervlakkige terreinverkenning mist het wel de nodige helderheid en diepgang. Het inleidend algemene gedeelte over 'Massamedia' zal de volslagen leek, waar je die dan ook moet gaan zoeken, misschien nog wel wat vertellen over informatie en informatiebronnen. Het deeltje over de krant is summier. De stukjes over radio en televisie zijn een ietsje te verdedigend. Het veelvuldig gebruik van knipsels uit de omroepbladzijden van kranten is op zich een goed idee. Moet men echter een boekje schrijven om op krantenkritieken te antwoorden?

P.I.

Groot praktijkboek voor effectieve communicatie.

Eindredactie: Hans Ferrée
Kluwer - Deventer

In de inleiding stelt de eindredacteur dat communicatie in het middelpunt van de belangstelling staat. «Daarom dit boek. Niet omdat wij menen de communicatiewijsheid in pacht te hebben. Wel omdat wij menen dat communicatie minder moeilijk wordt naarmate je beter op een rijtje zet wat je weet en wat je wil.» Tot nog toe is, in tweemaandelijks afleveringen, zowat een kleine helft van wat een boek in 3 banden en 29 delen moet worden, verschenen. Bij elkaar geschreven door zowel wetenschapsmensen als succesvolle mensen uit de praktijk biedt het Groot Praktijkboek voor effectieve communicatie ons een bonte maar boeiende verzameling theoretische en praktische reflecties op zowat alle domeinen van het communicatiegebeuren. Diversiteit zowel in stijl als inhoud, met uiteraard alle ups en downs vandien, maakt elk aspect voor zowat iedereen gemakkelijk toegankelijk. Wie modellen zoekt voor een eigen opdracht, voorbeelden en/of inhouden voor lessen, ideeën over communicatietheorie of illustraties en/of stof voor een of andere uiteenzetting of discussie; wie er zelf wat wil aan doen of zijn ideeën of ervaring aan die van anderen wil toetsen, heeft een redelijke kans in dit boek aan zijn trekken te komen. Bij de meer 'wetenschappelijke' stukken vind je een (beperkte) bibliografie maar persoonlijk appreciëren we vooral de concrete levendige stukjes uit de praktijk. Wie die — waarschijnlijk met plezier — leest komt wel uit zichzelf tot

een theorievorming. Zijn communicatie-theoretisch inzicht zal bovendien steunen op een uitgebreide werkelijkheid. En precies daarom moet men er zich terzelfdertijd van bewust blijven dat een eigen theorie nog geen evangelie is. Naar ons gevoel moeten ook de samenstellers van het boek hier en daar wel even opletten niet te losjes opinies als theorieën te verkondigen. Het is altijd wel prettig te weten waar cijfers- en feitenmateriaal (en conclusies) vandaan worden getoverd.

Al bij al, naar onze mening, een boek dat iedereen die zich op een of ander vlak met communicatie bezighoudt binnen bereik mag hebben. Best zelfs binnen handbereik, zo kan je d'er op een verloren momentje nog even wat in grasduinen. Er is een redelijke kans dat je dan weer een ietsje opsteekt. In de scholen waar kortelings 'communicatiewetenschappen' op het programma komt mag het in geen geval in de bibliotheek ontbreken. Vooral de betrokken leraars zouden er spijt van hebben. De prijs kan (misschien?) wel even een gat in het boekenbudget slaan, maar dat lijkt het me dit keer wel waard.

P.I.

BIJ DE TIJD

Een kwartaalblad over de educatieve programma's voor volwassenen van de NCRV. In 1974 nam de Nederlandse Christelijke Radiovereniging (NCRV) een proef met het blad «BIJ DE TIJD», een uitgave vol achtergrondinformatie over de educatieve programma's voor volwassenen van de NCRV. Naar aanleiding van de positieve reacties op dit experiment, verschijnt «BIJ DE TIJD» voortaan vier keer per jaar. Het kwartaalblad houdt met name het vormings- en ontwikkelingswerk, het jeugd- en jongerenwerk, gespreksgroepen en mensen uit het onderwijs op de hoogte van opzet en achtergrond van komende radio- en televisieprogramma's.

Het abonnementsgeld bedraagt 7 gulden per jaar. Het kan worden overgemaakt op gironummer 12.53.00 t.n.v. NCRV-Hilversum.

H.V.P.

J. GUILHAUMOU e.a.

Langage et Idéologies. Le discours comme objet de l'histoire.

Les Editions Ouvrières, Parijs, 1974, 156 blz.

De bedoeling van dit boek is, zoals R. Robin het in de inleiding uiteenzet, een

bijdrage te leveren tot deze tak van het geschiedenisonderzoek die men de historiografie van de mentale structuren, of ideologieën, zou kunnen noemen. Dit opzet wordt gerealiseerd in drie vrij uitvoerig opgezette analyses, waarin een aantal auteurs zich buigen over een paar ideologieën zoals die zich op bepaalde momenten in de Franse geschiedenis hebben ontwikkeld. Uitgangspunt bij deze analyses is de stelling dat deze mentale structuren nergens anders aanwijsbaar en dus onderzoekbaar zijn dan in de taal, de discursus. De strijd tussen de ideeën is een strijd met en binnen de taal, het onderzoek naar de publieke opinie dient uit te monden in een analyse van de discursieve strategieën. De (tekst-)linguïstiek krijgt dan ook een belangrijke plaats.

Kan dit uitgangspunt slechts toegejuicht worden, dan zijn we met de specifieke methode die in deze analyses wordt toegepast heel wat minder gelukkig. De gevolgd (linguïstische) procedure — waarin de naam van Z.S. Harris maar al te zwaar doorweegt — mist o.i. inderdaad visie, verbeeldingskracht en subtiliteit en maakt dat het boek verzandt in monotonie en nietszeggendheid. In de inleiding wordt, volgens een gekend retorisch procédé, de volgende tegenwerping geformuleerd: «A quoi sert la linguistique? A quoi sert tout cet arsenal technique pour développer le plus souvent des conclusions qu'une simple lecture informée aurait suffi à dégager?». De ontkrachting van deze argumentatie volgt (uiteraard) terstond, het verder verloop van het boek echter doet de sympathie van de weinig geboeide lezer zeker naar de eerste redenering uitgaan.

L.V.P.

Lucie OLBRECHTS-TYTECA,

Le Comique du Discours, Editions de l'Université de Bruxelles, Brussel, 1974, 433 blz.

Zoals de titel van het boek suggereert wordt de lezer van *Le Comique du Discours* geconfronteerd met een analyse van de humor, het komische, de lach. De naam van de auteur laat hierbij vermoeden dat het onderwerp op een wel bijzondere manier en vanuit een uiterst specifieke methode geanalyseerd zal worden. Mevrouw Olbrechts is immers sinds ettelijke jaren de medewerkster van de jurist-filosof Chaïm Perelman en is samen met hem bedrijvig (en beroemd) in wat men de retoriek van de communicatie, adequater wellicht de retoriek van de persua-

sie of de techniek van de argumentatie zou kunnen noemen. Het is nu juist vanuit deze retoriek — die een breuk wil forceren met de rationalistische, Cartesiaanse waarheidsopvatting en pleit voor een terugkeer naar de noties van het waarschijnlijk en van de effectiviteit van de overreding — dat het komische door mevrouw Olbrechts benaderd wordt. Een vlugge schets van deze leer van de argumentatie lijkt ons hier dan ook noodzakelijk.

In hun *Traité de l'Argumentation*. La nouvelle Rhétorique (Parijs, 1958; Brussel, 1970) stellen Ch. Perelman en L. Olbrechts-Tyteca tegenover het begrip van de waarheid als een evidente noodzakelijkheid of als een adequate conformiteit aan de feiten, de notie van de argumentatie, van de persuasie; hierbij wordt het dilemma tussen de objectieve en universele waarheid enerzijds en de suggestie of het geweld anderzijds, vervangen door het overtuigen, de dialectiek, en dit via de taal, de discursus.

Deze argumentatie, aldus de auteurs van boven geciteerd werk, kan bestudeerd worden in wat een nieuwe retoriek wordt genoemd, d.w.z. een discipline die terugrijpt naar de Renaissance en de Klassieken.

Het zou ons nu te ver brengen precies te beschrijven hoe deze nieuwe retoriek door Perelman en Olbrechts-Tyteca concreet opgevat wordt. Zeggen we slechts dat er in dit verband een aantal, vaak impliciete persuasieve procédés, argumentatieve schema's worden geanalyseerd die gebruikt dienen te worden om bij de ontvanger instemming te verwekken.

Onderzoeken we nu hoe mevrouw Olbrechts haar analyse van het komische in deze demarche weet te situeren.

Reeds in het bovengenoemde *Traité de l'Argumentation* hadden Perelman en Olbrechts-Tyteca gewezen op het feit dat de schema's van de argumentatie, de technieken om de ontvanger te overreden voortdurend het gevaar lopen om op een komische wijze gebruikt te worden, een lachwekkend effect te veroorzaken. Dit komische van de retoriek — dat hierbij onderscheiden wordt van het komische in de retoriek (het komische als retorisch procédé) — is nu het object van mevrouw Olbrechts' boek. De structuur van het *Traité de l'Argumentation* volgend zal mevrouw Olbrechts dan ook systematisch nagaan hoe de persuasieve schema's en technieken op een komische manier kunnen gebruikt worden. De overreding door middel van het argument van

de (statistische) waarschijnlijkheid b.v., die in de classificatie van het *Traité de l'Argumentation* tot de quasi-logische argumentatie wordt gerekend, vindt in *Le Comique du Discours* haar geestige toepassing in het volgend grapje :

«Le médecin dit à une patiente :

Vous guérirez. On guérit dans un pour cent des cas, vous êtes justement le centième que je soigne, et je n'en ai encore guéri aucun».

Zoals men uit de komische kwaliteit van dit voorbeeld kan afleiden, is de kans dat men, bij het lezen van het door de auteur verzamelde corpus het zou besterven van het lachen, minimaal. Het boek is dan ook duidelijk niet geschreven om te doen lachen, het is in feite in laatste instantie zelfs niet geschreven als een bijdrage tot de theorie van het komische, de humor. Veeleer dient men te zeggen dat *Le Comique du discours* een regelrechte voortzetting is van het *Traité de l'Argumentation* : wat mevrouw Olbrechts namelijk op de eerste plaats heeft gewild — en Ch. Perelman legt hierop in zijn voorwoord de klemtoon — is een

bijdrage te leveren tot de verdere studie van de logica van de argumentatie, tot de opbouw van een nieuwe retoriek. In deze poging wordt de auteur geleid door de idee dat het komisch gebruik van de argumentatieve procédés, a.h.w. door contrast, ons iets leert over het normale gebruik van de retorische techniek : het komische van de retoriek, aldus Perelman in zijn voorwoord, kan beschouwd worden als een misbruik van de retorische procédés, misbruik dat gesanctioneerd wordt door de lach. «*Le Comique du discours*», zo verklaart Perelman verder (p. 5), «attire notre attention sur ce que l'on pourrait considérer comme une pathologie, qui permet de mieux cerner les limites de l'usage normal et sérieux du langage. Le comique nous met en éveil, nous incite à plus de précautions et nous mène sur le chemin de la précision et de la formalisation, empêchant la reproduction de situations qui ont suscité le rire. Le présent travail constitue ainsi un prolongement du *Traité de l'Argumentation*». Op deze stelling nu — diè ook deze van mevrouw Olbrechts is (cf. p. 22) — en

waarbij, zoals in de Chomskyaanse (Cartesiaanse!) linguïstiek, de agrammaticaliteit een beter inzicht verschaft in de grammaticaliteit — zou heel wat in te brengen zijn. Liever echter dan in dit verband een uitgebreide kritiek te formuleren — o.i. is een dergelijke visie een miskennis van het komische — zouden we, tot besluit, onze bewondering en waardering willen uitspreken voor het werk van mevrouw Olbrechts. Door de opzet van het project en de uitgebreidheid en concreetheid van de analyses vormt *Le Comique du Discours* een waardige opvolger van het *Traité de l'Argumentation*. Mevrouw Olbrechts heeft met haar boek dan ook een verrijkende bijdrage geleverd tot de constitutie van de nieuwe retoriek in het bijzonder en de discursus-analyse in het algemeen. De hoop dat de communicatiewetenschap eens in staat zal zijn de grammatica(s) die de opbouw van de boodschap regelt(en) te begrijpen en te beschrijven is hierdoor weerom concreter geworden.

L.V.P.

Pas verschenen bij de Universitaire Pers Leuven

Kabeltelevisie

Referaten van het congres kabeltelevisie te Hasselt van 1 tot 5 oktober 1974, met :

— de toespraken van prof. dr. A. De Bock, prof. dr. G. Fauconnier en P. Schaeffer op de openingsvergadering

— de referaten van de technologisch-economische werkdag

- M. De Sutter : Technisch-economische visie op de TV-distributie
- G. Maes : De standpunten van de Belgische industrie ten overstaan van de kabeltelevisie
- J.C. Alteresco : La situation particulière de la France en matière de télédistribution
- Ir. R. Thoen : Aspecten van de verre-afstandsverzorging van signalen
- Dr. C. Wansdronck : Technologisch-economische aspecten van kabeltelevisie : de situatie in Nederland
- Ir. N. De Muynck : De toekomst van de kabeltelevisie in België

— de referaten van de socio-culturele werkdag

- Prof. dr. A. Verhulst : De socio-culturele aspecten van de kabeltelevisie en de omroep
- Prof. dr. P. Hofstede : Kabeltelevisie, paard van Troje ?
- A. Van Horenbeeck : Het socio-cultureel vormingswerk : een gemeenschaps- of een economisch goed ?
- E.L. Sommerlad : Unesco and cable television

— de referaten van de politiek-juridische werkdag

- A. Marchini-Camia : La C.E.E. et la télévision par câble
- Prof. dr. J. Corbet : De auteursrechtelijke aspecten van de kabeltelevisie
- Dr. J. Fleerackers : De politiek-juridische situatie van de kabeltelevisie in België
- Verslag van het debat, gemodereerd door prof. dr. E. De Jonghe, m.m.v. W. Geldolf, W. Kuypers, F. Swaelen, P. Van Roe

— De conclusies, eindrapport door prof. dr. G. Fauconnier, slotrede van minister R. De Backer-Van Ocken.

294 blz.

Prijs : 360 F.

(Studentenprijs of groepsbestellingen van min. 10 exemplaren : 250 F.)

BESTELLINGEN : Universitaire Pers Leuven, Krakenstraat 3, 3000 Leuven

uit de tijdschriften

JOURNALISM QUARTERLY

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

Vol. 51, nr. 4, winter 1974.

John P. ROBINSON, *The Press as King-Maker : What Surveys from Last Five Campaigns Show*, 587.
Richard A. SCHWARZLOZE, *Early Telegraphic News Dispatches : Forerunner of the AP*, 595.
James K. BUCKALEW, *The Radio News Gatekeeper and His Sources*, 602.
David E. PAYNE, *Newspapers and Crime : What Happens During Strike Periods*, 607.
Lawrence BOWEN and Steven H. CHAFFEE, *Product Involvement and Pertinent Advertising Appeals*, 613.
Jerry R. LYNN, *Effects of Persuasive Appeals In Public Service Advertising*, 622.
Jeanne PENROSE, David H. WEAVER, Richard R. COLE and Donald Lewis SHAW, *The Newspaper Nonreader 10 Years Later : A Partial Replication of Westley-Severin*, 631.
Ronald G. HICKS and Avishag GORDON, *Foreign News Content in Israeli and U.S. Newspapers*, 639.
Dru EVARTS and Guido H. STEMPEL III, *Coverage of the 1972 Campaign by TV, News Magazines and Major Newspapers*, 645.
Jarol B. MANHEIM, *Urbanization and Differential Press Coverage of the Congressional Campaign*, 649.
G. Cleveland WILHOIT and Taik Sup AUH, *Newspaper Endorsement and Coverage of Public Opinion Polls in 1970*, 654.
David R. BARD and William J. BAKER, *The American Newspaper Response to the Jamaican Riots of 1865*, 659.
Everette E. DENNIS, *The Regeneration of Political Cartooning*, 664.
Kenneth STARCK, *Producer/Consumer Perception of the Function of the Daily Newspaper*, 670.
Jack B. HASKINS and Lois P. FLYNNE, *Effect of Headline Typeface Variation on Reading Interest*, 677.
Neil HURLEY, *Chilean Television : A Case Study of Political Communication*, 683.
Linda Jean BUSBY, *Defining the Sex-Role Standard in Network Children's Programs*, 690.
William WITT, *The Environmental Reporter on U.S. Daily Newspapers*, 697.
Asghar FATHI and Carole L. HEATH, *Group Influence, Mass Media and Musical Taste among Canadian Students*, 705.

William McREYNOLDS, *Gene Howe's Promotional Style*, 710.

Joseph S. FOWLER and Stuart W. SHOWALTER, *Evening Network News Selection : A Confirmation of News Judgement*, 712.

Herbert H. HOWARD, *Cross-Media Ownership of Newspaper and TV Stations*, 715.

Sam G. RILEY and Jack SHANDLE, *Commercial Use Without Consent : Privacy or Property ?*, 718.

Charlotte G. O'KELLY, *Sexism in Children's Television*, 722.

William R. LINDLEY, *Gatekeepers' Avoidance of Group Opinion Sources*, 724.

Vol. 52, nr. 1, lente 1975.

Dwight L. TEETER Jr., *John Dunlap : The Political Economy of a Printer's Success*, 3.

Anna Kasten NELSON, *Secret Agents and Security Leaks : President Polk and the Mexican War*, 9.

Leonard TIPTON, Roger D. HANEY and John BASEHART, *Media Agenda-Setting in City and State Election Campaigns*, 15.

Elsie S. HEBERT, *How Accessible Are the Records in Government Records Centers ?*, 23.

James F. SCOTTON, *Kenya's Maligned African Press : Time for a Reassessment*, 30.

Herschel SHOSTECK, *The Structural Dimensions of Television Editorial Effectiveness*, 37.

David M. SMITH, *Mass Media as a Basis for Interaction : an Empirical Study*, 44.

Churchill ROBERTS, *The Presentation of Blacks in Television Network Newscasts*, 50.

Edna F. EINSIEDEL, *Television Network News Coverage of the Eagleton Affair : a Case Study*, 56.

Won H. CHANG, *Characteristics and Self Perceptions of Women's Page Editors*, 61.

Zena Beth GUENIN, *Women's Pages in American Newspapers : Missing Out on Contemporary Content*, 66.

Susan H. MILLER, *The Content of News Photos : Women's and Men's Roles*, 70.

Lee FINKLE, *Quotas or Integration : the NAACP Versus the Pittsburgh Courier and the Committee on Participation of Negroes*, 76.

James K. LIBBEY, *Liberal Journals and the Moscow Trials of 1936-38*, 85.

Ronald H. WAGENBERG and Walter C. SODERLUND, *The Influence of Chain-Ownership on Editorial Comment in Canada*, 93.

Stuart H. SURLIN and Barry WALKER, *Employee Evaluations of Handling of News by a Corporate Newspaper*, 99.

F. Dennis HALE, *How Reporters and Justice View Coverage of a State Appellate Court*, 106.

RESEARCH IN BRIEF

Vernon A. STONE and Thomas L. BEELL, *To Kill a Messenger: a Case of Congruity*, 111.

John A. LENT, *Small Caribbean Media Avoid Foreign Ownership*, 114.

Wallace B. EBERHARD, *Daily Newspaper Starts and Suspensions, 1960-69*, 117.

John H. BOYER, *Barron and the Courts*, 120.

Sue ALLEN, *Predicting Reader Interest in Anthropology Column*, 124.

Saadia R. GREENBERG, *Conversations as Units of Analysis in the Study of Personal Influence*, 128.

William S. GRAF, *Stern's Victory over FBI Shows FOI Act Potential*, 131.

Mary E. WHEELER and Stephen K. REED, *Response to Before and After Watergate Caricatures*, 134.

COMMUNICATIONS

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

Nr. 23, 1975.

Christian METZ, *Le signifiant imaginaire*, 3.

Jean-Louis BAUDRY, *Le dispositif*, 56.

Julia KRISTEVA, *Ellipse sur la frayeur et la séduction spéculaire*, 73.

Guy ROSOLATO, *Souvenir-écran*, 79.

Joël FARGES, *L'image d'un corps*, 88.

Félix GUATTARI, *Le divan du pauvre*, 96.

Roland BARTHES, *En sortant du cinéma*, 104.

Christian METZ, *Le film de fiction et son spectateur*, 108.

Thierry KUNTZEL, *Le travail du film*, 2, 136.

Daniel PERCHERON, *Rire au cinéma*, 190.

Nick BROWNE, *Rhétorique du texte spéculaire*, 202.

Catherine B. Clément, *Les charlatans et les hystériques*, 212.

Marc VERNET, *Freud: effets spéciaux - Mise en scène: U.S.A.*, 223.

Raymond BELLOUR, *Le blocage symbolique*, 235.

REVUE DE L'UNION EUROPEENNE DE RADIODIFFUSION CAHIER B

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

Vol. XXVI, nr. 2, maart 1975.

B.P. EMMETT, *Radiodiffusion et propagation de la culture*, 8.

COMMUNICATIE 5 (1975) Nr. 2

Ari AVNERRE, *Dix ans d'Israel Broadcasting Authority. L'évolution de la radiodiffusion israélienne: du service gouvernemental à l'organe indépendant*, 11.

Oliver J. WHITLEY, *Réflexions sur les finalités de la radiodiffusion*, 15.

Anibal Arias RUIZ, *Le «Fil musical» espagnol*, 17.

Jürgen LABENSKI, *Restauration de films muets classiques à la Deuxième chaîne de télévision allemande*, ZDF, 20.

Diana BIRKETT, *La participation par téléphone*, 23.

Manuel Augusto FERRER Jr., *Les projets de convention sur la radiodiffusion directe par satellite*, 35.

E.C. ROBBINS, *Evolution récente au Royaume-Uni*, 42.

Vol. XXVI, nr. 3, mei 1975.

LES ECHANGES D'ACTUALITES TELEVISEES

S. ASTRAIN, *Préface*, 8.

Vittorio BONI, *De la circulation de l'information*, 10.

Pierre BRUNEL-LANTENAC, *En direct de la salle des nouvelles Eurovision à Genève. Une journée comme les autres*, 11.

Gaston VAN LAREBEKE, *La technique des échanges d'actualités télévisées*, 15.

Dario ROBBIANI, *L'avenir des échanges*, 21.

Jean-Pierre WEINMANN, *New York: le bureau-satellite de l'échange des actualités télévisées de l'UER*, 23.

Horst G. JANCIK, *L'échange d'actualités entre l'Eurovision et l'Intervention*, 26.

Xavier Alonso LENNARD, *La conquête des distances*, 28.

Michel HÉDAYAT, *Les excentrés et les EVN*, 30.

John MAHONEY, *L'échange d'actualités: rôle de l'agence*, 32.

Zvi GILL, *Nouvelles d'hier et de demain. Quelques arguments anciens pour une démarche nouvelle*, 35.

Yrjö LÄNSIPURO, *Etude conjointe Eurovision-Intervention sur les actualités télévisées*, 37.

Actualité télévisée sur le vif — illustrations en couleur, 41.

Elmer W. LOWER, *Un quart de siècle d'actualités télévisées aux Etats-Unis*, 49.

George GARLOCK, *La distribution d'actualités par satellite au Canada*, 53.

Waclaw WYGLEDOWSKI, *Emissions d'actualités télévisées dans les pays de l'intervention*, 55.

Hamdy KANDIL, *Demain l'Arabvision*, 58.

Charles MOSES, *L'Union Asienne de Radiodiffusion lance un projet d'échange d'actualités*, 62.

X., *Protection juridique des nouvelles*, 65.

X., *Concours Eurovision de la chanson 1975*, 71.

GAZETTE

International journal for mass communication studies.

Uitgegeven door: KLUWER, B.V., p.o.b. 23, Deventer (Nederland)

Vol. XXI, nr. 1, 1975.

Theodore E. KRUGLAK, *The role and evolution of press agencies in the socialist countries*, 1.

James F. SCOTTON, *The press in Kenya a decade after independence: pattern of readership and ownership*, 19.
José Marquez de MELO, *Evolution of the communication discipline in Brazil*, 34.
Kjell NOWAK, *A comment on 'Propaganda and indoctrination' by Pertti Hemánus*, 40.
Pertti HEMANUS, *A short reply to Kjell Nowak*, 42.
D. Piroska SZEMZÖ, *Bela Dezsényi and the science of the press in Hungary*, 44.

COMMUNICATIO SOCIALIS

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

Jg. 8, nr. 1, januari-maart 1975.

Joan HEMELS, *Katholieke Presse in den Niederlanden (I): Rückblick anlässlich der Einstellung der Tageszeitung "De Tijd"*, 1.
Otto Erich KRESS, *Fünfzehn Jahre "Tellux": Audio-Visuelle (AV) Medien-Arbeit für Kirche und Gesellschaft in der Praxis*, 23.
APEC, *Montevideo, Die sozialen Kommunikationsmittel in Lateinamerika: Realität und Problematik*, 35.
Thomas BAUER, *Franz Zöchbauer †*, 45.
Michael SCHMOLKE, *Henk Prakke 75 Jahre alt*, 46.
Franz-Josef EILERS, *Kirchliche Kommunikationskonferenzen in Asien 1974*, 48.
Ambros EICHENBERGER, *Kirchen Asiens im audiovisuellen Lernprozeß: Zu einem audiovisuellen Seminar in Yogyakarta*, 51.
Marietta PEITZ, *UNDA-Generalversammlung in Dublin*, 57.
Hermann BOVENTER, *Kirchen und Rundfunkkontrolle*, 60.
Rupert NEUDECK, *Zweiter Fernseh-Workshop "Für eine gerechte Welt" in der Evangelischen Akademie Arnolds-hain (4.-8. 11. 1974)*, 63.

FILM EN TELEVISIE

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

Nr. 215, april 1975.

Ronnie PEDE, *Masaki Kobayashi, een realistisch idealist*, 5.
Ivo NELISSEN, *Geschiedenis van de droomfabriek (4)*, 18-19.
Jos BURVENICH, *Bergman revisited*, 20-22.
Daniel VAN AVERMAET, *Blake Edwards*, 24.

Nr. 216-217, mei-juni 1975.

Gaston WEEMAES, *David Wark Griffith*, 10-12.
Ivo NELISSEN, *Geschiedenis van de droomfabriek (5)*, 16-17.

FILM QUARTERLY

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

Vol. XXVIII, nr. 3, lente 1975.

Mark Crispin MILLER, *In Defense of Sam Peckinpah*, 2.
Brian HENDERSON, *Metz: Essais I and Film Theory*, 18.
Bill NICHOLS, *Style, Grammar, and the Movies*, 33.
Michael DEMPSEY, *The Gambler*, 49.
Alan WILLIAMS, *California Split*, 54.
William JOHNSON, *Alice Doesn't Live Here Anymore*, 55.
Adam GARBICZ, *The Hourglass*, 59.

DE PERS - LA PRESSE

Uitgegeven door de Belgische Vereniging
van de Dagblauduitgevers, v.z.w., Belliardstraat 20,

Jg. 21, nr. 4 (nr. 84), oktober-december 1974.

X., *Le nouveau «Journal-Indépendance»*, 3-7.
J. LEENKNEGHT, *Het Agentschap Belga in het I.P.C.*, 17-25.
X., *Prévernissage nieuwbouw Gazet van Antwerpen*, 27-31.
X., *F.I.E.J., News*, 33-37.
X., *Radio et télévision dans la Communauté européenne*, 38-45.
X., *Persoverzicht*, 47-54.

Jg. 22, nr. 1 (nr. 85), februari-april 1975.

X., *Collectieve arbeidsovereenkomst tussen dagblauduitgevers en beroepsjournalisten*, 15-51.
X., *Persprijsen, jaaroverzichten, statistieken*, 53-100.
X., *Overzicht van dagbladen, weekbladen, persorganisaties, beroepsjournalisten, agentschappen, publiciteit in België*, 103-439.

DELGAY

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

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

Berichten

Centrum voor communicatiewetenschappen

Gastcolleges in het buitenland :

Op uitnodiging van de Universiteit van Zuid-Afrika (Pretoria, Dep. Kommunikatiekunde) gaf Prof. G. FAUCONNIER tijdens de maand april, als visiting hoogleraar te Pretoria en te Kaapstad een reeks lezingen over massacomunicatie.

Verder gaf hij tijdens deze periode gastlezingen aan de Randse Afrikaanse Universiteit (Johannesburg), de Universiteit van WLS-Kaapland (Bellville), de Universiteit van Stellenbosch, de Universiteit van Potschefstroom, de Universiteit van Pretoria en de Universiteit van Oranje Vrijstaat (Bloemfontein). Verder besprak hij, tijdens zijn verblijf in Zuid-Afrika, met de onderzoeksstaf van het Instituut voor Kommunikatiekunde (Raad voor Geesteswetenschappelijke Navorsing, Pretoria) en met de Algemene Directie van de Suid-Afrikaanse Uitsaaikorporasie een reeks research problemen in verband met de nakende invoering van de televisie in dit land.

Studiedagen :

Op 1 maart 1975 nam Johan VAN HEDDEGEM deel aan een door de Université de Liège, Faculté de Philosophie et Lettres, Section «Information et Arts de diffusion» georganiseerde bijeenkomst over het thema «Vidéo et Animation dans l'enseignement supérieur». Hij bracht er verslag uit over de situatie op dit domein aan de K.U.Leuven.

Voordrachten :

Op 25 april 1975 sprak Johan VAN HEDDEGEM op uitnodiging van het Kadercentrum voor Cultureel Werk aan de Stichting-Lodewijk de Raet voor de Culturele Raad te Waregem over «Het maatschappelijk dienstbaar maken van video en kabeltelevisie ; mogelijkheden en knelpunten».

Studiereis :

Op 24 en 25 april 1975 brachten de studenten van de Tweede Kandidatuur o.l.v. W. VAN DER BIESEN en L. VAN POECKE een studiebezoek aan de Nederlandse Omroepstichting (NOS) en aan de Algemene Vereniging Radio Omroep (AVRO). Zij woonden tevens de openbare bestuursvergadering van het NOS-Bestuur bij.

Nieuwe publikatie :

KABELTELEVISIE. Referaten Congres Kabeltelevisie, Hasselt 1-5 oktober 1974, Bibliotheek voor Communicatiewetenschappen, Universitaire Pers Leuven, Leuven, 1975, 294 blz.

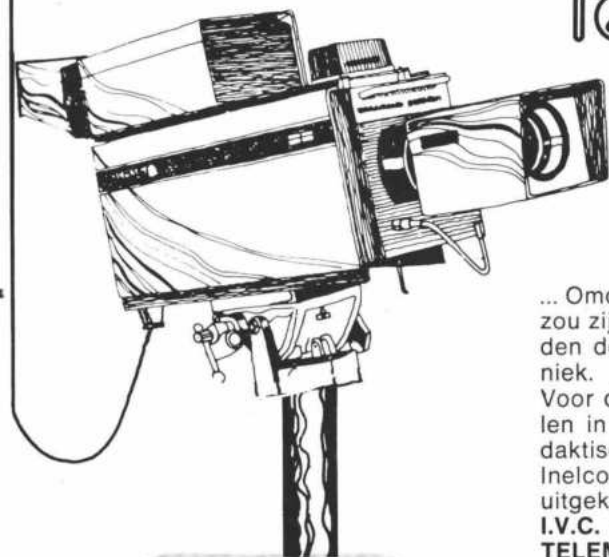
Personalialia :

Op 5 mei werd Prof. Dr. A. BREYNE, buitengewoon hoogleraar aan het Departement Communicatiewetenschap, 65 jaar. Tot 1 juni II. was hij ook directeur-hoofdredacteur van «De Nieuwe Gids» waarin hij z'n hoofdartikels onder tekende met het pseudoniem van A. Van Haverbeke. Hoewel hij op die datum de pensioengerechtigde leeftijd bereikte, zal hij z'n journalistieke arbeid toch verder zetten, maar dan als free lance-journalist. (Frans Van Erps volgde hem op als hoofdredacteur). Onze redactie wenst Prof. Breyne «ad multos annos» en nog een vruchtbare nieuwe loopbaan.

de video... een middel een rechniek

ONDERWIJS

BEWAKING
VEILIGHEID



... Omdat dit middel doeltreffend zou zijn, moet het gesteund worden door een volwaardige techniek.

Voor de video ten dienst te stellen in de meest gevarieerde didaktische toepassingen, heeft Inelco voor U de beste merken uitgekozen :

**I.V.C. - SHIBADEN - KALART -
TELEMATION - VISCOUNT -
GRASS VALLEY.**

Wij zijn gespecialiseerd in de studie, uitwerking en installatie van video studio's monochroom en kleur en het zou ons een genoegen zijn de uwe te mogen uit te werken en op te bouwen.

HERSCHOLING

TECHNISCHE EN
WETENSCHAPPELIJKE
ANALYSE

PRODUCTIE

KADER
INFORMATIE

A.V. MEDIA

ANIMATIE

ELECTRONICS
DIVISION

INELCO

INELCO BELGIUM S.A.

1160 Brussel, Hertoginnedal 3, tel. 02-660.00.12

INELCO NEDERLAND B.V.

Amsterdam 1006, Joan Muyskenweg 22, tel. (020) 93.48.24

advertising Columbia

het zakelijkste van de jongere, creatieve reklamebureau's



Proeven!

Wat een heerlijke gang is hier...
Een mooie, warme, zachte...
Een heerlijke, warme, zachte...
Een heerlijke, warme, zachte...

GINDER-ALE
lekker bier

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

AGROTECHNIC
ALFA
APPLETISER
ASLK-CGER

aanwerving van beroeps-vrijwilligers

Houtingen - Bij het reclamebureau van de district...
Zuithofstraat 40, 1000 Brussel
Tel. 02 512 31 22 of 512 31 39

de beroeps die hebben 1 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...



DE ASLK VERDUBBELT UW SPAARBOEK

ASLK

- 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)