

# COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

- DE LEESBAARHEID • MEDIA IN ONTWIKKELINGSLANDEN
- DE KRANTENGROEP HERSANT • RECHT VAN ANTWOORD IN RADIO EN TELEVISIE • DE KRANT IN DE KLAS • DE GROENE AMSTERDAMMER • FONOGRAMINDUSTRIE IN BELGIE
- BELGIE KIJKT BUITENLANDS • MIMO • RADIO DER JAREN 80 • MASSALITERATUUR • PAMFLETTEN • DE STANDAARD
- KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD • RECENSIES • TIJDSCHRIFTEN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN  
E. VAN EVENSTRAAT 2A  
3000 LEUVEN

J A A R G A N G 6

NR 3 - 4

HERFST-WINTER 1976-77

## COMMUNICATIE

(voorheen  
«Informatiebulletin  
CeCoWe»)

**Driemaandelijks tijdschrift  
voor massamedia  
en cultuur.**

**Een uitgave van het  
Centrum voor Communicatie-  
wetenschappen,  
E. Van Evenstraat 2 A  
3000 Leuven.  
Verschijnt 4 x per jaar.**

**6de jaargang nr. 3-4  
HERFST - WINTER 1976-77**

**Hoofdredacteur :** W. Van der biesen

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

**Redactieraad :** M. Ceulemans, G. De Meyer, G. Fauconnier, A. Hendriks, K. Huybrechts, D. Lauwaert, P. Lowette, P. Marck, J.M. Peters, L. Roelens, J. Servaes, W. Van der biesen, J. Van Heddegem, L. Van Poecke.

**Secretariaat :**

**Redactie :** M. Ceulemans

**Administratie :** Mevr. M. Mommens

**Abonnementen :** De abonnementsprijs bedraagt 200 fr. voor een jaargang (4 nummers) - studenten betalen 100 fr. De prijs voor losse nummers is 75 fr. 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, boeken ter recensie, advertenties enz., gelieve men te richten aan COMMUNICATIE, Centrum voor Communicatiewetenschappen, E. Van Evenstraat 2 A, B-3000 - Leuven, tel. 016-22.10.70.

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

---

### Inhoud 76-77.3-4 :

---

- 1 Leesbaarheid : Van Flesch terug naar Rousseau - Luc Van Poecke
- 7 De Ontwikkeling van de Massamedia en hun functies in de ontwikkelingslanden - Greta Pauwels-Boon
- 14 Robert Hersant : een Franse Axel Springer ? - Jan Servaes
- 20 Het Recht van Antwoord in Radio en Televisie - Jan Dijk
- 25 De Krant in de Klas - Patrick Lowette
- 29 Honderd jaar Groene Amsterdammer - Jan Servaes
- 31 De Belgische Fonogramindustrie - Gust De Meyer
- 34 Straks kijkt meer dan de helft van de Belgische Bevolking naar buitenlandse Zenders - Gust De Meyer
- 35 Mimo : De Teruggang - Mieke Ceulemans
- 36 De Radio in de Jaren 80 - Adriaan Hendriks
- 38 Feiten uit de mediawereld - W. Van der biesen
- 41 De Narratieve structuren van de massaliteratuur - Henk Vermoere
- 42 Pamfletten aan de K.U.L. - Antoon Bulcke
- 44 De Belgische en Franse verkiezingen van 1974 in De Standaard - Ann Mulders
- 46 Lijst eindverhandelingen CeCoWe 1974-1976
- 49 Uit de Tijdschriften
- 53 Uit de Literatuur
- 62 Nieuwe Tijdschriften
- 63 Berichten Centrum voor Communicatiewetenschappen

---

**Verantwoordelijke uitgever :**

**G. Fauconnier, Kleine Geeststraat 40, Sterrebeek.**

# leesbaarheid: van flesch terug naar rousseau

luc van poecke

De laatste jaren is er onder meer in ons taalgebied een duidelijk groeiende belangstelling voor een overwegend Amerikaanse discipline die zich sedert het begin van de jaren twintig onder de naam Readability Research ontwikkeld heeft tot een vrij autonome analysemethode van de gecommuniceerde boodschap. Deze tekst wil een presentatie zijn van een werkdocument dat onlangs door het CeCoWe werd uitgegeven onder de titel Het Trouweloze Medium. Een onderzoek naar de correctieve retoriek van het leesbaarheidsonderzoek. In deze studie hebben we getracht de strategie na te gaan die het leesbaarheidsonderzoek ten overstaan van de tekst voert. We hebben hierbij een structuralistisch standpunt ingenomen, standpunt dat diametraal tegengesteld is aan het empirisme dat, zoals zal blijken, het leesbaarheidsonderzoek domineert. Onze bespreking van deze discipline is dan ook kritisch te noemen. (1)

1.1. In ons werkdocument hebben we het leesbaarheidsonderzoek een *translinguïstische* discipline genoemd. Dit wil zeggen dat deze analysemethode, wat de aspecten van het communicatief gebeuren betreft, zich op de linguïstische processen, de tekst, concentreert. In tegenstelling echter tot wat er in de moderne linguïstiek gebeurt, worden in de translinguïstiek deze linguïstische processen niet op en om zichzelf bestudeerd, doch worden ze gesitueerd binnen de globale communicatieve problematiek, geanalyseerd binnen de pragmatische situatie van het sprekend subject. Aan de «ruimte» van de linguïstische processen wordt met andere woorden een (allesbehalve heldere) zone van intenties, functies, effecten, behoeften... toegevoegd. Vandaar de term *translinguïstiek* (wat het standpunt van de linguïstiek overstijgt), term die ons inziens kan vervangen worden door de equivalente begrippen *pragmatiek* of *retoriek*. Het is derhalve duidelijk dat, eens deze invalshoek gekozen, de problematiek niet zuiver linguïstisch meer kan

zijn en nu gearticuleerd zal dienen te worden vanuit de hierboven reeds geciteerde noties van de intentionaliteit, de effectiviteit enz. Het is dit standpunt dat we meenden te herkennen in het leesbaarheidsonderzoek. Deze discipline kan immers gedefinieerd worden als een poging om die kenmerken te vinden in de «verwoording van de boodschap» die de effectiviteit (de «communicativiteit») van een communicatieproces beïnvloeden. Hierbij zal men van de stelling uitgaan dat een aantal «vormelijke» elementen in de tekst kunnen variëren en dat deze variatie tevens een verandering in de effectiviteit met zich meebrengt. In deze zoektocht naar de wetten van het communicatief taalgebruik wordt de notie van de *leesbaarheid* centraal gesteld. Deze notie maakt het tevens duidelijk dat men zich hierbij tot geschreven (beter: gedrukte) teksten zal beperken.

1.2. Alhoewel het begrip *leesbaarheid* in zijn brede betekenis klassiek gede-

finieerd wordt als (typografisch) *duidelijk*, *interessant* en *begrijpelijk*, zal de klemtoon in het leesbaarheidsonderzoek toch op de laatste component vallen. We hebben ons in onze lectuur dan ook tot deze verengde betekenis beperkt. In zijn verengde, doch meest courante, vorm kan het leesbaarheidsonderzoek dan ook gedefinieerd worden als een discipline die de relatie onderzoekt tussen bepaalde linguïstische factoren in een geschreven tekst en de begrijpelijkheid van deze tekst. Het ligt hierbij voor de hand dat deze begrijpelijkheid een relatieve zaak is — wat begrijpelijk is voor de ene lezer is het nog niet voor de andere — zodat ook, naast de verwoording van de boodschap en het cognitief effect, het lezerspubliek een centrale plaats dient te krijgen in de analyse.

1.3. Deze relatie tussen enerzijds de verwoording van de boodschap en anderzijds de cognitieve effectiviteit bij een bepaald lezerspubliek is op

verschillende manieren opgezocht en geanalyseerd worden. We hebben ons in dit verband echter beperkt tot een bespreking van de dominante methode, die louter kwantitatief te werk gaat.

Zuiver empirisch-inductief en gewaand met de statistiek zal men in deze methode, via een experimentele testsituatie en gebaseerd op een onderzoek van een beperkt universum van teksten en lezers, een aantal «stilistische» kenmerken van de tekst (zoals de lengte van zinnen en woorden, de diversiteit in het woordgebruik enz.) trachten op te sporen die in een (liefst causaal) verband staan met de variatie in de begrijpelijkheid. Deze stilistische kenmerken dienen kwantificeerbaar te zijn, vermits ze als variabelen binnengebracht worden in een statistische formule die de evolutie berekent in de relatie tussen deze (onafhankelijke) variabelen en de cognitiviteit (als afhankelijke variabele).

Wanneer deze operatie volgens de regels van de kunst is verlopen, kan men zo de bekomen resultaten generaliseren tot alle teksten en alle lezers waarvoor de proefteksten en de proefpersonen representatief worden geacht. Een dergelijke generalisatie neemt de vorm aan van een zogenaamde leesbaarheidsformule die een predictieve waarde heeft: toegepast op een tekst voorspelt een dergelijke formule de potentiële begrijpelijkheid, de cognitieve effectiviteit, van deze tekst. Het is nu heel deze strategie die aan bod komt in het eerste gedeelte van ons werkdocument.

2.1. Abstractie makend van een aantal problemen, hebben we gemeend ons te kunnen concentreren op een viertal cruciale punten in deze strategie: het probleem van het *universum van teksten en proefpersonen*; de aard van de *linguïstische variabelen*; het *meten van het cognitief effect*; en tot slot de *leesbaarheidsformules* zelf en hun *interpretatie*.

2.2. Het probleem van het *universum* hebben we getracht te articuleren in twee belangrijke vraagstukken, nl. dat van de homogeniteit en dat van de representativiteit. Geen van deze twee problemen lijkt ons door het leesbaarheidsonderzoek op een bevredigende manier te zijn opgelost.

Wat de representativiteit van de gebruikte testpassages betreft, wordt door het leesbaarheidsonderzoek zelf toegegeven dat hieraan nog heel wat verbeteringen kunnen aangebracht worden.

Het vraagstuk van de homogeniteit lijkt ons nog veel crucialer te zijn. Teksten vergelijken op hun leesbaarheid betekent alleszins eerst en vooral dat deze teksten vergelijkbaar zijn, wat ons inziens impliceert dat ze dienen te behoren tot één homogeen universum. Welnu, alhoewel in het leesbaarheidsonderzoek herhaaldelijk gesteld wordt dat geen enkele formule geldt voor alle teksten — stelling waaraan tegemoetgekomen wordt door de zogenaamde «gespecialiseerde formules» — is (of was?) de dominante tendens in het leesbaarheidsonderzoek toch deze dat er gestreefd werd naar «algemene formules» die, op enkele minimale restricties na, toepasbaar zijn op alle teksten die in een bepaalde taal geproduceerd worden.

Deze algemene formules, waarmee het leesbaarheidsonderzoek op een soms vrij spectaculaire wijze naar buiten treedt, doen dus besluiten dat het leesbaarheidsonderzoek meent dat alle teksten, wat ook hun specificiteit moge zijn, vergelijkbaar zijn en dus kunnen ondergebracht worden in één globale categorie. Doet deze drang tot reductionisme en homogenisatie dan al denken aan de pertinentie waarop de moderne linguïstiek zich geplaatst heeft, hij contrasteert anderzijds ook sterk met de algemene tendens in de moderne pragmatiek, waarin voortdurend de nadruk gelegd wordt op de pluraliteit en de heterogeniteit van de tekstuele werkelijkheid.

Het bestaan van de «gespecialiseerde formules» roept daarentegen dan weer het probleem van een discursus- of teksttypologie op. Dit vraagstuk, dat reeds tot een van de klassieke thema's behoort van de hierboven aangehaalde pragmatiek of translinguïstiek, lijkt echter voor het grootste gedeelte buiten het theoretisch gezichtsveld van het leesbaarheidsonderzoek te liggen, enkele uitzonderingen niet te na gesproken.

Het probleem rond de homogeniteit doet zich ook voor in verband met het lezerspubliek. Dit laatste wordt in het leesbaarheidsonderzoek uitgedrukt in de graad van leesvaardigheid dat het bezit, leesvaardigheid die dan

in een tweede, niet van vraagtekens ontdane, beweging gerepresenteerd wordt door het bereikte schoolse opleidingsniveau. Ook hier zal deze leesvaardigheid gezien worden als variabel-vergelijkbaar, wat dus impliceert dat men slechts één homogene categorie voorziet in plaats van *verschillende*, niet tot elkaar te reduceren bedrevenheden naargelang het teksttype.

2.3. Wat de *linguïstische variabelen* betreft, wordt het leesbaarheidsonderzoek sterk gehinderd door de gekozen methodologie. Slechts die tekstuele kenmerken zullen immers in de analyse weerhouden kunnen worden die kwantificeerbaar zijn.

Van de weerhouden stilistische kenmerken die voldoende correleren met de begrijpelijkheid zijn de woordlengte en de zinslengte wel de meest klassieke te noemen.

Dit hoeft uiteraard geen verwondering te wekken: het makkelijkst hanteerbaar en meetbaar, garanderen ze tevens een totale probleemloosheid op theoretisch vlak, wat bijvoorbeeld niet kan gezegd worden van de variabele «aantal moeilijke woorden». Concreet en zelfs ietwat triviaal gezien betekent dit dus dat het leesbaarheidsonderzoek zal verklaren dat hoe langer de zinnen en de woorden in een tekst zijn, des te moeilijker deze leesbaar zal zijn. Te vermelden is tevens nog dat de laatste jaren met een aantal variabelen gewerkt wordt die minder passen in de orthodoxie van het klassieke leesbaarheidsonderzoek. Van deze vernieuwing, waarvan de basis gevormd wordt door modellen uit de psycholinguïstiek en de moderne Amerikaanse linguïstiek, is de oorzaak voor een deel te vinden in een zucht om het oorzakelijk karakter in de relatie tussen de tekstuele kenmerken en de begrijpelijkheid beter te funderen, en is het gevolg alleszins dat er een meer ernstige theorievorming dan vroeger vereist wordt.

Opvallend bij dit alles is nu het volgende. Daar waar de linguïstiek in haar analyse het niveau van de zin (of van een vergelijkbare syntagmatische grootheid) niet overschrijdt, zal de translinguïstiek deze beperking niet kennen en zelfs totaal anderssoortige grootheden naar voren schuiven. Het leesbaarheidsonderzoek nu, dat nochtans in zijn probleemstelling translin-

guïstisch te noemen is (effectiviteit van de communicatie, doelmatigheid van de overdracht enz.) geraakt nochtans niet boven de zin uit. Ook aan dit fenomeen zal de exclusiviteit van de kwantificering wel niet vreemd zijn.

2.4. Eens de linguïstische variabelen gevonden die correleren met de leesbaarheid, dient men nog een methode te ontwikkelen die deze *afhankelijke variabele dient te meten*. Hierbij stellen zich in feite twee problemen. Namelijk enerzijds de validiteit van de voorgestelde meetmethode, anderzijds de validiteit van de definiëring van de begrijpelijkheid of, concreter, van het reële begrijpen, de cognitief zelf.

Stellen we vooreerst dat het leesbaarheidsonderzoek voor de omschrijving van de leesbaarheid/begripelijkheid, zijn toevlucht zoekt in de operationele definitie (leesbaarheid is «datgene wat in deze of gene test gemeten wordt»).

Wat de meetmethodes betreft kan zonder twijfel gezegd worden dat de twee meest courante methodes — het stellen van vragen en de zogenaamde «close procedure» (die o.i. veeleer het herkennen dan het kennen meet) — bezwaren oproepen. Belangrijker is echter nog het volgende. De dominante tendens in de strategie van het leesbaarheidsonderzoek in dit verband is dat men bij het meten van het cognitief effect bij het lezerspubliek, *een bepaald effect als te bereiken vooropstelt* (zoveel procent van de gestelde vragen correct opgelost, een bepaald resultaat in de «close test» bereikt.) Afgezien nog van het feit dat de arbitrariteit bij het vaststellen van de grootte van deze constante toegegeven wordt, dient men dus te stellen dat in de analyse van de leesbaarheid van een tekst niet zozeer op zoek gegaan wordt naar de concrete effectiviteit van deze tekst, als wel naar de leesvaardigheid, het schoolse opleidingsniveau dat nodig is om, gezien het teksttype en het te bereiken effect, op een bevredigende wijze deze tekst te kunnen lezen. We hebben er in ons werkdocument op gewezen dat een dergelijke procedure, die aan de basis ligt van het meest courante en meest bruikbare type van formules, in de dialectiek tussen tekst, lezer en effectiviteit, de totale last van de leesbaarheidsproblematiek naar de tekst

toe schuift. Het effect dient immers constant gehouden te worden, terwijl van het publiek niets kan verwacht worden. Volgens het leesbaarheids-onderzoek grijpt de lezer immers doorgans veeleer naar teksten die iets onder zijn leesniveau liggen, dan dat hij op zijn niveau zou lezen.

2.5. De generalisaties waartoe uit het hierboven beschreven onderzoek kon besloten worden verschijnen, zoals we reeds weten, onder de vorm van de zogenaamde *leesbaarheidsformules*. Deze kunnen omschreven worden als multipale regressievergelijkingen, waarbij men vanuit een combinatie van enkele onafhankelijke variabelen — bijvoorbeeld de gemiddelde woorden zinslengte van een tekst — de leesbaarheid van deze tekst kan voorspellen.

Sommige formules voorspellen hierbij, voor een bepaald publiek, de graad van begrijpelijkheid van de tekst. De meeste formules passen echter de hierboven geschetste procedure toe. Het zijn «grade placement»-formules, die, doordat het effect constant gehouden wordt, het lezerspubliek voorspellen dat deze tekst op een bevredigende manier kan lezen. Zoals we reeds opmerkten wordt hierbij het lezerspubliek uitgedrukt in leesvaardigheid en leesvaardigheid in het niveau dat men bereikt heeft in het schoolse onderwijs, zodat men kan stellen dat «grade placement»-formules met een algemeen karakter van iedere tekst in een bepaalde taal het schoolpeil voorspellen dat nodig is om deze tekst te kunnen lezen. Initiaal leveren dergelijke formules echter slechts een cijfer (tussen de nul en de honderd) op. Het is nu de taak van de *interpretatieschaal* het bekomen cijfer om te zetten in het desbetreffende opleidingsniveau.

Een dergelijke interpretatieschaal kan echter nog meer. We hebben er reeds op gewezen dat het leesbaarheids-onderzoek een relatief standpunt inneemt: wat leesbaar is voor de ene lezer, is dit nog niet voor de andere. Anderzijds is men op zoek naar de meest effectieve vormen van de communicatie, naar de wetten van het communicatief taalgebruik. Alhoewel nu de cognitieve effectiviteit in de «grade placement»-formules constant blijft, zal men er toch in slagen de graad van de communicatieve effec-

tiviteit terug in de strategie binnen te voeren. Het is immers een klein kunstje de gemiddelde leesvaardigheid, dit is: het gemiddelde opleidingsniveau van de volwassen bevolking van een bepaald land op een paal tijdstip op te zoeken en op die manier een bepaald teksttype naar voren te schuiven dat de grootste communicatieve kracht bezit, vermits het door de meeste mensen kan gelezen worden. Teksten die door minder mensen kunnen gelezen worden, zullen dan ook minder communicatief beschouwd worden. Het leesbaarheids-onderzoek tendert in dit opzicht dan ook naar een *retoriek van de massacommunicatie*, waarbij, zoals we zullen zien, niet zelden een goed functioneren van de democratie zal verbonden worden aan het optimaal verloop van de communicatie. Het relatieve standpunt van het leesbaarheids-onderzoek maakt in dergelijke interpretatieschalen (cf. b.v. de in ons werkdocument besproken klassieke schaal van Flesch) dan ook plaats voor een expliciete hiërarchie. Hierbij rekening houdend met de stelling dat de lezer geneigd is iets onder zijn niveau te lezen, zal men een *standaardtaal* centraal stellen die voor iedereen leesbaar is. De teksten die zich verwijderen van deze norm zullen dan gerangschikt worden in een schaal die enerzijds gaat van zeer gemakkelijk tot tamelijk gemakkelijk, anderzijds van zeer moeilijk tot tamelijk moeilijk. De stelling dat wat leesbaar is voor de ene nog niet leesbaar is voor de andere, wordt dus «vertaald» in een classement waarin alle teksten naar moeilijkheidsgraad gerangschikt en beoordeeld/veroordeeld worden ten overstaan van de homunculus van de gemiddelde lezer (2).

Het is nu deze interpretatie van het relativiteitsprincipe en de manifeste homogenisatie met betrekking tot teksten en lezers, die het onderwerp hebben uitgemaakt van het tweede gedeelte van ons werkdocument. Hierbij hebben we de strategie van het leesbaarheids-onderzoek geconfronteerd met een structurele benadering van de communicatie.

3.1. Een reëel relatief standpunt met betrekking tot de leesbaarheidsproblematiek zou de stelling zijn dat wat leesbaar is voor de ene, daarom nog *niet* leesbaar voor de andere *dient* te

zijn. Het leesbaarheidsonderzoek poneert daarentegen dat wat leesbaar is voor de ene, ook leesbaar voor de andere zou moeten zijn. Het is een kritiek op de communicatie, waarbij via een manifeste hiërarchiserende rangschikking van teksten gesteld wordt dat alle teksten, hoe dan ook, gelezen zouden moeten kunnen worden door alle lezers. Men heeft hierbij mooi te stellen dat de door ons geformuleerde kritiek onrechtvaardig is, dat de hele discussie terug te brengen is tot de vraag voor welk publiek men beoogt te schrijven, dat in deze vraag het leesbaarheidsonderzoek kan helpen, dat teksten voor «specialisten» niet noodzakelijk in de standaardtaal geschreven dienen te worden enz... al deze argumenten nemen niet weg dat een aantal teksten naar moeilijkheidsgraad gerangschikt worden, waarbij men — met als centrale noties de standaardtaal en de gemiddelde lezer — zal verklaren dat tekst A evengoed bestemd is voor lezer X als tekst B, maar dat hierbij A voor deze lezer moeilijker is dan B.

Een dergelijke werkwijze miskent volgens ons het relativerend principe. Immers, ofwel het een ofwel het andere. Ofwel stelt men dat alles wat geschreven wordt bestemd is voor *verschillende* lezersgroepen, *verschillende* leesvaardigheden vereist, en dan is het, op zijn zachtst gezegd, niet steeds zinvol teksten naar moeilijkheidsgraad met elkaar te vergelijken. Ofwel vergelijkt men alle teksten onderling met elkaar, wat echter impliceert dat het ingeroepen relativisme slechts schijnbaar is en in feite een normerend standpunt verbergt, vermits men er dan van dient uit te gaan dat in feite alle teksten leesbaar zouden moeten zijn voor iedereen, doch dat in de praktijk de ene tekst leesbaarder is dan de andere voor hetzelfde publiek. De zogenaamde «grade placement»-formules zijn van deze redenering het mooiste voorbeeld te noemen: hier wordt immers de leesbaarheid uitgedrukt in de *grootte van hetzelfde homogene publiek* dat een tekst kan bereiken.

3.2. Het is derhalve duidelijk dat de notie van de homogeniteit, de figuur van «hetzelfde», een centrale plaats dient te krijgen in de thematisering van het relativiteitsprincipe. Het leesbaarheidsonderzoek is wat dit betreft

ondubbelzinnig te noemen. Zoals we hierboven reeds gesteld hebben wordt het publiek gedefinieerd door één homogene leesvaardigheid, die — juist daardoor — als kwantitatief variabel kan beschouwd worden. Juist dezelfde strategie ontmoet men wanneer men nagaat hoe de tekstuele werkelijkheid benaderd wordt. Zeker wat de «algemene formules» betreft kan men slechts stellen dat men zich hierbij baseert op een onderlinge vergelijkbaarheid van alle teksten, wat dus impliceert dat alle teksten onder te brengen zijn in één categorie. Gezien de theoretische armoede die het leesbaarheidsonderzoek in dit verband niet zelden kenmerkt, heeft men in feite het raden naar wat een dergelijke redenering fundeert. Men zou echter kunnen poneren dat de impliciete theorie van het leesbaarheidsonderzoek de volgende is.

Het leesbaarheidsonderzoek, zo zou men kunnen stellen, gaat er van uit dat, welke de specificiteit van de verschillende teksten ook is, welke functies — om deze notie hier maar te gebruiken — zij ook vervullen, zij in de eerste plaats een cognitief effect dienen te hebben: de cognitieve functie wordt geïmpliceerd door alle andere functies maar het omgekeerde is niet het geval.

Een dergelijke homogenisatie verglijdt echter maar al te gemakkelijk in een onaantvaardbaar reductionisme, zeker wanneer men de andere functies van de tekst niet expliciet in het onderzoek betreft. We hebben in dit opzicht kritiek uitgeoefend op het leesbaarheidsonderzoek vanuit het functioneel communicatiemodel van R. Jakobson, waarin duidelijk gezegd wordt dat een teksttypologie dient uit te gaan van de idee van *verschillende* functionele hiërarchieën. Dit impliceert uiteraard dat men tot een categorisering van teksten komt waarbij de operatie van de vergelijking veel minder vlot zal verlopen dan gewoonlijk in het leesbaarheidsonderzoek het geval is.

3.3. Het functiebegrip voor de rest latend voor wat het is, hebben we daarna vanuit een structuralistische visie het probleem van de leesbaarheid onderzocht en hebben we getracht tot een structurele definitie van dit begrip te komen.

Ons uitgangspunt was hierbij het — in feite vrij arbitrair gekozen — com-

municatiemodel dat binnen de ethnografie van de communicatie door D. Hymes werd ontwikkeld.

Het model zelf — geïnspireerd door R. Jakobson — is op zichzelf vrij klassiek te noemen. Het interessante is echter dat Hymes hierbij een structurele definitie van de communicatie tracht te geven. Het is nu deze structurele bepaaldheid van de communicatie die we, met behulp van een aantal auteurs (voornamelijk de teksttheorie van M. Foucault en L. Althusers notie van de structurele causaliteit) hebben trachten te thematiseren. Hierbij verscheen het communicatiemodel als een configuratie van termen (zender, ontvanger, onderwerp, situatie enz...) die bepaald zijn door hun onderlinge relaties en wel zo dat, ten eerste, deze termen buiten deze relaties niet bestaan, en, ten tweede, dat wanneer een van de termen van aard, specificiteit, verandert, alle termen, en dus ook de structuur, van specificiteit verandert. Verandert b.v. de zender van aard, dan zal b.v. ook de tekst van aard veranderen, alsook de ontvanger enz. Op die manier bekomt men een aantal *verschillende* communicatieve «regimes», door b.v. Hymes «events» en door Foucault «discursieve formaties» genoemd. In sommige van deze configuraties kunnen/moeten wij optreden als acteurs in een bepaalde rol, uit andere zijn wij uitgesloten, bijvoorbeeld omdat we de benodigde communicatieve competentie (cf. de lees- en schrijfvaardigheid) missen. Met Hymes zou men kunnen zeggen dat deze competentie groot of klein kan zijn, naargelang men zich in meer of minder regimes communicatief weet te gedragen.

Het is alleszins duidelijk dat een dergelijke, structureel bepaalde «ruimte» — die we later als de schriftuur zullen definiëren — de dimensie is waar de macht wordt uitgeoefend en aangevallen, die specialiserend werkt en waarin we, zoals in een toneelstuk, verschijnen als acteurs die een aantal rollen te vertolken hebben. De schriftuur, zo opgevat, werkt met andere woorden verdelend, en vervreemdend en versplinterend: waar ben *ik* echt nog, wanneer *ik* voortdurend verschijn met een masker op? De taal verdeelt evenzogoed als ze verzamelt.

3.4. Voor een verdere uitwerking van deze thematiek dienen we naar ons

werkdocument te verwijzen. Het ligt nu echter voor de hand dat in een dergelijke optiek de homogeniteit die het leesbaarheidsonderzoek in de communicatieve werkelijkheid had ingebracht, verdwijnt ten voordele van een radicale heterogeniteit en dat de operatie van de vergelijking en de figuur van «hetzelfde» plaats dienen te maken voor de differentialiteit. We krijgen op die manier immers een aantal niet tot elkaar te reduceren teksttypes, waarbij de stelling dat alles voor iedereen min of meer leesbaar is (en optimaal leesbaar zou moeten zijn) wordt ondergraven.

3.5. Op de vraag «Wie spreekt?», dient men in een dergelijke optiek, gewapend met het concept van de structurele causaliteit, te stellen dat het de structuur zelf is die aan het woord is. Het verschijnen immers van de tekst binnen een bepaald regime is niet langer bepaalbaar vanuit b.v. de intentionaliteit van de zender, of de behoefte van de ontvanger, of de functionaliteit t.o.v. het geheel. Het is de structuur zelf (te zien als een systeem van effecten, waarbij het geheel niet meer is dan de specifieke articulatie van de delen) die als de oorzaak dient aangewezen te worden. Deze stelling, die het mogelijk maakt de onderlinge relaties tussen de componenten te onderzoeken in een *grammatica van de communicatie* heeft ons dan ook tot een radicaal andere definitie van de leesbaarheid geleid dan diegene die in het leesbaarheidsonderzoek wordt gehanteerd. Leesbaarheid wordt nu *communicatieve grammaticaliteit*. Leesbaar is deze tekst die volgens een aantal selectie- en combinatieregels op zijn plaats verschijnt in een specifiek regime, d.w.z. in relatie met een specifieke zender en ontvanger, aangepast aan het juiste «onderwerp», in de juiste situatie enz.

4.1. Uit de vorige pagina's zijn rond de notie van de leesbaarheid in feite twee diametraal aan elkaar tegengestelde teksttheorieën te voorschijn gekomen. Enerzijds zal een structurele benadering de notie van de *schriftuur* definiëren als een dimensie die gekenmerkt wordt door differentialiteit, heterogeniteit en grammaticaliteit, als een machtsinstrument ook, dat verdelend en specialiserend werkt en dat

aanleiding geeft tot de eindeloze, vaak moeizame en niet van agressiviteit onblote arbeid van de interpretatie. De communicatie wordt niet zo zeer benaderd vanuit noties als vergemeenschappelijking, efficiënte overdracht enz., dan wel als een weinig overzichtelijke theatrale ruimte waarin men zich, gevangen in een rollenspel, dreigt te verliezen.

Daartegenover staat het leesbaarheidsonderzoek, dat in feite (impliciet) hetzelfde begrip van de schriftuur hanteert, doch juist tegen deze dimensie wil ageren, waarbij de eis van de leesbaarheid centraal gesteld wordt. Kritisch en normerend erkent het leesbaarheidsonderzoek de realiteit van de schriftuur, haar opaciteit, het feit dat ze het wederzijds begrip niet zelden in de weg staat, dat ze verdelend werkt en een obstakel vormt voor de communicatieve effectiviteit (dit wil hier zeggen: een totale en onmiddellijke transparantie voor een zo groot mogelijk aantal mensen). Het leesbaarheidsonderzoek wil hierin correctief optreden en wil dat deze trouweloosheid van het medium, deze neiging om ondoorzichtig en autonoom te worden, opgeheven wordt.

Hoe het leesbaarheidsonderzoek in zijn actie tegen deze situatie te werk gaat hebben we hierboven trachten uiteen te zetten. De *ideologie* die heel deze strategie animeert zullen we nu in het kort bespreken. Deze ideologie is meestal impliciet, niet-bewust te noemen. Wat vaak wel uitdrukkelijk met de notie van de leesbaarheid wordt verbonden is, zoals we reeds zegden, het al of niet goed functioneren van de democratie. Dit hoeft trouwens geen verwondering te wekken: de solidariteit tussen de notie van de efficiënte communicatie en deze van de effectieve democratie is klassiek te noemen en krijgt vaak een centrale plaats in allerlei communicatietheorieën (de «Nieuwe Retoriek» b.v.) toegewezen.

Waar men nu wel een expliciete en uitgewerkte leesbaarheidsfilosofie te lezen krijgt, is in het werk van een van de meest illustere leesbaarheidsonderzoekers, nl. R. Flesch. Het is dan ook deze filosofie die we in het laatste gedeelte van ons werkdocument hebben geanalyseerd.

4.2. Voor Flesch kan de schriftuur, zoals we ze hierboven hebben gedefi-

nieerd, slechts gekwalificeerd worden als een universele vloek van de *cultuur*. Pompeus, artificieel, stijf, formalistisch, aan duizend en één regels en regeltjes onderworpen, is de instantie van de letter, de boekentaal, niet zelden een medium vol listen en subtiliteiten dat veeleer de communicatie verhindert. De officiële taal bijvoorbeeld is onleesbaar en wil ook niet gelezen worden: het is een machtsinstrument dat een afstand tussen het volk, de burger, en zijn regeerders instauraert. Geconfronteerd met deze communicatieve ellende, houdt Flesch een pleidooi voor een *terugkeer* naar een meer *natuurlijke* taal. Deze laatste is te vinden in wat door hem *Plain Talk* wordt genoemd, dit wil zeggen, een schriftuur die slechts stem zou mogen zijn.

Deze ongemeen rijke notie van de *Plain Talk* is nu niets anders dan de standaardtaal zoals die door het leesbaarheidsonderzoek werd gereveleerd: een taal die voor iedereen bestemd is en die de versplintering en de afstand die de schriftuur aangebracht had in de maatschappij opheft ten voordele van een (hervonden) homogeniteit en een optimale communicativiteit.

Zoals men in deze vlugge schets kan zien wordt door Flesch de artificialiteit van de schriftuur, die behoort tot het domein van de cultuur, geplaatst tegenover een meer natuurlijke taal, die door middel van een soort terugkeer zou kunnen verkregen worden.

Dat een dergelijk redenering reminiscenties oproept aan Rousseau hoeft nauwelijks betoogd. De centrale gedachte in het laatste gedeelte van ons werkdocument is dan ook dat de niet-bewuste ideologie van het leesbaarheidsonderzoek, die ons inziens door Flesch op een fascinerende wijze werd geëxpliciteerd, rousseauïstisch is. We hebben in dit deel dan ook Flesch gelezen met behulp van Rousseau en vice versa. De manifeste overeenkomst tussen beiden qua ideeën nopens de taal, de communicatie en — breder — de representatie (zowel in linguïstische als in politieke zin) en de grote coherentie die we door deze manier van lezen aan de ideeën van Flesch wisten te geven, geven ons de moed om in dit verband de mogelijke beschuldigingen van «hineininterpretieren» van de hand te wijzen. Tenslotte willen we er nog op wijzen dat

het vooral de Rousseau - lektuur van de Franse filosofen J. Starobinski en J. Derrida is geweest die ons in onze gedachtengang heeft geleid.

4.3. In een al te grove en vlugge schets kunnen we zeggen dat voor Rousseau de overgang van de natuur naar de cultuur — overgang die tevens de «menselijke» mens constitueerde — kan gezien worden als de overgang van het onmiddellijke, van het onverdeeld aanwezig zijn bij zichzelf en de anderen, naar het middellijke. Deze overgang instauraert een gemis, een aliënatie, een afstand: men bevindt zich nu immers — en dit geldt zowel in communicatief als in politiek opzicht — in de dimensie van de representatie, in de wereld van de media. In de representanten (woorden, het gouvernement...) ben ik immers niet aanwezig, zij vervangen mij slechts. De wereld van het verschijnen, de schijn, wordt dus tegenover de wereld van het zijn geplaatst.

Naargelang de cultuur verder schrijdt neemt de aliënatie toe. Ook — en dit interesseert ons hier het meest — op het vlak van de communicatie. Na het prille begin van de taal, die slechts *stem*, spraak was en waarin de afstand nog minimaal was, ontplooit het medium zich volledig, overwoekert de schriftuur de stem en krijgen we de ellende van de cultuur in bovengeschetste zin: datgene wat slechts een instrument mocht zijn, dreigt autonoom te worden, zijn eigen wetmatigheden te ontplooiën.

4.4. Zowel Rousseau als Flesch, die een soortgelijke geschiedenis van de taal schetst, menen dat voor deze ellende een oplossing kan gevonden worden. Beiden pleiten in dit verband voor een zekere vorm van terugkeer en voor het afzweren van de artificialiteit. Voor beiden verloopt deze terugkeer op dezelfde wijze: niet naar de toestand vóór de taal dient teruggekeerd te worden, doch wel naar het begin, de kindsheid van de cultuur, de taal, de representatie.

We hebben er nu in ons werkdocument op gewezen dat men het rousseauïsche schromelijk zou miskennen, wanneer men zou menen dat deze terugkeer als een eenvoudige regressie kan opgevat worden. Zoveel Rousseau als Flesch, en dit op een identieke

manier, zien dit proces veeleer als een progressie waarbij juist in de onomkeerbare evolutie van de taal de ont-snappingskans verscholen ligt.

De redenering van Rousseau en Flesch loopt in dit verband volledig parallel. Na het poëtisch begin ontwikkelt de taal (de cultuur, iedere vorm van representatie) zich meer en meer in de richting van het conventionele, het efficiënte, abstracte, gespecialiseerde... De schriftuur, de geletterdheid wordt meer en meer belangrijk. In deze voortschrijdende aliënatie bestaat nu de kans — die slechts door enkele gepriviliegeerde culturen kan gegrepen worden — dat de schriftuur zich in die mate in bovengeschetste zin ontwikkelt, dat men uiteindelijk een uiterst efficiënt, zuiver functioneel, vereenvoudigd instrument krijgt, *dat, in een totale plooibaarheid, zichzelf wegcijfert*. Flesch vergelijkt in dit verband graag deze schriftuur met een assemblage-band en schuift hierbij de copy writing als voorbeeld naar voren. Hij meent dat dit begerenswaardig stadium zou kunnen bereikt worden in de *Plain Talk*, het standaard Engels dat in geen geval kan gezien worden als een artificiële constructie, doch veeleer dient opgevat te worden als het product, het eindstadium, van een «natuurlijke» evolutie.

4.5. In de totale aliënatie ligt dus een mogelijkheid tot terugkeer (cf. Rousseaus «sociaal contract») en wel zo dat dank zij zijn volmaakte en slaafse instrumentaliteit, het medium transparant, onzichtbaar wordt en zo de stem terug kan laten verschijnen, stem die door de al te grote autonomie van het medium niet meer gehoord kon worden.

4.6. Van wie is nu deze stem die dank zij de *Plain Talk* (d.w.z. een schriftuur die slechts een spreken is) terug kan beluisterd worden? Rousseau en Flesch zijn het in dit opzicht weerom roerend eens: het is het volk dat eindelijk aan het woord kan komen, het is de gewone burger die, voordien verdeeld en onderdrukt in en door de schriftuur, door de representanten, nu spreekt, zichzelf beluistert, zichzelf herkent en zich aan zichzelf onderwerpt.

En zo komen we dan tot de verbinding

van *Plain Talk*, deze gereduceerde en effectieve taal en de democratie. We hebben er in dit verband op gewezen hoe in de zuiverste populistische stijl Flesch erop wijst hoe in het Amerikaanse Engels en de Amerikaanse democratie dit ideaal (dat anderzijds te gengewerkt wordt door de geletterdheid zelf) in de kiem aanwezig is en dat de echte democratie slechts dan kan bestaan wanneer *Plain Talk*, deze taal van en voor het volk, gevestigd wordt. Politieke representatie en linguïstische zijn derhalve bij Flesch isomorf te noemen, een stelling die ook bij Rousseau kan aangetroffen worden.

Als besluit van ons werkdocument hebben we er dan nog op gewezen dat deze hele theorie op een onuitgesproken contradictie berust. Wanneer de mens inderdaad slechts verschenen is met de taal, en dus niet vóór de taal kan aangewezen worden, wanneer de taal dient gezien te worden als de noodzakelijke mogelijksvoorwaarde voor het verschijnen van de vreemde figuur die de mens is, is het illusorisch te zeggen dat de taal de mens — laat staan het volk — representeert en dat deze mens zichzelf niet meer terugvindt in de taal. Het is dan ook naïef de taal kritisch te onderzoeken op haar transparantie, inzichtelijkheid en getrouwheid ten overstaan van een wezen dat veeleer door de taal gesproken wordt dan dat het de taal spreekt.

(1) We zullen in deze presentatie zoveel mogelijk het vernoemen van geraadpleegde auteurs en werken trachten te vermijden. Vermelden we hier alleszins toch P. Van Hauwermeiren *Het leesbaarheidsonderzoek* (Groningen: Tjeenk Willink, 1975) dat een uitstekend overzicht en inzicht biedt m.b.t. deze disciplines.

(2) We willen hierbij nogmaals, nadat we dit reeds in ons werkdocument hadden gedaan, waarschuwen voor de manipulaties die in ons taalgebied meestal met de leesbaarheidsformules gebeuren. Twee punten maken hierbij de uitspraken van de meesten van onze leesbaarheidsonderzoekers op zijn zachtst gezegd dubieus. Ten eerste wordt niet zelden de «aanpassing» aan het Nederlands van de formule van Flesch door Douma gebruikt. Tegen deze werkwijze is terecht geprotesteerd door Van Hauwermeiren, die van het standpunt uitgaat dat men formules dient te ontwerpen die oorspronkelijk en specifiek voor het Nederlands bestemd zijn. Het tweede punt is dat men in de beoordeling van de Nederlandse teksten vaak uitgaat van een interpretatieschaal die door Flesch opgesteld werd op basis van het gemiddeld opleidingsniveau van het Amerikaanse lezerspubliek in 1950!



# de ontwikkeling van de massamedia en hun functies in de ontwikkelingslanden\*

greta pauwels - boon

## 1. Evaluatie : oorsprong en ontwikkeling

### 1.1. De geïndustrialiseerde landen

Massacommunicatie is een verschijnsel van betrekkelijk recente datum.

Het oudste massamedium, de pers, ontstaan in de 17de eeuw, begon pas na het midden van de 19de eeuw de kenmerken te vertonen die typerend zijn voor de moderne massamedia ; film, radio, grammofoon en televisie hebben een nog kortere geschiedenis achter de rug. Vooral sedert hun opgang in de 20ste eeuw is de ontwikkeling van het massacommunicatiewezen zo stormachtig snel verlopen, dat men met recht van een «communicatierevolutie» kan spreken (1).

In de geïndustrialiseerde landen werden de drukpersmedia op de hiërarchische ladder van de massamedia lange tijd vooraan geplaatst. De drukpers behield geruime tijd haar prioriteit op de andere audiovisuele media en was onder deze ook het voornaamste studie-object. Een hele tijd werd in de massacommunicatiestudies alleen aan «perswetenschap» gedaan. De re-

denen hiertoe waren o.m. niet alleen dat zij gedurende eeuwen de enige vorm van groepsinformatieoverdracht geweest was, maar ook haar grote kwantitatieve verspreiding voor een uitgebreid geleerd westers publiek. Uitzondering hierop is voor de eerste maal de periode vóór en tijdens de Tweede Wereldoorlog geweest, toen de radio-omroep op wereldvlak dank zij zijn vlugge en gemakkelijke verspreidingsmogelijkheid grote vooruitgang boekte met zijn informatieve en propagandistische functies in wat men toen de «strijd in de ether» noemde. Na de Tweede Wereldoorlog kende deze radio-omroep verder een snelle bloei, o.m. door zijn snelheid en beknoptheid van nieuwsmededeling, door zijn eigen veelzijdige mogelijkheden, b.v. van muziekoverbrenging, radioluisterspelen, enz... en bleef de pers of het geschreven woord, dank zij haar meer gedetailleerde verslaggeving en soepele ontvangstmogelijkheden, haar eigen plaats er naast behouden. De televisie heeft in de geïndustrialiseerde landen tussen 1950 en 1960, door de aantrekkingskracht van het beeld of het visuele, de democratische, massale verspreiding of de groeiende koopkracht van de massa, deze radio, evenals film en theater min of meer naar de achtergrond verdrongen. De massamedia zijn in Europa en

Noord-Amerika, door hun enorme ontwikkeling, sedertdien zelfs met elkaar in concurrentie getreden.

### 1.2. De ontwikkelingslanden

In de ontwikkelingslanden werd ook de *drukpers* als eerste massamedium ingevoerd (b.v. in Afrika rond 1800). De radio, de film en de nieuwsagentschappen startten in dit continent vrij vroeg, nl. na de Eerste Wereldoorlog, rond 1924-1930.

Maar deze media bleven in de gekoloniseerde landen gedurende heel de kolonisatieperiode hoofdzakelijk een middel om de kleine groepen van geïsoleerd wonende Europeanen in hun eenzaamheid informatie en verstrooiing te brengen.

Tijdens de Tweede Wereldoorlog kende ook in Afrika de radio een grote ontwikkeling aangezien hij als een «news from home»-dienst fungeerde voor de *Europese* bevolking. Voor de massa inlanders begonnen de massamedia pas werkelijk betekenis te krijgen op het einde van de vijftiger jaren, toen de radio-uitzendingen voor hen belangrijk werden uitgebreid, en ze ook over enkele bladzijden in de pers mochten beschikken. (Men mag daarbij niet uit het oog verliezen dat de vrijheid van meningsuiting b.v. in Kongo-Zaïre slechts in augustus 1959

(\*) Voordracht gehouden op het symposium «Universiteit en internationale ontwikkeling» in het kader van het 550-jarig jubileum van de Katholieke Universiteit Leuven (7 mei 1976).

werd erkend). Op hetzelfde tijdstip ging de introductie van de transistors voor de verspreiding van vele toestellen zorgen. Nog meer was dit het geval toen leidende functies in pers en radio aan Afrikanen werden toevertrouwd en eigen politici tot de micro of de pen werden toegelaten.

De dekolonisatieperiode bracht een algemeen gebruik mee door de nieuwe politieke leiders van de massamedia als een instrument tot verspreiding van hun politieke ideeën. De televisie werd in de meeste Afrikaanse landen na 1960 ingevoerd. Maar onder de media heeft de radio-omroep een primerende plaats ingenomen. Hierop komen we later terug.

Vooreerst wil ik de aandacht vestigen op de restrictieve betekenis van het woord «massamedia» wanneer het van toepassing is op de ontwikkelingslanden. Massacommunicatie is een wat misleidende term toegepast op deze landen. Massamedia, in de zin van in beginsel voor de gehele bevolking toegankelijke informatiebronnen, konden de dagbladen pas in het laatste kwart van de 19de eeuw worden, althans in West-Europa en in de Verenigde Staten. In het naar oppervlakte en inwonertal grootste deel van de wereld zijn persorganen, film en televisie ook in de jaren zeventig nog *elitaire media*, slechts toegankelijk voor relatief welvarende burgers in geurbaniseerde gebieden.

In de meeste Aziatische landen, evenals in het grootste deel van Afrika en Latijns-Amerika, wordt nog niet voldaan aan de door de UNESCO voor de «mediumbeschaving» gehanteerde norm van tien krantenexemplaren, twee televisieontvangers en twee filmzetels per 100 inwoners. Aan de voorwaarden waardoor deze media massamedia kunnen worden is daar nog niet voldaan (2). Radio en televisie-instituten zijn wat betreft techniek en personeel rudimentair uitgebouwd, het peil van de films is niet bijzonder hoogstaand. Deze massamedia zijn geen concurrenten van elkaar, precies omdat zij nog onvoldoende ontwikkeld zijn; ze vullen mekaar aan of zouden dat kunnen. Zij bereiken niet een groot getal mensen, zeker niet de massa. In de ontwikkelingslanden is massacommunicatie een fenomeen van de stad, regionaal beperkt tot de steden, sociaal beperkt tot de elite. Ofschoon de kolonisators veelvuldig de drukpers hebben gehanteerd, maar

dan voor eigen publiek, is dit medium met de dekolonisatie sterk achteruitgegaan en richt het zich nog enkel tot de beperkte groep van autochtone geletterden in stedelijke agglomeraties. In verschillende ontwikkelingslanden zijn dagbladen zelfs onbestaande. Rwanda met zijn 4 miljoen inwoners heeft geen krant, alleen 3 periodieken; Togo en Cameroun bezitten elk slechts 1 krant, een regeringsblad. In Cameroun verkoopt men slechts 12.000 exemplaren op een bevolking van 7 miljoen.

Met uitzondering van de schooltelevisie die in enkele landen reeds doorgedrongen is, blijft de televisie niet alleen beperkt in draagwijdte, maar ook tot de geringe groep van kapitaalcrachtige elite.

Alleen de radio-omroep maakt een uitzondering op deze algemene toestand uit, vooral sedert hij in het binnenland is doorgedrongen doordat goedkope *transistortoestellen* in het bereik vielen van alle lagen van de bevolking.

Hoe groot het overwicht van de radio op de andere informatiemedia wel is, werd bewezen door een onderzoek te Kinshasa (Zaire): tweederden van de inwoners van deze stad bleken de radio als belangrijkste en beste bron van informatie (berichtgeving) te beschouwen. Stippen we aan dat uit dit onderzoek ook de grote beluistering is gebleken door de Zairezen van onze Belgische wereldomroep (3).

Allerlei factoren van technische, psychologische, sociale, economische en politieke aard begunstigen de suprematie van de radio onder de massamedia. De voornaamste eigenschap die de radio wordt toegeschreven is wel de *snelheid* in het overbrengen en de *grote reikwijdte*. Voor de ontwikkelingslanden met hun uitgestrekte gebieden en geringe bevolkingsdichtheid, hun gebrekkige transportmogelijkheden te wijten aan een rudimentair wegennet, is verder zijn alomtegenwoordigheid een grote troef. De moeilijkheden van de distributie beperken de uitstralingsmogelijkheden van krant en film. Radioprogramma's dienen nl. niet getransporteerd te worden.

Bovendien is de radio economisch het voordeligste van de moderne massamedia. De produktie- en distributiekosten liggen betrekkelijk laag en de ontvangst kan gebeuren met behulp van goedkope transistortoestellen.

Ook *analfabeten* kunnen in hun eigen taal of dialect aangesproken worden. Vandaar de enorme kansen die de radio biedt in landen waar 70, 80, 90% van de bevolking noch lezen noch schrijven kan. De radio is een medium waar het probleem van de *veelheid van talen* en dialecten een gemakkelijke oplossing vindt. Laten wij hier tevens opmerken dat de radio het analfabetisme kan helpen bestrijden. De internationale culturele instellingen, i.h.b. de UNESCO, benadrukken de essentiële bijdrage die de radio-omroep kan leveren tot de politieke, sociale, culturele en vooral educatieve ontwikkeling van de ontwikkelingslanden, bijvoorbeeld dank zij de schoolradio. (Zij bezorgen hiervoor grote financiële steun en personeel).

Een andere eigenschap van het radio-medium is dat het voor de massa der bewoners van het binnenland vaak het enige contact is met de rest van het land en met de buitenwereld en dat het hun isolement doorbreekt.

Verder wijzen sociologen bekend met het leven in Afrika, en ook Afrikaanse leiders zelf, op de aanpassing van de radio aan de mentaliteit en de sociale, *communautaire* levenswijze van deze volkeren, op hun eeuwenoude *mondellinge traditie*: «une civilisation orale, plutôt qu'une civilisation écrite» (4).

Merken wij hierbij op dat het woord het eerste instrument van communicatie was en het gesprek (het palaver bij de Afrikanen) eigenlijk de voorloper is van het oudste massamedium: de pers. Ook wordt gewezen op het *mysterieuze effect* van de stem op de voor magie gevoelige Afrikanen en op het feit dat de plattelands- of brousebewoner datgene wat uit de stad komt (in casu de radioprogramma's) als bijzonder waardevol beschouwt. Het woord met zijn doordringende overtuigingskracht is tevens een *instrument van macht*. De radio stelt de overheid in staat het grootste gedeelte van de bevolking nagenoeg gelijktijdig te bereiken (5).

## 2. Functies

### 2.1. Instrumenten tot ontwikkeling, tot nationale integratie en tot participatie met de moderne wereld.

De restrictieve betekenis, naar westerse normen, van het woord «massame-

dia», neemt echter niet de belangrijkheid weg van de openbare communicatie in de ontwikkelingslanden. De media helpen mee het ontwikkelingsproces te bespoedigen, het in te schakelen in de nationale integratie en brengen deze continenten in een voller participatie tot de moderne wereld. Zij vertonen er een gemeenschappelijk beeld: een politieke rol in de ontwikkeling van het nationalisme en een deelneming in de moeilijke opgang tot de moderne wereld. Terecht wijst men erop dat de Afrikanen toen zij de westerse waarden en praktijken hebben overgenomen, zich meteen ook aan de cultuur van het westen gebonden hebben en vnl. aan zijn informatiemiddelen, dat hun traditionele communicatievormen niet meer volstonden en deze gemengd dienden te worden met de moderne vormen van de massamedia (6).

Aan deze media worden in de ontwikkelingslanden heel wat functies toegeschreven: publieke informatie of mededeling van nieuws, culturele, sociale, en educatieve functies. Uno-secretaris-generaal U THANT noemde hen geprivilegieerde instrumenten voor de ontwikkeling, nl. deze die rechtstreeks op de geest en de wil inwerken om bedenkingen en gedragingen te wijzigen en te moderniseren (7).

## 2.2. Politieke functies: het in stand houden van het regime aan de macht, het stimuleren van de nationale bewustwording.

De politieke functies van het medium worden door de handelwijze van de machthebbers van deze landen in het licht gesteld. Via geleide informatie en propaganda kan het politieke regime dat aan de macht is in stand gehouden worden en de nationale bewustwording bevorderd. Opvoeding tot staatsburgers, vorming van een nationaal eenheidsgevoel, mobilisatie van alle krachten («les forces vives de la nation») zijn de taken die worden toebedeeld aan de massamedia (8). De belangrijkste politieke beslissingen worden aan de bevolking via deze media meegedeeld. Het is via de radio dat het regime dagelijks bij de bevolking binnendringt; langs pers en televisie bereikt het de elite en de stadsbewoners. Deze politisering van de communica-

tiemedias is geen uitvinding van de onafhankelijke leiders, maar o.m. een uitvloeisel uit het koloniale tijdvak tijdens hetwelke deze media streng onder controle stonden van de koloniale heersers. Radio en pers waren toen reeds instrumenten voor de verspreiding van politieke ideeën. Een zeker door de kolonisator niet onderkend gevolg van het gebruik van de massamedia was dat het publiek de radio niet louter als een middel tot informatie en amusement beschouwde, een neutrale overbrenger van berichten en ontspanning, maar wel een instrument in handen van de overheid, tot educatie en indoctrinatie. De massamedia werden gebruikt om de bevolking te overtuigen van de weldaden van de kolonisering, om propaganda te voeren voor het moederland, om de massa politiek te scholen in het gewenste staatsbestel, om politieke leiders voor de micro te brengen. De Afrikaanse leiders waren zich bij de onafhankelijkheidsintrede van hun land wel bewust van deze «status conferral»-functie van de informatie (9).

Elk massamedium is een veelvormig verschijnsel. Zijn structuur, organisatie, inhoud, werking en functies weerspiegelen de maatschappij waarin het functioneert. Een massamediasysteem is een soort van spiegelbeeld van de politieke en economische structuur van een natie. Elk massamedium werkt in op de andere. Dagbladen, televisie en andere media ageren niet in het luchtledige; hun inhoud, hun reikwijdte, hun mate van vrijheid, en hun luisterpubliek worden gedetermineerd door de context van de natie waarin zij bedrijvig zijn. In de ontwikkelingslanden, met hun voor het merendeel autoritaire regimes en éénpartij-stelsel, worden de massamedia, we denken ditmaal b.v. aan de persagentschappen die de berichten verspreiden, volledig onder de controle gesteld van de publieke autoriteiten en in dienst van de verheerlijking van het regime. Vandaar dat men de nieuwsmedia in de ontwikkelingslanden wel eens «muffled drums», gedempte trommen noemt. De trom of tam-tam is lang het traditionele middel van boodschapsoverbrenging geweest. Vandaag zijn er nieuwe trommen: radio, dagbladen, periodieken, televisie, nieuwsagentschappen, m.a.w. de massamedia. Maar ze werken gedempt: de moderne nieuwsmedia worden door toedoen van de koloniale

en later van de inlandse overheid slechts in geringe mate benut of zelfs uit politiek eigenbelang bewust afgezwakt. Hun boodschappen zijn dikwijls misvormd, eenzijdig en inadequaat, bepaald door het eigenbelang (10). De moeilijkheden waarmee de verspreiding van de media b.v. in Afrika geconfronteerd wordt zijn in hoofdzaak toe te schrijven aan het feit dat deze media *Europese invoer* zijn en niets gemeen hebben met het traditionele Afrika (11). Noch het medium zelf, noch de producers hadden hechte banden met Afrika. De media brachten Europese vormen van informatie en ontspanning. Tot vóór de onafhankelijkheid werden alle belangrijke rollen door Europeanen vervuld.

## 2.3. Socio-culturele functies: de moderne Afrikaanse muziek en het streven naar authenticiteit in de film.

Als voorbeelden van de socio-culturele functie van een massamedium in de Derde Wereld willen wij de moderne Afrikaanse muziek in het licht stellen, alsook de huidige tendens in de filmmedia.

De culturele traditie in de tribale muziek werd eertijds van één generatie op de andere overgebracht zonder grondige wijzigingen. Maar de evolutie van de maatschappij en van de kunst zijn onafscheidbaar; zo dienden de enorme veranderingen veroorzaakt door de kolonisatie en de dekolonisatie vroeg of laat het ontstaan te geven aan nieuwe esthetische vormen. Het fenomeen van de urbanisatie, de veranderingen in de traditionele mentaliteit, nieuwe politieke gedragingen, de wijziging van de levenswijze en de economische transformatie, kortom het verschijnen van een nieuwe maatschappij waren onvermijdelijk het vertrekpunt van nieuwe muzikale vormen bij een volk voor wie muziek en dans een fundamentele wijze van uitdrukking gebleven zijn. Muziek maakt in Afrika deel uit van ieders dagelijks leven.

Zo is er na de Tweede Wereldoorlog een originele muziek ontstaan die tijdens de koloniale periode bij de autochtone bevolking veel succes kende en sedert de Onafhankelijkheid de massa heeft veroverd. Het traditionele ritme vermengd met de Zuid-Amerikaanse rumba's,

chachacha's en bolero's ligt aan de grondslag van deze dansmuziek, waarop met Afrikaanse teksten, Lingala, Swahili, enz... wordt gezongen. De Zuid-Amerikaanse dansmuziek werd aangepast aan de eigen technische mogelijkheden met behoud van het basisritme.

Deze muziek, in de inlandse stadsbars ontstaan, is dank zij haar verbreiding via de radio en de grammofoonindustrie, een massaverschijnsel geworden en heeft zich over een groot deel van Afrika verspreid, met regionale verschillen die wijzen op onderscheid in cultuurcontact. In weerwil van haar bindingen met de traditie en met elementen uit andere continenten (Afro-Cubaans, Latijns-Amerikaans, Caribische muziek, het Franse chanson) is deze moderne Afrikaanse muziek één van de overwegende realiteiten van het Afrikaanse leven in de stad geworden, een type van stedelijke artistieke figuratie (12).

Wanneer wij als voorbeeld Zaïre nemen, dan constateren wij dat de kolonisator in Belgisch Kongo deze muziek trachtte te weren omdat hij haar als van lage kwaliteit aanzag, maar dat onder de druk van het luisterpubliek, deze moderne Afrikaanse muziek een steeds grotere plaats gaan bekleden is in dit medium, en sedert de jaren 1960 naast de politieke propaganda en lofbetuigingen aan de machthebbers, de eerste plaats in de radioprogramma's veroverd heeft. Radio en grammofoonindustrie hebben tot de massale verspreiding van deze muziek actief samengewerkt (13).

Wij durven bijna vooropstellen dat er in de steden van Zaïre door de inlandse bevolking meer grammofoonplaten van hun eigen inlandse orkesten dan dagbladen gekocht worden. Stippen wij ook aan dat de pers, om het lezerspubliek aan te lokken, lange kronieken wijdt aan de inhoud van de liedjes, aan het persoonlijke leven van de muzikanten, aan ruzies tussen de orkesten, enz...

Deze muziek heeft haar succes niet alleen te danken aan het ritme en de melodie, maar evenzeer aan de woorden. De thema's die de liederen behandelen zijn uit de dagelijkse werkelijkheid gegrepen, zij weerspiegelen de Zaïrese maatschappij; uit de studie van de thema's van deze liederen kunnen de trekken van haar evolutie herleid worden. Liefdesgeschiedenissen, moeilijkheden veroorzaakt door

het wonen in de stad, door het gebrek aan vrijheid tijdens de koloniale periode, de bevrijding van het koloniale bewind, veranderingen in levensopvattingen, de emancipatie van de vrouw of de verheerlijking van de man, de materiële vooruitgang, de glorie van Tshombe, later van Mobutu, de inflatie, de terugkeer naar de authenticiteit, de politieke doctrines: ziedaar enkele voorbeelden van de behandelde thema's (14).

Ook in de dorpen gaat, dank zij de verspreiding van deze muziek via de transistorradio, de voorliefde van de bevolking naar deze eigen moderne muziek en dans. Wij durven vooropstellen dat in de dorpen waar een radiopost voorhanden is, menigmaal de traditionele zang en de traditionele muziekinstrumenten terzijde gesteld werden om de radio te beluisteren. Hierbij moet er natuurlijk rekening mee gehouden worden dat de brousebewoner, zoals hoger reeds geschreven werd, al wat uit de stad komt als bijzonder waardevol beschouwt (15).

Merkwaardig is dat de moderne Kongolese muziek niet alleen de massa aanspreekt; ook het merendeel van de meer ontwikkelden en zelfs de universitaires volgen de evolutie van hun nationale muziek op de voet.

Zo werd de grammofoonplaat en de radio die voor haar verspreiding zorgt, in Afrika een instrument van massacultuur en van nationale eenheid.

Filmdistributie en -exploitatie in Centraal Afrika waren tot voor kort hoofdzakelijk in handen van Franse en Noord-Amerikaanse maatschappijen. zij vertoonden een socio-culturele milieu wereldvreemd aan Afrika, een wereld van blanken en illusie van materiële rijkdom. Bewust van de aantrekkingskracht van het filmmedium proberen Afrikaanse leiders nu in hun drang naar culturele eigenheid, dat medium te gebruiken voor eigen nationale bewustwording, voor het overbrengen van een eigen boodschap over het Afrikaanse culturele verleden, om het echte authentieke beeld van Afrika weer te geven. Op het ogenblik dat de televisie in Afrika haar intrede doet zijn de Afrikaanse mediamensen zich bewust van hun afhankelijkheid van vreemde producten, wat hen verplicht ideologieën te verkondigen die sterk afwijken van hun tendens naar authenticiteit. Vandaar hun drang naar eigenheid nodig om hun complexen

tegenover die andere maatschappij af te werpen, hun streven naar een vrije ontwikkeling en eigen negro-Afrikaanse filmproductie (16).

#### 2.4. *Educatieve functies: de rol van de massamedia in de onderwijsstrategie der ontwikkelingslanden.*

Een laatste functie, doch zeker niet de minst belangrijke, die we hier willen ontleden is de educatieve, de rol van radio en televisie in de onderwijsstrategie der ontwikkelingslanden.

Sedert meer dan 35 jaar dienen radio-uitzendingen tot onderwijsmedium voor de plattelandsbevolking van Noord-Amerika, West-Europa, Australië, enz... Ook in heel wat ontwikkelingslanden hebben de UNESCO, de FAO (Voedsel en landbouworganisatie), particuliere instellingen (waaronder de Kerk), en ook regeringen zelf, het initiatief genomen tot het experimenteren met de radio en later ook met de televisie, voor het aanleren van nieuwe landbouwtechnieken, voor de vorming en informatie van nieuwe industrie-arbeiders, geboortebeperving, bestrijding van ziekten, alfabetisatie, het realiseren van politieke of commerciële plannen, voor de vernieuwing van het onderwijs, de herscholing van de onderwijskrachten, of om het onderwijzerstekort te helpen oplossen (17). De radio-omroep is hier, dank zij de transistors en de registratie-apparaten een goedkoop en efficiënt medium. De televisie kost heel wat meer, maar biedt nieuwe eigen mogelijkheden.

##### 2.4.1. *Alfabetisatiewerk of volwassenvorming langs de radio in Latijns-Amerika.*

Een instructief voorbeeld van de radio als instrument van rurale educatie is de werking van radio Sutatenza in Colombia (Latijns-Amerika).

Sutatenza is een dorpje gelegen in de bergen ten Noord-Oosten van Bogota, in een zuivere landbouwstreek. Pater Salcedo besloot in 1947 een educatieve actie te voeren door middel van de radio in de Tenzavallei waar op een bevolking van 100.000 inwoners, 80% analfabeten woonden. Een geldinzameling onder de bevolking maakte het hem mogelijk een zender van kW middengolf te kopen. Na enkele maan-

den proefnemingen besloot hij in het geheel van de vallei een honderdtal radioscholen op te richten. Hij kocht in de V.S. 100 ontvangtoestellen (die gedurende 500 uren op batterij werkten). De Colombiaanse regering verleende haar medewerking door het verschaffen van het schoolmateriaal en een alfabetisatiemethode. Deze proeven kenden een zulkdanig succes dat met de aankoop van een nieuwe kW middengolfzender, gepoogd werd allengs heel Colombia te bestrijken. Ook werden 700 nieuwe ontvangtoestellen in gebruik genomen. Deze toestellen werden in een kast achter slot geplaatst. Alleen de plaatselijke verantwoordelijke heeft er toegang toe. Als «auxiliario immediat» (directe medewerker) wordt hetzij het lokale schoolhoofd gekozen, hetzij iemand uit de plaatselijke bevolking die geletterd is. Gezien het succes kon een groot centrum van «Accion Cultural Popular» opgericht worden, met studio's, burelen, een bibliotheek, een discotheek, een radiolaboratorium, toneel en film, en een hotel voor bezoekers van het centrum. Dit «Sutatenza»-centrum is een uitzendingscentrum, een vormingscentrum voor regionale onderwijsinspecteurs, voor het technisch personeel en voor onderwijzers. Mede dank zij giften van de landbouwers van de Tenzavallei werd de oprichting van het centrum mogelijk gemaakt. Uiteindelijk konden 200.000 leerlingen de uitzendingen volgen. De cursussen heben elke dag plaats, zelfs op zondag; wel hebben de uitzendingen op zondag een meer recreatief karakter. De cursussen voor de mannen worden uitgezonden van 17 uur tot 18.30 uur, die voor de vrouwen van 16 uur tot 17 uur. De stof omvat lezen en schrijven, rekenen, aardrijkskunde, nationale geschiedenis, urbanisatie, opvoeding tot burgerzin, catechismus, hygiëne, agronomie, veeteelt. De leraar geeft de cursus via de radio, de helper of het schoolhoofd licht de moeilijkheden toe en schrijft op het bord wat de leerlingen in hun schrift dienen te noteren. De animators van Radio Sutatenza beschikken over pedagogisch materiaal, b.v. maquettes voor het onderwijs van de aardrijkskunde; wat het werk van de radio-leraars ten eerste vergemakkelijkt. De leesles bestaat erin korte zinnen te lezen in de op voorhand uitgedeelde brochures. De radio vormt ook de helpers van de verschillende

parochies die zich naar het platteland begeven om er elementaire cursussen te geven; ook komen er lessen van zeer praktische aard aan bod, b.v. over de bouw van een huis op het platteland, van een hygiënische keuken, van kippenkwekerijen, enz... Over alles wat dienstig is voor het rurale leven.

Elke morgen vertrekken de landbouwers met een klein radiotoestel naar de velden en tijdens de rustpauze, het ogenblik van de radio-uitzendingen, luisteren zij naar de lessen.

De innovatie van pater Salcedo's methode was, dat zij de eerste geslaagde poging was om aan het gebrek aan scholen te verhelpen en om rekening te houden met het feit dat in sommige ver van elke stad verwijderde streken de landbouwers geen school kunnen lopen zonder hun landbouwactiviteiten te verwaarlozen (18).

#### 2.4.2. Campagne met radiostudiegroepen in Tanzania.

Een ander voorbeeld van rurale radio-educatie is de campagne met radiostudiegroepen in Tanzania (Oost-Afrika).

Heel wat ondervinding met volwassenenvorming via de radio is in dit land opgedaan. Tanzania, een ontwikkelingsland dat hoofdzakelijk leeft van landbouw, heeft een zeer bewuste ontwikkelingspolitiek; het ziet in de opvoeding van volwassenen een belangrijk instrument om de ontwikkeling te bewerken.

In een land met een zeer verspreide bevolking, in meerderheid ongeletterd, zonder gekwalificeerde leerkrachten en zonder uitgebreide financiële middelen, bracht de radio die meer en meer verspreid is, een oplossing voor de opvoeding van de massa. Men bezit hier op het punt van massaëducatie reeds een zekere ondervinding. De eerste pogingen werden door het Institute of Adult Education (Dar Es Salaam) in 1969 en 1970 ondernomen. Uitgebreide campagnes werden uitgevoerd in 1971, 1973 en 1975. Van de 1973-campagne 'Mtu ni Afya-Man is health' (de mens is gezondheid) bezit men een waardevolle evaluatie.

Om de rol van de radio in deze campagne te begrijpen moet men wel inzien wat Tanzania met de «educatie» op het oog heeft. De autoriteiten wen-

sen niet gewoon informatie over te brengen, maar de mensen bewust te maken van hun problemen door ze actief bij het leerproces te betrekken, zodat zij dank zij het opvoedingsproces in staat zouden gesteld worden hun levensomstandigheden radicaal te wijzigen (conf. de ideeën van P. FREIRE). De radio is daar ook maar één middel in een doelbewust georganiseerde campagne, waarin de nadruk ligt op de actieve participatie van allen, zonder leermeester die optreedt als dé bron van kennis.

Het studieobject van de «Mtu ni Afya»-campagne waren de in Tanzania veel voorkomende ziekten (zoals malaria) en de elementaire voorzorgen van hygiëne waardoor men heel wat ziekten (en dus produktiviteitsvermindering) verhinderen kan.

Met deze campagne hoopte men één miljoen volwassenen te bereiken. De ze werden in kleine studiegroepjes ingedeeld (streefcijfer: 15 deelnemers, in feite veelal heel wat meer). Voor elk van de 65 tot 75.000 studiegroepen diende een leider (animator veel meer dan leraar) te worden voorbereid, die in principe inzake de bestudeerde aangelegenheid niet competentier was dan de andere deelnemers.

Deze tienduizenden groepsleiders werden gevormd gedurende 2.000 korte seminaries, die overal in het land gehouden waren door een honderdtal gespecialiseerde hogere ambtenaren, die vooraf geïnitieerd waren.

De campagne duurde 12 weken (nadien stelde men vast dat 10 weken een maximum is voor een ideaal verloop), en bestond uit een wekelijkse vergadering rond de radiouitzending. Heel belangrijk was een zorgvuldig opgesteld handboek, dat de uitzendingen begeleidde. Een van de nevenbedoeelingen van de campagne was degenen die hadden leren lezen de gelegenheid te bieden hun pas aangeleerde vaardigheid te beoefenen.

De animators waren werkelijk de spil van de hele campagne. Het ging om niet betaalde vrijwilligers, in staat om een groep te begeleiden, en geletterd, (want ze dienden het handboek te kunnen hanteren).

Het handboek schijnt een erg belangrijke rol te hebben gespeeld. Het was opgesteld in eenvoudig Swahili. Het bevatte een formulier, terug te zenden aan de organisators, met gegevens over deelnemers en deelneming.

Opvallend is de minutieuze planning

van de hele campagne en de zorgvuldige voorbereiding ervan (18 maand voor het organiseren, voorbereiden van de animators, opstellen en produceren van het handboek, berichten in radio en pers, slogans op affiches en stoffen, enz...).

Men komt evenzeer onder de indruk van de lage kostprijs van de campagne als van de energie die ze gebundeld heeft; dank zij de vrijwillige inzet en het gebruik van goedkope middelen.

Men schijnt erg tevreden over de resultaten van de campagne: een lage proportie van deelnemers die opgaven (35%), veel meer deelnemers dan verwacht, tastbare resultaten inzake hygiëne. Vooral het groeiend bewustzijn van de bevolking omtrent haar problemen wordt als positief aangezien (19).

#### 2.4.3. Schooltelevisie in het lager onderwijs: het voorbeeld van Ivoorkust.

Ook de televisie wordt bij het onderwijs in de ontwikkelingslanden actief betrokken. Als voorbeeld citeren wij het televisueel onderwijsproject in een Franssprekend ontwikkelingsland van West-Afrika, Ivoorkust (20).

In 1968 werd voor het eerst een actieplan voor televisueel lager onderwijs aan de Ivoorkust uitgewerkt met de hulp van verschillende buitenlandse instanties (UNICEF, UNESCO, FED, enz...) en in 1971 is men met dit experiment, het onderricht van de schoolgaande jeugd met behulp van de televisie, begonnen. In 1972 zou dit televisueel onderwijs 1.257 klassen tellen. De bedoeling is binnen enkele jaren de veralgemening van dit onderwijs te bereiken voor al de kinderen van de leeftijd van 6 jaar (21).

De oorzaak van de onderwijshervorming was het dysfunctioneel karakter van het bestaande onderwijs, gebaseerd op het vroegere koloniale systeem naar Frans type (de leermeesters gebruikten nog steeds Franse leerboeken). Dit onderwijssysteem was economisch en sociaal niet in overeenstemming met de behoeften van de Ivoiriaanse maatschappij en verwekte een kloof tussen en een migratie van het rurale naar het stedelijke milieu. Het beantwoordde veeleer aan Franse cultuurobjectieven. Het stimuleerde niet de integratie van de Ivoiriaan in

de ontwikkelingsprojecten en verwaarloosde de modernisering van de rurale wereld; vandaar massale inschrijvingen in klassen met leerstof naar Frans cultuurpatroon en een milieuvreemde toekomst. De gevolgen bleven niet uit: werkloosheid in de stad en achteruitgang van het rurale milieu (22).

Deze toestand noopte de autoriteiten ertoe op het einde van de jaren 60 naar een nieuwe onderwijspolitiek te streven.

Een radikale programma- en methodehervorming werd ingevoerd. Het nieuwe programma werd volledig opgesteld vanuit de Afrikaanse werkelijkheid, de plaatselijke situatie en vanuit de wereld van het kind of de leerling zelf (cf. de Decroly-methode). Dit gebeurde met behulp van de vernieuwde televisuele klassen (23).

Het televisueel onderwijs heeft tot doel fundament te zijn van een moderne cultuur: het wil alle jongeren integreren in de ontwikkeling van de economische produktie van het land, in het sociale en nationale leven. Ook kan de televisie zorgen voor een mentaliteitsverandering in dat opzicht bij de volwassenen. Dank zij de schooltelevisie kan men tot de scolarisatie van de gehele bevolking komen. tot massa-onderwijs, gekenmerkt door de systematische promotie van alle kinderen. Als programmapunten werden o.m. opgesteld: de integratie van de school in het plaatselijk milieu, de herziening van de pedagogische concepten: eliminatie van alle dogmatisme, het gebruik van de actieve methode, rehabilitatie van handarbeid: meer beroeps- en technologische vorming, voorbereiding op de socialisatie en vorming van de arbeider.

De schooltelevisie kan ook een belangrijke rol spelen in het onderwijs in de Franse taal, die gezien de zeer talrijke en in sommige gevallen nauwelijks geschreven Afrikaanse talen, één der elementen voor de opbouw van de Afrikaanse eenheid is (24).

De voordelen van het televisie-onderwijs zijn verder (25):

- meer mogelijkheden van voorstellen van concrete elementen, in tegenstelling met de verbale voorstellingen in het traditionele onderwijs.
- Verspreiding van goede visuele en sonore modellen.

- Openheid en gerichtheid op de wereld.
- Actualisatie van het onderwijs zowel wat de inhoud als wat de methode betreft.
- Het visualiseren of voorstelbaar maken van moeilijk toegankelijke onderwijsinhouden.
- Mogelijkheid tot herscholing van de onderwijskrachten.
- Unificatie van het onderwijs, factor tot nationale en culturele eenmaking maar tevens ook mogelijkheid tot regionale aanpassing.
- Integratie van de verschillende vakken.
- Behoeft aan een klein aantal onderwijzers van hoge kwaliteit wier werk aan alle scholen van het land kan ter beschikking gesteld worden.
- Snelheid van verspreiding.
- Aansporing tot vernieuwing en creativiteit.
- Tenslotte kunnen de schoolprogramma's met ontwikkelingsprojecten verbonden worden.

De vorming van de leerkrachten gebeurt in animatiecentra voor pedagogische vorming: de CAFOP (Centres d'animation et de formation pédagogique). Hier worden o.m. de sonore, visuele, audio-visuele technieken aangeleerd, en het gebruik van de audio-visuele middelen ingeoeffend (26).

Het laboratorium voor Experimentele Pedagogie van de Universiteit van Luik verleent zijn medewerking aan de uitvoering van de schooltelevisie door het bestuderen van de evaluatie van schoolrendement van dit onderwijssysteem.

#### 2.4.4. Besluit

Tot slot benadrukken we het feit dat, ofschoon een hele reeks ontwikkelingslanden de radio (en ook de televisie) ten dienste van de plattelandbevolking aesteld hebben, deze media zeker niet voldoende benut worden. In de meeste gevallen komen de initiatieven van het buitenland, een deels van internationale organismen, anderdeels van privé-personen of -groepen.

De nationale omroepstations—in de meeste van deze landen is het radio- en TV-instituut staatsmonopolie en wordt zowel over het budget als over de benoeming van het personeel en de te voeren politiek door de machtheb-

bers beslist— besteden hieraan niet voldoende aandacht.

De belangrijkste redenen hiervoor zijn :

— dat de functionarissen van de radio- en TV-stations de doeltreffende technieken niet kennen en eenvoudig de buitenlandse schoolprogramma's overnemen ;

— dat zij zich ook niet voldoende bewust zijn van de problemen verbonden met het uitvoeren van de rurale campagnes, problemen van vervoer, reparatie van materiaal, het opstellen van het programma, de vorming van het personeel, enz...

— dat de machthebbers zich vooral met de ontwikkeling van het stads- milieu bezighouden of met de verspreiding van hun politiek prestige. Alfabetisatie en verbetering van het rurale levensmilieu zijn al te vaak niet hun hoofdbekommerenis.

De instellingen en personen die zich in Europa bezighouden met de vorming van het radio- en televisiepersoneel uit de ontwikkelingslanden kunnen hier een grote hulp bieden door de werking van de massamedia voor de rurale ontwikkeling te accentueren (27).

(1) KEMPERS, F., *Massacommunicatie*, in *Grote Winkler Prins*, deel 12, Elsevier Brussel, 1975, blz. 712-713.

(2) KEMPERS, F., i.c.; SCHAAFMA, H., *Pers*, in *Grote Winkler Prins*, deel 15, Elsevier Brussel, 1975, blz. 271-272.

(3) De resultaten van dit onderzoek door S.A.

MARCOMER in 1967 ondernomen, werden gepubliceerd in MIGNON, J.C., *L'Opinion publique à Kinshasa face aux moyens d'information*, (R.T.B., Emissions Mondiales), Brussel, z.d. (1968), 4 blz., gepolicieerd.

(4) *La radio éducative au Senegal*, in *Interstages*, nr. 105-106, juli 1975, blz. 7.

(5) BOON, Gr., *Ontstaan, ontwikkeling en werking van de radio-omroep in Zaïre tijdens het Belgische koloniale bewind*, (doctoraal proefschrift), K.U. Leuven, 1975, blz. 3-6.

(6) DOOB, L.W., *Communication in Africa: A Search for Boundaries*, New Haven (Conn.), Yale University Press, 1961. Over de velerlei vormen van communiceren in de traditionele Afrikaanse gemeenschap biedt DOOB een waardevolle studie. SCHRAMM, W., *L'information et le développement national*, Parijs, 1966, blz. 293, bevestigt de stelling van DOOB.

(7) NDZANA ONDOBO, *Le cinéma en Afrique*, in *Zaïre*, nr. 195, Kinshasa, mei 1972, blz. 13.

(8) Zie o.m. AYIMPAM, Th., *L'information, moyen d'éducation civique*, in *Interstages*, nr. 27, Brussel, 1 oktober 1965, blz. 1-4. — PELENZI, A., *L'information et la formation de la conscience nationale* (Bespreking van een toespraak gehouden door J.J. KANDE), in *Interstages*, nr. 50, Brussel, 15 augustus 1968, blz. 01-03.

(9) BOON, Gr., *Ontstaan, ontwikkeling en werking van de radio-omroep in Zaïre tijdens het Belgische koloniale bewind*, K.U. Leuven, 1975, blz. 333.

(10) HACHTEN, W.A., *Muffled Drums. The news media in Africa*, Ames (Iowa), 1971.

(11) HACHTEN, W.A., *op. cit.*, blz. 271.

(12) HEINS, E.L., *Muziek in Afrika*, in *Grote Winkler Prins*, deel 12, Elsevier Brussel, 1975, blz. 389. — LONOH, M., *Essai de commentaire sur la musique congolaise moderne*, Kinshasa, 1969. — LUZIBU BASILUA, *L'évolution de la mentalité zaïroise perçue dans sa musique*, in *ZAIRE AFRIQUE*, nr. 79, Kinshasa, 1973, blz. 531-541.

(13) BOON, Gr., *op. cit.*, blz. 322-323.

(14) LUZIBU BASILUA, i.c.

(15) BOON, Gr., *op. cit.*, blz. 336.

(16) *Le rôle du cinéaste africain*, in *Interstages*, nr. 105-106, 1975, blz. 33. — NDZANA ON-

DOBO, *Le cinéma en Afrique*, in *Zaïre*, nr. 195, Kinshasa, mei 1972, blz. 12-13. — POMMIER, P., *Cinéma et développement en Afrique noire francophone*, série Afrique noire, Parijs, 1975.

(17) PICKSTOCK, M., *Radiodiffusion rurale, puissance de l'éducation*, in *Interstages*, nr. 97, Brussel, juli 1974, blz. 5-6.

(18) ACPO, *What is, what are the objectives of, what does ACCION CULTURAL POPULAR?*, Bogota-Colombie, 1965.

CELARIE, A., *La radiodiffusion harmonisée au service du développement*, in *Les cahiers africains*, nr. 6, Parijs, 1962, blz. 23-25, 83-85. PAUWELS-BOON, Gr., *Rôle de la radio dans la formation des instituteurs. Radio Sutatenza (Colombie)*, in *Rapport des semaines d'étude sur le recyclage des instituteurs radio-scolaire*, Kinshasa, 1970.

(19) BARRET, H., *Une campagne radiophonique en Tanzanie*, in *Interstages*, nr. 108, november 1976, blz. 16-19. — GRENHOLM, L.H., *Radio study group campaigns in the United Republic of Tanzania*, The Unesco Press, Parijs 1975.

(20) De hier volgende gegevens werden geput uit de licentiaatsverhandeling van H. DAMIAANS, *Het lager onderwijs van Côte d'Ivoire in het raam van zijn educatief en socio-economisch bestel*, K.U. Leuven, 1975. Zie ook MINISTERIE DE L'EDUCATION NATIONALE, R.C.I., *Actualisation du programme d'éducation télévisuelle 1973-1976*, Secrétariat d'Etat à l'Enseignement Primaire et à l'Education télévisuelle, Abidjan, mei 1973; *Evaluatie van het onderwijs, een wetenschappelijke première in Ivoorkust*, in *Dimensie-3*, januari 1976, blz. 7.

(21) DAMIAANS, H., *op. cit.*, blz. 139.

(22) Merken wij hier op dat deze toestand in de Ivoorkust representatief is voor heel wat gekoloniseerde Afrikaanse landen, o.m. ook voor Zaïre.

(23) DAMIAANS, H., *op. cit.*, blz. 251.

(24) DAMIAANS, H., *op. cit.*, blz. 231-232.

(25) DAMIAANS, H., *op. cit.*, blz. 137-138.

(26) DAMIAANS, H., *op. cit.*, blz. 226.

(27) PICKSTOCK, M., *Radiodiffusion rurale, puissance de l'éducation*, in *Interstages*, nr. 97, Brussel, juli 1974, blz. 5-11.

(ADVERTENTIE)

Het Standaardwerk is compleet !

## HENDRIK DE MAN

Persoon en ideeën. 6 delen.

Deel 1 : Autobiografie.

Deel 2 : Psychologie van het socialisme en Opbouwend socialisme.

Deel 3 : De socialistische idee.

Deel 4 : Het plannisme.

Deel 5 : Verspreide geschriften.

Deel 6 : Massificatie en cultuurverval.

Prijs per deel : 800 Fr.



NAAMSESTRAAT 57

3000 LEUVEN

# robert hersant: een franse axel springer?

jan servaes

In 1892 telde Frankrijk 414 kranten, in 1914 waren dat er 302, in 1939 nog 206, 203 in 1946, en er bleven er nog 111 over in 1960. Momenteel nog 92. Ook in 1892 werden in 69 Franse steden meerdere kranten uitgegeven. Dit cijfer daalde tot 17 in 1962 en tot 6 in 1975. Vooral Parijs had sterk te lijden onder deze teruggang: van de 60 uitgaven in 1914 telde men er vorig jaar nog 9.

In tegenstelling tot deze numerieke recessie, steeg de totale oplage gestadig: van 9 miljoen in 1914, over 11,7 miljoen in 1939 en 11,3 miljoen in 1960 tot ongeveer 12 miljoen in 1975.

Al deze cijfers alleen maar om aan te tonen dat - alhoewel er geen vermindering van de krantenverkoop merkbaar is o.i.v. radio en televisie - er steeds meer krantetitels verdwijnen. De perswereld ontsnapt dus, net zomin als andere sectoren, niet aan de economische marktwetten die de ondernemingen naar een toenemende concentratie en monopolievorming drijven.

Slechts weinigen wagen het nog om met een nieuw dagblad uit te pakken. *Le Quotidien de Paris*, dat eigenlijk een voortzetting is van het verzetsblad *Combat*, en de linkse dagbladen *Libération* en *Rouge* zijn de enige uitzonderingen.

De oorzaken van deze 'crisis in de pers' werden reeds eerder in dit tijd-

schrift behandeld (1), zodat we ons hier beperken tot de beschrijving van één van de meest ophefmakende en terzelfdertijd flagrantste voorbeelden van monopolievorming in de Franse pers: het imperium Hersant.

## Voorspel

Na een militante deelname aan extreem-rechtse groeperingen en een kortstondige flirt met het Vichy-regime - waarvoor hij trouwens bij de bevrijding veroordeeld werd, maar in 1956 amnestie kreeg - lanceerde Robert Hersant in 1950 het tweemaandelijks gespecialiseerde tijdschrift *Auto-Journal*. Deze formule kende succes - zijn verleden werd doodgezwegen - en hij bracht nog enkele gespecialiseerde vrijetijdsbladen op de markt, o.a. *L'Equipement Ménages* en *Le Quincailler*.

In 1953 kocht hij een regionaal weekblad op, en, na enkele aanpassingen, hield hij zijn eerste dagblad ten doop: *Oise-Matin*. Hij gebruikte dit blad als springplank voor zijn carrière als volksvertegenwoordiger van een 'radikaal-socialistische' lijst. Maar al vlug veranderde zijn politieke gezindheid en vervoegde hij de gaulisten.

Zijn opmars begon. In de periode 1956-1959 legde hij beslag op een negental kranten die hij tot vier centrumkranten fuseerde onder de ti-

tel *Centre-Presse*. In 1957 richt hij een publiciteitsagentschap *Publi-Print* op; in 1959 neemt hij *L'Eclair de l'ouest* van Nantes, *L'Action Républicaine* van Dreux en *La Liberté du Perche* van Nogent over. In 1960 is het de beurt aan *Le Berry Républicain* en in 1963 kocht hij vervolgens *La Liberté du Morhiban* op. Het ging hem zo voor de wind dat in 1964 de eerste *France-Antilles* van de persen rolt, hij een nieuw dagblad *Seine et Marne Matin* opricht en twee weekbladen van het Eure- en het Loire-departement overneemt.

In 1965 deed hij de *Oise-Matin* van de hand aan een andere persmagnaat, Amaury (*Le Parisien Libéré*, *L'Equipe*, *Carrefour*, *Marie-France*...).

Vervolgens viel zijn blik op het noorden van het land en nam hij de controle op de *Nord-Matin* (1967) en slorpte *Le Havre Presse* in 1969 op. Daarna, we schrijven 1970, nam hij even een kijkje in het zuiden van Frankrijk en richtte er prompt de groep *La Nouvelle République des Pyrénéés* op.

De tijd van de echt grootse veroveringen was nu aangebroken. In 1972 slaagde hij erin een meerderheids-participatie te nemen bij de invloedrijke regionale krant *Paris-Normandie* en nam hij zijn concurrent in het noorden, de *Nord-Eclair*, over.

Ook op andere terreinen van de perswereld maakte hij naam. Zo is hij sedert 1966 voorzitter van *Socpresse*.



In 1968 wordt hij voorzitter van de NV Nord-Presse en komt in 1972 voor in de vereniging van parlementsleden die eigenaar zijn van weekbladen. Verder heeft hij zichzelf benoemd tot voorzitter van het bestuurscomité in de persgroep Robert Hersant en wordt hij opgemerkt als voorzitter van het Frans Verbond van de Periodieke Pers en ondervoorzitter van de Bond van Provinciebladen.

### Le Figaro

Na zich alzo knus genesteld te hebben in twee Franse gewesten - Normandië en het industriële noorden -

miste hij nog enkele punten in het mekka van de Franse krantenwereld: Parijs. Daar immers zijn de nieuwste technieken op het vlak van drukprocedures geconcentreerd en heeft men een goede uitvalsbasis voor strooptochten in de rest van het land.

Hersant verzekerde zich daarom op 1 juli 1975 van de controle over *Le Figaro*. Hiervoor kocht hij 80% van de aandelen van Jean Prouvost, de textiel- en krantenmagnaat. Jean Prouvost (2), 91 jaar, trok zich definitief terug uit de persmiddens en verkocht zijn gerenommeerde, maar ook verlieslatende *Paris Match* (564.000 ex.),

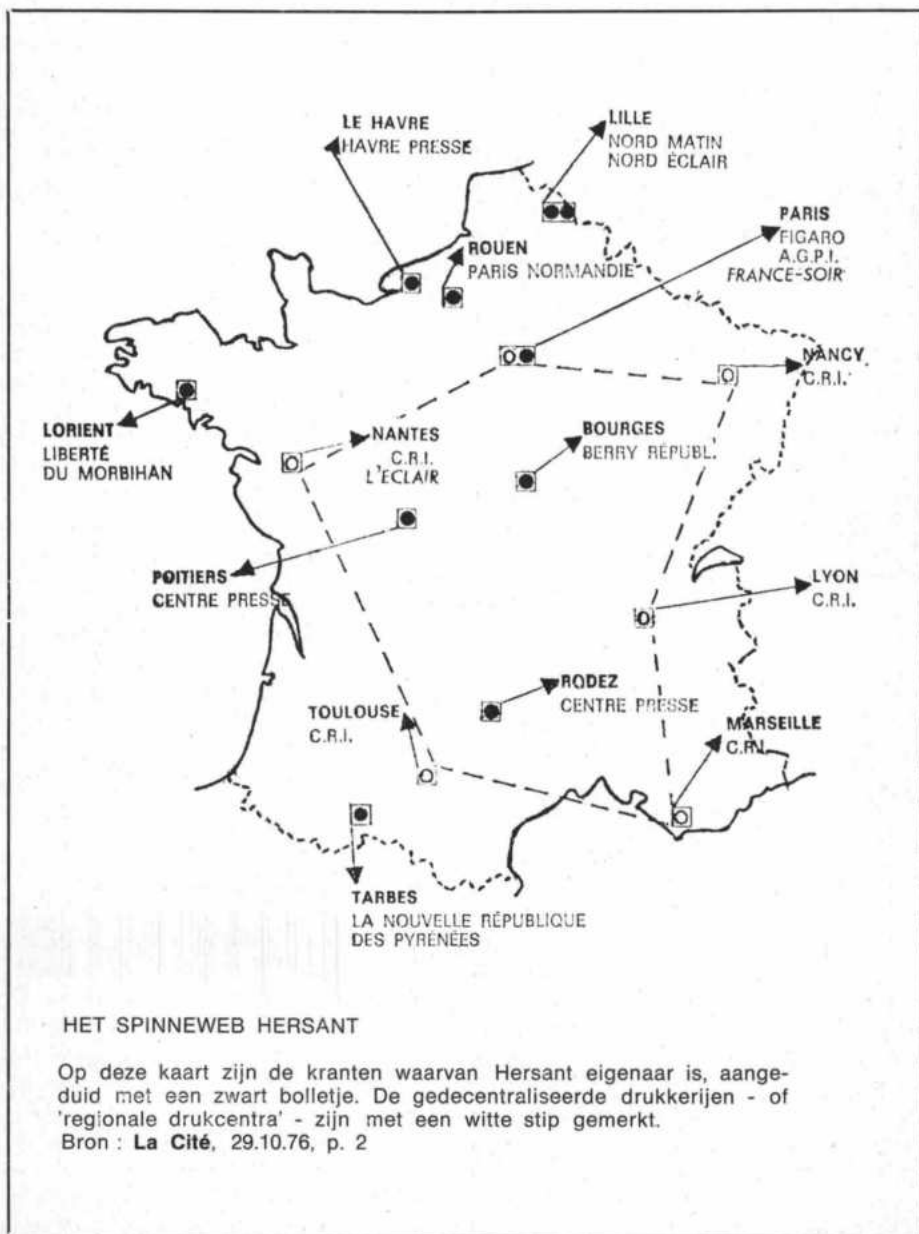
het programmablad *Télé 7 jours* (2.120.000 ex.) en het maandblad *Parents* (442.000) aan Hachette; terwijl hij de vrouwenbladen *Marie-Claire* (500.000), *La maison de Marie-Claire* (186.000), *Cent Idées* (238.000) en *Madame Fourneuse* (115.000), plus de franstalige versie van *Cosmopolitan* (140.000) overliet aan zijn kleinkinderen. Dit betekende het einde van het op één na grootste Franse persbedrijf.

Hersants intrede aan het hoofd van het aristocratisch instituut dat *Le Figaro* altijd geweest is, had iets van beeldenstormerij. De directeur Jean d'Ormesson wou uit protest aftreden, Denis Perrier-Daville, voorzitter van de 'Société des rédacteurs' reageerde zeer scherp en de redactie ging onmiddellijk voor 24 uur in staking. Zij protesteerde zowel tegen de persoon van de nieuwe eigenaar als tegen de manier waarop de verkoop plaatsvond. Andere kandidaat-kopers hadden immers geen kans gekregen een bod te doen, terwijl men zich afvroeg waar het geld voor de aankoop - 10 miljard oude Franse franken - vandaan kwam.

Hersant wist zich echter stilaan maar zeker op te dringen. Hij benoemde zichzelf - en lapt hiermee de in 1976 afgesloten overeenkomst tot scheiding van redactie en uitgever aan zijn laars - tot lid van een driehoofdig comité dat de politieke lijn van de krant zou bepalen.

Na een vergadering van de Franse CGT-federatie van de arbeiders van het boek, de nationale unie van de journalistenvakbonden en het Parijse intersyndikaal comité CGT van het boek werd in een gemeenschappelijke resolutie de «machtspositie veroordeeld die Robert Hersant nu in de Franse dagbladwereld bekleedt, wat de persconcentraties nog in de hand werkt en een aanslag betekent op de vrije meningsuiting en op het pluralisme van de informatie».

Ook de redactie van de *Paris-Normandie* werd tot de orde geroepen door de benoeming van een nieuwe hoofdredacteur. Alle journalisten werden gedwongen de richtlijnen van de directie te onderschrijven: ze hadden de keuze tussen onderwerping of ontslag. Ingevolge de huidige



structureel-economische crisis van het westerse systeem en de werkloosheid die deze meebrengt enerzijds, en het ontbreken van een eensgezind redactiestandpunt anderzijds, legden de meesten hun deontologische principes terzijde en kozen eieren voor hun geld.

Op sommige andere redacties, zoals bijvoorbeeld bij de *Nord-Eclair*, zag het er naar uit alsof Hersant de oorspronkelijke ideologische lijn van het blad zou eerbiedigen. Maar dit was slechts uitstel.

### France-Soir 1

De deining en verontwaardiging over de overname van *Le Figaro* waren nog maar net weggeëbt, of men werd opgeschrikt door Hersants ambitieuze plannen met *France-Soir*. Dit Parijse boulevardblad met vele edities was aanvankelijk opgekocht door de andere persreus Hachette. Pogingen tot herstructurering, directie- en redactiewisselingen liepen spaak en Hachette besloot om *France-Soir* van de hand te doen. *France-Soir*, eens 'le premier quotidien de France', zag

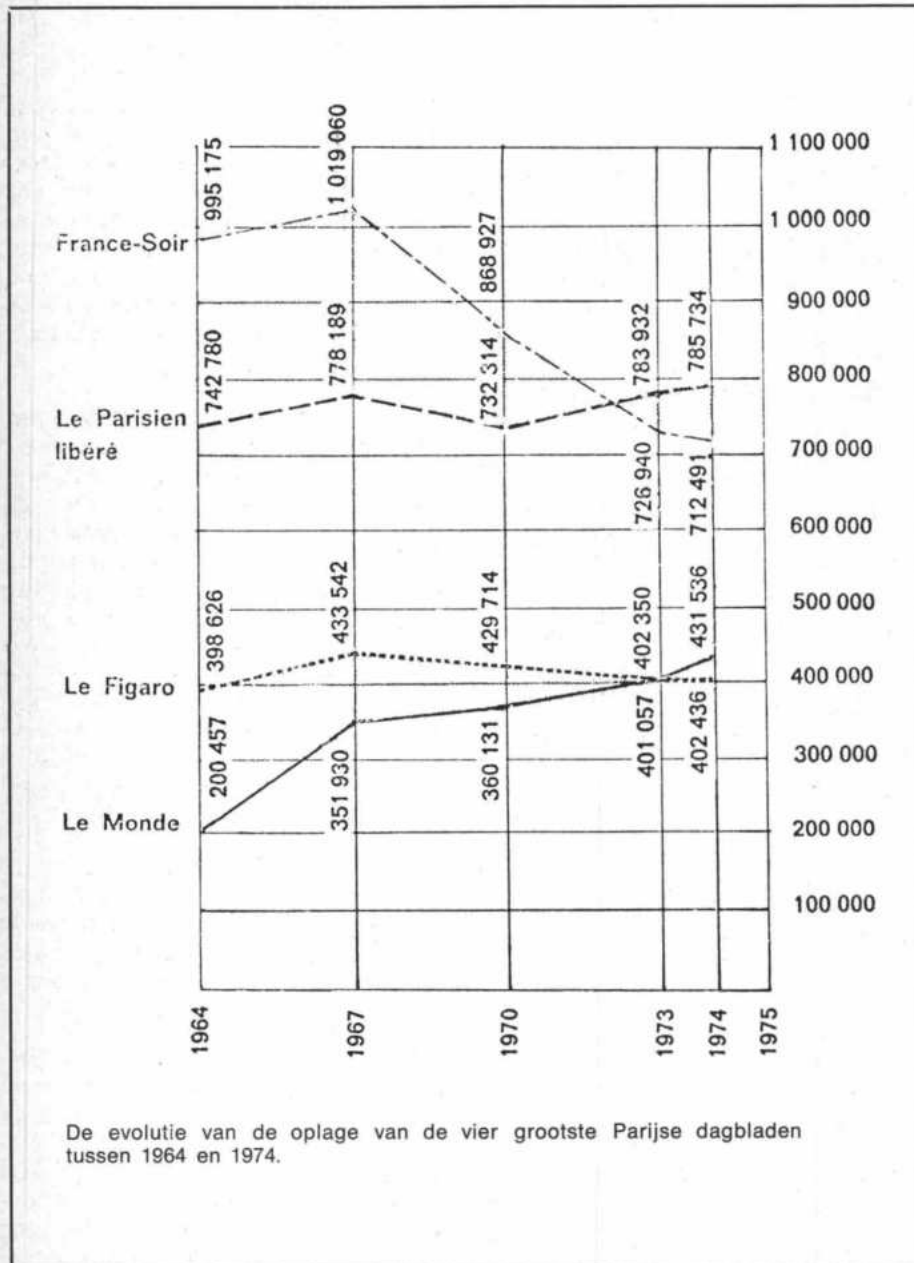
op enkele jaren tijds zijn miljoenen-oplage slinken tot 635.000 exemplaren, en sloot 1975 af met een deficit van ongeveer 25 miljoen FF. (Dat deze achteruitgang al sinds 1967 aan de gang was, blijkt uit bijgaande tabel (3).)

### Hachette

Terloops dient opgemerkt dat Hachette - de grootste onder de groten - ook na het avontuur met *France-Soir* nog steeds hét Franse persconcern blijft. De weinig hoopvolle economische toestand van de Franse pers ging echter ook aan Hachette niet rimpelloos voorbij. In 1974 kon men een deficit van 78 miljoen FF narekenen, dat vooral uit de krantensector voortvloeide. In 1975 zat men nog steeds in de rode cijfers; het verlies was nu gereduceerd tot 2,6 miljoen FF. De totaaluitgave van 4,14 miljard FF in 1975 werd voor 1,01 miljard FF opgevuld door de distributie via boekhandels en krantenkiosken, 945,6 miljoen FF kwamen uit de boekensector en 'slechts' 672,3 miljoen FF uit de perssector. Terwijl de andere afdelingen van Hachette zich met 8 tot 18% herpakten, stagneerde de persafdeling ook in 1975 (4). Aanvankelijk wou Hachette hieraan verhelpen door de verkoop op 1 september 1976 van 60% der aandelen der verlieslatende *Paris-Match* (5) aan de fotograaf en uitgever Daniel Filipacchi (Salut les copains, Lui, Playboy, Mile Age Tendre...), maar al vlug besloot men terug te keren naar de oude liefde: de uitgave en verspreiding van periodieken en boeken. Het concern controleert immers zo'n 30 uitgaven, verspreid over 5 dochterondernemingen waar het minstens voor 50% in participeert.

Op een rijtje zijn dat :

- de *Société France Editions et Publications* (FEP), die *France-Soir* verkocht, en nu nog *France-Dimanche*, *Le Journal du Dimanche*, *Elle*, *Le Courrier du Val-de-Marne* en een tijdschrift in Pantoise uitgeeft (voor 74,8% van Hachette).
- de *Société d'études et de publications économiques* (SEPE) die participeert in het economisch tijdschrift *Vision*.



- de *Société Edmonde* met *Confidences*, *Mickey Parade*, *Le Journal de Mickey*, *Femme Moderne*, *Premier Sourire* en *Picsou* (voor 99,9 % van Hachette).
- de *Editions Radio* met het vakblad *Toute l'électronique* en vier andere vakbladen (voor 98% in handen van Hachette).
- de *Société Presse et Information* die *Le Point* uitgeeft (voor 74% van Hachette).
- de onderneming die *Télé 7 Jours*

uitgeeft en dus van Prouvost (5%) en zijn concern (45%) overging naar Hachette. De onderneming heeft een kapitaalbreng van 16% in Radio-Télé-Luxembourg (RTL).

- de *Librairie Jules Taillandier* met *Historia*, *Tout pour votre jardin*, *Le Journal de la France...* (43,88% van Hachette).

Om dit opstelsommetje af te ronden dient nog vermeld dat Hachette nog 1160 stationskiosken en het kwasi-monopolie in de *Nouvelles Ménageries*

de *la Presse* heeft. Deze laatste staat in voor de verspreiding van kranten en periodieken in Frankrijk. Bovendien kan Hachette steeds terecht bij haar bank, de Bank van Parijs en van de Nederlanden, die goed ingeplant is in de papierindustrie en een groot aantal drukkerijen controleert.

## France-Soir 2

Terug naar Hersant. Deze maakte bij *France-Soir* zijn intrede langs een achterpoortje. Het was immers ondenkbaar dat hij - zo vlug na de moeilijkheden met *Le Figaro* - deze krant kon opkopen zonder huilconcerten over 'persvrijheid en pluralisme' te moeten aanhoren.

Geen nood echter. In een eerste fase leek het erop of P. Winkler, directeur van het persagentschap *Opera Mundi*, de nieuwe baas bij *France-Soir* zou worden. Winkler richtte echter in juni 1976 een dochteronderneming op, *Presse Alliance*, die belast werd met het beheer van *France-Soir*. En via dit filiaal verscheen op 17 augustus... Hersant.

Het scenario dat reeds bij *Le Figaro* werd uitgeprobeerd, herbegon bij *France-Soir*. De journalisten gingen in staking, riepen de tussenkomst van de rechter in om enige klaarheid te scheppen in de uiterst troebele omstandigheden van de transactie, weigerden hun artikels te ondertekenen ... (6). Ze refereerden naar de verordening over de pers van 26 augustus 1946, opgesteld door de voorlopige regering van generaal De Gaulle, die stelde dat het verboden is dat eenzelfde persoon meer dan één periodiek terzelfdertijd leidt.

Hersant liet ook deze storm over zich heen gaan. De wet ter instandhouding van het perspluralisme imponeert hem helemaal niet. En met de Franse magistratuur schijnt hij goede maatjes te zijn. Zo weet *Le Nouvel Observateur* te melden dat Lecanuet en acht hooggeplaatste magistraten van het Hof van Rouen met Hersant op de zetel van de *Paris-Normandie* een onderhoud hebben gehad. De advocaten, die door de redactie van de *Paris-Normandie* zijn aangezocht, zien de afloop van hun geschil met Hersant dan ook met lede ogen tegemoet.

## Het Imperium Hersant

Robert Hersant, 56 jaar, gaullistisch afgevaardigde van de Oise, leidt een persgroep die bestaat uit :

- 13 DAGBLADEN : *Le Figaro*, Paris (oplage 470.000 ex.) ; *France-Soir*, Paris (635.000) ; *Nord-Matin*, Lille (128.000) ; *Nord-Eclair*, Roubaix (111.000) ; *Paris-Normandie*, Rouen (183.000) ; *Le Havre Presse* (24.000) ; *L'Eclair de Nantes* (33.000) ; *La Liberté du Morbihan*, Vannes (20.000) ; *Centre-Presse*, Poitiers, 11 titels (87.000) ; *Le Berry républicain*, Bourges (47.000) ; *La nouvelle république des pyrénées*, Tarbes (20.000) ; *France-Antilles*, Fort-de-France, *Le Journal de l'île*, à la Réunion.
- 9 WEEKBLADEN EN HALFMAANDELIJKSE BLADEN : *La Voix du Bocage* (Vire), *Le Courrier de l'Eure* (Le Neufbourg), *Le Pont-Audemer* (Pont-Audemer), *La Liberté de la Vallée de la Seine* (Poissy), weekbladen ; *Le Pays d'Auge* (Lisieux), *La Renaissance du Bessin* (Bayeux), *Les Nouvelles de Falaise* (Falaise), *L'Action républicaine* (Dreux, Châteaudun, Nogent-le-Rotrou) en *Le Journal d'Elbeuf* (Elbeuf), halfmaandelijke bladen.
- 10 TECHNISCHE MAGAZINES EN VAKBLADEN : *Auto-Journal*, *Sport-Auto*, *Les Cahiers du yachting*, *Bateaux*, *La Revue nationale de la chasse*, *La Pêche et les Poissons*, *Points de vente*, *Market*, *Votre tricot*, *La bonne cuisine*.
- 1 PERSAGENTSCHAP : AGPI (*Agence générale de presse et d'information*), opgericht in navolging van het *Agence Aigles*, dat *Le Progrès* en *Le Dauphiné Libéré* van nieuws voorziet. AGPI bestaat uit een staf polyvalente journalisten die de bladen van de Hersant-groep informatie doorspelen.
- 1 PUBLICITEITSAGENTSCHAP : *Publi-Print*.
- DRUKKERIJEN : gegroepeerd rond verschillende titels, en sinds kort aangevuld met nieuwe drukcentra om de verspreiding van *Le Figaro* en *France-Soir* op fac-similé te vergemakkelijken.

## Het 'Plan'

Na een tijdje maakte Hersant zijn plan bekend tot volledige reorganisatie van *Le Figaro* en *France-Soir*.

*France-Soir* zal *France-Matin* gaan heten en 's morgens uitkomen. *Le Figaro* daarentegen, dat tot nu toe een ochtendblad is, zal een avondblad worden. Proeven met het doorseinen van hele bladzijden zijn positief uitgevallen zodat het mogelijk wordt het blad op meerdere plaatsen tegelijk te drukken. Nu gebeurt dit reeds te Nantes, Marseille, Toulouse, Nancy en Lyon. Andere steden zullen volgen: Bourges, Poitiers, Lille-Roubaix-Tourcoing, Amiens en Caen. Deze 'regionalisering' van het Parijse dagblad is waarschijnlijk ingegeven door de vaststelling dat alleen de provinciale bladen toekomst hebben. In de lijst van de thans meest verkochte kranten immers prijkt de regionale *Ouest-France* met 639.173 exemplaren aan de kop, gevolgd door *France-Soir*, *Le Monde*, *Le Progrès de Lyon*, *Le Figaro*, *La voix du Nord*, *Sud-Ouest* (Bordeaux), *Le Parisien Libéré* en *L'Aurore*. Ook de stijging van de reclame-inkomsten bij de provinciale bladen schijnt deze trend te bevestigen. Zo is volgens gegevens van het Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires het reclamebudget van de regionale kranten in de periode 1971-1973 met 33% gestegen tegenover 17% voor de Parijse bladen (7). Een rechtstreeks gevolg van deze reorganisatie is dat *Le Figaro* twaalf uur eerder dan *Le Monde* (ook een avondkrant) in de provincie zal kunnen verkocht worden. Een oude droom van de Franse bourgeoisie is in vervulling gegaan: te kunnen concurreren met *Le Monde*.

Verder wil Hersant bepaalde bladzijden van zijn kranten uniformiseren. Hiervoor richtte hij een Parijs persagentschap AGIP op, dat persklare artikels voor zijn bladen moet leveren.

Ook kwam hij tussen op het vlak van de verspreiding en werden de plaatselijke edities (Nantes en Poissy) van de *Paris-Normandie* aan *Le Figaro* doorverkocht. Het is de bedoeling dat *Paris-Normandie* en *Le Figaro* in de toekomst fusioneren (8).

Al deze rationalisering brachten met zich mee dat 115 werknemers bij *Le Figaro* - 70 journalisten en 45

bedienden - ontslagen werden. Als eersten kwamen de 'gauchisten' aan de beurt. Maar deze ontslagen kunnen niet uitsluitend Hersant worden aangerekend. Sinds het najaar 1973 zijn de lonen met 20% gestegen, de drukkosten met 80% per halfjaar en de posttarieven tussen de 40 en de 130%. Daarentegen zijn de reclame-inkomsten met 40% geslonken. De speciale staatssteun van 60 miljoen FF vinden de uitgevers te gering om aan de stijgende produktiekosten het hoofd te bieden (9).

## Twee nieuwe kranten

Als reactie op de huidige evolutie in de perswereld bestaan er plannen voor de oprichting van twee nieuwe dagbladen. En dit vanuit totaal aan elkaar tegengestelde hoeken.

Op initiatief van Claude Perdriel, de dynamische industrieel die het weekblad *Le Nouvel Observateur* tot bloei heeft gebracht, worden plannen opgevat voor een populair ochtendblad dat waarschijnlijk *Matin de Paris* of *Paris-Matin* gaat heten. De bedoeling is om 'de rechtse manipulatie van de publieke opinie' te doorbreken. De socialistische partij van Mitterand, die nog niet over een eigen of verwant dagblad beschikt, heeft wel oren voor dit initiatief. En vooral Gilles Martinet, bestuurslid van de PS, is wild enthousiast. Perdriel zou het liefst van de goede naam van de *Nouvel Observateur* gebruik willen maken om zijn blad te lanceren; maar de journalisten en het personeel van het weekblad zijn daar niet zo voor te vinden. Ze staan huiverig tegenover een te sterke binding van het blad met de PS en hebben het project dan ook verworpen met 103 tegen 20 stemmen.

Perdriel zet echter door en heeft reeds een dertigtal journalisten aangeworven en lokalen gehuurd. (10)

Anderzijds zijn ook Joseph Fontanet, oud-minister onder Pompidou, en Philipe Heyman, de vroegere hoofdredacteur van het economisch tijdschrift *Vision*, van plan begin 1977 een avondblad op de markt te brengen. Hierbij kunnen ze rekenen op de steun van de autobandenfabriek Michelin en van de machtige Union des Industries métallurgiques et minières. Het blad moet liberaal en her-

vormingsgezind worden en gericht op een «veeleisend publiek van niveau».

## Malaise

Op het vlak van de informatieverstrekking wordt de toekomst door de meeste journalisten somber ingezien. Het recht op informatie blijft immers dode letter voor hen die niet over de middelen beschikken om hun mening kenbaar te maken. Voor gewetensvolle journalisten die voortdurend met ontslag bedreigd worden, bestaat geen informatievrijheid. Vooral nu niet, nu voor elke vrijkomende plaats - van de 13.300 beroepsjournalisten in Frankrijk heeft één op de zeven geen werk - er tientallen kandidaten staan te drummen. Toch hebben 56 journalisten van *France-Soir* vrijwillig ontslag genomen - gebruikmakend van de 'gewetensclausule' - omdat ze zich niet langer konden akkoord verklaren met de ideologische lijn van het blad.

## En verder ?

Al deze operaties zijn van economisch en politiek belang. De Parijse markt, en deze van Frankrijk in het algemeen, heeft een lezerspotentieel dat rijp is voor meerdere kranten. De vraag is slechts: welke kranten? Als nu reeds één krantelezer op 6 Hersant leest, ziet de toekomst er niet zo hoopvol uit.

Men moet zich hierbij minstens twee vragen stellen: vanwaar komt het geld? Wat betekent deze operatie? Tijdens een onderhoud met Jean-Louis Servan-Schreiber in het tijdschrift *L'Expansion* zegt Hersant dat hij het geld geleend heeft bij verschillende banken. Dit is slechts mogelijk indien hij geruggesteund wordt door machtige belangen en invloedrijke politici. En hier komt de ex-premier van Giscard d'Estaing, Jacques Chirac, om de hoek kijken.

Terwijl het staatshoofd graag erg lyrisch doet over de noodzaak van een pluriforme en onafhankelijke pers als autonoom tegengewicht ten opzichte van de regering, gaf hij zijn premier Chirac de vrije hand om Hersant bij zijn handelingen te beschermen en ze in het geheim te subsidiëren. Sinds de opzienbarende breuk tussen Giscard en Chirac heeft Hersant nu eerder partij gekozen voor Chirac, de zo-

pas verkozen partijvoorzitter van het Rassemblement pour la République (RPR), de ex-gaullisten. Met het oog op de komende verkiezingen lijken twee nationale kranten van het kaliber van *France-Soir* en *Le Figaro* als bondgenoten niet geheel en al te ver-smaden.

Daarom zal men de - naar beweerd wordt - nog steeds deficitaire *France-Soir* pas na de verkiezingen van 1978 opdoeken.

Al deze ontwikkelingen hebben, volgens Raymond Lavigne (11), een duidelijk politiek doel: de geschreven pers terug in het (conservatieve) ga-reel brengen. Na de machtsgreep op radio en televisie poogt men ook de pers - of althans de belangrijkste titels - het zwijgen op te leggen. De gebeurtenissen bij *Le Figaro* en *France soir* wijzen in ieder geval in die richting.

## WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL

# acco

Tiensestraat 134 - 136  
3000 LEUVEN  
tel. 016/23.35.20

nieuwe werken verkrijgbaar in onze boekhandel :

### — HET GEZIN IN VLAANDEREN

door prof. Dr. Wilfried Dumon  
93 blz., 120 fr

### — DE POTENTIE VAN EEN DWERG

Een halve eeuw VPRO, van Spelberg tot Servet  
onder redactie van Ad Kooyman - Max Van Rooy  
247 blz., 451 fr

### — SOCIOLINGUISTIEK

Overzicht van de maatschappelijke aspecten van taal  
256 blz., 154 fr (aularreeks)

### — OVER DE PSYCHOLOGIE VAN MEDITATIE

Technieken en implicaties  
door Claudio Naranjo & Robert E. Ornstein  
254 blz., 355 fr

### — DE STAD VAN AXEN

Een topologische verkenning van de krachten tussen mensen  
door Ferdinand Cuvelier  
195 blz., 395 fr

### — IS 'WERKELIJK' WAAR ?

Spraakverwarring, zinsbegoocheling en onvoorstelbare werkelijkheid  
door Paul Watzlawick  
235 blz., 400 fr,

- (1) Zie L. BOONE, «Crisis in de pers: concentratie, monopolievorming, directe overheidssteun en hun politieke en sociale gevolgen», in *Communicatie*, zomer 1975, nr. 2, p. 1-16. Een zeer overzichtelijke en heldere analyse van de Franse situatie vindt men bij G. SCHMITT, «Der Zusammenhang von Pressemonopolen und Manipulation in Frankreich», in *der Anteil der Massenmedien bei der Herausbildung des Bewusstseins in der sich wandelnden Welt*, Sektion Journalistik der Karl-Marx-Universität, Leipzig, 1975, p. 79-90
- (2) Voor meer gegevens over deze boeiende figuur uit de Franse krantenwereld kan men terecht bij P. BOEGNER, *Oui, patron*, Plon, Paris, 1976, 320 p.
- (3) *Presse Actualité*, januari 1976, p. 15
- (4) K.I.: «Frankreich: Das Pressekarussell dreht sich - die Konzentration wächst», in *Media Perspektiven*, 1976, nr. 7, p. 326
- (5) De geschiedenis van deze krant wordt verhaald door G. HANOTEAU, *La fabuleuse histoire de Paris-Match*, Plon, Paris, 1976, 198 p.
- (6) Voor een kroniek van de feiten, zie o.a. FIJ, *En ligne directe*, juli-augustus 1976, p. 5-6; en J. BUISSON, «France-Soir sous Hersant», in *Presse Actualité*, september-oktober 1976, p. 16-26
- (7) *De Pers-La Presse*, mei-juli 1976, p. 57
- (8) G. ALBOUY, «Les projets de M. Hersant et la crise de Paris-Normandie», in *Le Monde*, 11-11-76, p. 26
- (9) IPI-report, december 1975, p. 3
- (10) Ondertussen werd bekend dat het eerste nummer van *Le Matin de Paris* op maandag 28 februari 1977 zal verschijnen.
- (11) R. LAVIGNE, «La concentration de la presse en France», in *Le Journaliste démocratique*, 1976, nr. 10, p. 6-7

# het recht van antwoord in radio en televisie

jan dijck

Het recht van antwoord in de geschreven pers, zoals het vervat is in de wet van 23/6/1961 (1) is genoeg bekend. Ook op de wordingsgeschiedenis ervan, het vroeger bestaande decreet van 20/7/1831, artikel 13 en de interpretatieve wet van 14/3/1855 (2) dient hier niet nader ingegaan (3).

Een dergelijk recht bestaat in België echter nog steeds niet met betrekking tot de uitzendingen van radio en televisie. Enige tijd geleden plaatste een regeringsmededeling van Eerste-Minister Tindemans dit probleem opnieuw in de belangstelling.

Merkwaardig is wel dat de wetgever er zich in 1961 al van bewust was dat de organisatie van een recht van antwoord in radio en televisie noodzakelijk is; de uitwerking ervan werd echter uitgesteld (4), ofschoon reeds vanaf het ontstaan der radio-activiteiten in België en Frankrijk op de instelling van een dergelijk recht was aangedrongen. (5)

Diegenen die gehoopt hadden het recht van antwoord in de geschreven pers door de rechtspraak te zien uitbreiden tot de radiouitzendingen werden vlug ontgoocheld. Reeds in 1929 (6) had het Hof van Beroep van Parijs iedere interpretatie in die zin van artikel 13 van de Franse wet van 29/

1881 over het recht van antwoord uitgesloten.

Deze beslissing werd ook in andere landen vrij algemeen beaamd door de rechtsleer. (7)

In België bleek nochtans al spoedig dat het gemeenrecht niet volstond om de enkeling te beschermen tegen de eventuele gevolgen van mededelingen op radio en televisie. De middelen om de hieruit voortvloeiende schade te beperken of te herstellen en waarvan het recht van antwoord deel uitmaakt, ontbraken in hoge mate.

## I. Beroering rond het recht van antwoord in radio en televisie

In mei 1940 verspreidde het toenmalige N.I.R. op bevel van de regering het bericht dat de publiciteitspanelen voor Chicorée Pacha verborgen instructies zouden bevatten voor de Duitse troepen. De luisteraars werden ertoe aangezet deze panelen te vernietigen.

Deze inlichtingen bleken echter vals te zijn, zodat de producent van het betrokken produkt de Belgische Staat en het N.I.R. dagvaardde en betaling eiste van 6,5 miljoen frank schadevergoeding.

De partijen kwamen echter tot een vergelijk en het N.I.R. zond meerdere malen een rechtzetting van het betrokken bericht uit, dit dan echter 9 jaar nadien. (8)

Op 8 januari 1960 verklaarde de schilder Bertrand in een televisie-interview op de RTB dat hij de architectuur van zijn huis zelf ontworpen had. In werkelijkheid was dit het werk van architect Dupuy, die dan ook een rechtzetting eiste.

Toen de RTB hier niet op inging werd de zaak bij de rechtbank aanhangig gemaakt. Het vonnis keurde de houding van de RTB af en beval de uitzending van een rectificatie tijdens een programma, analoog aan datgene waarin de betwiste bewering was uitgesproken. Dit gebeurde dan ook, maar meer dan 2 1/2 jaar later. (9)

In september 1967 meende de BSP dan de regering - Van den Boeynants een te ruim gebruik maakte van de haar toegemeten zendtijd en eiste een recht van antwoord. (10)

Nog datzelfde jaar stelde een uitzending van Maurice De Wilde over de Belgische havenpolitiek het recht van antwoord in radio en televisie opnieuw volop in het middelpunt der belangstelling. (11)

Ook de Belgische Petroleumfederatie

reageerde in 1971 nog zeer hevig op het programma van de RTB, gewijd aan de petroleumproblemen. (12)

De lont werd onlangs opnieuw aan het kruitvat gestoken toen Eerste-Minister Tindemans zich op 7/9/1976 in het kader van de regeringsmededeling op BRT en RTB liet interviewen door een daartoe speciaal aangezocht beroepsjournalist. Prompt eisten de oppositiepartijen een recht van antwoord, dat hun wel door de RTB, doch niet door de BRT werd toegekend. (13) Als voornaamste bezwaar werd tegen het interview ingebracht dat zowel de duur als de vorm ervan niet strookten met het karakter van een regeringsmededeling.

De raad van beheer van de BRT (met de kleinste mogelijke meerderheid) vond echter dat er geen rechtsgronden bestonden waarop een recht van antwoord kon worden geëist, terwijl de raad van beheer van de RTB zijn overigens unanieme beslissing niet steunde op het recht van antwoord, doch op het recht van de raad de programmatie te wijzigen in functie van de omstandigheden.

Ongetwijfeld had de raad van beheer van de BRT het bij het rechte eind toen hij stelde dat het recht van antwoord in radio en televisie niet wettelijk georganiseerd is.

Of daarentegen regeringsmededelingen moeten valdoen aan bepaalde voorwaarden betreffende vorm en duur is een andere vraag, waarop wij verder terugkomen.

In ieder geval was nogmaals gebleken dat het ontbreken van enig wettelijk georganiseerd recht van antwoord in radio en televisie een ernstige lacune uitmaakte.

## II. Wetgevende en reglementaire initiatieven

Het was de Luikenaar Monfils die in 1963 als eerste een uitgewerkt systeem voorstelde tot reglementering van het recht van antwoord in radio en televisie (14) maar het zou tot 1967 duren voor het probleem na heel wat beroering weer in de belangstelling kwam. (15)

Uitgaande van de vaststelling dat het recht van antwoord in ons land slechts gold voor de geschreven pers, dienden drie PVV-senatoren op 16/11/67 een wetsvoorstel in betreffende het recht van antwoord in radio en televisie. (16)

Het ontwerp was duidelijk geïnspireerd op de toenmalige toestand; het voorzag tevens een soort recht van antwoord bij politieke kritiek, als de eer werd aangetast. Het werd echter geen wet.

Een identieke mislukking kende het voorstel van senator Goffart (17) dat op zijn beurt een overname was van de tekst, voorgesteld door J. Eeckhout in *Le Journal des Tribunaux*. (18) Dit voorstel was zeer ruim opgevat en transponeerde de principes van de geschreven pers naar radio- en televisieuitzendingen. Iedere natuurlijke rechtspersoon die stilzwijgend of met name wordt genoemd of aangewezen in een radio- of televisieuitzending zou een antwoord kunnen eisen.

Enkele weken voordien (19) hadden BRT en RTB echter een eigen reglement inzake het recht van antwoord bekendgemaakt, waarop zowel Goffart als Eeckhout trouwens nogal wat kritiek hadden. (20)

Het reglement lag in de lijn van de uit 1966 daterende voorstellen en aanbevelingen der Europese Radio Unie (21) in die zin dat het zeer beperkend was opgesteld en een initiatief was van de zendinrichtingen zelf, waaruit voor derden dus geen rechten konden voortvloeien. De term «recht van antwoord» werd niet gebruikt; men sprak over een recht van rechtzetting dat enkel gold voor onjuist vermelde zakelijke gegevens welke eventueel schade kunnen berokkenen of voor een aantasting van de eer. De instituten van radio en televisie zouden daarenboven zelf de tekst der rechtzetting opstellen en de betrokken persoon kreeg in geen geval toegang tot de microfoon of de camera.

Het is duidelijk dat dit zogenaamde «recht van rechtzetting» ver onder de brede mogelijkheden lag van het in de geschreven pers bestaande recht van antwoord. Het best kwam het nog overeen met het in de wet van 23/6/1961 georganiseerde recht van antwoord betreffende de wetenschappelijke, artistieke of letterkundige kritiek, waarop men immers ook slechts kan reageren wanneer het gaat over de rechtzetting van feitelijke mededelingen of bij aantasting van de eer. Artikel 2 van het BRT-reglement voegde daar echter nog een voorwaarde van potentiële schade aan toe, terwijl zoals men weet het belang van

de verzoeker bij het recht van antwoord in de geschreven pers wordt vermoed.

## III. Bezwaren tegen het recht van antwoord in radio en televisie

De bezwaren tegen een recht van antwoord in radio en televisie, analoog aan dit van de geschreven pers, waren veelvuldig. Men voerde aan dat de objectiviteitsplicht van de Belgische zendorganismen (22) de noodzaak van een recht van antwoord uitsloot, daar de uitzendingen er door hun karakter geen aanleiding zouden kunnen toe geven.

Het bewijs van de gewraakte passages zou daarenboven zeer moeilijk zijn en de gebondenheid van radio en televisie aan een tijdsdimensie bellette dat men het medium zonder enig voorbehoud voor een waarschijnlijk te verwachten toevloed van reacties zou kunnen openstellen. (23)

Volgens het adagium «verba volant, scripta manent», beweerden sommigen tenslotte dat het effect van een geschreven artikel veel groter zou zijn dan een eenmalige, vluchtige mededeling langs radio of televisie. (24) Een groot deel van de hierboven aangehaalde bezwaren kunnen thans wel gemakkelijk weerlegd worden; zo nemen de Belgische zendorganismen reeds sedert jaren hun uitgezonden programma's op met behulp van magnetische banden, zodat het bewijs van een gewraakte passage geen enkele praktische moeilijkheid meer biedt. (25)

Of de wettige objectiviteitsplicht als dusdanig ieders aanleiding tot replek of kritiek zou uitsluiten, is zeker te betwijfelen in een periode waar het omroepmonopolie van BRT en RTB meer en meer bekritiseerd wordt. «Errare humanum est» en daarenboven zijn een heleboel uitzendingen gewijd aan verklaringen van of interviews met personen, die niet tot het BRT-kader behoren en als dusdanig niet door enige objectiviteitsverplichting gehouden zijn.

Het geringe effect dat een radio- of televisieuitzending in vergelijking met een geschreven artikel zou hebben, is tevens niet voldoende bewezen. De voorstanders van deze theorie spreken zichzelf trouwens tegen wanneer zij beweren dat het uitzenden van een antwoord, aan de aanvrager ervan een buitensporige publiciteit geeft en niet

in verhouding zou staan tot de geleden schade. Ook in de geschreven pers is niemand verplicht de gepubliceerde antwoorden te lezen. De knop van het televisietoestel draait men even gemakkelijk om als de bladen van een krant.

Het sterkste argument leek ons tot op heden de beperkte zendtijd waarover radio en televisie beschikken, ofschoon ook hierop reeds kritiek gezeten is. In Italië (26) hebben sommige theorieën het recht van antwoord immers herleid tot een uiting van het meer algemeen toegangsrecht van het individu tot een bepaald medium dat op zijn beurt een vorm zou zijn van de grondwettelijke vrijheid van meningsuiting.

Deze stelling kan echter niet bijgetreden worden. In de eerste plaats wordt het sedert geruime tijd niet meer betwist dat de vrijheid van meningsuiting omwille van technische redenen geen voor iedereen openstaand gebruik van radio en televisie waarborgt. (27)

Het Europees Verdrag tot Bescherming van de Rechten van de Mens heeft dit principe bevestigd in artikel 10. (28)

Daarenboven werd het toegangsrecht tot radio en televisie in sommige Europese landen ingevoerd teneinde deze media open te stellen voor welbepaalde, representatieve maatschappelijke groepen en stromingen en zeker niet om individuele private belangen te dienen.

Dit laatste is nu echter juist wel wat het recht van antwoord beoogt. Als subjectief recht dat het herstel van een bepaalde (weliswaar soms potentiële en vermoede) schade tot doel heeft is het eigenlijk niets meer dan een bijzondere toepassing van de regels der burgerlijke aansprakelijkheid, vervat in artikel 1382 e.v. van het Burgerlijk wetboek.

Deze visie werd bekrachtigd door resolutie nr 26 van het Comité van Ministers van de Raad van Europa van 2/7/1974 over het recht van antwoord inzake pers, radio, televisie of eender welk ander communicatiemiddel van periodieke aard.

Men ziet derhalve dat het rechtskarakter zelf van het recht van antwoord een passende repliek geeft op sommige bezwaren die er in verband met radio en televisie tegen ingebracht worden.

Daar het recht van antwoord zoals vermeld tot de sfeer der private belangen behoort is het trouwens ook slechts in de tweede plaats dienstig voor het bekomen van de door de Belgische zendinstituten wettelijk beoogde objectiviteit. (29)

Mede omwille van zijn privaatrechterlijk en algemeen karakter kan het recht van antwoord in radio en televisie mijns inziens dan ook niet via een soort door de zendinstituten zelf opgestelde reglementering of via een decreet van de cultuurraad geregeld worden; het overschrijdt immers de grenzen van de deontologie en van de cultuurautonomie. (30)

Oorspronkelijk was het nochtans de bedoeling van de regering het principe van het recht van antwoord in radio en televisie in te bouwen in de ontwerpdecreten houdende statuut van BRT en RTB. Het hoeft geen betoog dat een verschillende reglementering ervan in de twee cultuurgemeenschappen absurd is.

#### IV. Het nieuwe ontwerp

Waarschijnlijk ingegeven door de nog steeds bestaande vrees voor een toevloed van aanvragen tot het bekomen van een recht van antwoord in radio en televisie is het op 1 juni 1976 bij de senaat door de regering ingediende ontwerp van wet tot aanvulling van de wet van 23/6/1961 betreffende het recht van antwoord (31) nog steeds veel beperkter dan de gelijkwaardige reglementering geldend voor de periodieke pers. Weliswaar kent het ontwerp het recht van antwoord in de audiovisuele media tevens toe aan de feitelijke verenigingen (32), waar artikel 1 van de wet van 23 juni 1961 en haar memorie van toelichting dit uitdrukkelijk uitsloten, doch het bestaat slechts om onjuiste feiten recht te zetten of om te antwoorden op feiten of verklaringen die van aard zijn dat zij de eer aantasten.

Ook het reglement van de BRT en RTB, daterend van 1969, had deze beperkende voorwaarde reeds voorzien. Daarenboven moet de aanvrager van het antwoord een rechtstreeks, actueel en persoonlijk belang aanwijzen en dient zijn verzoek met redenen omkleed te zijn. Op dit punt wijkt het ontwerp dus wel zeer sterk af van de ruime interpretatie die het Hof van Cassatie nog onlangs aan het recht van antwoord in de geschreven pers

heeft gegeven en waarbij de loutere vermelding reeds als voldoende werd beschouwd om op een repliek aanspraak te kunnen maken. (33)

Ook wat de vorm en de duur van het antwoord betreft is het recente ontwerp strenger dan de wet van 1961. Het antwoord moet immers ook in verband staan met de bestreden tekst, maar mag daarenboven niet verder gaan dan wat nodig is om de onjuiste feiten of de eerschadende verklaringen te verbeteren.

Tot slot is er geen recht van antwoord indien het zendorganisme spontaan een bevredigende rechtzetting heeft gegeven. Het hoeft geen betoog dat de meningen over dit al dan niet bevredigend karakter natuurlijk wel eens zullen uiteenlopen.

De verzoeker heeft in geen geval toegang tot de microfoon, camera of opnamestudio; het antwoord wordt zo vlug mogelijk uitgezonden en gelezen door een aangestelde van de producent van het aangevochten programma. Het ontwerp voorziet verder in een verplichting de opnames der programma's te bewaren gedurende de tijd dat om een recht van antwoord kan worden verzocht (10 dagen) en een tamelijk omslachtige en slecht uitgewerkte procedure ingeval van geschil tussen de verzoeker en de verantwoordelijke producent of uitgever. Tot daar voor wat betreft de inhoud van het ontwerp.

De vraag die zich natuurlijk onmiddellijk opdringt is te weten waarom audiovisuele media ten aanzien van het recht van antwoord totaal anders zouden moeten behandeld worden dan de klassieke communicatiemedia. (34)

Als men het recht aan bepaalde beperkende voorwaarden wil verbinden omdat men een toevloed van aanvragen vreest, geldt dit argument eveneens voor de geschreven pers. De gebondenheid van radio en televisie aan een tijdsdimensie vertoont in een periode van toenemende paperschaarste trouwens veel gelijkenis met de gebondenheid van de geschreven pers aan een ruimtelijke dimensie. Het verleden heeft bewezen dat het recht van antwoord ook in de geschreven pers geen aanleiding tot overdrijving heeft gegeven. (35)

Bepaalde landen beperkten zich destijds voor hun wetgeving in verband met het recht van antwoord op radio en televisie trouwens tot een verwij-



zing naar de wet op de geschreven pers of het gemeenrecht.

Het is pas de laatste jaren dat bijna overal in Europa recente wetten en reglementeringen ontstonden die het recht van antwoord in de audiovisuele media apart en meer beperkend gingen behandelen. (36)

Merkwaardig is in dat verband dat men het onderscheid met de geschreven pers in al deze wetten (ook in het Belgische ontwerp) moet zoeken in de meer beperkende grondvoorwaarden van de toelaatbaarheid van het recht van antwoord, terwijl de uiteindelijke vorm waarin het antwoord dient te geschieden weinig of niet besproken wordt. Gewoonlijk is hoogstens voorzien dat men geen toegang krijgt tot micro of camera en dat de

voor te lezen tekst slechts een bepaalde maximum duur mag hebben. Deze restricties zijn te begrijpen. Tevergeefs vraagt men zich echter af waarom het zoals in het Belgische ontwerp steeds om een tekst moet gaan. Bepaalde visuele beelden, foto's en/of films kunnen in sommige gevallen een effectievere rechtzetting betekenen dan een geschreven tekst (37), net zoals trouwens bepaalde beelden even goed aanleiding kunnen geven tot een recht van antwoord als het bij name noemen of impliciet aanwijzen van een persoon, rechtspersoon of feitelijke vereniging. (38)

Met uitzondering van deze laatste opmerking zien wij geen enkele gegronde reden waarom het recht van antwoord in de audiovisuele media met

betrekking tot zijn grondvoorwaarden anders zou moeten opgevat worden dan in de geschreven pers. Het voorstel van senator Goffart van 1969, waarschijnlijk reeds lang in de kelders van het parlement begraven, behoudt dus nog steeds actuele waarde. Het is enkel te betreuren dat de (mijns inziens te ruime) interpretatie die het Hof van Cassatie aan het recht van antwoord in de geschreven pers heeft gegeven, koren op de molen was van de voorstanders van een meer beperkt recht van antwoord in de audiovisuele media.

In een volgende bijdrage gaan wij nader in op dit probleem en op de vraag welke soorten radio- en televisieuitzendingen aanleiding kunnen geven tot een recht van antwoord.

- 1) *Belgisch Staatsblad*, 8/7/1961
- 2) *Belgisch Staatsblad* 16/3/1855 en *Pasinomie*, 1833, 3me série, blz. 399.
- 3) Zie hierover het uitstekende werk van M. Platel, *Het Recht van Antwoord in de Communicatiemediën*, Brussel 1971.
- 4) *Parlementaire Besch., Kamer van Volksvertegenwoordigers*, 1956-1957, 26/6/1957, n° 773/2, verslag van de Heer Nossent.
- 5) - Bollecker, *Droit Privé de la Radiodiffusion*, Paris, 1934, blz. 225 e.v.  
- P.O. Lapie, *Droit de réponse et radiophonie*, *Revue Internationale de radio-électricité*, 1929, blz. 16 e.v.  
- Cornil, *Droit de réponse et «journal parlé»*, *R.G.A.R.*, 1939, n° 3133
- 6) *Corr. Seine* 1/2/1929, bevestigd door Paris 27/11/1929, D.P. 1930, II, blz. 155
- 7) - Saudemont, *Revue Internationale de radio-électricité*, 1929, blz. 167  
- Nast, D.P. 1930, II, blz. 155 e.v.  
- P. Monfils, *Le droit de réponse en matière de radiotélévision*, *Annales de la Faculté de Droit de Liège*, 1963, blz. 293 e.v.  
- M. Hanotiau, *Le droit de réponse à la radio et à la télévision*, *Les Cahiers RTB*, n° 18, blz. 26, noot 5  
- R. Demogue, *Rev. Trim. Dr. Civ.*, 1929, blz. 427  
- Contra: M. Mestre, *le Figaro* van 5/9/1931
- 8) - Namurois, *Revue de l'U.E.R.*, n° 98 B, blz. 49  
- M. Platel, o.c., blz. 62
- 9) Brussel, 19/9/1962, niet gepubliceerd, geciteerd door P. Monfils, o.c., 299 en Namurois, o.c., blz. 49
- 10) *Le Peuple*, 16 en 21/9/1967 en Van Eynde, J. in *Volksgazet*, 18/10/1967
- 11) Zie o.m.  
- *Vooruit*, 28/12/1967  
- *Gazet van Antwerpen*, 29/12/1967  
- *La Libre Belgique*, 28/12/1967  
- *Le Soir*, 29/12/1967  
- *Het Laatste Nieuws*, 28/12/1967
- 12) *La Libre Belgique*, 13 en 19/5/1971
- 13) *Volksgazet*, 9/9/1976, 11/9/1976, 13/9/1976 en *De Standaard*, 11/9/1976, 13/9/1976 en 14/9/1976
- 14) M. Platel, o.c., blz. 63 en Monfils, o.c., blz. 304 e.v.

- 15) Zie ook: M. Verheyden, *Un droit de réponse à la radio-télévision*, *Revue Nouvelle*, 1967, n° 7-8, blz. 104 e.v.
- 16) Van Pé, Ansieux, Snyers d'Attenhove, *Parl. Besch., Senaat*, 1967-1968, 16/11/1967, n° 11
- 17) *Parl. Besch., Senaat*, 1968-1969, 2/4/1969, n° 296
- 18) J. Eeckhout, *Radio, Télévision, droit de réponse*, *J.T.* 1969, blz. 227
- 19) *Belgisch Staatsblad*, 1/5/1969
- 20) J. Eeckhout, *Réponse au journal sans papier*, *J.T.* 1969, blz. 357
- 21) Namurois, *Revue de l'U.E.R.*, n° 98 B, blz. 48 en n° 117 B, blz. 44
- 22) Wet van 18/5 1961, art. 28, *Belgisch Staatsblad* 21/5/1960
- 23) Dit argument werd reeds van in het prille begin der radio-activiteiten gebruikt, zie Raestad, *Revue Internationale de Radio-électricité*, 1934, blz. 267
- 24) A. Grassi, *Revue de l'U.E.R.*, n° 89 B, P. 39 e.v.
- 25) Monfils, o.c., blz. 303
- 26) R. Zaccaria, *Possibilita di espressione del singolo nell'ambito del nuovo ordinamento radiotelevisivo*, *Dir. Radiodiff. e telecom.* 1975, blz. 54 e.v., geciteerd door R. Esposito en A. Grassi, *Le droit de rectification dans la législation italienne sur la radiodiffusion*, *Revue de l'U.E.R.*, maart 1976, blz. 38
- 27) Ganshof Van der Meersch, *Het rechtstelsel van radio en televisie en de Grondwettelijke vrijheden*, R.W. 1961-1962, kol. 2337 e.v.
- K. Rimanque, *De vrijheid van informatie en de vrijheid van mening in verband met de uitzendingen van radio en televisie*, R.W. 1969-1970, kol. 1609 en 1613 e.v.
- Van Dorpe, B., *Het monopolie der berichtgeving door klank en beeld*, R.W. 1972-1973, kol. 337 e.v.
- 28) Verdrag van 4/11/1950, art. 10, 1, *Belgisch Staatsblad* 19/8/1955
- 29) Van Dorpe, o.c., kol. 346
- 30) J. Eeckhout, *Sans papier mais non sans réponse*, *J.T.* 1972 blz. 752
- 31) *Parl. Besch. Senaat*, 1975-1976, 1/6/1976, n° 876/1.

- Oorspronkelijk was het ontwerp van recht van antwoord voor radio en televisie opgenomen in art. 1 van het nieuwe ontwerp houdende bepalingen over de openbare radio- en televisiedienst van 10/6/1975. (*Parl. Besch. Senaat*, 1974-1975, 10/6/1975, n° 641/1). De vormen van uitoefening ervan zouden bij Koninklijk Besluit bepaald worden. Dit artikel sneuvelde evenwel in de besprekingen van de Senaatscommissie voor culturele zaken en wetenschapsbeleid. In afspraak met deze commissie diende de regering dan een apart en meer algemeen ontwerp in, zodat de Raad van State er in zijn advies bij het ontwerp van 1/6/1976 op wees dat art. 1 van het ontwerp van 10/6/1975 zou dienen te worden aangepast.
- 32) Dit is ook het geval in Italië, maar niet in Frankrijk waar het recht slechts wordt toegekend aan natuurlijke personen. (Zie de kritiek hierop van R. Errera in *Le Monde*, 21/5/1975)
  - De Raad van State stipte nochtans terecht aan dat het toekennen van het recht aan feitelijke verenigingen tot grote moeilijkheden kan leiden wat betreft de rechtsingang en de vertegenwoordiging van dergelijke verenigingen voor de rechtbanken.
  - 33) Cass. 14/10/74, *J.T.* 1975, blz. 10 en J. Lievens, *Een belangrijke uitspraak over het recht van antwoord*, *Communicatie*, 1975, n° 1, blz. 25
  - 34) *De Standaard*, 7/7/1976
  - 35) Hanotiau, o.c., blz. 31
  - 36) Italië wet van 14/4/1975 (n° 103); Zie hierover R. Esposito en A. Grassi, *Revue de l'U.E.R.*, maart 1976, blz. 36
  - Frankrijk: art. 8 van de wet van 3/7/1972 (n° 72-553) en het decreet van 13/5/1975; Zie hierover J. Eeckhout, *Du droit de réponse au journal sans papier*, *J.T.* 1975, blz. 513
  - Nederland: art. 38 van de omroepwet van 29/5/1969; Zie hierover Van Pelt, *De omroep in revisie*, Leuven 1974, blz. 182
  - Oostenrijk: wet van 10/7/1974
  - 37) K. Rimanque, o.c., kol. 1658
  - 38) Ondermeer in Italië en Oostenrijk sluit de wet een visueel antwoord in radio en televisie blijkbaar niet uit.



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

H10

# de krant in de klas

patrick lowette

Door de grote macht van de massamedia is de betekenis van onderwijs OVER de media een levensbelangrijke zaak geworden. Om echter enige vertrouwdheid met de media te bekomen is het noodzakelijk te zorgen voor een regelmatige confrontatie met een of meer media, wat kan gebeuren in de vorm van onderwijs MET media, als hulpmiddel in het leerproces. Met deze visie voor ogen werd volgend vergelijkend onderzoek gedaan tussen twee klassen in het lager onderwijs van het Onze-Lieve-Vrouwe College te Tongeren.

In het ene zesde leerjaar gebruikt men het dagblad als middel tot actualiteitsonderricht. De leerlingen van deze dagblad-gebruikende klas (DGK) knippen wekelijks een artikel uit het dagblad en plakken dit in hun «actualiteitschrift». De keuze van het artikel (= titel + vet gedrukte kop) is afhankelijk van ieders persoonlijke voorkeur en interesse. Met deze elementen als basis poogt onderwijzer Moens dan enige punten wat uit te diepen en zo gedurende ongeveer één uur per week aan actualiteitsonderricht te doen. In een ander zesde leerjaar van deze school, verder aangeduid als de niet-dagblad-gebruikende klas (NDGK), gebeurt er niets in deze richting.

Aan de hand van verschillende vragen werd nu in februari 1976 tussen deze beide groepen een vergelijkend onderzoek gedaan. Eer we echter overgaan tot de reële resultaten van het onderzoek zullen we trachten beide groepen wat duidelijker ten opzichte van elkaar te situeren.

## 1. «Sociale» situering van beide onderzochte groepen.

Enkele sociografisch gerichte vragen duiden erop dat er weinig onderscheid bestaat tussen beide groepen met betrekking tot volgende items: woonplaats, beroep van de ouders, aantal en leeftijd van broers en zusters en behaald resultaat bij het kerstrapport.

Alhoewel een «perfect» onderzoek waarschijnlijk een zekere selectie had vereist, poogden wij niet de onderzochte jongens naar «sociale» gegevens te stratificeren, omdat het enerzijds twee kleine groepen zijn waarvan na een ver doorgedreven stratificatie weinig jongens zouden overblijven, en anderzijds omdat het de bedoeling is om twee

groepen in hun geheel met elkaar te vergelijken, wat uitsluit dat men bepaalde mensen zou laten vallen.

## 2. «Communicatieve» situering.

Op de vraag welk dagblad men thuis leest en of het al dan niet gaat om een abonnement, krijgen we de eerste duidelijke verschillen.

In de DGK schijnen 80% abonnementen te zijn, in de NDGK slechts 60%. (1) Dit resultaat wordt sterk bepaald door het feit dat in de NDGK van de 28 leerlingen er 8 zijn die beweren dat er thuis niet regelmatig een krant wordt gekocht, terwijl dit voor alle 26 DGK-leerlingen wel het geval schijnt.

In hoeverre nu soms van de ouders uit het kopen en lezen van een krant kan beïnvloed zijn door het gebruik van het dagblad in de DGK, is een vraag die niet werd gesteld omdat wij oordeelden dat de jongens waarschijnlijk niet zouden weten hoe sterk deze invloed was.

## 3. Situering naar dagbladgebruik.

Beide groepen blijken gemiddeld 3,6 dagen per week het dagblad te lezen. Wat betreft de duur van het lezen (op de dag dat men het dagblad leest), deze ligt voor de twee klassen rond het kwartier.

Pas op het vlak van het soort en aantal gelezen artikels zien we een verschil optreden. (2) In de DGK is er niemand die nooit het binnenlands sociaal, politiek en economisch nieuws (als dusdanig uitgelegd in beide klassen) leest, in de NDGK wel.

In verband met deze grotere interesse van de DGK voor binnenlands nieuws, kan men de vraag stellen in hoeverre het dagbladgebruik in de klas deze beïnvloed heeft. Zowel naar de aard van de gelezen artikels als naar hun aantal leest de NDGK meer gerechtelijk nieuws en duidelijk meer faits divers. Hetgeen erop zou kunnen wijzen dat hun interessepunten meer op het sensatievlak liggen. Zowel voor de DGK als de NDGK komt de culturele informatie als minst gelezen rubriek naar voren, en ontspanning en sport als uitgesproken meest gelezen artikels.

Het eigenlijk vergelijkend onderzoek werd gedaan aan de hand van vier batterijen actualiteitsvragen. Twee hiervan zijn algemene uitgebreide vragen in verband met de actualiteit, twee worden gevormd door namen of woorden waarover de laatste tijd veel geschreven werd in de kranten, of die toch zeker dikwijls voorkomen, los van actualiteitsgebonden dingen.

Van iedere soort vragen is er één groep waarvan de gevraagde onderwerpen in de DGK werden behandeld, en één batterij waarvan de onderwerpen niet werden besproken. Deze laatste onderverdeling achtten wij noodzakelijk om te controleren of er in de DGK eventueel ook meer interesse uitgaat naar en/of met meer aandacht ook gelezen wordt wat als actualiteitsonderwerp niet werd behandeld in de klas. Enkele voorbeelden zullen dit abstracte geheel waarschijnlijk heel wat verduidelijken :

Algemene vraag, niet gezien in de DGK : (type I)

Ruisbroek en enkele omliggende gemeenten vormden

(ADVERTENTIE)

**PA** maandblad

**POLITIEK  
ALTERNATIEF**

ABONNEMENT :

300 fr. te storten op rekening nr. 431-0346411-91

Steunabonnement : 500 fr.

Prijs per nummer : 35 fr.

**DE STER 56**

**2540 HOVE**

vóór enige tijd de hoofdbrok van het nieuws. Wat is daar gebeurd ? Waar ligt Ruisbroek ongeveer ? Wat zegt het woord springtij je in dit verband ? Wat weet je er eventueel nog meer over te vertellen ?

Namen en woorden, niet gezien in de DGK : (type II)

Wat zeggen je de volgende namen of woorden in verband met het nieuws van de laatste tijd : Wie of wat is dat ? Wat weet je erover ? :

Tindemans - Angola -...

Algemene vraag, wel besproken in de DGK : (type III)

De Molukkers hebben in Nederland op twee plaatsen een gijzeling uitgevoerd. Wie zijn deze Molukkers ? Waarom deden ze dit ? Waar en in wat voor omstandigheden grepen deze gijzelingen plaats ? Wat weet je er nog meer over ?

Namen en woorden, wel besproken in de DGK : (type IV)  
fosfaat - dictatuur - ingenieur Manusama -...

Voor een zo objectief en overzichtelijk mogelijke bespreking van hetgeen uit deze vragen-reeksen volgde, hebben we het volgende quotatiesysteem gebruikt :

quotatie 1 : onbeantwoord

2 : foutief beantwoord (totaal of grotendeels)

3 : vaag beantwoord of gedeeltelijk foutief

4 : redelijk goed beantwoord (details of essentie)

5 : zeer goed beantwoord (details én essentie)

Na een bepaling per vraag, wat al dan niet essentieel bevonden werd voor een goede, zeer goede,... quotering, gingen wij over tot quotering. Schematisch geven we hier een gemiddelde score per vraag en per klas, en het percentage leerlingen per klas dat op een vraag een quotering 5 scoorde.

vraag	gemiddelde score	%	antwoorders met score 5
type / nr.	DGK	NDGK	DGK NDGK
I.1	3,92	3,57	30,77 10,72
I.2	3,12	2,50	7,69 0
I.3	3,85	3,21	26,92 7,14
I.4	3,04	2,60	7,70 0
I.5	2,19	2,04	3,85 0
II.1	3,50	3,07	19,23 3,57
II.2	1,73	1,46	3,85 0
II.3	1,27	1,11	3,85 0
II.4	3,38	3,25	19,25 7,14
II.5	2,27	2,64	0 0
III.1	3,04	2,53	0 0
III.2	3,26	2,57	11,54 7,14
III.3	3,80	3,39	19,23 7,14
III.4	3,70	3,39	3,85 7,14
III.5	3,30	2,14	7,69 7,14
IV.1	2,07	1,78	7,69 0
IV.2	1,92	1,53	7,69 3,57
IV.3	2,46	2,14	3,85 0
IV.4	3,04	1,25	0 0
IV.5	1,46	1,57	7,69 3,57

Het is aan de hand van deze quotaties dat de conclusies met betrekking tot de vooropgestelde hypothesen worden getrokken.

1. **Dagbladgebruik leidt tot een betere actualiteitskennis :**  
Alhoewel dit een vrij logische onderzoekshypothese kan

gencemd worden, werd deze meer-kennis in de DGK niet enkel bewezen betreffende besproken artikels maar ook met betrekking tot artikels die niet in de klas besproken waren ; wel niet met een even groot verschil maar toch nog steeds significant.

Dit wijst erop dat men meer inhoudsbewust schijnt te lezen in de DGK dan in de NDGK, daar beide groepen gemiddeld evenveel tijd per dag besteden aan krantenlectuur. Opvallend hierbij is dat er bijvoorbeeld niemand is die niets weet over Ruisbroek (vraag I.1) terwijl men met betrekking tot de vraag over de bezetting van Prestige weinig schijnt te weten (vraag I.5). Deze laatste vraag is nochtans met opzet gesteld geworden omdat dit zich afspeelde in de eigen provincie en omdat het Belang van Limburg, waarvan we verwachtten dat het de meest gelezen krant zou zijn - hetgeen ook bleek - een week voor het onderzoek meer dan een halve voorpagina met twee foto's aan dit feit besteedde.

Met betrekking tot Angola kent men meestal zelfs de namen van de vrijheidsbewegingen (II.4), in verband met de gijzelingen door de Molukkers weet men ook wie ingenieur Manusama is (IV.3), terwijl andere vragen vrij weinig goede antwoorden opleveren. Deze tendens doet zich, onafgezien van het verschil in meer-kennis van de DGK ten opzichte van de NDGK, in beide groepen voor. Zeker is dat de meer beantwoorde vragen ook heel wat aandacht verdienen in de pers. Dit is echter geen reden om aan te nemen dat men meer het sensationeel uitzienend nieuws leest: de vette koppen, de grote foto's, trekken waarschijnlijk het meeste aandacht.

## **2. Dagbladgebruik leidt tot een meer actieve interesse van de leerlingen :**

Een bewijs hiervoor vinden we in het feit dat de DGK meer interesse blijkt te hebben voor binnenlands nieuws (zie hoger : situering naar dagbladgebruik) tegenover een meer «gemengd nieuws»-gerichte NDGK (idem).

Dat de leerlingen door deze interesse ook meer actief worden blijkt uit het regelmatig gebruik van naslagwerken door de leerlingen van de DGK met betrekking tot de gelezen artikels.

Dit meer-gebruik van naslagwerken wordt, naast het aantal mensen per klas die beweren dit wel eens te doen, vooral gestaafd door de voorbeelden die ze hierbij geven. Hoewel duidelijk gevraagd naar concrete voorbeelden van woorden of begrippen die ooit werden opgezocht, en ik dit in de NDGK herhaalde, omdat deze mensen zo vaag bleven, pleiten de voorbeelden duidelijk voor de geponeerde stelling.

Eén zo'n algemeen voorbeeld van de NDGK : «Plaatsen waar oorlog is in atlas» of nog «Ongehoorde steden». In de DGK spreekt men zich veel overtuigender uit. Men weet concreet wat men heeft opgezocht ; bijvoorbeeld : lichtjaar, Mauretanië, inflatie,...

## **3. Dagbladgebruik leidt tot een totaalvisie op de werkelijkheid en tot een meer actieve deelname van de leerlingen aan het leerproces :**

Waar men in een normaal (?) lessysteem overgaat van het ene vak op het andere door een ander boek te nemen, zonder een duidelijke overgang of samenhang, zouden we dit actualiteitsonderricht perfect zien kaderen in een

vorm van onderwijs die een verband laat ontstaan tussen verschillende vakken, en deze ook duidt in de richting van niet zomaar kennis om de kennis. Laten we daartoe samen een voorbeeld van een (toentertijd) actueel feit overlopen zoals dit werd besproken in de DGK.

Een niet onbelangrijk deel van de jongens had na de eerste passagiersvlucht van de Concorde dit gebeuren in hun actualiteitenschrift geplakt. Bij de bespreking die hierop volgt poogt de onderwijzer het begrip «mach» uit te leggen. De vraag was nu : hoe groot is eigenlijk die geluidssnelheid ? De volgende dag hebben twee leerlingen een boek bij waarin getallen staan die haast 200km/u. van elkaar verschillen. Wat nu ? De onderwijzer die tegenover een militair piloot woont loopt daar 's avonds aan en vraagt meer uitleg. Nu blijkt dat de mach-snelheid afhankelijk is van de hoogte waarop het vliegtuig zich bevindt en de weersgesteldheid ; in één woord : de luchtdruk. De daaropvolgende dag komt men daar dus nog eens op terug en vanuit die luchtdruk komt men ook tot de uitleg van wat een barometer is. Niet zonder betekenis in dit geheel is het feit dat een van de jongens bij de bespreking van dit gebeuren een maquette had meegebracht van de Concorde.

Maar om nu terug te keren tot het eerste punt : als men mach, atmosfeer, luchtdruk en barometer al ter sprake brengt in een zesde leerjaar, zal dit normaal (?) gebeuren in een les natuurkunde of eventueel rekenen ; waarin de leerlingen voor een stuk zouden geconfronteerd worden met een realiteit die hun helemaal niet reëel lijkt. Nu echter heeft men niet alleen de interesse van de klas ten volle veroverd : hetgeen verteld wordt is niet zomaar theoretisch gepraat geweest.

De andere conclusie die we hieruit kunnen trekken is dat de leerling meer actief betrokken wordt bij deze vorm van onderwijs, meer geëngageerd gaat deelnemen. Dit is onder andere te besluiten uit het feit dat enkele leerlingen wat materiaal meebrengen over het onderwerp : een boek, een maquette, enz. Dergelijke reactie is steeds als actief én positief te evalueren. Opdat men niet de indruk zou hebben dat het hier om een individueel feit gaat, volgen hier in het kort enkele andere voorbeelden :

- in verband met het nieuws over de Groene Mars werd er ingegaan op fosfaat, fosfor, lichtgevende wijzerplaten aan een uurwerk,...

- ook het gebruik van een atlas en een atlasregister blijkt meer te zijn dan een aardrijkskunde les-ervaring. Zo werden bijvoorbeeld in verband met het overlijden van Tsoe-En-Lai even de atlas en de wereldkaart geraadpleegd om te zoeken waar China nu eigenlijk ligt ; hetzelfde voor Spanje in verband met Franco,...

- ook in verband met het overlijden van Franco kwamen de begrippen dictatuur en democratie ter sprake.

## **4. Dagbladgebruik heeft een positieve invloed op het taalgebruik van de leerlingen :**

Dit deel van het onderzoek werd gequoteerd door een germaniste wier aandacht uitging naar : spelfouten, zinswendingen en woordenschat. De quotatie kwam neer op een gemiddelde van 7 op 10 voor de DGK, en 5,5 voor de NDGK.

Veerle Hansen gaf voor deze quotatie de volgende verklaring :

- DGK : 1. tamelijk veel spelfouten ;  
 2. gewrongen zinswendingen wanneer ze een uitgebreide antwoordzin geven, tamelijke correcte zinswendingen bij korte antwoordzinnen ;  
 3. bij artikels besproken in de klas valt het gebruik van «vaktermen» op.

- NDGK : 1. veel spelfouten (ondanks minder mogelijkheid hiertoe door kortere antwoorden) ;  
 2. korte onafhankelijke «zinnen» vaak gevormd door delen van zinnen of gewoon losse woorden.  
 3. geen vaktermen.

Door het regelmatig lezen van de krant schijnt de DGK dus nog een bijkomend voordeel te genieten, namelijk dat ook het taalgebruik een positieve invloed ondergaat. Waarschijnlijk trappen we hiermee een open deur in, want in het onderwijs stelt men over het algemeen vast dat leerlingen die veel lezen meer taalvaardig zijn. Toch leek

Het volgende schema ordent deze antwoorden per klas : het ons de moeite waard om te zien of er ook een verband was tussen krantenlectuur en deze taalvaardigheid.

### 5. Kritische lees ingesteldheid :

Naast deze vier hypothesen werd ook even onderzocht of de DGK kritischer zou staan tegenover hetgeen ze lezen dan de NDGK, alhoewel er nooit in deze richting met het dagblad gewerkt werd. Om dit nu uit te testen kregen beide groepen een kwartier tijd om vier dagbladartikels (= titel + kop) uit vier verschillende kranten te lezen. Alle artikels betroffen hetzelfde onderwerp, namelijk de ontdekking van een lijk in een gracht te Zwijndrecht. Daarna moesten de leerlingen hieromtrent enige vragen beantwoorden. Een aantal van deze vragen viel niet te beantwoorden doordat er tegenstrijdige of verschillende informatie werd gegeven in de artikels. Daarom werd gevraagd wat men dacht wanneer er bij het beantwoorden van de vragen iets speciaals opgevallen was.

DGK	NDGK
2 leerlingen antwoorden in de zin van : er zijn nog veel moorden om geld, ook in België herhaalt zich hetzelfde nieuws, er is weer een moord gebeurd, wij kunnen het volgende keer zijn.	4 leerlingen geven antwoorden als : er gebeuren veel moorden, ik vind het erg voor zijn vrouw en kinderen, dat komt door jaloezie, «ik denk dat het erg is voor de familie van die man.»
2 leerlingen geven een antwoord dat wijst op een totaal niet begrijpen van de vraag.	9 idem.
6 leerlingen laten de vraag onbeantwoord.	7 idem.

AL DE VOLGENDE ANTWOORDEN WORDEN AANGEZIEN ALS ANTWOORDEN VAN LEERLINGEN DIE EEN BEGIN MAKEN VAN KRITISCHE INGESTELDHEID :

1 leerling stelt dat het zeker geen roofmoord was.	2 leerlingen zeggen dat één van de vragen niet te beantwoorden was.
9 leerlingen schrijven dat er verschillen zijn waar te nemen tussen de artikels.	2 idem.
5 leerlingen pogen hiernaast ook een verklaring te zoeken in het feit dat de reporters van bvb. verschillende ondervraagde personen verschillende inlichtingen kunnen gekregen hebben.	4 idem.
1 leerling schrijft daarenboven dat de verschillen die er bestaan in verband met het situeren van de plaats waar het lijk gevonden werd, ook mogelijk zijn door de verschillende standpunten die de reporters innemen om deze sloot te situeren.	

Enkele meer anecdotische maar daarom nog niet te verwaarlozen bedenkingen rond dit feit :

«dat de kranten het meer juist moeten zeggen», «zo ontstaan er dikwijls geruchten die geen waarheid bevatten.»

Voor ogen houdend dat de DGK nooit in dergelijke zin werkte met dagbladen, komen we tot een zeer significant

verschil : in de DGK vertonen 61,53% (16 van de 26) van de leerlingen een begin van kritische ingesteldheid, in de NDGK slechts 28,57% (8 van de 28). Een mogelijke conclusie is hier dat de DGK-leerlingen door het regelmatig gebruik van het dagblad ook met meer aandacht de artikels zullen lezen, hetgeen ook de kritische lees-aandacht schijnt te verhogen.

Wat vinden de leerlingen van de DGK nu zelf van deze lessen?

Iedereen vindt deze manier van les krijgen fijn omdat je er veel mee leert. Dit veel leren en fijn vinden wordt dan als volgt gespecificeerd:

Een viertal jongens vinden dit fijn omdat je zo weet wat er allemaal in de wereld gebeurt; een tweetal schrijven dat ze zo mensen en landen leren kennen en weer twee anderen dat je zo weet wat er in binnen- en buitenland aan de hand is. Twee knapen gaan zelfs verder en bedenken hierbij dat je zo een overzicht van de dagbladen krijgt. Enkele verdere losse reacties: «Ik vind dat voornamelijk (dialect = belangrijk)», «'t Interesseert mij fel.», «Op vragen waar je nooit op ingaat ga je nu wel op in.», «Je leest... oorzaken van het goed of het kwaad.» Eén leerling schrijft dat het fijn is zelf te werken, een ander dat je zo gemakkelijker leert, een derde dat het een goede les is om natuurkunde en aardrijkskunde en geschiedenis enz. te leren, en een vierde opmerking is de volgende: «Je kunt terugbladeren wat er in het jaar gebeurd is.»

Een eerder anecdotisch citaat: «'t Is fijn dat in je schrift te plakken.»

Als we dit overzien zijn er toch 18 jongens die een waardevol argument kunnen aanhalen waarom ze dit fijn vinden, wat ze verstaan onder «bij leren».

Iedereen vindt dan ook van deze vorm van lessen: «dat ik dat nog zou willen hebben.»

Uit deze reacties van de leerlingen blijkt dat het dagbladgebruik in het onderwijs niet alleen pedagogisch-didactisch en maatschappijkritisch, in dit geval specifiek ten opzichte van de media van positief belang is; maar dat de leerlingen zelf dit als positief, interessant en fijn ervaren.

#### Besluit:

Uit deze vergelijkende case-study blijkt dus dat onderwijs met media, in dit geval gebruik van het dagblad in de klas, zeker positief te evalueren is. Alhoewel deze resultaten een mooie aansporing inhouden voor zulke vorm van onderwijs en vooral met betrekking tot de lees-critische ingesteldheid een onverhoopte bemoediging inhouden,

moet ter relativering worden gezegd dat zij als case-study een beperkt karakter vertonen en invloeden van andere media natuurlijk niet gemeten zijn. De mathematische gegevens echter vertonen een statische significantie met een waarschijnlijkheidsgraad van 95%, die volgens ons toch het recht verschaft een veralgemening niet meer als totaal uit den boze te beschouwen.

Uitgaande van al deze positieve elementen die schijnen te volgen uit het dagbladgebruik in het onderwijs, zouden wij willen besluiten met te zeggen dat de onderwijzer die de krant of de media in het algemeen, verwaarloost als mogelijk lesmateriaal (3), een grote kans verkrijgt om een actieve en geïnteresseerde klas voor zich te zien waarmee hij kan toegroeien naar een stukje meer algemene vorming, een stukje meer mens-zijn. Is het immers niet deze «algemene vorming» die de vlag vormt waardoor de lading onderwijs dient gedekt te worden? Waarom dan zulke kans vergooien voor de onderwijzer, maar vooral voor de leerlingen?

Van ganser harte sluit ik mij dan ook aan bij Brian Firth die stelt dat:

«... children are subject to the pressure of the mass media long before they reach the third form in the secondary school. T.V. and advertisements make an impact before school age, and the junior is familiar with his father's newspaper. THE INFANT TEACHER WHO DOES NOT DISCUSS (1967) BATMAN, THUNDERBIRDS OR THE MAGAZINE PROGRAMMES DESIGNED FOR THE YOUNG, IS BEING REMISS.» (4).

(1) «Abonnementen» werd aan de leerlingen uitgelegd als iedere dag dezelfde krant, gelijk of de postbode dan wel een krantenman die bezorgde of dat men zelf iedere dag zijn dagblad ging kopen.

(2) Een onderscheid werd gemaakt naar binnenlands nieuws, buitenlands nieuws, culturele informatie, gerechtelijk nieuws, faits divers, sport, ontspanning en gemengd nieuws, dit laatste uitgelegd als zijnde de «vuilbakrubriek». Ook de andere rubrieken werden voldoende toegelicht om de scheidingslijnen tussen de verschillende soorten artikelen te kunnen trekken.

(3) Het belang van onderwijs over de media is zeker nog groter, maar was spijtig genoeg een te ruim domein voor een kandidatuurwerk.

(4) Brian Firth, MASSMEDIA IN THE CLASSROOM, p. 9.

## honderd jaar groene amsterdammer

jan servaes

Op 1 juli 1877 verscheen het eerste nummer van «De Amsterdammer, weekblad voor handel, industrie en kunst». Met een dubbeldik terugbliknummer maakte het weekblad - dat omwille van zijn groene steunkleur kortweg «De Groene» wordt genoemd - zijn honderdste jaargang vol.

Maar niet alleen omwille van zijn ouderdom heeft het blad altijd een aparte plaats binnen het Nederlandse weekbladwereldje bekleed.

Oorspronkelijk ontstaan in kringen van vooruitstrevende Amsterdamse liberalen die naar mogelijkheden zochten om zich enigszins cultureel-onafhankelijk te uiten, ging het blad onder de leiding van Henri Wiessing stilaan een meer radicale richting uit. Als «De Groene» in 1914 openlijk een polemiek aangaat met de arbeiderspartij SDAP, vinden de uitgevers het welletjes en geven Wiessing de bons. Wiessing gaat echter niet aan de kant

zitten uithuilen, maar richt met de overgrote meerderheid van de medewerkers een nieuw blad op, «De Mosgroene». Vijf jaar lang verschijnen er twee naar inhoud nagenoeg identieke «Groenes». Tot de Russische revolutie beider wegen scheidt: «De Groene» reageert angstig en terughoudend, «De Mosgroene» steunt daarentegen als één van de weinige Europese kranten de bolsjewistische revolutie.

«De Mosgroene» dient er echter al vlug - bij gebrek aan financiën, advertenties en abonnementen - het bijltje bij neer te leggen. En «De groene» gaat verder op de ingeslagen weg: kwalitatief goede artikels, maar niet zo'n progressieve koers. Het blad is aanvankelijk zelfs niet vies van verdoken korporatistische ideeën, en ziet pas vrij laat het gevaar van het opkomend fascisme in.

Pas op het eind van de dertiger jaren, aan de vooravond van de naken-de Duitse inval, wordt «De Groene» konsekvent anti-fascistisch. Tijdens de oorlog verschijnt het blad dan ook niet.

Zonder besmet oorlogsverleden, maar ook zonder verzetservaringen, kwam «De Groene» in juni 1945 terug boven water. De dekolonisatie van Indonesië en de Koude Oorlog gunnen het blad weinig respijt, en dwingen het tot een duidelijker engagement. «De Groene», die vele jaren het binnen- en buitenlandse gebeuren van op de zijlijn heeft gevolgd, dient nu op te roeien tegen de sloganeske Koude Oorlogsideologie. Ze doet dat op een haar kenmerkende wijze: koel, zakelijk, analytisch... degelijk. Omdat de rest van krantenlezend en -schrijvend Nederland zo rechts was, lag het voor de hand dat «De Groene» al vlug het etiket 'links' opgeplakt kreeg. Zelfs het gekende sprookje dat «De Groene» door Moskou werd betaald, bleef niet uit.

Toch zag het er een tijdje naar uit dat «De Groene» de aansluiting met Nieuw Links zou missen. Aan het schipperen tussen een burgerlijk-elitair en nonconformistisch cultuurpatroon en het koketteren met een socialistische maatschappijvisie kwam een eind toen de redactie konsekvent voor een linkse aanpak opteerde. Honderd jaar is niet niets. De krant heeft zowat alle wateren doorzwommen en is tegen meer dan één stormpje bestand.

Financieel is het vaak 'kantje boord' geweest. Zo bijvoorbeeld net na de oorlog. «De Groene» telde wel 40.000 abonnees, maar zat toch al aardig doorheen zijn startkapitaal. Er vonden onderhandelingen plaats met Parool, Arbeiderspers en Vrij Nederland over een eventuele fusie. Zo ver kwam het niet. Dankzij een verlaging van de drukkosten en een welwillende kredietinstelling kon men zijn schulden

aanzuiveren. Vanaf dat moment heeft «De Groene» gewerkt met reële cijfers. Met beide voeten op de grond. «Niet dromen over een grote oplage, niet afhankelijk zijn van advertenties, uitsluitend van lezers», vertelt directeur H.P. van Leeuwen in NRC-Handelsblad. Terwijl men vroeger uitging van 15 % advertentie-inkomsten, is dat nu nog zo'n 5 %. Toch wil «De Groene» niet weten van rijkssteun. Het jaarlijks budget bedraagt ongeveer 1 miljoen gulden. Ontzettend weinig voor een krant die toch een dertiental personeelsleden en vele tientallen medewerkers telt. De redactie aanvaardt een minderheidspositie en is er niet op uit om hoge honoraria mee naar huis te nemen. Als appeltje voor de dorst heeft men nog altijd een 'eigen dak' boven het hoofd. Principieel wil men immers aan zijn 18.000 abonnees een *onafhankelijke kwaliteitskrant* afleveren. 'Onafhankelijk' vereenzelvt «De Groene» wel niet met 'objectief'. Han Lammers, redacteur van 1961 tot 1969, noemt «De Groene» in Hollands Diep een typische vorm van '*subjectieve journalistiek*'. «Uiterst subjectief zijn in je beoordeling met een duidelijke waarschuwing aan de lezer dat je dat ook bent. Dus niet je subjectieve oordeel verkopen onder het mom van een of ander objectief woordgebruik. «De Groene» versluiert niet. Het blad geeft op een aanschouwelijke en gedocumenteerde wijze zijn visie op een gebeuren, en het veronderstelt dat de lezer wel volwassen genoeg is om zijn conclusies zelf te trekken. «De Groene» was dan ook de eerste om hele redevoeringen, volledige documenten af te drukken, zonder dat dit noodzakelijk voorzien moest worden van commentaar. Dit typeert weer de deontologische aanpak van «De Groene», die het best met '*essayistische journalistiek*' kan omschreven worden. Elk probleem wordt uitgediept en voorzien van een ruime duiding, zonder hierbij de lezer te betuttelen. Dit maakt sommige artikels wel eens zwaar op de hand, maar je kan er van op aan dat je van dergelijke artikels ook nog wat opsteekt. Een niet gering compliment, vergeleken met de dagelijks verschijnende uniforme informatiebrij. Ook op andere vlakken is «De Groene» een kwaliteitsblad. De krant is er steeds als de kippen bij om versluierde of vergeten onderwerpen op te raken, en om vernieuwende theorieën

op de voorgrond te plaatsen. Eerder dan wie ook schreef «De Groene» dat de tegenstelling noord-zuid belangrijker was dan de tegenstelling oost-west. Ook liep het blad voorop met zijn kritiek op de Amerikaanse interventie in Vietnam en besteedt het - dankzij de uitstekende bijdragen van Jan van der Putten - heel wat aandacht aan Latijns-Amerika. In deze zin speelt het blad wel eens de rol van '*opinion leader*' voor andere bladen. Tegen de tijd dat bepaalde fenomenen gemeengoed zijn geworden in de pers, weet niemand meer dat «De Groene» er ooit eens over is begonnen.

Daar waar men vroeger een overdreven klemtoon legde op de culturele bijdragen (die daarbij nog een vrij elitair cultuurpatroon propageerden) en perioden gekend heeft van het overbenadrukken van nu eens binnen-, dan weer buitenlandse onderwerpen; heeft «De Groene» momenteel een zeldzaam *inhoudelijk evenwicht* bereikt. Met misschien een lichte accentuering van het buitenland, komen binnenlandse en culturele onderwerpen evenredig aan bod.

Met al deze gegevens in het achterhoofd kan men begrijpen dat men «De Groene» met «Le Monde» vergelijkt. Als men «Le Monde» een dagelijks verschijnend weekblad noemt, kan men zonder blozen stellen dat «De Groene» een wekelijks verschijnend maandblad is. Beide bladen hebben trouwens naast hun degelijkheid, ook hun ontoegankelijkheid gemeen. De afronding laten we over aan M. van Amerongen in «Vrij Nederland»: «Zijn middelen zijn honderdmaal beperkter, dan die van moddervette bladen als Elsevier of Accent. Desondanks kan een denkend mens zich niet veroorloven het blad ongelezen te laten, terwijl men Elsevier rustig op de rooktafel kan laten verschimmelen en Accent, alle werving ten spijt, nog steeds niet meer is dan een curieuze factor in de Nederlandse journalistiek. Serieuze analyse tegenover de Knudde I-Knudde II-Knudde III-commentaren, serieuze vraaggesprekken tegenover het zoveelste interview met de neef van de zwager van de deurknop van Menten. *Daarom is een krant als De Groene een manifestatie van de superioriteit van de geest boven de materie.*»

□



Om vastgelegd te worden op een geluidsdrager of fonogram — term gebruikt voor grammofoonplaat en vooraf opgenomen magnetofonband — dient muziek, ongeacht de motieven waarmee zij op de markt worden gebracht, haar inhoud of het gebruik waartoe zij aanleiding geeft, uitgegeven, geproduceerd, opgenomen en gedupliceerd te worden vooraleer ze kan verdeeld worden.

De *muziekuitgeverij* zorgt traditioneel voor de duplicatie van het werk van de componist, waaraan een afzonderlijke tekstdichter kan meegewerkt hebben, verkoopt m.a.w. bladmuziek en stimuleert vervolgens de uitvoering van het werk. Van meer recente oorsprong zijn de inspanningen om muziekwerken uit de catalogoog op een geluidsdrager te laten vastleggen. Voor de twee laatste prestaties worden uitgevers, componisten en tekstdichters royalty's toegekend in het kader van de uitvoeringsrechten en — hier aan de orde — de mechanische reproductierechten. Voor de laatste categorie is een royalty van 8 % per fonogram gebruikelijk op de kleinhandelsprijs, voor 50 % toegekend aan de uitgever, de andere helft te verdelen onder componist en tekstdichter. Uitgevers, componisten en tekstdichters worden vertegenwoordigd door de Belgische Vereniging van Auteurs, Componisten en Uitgevers die de rechten (voor mechanische reproductierechten betaald door de fonogramproducenten) int en verdeelt aan de rechthebbenden. Belgische muziekuitgeverijen, evenals trouwens produktiemaatschappijen, zijn vaak niet meer dan dochterondernemingen van buitenlandse ondernemingen of leven grotendeels van de vertegenwoordiging van multinationals. Op internationaal niveau wordt de stroom van mechanische reproductierechten gekanaliseerd door verdragen in het kader van het Bureau International des Sociétés Gérant les Droits d'Enregistrement et de Reproduction Mécanique.

Tegenspeler op hetzelfde niveau is de International Federation of the Phonographic Industry waarin de nationale *producenten*-verenigingen vertegenwoordigd zijn, voor België het Syndicaat der Belgische Nijverheid van Geluidsen Audio-visuele Opnamen. De fonogramproducent — in het ene geval een fonogrammaatschappij waarin mogelijk alle stadia van het productieproces en veelal de distributie geïntegreerd zijn, in het andere geval een enkeling-producent — zorgt ervoor dat een compositie door een artiest bij hem onder contract wordt uitgevoerd mogelijk op een door hem gewenste wijze zoals die bijvoorbeeld kan blijken uit het arrangement. Een produktiefirma kan fonogrammen uitbrengen onder verschillende labels die mogelijk verschillende productiecategorieën representeren. De artiest wordt hoofdzakelijk vergoed op basis van

een royalty-percentage van de verkochte fonogrammen, dat varieert volgens de status die hij bereikt heeft.

De opnamestudio is het hart van de muziekindustrie waar de artiest de uitgevoerde compositie laat vastleggen op band. Deze band, die mogelijk tot 24 sporen kan bevatten, wordt gemixt tot de mastertape, de vastgelegde uitvoering die beantwoordt aan de wensen van de producer.

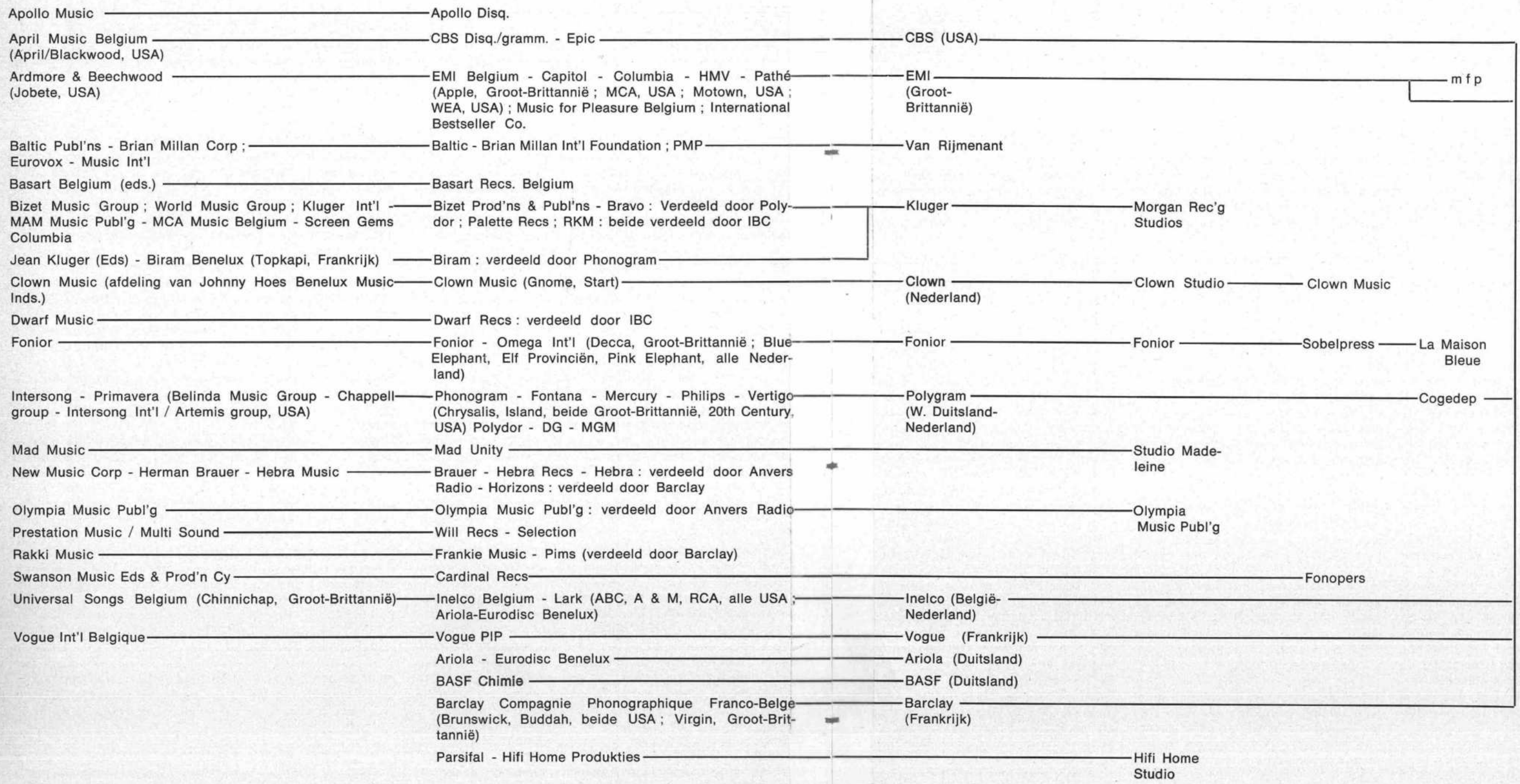
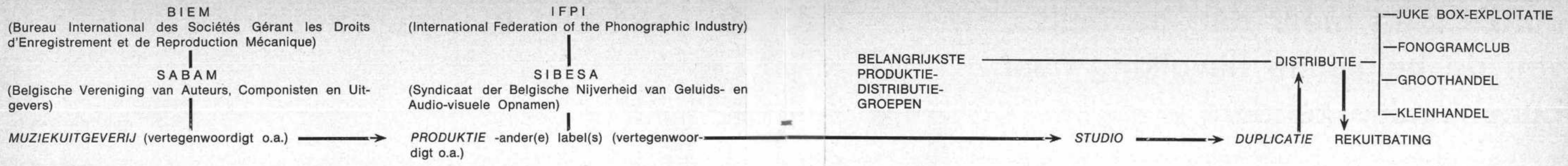
De *duplicatie* hiervan gebeurt in een grammofoonplatenperserij en/of een magnetofonbandenduplicatiebedrijf. In de eerste worden de geluidstrillingen van de mastertape gegraveerd in een lakplaat waarvan langs herhaaldelijk aangewende elektro-galvanische procédés matrijzen worden vervaardigd die, bevestigd op persen, een hoeveelheid vinylite tot gramofoonplaat persen. In de tweede worden slaafstempelen gebruikt om 8-sporenbanden en cassettes te produceren.

De distributie van fonogrammen geschiedt via de productie-distributie-ondernemingen, de groothandel, die producten van verschillende producenten levert aan de kleinhandel en juke box-exploitanten, de *rekuibaters* (rack jobbers), die in een niet-verwante zaak ruimte huren om fonogrammen te verkopen, en de fonogramclubs, die meestal gegroeid zijn in boekenclubs.

Producenten die niet beschikken over eigen opname-, duplicatie- of distributiefaciliteiten, kunnen overgaan tot huren van studiotijd, loonduplicatie of het afsluiten van licentieoverdragen.

Zonder pretentie op volledigheid en zonder enige waarde toe te kennen aan de rangschikking, volgt, gemodelleerd naar het productieproces, een schematisch overzicht van de belangrijkste ondernemingen in België in de fonogramindustrie bedrijvig (1). De nadruk ligt op de structurele binding tussen ondernemingen in één of meerdere produktiestadia (verbonden door de lijnen). Vandaar dat niet zijn opgenomen: Hans Kusters Music, die o.a. de Britse Island vertegenwoordigt (muziekuitgever), Monopole Recs, Anvers Radio (producent-verdeler), Foon, Studio DES, Tamara King, Just Born Recording Studio, Reward (opnamestudio), N.T.T., Discopress (perserij of bandenduplicatie), Sonica (rekuibater), De Nederlandse Boekenclub, Audioclub Benelux, Europaclub Internationaal voor Boeken en Grammofoonplaten (fonogramclub), die alle nochtans een zeker belang niet kunnen ontzegd worden. Van een schriftelijke enquête, einde 1976 - begin 1977 uitgevoerd, worden meer precieze en aanvullende gegevens verwacht.

(1) *International Buyer's Guide*, Los Angeles, 1976. (BillBoard).



# straks kijkt meer dan de helft van de belgische bevolking naar buitenlandse zenders

gust de meyer

In de franstalige Belgische pers verschenen eind oktober 1976 alarmerende berichten over de achteruitgang van de bealngstelling voor R.T.B.-TV-programma's.

Ten opzichte van het eerste trimester van 1974 is deze voor dezelfde periode van 1975 van 64 tot 56% gedaald. Voor het eerste trimester van 1976 kan de R.T.B. nog slechts voor 50% op het TV-kijkend publiek in het zuiden van het land rekenen. Deze achteruitgang correspondeert met een vooruitgang in het kijken naar Franse zenders die samen voor 37% aantrekkelijker worden beoordeeld (T.F.1, A2 en Fr.3 respectievelijk 15, 17 en 5%). R.T.L. haalt, nogal in tegenstelling met de verwachtingen, 9%, de B.R.T.-programma's 2% evenals de diverse andere buitenlandse zenders (1). Ter verklaring van de achteruitgang worden volgende redenen aangevoerd. Een groter land beschikt, ten eerste, over meer mogelijkheden en kan beter onthaalde eindprodukten afleveren. Vervolgens : de weg van regionalisering van de omroep, door de R.T.B. ingeslagen, brengt in de programma-inhoud een accentverschuiving aan die in het nadeel uitvalt van de op een zo groot mogelijk publiek gerichte programma's. Dan is er, tenslotte, ook nog het algemeen klimaat dat de omroep schraagt en dat educatief-vervelend, 'vanuit een bepaalde hoek vooringenomen' of ook nog te informatief wordt genoemd.

Bij een argument als het laatste worden onderzoeksresultaten duidelijk in

een context geplaatst en publieksonderzoek gebruikt om vanuit een andere 'bepaalde hoek' veranderingen te eisen. De relativiteit van kijk- en luisteronderzoek dient in dit verband speciaal benadrukt, ook met betrekking tot de voorgaande argumenten. Wanneer dit immers uitsluitend wordt opgevat als 'koppentelling' van een onoverzichtelijk-amorf publiek waarnaar de 'massa'-media zich dienen te richten, kan men zich best voorstellen dat peperdure en populaire - in de zin van de massa bevallende - programma's nodig zijn om de concurrentie het hoofd te bieden, wil de omroep goed uit de cijfergegevens tevoorschijn treden. Maar op dergelijke axioma's kan een omroepbeleid niet gevestigd zijn of beoordeeld worden evenmin trouwens als op deze die educatief-informatief gelijkstellen met belerend-vooringenomen.

Het is verkeerd (impliciete) waardeoordelen over een omroep te formuleren enkel uitgaande van populariteitscijfers. Dit blijkt duidelijk uit de waarderingscijfers door de TV-kijkers in het zuiden van het land in 1975 aan de verschillende omroepen gegeven : op 10 haalt R.T.L. 6,4 terwijl R.T.B. met 6,9 slechts even onder T.F.1 en A2, met respectievelijk 7 en 7,1 gewaardeerd wordt.

Tot grote schuldige, boeman voor relatief kleine omroepen als R.T.B. en B.R.T., wordt kabeltelevisie uitgeroepen, tenminste door diegenen die populariteit, waardering en waarde van programma's op een ongenueanceerde

wijze gelijkschakelen. Gewapend met de weliswaar summierere gegevens die er, samengevat, op wijzen dat ongeveer de helft van de franstalige Belgische TV-kijkers op buitenlandse programma's afstemmen doch de eigen R.T.B.-zender nagenoeg even hoog waarderen als de buitenlandse concurrenten, valt het echter niet moeilijk te argumenteren dat kabeltelevisie mede een stimulanus kan betekenen voor de uittekening van een omroepbeleid aangepast aan de technische mogelijkheden van de tijd, die schaalvergroting en tegelijkertijd schaalverkleining realiseerbaar maken. Men kan in dit verband vaststellen dat informatieve programma's, maar ook sport, op buitenlandse zenders veel lagere kijkdichtheidscijfers halen (ongeveer 7 à 8%) dan ontspanningsprogramma's, waaronder feuilletons, fictie, show- en populaire muziekprogramma's (tot ongeveer 20%) voor wat het nederlandstalig gedeelte van België betreft. Daarbij dient de bedenking gemaakt dat waar voor 1974 een aansluitingspercentage van slechts 15% voor kabeltelevisie kon opgetekend worden, men verwacht dat dit in 1980 tot 80% zal oplopen (2), dat zich in de volgende jaren m.a.w. nog grotere verschuivingen zullen voordoen. Met een jaargemiddeld kijkvolume voor 1974 van 68,5% scheen de B.R.T. minder invloed van de concurrentie te ondergaan (3). Dat de Vlaamse omroep, zoals de R.T.B., sinds 1974 verder kijkers verloren heeft, blijkt uit meer recente gegevens van het B.R.T.-kijk- en luisteronderzoek voor de maanden

augustus, september en oktober 1976, waar het B.R.T.-kijkvolume varieerde van ongeveer 54 tot ongeveer 60%. De grootste B.R.T.-concurrenten zijn, nogal begrijpelijk, de Nederlandse zenders, het tweede net lichtelijk voorop met in Vlaanderen een kijkvolume van soms bijna 20%, gevolgd door de R.T.B. met nog geen 5%, Duitsland 1 en 2, schommelend rond

1,5 à 2%, tenslotte de drie Franse zenders, Duitsland 3 en de andere zenders.

Voor 1975 en vergeleken met het jaar voordien (4) liggen de kaarten van de kijkcijfers als volgt verdeeld: BRT: 65,6 (—2,9), RTB: 4,7 (—0,2), Ned. 1: 11,7 (—0,6), Ned. 2: 11,4 (+ 2,7), ORTF 1: 1,6 (+ 0,1), ORTF 2: 1,7 (+ 0,5), ORTF 3: 0,6 (— 0,5), D 1:

1,2 (idem), D 2: 0,9 (+ 0,7), D 3: 0,1 (idem), andere: 0,5 (+ 0,2).

- (1) La libre Belgique - Gazette de Liège, Brussel, 21 oktober 1976, blz. 1 en 17.
- (2) Kabeltelevisie, Leuven, 1974, blz. 85-86, (congresbrochure).
- (3) Besluiten uit het kijk- en luisteronderzoek voor 1974, blz. 28-34, studiedienst B.R.T.
- (4) Enkele Facetten van het Kijk- en Luisteronderzoek in 1975, blz. 36, (Studiedienst BRT).

## MIMO: DE TERUGGANG

De vrouwenpers in Vlaanderen is weer een stuk armer geworden. «Mimo» heeft een stap achteruit gezet en is opnieuw een traditionele koers gaan varen. Daarmee is niet alleen het feminisme uit de Vlaamse vrouwenpers verdwenen, wat een betreurenswaardig verlies mag genoemd worden, er zijn ook enkele hoofden gevallen. De redactie van «Mimo» werd in oktober jl. de laan uitgestuurd zonder veel opschudding te verwekken in de mediawereld. Hoofdreducteur Georges Van den Bossche - één van de twee redactieleden die gehandhaafd werden - boycotte al geruime tijd het feminisme van de redactie. Vanuit die hoek viel dus geen steun te verwachten voor de ontslagen redactieleden. Ingrid De Bie verklaarde zich wel solidair met haar ex-collega's, maar haar ontslag werd door de directie geweigerd, waarschijnlijk omdat haar elf dienstjaren te zware financiële compensaties zouden vergen.

De feministische strekking van het blad, waarvoor de redactie onder leiding van ex-hoofdreducteur Karel Anthierens geopteerd had, werd verantwoordelijk gesteld voor «Mimo's» achteruitgang. Ten onrechte. De verkoopcijfers waren reeds teruggelopen voor de aanstelling van Karel Anthierens als hoofdreducteur. Juist om hieraan te verhelpen gooide Anthierens het over de feministische boeg, oogluikend toegelaten door de uitgever Dupuis in de hoop dat de nieuwe strategie winstgevend zou zijn. «Mimo» is het slachtoffer geworden van wanbeheer en gebrek aan financiële en technische middelen, die de concurrentie met andere, technisch meer verzorgde vrouwenbladen onmogelijk maakten. Belemmerend was ongetwijfeld ook de band met «Bonne Soirée», «Mimo's» franstalige Dupuis-tegenhanger. Dit zeer traditioneel georiënteerde blad leverde aan «Mimo» de huis-, tuin- en keukenkopij, die moeilijk te verzoenen was met de feministisch-geïnspireerde produkten van de «Mimo»-redactie. De oktober-koerswijziging heeft er voor gezorgd dat het inhoudelijke evenwicht opnieuw hersteld werd. Het gewraakte feminisme van de ex-redactie wordt geschrapt. De «nieuwe» Mimo is een kleurloos samenraapsel van weinig originele kookrecepten, ongesofistikeerde modepagina's en andere traditionele ingrediënten. De overblijvende (grote) leemtes worden opgevuld met eindeloze vervolgomans. Meent men hierdoor de concurrentiepositie overtuigd van de eventuele mislukking van «Mimo». Blijk van het blad te verstevigen? De hoofdreducteur zelf is overtuigd van de eventuele mislukking van «Mimo». Blijkbaar zijn de belangen van de adverteerders de voornaamste bekommernis van de directie. «Mimo» vertegenwoordigt het Vlaamse gedeelte van de vrouwenmarkt in België, en dat is haar enige bestaansrecht. Het hoeft ons dan ook niet te verwonderen dat de uitgever hoegaannd niet geïnteresseerd is in het opzetten van een nieuw serviceblad, wat door de ex-redactie werd voorgesteld. De ter hulp geroepen vakbond en de Beroepsunie van de Bel-

gische pers slaagden er alleen in de opzeggingsvoorwaarden te verbeteren. De positie van de vakbond - de afdeling Boek en Papier van het ABVV - kan trouwens op zijn minst dubieus genoemd worden in de onderhandelingen met de uitgever. Tenslotte werden de vier redactrices opgeofferd om de nieuwe CAO, die ter ondertekening voorlag, te bedingen. Hierin wordt o.m. bepaald dat geen enkel personeelslid zou ontslagen worden voor september 1977. De ex-Mimo-redactie vond ook weinig steun bij haar broeders van «Humo», alhoewel de «Humo»-redactie het tegendeel beweert in een gedetailleerde uiteenzetting van haar standpunt naar aanleiding van een verholgen lezersbrief. De «Humo»-collega's achtten een staking - wellicht terecht - inopportuun, omdat de arbeiders van de drukkerij te Marcinelle er weinig voor voelden wegens de CAO-onderhandelingen. Aan de andere kant maakte de directie gewag van een nieuw TV-blad, wat «Humo's» marktpositie gevoelig zou aantasten. De situatie van «Humo» vormt trouwens een uitstekende illustratie van de prioriteiten in het Dupuis-beleid: het progressisme van «Humo» mag, omdat - en zolang - de verkoopscijfers gunstig zijn; «Mimo's» aarzelende feminisme moet verdwijnen bij gebrek aan commercieel succes. De solidariteit met het lot van «Mimo» bleef niet alleen achterwege bij de Dupuis-medewerkers. Ook de andere media getuigden van een ontgoochelend gebrek aan belangstelling. Een drietal dagbladen ruimden plaats in voor het standpunt van de ontslagen redactie: twee kranten publiceerden het door de vier «Mimo»-vrouwen verspreide communiqué, een derde gaf een relaas van de feiten bij monde van een sympathiserende redactrice. In de weekbladders besteedden - naast het «Humo»-artikel - een vijftal bladen - drie nederlandsstalige en twee franstalige - min of meer uitvoerig aandacht aan het droevige lot van «Mimo». Het gebrek aan bekommernis om de zielige situatie van de vrouwenpers in Vlaanderen wordt daardoor nogmaals geïllustreerd. «Mimo» is niet het eerste slachtoffer van de economische belangen, die het gezicht van de vrouwenbladen bepalen. Slechts enkele maanden geleden werd «Ons Volk»/«Chez Nous» overgenomen door «Het Rijk der Vrouw»/«Femmes d'Aujourd'hui». De titel bleef weliswaar bestaan. De redactionele inhoud is echter een trouwe kopie van «Het Rijk der Vrouw». «Mimo» is hetzelfde lot toebedeeld: het werk van de redactie zal quasi herleid worden tot een klakkeloze vertaling van «Bonne Soirée»-materiaal. Alarmerend is vooral de onveroorbaarheid van het lezer(essen)publiek. Of stellen zij zich inderdaad tevreden met de keukenrecepten/hartsproblemen/moderubriekenformule, waaraan de vrouwenbladen zo krampachtig vasthouden? In dat geval staat het ontluikende feminisme in Vlaanderen voor een zware taak, waarbij het niet op de conservatieve vrouwenpers moet rekenen.

Mieke CEULEMANS

Van 6 tot 11 juni 1976 werd in Ottawa (Canada) over dit thema een Internationaal Colloquium georganiseerd door de Europese Radio Unie. Een honderdtal radiodirecteurs namen hieraan deel en hebben zich in werkgroepen aan de hand van een aantal concrete vragen bezonnen over de toekomst.

Prof. Dr. J. Briers participeerde aan dit Colloquium en maakte met behulp van voorbereidende documenten, werkgroepnotulen en eigen notities een uitvoerig en interessant verslag (1), waaruit hier in het kort enkele markante punten worden aangestipt. Hoe zal het publiek de radioprogramma's ontvangen en gebruiken? Een gemiddelde luisterduur van 2 tot 3 uur per dag in de verschillende West-Europese landen (in Noord-Amerika lichtjes hoger) kent drie top-periodes: 's ochtends, 's middags en op het einde van de namiddag. De meest geapprecieerde programma's zijn nieuws en lichte muziek, alsook variëteit en open-deur uitzendingen. Jongeren van 15-24 jaar kiezen vooral popmuziek en vormen geen trouw publiek in tegenstelling tot volwassenen tussen 30 en 50, die de voorkeur geven aan politiek, nieuws en variëteit. De ouderen boven de 50 kunnen niet beschouwd worden als radiofans.

De omroepinstituten houden rekening met het uiteenvallen van het luisterpubliek in talrijke belangstellingsgroepen en spreken voortaan liever van groepscommunicatie i.p.v. massacommunicatie. Deze belangstellingsgroepen identificeren is een van de belangrijkste taken van de studiediensten. De publieke radio moet zich wel tot deze verschillende groepen (b.v. regionale groepen, minderheden, vol-

wassenenvormingsgroepen, communities, e.d.) richten, maar er tevens voor zorgen dat zij populaire programma's voor het grote publiek niet verwaarloost.

N.a.v. diverse vragen werd door verschillende werkgroepen gesproken over het radionieuws.

Objectiviteit, omschreven als onpartijdigheid, evenwicht, bevoegdheid, accuratesse en eerlijkheid, moet de hoeksteen van het nieuws blijven. In een pluralistische maatschappij moeten verschillende standpunten aan bod kunnen komen al moet men niet alles op een goudschaaltje tegenover elkaar gaan afwegen. Moet men de keuze, die onvermijdelijk is, overlaten aan de strenge en gewetensvolle beroepsuitoefening van de radio-journalist? En wordt het risico voor overheidsingrijpen in de onafhankelijkheid van de radio niet veel groter, wanneer na(ast) de (oudere) journalist-die-het-feit-respecteert de (jongere) journalist-advocaat aantreedt, die de zaak verdedigt die hij voorstaat? De radiodirecteurs zijn niet zo gerust in de toekomst.

Wel wordt algemeen informatie-uitbreiding verwacht: 24-uren-programma's zullen in aantal toenemen. Belangrijk is vooral in welke richting het nieuws zal evolueren. Feit is dat het menselijk organisme zich vlug ontwikkelt tot een bijzonder effectief filter tegen «noise», d.w.z. slechts aandacht leert schenken aan geluiden en berichten die het kan interpreteren. Daarom zal meer context en verklaring nodig zijn, wat een belangrijke educatieve bijdrage betekent en anderzijds ook bijkomende talentvolle medewerkers noodzakelijk maakt, die méér diepgang en een ruimer arbeids-

veld aankunnen. Die uitbreiding ziet men vooral in de richting van meer regionaal, lokaal en cultureel nieuws, waarvoor om voldoende context te garanderen gespecialiseerde reporters nodig zullen zijn.

Ondanks technische nieuwigheden (als bv. Ceefax, dat het mogelijk maakt op elk gewenst moment op het TV-toestel een gedrukte pagina nieuws te laten verschijnen tussen of in superpositie op andere beelden), die belangrijke implicaties zouden kunnen hebben, wordt de nieuwsberichtergeving ook in de toekomst beschouwd als de ruggegraat van de radio.

Ook voor de service-radio wordt een belangrijke toekomst voorzien: praktische informatie, verkeers- en weerberichten, beurs en consumptie, hobbies en recreatie gaan meer en meer belang krijgen in onze steeds complexer wordende samenleving. Hoewel de publieke radio zeker niet op alle domeinen hierin kan voorzien wordt haar toch een belangrijke rol terzake toebedacht, m.n. aan de regionale en lokale zenders, die ook voor de meer geïnstitutionaliseerde participatie van het publiek aan de programma's de eerst-aangewezenen zijn.

Naast informatie zal ontspanning de hoofdbrok van de radioprogramma's blijven. Populaire muziek zal een groot aantal luisteraars binden, waarbij ook niet uit het oog verloren mag worden dat de radio voor velen de metgezel is in de eenzaamheid, die met een korte verklaring of alleen maar stemming- of sfeerschepping door de omroeper gebroken wordt. Dat wil niet zeggen dat de radio zich praktisch tot deze populaire muziek zou moeten beperken, maar wel dat het niet meer verantwoord is 50 %

van het budget te besteden aan ernstige muziek, waar slechts 5 % van de luisteraars behoefte aan hebben. Door bepaalde formules als mecenaat, coproductie e.a. kunnen de kosten hiervoor aanzienlijk gereduceerd worden.

Vanzelfsprekend werd ook de organisatievorm onder verschillende aspecten aangesneden.

De meeste radio-directeurs opteerden voor een gezamenlijk bestuur en organisatie van radio en televisie in één

omroepingstelling, al kunnen niet alle diensten even nauw samenwerken als b.v. de nieuwsdienst. Natuurlijk moet de instelling onafhankelijk zijn van de overheid en de beste garantie daarvoor lijkt: een onafhankelijke Raad van Beheer, waarin alle strekkingen en drukkingsgroepen naar verhouding vertegenwoordigd zijn.

Vooraf inzake dure programma's zou een meer georganiseerde samenwerking voor productie en realisatie nodig zijn. Intern wordt gepleit voor sys-

tematische decentralisatie en regionalisering en dit in functie van democratisering.

Dit oppervlakkig overzicht wil een degelijk gedocumenteerd verslag onder de aandacht brengen van allen die met de toekomst van de radio begaan zijn: het is het overwaard.

(1) Prof. dr. J. BRIERS, *De Radio in de jaren 80. Internationaal Colloquium van de Europese Radio Unie in Ottawa (Canada) van 6 tot 11 juni 1976*, pro manuscripto, gestencil, z.p., z.j., 30 blz.

## 83 jaren filmgeschiedenis

Zopas stelde Dirk Lauwaert voor de 'Bibliotheek communicatiewetenschappen' een «Tijdstabel der Filmgeschiedenis» samen, die de periode 1893-1975 bestrijkt. Hij bestaat uit een doosvormige map, waarin 15 uitplooibare vellen zitten opgeborgen. In 15 kolommen worden de filmgeschiedenis en haar politieke, culturele, economische en wetenschappelijke context beschreven. Negen kolommen zijn gewijd aan achtereenvolgens de film in de Verenigde Staten, Frankrijk, Italië, Duitsland, de Sovjetunie, Groot-Brittannië, België en Nederland, nationale filmindustrieën (waaronder alle filmproducties worden gerubriceerd, die vanuit ons perspectief een exotisch karakter hebben) en tenslotte de niet-commerciële film (waaronder underground film, experimentele film, kortfilm, documentaires enz).

Tenslotte zijn ook de filmtechnologie en filmeconomie elk met een kolom in deze filmgeschiedenis opgenomen. Vier kolommen beschrijven de context ervan: politieke geschiedenis, media en amusementsindustrie, kunst en filosofie, wetenschap en

technologie. Tenslotte is er nog een zestiende kolom vrij gehouden voor eigen notities.

De gegevens in deze vijftien kolommen verwerkt, zijn uiteraard summier: hoofdzakelijk filmtitels, voorafgegaan door de naam van hun regisseur, met nu en dan een supplementaire informatie betreffende een speler, een genre, een technisch effect. Dezelfde bondigheid - welke de gebruiker toch wel tot extra aandacht en eigen research zou moeten stimuleren - diende ook nagestreefd in de context-kolommen.

Tot de filmgeschiedenis meenden wij ook als volwaardige elementen te mogen rekenen: Filmfestivals, filmtijdschriften, fanpublicaties, filmesthetische studies, filmscholen en allerlei randgenres als SF, horror en de erotische film.

**Deze tijdstabel kan bekomen worden via het Centrum voor Communicatiewetenschappen, Van Evenstraat 2A, 3000 LEUVEN, en kost 195 fr.**

# feiten en meningen uit de media- wereld

J. SERVAES

EN

W. VAN DER BIESEN

Begin juli 1976 verklaarde Minister van Verkeerswezen Chabert dat RECLAME langs KABELTELEVISIE - om technische en financiële redenen - haast niet te vermijden is. Bovendien zou het «wegknippen» van de reclame, aldus de Minister, psychologisch inopportuun zijn en een indruk van censuur verwekken. Artikel 21 van het Koninklijk Besluit (van 24 december 1966) inzake de teledistributiemaatschappijen verbiedt nochtans formeel «het verdelen van de reclamegedeelten van buitenlandse programma's en van de programma's van buitenlandse reclamezenders».

Op 1 september 1976 geeft Minister Chabert aan de Regie voor Telefoon en Telegrafie de toestemming om - via een straalverbinding - het signaal van de RTL (de commerciële Luxemburgse TV) door te geven aan de TV-Oost (de Gentse kabeltelevisiemaatschappij). Op die wijze komt de RTL ook op de Vlaamse TV-schermen, wat te Brussel en in Wallonië reeds lange tijd het geval is. Een en ander lokt voortdurend protesten uit o.a. van de Raad voor het Verbruik, van het Onderzoeks- en Informatiecentrum van Verbruiksorganisaties en van het B.S.P.-partijbureau. «Humo» spreekt van een goed in elkaar zittend scenario :

*«... met de RTL wordt een paard van Troje binnengehaald dat de tegenstanders van reclame op de BRT de laatste argumenten uit de handen moet slaan».*

Het Sovjetrussische persbureau NOVOSTI dat zich - in tegenstelling tot het officiële persorgaan Tass - onafhankelijk opstelde, zal verdwijnen. In westerse kringen meent men dat het gaat om een reorganisatie om de nieuwsgaring te centraliseren met het oog op de komende Olympische Spelen in Moskou.

Gedurende de eerste 4 maanden van 1976 verwierven de Nederlandse dagbladen 48 % van het totale advertentie-aanbod ; (dit is een stijging met 3 % t.o.v. 1975) de tijdschriften kregen 28 % (-1 %), de televisie 22 % (- 1 %) en de radio amper 2 % (- 1%). Het totaalvolume van de ADVERTENTIES IN DE NEDERLANDSE DAGBLADEN evolueerde voor het eerste halfjaar van 9,5 miljoen millimeter in 1974 over 8,9 miljoen mm in 1975 terug naar 9,1 miljoen mm in 1976.

De dagbladen maken het advertentieverlies ten gevolge van de economische crisis en de invoering van de etherreclame nog niet geheel goed. In de periode 1967-1972 verloren de dagbladen 12 % van hun marktaandeel aan de STER. In diezelfde periode bleef het marktaandeel van de tijdschriften gelijk. In de periode 1973-1976 daarentegen heroverden de dagbladen 8 % vooral ten koste van de tijdschriften die met 5 % achteruitgingen en van de STER die 2 % verloor.

Op 20 september nam Rita Mulier - na interne strubbelingen - ontslag als hoofdredactrice van het weekblad «DE NIEUWE». Mark Grammens, de vroegere hoofdredacteur, heeft de verantwoordelijkheid voor de uitgave opnieuw op zich genomen. Grammens is ook directeur van het «Tijdschrift voor Diplomatie».

Volgens het weekblad «Knack» heeft het BREBART-IMPERIUM («La Dernière Heure», «La Libre Belgique» en verscheidene weekbladen) een «reusachtige achterstand» opgelopen in de stortingen voor maatschappelijke zekerheid. Naast deze schulden moet Maurice Brébart ieder trimester ook nog 11 miljoen Fr. leasing afbetalen bij de maatschappij Fininvest (NIM, Anhyp en Brussel-Lambert). Een en ander zou verband houden met de nieuwe building die Brébart aan de Jacquainlaan te Brussel gebouwd heeft. Het personeel vreest voor een - na de Standaard-affaire - nieuw «grootscheeps incident».

Op 4 augustus 1976 overleed op 82-jarige leeftijd LORD THOMSON OF FLEET OF NORTHBRIDGE, de in Canada geboren Britse krantenmagnaat. Zijn imperium - het grootste ter wereld - omvatte meer dan 200 dag- en weekbladen in 10 landen, TV-belangen in 16 en radiostations in 10 landen. Daartoe behoren o.a. «The Times», «The Sunday Times» en «The Scotsman». Daarnaast was hij directeur van het Britse persagentschap Reuter, eigenaar van 4 reisbureaus, 19 drukkerijen, vrachtvervoerbedrijven, en had aandelen in de Noordzee-oliewinning en tal van andere zakenbelangen.

Alhoewel hij zich niet direct inliet met het redactionele beleid van zijn kranten, wendde hij wel zijn invloed aan bij de benoeming van commentaar-schrijvers. Tot die opinies behoorden een overtuigende verdediging van de vrije onderneming, van het behoud van de doodstraf, van de herbewapening van Duitsland en van de Britse toetreding tot de EEG. Over het algemeen liet Thomson zijn redacties echter een grote mate van vrijheid. Het vermogen van het Thomson-concern wordt geschat op ongeveer 14 miljard Fr.

De NV Astra, met voorzitter Ludo van Thillo, heeft op 20 augustus 1976 50 procent van de aandelen van het weekblad «DE POST» verkocht aan de groep-Hoste («Het Laatste Nieuws»). Het is de bedoeling om tot een nauwe redactionele en publicitaire samenwerking te komen tussen «De Post», «Kwik» en «Zondagsnieuws». «De Post» zal voortaan worden opgesteld in Brussel, maar blijft gedrukt op de persen van NV Astra in Deurne. Alleen Jef Anthierens blijft nog op de redactie van het weekblad.

Op 30 augustus 1976 werd de hoofdredacteur van «VOLKSGAZET», JOS VAN EYNDE, in de bloempjes gezet omdat hij vijftig jaar journalist is. Hij trad inderdaad op 30 oogst 1926 in dienst van het Antwerps socialistisch dagblad waaraan hij onafgebroken verbonden bleef. Ondertussen is hij ook reeds 32 jaar hoofdredacteur van dezelfde krant. Jos Van Eynde wordt algemeen aangezien als een van de beste Belgische editorialisten. Tot nog toe heeft hij meer dan 6.500 hoofdartikels op z'n actief. Hij wordt vooral gewaardeerd om z'n directe, volkse en gepassioneerde stijl.

De Bond van Bedienden, Technici en Kaders (BBTK) van het ABVV organiseerde op 4 september 1976 een colloquium over de toekomst van het PERSAGENTSCHAP BELGA en over de wijze waarop het zijn informatieopdracht het best kan vervullen. De problemen waar Belga mee worstelt, zijn volgens de BBTK nauw verbonden met de crisissituatie waarin

de Belgische pers verkeert. De grote dagbladen, die willen bezuinigen, denken er gerogeld aan hun abonnement bij Belga op te zeggen en samen een eigen persagentschap op te richten. Die oplossing zou niet alleen de werkgelegenheid bij het persagentschap sterk verminderen, ze zou tegelijk Belga tot een hulpbureau degraderen. De kleinere dagbladen, die niet over een eigen staf beschikken, en die dus van Belga afhankelijk blijven, zouden de waaier van onderwerpen en de kwaliteit van de aangeboden informatie gevoelig zien verminderen. De BBTK noemt die evolutie een bedreiging voor de vrije pers, waarbij grote persgroepen het monopolie van de informatie zouden verwerven. De BBTK stelt daarom voor Belga te veranderen in een nationaal persagentschap, daar waar het nu eigendom is van de persbedrijven die tegelijk eigenaars en klanten zijn. Er wordt daarbij gedacht aan een openbare dienst naar het voorbeeld van de BRT-RTB, waar de journalisten over een statuut beschikken dat het pluralisme van de informatie waarborgt.

In de SOVJET-UNIE kijken meer dan 190 miljoen mensen of 75 % van de bevolking televisie. Omwille van de uitgestrektheid van het land worden er speciale TV-kanalen en verschillende technieken gebruikt om de programma's vanuit Moskou naar de andere steden over te brengen. Ongeveer 400 stations, 1400 zenders en 70 satellietstations zorgen voor een goede ontvangst. Het «Spoetnik-communicatie»-systeem is reeds van in 1965 in gebruik; sinds 1967 wordt er in kleur uitgezonden.

De Japanse film «Het Rijk der Zinnen» van de cineast Nagisa Oshima werd op zaterdag 25 september 1976 op last van het Brussels parket IN BESLAG GENOMEN omdat hij in strijd zou zijn met de goede zeden. Enkele dagen voordien was deze prent door de Belgische filmcritici bijna unaniem als een meesterwerk bestempeld. Hoewel deze film o.a. in Frankrijk in het normale bioscoopcircuit loopt, had de Belgische verdeler hem op eigen initiatief reeds met twaalf minuten ingekort. Van diverse zijden werd tegen deze inbeslagname geprotesteerd.

In Nederland werd op 2 en 3 oktober 1976 het 25-JARIG BESTAAN VAN DE TELEVISIE herdacht met telkens een dagprogramma (vanaf 8 uur 's ochtends) waarin onder de titel «Reprise-theater» werd teruggekeken op de programma's die sinds 1951 de ether ingingen. Het hoogtepunt van de viering was echter een vierdelig gelegenheidsprogramma, een show-documentaire over het fenomeen televisie, met als titel «Een dure grap».

In haar strijd tegen de zwartkijkers en -luisteraars heeft de regering besloten het stelsel van het KIJK- EN LUISTERGELD te hervormen. In 1975 werden belastingen betaald voor 700.000 huisradio's, 1.100.000 draagbare radio's 925.000 autoradio's, 873.000 zwartwit televisie toestellen en 145.000 kleuren-TV's. Dit bracht de schatkist 5,3 miljard fr op en voor 1976 zal dat vermoedelijk 5,6 miljard worden. Naar schatting wordt 15 tot 20 procent - d.w.z. 1 miljard fr. - voor de radio- en televisiebelasting ontdoken.

Het stelsel van belasting per toestel wordt vanaf 1978 vervangen door gezinsvergunningen voor radio- en/of televisietoestellen. Daarnaast blijft er een afzonderlijke vergunning voor de autoradio. Het jaar 1977 wordt een overgangsjaar, waarbij iedereen de kans krijgt zich in regel te stellen.

Op 27 oktober 1976 hebben de onderhandelaars van de ALGEMENE BELGISCHE PERSBOND en van de BEROEPSUNIE VAN DE BELGISCHE PERS een beginsel-akkoord aanvaard over de FUSIE van beide organisaties in één enkele beweging die al de beroepsjournalisten verenigt. Het is de bedoeling om in het voorjaar van 1977 definitief samen te smelten. Tot nog toe werkte de Algemene Belgische Persbond eerder op het deontologisch vlak, de Beroepsunie daarentegen evolueerde naar een syndicaat en sluit o.m. met de Vereniging van de Dagblad-uitgevers collectieve arbeidsovereenkomsten af.



Op 15 november 1976 overleed te Neuilly (nabij Parijs) de 72-jarige Franse acteur JEAN GABIN. Als jongste van zeven kinderen werd hij in Parijs geboren op 17 mei 1904 als Jean Alexis Moncorge. Na enkele jaren handarbeider te zijn geweest (z'n droom was treinmachinist te worden), debuteerde hij als 18-jarige in de Folies-Bergères. Sedert het begin van de jaren dertig tot nu trad hij in meer dan honderd films op. Hij vertolkte vooral personages met een ruw uiterlijk en een goede inborst. Met z'n doorgroefd gelaat, z'n typische diepe stem en z'n natuurlijke manier van spelen, bleef hij een enorme aantrekkingskracht uitoefenen op het - vooral Franse - publiek. Naast de creatie van Commissaris Maigret in verscheidene Simenon-verfilmingen, werd Gabin vooral beroemd om z'n vertolkingen in o.a. «La Bête humaine», «Le clan des Siciliens», «Qual des brumes», «Les Grandes Familles» en «Les Misérables».

«THE OBSERVER», samen met «The Sunday Times» het invloedrijkste Britse weekblad, is op 24 november 1976 opgekocht door de Atlantic Richfield Oil Company in Los Angeles. «The Observer Ltd.», de vroegere eigenaar van het 185 jaar oude zondagsblad, hebben 90 procent van hun aandelenpakket van de hand gedaan. Reeds geruime tijd had het blad af te rekenen met financiële moeilijkheden die voortvloeiden uit een daling van de advertentie-inkomsten en van de oplage (momenteel nog 700.000 exemplaren), en te hoge drukkosten. De stijl van «The Observer» is bezadigd en zijn politieke opstelling varieert van progressief waar het rassenkwesties betreft tot liberaal en conservatief ten aanzien van binnenlandse problemen. De Atlantic Richfield Oil Company heeft beloofd geen verandering in het redactioneel beleid te zullen aanbrengen.

Een RESOLUTIE OVER DE MASSAMEDIA, die door de Derde-Wereld-landen ingediend en door de Sovjet-Unie verdedigd werd, is op 29 november 1976 door de algemene UNESCO-conferentie in Nairobi (Kenia) doorverwezen naar de volgende vergadering in 1978. De Verenigde Staten en enkele Westeuropese landen hadden fel gereageerd tegen een

passage die stelt dat «staten verantwoordelijk zijn voor de activiteiten op internationaal gebied van alle massamedia die onder hun jurisdictie vallen». De westerse landen oordelen dat deze passage een poging tot beknotting van de persvrijheid inhoudt. Wel werd - net zoals op de vergadering van de niet-gebonden landen in augustus 1976 in Colombo - beslist een onafhankelijk PERSAGENTSCHAP VOOR DE DERDE WERELD op te richten, teneinde een halt toe te roepen aan de greep die de westerse landen hebben op de informatiekanalen van de niet-socialistische wereld.

De meerderheid van de Nederlandse Tweede Kamer heeft zich op 1 december 1976 uitgesproken voor het verdwijnen van de STER-RECLAME van 19 uur op het Nederlands TV-scherm. De regering kreeg tevens de opdracht om de gevolgen van het geleidelijk geheel afschaffen van de beeldbuisreclame te onderzoeken. Het voorstel van Minister van Doorn om het lidmaatschap van een omroepvereniging los te koppelen van het abonnement op de omroepbladen werd door de Kamer echter afgewezen.

Robert Gillon, voorzitter van de federatie van de metaalbewerkers van de provincie Luik, werd aangesteld als directeur-generaal van het dagblad «LA WALLONIE». Hij volgt Robert Lambion op, die in september op rust ging. Sinds de oprichting van het blad in 1919 was de directeur-generaal steeds ook voorzitter van de Luikse federatie der Metaalbewerkers. De voorganger van Lambion was de gekende Waalse federalist en stichter van de MPW (Mouvement Populaire Wallon), André Renard.

Uit een antwoord van de Minister van Cultuur - Rika De Backer - aan de Nederlandse Cultuurraad blijkt dat de BRT in 1976 meer dan 16 miljoen Fr. heeft besteed aan de PRIJZEN van SPEL- EN QUIZPROGRAMMA'S. De Minister is echter van oordeel dat prijzen voor dergelijke programma's «onontbeer-

lijk zijn vermits zij een wezenlijk element voor inzet en spanning vormen». Bovendien werd voor deze geldprijzen vaak een bercep gedaan op derden (o.a. Gemeentekrediet, Nationale Loterij, enz.).

Het weekblad «LA GAUCHE» bestaat 20 jaar, het Vlaamse zusterblad «Rood» 8 jaar. Beide weekbladen, uitgegeven door de Revolutionaire Arbeiders Liga (RAL), verschijnen vanaf 1 januari 1977 in een nieuwe formule en op 12 bladzijden.

#### Adverteren in dit nummer

Standaard Boekhandel	13
Acco	19
Philips	24
Politiek Alternatief	26
Cinama	42
Cabay	45
Luvox	48
Delgay	52
Allumalux	56
Concentra	58
Inelco	65
Columbia	66

# licenciaatsverhandelingen

henk vermoere

## De narratieve structuren van de massaliteratuur. Een poging tot het opstellen van een analysemodel

Fac. Soc. Wet., Leuven, 1976, 141 blz.  
(Promotor : Dr. L. Van Poecke)

Dit onderzoek naar een model voor de analyse van massa-literatuur situeert zich in het kader van deze wetenschappen die zich bezighouden met het onderzoek van de literatuur als maatschappelijk verschijnsel. Al naargelang de opvattingen over het verband tussen literatuur en maatschappij kan men het domein van de literatuur op verschillende manieren benaderen. De eerder klassieke literatuur-theorieën concentreren zich vooral op het domein van het literair oeuvre en op het verband maatschappelijke context-auteur-oeuvre. Onder invloed van nieuwe technieken en methodes in de menswetenschappen ontstaan andere opvattingen en tendensen die de aandacht zullen vestigen op een lezende instantie en op het domein van de *massaliteratuur*.

In deze opvattingen zal het domein van de massaliteratuur bestudeerd worden als een domein van communicatievormen: de literaire vormen zijn communicatievormen en zodoende verantwoordelijk voor de overdracht van een boodschap. In een studie van het verband tussen literatuur en maatschappij zullen de analyses van de massaliteratuur vooral de aandacht trekken omwille van de vele veronderstellingen met betrekking tot de interne sociale functie van deze literaire vormen (cf. T. Rombout).

Het model dat we voor dit onderzoek zochten, moest het mogelijk maken een verzameling verhalen uit de massalectuur te beschrijven als een literaire boodschap in een maatschappelijke context. Het model moet aldus de onderzoeker in staat stellen de sociale functie te beschrijven.

Onze analyse omvatte enerzijds een semiologisch en anderzijds een sociologisch onderzoek waarvan de resultaten na een onderlinge vergelijking op basis van voorafgaande hypothesen in parallel werden geplaatst. Het is vooral de synthese tussen deze twee benaderingen die ons moeilijkheden bezorgde. Maar eerst zullen we even het semiologisch en sociologisch gedeelte nader toelichten.

De semiologie is de wetenschap van alle tekensystemen en dus niet alleen van de taaltekens. Hierbij komt het er steeds op neer de vraag te stellen naar de wijze waarop een tekensysteem betekenis doet ontstaan. De semiologie hangt samen met een structuralistische visie in de menswetenschappen. Zonder in te gaan op de discussie binnen het structuralisme en op het polysemisch karakter van het begrip structuur, stellen

we vast dat de structuralistische theorieopvatting in de jaren vijftig als een principiële houding in kunst, wetenschap en filosofie algemene erkenning vond.

De semiologie van de literatuur onderscheidt zich van de niet-structuralistische, traditionele verhaalstudies doordat ze in tegenstelling tot deze laatste de rol van een subject of individueel bewustzijn (de auteur) ontkent. Het verhaal is in de eerste plaats een narratieve structuur, en niet de weerspiegeling van een individueel bewustzijn. Volgens de Franse semioloog R. Barthes dient de analyse van deze narratieve structuur, gezien het onoverzichtelijk karakter van het onderzoeksterrein, te gebeuren van uit een deductief-hypothetisch beschrijvingsmodel. Na herhaaldelijke toepassing, aanpassing en vervollediging zal men er in slagen de oneindigheid van verhalen te klasseren. Voor de keuze van haar model kan de semiologie terecht bij de linguïstiek die reeds haar sporen verdiende. Het resultaat van ons semiologisch hoofdstuk - waarvoor we ons in de eerste plaats baseerden op het door Barthes geponeerde onderscheid tussen betekenisniveaus in de narratieve structuur, doch tevens en vooral op de onderzoekingen van Propp en Greimas - kunnen we dan als volgt samenvatten: Een verhalenreeks uit de massalectuur (b.v. de Saskia-romans) kan beschreven worden als één narratieve structuur waarvan ieder concreet verhaal als een realisatievorm kan gezien worden. Deze structuur articuleert de handelingen en personages die gemeenschappelijk zijn aan alle verhalen van de reeks. Vanuit een structuralistische visie zullen we het in dit verband hebben over «functies» en «actanten». Een serie uit de massalectuur kan dus getypeerd worden tot een vaste lijst van functies en een bepaalde matrix van actanten.

In een volgende stap verlaten we het semiologisch model voor het sociologisch onderzoek. Want het was de bedoeling de *tekst* van de verhalenreeks in een maatschappelijke *context* te situeren. Hiervoor grepen we terug naar een structuralistische visie die de sociologische context ging bekijken op dezelfde manier waarop de linguïstiek en de semiologie de taalverschijnselen bestudeerden. D.w.z. dat de structuralistische sociologie de maatschappij bestudeert als een tekensysteem of een tekst die leesbaar wordt dank zij een aan de basis liggende en te ontcijferen structuur. Het is vooral het werk van de Franse auteurs Althusser en Poulantzas dat een belangrijke theoretische bijdrage leverde tot deze «wetenschap van de geschiedenis». In het kader van ons onderzoek motiveerden we deze keuze voor een structuralistische maatschappijtheorie vanuit de aard van het semiologisch onderzoek dat hieraan vooraf ging. Het semiologisch gedeelte van ons onderzoek leverde immers termen op zoals «functies» en «actanten»; het sociologisch gedeelte nu bracht ons de concepten «klassepraktijken» en «agenten van sociale klassen». Zodoende hanteerden we dan toch min of meer onderling vergelijkbare begrippen, zodat we, in een eerste fase althans, met niet al te grote moeilijkheden moesten afrekenen.

Die moeilijkheden zijn er dan gekomen toen we poogden deze twee structuralistische modellen in parallel te brengen. Hier-

bij rezen een aantal vragen die we in het kader van ons onderzoek onbeantwoord dienden te laten, zodat de noodzaak van verder onderzoek zich opdringt. Men kan zich b.v. afvragen in hoeverre de erkenning van de subjectloosheid van de handelende mens, een fundamentele component van de structuralistische hypothese, kan gehandhaafd worden. Is het wel mogelijk het typische van een maatschappelijke context te beschrijven aan de hand van een streng-abstraherend model waarbij termen zoals «sociologische klasse» en «klassepraktijken», zoals ze door het structuralisme werden gezuiverd, wel eens werkelijkheidsvreemd kunnen klinken?

Een gelijkaardig probleem stelt zich naar aanleiding van de semiologische analyse. Hoe zal men het typische van een verhalenreeks kunnen lezen in een structuur van functies en actanten? Zijn het soms juist niet bepaalde stijffiguren of karakters die de aantrekkelijkheid van massalectuur uitmaken? En in welke mate zal dan nog aanvaard kunnen worden of de relatie van lezer tot lectuur bepaald wordt door de sociale (ideologische) functie van deze lectuur?

Het naast elkaar plaatsen en vergelijken van de semiologische en maatschappelijke analyse maakt het model uiterst kwetsbaar en dient steeds met de grootste omzichtigheid en aandacht voor andere modellen gepaard te gaan. De bedenkingen in verband met de structuralistische maatschappijopvatting en de theorie van de ideologie, evenals de vragen die worden geopend naar de sociale functie van literaire boodschappen maken verder onderzoek op zowel hypothetisch-deductieve als inductieve wijze dan ook noodzakelijk.

#### BIBLIOGRAFIE

- ALTHUSSER, L., *Idéologie et appareil idéologique d'état*, MUBEF, Leuven, 1972.
- GREIMAS, A.J., *Sémantique structurale*, Larousse, Parijs, 1966.
- MASSALITERATUUR, Doktoraalstudie (collectief) Nederlandse taal- en letterkunde aan het Instituut Nederlands van de Nijmeegse Universiteit, Nijmegen, 1974.
- POULANTZAS, N., *Pouvoir politique et classes sociales*, Maspero, Parijs, 1975.
- PROPP, V.L., *Morphologie du conte*, Seuil, Paris, 1970.
- ROMBAUT, T., «Trivialularia», in *Populaire literatuur*, Thespa, Amsterdam, 1974.

(ADVERTENTIE)

## antoon bulcke

### Pamfletten aan de K.U.L.

Fac. Soc. Wet., Leuven, 1976, 112 blz.  
(Promotor : Prof. Dr. G. Fauconnier)

Aan de K.U. Leuven spelen de media een grote rol bij het organiseren en uitvoeren van acties door de meest diverse werkgroepen.

Dat het pamflet hierbij door ons als te analyseren materiaal werd gekozen heeft vier redenen, m.n.:

- het gaat hier wellicht om het meest frequent gebruikte informatiemiddel aan de universiteit;
- het bereikt een zeer groot publiek;
- we bezitten een representatief staal;
- dit maakt het mogelijk heel wat te reveleren i.v.m. stromingen, krachtlijnen, die het studentenleven en het sociaal klimaat aan deze universiteit typeren.

Aldus werden in totaal 321 verschillende pamfletten geanalyseerd die verspreid werden zowel gedurende het academiejaar '73-'74 als '74-'75. Hierbij ging de aandacht in hoofdzaak naar de vragen 'WIE' en 'WAT' uit de formule van Lasswell.

In deze bijdrage een gedetailleerde beschrijving geven van de bekomen resultaten, zou al te veel ruimte in beslag nemen. Vandaar dat we ons beperken tot een zeer algemene schets van de belangrijkste bevindingen.

Zo bleek reeds bij de inventarisatie van het analyse materiaal dat voor beide academiejaren de distributie-frequentie van pamfletten hoger lag in het begin van het jaar (okt. - nov.), dan op het einde van het jaar (mei-juni). De hoogste frequenties liggen voor beide academiejaren in de maanden februari - maart, terwijl de laagste frequenties zich telkens situeren omstreeks de maand december, naar het kerstverlof toe en de periode mei-juni, naar de examenperiode toe.

Wat nu het eerste punt betreft, m.n. de vraag 'WIE', lijken ons de volgende conclusies van belang:

- het netwerk van auteurs en verenigingen dat pamfletten uit-

# CINAMA



erkende  
specialist in  
**VIDEO**  
**SONY**

Renbaanlaan 5  
1050 Brussel (Vijvers Elsene) P  
02/647.06.62-649.11.58

**VERKOOP-VERHUREN**

geeft is uiterst groot en complex. Zo stelden we o.m. vast dat in de beschouwde periode niet minder dan 63 verenigingen en 58 verschillende auteurs als uitgevers fungeerden.

— Er is een duidelijk onderscheid te maken tussen wat we kunnen noemen 'hoog-frequentie-groepen' en '-auteurs' en 'laag-frequentie-groepen' en '-auteurs'. Praktisch gezien stellen we inderdaad vast dat, naar de groeperingen toe, er een vijftal zijn (nl. Amada - 16,9 %, RAL (LRT) - 15,26 %, Soc. Raad - 12,77 %, C.I.E.E. - 7,16 % en A.I.B. - 4,36 %; d.i. 7,93 % van de geïdentificeerde groepen) die 55,74 % van de pamfletten voor hun rekening nemen, dit zijn dus de zgn. 'hoog-frequentie-groepen', terwijl de overige 58 geïdentificeerde groeperingen, dit is 92,06 % slechts voor 36,48 % van het steekproefmateriaal instaan, aldus ondergebracht in de categorie 'laag-frequentie-groepen'.

Naar de individuele auteurs toe constateren we enerzijds dat 79,31 % van de steekproef-auteurs twee pamfletten of minder uitgeven, dit zijn dus 'laag-frequentie-auteurs', terwijl anderzijds slechts 20,68 % van 3 tot maximaal 52 pamfletten uitgeven, dit zijn de hoog-frequentie-auteurs.

— Daarenboven bleek tevens dat voor de hoog-frequentie-groepen in hoofdzaak hoog-frequentie-auteurs fungeren, terwijl de laag-frequentie-groepen vertegenwoordigd zijn door laag-frequentie-auteurs.

— Hierbij hebben we getracht het concept 'marginale groepen' te nuanceren, rekening houdend met diverse sociologische criteria. M.n. stelden we vast dat bepaalde groepen wel marginaal kunnen genoemd worden op het niveau van de groepsomvang, maar dat ze daarentegen t.o.v. groepen van veel ruimere omvang, een grotere inspanning leveren op het niveau van de cosmisering en integratie in de maatschappij, waarvoor we in het kader van onze analyse, het uitgeven van pamfletten als indicator beschouwen.

— Tenslotte stelden we tevens vast dat :

a) van de 63 geïdentificeerde groepen er 39 van sociaal-politiek-economische aard zijn (d.i. 61,9 %). Samen staan ze in voor 85,13 % van het steekproefmateriaal.

b) 9 groeperingen zijn van filosofische aard (d.i. 14,28 %), en aldus nemen ze 5,74 % van het steekproefmateriaal voor hun rekening.

c) 15 groeperingen zijn van culturele aard (d.i. 23,80 %), goed voor 9,12 % van het steekproefmateriaal.

Met betrekking tot de vraag 'WAT' is zowel aandacht besteed aan inhoudelijke als aan vormelijke aspecten van de boodschappen. Hierbij is uitgegaan van het onderscheid tussen pamfletten type-A, d.w.z. pamfletten die in het kader van een campagne met hoge frequentie op korte termijn verspreid werden rond één bepaald thema, en pamfletten type-B : strooibrieven die een accidentele verspreiding kennen op lange termijn m.b.t. diverse thema's, en met lagere frequentie.

Een inhoudelijke analyse van de pamfletten model-A, de campagnepamfletten, toont duidelijk aan dat precies 75 % van de gevoerde acties betrekking hadden op extern-universitaire aangelegenheden van uitsluitend sociaal-politiek-economische aard. Slechts 25 % waren intern-universitair gericht.

Van de externe acties hebben er 86 % betrekking op nationale onderwerpen, terwijl er slechts 14 % een internationaal probleem als draaischijf hadden.

Wanneer we nagaan welke groepen er achter deze extern-universitaire campagnes steken, dan stoten we steeds op Amada, RAL, Sociale Raad en in mindere mate op de C.I.E.E. en de A.I.B., m.a.w. het zijn bijna uitsluitend de hoger genoemde hoog-frequentie-groepen die de leiding van de externe acties model-A in handen hebben.

De intern-universitaire acties model-A streven vooral naar open, eerlijk en objectief onderwijs. Ze verdedigen groepen die dreigen van onderwijs uitgesloten te worden, en gaan ook inhoudelijk het programma kritisch bekijken. Het onderzoek naar de auteurs en groepen die deze intern-universitaire acties leiden, brengt ons opnieuw bij de hoog-frequentie-groepen. Kortom, alle campagnes van het korte type worden geleid door de hoog-frequentie-groepen, die er dan ook hun stempel op drukken.

Wat de hierbij aangewende middelen betreft stelden we vast dat het contestatiegedrag zich voornamelijk uit langs meetings (18,5 % van het pakket voorgestelde actievormen), betogingen (eveneens 18,5 %), vorming van actiecomités (13,4 %), debatten-conferenties (9,7 %) en solidariteitsacties (9,3 %).

Opvallend is tevens dat er, in eerste instantie althans, weinig naar het stakingsmiddel gegrepen wordt (3,7 %). Deze actievorm wordt als weinig efficiënt beoordeeld en komt dan ook meestal voor als een nevenverschijnsel van een reeds gestarte actie.

Bij de inhoudelijke analyse van de strooibrieven type-B stellen we een duidelijke verschuiving vast naar de culturele en wijsgerige thema's en actievormen, m.n. film, toneel, tentoonstellingen, meditatieweekends, sportmanifestaties enz... Hierbij wordt tevens het initiatief-monopolie van de hoog-frequentie-groepen doorbroken door een sterk heterogene groep laag-frequentie-auteurs en -groepen.

Ook de vormelijke analyse van zowel de campagnepamfletten als van de accidentele strooibrieven leverde uiteenlopende resultaten op, zowel m.b.t. de stylistische vormgeving en de propaganda-elementen als de leesbaarheid en de begrijpelijkheid.

Daar waar b.v. bij de strooibrieven geen typische stijlfiguren ontdekt werden, is er bij de campagne-pamfletten een frequent gebruik van beeldspraak en hyperbolen te noteren.

Maar vooral vanuit propagandistisch standpunt verschillen beide types grondig van elkaar. Daar waar de accidentele strooibrieven op louter neutrale informatie-overdracht gericht zijn, is bij de campagnepamfletten het gebruik van evidente propaganda-technieken merkbaar. Het situeren van het onderwerp in het belangenveld van de ontvangers van de boodschap, het uitspelen van bepaalde motieven en dito appeleren aan behoeften, de taalsuggestibiliteit en de impliciete affirmaties zijn m.n. duidelijke pogingen tot persuasieve beïnvloeding.

Uiteindelijk stelden we tevens vast dat de strooibrieven een betere leesbaarheid hebben dan de campagne-pamfletten, maar dat op het niveau van de begrijpelijkheid beide types voldoen aan de getoetste normen.

## BIBLIOGRAFIE

- BERELSON B., *Content Analysis in Communication Research*, Glencoe, 1952.
- DASTOT J.-CL., *La Publicité - Principes et Méthodes*, Verviers, 1973.
- FAGES J.B., *Comprendre le Structuralisme*, Toulouse, 1970.
- FLESH R., *The Art of Plain Talk*, New York, 1946.
- LASSWELL H., *Propaganda Technique in The World War*, New York, 1938.
- LUCAS D.B., BRITT S.H., *Het Effect van de Reclame*, Antwerpen, 1966.
- ROOMER J., *Tekst en Tekstschrijver in de Reclame*, Amsterdam, 1967.
- WIJVEKATE M.L., *Methoden van Onderzoek*, Utrecht, 1971.
- THIBAUT A.M. - LAULAN, *Image et Communication*, Parijs, 1972.

---

**ann mulders**

## **de belgische en franse verkiezingen van 1974 in «de standaard»**

**Een agendasettinganalyse**

**Fac. Soc. Wet. Leuven, 1976, 111 blz.**  
**(Promotor : Prof. Dr. L. Boone)**

---

Het was onze bedoeling de politieke houding na te gaan van het dagblad «De Standaard». De keuze van «De Standaard» als onderzoeksobject heeft verschillende redenen, nl. ten eerste het feit dat deze krant zichzelf «niet partijgebonden» en «onafhankelijk» noemt. We wilden nagaan in hoeverre deze bewering strookt met de realiteit.

Verder noteerden we dat verschillende auteurs, waaronder Prof. Luk Boone, «De Standaard» meer en meer als de beste belgische krant te gaan beschouwen. Of «De Standaard» daardoor ook kan gerekend worden tot de zogenaamde kwaliteitsbladen is een vraag waarover de meningen verdeeld zijn: wellicht zouden de resultaten van onze analyse bepaalde inhoudskenmerken aan het licht brengen die een begin van antwoord op deze vraag zouden kunnen vormen.

Een derde reden waarom het interessant leek «De Standaard» te analyseren is haar inhoudelijke dualiteit: «De Standaard» is eerder rechts op binnenlands politiek vlak, waar ze bijna steeds, expliciet of impliciet, de CVP steunt; op buitenlands politiek vlak is zij veel kritischer en minder pro-Amerikaans dan de meeste Belgische kranten. Het conservatisme of progressisme van een krant is zeer moeilijk te meten, in de eerste plaats omdat er voor deze begrippen geen bruikbare indicatoren bestaan. We zouden ons hier derhalve willen beperken tot een vergelijking tussen de houding van De Standaard tegenover een belangrijke binnenlandse en buitenlandse gebeurtenis, nl. de Belgische parlementsverkiezingen en de Franse presidentsverkiezingen van 1974.

Omwille van de eigen aard van «De Standaard» (niet partijgebonden, etc.) leek het ons interessant haar politieke houding na te gaan via een analyse van haar agendasetting.

Deze methode werd met name door McCombs geïntroduceerd in de problematiek rond de analyse van politieke berichtgeving en de persuasie. De essentie van deze agendasettingfunctie bestaat er zoals de formulering het reeds laat vermoeden, vooral in dat de massamedia — waarvan gebleken was dat ze zelden in staat zijn om voldoende congruente of manifeste persuasieve successen op korte termijn te boeken — veel efficiënter zijn in het bepalen van datgene waarover de interpersonele, de categoriale en de massacommunicatie handelen.

Ze bepalen dus mede datgene waarover het publiek nadenkt, en waarmee het ook rekening zal houden bij het nemen van bepaalde (politieke) beslissingen.

Een van de moeilijkheden echter voor een agendasettingsonderzoek, is een geschikte methodiek uit te werken. Mede door onze bekommernis om de vergelijkbaarheid met vroegere min of meer soortgelijke onderzoeken veilig te stellen, hebben we een gewone mededelingsanalyse verkozen waaruit dan althans een intentie tot agendasetting kan worden afgeleid.

Wat onze mededelingsanalyse zelf betreft, beperken we ons hier tot het feit dat de betrokken artikels telkens op twee assen, op

een horizontale volgens het behandelde onderwerp en op een verticale volgens de plaats in de krant, werden gelokaliseerd. Vervolgens werd nagegaan welke houding (positief - negatief - neutraal) kon afgeleid worden ten opzichte van de CVP, de BSP en ten opzichte van het behandelde onderwerp zelf. Om de politieke houding van «De Standaard» uit haar agendasetting af te leiden trachtten we een antwoord te vinden op volgende vragen:

1. aan welke punten besteedt «De Standaard» het meeste aandacht?
2. welke houding neemt deze krant in ten opzichte van deze punten?
3. bestaat er een correlatie tussen het veel voorkomen van bepaalde onderwerpen en het feit dat deze onderwerpen «CVP-bevoordeligend» c.q. «BSP-discrediterend» zijn?

De Franse verkiezingen hadden we op dezelfde wijze willen analyseren, met uiteraard de noodzakelijke aanpassingen van bepaalde categorieën.

Hier bleek echter dat de meeste (niet alle!) artikels in dit verband onder één titel konden worden gegroepeerd, nl. «Kansen van de diverse kandidaten volgens diverse opiniepeilingen».

### **Conclusies**

Wat de binnenlandse politieke houding van «De Standaard» betreft, bleek dat ze wel CVP-gezind was, maar dat ze zelden openlijk voor deze mening uitkwam. Haar agendasetting heeft wel duidelijk als resultaat gehad dat vooral CVP-bevoordeligende en de BSP-discrediterende nieuws-items als belangrijk werden overgebracht. In hoeverre het lezerspubliek zich laat leiden door de standpunten van zijn dagblad laten we hier buiten beschouwing. Uit de reeds vermelde studie van McCombs en Shaw blijkt echter dat de punten die door de media regelmatig vooraan op de «agenda» worden geplaatst, ook door hun publiek als «belangrijk» worden ervaren.

Zoals reeds vermeld was de berichtgeving in «De Standaard» over de Franse verkiezingen nogal eenzijdig. Uit de weinige commentariërende artikels blijkt toch een zekere sympathie voor de kandidaat van links, Mitterand, waar de rechtse Giscard D'Estaing eerder negatieve kritieken krijgt.

Na vergelijking van de politieke programma's van Mitterand en Giscard D'Estaing enerzijds en de CVP en de BSP anderzijds, bleek dat D'Estaing's programma eerder met de CVP-politiek overeenkomt en dat het BSP-standpunt op vele plaatsen bij Mitterand's plannen aansluit. In De Standaard komen de verkiezingprogramma's van de kandidaten echter zeer summier aan bod. Nochtans vonden we het eigenaardig dat een kandidaat, die voor zijn land — in grote lijnen — dezelfde politiek voorstaat als de partij die door «De Standaard» gesteund wordt, zeer negatieve persoonlijke kritieken krijgt.

### **«De Standaard» een elitekrant?**

We trachtten op deze vraag een antwoord te vinden door de resultaten van onze inhoudsanalyse te toetsen aan wat Merrill de «kenmerken van een elitekrant» noemt. Het spreekt vanzelf dat onze informatie niet volstond om elk van deze kenmerken grondig te toetsen aan de realiteit «De Standaard». Wij zullen hier dus enkel de punten opsommen waar — volgens de door Merrill gestelde eisen — «De Standaard» tekort schiet om als elitekrant beschouwd te kunnen worden.

1. Alhoewel ze zelden openlijk uitkwam voor haar CVP-gezindheid, kan men de politieke houding van De Standaard tijdens

de jongste verkiezingen moeilijk als «ideologisch onafhankelijk» omschrijven.

- In het door ons onderzochte materiaal vonden we meermaals dat «De Standaard» vermeed een standpunt in te nemen, ofwel dat ze zeer vaag haar opvattingen meedeelde. Volgens Merrill moet een elitekrant een klaar en duidelijk standpunt innemen.
- Wat de eis van nadruk op politieke en economische zaken betreft vonden we dat «De Standaard», vooral in haar berichtgeving over de jongste Franse verkiezingen, is tekort geschoten. De politieke situatie in Frankrijk naar aanleiding van de verkiezingen werd nooit geanalyseerd: de aandacht werd meestal afgeleid naar wat bureaus voor opiniepeilingen meedeelden.
- Zoals we reeds opmerkten in verband met de wijze waarop «De Standaard» de Franse verkiezingen behandeld heeft — en dit geldt ook wat de totale afwezigheid van enige analyse van de verschillende verkiezingsprogramma's van de Belgische politieke partijen betreft — hebben we de indruk dat deze krant niet kan beschouwd worden als een blad dat er op uit is «to serve and help expand a well educated, intellectual readership at home and abroad».

## BIBLIOGRAFIE

- BOONE L., «Twee Kanttekeningen bij Verleden, Heden en Toekomst van de Belgische Dagbladpers», in *Massacommunicatie*, Jg. 1, herfst 72.
- BOONE L., *Massamedia en Interpersonele Communicatie*, Leuven, 1971.
- CAMPEIR & DUMON, M. & JESPERS, J.J. *Radioscopie de la Presse Belge*, Verviers, Girard, 1974.
- HOLSTI O.R., *Content Analysis for Social Sciences and Humanities*, Addison-Wesley. Publ. Company (U.S.) 1969.
- McCOMBS M.E. & SHAW, D.L., *The Agendasetting Function of Massmedia*, in: *P.O.Q.*, summer 1972, blz. 176-187.
- MERRILL, J., *The Elitepress. Great Newspapers of the World*, New York, 1968.
- VAN DER BIESEN W., *De Verkiezingspropaganda in de Democratische Maatschappij. Een literatuurkritische studie en een inhoudsanalyse van de verkiezingscampagne van 1968 in de katholieke pers en in de propagandapublicaties van de CVP*, deel III, Leuven, 1973, blz. 276-625.

(ADVERTENTIE)

### C.L. KRUIHOF :

Onwetend en sociaal gedrag.

Een wijsgerig-sociologische studie, waarin de auteur tracht aan te tonen dat een gemis aan informatie en/of inzicht bij de mens een invloed heeft op zijn relatie met de sociale omgeving.

147 blz.

320 fr

### C.B. BAKKER en M.K. BAKKER-RABDAN :

Verboden toegang.

Omvat een beschrijving van het territorium concept. Een hoofdstuk over communicatie en een volgende over de toepassing van de territoriumtheorie in het huwelijk en gezin sluiten dit originele boek af.

320 blz.

395 fr

## C A B A Y

EUROPA BOEKHANDEL

FOCHPLEIN 6

3000 LEUVEN

Tel. : 016/23 69 50

### GUNTHER WALLRAFF :

Ongewente reportages.

Een verzameling van onthullende feiten, welke op onconventionele wijze, eigen aan de auteur, werden achterhaald.

In deze bundel wordt een uiteenzetting gegeven over een bijzonder aspect van de bondsrepubliek: het bondgenootschap van reactionaire militairen en grootindustriëlen met alle discriminatie, geheime bewapening en restauratiepogingen.

187 blz.

275 fr

### GUITTA PESSIS - PASTERNAK :

Dictionnaire de l'audio-visuel

Français - anglais

Anglais - français

cinema, fotografie, pers, radio, televisie, teledistributie, video.

361 fr

# lijst eindverhandelingen ce.co.we. 1974-1976

In het aprilnummer van de vierde jaargang van «Communicatie» (toen nog «Informatiebulletin CeCoWe») publiceerden we de volledige lijst van de eindverhandelingen die van 1953 tot 1973 werden afgelegd aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de K.U. Leuven.

Hieronder wordt deze lijst verder aangevuld tot en met 1976. De titels zijn volgens zittijd gerangschikt en volledigheidshalve worden ook de namen van respectievelijk promotor en rapporteur vermeld.

4. **HAEZAERT, Vera**  
Schooltelevisie in het lager onderwijs.  
J.M. PETERS J. VERHOEVEN
5. **HERMANS, Louis**  
Sensibiliseringsprocessen tegenover reclamefenomenen bij jongeren.  
L. BOONE G. FAUCONNIER
6. **HOUBEN, Paul**  
Politieke en economische druk op de massamedia. Een proeve tot doorlichting van de Belgische situatie.  
L. BOONE G. FAUCONNIER
7. **RUMMENS, Marc**  
Kommunikatiesatellieten in dienst van de nieuwsmedia (pers, radio en televisie)  
L. BOONE T. HERMANS
8. **VAN ASSCHE, Kathleen**  
Sluikreklame  
G. FAUCONNIER L. BOONE
9. **VAN WIJCK, Frieda**  
Allendes beleid in de Belgische pers. Analyse van herkomst volledigheden, ideologische vooringenomenheid van de berichtgeving in een aantal Belgische dagbladen.  
L. BOONE W. VAN DER BIESEN

## Februari 1974

1. **HAESAERTS, Anita**  
**VAN NUFFEL, Christine**  
Een vergelijkende studie van de onthaalfunctie aan de universiteit, in het kader van haar public-relations problematiek.  
G. FAUCONNIER P. MARCK
2. **MEYSSEN, Herman**  
Propaganda en verkeersveiligheid.  
G. FAUCONNIER J.M. PETERS
3. **PEERSMAN, Willy**  
Interpersonele communicatie en reclame. Studie van communicatieprocessen bij de verspreiding van nieuwe producten.  
G. FAUCONNIER L. BOONE

## Juli 1974

1. **BOSMANS, Jozef**  
Het ideologisch karakter van de reclame. De analyse van de reclameboodschappen.  
J.M. PETERS G. FAUCONNIER
2. **DE WEL, Jozef**  
De Belgische partijtjdschriften, definitie en kwantitatieve analyse.  
L. BOONE G. FAUCONNIER
3. **GORDTS, Mia**  
De televisiekritiek in de Belgisch-Nederlandstalige dagbladen in de jaargangen 1955-1960-1965-1970.  
L. BOONE J.M. PETERS

## September 1974

1. **BRONSELAER, Walter**  
Meten van het communicatie-effect in de reclame. Pretest en posttest in de Praktijk.  
G. FAUCONNIER L. BOONE
2. **DOSOGNE, Ludo**  
De expressie van het menselijk lichaam in communicatiewetenschappelijk perspectief.  
J.M. PETERS G. FAUCONNIER
3. **MEULEMAN, Karel**  
Een historiek van de Fotografie als artistieke uiting.  
J.M. PETERS C. HEYMAN

## Februari 1975

1. **CRABBE, Marie-Thérèse**  
De vrouwelijke filmvedetten: een historische evolutie.  
J.M. PETERS L. BOONE
2. **BLEYS, Mark**  
«Vrijdag» of de bestaansmoeilijkheden en -mogelijkheden van een Vlaams alternatief weekblad.  
L. BOONE G. FAUCONNIER
3. **HENDRICKX, Joseph**  
Universitair beleid en geschreven pers  
G. FAUCONNIER P. MARCK

**4. GEERITS, Margareta**

De communicatieve structuur van de geïllustreerde reclameboodschap. Een retorische analyse van advertenties voor auto's.

J.M. PETERS

G. FAUCONNIER

**5. OTTEN, Jan**

Kabeltelevisie in Leuven. Doorlichting van een nieuw kijkgedrag.

J.M. PETERS

G. FAUCONNIER

**6. GEVELS, Felix**

De radio- en televisiebladen Humo en T.V. Ekspres

L. BOONE

P. MARCK

**8. SMYERS, Maria**

Reklame en leefmilieu.

G. FAUCONNIER

P. MARCK

**Juli 1975****1. PEETERS, Regine**

Het gerucht. Een literatuur analyse.

L. BOONE

G. FAUCONNIER

**2. PEUMANS, J.M.**

Omroep en participatie. De rol van de kijker en luisteraar in de omroep.

J.M. PETERS

P. VANDENBUSSCHE

**September 1975****1. LAMIROY, Sabine**

Poging tot een semiologische analyse van het stripverhaal.

J.M. PETERS

G. FAUCONNIER

**2. LAMPAERT, Frieda**

De zaak Ibramco in de Belgische dagbladpers.

L. BOONE

G. FAUCONNIER

**3. LAVAERTS, Celina**

Kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de Belgische nederlandstalige vrouwenpers i.v.m. problematiek vrouwenarbeid.

L. BOONE

G. FAUCONNIER

**4. MERTENS, Willy**

Kommunikatieve aspecten van avant-garde muziek.

G. PERSOONS

G. FAUCONNIER

**5. MULDER, Ann**

De Belgische en Franse verkiezingen in «De Standaard».

L. BOONE

W. VAN DER BIESEN

**6. NELISSEN, Sylvia**

Sociale en kulturele aspecten van kabeltelevisie, in het bijzonder lokale televisie.

J.M. PETERS

P. VANDENBUSSCHE

**7. SERGOORIS, Madeleine**

Toneel en communicatie. Proeve tot een beschrijvende analyse van het kommunikatief gebeuren in het theater.

J.M. PETERS

J. FLORQUIN

**Februari 1976****1. CARDOEN, Kathelijne**

Propaganda en voorlichting ter voorkoming van arbeidsongevallen.

G. FAUCONNIER

L. MEERTS

**2. VANDONINCK, M. Angelina**

Overheidsvoorlichting en bewust consumentengedrag.

G. FAUCONNIER

A. BREYNE

**Juli 1976****1. BOUVEROUX, Jozef**

De selectiecriteria inzake buitenlands nieuws van de B.R.T.-Radio. Een input-output analyse.

L. BOONE

P. VANDENBUSSCHE

**2. DECA, Francis**

Massacommunicatie en politieke apatie.

L. BOONE

W. DEWACHTER

**3. JANSSENS, Antoine**

De retorische analyse van reclameboodschappen. De toepassing van retorische operaties op de zes elementen uit het model van Jakobson.

J.M. PETERS

L. VAN POECKE

**September 1976****1. BULCKE, Antoon**

Pamfletten aan de K.U.Leuven.

G. FAUCONNIER

W. VAN DER BIESEN

**2. GILISSEN, Dominique**

De dagbladconcentratie in de BRD en de toenemende opinie-manipulatie.

L. BOONE

W. VAN DER BIESEN

**3. PATTEET, Roger**

De berichtgeving over seksualiteit in de drie Vlaamse kranten.

L. BOONE

W. VAN DER BIESEN

**4. VANDEREYCKEN, Patrick**

Het begrip documentaire.

Onderzoek naar de inhoud en de omschrijving in de literatuur en de filmgeschiedenis.

J.M. PETERS

L. VAN POECKE

**5. VERMOERE, Henk**

De narratieve structuren van de massaliteratuur.

Een poging tot het opstellen van een analysemodel.

L. VAN POECKE

J.M. PETERS





- training
- bewaking
- controle

met

**C.C.T.V.**

Alle inlichtingen bij  
VIDEO - P.A. - AUDIO  
VERKOOP - VERHUUR

**LUVOX**

Herentalse Baan 122 - 130  
2100 Deurne  
Tel. (031) 22 00 22

# uit de tijdschriften

## JOURNALISM QUARTERLY

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

Vol. 53, nr. 2, zomer 1976.

Eugene D. TATE and Stuart H. SURLIN, *Agreement with Opinionated TV Characters Across Cultures*, 199.  
Akiba A. COHEN, Rolf T. WIGAND and Randall P. HARRISON, *The Effects of Emotion-Arousing Events on Children's Learning from TV News*, 204.  
James E. HAEFNER, *Can TV Advertising Influence Employers to Hire or Train Disadvantaged Persons?*, 211  
Lee B. BECKER, Raymond A. MARTINO and Wayne M. TOWERS, *Media Advertising Credibility*, 216.

Michael O. WIRTH and James A. WEL-  
LERT, *Public Interest Program Performance of Multimedia-Owned TV Stations*, 223.  
Charles K. ATKIN, John GALLOWAY and Oguz B. NAYMAN, *News Media Exposure, Political Knowledge and Campaign Interest*, 231.

Carl E. PRINCE, *The Federalist Party and Creation of a Court Press, 1789-1801*, 238.  
Lynne MASEL-WALTERS, *'Their Rights and Nothing More,' A History of the revolution, 1868-70*, 242.

James E. GRUNIG, *Communication Behaviors Occurring in Decision and Nondecision Situations*, 252.

John W. WINDHAUSER, *How the Metropolitan Press Covered the 1970 General Election Campaigns in Ohio*, 264.

Alexis S. TAN, *Mass Media Exposure, Public Affairs Knowledge, and Black Militancy*, 271.

David H. WEAVER, *High School Students and the Newspaper: Educating Media Consumers*, 280.

John C. CHWEITZER, *Comparison of Young Subscribers and Nonsubscribers to Newspapers*, 287.

Robert B. LAING, *Public Opinion Trends in the Last Days of the Nixon Administration*, 294.

C.H. SANDAGE, Arnold M. BARBAN and James E. HAEFNER, *How Farmers View Advertising*, 303.

Lawrence J. CHASE and Stanley J. BARAN, *An Assessment of Quantitative Research in Mass Communication*, 308.

Gerald C. STONE, *Validation of Economic Surveys in the Community Newspaper Field*, 312.

Michael W. SINGLETARY, *Components of Credibility of a Favorable News Source*, 316.

George BAILEY, *Interpretive Reporting of the Vietnam War by Anchormen*, 319.

William C. MILLER and Thomas BECK, *How Do TV Parents Compare to Real Parents?*, 324.

Lloyd R. BOSTIAN, *Effect of Line Width on Reading Speed and Comprehension*, 328.

Al HESTER and Sharron Smith MILLWOOD, *How Georgia Weeklies Utilize Extension Service News*, 330.

Michael D. MURRAY, *America: Cooke's Tour*, 334.

Robert H. BYLER Jr., *Student and Public Reaction to a Corporate Magazine*, 337.

David R. BOWERS, *Newspaper Employee Publications Fill Need for Large Papers*, 340.

Vol. 53, nr. 3, herfst 1976.

Herbert H. HOWARD, *The Contemporary Status of Television Group Ownership*, 399.  
John J. WATKINS, *Newsgathering and the First Amendment*, 406.

Alfred Lawrence LORENZ, *Harrison Reed: an Editor's Trials on the Wisconsin Frontier*, 417.

Thomas H. HEUTERMAN, *Assessing the 'Press on Wheels': Individualism in Frontier Journalism*, 423.

Richard L. BARTON, *The Lingering Legacy of Pacifica: Broadcaster's Freedom of Silence*, 429.

Dan DREW and G. Cleveland WILHOIT, *Newshole Allocation Policies of American Daily Newspapers*, 434.

Michael RYAN, *News Selection Patterns among Non-White, Urban Slum Residents*, 441.

Gerald L. GROTTA, Ernest F. LARKIN and Bob J. CARRELL Jr., *News vs. Advertising: Does the Audience Perceive the 'Journalistic Distinction'?*, 448.

Harold DE BOCK, *Influence of In-State Poll Reports on Candidate Preference in 1972*, 457.

Hugh M. CULBERTSON and Nancy SOMERICK, *Quotation Marks and Bylines—What Do They Mean to Readers?*, 463.

Stanley J. BARAN, *How TV and Film Portrayals Affect Sexual Satisfaction in College Students*, 468.

David SARASOHN, *Power Without Glory: Hearst in the Progressive Era*, 474.

Linda J. SHIPLEY, *A Typology of Communication Behavior*, 483.

J.T.W. HUBBARD, *Business News in Post-Watergate Era*, 488.

Gerald C. STONE and Janet MORRISON,

*Content as a Key to the Purpose of Community Newspapers*, 494.

Doris A. GRABER, *Effect of Incumbency on Coverage Patterns in 1972 Presidential Campaign*, 499.

Alan P. BALUTIS, *Congress, the President and the Press*, 509.

Wenmouth WILLIAMS Jr. and David J. LEROY, *Alternate Methods of Measuring Public Radio Audiences: A Pilot Project*, 516.

Fred FEDLER and Phillip TAYLOR, *Does Journalism Attract Quality Students?*, 522.

George EVERETT, *Printing Technology as a Barrier to Multi-Column Headlines, 1850-95*, 528

Ernest C. HYNDS, *Editorial Pages Are Taking Stands, Providing Forums*, 532.

Michael SINGLETARY, *How Public Perceives Letters to the Editor*, 535.

Stuart H. SCHWARTZ, *Tomorrow's Journalists: Control by Purposive Selection*, 538.

Edward J. TRAYES, *Hiring and Promotion Practices: A Survey of 52 APME Dailies*, 540.

Keith S. PETERSEN, *Analysis of Declining Coverage of U.N. by New York Times*, 544.

## PUBLIZISTIK

Zeitschrift für Wissenschaft von Presse, Rundfunk, Film, Rhetorik, Werbung, Meinungsbildung.

Uitgegeven door: Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Zeitungswissenschaft. Verlag: Druckerei und Verlagsanstalt Konstanz Universitätsverlag GmbH.

Jg. 21, Heft 3, juli-september 1976.

Wilmont HAACKE, *Das Feuilleton des 20. Jahrhunderts*, 285.

Hanno HARDT, *Exilpublizistik als Forschungsdilemma*, 313.

Eckart Klaus ROLOFF, *Medizinjournalismus in der Kritik der Mediziner. Symptome gestörter Kommunikation*, 320.

Kurt Schatz, *Ansätze zur Gültigkeit der Analysen einseitigen Verhaltens*, 328.

Joan HEMELS, *Zur Lage des niederländischen Rundfunks*, 343.

M. KRZEMINSKI, *Die Fernsehnachrichten sollen besser werden — aber wie? Zum gegenwärtigen Stand der Diskussion um die Praxis der TV-Nachrichten zwischen Wissenschaft und Redaktionen. Bericht über das 6. Seminar »Die Arbeit des Fernseh-Nachrichtenredakteurs« in der Akademie für Politische Bildung Tutzing*, 361.

## RUNDFUNK UND FERNSEHEN

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

Jg. 24, nr. 3, 1976.

Louis BOSSHART, *Verstehbarkeit von Radio- und Fernseh-Sendungen*, 197.  
Klaus MERTEN, *Kommunikation und «two-step-flow of communication»*, 210.  
Claus EURICH, *Schwerpunkte zukünftiger Meinungsführerforschung*, 221.  
Margot BERGHAUS, *Von der Schwierigkeit, Fernsehpreise zu vergeben. Prix Jeunesse International 1976*, 230.  
X., *Österreich. Tiroler kulturschillinggesetz*, 235.

## GAZETTE

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

Vol. XXII, nr. 3, 1976.

Swen WINDAHL and Karl Erik ROSENGREN, *The professionalization of Swedish journalists*, 140.  
Onuma O. OREH, *The beginnings of self-censorship in Nigeria's press and the media*, 150.  
F. Okwu UGBOAJAH, *Nigerian mass communication trends in the African context*, 156.  
John A. LENT, *Foreign news content of United States and Asian print media: A literature review and problem analysis*, 169.  
Douglas A. BOYD, *International broadcasting in Arabic to the Middle East and North Africa*, 183.

Vol. XXII, nr. 4, 1976.

Gertrude Joch ROBINSON and Vernone M. SPARKES, *International news in the Canadian and American press: A comparative news flow study*, 203.  
H. PAYMANS, *Propagandistic aspect of modern comic-books*, 219.  
John W. ENGLISH, *China watching*, 230

## COMMUNICATIO SOCIALIS

Zeitschrift für Publizistik in Kirche und Welt.  
Verlag Ferdinand Schöningh, 0-4790 Paderborn, Jühenplatz 1-3.

Jg. 9, nr. 3, juli-september 1976.

Antonio G. MOLINA, *Asiens Presse — ein weiterer Teufelskreis der Unterentwicklung*, 201.

Willi HENKEL, *Die druckerei der propaganda Fide im Dienste der Glaubensverbreitung (II)*, 217.  
Peter PAWLOWSKY, *Kirche und Massenmedien nach den österreichischen Synoden*, 233.  
Franz-Jozef EILERS, *Robert Geisendörfer †*, 255.  
Franz-Jozef EILERS, *WACC-Versammlung in Malta 1976*, 256.  
Jimmie CHIMFUTUMBA, *Kommunikation als Lehrfach im Mpima-Seminar/Sambia*, 258.  
Paul BRUNNER, *Audiovisuelles Seminar für Evangelisierung in Manila*, 259.  
Ludwig SCHLÖGL, *Nationale Minderheiten und kirchliche Presse in den kommunistischen Staaten*, 261.

Jg. 9, nr. 4, oktober-december 1976.

Wilhelm SCHMITZ, *Das Verlegen konfessioneller Zeitschriften als unternehmerische Aufgabe*, 297.  
K. Rüdiger DURTH, *Die Verantwortung des Journalisten: Zum Problem der Pressefreiheit im Alltag des Lokal-Redakteurs aus christlicher Sicht*, 309.  
Manuel OLIVERA, *Gruppenmedien und Verkündigung: Ein Diskussionsbeitrag*, 327.  
Ruedi HOFMANN, *Die «Pelita»-Programme: Ein indonesisches Kommunikationsmodell*, 333.  
Rainer René REICHEL, *Jugendleiter-Untersuchung: Die Kirche in österreichischen Massenmedien*, 338.  
Joseph PRUNSKIS, *«Die Chronik der katholischen Kirche in Litauen»: Eine Untergrundzeitschrift*, 342.  
Wolfgang POEPLAU, *Jugendumfrage der Bistumszeitung «Kirche und Leben»*, 343.

## DE PERS - LA PRESSE

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

Jg. 23, nr. 1 (nr. 89), februari-april 1976.

X., *Kollektieve arbeidsovereenkomst voor de Belgische Dagbladbedrijven*, blz. 9-71.  
X., *Jaaroverzicht en Statistieken*, blz. 73-114.  
X., *Persorganisaties, pers- en publiciteitsonderwijs*, blz. 115-156.  
X., *Publiciteit*, blz. 157-174.  
X., *Allerlei organisaties*, blz. 175-180.  
X., *Dagbladen*, blz. 181-308.  
X., *Weekbladen*, blz. 313-400.  
X., *Erkende beroepsjournalisten, korrespondenten, persattachés, agentschappen*, blz. 401-446.

Jg. 23, nr. 2 (nr. 90), mei-juli 1976.

X., *Persprijs Frans Theelen*, 4-7.  
X., *De reclame en de mens. Jury voor eerlijke praktijken inzake reclame*, 9-11.  
X., *Recht op antwoord. Voor B.R.T. anders dan voor kranten*, 15-17.

X., *Erkenningscommissies voor Beroepsjournalisten*, 18-21.  
X., *Wetgeving en reglementering op de «Promotie op de plaats van Verkoop»*, 25-31.  
X., *Le Rapport interimaire de la Commission royale sur la Presse en Grand-Bretagne*, 32-39.

Jg. 23, nr. 3 (nr. 91), augustus-oktober 1976.

X., *L'Evolution de la politique de la Communication*, 1-14.  
X., *Het Boek in België*, 15-22.  
Johan ENGSTRÖM, *Les accords de non-conflit dans la presse suédoise*, 33-36.

## MASSACOMMUNICATIE

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

Chr. VOS, *Kenniskloof en Televisie*, 185-195.  
H. 't HART, *Milieubewustzijn en communicatie*, 196-207.  
H. LAMERS, *Een taalkundige visie op de schriftelijke voorlichtingsboodschap*, 208-216.  
Frieda SAEYS, *Persraden: Pro en contra*, 217-221.  
Harold DE BOCK, *de 10e Bijeenkomst van de IAMCR*, 222-226.  
Jo BARDOEL, *Experimenten met Informatie*, 226-229.

## AUDIO-VISUAL COMMUNICATION REVIEW

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

Vol. 24, nr. 2, zomer 1976.

Lawrence P. GRAYSON, *Instructional Technology: On Diversity in Education*, 117.  
Joy DONALDSON, *Channel Variations and Effect on Attitudes Toward Physically Disabled Individuals*, 135.  
Ronald SPANGENBERG, *Cloistering, Social Interaction, and Territoriality in Carrel Design*, 145.  
George L. GROPPER, *A Behavioral Perspective on Media election*, 157.  
Roger KAUFMAN, *The Proof and the Pudding — A Story That Could Never Happen*, 187.

Vol. 24, nr. 3, herfst 1976.

Kathleen M. FISHER and Brian MacWHINNEY, *AV Autotutorial Instruction: A Review of Evaluative Research*, 229.

David L. NASSER and William J. McEWEN, *The Impact of Alternative Media Channels: Recall and Involvement with Messages*, 263.  
William WINN, *The Structure of Multiple Free Association to Words, Black-and-White Pictures, and Color Pictures*, 273.  
Gustav JAHODA, William B. CHEYNE, Jan B. DEREGOWSKI, Durganand SINHA, and Rachel COLLINGBOURNE, *Utilization of Pictorial Information in Classroom Learning: A Cross Cultural Study*, 295.  
Subramaniam KANDASWAMY, Harold D. STOLOVITCH, and Sivasailam THIAGARAJAN, *Learner Verification and Revision: An Experimental Comparison of two Methods*, 316.

---

## MEDIEN UND ERZIEHUNG

Vierteljahresschrift für audiovisuelle Kommunikation.  
Uitgegeven door: Arbeitszentrum Jugend Film Fernsehen e.V.  
Waltherstrasse 23, 8000 München 2.

---

Jg. 20, Heft 1, 1976.

Comics  
Horst KÜNNEMANN: *Comics in der Bundesrepublik*, 4.  
Wolfgang J. FUCHS, *Anwendungsgebiete und Einsatzmöglichkeiten von Comics*, 16.  
H. Jürgen KAGELMANN, Rosi ZIMMERMANN, unter Mitarbeit von Franz X. EICH, *Zur Diskussion um die Wirkung aggressiver Szenen in den Comics*, 24.  
Jörg FUNHOFF, *Analyse eines Comics mit realistischem Anstrich*, 35.  
Hanno HEIDRICH, *Das Bild der Frau im Comic*, 46.

Jg. 20, Heft 2, 1976.

Gerd ALBRECHT, Dieter BAACKE, Götz DAHLMÜLLER, Horst DICHANZ, Günther DOHMEN, Franz DRÖGE, Hermann K. EHMER und Hans GIFFHORN, *Diskussion: Medienpädagogik. «Medienpädagogik» — was ist das?*, blz. 79-100.  
Christian STELZER, *Popmusik und Film*, blz. 101-113.

Jg. 20, Heft 3, 1976.

Diskussion: Medienpädagogik (II)  
Stellungnahmen von Horst HOLZER, Friedrich KNILLY, Eberhard KNÖDLER-BUNTE, Wolfgang R. LANGENBUCHER, Karl Friedrich REIMERS, Alfons Otto SCHORB, Walter TRÖGER, Erich WASEM, «Medienpädagogik» — was ist das?, 157.  
Redaktionelle Stellungnahme von Bernd SCHORB: *Medienpädagogik — eine Summe von Aufgaben*, 172.  
Unterhaltung im Fernsehen  
Wolfgang J. FUCHS: *Das Wie und Warum der Produktion von Unterhaltungsprogrammen im Fernsehen*, 176.  
Erwin SCHAAR: *Dalli-Dalli*, 185.  
Wolfgang J. FUCHS: *Einsatz in Manhat-*

*tan/Die Straßen von San Francisco*, 188.  
Erich MONH: *Hitparade*, 191.  
Bernd SCHORB: *Kung fu*, 195.  
Hans STROBEL: *Die Waltons*, 197.

Jg. 20, Heft 4, 1976.

Entwicklung eines Mediencurriculum  
Bernd SCHORB: *Mediencurriculum und handelndes Subjekt*, 236.  
Erich MOHN: *Der Schein des Allgemeinen — medientheoretische Probleme und Folgerungen*, 246.  
Monika SCHOPP: *Lernen: nicht Reproduktion, sondern Selbständigkeit*, 255.  
Margret KÖHLER: *Medien als Gegenstand der Lehrpläne*, 260.  
Lo DEUFEL: *Beispiele für Schüleräußerungen*, 265.  
Unterrichtsmedien  
Andreas MEYER: *Ein medienkritischer Indizienbeweis?* 271.  
Walter HÖMBERG, Frank GIESEN: *Ein Medienverbundkurs zur Kommunikationswissenschaft*, 278.  
Christoph BRUNS: *Erfahrungen mit einem teilprogrammierten Lernsystem*, 282.

---

## SIGHT AND SOUND

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

---

Vol. 45, nr. 3, zomer 1976.

Colin L. WESTERBECK Jr. *Beauties and the Beast: 'Seven Beauties' and 'Taxi Driver'*, 134.  
Richard THOMPSON, *In the American Grain: an interview with Robert Getchell*, 140.  
Tom MILNE, *The Man Who Fell to Earth*, 145.  
Geoff BROWN, *Richard Massingham: the five-inch film-maker*, 156  
Peter BISKIND, *In Latin America They Shoot Film-makers*, 160.  
Robert COHEN, *A Japanese Romantic: Teinosuke Kinugasa*, 164.  
David L. OVERBEY, *Rosí in Context: an interview with Francesco Rosí*, 170.  
Peter BORDONARO, *Dial M for Murder*, 175.  
John Russell TAYLOR, *The Critic as Superstar*, 180.  
Norman SWALLOW, *Television: the Integrity of Fact and Fiction*, 183.  
David GORDON, *Mayer, Thalberg and MGM*, 186.

Vol. 45, nr. 4, herfst 1976.

John Russell TAYLOR, *Staying Vulnerable: an interview with Bob Rafelson*, 200.  
Rainer Werner FASSBINDER, *Insects in a Glass Case: random thoughts on the films of Claude Chabrol*, 205.  
Robert G. PORFIRIO, *No Way Out: Existential motifs in the film noir*, 212.

Peter BISKIND, *'They Live By Night' by Daylight*, 218.  
Introduction by Ronald CHRIST, *Borges as Film Critic*, 230.  
Lucy FISCHER, *'Beyond Freedom and Dignity': an analysis of Jacques Tati's 'Playtime'* 234.  
Steven KOVACS, *Beyond Socialist Realism: the case of 'The Unfinished Sentence'*, 243.  
Stuart HALL, *Television and Culture*, 246.

---

## FILM QUARTERLY

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

---

Vol. XXIX, nr. 3, lente 1976.

W. JOHNSON, *Early Griffith: A Wider View*, 2-13.  
Lucy FISCHER e.a., *Special Feature: Independent Cinema*, 13-14.  
Steven KOVACS, *Kuleshov's Aesthetics*, 34-40.  
Vol. XXIX, nr. 4, zomer 1976.  
Terry SHEEHY, *Celebration: Four Films by James Broughton*, 2-14.  
Gideon BACHMANN, *Confession of a Festival Goer*, 14-17.  
Erich KEEL, *From Militant Cinema to Neo-Realism: The Example of Pueblo Chico*, 17-24.

---

## CAHIERS DU CINEMA

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

---

nr. 264, februari 1976.

Pascal BONITZER, *J.-M.S. et J.-L.G.*, 5-10.  
Ali AKIKA, e.a., *L'Olivier*, 11-38.  
Serge TOUBIANA e.a., *La Cecilia*, 34-54.  
Serge DANEY, *Milestones*, 55-59  
nr. 265, maart-april 1976.  
Jean NARBONI, *Les aventures de Pinocchio*, 5-11.  
Pascal BONITZER en Serge DANEY, *Jaws: L'écran du fantasme*, 2., 12-16.  
Serge DANEY e.a., *Nationalité: Immigré de Sidney Sokhona*, 25-43.  
nr. 266-267, mei 1976.  
Serge DANEY e.a., *Comment Yukong deplaça les montagnes de Joris Ivens et Marceline Loidan*, 5-29.  
Ali AKIKA e.a., *Cinéma Algérien*, 30-47.  
Serge TOUBIANA, *Le petit Marcel de Jacques Fansten*, 48-61.  
nr. 268-269, juli-aug, 1976  
NN., *L'image fraternelle (Entretien avec Jacques Rancière)*, 7-19.  
Serge DANEY, *La re-mise en Scène*, 20-26.  
Serge LE PERRON, *Le droit de regard*, 27-38.  
Alain BERGALA en Jean-Jacques HENRY, *Photographies*, 39-59.

Jean NARBONI, *Marco Ferreri et la dernière femme*, 55-70.  
nr. 270, september-oktober 1976.  
S.M. EISENSTEIN, *La quatrième dimension du cinéma*, 5-28.  
Pascal BONITZER, *Photographies-3*, 29-34.  
Yves LAPLACE, *Entretien avec Francis Reusser*, 35-39.

---

## FILM EN TELEVISIE

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

---

Nr. 226, maart 1976.

Marc HOLTHOF, *Hollywoods Nachtzijde : film Noir*, blz. 4-9.  
Patrick DUYNLAEGHER, *Robert Altman (2)*, blz. 12-17.  
Jos BURVENICH, e.a., *Pier Paolo Pasolini*, blz. 18-22.  
Ivo NELISSEN, *Geschiedenis van de droomfabriek (10)*, blz. 26-27.

Nr. 227, april 1976.

Ronnie PEDE, *Tien jaar Fugitive Cinema*, blz. 4-11.  
Jean-Pierre WAUTERS,  
Ivo NELISSEN, *Viermaal Fassbinder*, blz.

12-14.  
Jules SEGERS, *Ermano Olmi & la circostanza*, blz. 15-17.  
Gaston WEEMAES, *Milos Forman*, blz. 20-22.

Nr. 228-229, mei-juni 1976.

Leo LUNDERS e.a., *De grote Film en Televisie-Enquête*, 4-6.  
Gaston WEEMAES, *Luchino Visconti*, 7.  
Michel APERS, *Busbey Berkeley*, 9-10.  
Patrick DUYNLAEGHER, *Russelmania*, 12-13.  
Francis BOLEN en Jean-Pierre WAUTERS, *De Belgische Kinema : Schoukens en Vanderheyden*, 20-23.  
Gaston WEEMAES, *Rudolph Valentino*, 24-26.

Nr. 230-231, juli-aug., 1976.

Jean-Pierre WAUTERS en Ronnie PEDE, *Cannes '76*, 4-11.  
Patrick DUYNLAEGHER, *Alfred Hitchcock*, 16-19.  
Jean-Pierre WAUTERS, *Marco Ferreri*, 20-22.

Nr. 232, september 1976.

Marc HOLTHOF en Leo MEES, *Stanley Kubrick / Barry Lyndon*, 4-8.

Francis DE MEULEMEESTER, *Film en Psychiatrie*, 10-13.  
Marc HOLTHOF, *John Cassavetes*, 14-19.  
Emiel POPPE, *Berlijn '76*, 28-30.  
Patrick DUYNLAEGHER, *Alfred Hitchcock*, 32-35.

Nr. 233, oktober 1976.

Albert HOLEMANS, *Kristelijke Filmcultuur*, 5.  
Noël BREUVAL, *Eerbied voor de Mens in de Huidige Film*, 2-7.  
N.N., *Politici over de Kommunikatiemedia*, 8-10.  
Ronnie PEDE, *Uw Geld of uw Held*, 12-15.  
Ronnie PEDE, *B. Bertolucci & Novecento*, 18-20.  
Michel APERS, *A.J. Pakula & All the President's Men*, 22-25.  
Patrick DUYNLAEGHER, *Alfred Hitchcock (3)*, 26-29.  
Jean-Pierre WAUTERS, *Venetië 1976*, 34-35.  
Nr. 234, november 1976.  
Joz. VAN LIEMPT e.a., *Belgische Verzuchtingen*, 4-8.  
Jean-Pierre WAUTERS e.a., *Oshima & L'Empire des Sens*, 9-12.  
Ronnie PEDE e.a., *Franse Kinema Vandaag*, 15-18.  
Gaston WEEMAES, *Het korte Duitse Leven*, 20-22.  
Leo MEES, *Lina Wertmüller*, 28-30.  
N.N., *Filmfotografie Alfred Hitchcock*, 35.

(ADVERTENTIE)

# DELGAY

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

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

## PERS

Edward J. EPSTEIN

**Between fact and fiction. The problem of journalism,**  
Vintage Books, New York, 1975, 233 blz.

De essays in dit boek zijn alle variaties op één thema: de objectiviteitsproblematiek van de journalistiek. Aan de hand van een aantal items - de Watergate-affaire, de Black Panthers, de Pentagon Papers, de Vietnamese oorlog, enz., - wordt een beeld opgehangen van het proces van nieuws-garing, verwerking en verspreiding bij pers en televisie. Hieruit blijkt dat de nieuws-media in vele gevallen niet de «waarheid», maar slechts een gemanipuleerde versie daarvan de wereld insturen.

J.S.

**Wereldsensaties in Beeld. Schokkende hoogtepunten uit de wereldgeschiedenis van 1900 tot nu. Inleiding: Mr. G.B.J. Hiltermann,**

Laren N.H.: Uitg. Luitingh, s.d., 239 blz.

Een (oorspronkelijk Duitse) archeologische blik op de persfotografie en tevens, doorheen de foto's en met behulp van summier teksten, een vaag stuk wereldgeschiedenis. De inleider laat na het nochtans cruciale begrip van de sensatie te omschrijven. Dit is jammer te noemen, vermits een dergelijke definitie wellicht had kunnen verklaren waarom wij, media-consumenten anno 1977, een zekere geblaseerdheid niet van ons af kunnen zetten bij het bekijken van menig sensationeel of schokkend beeld.

L.V.P.

Iris WASSENAAR en Gé WESTENBERG o.l.v. Dr. Joan Hemels  
**Het tijdschrift in Nederland,**

Scriptie-instituut voor Massakommunikatie Nijmegen, 1975, 189 blz., stencil. Een terreinverkenning meer in de breedte dan in de diepte. Rond het uitgangspunt dat tijdschriften op de eerste plaats een communicatieve functie hebben worden historische, economische en beleidsgegevens geordend. Niet altijd even duidelijk en verhelderend maar toch een boeiend werkstuk.

P.I.

## Journalisten en persconcentratie.

Rapport van de werkgroep. Gevolgen van Persconcentratie voor Journalisten. Instituut voor perswetenschap, Universiteit Amsterdam, 1976, 127 blz.

In maart 1975 lagen de eerste resultaten ter tafel over het onderzoek naar de gevolgen van de persconcentratie voor journalisten.

Het huidige rapport is het eindverslag van dit onderzoek. Hiervoor werden 3940 enquêteformulieren verstuurd en konden er 1660 gerecupereerd worden (of 42 %). De enquête omvatte vijf rubrieken: algemeen (socio-demografische gegevens), ervaring met persconcentratie, meningen over persconcentratie, redactie-statuuut en enkele afsluitende vragen.

C.L.B.

derwerp vanuit diverse gezichtspunten benaderd wordt en er een soort geheel ontstaat, zodat er voor ieder gading iets te vinden is. Zelfs al vallen bepaalde delen zwakker uit, of beantwoorden niet alle artikels aan de specifieke interesse van de lezer, voor de meesten is er wel iets uit te halen.

De vlotte stijl, eenvormige aanpak van bibliografie na elk artikel, auteurs- en zakenregister en vooral de vaak realistische visie op of benadering van het praktijkgebeuren, verhogen het leesgenot en de interesse voor het meestal omstreden en moeilijk begrip «nieuwsberichten».

L.C.B.

Dimitri NICOLAU, Silvano AGOSTI, Aldo GRASSO, Sergio VEZALLI, Aldo LOMBEZZI, Mario DAJELLI, Chiara MACCONI,  
**Le Techniche dell'Immagine,**  
Armando, Roma, 1975, 239 blz.

Eerste volume van een nieuwe Italiaanse reeks «massmedia» over «technieken en problemen van de massa-communicatie». Dit eerste boek wil in zeven hoofdstukken antwoorden op de vraag «hoe maakt men: foto's, films, televisie, grafiek, strips, fotomans en publiciteit?» Een (Italiaanse) bibliografie wordt aan elke specialiteit toegevoegd. De verstrekte informatie is elementair en dient met de zinswending «gewoonlijk gaat men als volgt tewerk» aangebracht. Achter dit «gewoonlijk» zit ook hier de feitelijk geheel verschillende en van persoon tot persoon erg wisselende praktijk. Het evenwaardig naast elkaar stellen van gevestigde kunstvormen (film) en infraculturele (fotoroman) en paraculturele (grafiek, publiciteit) activiteiten is evenwel provocatief.

D.L.

U. BEER,  
**Geheime Miterzieher der Jugend. Die Macht der Massenmedien,**  
Tübingen, 1975, Katzmann Verlag, 134 blz.

De «gevaaren» van de moderne media voor de opvoeding van de jeugd en wat daar kan tegen ondernomen worden.

G.D.M.

W. BOHM,  
**Handbuch der Medieninstitute,**  
München, 1975, 144 blz.

Informatie over mediapedagogische en mediawetenschappelijke instituten en activiteiten in de Bondsrepubliek.

G.D.M.

## COMMUNICATIE THEORIE

E. STRASSNER, Hrsg.:  
**Nachrichten. Entwicklungen — Analysen — Erfahrungen.**  
München, Wilhelm Fink Verlag, 1975, 276 blz.

Op de achterflap van geciteerde publikatie staat te lezen waarover het allemaal gaat: «Nieuwsberichten — in radio, televisie en pers — worden hier vanuit een kritisch perspectief door linguïsten, sociologen, politologen en perswetenschappers geanalyseerd. Resultaat van deze samenwerking: overzicht over functie, taalkundige structuur, produktie en ontvangst van nieuwsberichten, evenals een inzicht in de 'Workshop' van de journalisten, hun communicatiemogelijkheden en -voorwaarden met de consumenten».

De poging van Strassner e.a. om een aantal aspecten van de nieuwsberichtenproduktie en -consumptie te belichten vinden we geslaagd. Het boek kent de voor- en de nadelen van elke publikatie die artikels van verschillende auteurs samenbrengt rondom één thema. Om enkele nadelen aan te halen: een aantal artikels blijven steken op een inleidend niveau, telkens opnieuw moet er van voren af aan begonnen worden met de probleemsituering zonder te kunnen steunen op voorafgaande artikels, herhalingen komen regelmatig voor, enz. Daartegenover staat dat het on-

George GORDON,  
**Communications and media,  
Constructing a cross-discipline.**  
Hastings House, New-York, 1975, 209 blz.

In dit boek wordt een poging gedaan om communicatie te omschrijven en af te bakken als een discipline. Eerst wordt gepoëld naar de reikwijdte en diepte van het onderzoeksdomein via een overzicht van de mogelijke benaderingswijzen, gezichtspunten en methodes. Vervolgens tracht de auteur dit onoverzichtelijke terrein te herstructureren. Daartoe geeft hij eerst een definitie van het begrip communicatie om vervolgens over te gaan tot een inventarisatie en evaluatie van de bestaande communicatietheorieën en -praktijken.  
M.C.

H. KATO,  
**Japanese Research on Mass Communication,**  
Selected Abstracts, Honolulu, 1974, 128 blz.

Geselecteerde samenvattingen van Japans communicatie-onderzoek van de laatste decaden met auteur, bronvermelding, doelstellingen, methode en voornaamste resultaten.  
G.D.M.

Helmut SCHANZE,  
**Medienkunde für Literaturwissenschaftler.**  
W. Fink, München, 1974, 116 blz.

Uitgaande van het standpunt dat het boek al lang niet meer de enige weg is waarlangs literaire vormen en inhoudsverbanden worden, probeert de auteur met behulp van een aantal concepten uit de (zowel sociaalwetenschappelijk als semiologisch georiënteerde) communicatiewetenschap duidelijk te maken welke relaties er bestaan tussen de gedrukte media, het toneel, de film, de radio en de televisie.  
J.M.P.

## SEMIOTIEK

Umberto ECO  
**A Theory of Semiotics**  
Bloomington-Londen : Indiana Univ. Press, 1976, 354 blz.

In de antiekhandel schijnt het de gewoonte te zijn dat men één origineel stuk transformeert tot een aantal «nieuwe» voorwerpen die het predikaat «antikwiteit» mogen blijven dragen : zolang een zeker percentage van het originele materiaal gegarandeerd aanwezig blijft, schijnt er geen vuiltje aan de lucht te zijn. De Italiaan U. Eco nu lijkt ons een beetje dezelfde multiplicatie-techniek toe te passen in de produktie van zijn semiologieboeken. Tekens er een vertaling van **La Struttura Assente** (1968, zelf reeds een derivaat van

een vroeger werk) verschijnt, worden er door de auteur dingen weggelaten, herschreven, bijgeschreven, verschoven. Het resultaat is dan een tekst die zowat tussen een vertaling en een nieuw boek blijft hangen.

Van dit procédé is nu het laatste produkt op de markt verschenen onder de vorm van onderhavig boek. In het voorwoord schetst Eco alle peripetieën die aan deze versie zijn voorafgegaan en wijst er hierbij op dat, vermits hij in dit geval de tekst direct in het Engels heeft herschreven (en dus niet vertaald/getransformeerd heeft) **A Theory of Semiotics** eigenlijk en uiteindelijk als een volledig nieuw werk kan worden beschouwd. Zo nieuw zelfs - de procedure vormt een fascinerend probleem voor de teksttheorie - dat de cirkel eindelijk kon gesloten worden : het boek werd opnieuw vertaald in het Italiaans onder de titel **Trattato di Semiotica Generale**.

Werpen we nu even een blik op de inhoud van het werk, waarbij we ons niet zullen bezighouden met de vraag wat er nu werkelijk nieuws is t.o.v. de vorige versies. Het project van Eco is een semiothiek te ontwerpen die werkelijk zou kunnen fungeren als een homogene, eengemaakte theorie van de betekenis en/of communicatie. Deze (aanvechtbare) dichotomie, die een aantal klassieke opposities dient uit te schakelen (zoals langue vs. parole, syntaxis vs. pragmatiek...), staat centraal bij Eco vermits ze hem een invalshoek verleent om de globale cultuur te definiëren en te bestuderen vanuit een semiologisch standpunt. Semiotiek kan dan opgevat worden als een mogelijke, alleszins homogene benaderingswijze van de culturele totaliteit («a Logic of Culture») te zien als produktie en communicatie van betekenis. De semiotiek is dus een zeer brede wetenschap, waarvan echter door Eco wel nauwgezet de mogelijkheden en de grenzen worden afgebakend.

Eens deze omgrenzing gerealiseerd worden de noties van de betekenis en de communicatie zelf onderzocht, wordt een code-theorie uitgewerkt en wordt de notie van de tekenproduktie centraal gesteld. Deze laatste notie dient het Eco mogelijk te maken van het (inderdaad nogal hopeloze) probleem van een tekentypologie over te stappen naar typologie van tekenproduktiewijzen.

Ondergetekende is nooit erg enthousiast geweest na de lectuur van een tekst van Eco. Dit boek vormt hierop geen uitzondering : ook hier weer werken Eco's eigenzinnigheden nooit bevredigend, verhelderend of stimulerend. De heterogeniteit van auteurs en hulptheorieën die hierbij geciteerd en gebruikt worden, zal aan dit verschijnsel wel niet vreemd zijn.  
L.V.P.

W. A. KOCH,  
**Vom Morphem zum Textem, ?**  
Olms, Hildesheim, 1969, 245 blz.

W.A. Koch bundelt hierin zijn tussen '62 en '67 in tijdschriften gepubliceerde «Aufsätze zur strukturellen Sprach- und Li-

teraturwissenschaft» (ondertitel). Deze in het Duits, Engels, Frans, Spaans en Italiaanse gestelde bijdragen zijn hier fotografisch herdrukt en in chronologische volgorde gerangschikt.

Uitsluitend de titel van de bundel geeft een oriëntatie aan waarin het werk van de Duitse linguïst en semioticus evolueert. Een inleiding of enige andere redactionele begeleiding ontbreken. De boekuitgave bereikt hier een nul-niveau van zuivere reproductie.  
D.L.

E. CARONTINI, D. PERAYA,  
**Le Projet Sémiotique,**  
Jean-Pierre Delarge, Parijs, 1975, 179 blz.

Meer dan de helft van deze «Éléments de sémiotique générale» bestaat uit de (zoveelste) uiteenzetting van de Saussuraanse linguïstische en semiotische basisstellingen en grondintuïties. Van deze uitvoerige aanloop hebben de auteurs echter geen gebruik gemaakt om enkele oorspronkelijke accenten te leggen. De studie vervoegt daardoor een te lange reeks van inleidingen tot... Een vierde hoofdstuk dat de «science du texte» introduceert, vindt in deze uitvoerige introductie geen logische basis. De inzichten van Althusser en Kristeva worden erin weergegeven, maar lijken niet persoonlijk herwerkt. Een voorbarige publikatie!  
D.L.

Varda LANGHOLZ LEYMORE  
**Hidden Myth. Structure and Symbolism in Advertising**  
London, Heinemann, 1975, 208 blz.  
Jean-Marie BENOIST  
**La révolution structurelle,**  
Parijs, Grasset, 1975, 350 blz.

Jean POUILLON,  
**Fétiches sans fétichisme**  
Parijs, Maspero, 1975, 354 blz.

Men kan rustig zeggen dat het structuralisme, dat in Frankrijk in de jaren zestig en uitgegroeid was tot een modeverschijnsel en - maar dan op een ander niveau - een aantal mensen en theorieën resp. had getraumatiseerd en ondergraven, zijn hoogtepunt achter de rug heeft. De storm is geluwd, de wonden gelikt, de posities ingenomen, niet zelden heringenomen. Ondertussen is er echter een export geweest van een aantal concepten en auteurs en dit niet alleen naar die landen die traditioneel steeds aansluiting hebben gezocht bij het Franse intellectuele leven, of naar disciplines die door hun invalshoek toch al rijp waren voor infiltratie doch ook in theorieën die door hun originele aanpak en methodologie nauwelijks «besmet» leken te kunnen worden. Van deze opmars van het structuralisme lijkt mij de analyse van reclameboodschappen die onder de titel **Hidden Myth. Structure and Symbols in Advertising** is verschenen, een mooi voorbeeld te zijn. Weliswaar was er in Frankrijk reeds een ander gedaan aan de structureel-semiotische

gische analyse van advertenties e.d., doch men kon rustig zeggen dat het Angelsaksisch onderzoek naar de mechanismen van de persuasie mijlver van een dergelijke benadering verwijderd leek. Bij het open slaan van het boek van mevrouw Langholz Leymore verwacht men dan ook de klassieke termen en namen te vinden uit het empirisch ingesteld sociaal-psychologisch onderzoek. Welnu, deze namen zijn er nog wel, doch ze worden nog slechts gebruikt als «repositioir» waartegenover een heel andere benadering en heel andere namen geplaatst worden. Auteurs als Barthes, Lacan, Greimas, Leach, Lévi-Strauss worden nu naar voren geschoven; het structuralistisch conceptenarsenaal, verrijkt met inzichten uit de theorie der verzamelingen wordt in stelling gebracht, de reclameboodschap wordt nu geanalyseerd als een gestructureerde tekst die, op een verborgen, onbewust niveau, onderworpen is aan een aantal combinatie-wetten die de reële werking van de persuasie garanderen.

De naam van Lévi-Strauss duikt hierbij het meest frequent op, wat trouwens geen verwondering hoeft te wekken. De basis-hypothese van de auteur is immers dat de reclameteksten, zoals wij die kennen, geanalyseerd dienen te worden zoals in de structurele antropologie mythes worden onderzocht. Deze analoge werkwijze wordt verrechtvaardigd door de stelling dat beide teksttypes dezelfde rol in de maatschappij zouden vervullen.

Het is derhalve onvoldoende louter het manifeste niveau van de reclameboodschap in de analyse te betrekken. Veeleer dient men «dieper» te graven en op zoek te gaan naar structuren die, zoals gezegd, het reële functioneren van de tekst mogelijk maken en die, volgens de auteur althans, dezelfde zijn die men aantreft in de «primitieve» mythe. De elementen van de boodschap zouden hierbij op zo'n wijze gearticuleerd worden dat deze, wat ook de manifeste betekenis moge zijn, in feite steeds een oplossing biedt voor de fundamentele conflicten waarmee iedere maatschappij geconfronteerd wordt: «It is a point of great interest that besides the astonishing similarity in the manner in which these two symbolic productions behave, they are also preoccupied with essentially the same problems. Both strive to provide answers to the eternal polarities of the human condition.» (p. 154). Deze fundamentele opposities die zowel in mythe als in reclameboodschap ontwikkeld worden zijn: natuur/cultuur; wij/zij; oorlog/vrede; geluk/ellende, enz. Het gevaar van een dergelijke procedure is manifest te noemen. In vreemd contrast immers met de stelling van het structuralisme dat er naar pluraliteit en differentiaaliteit dient gestreefd te worden, is een dergelijke operatie als fundamenteel reductionistisch te kwalificeren. Van dit probleem is de auteur zich trouwens niet helemaal onbewust.

Dit probleem nu, te articuleren in de opposite «radicale pluraliteit vs. enkele universele schema's van de menselijke geest» vormt een van de meest constante en belangrijke themata in het werk van Lévi-Strauss. Hoe in dit verband door de struc-

turele antropologie een subtiele theorie is uitgewerkt, kan men in twee vrij recente Franse werken lezen, die we dan ook als verhelderend bij de lectuur van Langholz Leymore tekst zouden dureven aanbevelen. Beide zowel het boek van de Franse filosoof Benoist, **La révolution structurale**, als de verzenbundel van de antropoloog Pöuillon, **Fétiches sans fétichisme**, handelen voor een substantieel gedeelte over bovengeciteerde problematiek. Beide auteurs zijn duidelijk Lévi-Straussiaans geïnspireerd en trachten, vanuit een verheldering van de al te veel misbruikte notie van de structuur, de oplossing die Lévi-Strauss in dit verband uitwerkt te verdeeligen. Het lijkt ons hier nauwelijks de plaats om uitvoerig op deze kwestie in te gaan. Stellen we slechts dat het in de Lévi-Straussiaanse traditie het incestverbod zal zijn dat, als scharnier tussen natuur en cultuur, het universele met het particuliere zal dienen te verzoenen. Hoe dan ook, wat alleszins meer dan positief te noemen is aan het werk van Langholz Leymore is het feit dat de auteur een problematiek en een terminologie binnengebracht heeft in een domein waarin deze tot voor kort grotendeels afwezig leken.

W.A. KOCH  
**Strukturele Textanalyse**,  
Olms, Hildesheim, 1972, 486 blz.

Deze bundel essays over tekstanalyse is het eerste volume van de *Studia Semiotica*, uitgegeven o.l.v. W.A. Koch Duitse, Franse, Amerikaanse, Italiaanse en Russische studies werden er fotografisch gereproduceerd, wat in het geval van een Russische tekst in cyrillisch schrift en een Sloveense tekst, toch wel teveel van de Europese lezer verwacht. Naast studies van Franse structuralisten als Metz, Barthes, Greimas, Todorov, Bremond, zijn er ook teksten in opgenomen van inhoudsanalysten als Saporta en Sebeok, van Halliday, Hill en Dundes. Analyse van film (Metz), reclame (Barthes), poëzie (Wienold, Koch, Baumgärtner, Smith), radionieuws (Harweg) enz. De resoluut internationale opstelling van de samensteller, zijn wat methodologische verschillpunten betreft «oecumenische» opstelling, is ongewoon en zou wellicht tot vruchtbare kruisverbindingen aanleiding kunnen geven.

D.L.

## KULTUUR - THEORIE

Edgar MORIN,  
**L'Esprit du Temps, 1 Névrose, 2 Nécrose**,  
Grasset, Parijs, 1975, 283 blz., 271 blz.

Een set van twee boeken, waarvan het eerste deel onder dezelfde titel reeds in

1962 verscheen (en toen als «De Culturele Industrie» in het Nederlands werd vertaald). Het tweede deel bundelt Morins gelegenheidsartikels en uitvoeriger studies sinds «mei '68». De beoogde contrastwerking tussen observaties en inzichten die 20 jaren uit elkaar liggen, functioneert maar in beperkte mate. Het eerste deel blijft boeiende lectuur, maar lijkt nu reeds te behoren tot een adolescent stadium van observatie en analyse van de consumptiemaatschappij en massa-cultuur. Het geeft ook een kader waarin «een» communicatie-wetenschap evolueerde, twee decennia terug. Morins uit het einde der jaren zestig daterende ontdekking van het Amerikaans systeemdenken dat cultuur en biologie, ecologie en geschiedenis verbinden wil, verschaft de auteur een mythisch groots kader voor cultuur-observaties. Zijn briljante vulgarisering en sprankelend gewaagde associaties blijven echter voor bijzonder prettige en inspirerende lectuur zorgen.

D.L.

Henri LEFEBVRE,  
**Kritik des Alltagslebens**,  
Hanser Verlag, München, 1974, 3 banden  
samen ongeveer 600 blz.

Deze Duitse vertaling in de reeks «Kommunikationsforschung» van de Duitse Reihe Hanser, wijst op de blijvende aantrekkingskracht van deze studie en van haar auteur, de onorthodoxe Franse marxist Lefebvre. Een eerste uitgave van dit boek dateert reeds van 1947, een tweede druk werd in 1958 aanzienlijk uitgebreid. Voor de Duitse vertaling schreef Lefebvre een voorwoord.

D.L.

### Traverses

1. **Lieux et Objets de la Mort**,  
2. **Le Design**,  
3. **La Mode**,  
4. **Fonctionnalisme en Dérive**,  
Editions de Minuit, Parijs, 1975/1976, 150 blz. per nummer, geïll.

Dit tijdschrift is een creatie van het Franse «Centre de Création Industrielle» en zijn directeur Mathey. Jean Baudrillard, Michel de Certeau en Marc Le Bot zitten o.m. in de redactie. Het analytische en thematische profiel van het blad illustreert de beweeglijkheid van het huidige Franse intellectuele klimaat. De invalshoek is historisch-anthropologisch, de stemming is de-mythologiserend, de reflexen zijn vaak van esthetiserende aard. In deze nummers wordt een opmeting gemaakt van de slagschaduw door modernisme (design) en wetenschappelijkheid (functionalisme) geworpen. Het «fundamentele» thema van de dood en het «efemere» verschijnsel van de mode krijgen beide in deze nummers een ander statuut: culturalisering van de dood en radicalisering van de mode. Al de nummers zijn uitvoerig en intelligent geïllustreerd.

D.L.



# 16 mm - PROJECTOREN BAUER

professionele perfectie, eenvoudige bediening.

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

**Algemene eigenschappen :**

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

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

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

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

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

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

**BAUER P 6 STUDIO**

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

**AUDIO-VISUEEL PROGRAMMA**

**FERNSEH :**

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

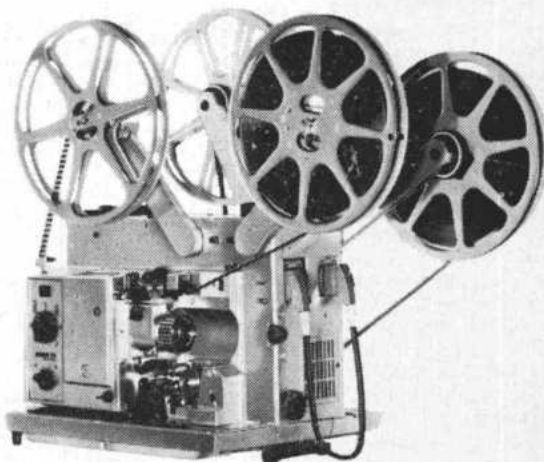
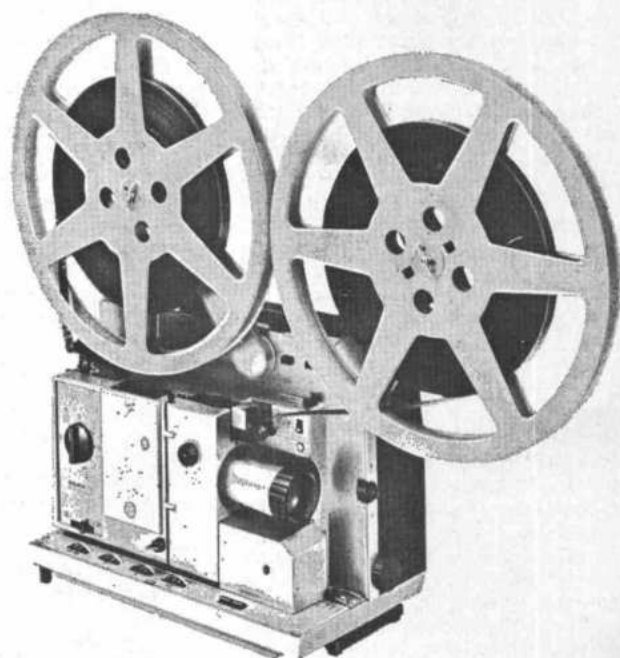
prijzen en documentatie op aanvraag

**ALLUMALUX**

**Steenweg op Bergen 130**

**1070 - BRUSSEL**

Tel. 02 - 523 94 25



Joachim GOTH, e.a.  
**Rhetorik, Ästhetik, Ideologie,**  
J.B. Metzler, Stuttgart, 1973, 317 blz.

«Aspekte einer kritischen Kulturwissenschaft» is de ondertitel van deze bundel van 12 essays, geschreven voor het seminarie Algemene Retoriek aan de universiteit van Tübingen. Thema's, methodologische achtergronden en wetenschappelijke objectieven der verschillende bijdragen liggen nogal uiteen. In een voorwoord wordt de opsplitsing in en afgrenzing van de verschillende disciplines een factor genoemd die de ontwikkeling van een cultuurgemeenschap in de weg staat. Zo uiteenlopende onderwerpen als radio-reclame, politieke berichtgeving, toespraken van Goebbels, retoriek van Lassalle, arbeidersliteratuur, de Brecht-Lukács discussie, de literaire markt, de speltheorie en het muziekinstrument harp, worden er behandeld.

D.L.

## FILM

Marguerite DURAS, Jacques LACAN, Maurice BLANCHOT, Dyonis MASCOLO, Auvrière GAUTHIER, Pierre FEDIDA, e.a.  
**l'arguerite Duras,**  
ditions Albatros, Parijs, 1975, 189 blz., geïll.

De 'Collection ça' verscheen een bundel essays rondom het oeuvre van Duras. Romanicië, scenariste van Resnais («Hiroshima»), Colpi en Brook, cineaste (van La Musica) tot «India Song») verleidt naar werk tot intense associaties van literatuur-theoretische, feministische, film-theoretische, poëtiserende aard. Of dit oeuvre deze uitgebreide en zwaarwegende solidariteiten ook rechtvaardigt, is ook na de lectuur van deze bundel niet aangetoond. In het boek is de découpage van «India Song» opgenomen.

D.L.

Lino MICCICHE,  
**Il Neorealismo cinematografico Italiano,**  
Marsilio, Venezia, 1975, 414 blz.

Het tiende festival van de nieuwe film van Pesaro (september 1974) had het neorealisme als studiethema gekozen. De toen gehouden referaten (een dertigtal) zijn hier gebundeld. Vier hoofdstukken: politiek-culturele context, problematiek van het realisme, stijl en ideologie van het neo-realisme, de Italiaanse film der jaren dertig. Onder de haast uitsluitend Italiaanse sprekers: Aprà, Bettetini, Lizzani.

D.L.

Peter B. SCHUMANN (Hrsg.)  
**Kino und Kampf in Lateinamerika,**  
Hanser Verlag, München, 1976, 264 blz.

Een bundel essays van Latijns-Amerikaan-

se cineasten actief in de sector politieke film. Achtereenvolgens komen Chili, Argentinië, Brazilië, Cuba, Bolivia, Columbia en Mexico aan de beurt. Een uitvoerige bibliografie rondt deze documentatie af; een index maakt ze bovendien bruikbaar.

D.L.

Raymond DURGNAT,  
**Durnat on Film,**  
Faber and Faber, Londen, 1976, 238 blz., geïll.

Uit de essaybundels «Films and Feeling» (1967) en «The Crazy Mirror» (1969) stelde Durnat nu een nieuwe selectie en een nieuw boek samen. Wij begrijpen deze werkwijze der onvolledige heruitgave niet. Amateurs van Durnat — het behoren er velen te zijn! — zullen naar de oorspronkelijke volumes willen grijpen om met de nu ontbrekende essays kennis te kunnen maken. Ook het voorwoord van Durnat zelf verantwoordt de nieuwe selectie en combinatie niet dwingend. De studies van Durnat behoren stuk voor stuk een ruimer lezerspubliek te vinden dan hun relatief dure hardcover uitgaven toelieten, maar de gebruikte formule is daartoe beslist onbevredigend.

D.L.

Gianni RONDOLINO,  
**Roberto Rossellini,**  
La Nuova Italia, Firenze, 1974, 125 blz.

José Luis GUARNER,  
**Roberto Rossellini,**  
Studio Vista, Londen, 1970, 144 blz. geïll.

Het boekje van Rondolino verscheen in de maandelijks verschijnende pocketreeks «Il Castoro Cinema». De studie van Guarnier verscheen in de degelijke reeks «Movie Paperbacks». Beide studies beschrijven chronologisch het oeuvre van de cineast. Het levenswerk van Rossellini is, net als dat van Renoir, verbluffend veelzijdig: open voor alle mogelijke invloeden van de tijd, de toevallige geografie, de medewerkers. Zij evolueerden volgens een esthetiek van de improvisatie die iedere meer systematische aanpak schijnt te ontmoedigen. Maar ook de onsystematische, zuiver chronologische beschrijving volgens dewelke beider oeuvre momenteel nog benaderd wordt, heeft een snel bereikte grens. Beide boeken zijn van een filmografie voorzien, het werk van Guarnier besluit met een bibliografie.

D.L.

George PERRY,  
**The Great British Picture Show,**  
Paladin, Frobmore, 1975, 367 blz. geïll.

Raymond LEFEVRE, Roland LACOURBE,  
**30 Ans de Cinéma Britannique,**  
éditions Cinéma 76, Parijs, 1976, 488 blz., geïll.

Een Britse en een Franse studie over die grote onbekende van de wereldcinema:

de Britse film. George Perry's studie verscheen in '74 en kreeg reeds een jaar daarop een pocketeditie. In een doorlopende tekst wordt de Britse filmgeschiedenis van geboorte tot de dag van vandaag beschreven. Een bibliografie, een personen- en titel-register én een reeks bio- en filmografieën maken het boek bruikbaar.

De twee Franse auteurs hebben geen doorlopende tekst, maar enkele reeksen alfabetisch en chronologisch geordende overzichten samengesteld. Daaronder een jaar per jaar gerangschikt overzicht van de Britse film tussen 1940 en 1965, een register van cineasten, een ander van acteurs en een derde van andere filmpersonaliteiten. Er is een hoofdstuk gewijd aan de Britse filmeconomie, een ander aan Britse filmgenres en een derde beschrijft de voorgeschiedenis tot 1939. Een index van filmtitels en een bibliografie besluiten het boek.

D.L.

Jacques DE VISSCHER,  
**«Zielekanker», Symboliek in de Filmkunst van Ingmar Bergman,**  
Universa, Wetteren, 1976, 261 blz., geïll.

De studie van De Visscher is het nummer één van een Vlaamse «filmbibliotheek». De S. analyseert acht meer recente films van de Zweedse cineast: van «Persona» (1966) tot en met «Scènes» (1974) en een valreepstukje over «De Toverfluit». Aan deze acht studies voegt hij nog een theoretisch hoofdstuk toe over «het interpreteren», de methode die hij bij zijn analyses gebruikt. Fragmenten van dit boek verschenen reeds eerder in de maandbladen Streven en Kultuurleven. Het boek is revelerend voor de fundamentele opties van een filmkritiek en een filmpedagogie, die overal haar aanhangers heeft maar met name in Vlaanderen een onaangevochten monopoliepositie inneemt. Ten onrechte klaagt de S. over weerstanden en onbegrip. Men mag dan al tegenstribbelen tegen zijn wijsgerig geïnspireerde en geformuleerde esthetiek, wat Bergman betreft en zijn invalshoek op het verschijnsel film, vindt hij een beaamd publiek tegenover zich.

In zijn methodologisch hoofdstuk gaat hij kort in op twee teksten die een alternatieve benadering van Bergman, van film en van kunst in het algemeen mogelijk maken. Enkele pagina's worden gewijd aan semiologie en aan het essay van Sontag «Against Interpretation». De S. maakt van die confrontatie geen gebruik om zijn eigen hermeneutische esthetiek aan te scherpen, maar vertilt zich aan pogingen om deze benaderingen naar zich toe te vertalen: wat vervorming betekent van de oorspronkelijke teksten en verwatering meebrengt voor de eigen theorie.

De discussie tussen hermeneutisch-humanistische filmesthetiek en formaliserende filmesthetiek wordt momenteel boeiender in de Britse filmresearch gevoerd met bijdragen van Wood en Durnat aan de ene, de auteurs van het tijdschrift Screen aan de andere kant.

D.L.

Stig BJORKMAN, Torsten MANS, Jonas SIMA,  
**Bergman über Bergman,**  
 Hanser Verlag, München, 1976, 333 blz.  
 geïll.

Ingmar BERGMAN,  
**Von Angesicht zu Angesicht,**  
 Hoffmann und Campe, Hamburg, 1976,  
 173 blz., geïll.

Ernie ANDERSON,  
**Produktionshandbuch zu Ingmar Bergmans  
 Von Angesicht zu Angesicht,**  
 Hoffmann und Campe, Hamburg, 1976, 127  
 blz., geïll.

Na de Franse vertaling van het Zweedse interview-boek met Bergman is er nu ook een Duitse vertaling van verschenen, aangevuld met een gesprek over «Scènes» (maar nog niet over «De Toverfluit» of «Face to Face»). Het is alleszins fraaier gedrukt en rijker geïllustreerd dan de Franse editie. Het blijft een belangrijke informatiebron over de geliefde Zweedse filmer. Zo geliefd dat zijn filmscenario's meteen door grote bestseller-uitgevers in zowat alle talen in boekvorm op de markt komen. Na «Scènes» is het de beurt aan «Face to Face» waarvan ondertussen ook al een Nederlandse vertaling verscheen bij Bruna. Dergelijke edities staan nochtans veraf van wat men momenteel van filmboeken zou mogen verwachten: tenminste een technisch scenario i.p.v. het literaire dat hier wordt aangeboden, een degelijke filmkritische begeleiding en informatie rondom de produktie van de film. Dit alles ontbreekt.

Het Produktionshandbuch van Bergmans perschef Anderson is een bijzonder fraai geïllustreerde brochure, vol met promotie-kopij die men doorgaans filmjournalisten ter beschikking stelt bij de persvisie. In dit geval dient men er nog voor te betalen ook!

D.L.

Jean COLLET, Michel MARIE, Daniel PERCHERON, Jean-Paul SIMON, Marc VERNET, met een voorwoord van Christian METZ,  
**Lectures du Film,**  
 Editions Albatros, Collection ça, Parijs, 1976, 240 blz.

Onder 27 trefwoorden hebben de schrijvers van dit vulgariserende naslagwerk gepoogd de basisterminologie van de klassieke filmtheorie en van de moderne (Franse) filmsemiotiek toegankelijker te maken. Iedere bijdrage (5 tot 10 blz. lang) wordt gevolgd door een degelijke bibliografie. De combinatie van vertrouwde en nieuwe termen en inzichten is wel niet bevorderlijk voor de conceptuele eenheid van het boek, maar is wellicht tactisch handig bekeken. Van «caméra», «diégèse» en «direct» kunnen lezers overstappen naar «analogie», «connotation» en «espace». Aan het slot van het boek is een bibliografie opgegeven alsook een kleine filmwoordenschat.

D.L.



Herkenrodesingel 10,  
 3500 Hasselt - Tel. 011-22.59.11

## HET BELANG VAN LIMBURG

het grootste regionale dagblad  
 in België, meer dan  
**dagelijks 300.000 lezers**

**10 reclame-weekbladen**  
 gratis in alle bussen  
**264.623 eks.**

### Concentra Grafic

voor drukwerken met standing

### Concentra Post

distributie reclamefolders  
 wekelijks huis aan huis in gans  
 limburg

magazine  
 voor informatie en reclame  
 in offset met 4 kleuren  
 gratis in alle bussen  
**195.536 eks.**

Christian METZ, Jean-Louis BAUDRY, Julia KRISTEVA, Félix GUATTARI, Roland BARTHES, Raymond BELLOUR, e.a. **Psychanalyse et Cinéma**, Seuil, Communications nr 23, Parijs, 1975, 350 blz. geïll.

Marc VERNET, Roland BARTHES, Stephen HEATH, Raymond BELLOUR, Jean-Louis SCHEFER, e.a. **Christian Metz**, Editions Albatros, ca nr 7/8, Parijs 1975, 176 blz.

Eén tijdschriftnummer door Metz geïnspireerd, met twee uitvoerige studies van zijn hand, een ander tijdschriftnummer aan hem opgedragen; beide werden begin '75 gepubliceerd. Ze horen dan ook bijna samen. Dezelfde auteurs treft men in beide nummers aan, geschreven vanuit eenzelfde theoretisch moment van de toch wel zeer dynamische Franse theoretische (film-)reflexie. Guattari, Barthes en Kristeva maken kleine gastoptredens in deze nummers, die er echter niet minder belangrijk om zijn. In «ça» wordt Metz uitvoerig geïnterviewd. In Communications gaat Metz in twee bijdragen in op de toeschouwer van de film, na lange tijd uitsluitend een analyst te zijn geweest van de tekst van de film. In Communications analyseert BelLOUR over meer dan 100 blz. Hitchcocks «North by Northwest». Kuntzel zet er een studie: «Le Travail du Film» in een nummer van Communications van '72 aangevat verder: na Langs «M» bestudeert hij «The Most Dangerous Game» van Schoedseck en Pichel.

D.L.

Louis SEGUIN, **Une Critique dispersée**, Union Générale d'Éditions, collection 10/18, nr 1035, Parijs, 1976, 446 blz.

Giovanni GRAZZINI, **Gli Anni Settanta in cento film**, Laterza, Bari, 1976, 328 blz.

Seguin, filmcriticus van het Franse tweewekelijkse «La Quinzaine Littéraire», bundelde bijdragen geschreven tussen 1970 en 1975. Giovanni GRAZZINI, filmcriticus van de Italiaanse krant «Corriere della Sera» deed dat voor dezelfde periode. De bundels der bekende Amerikaanse filmcritici vinden dus eindelijk navolging in de Europese uitgeverijpolitiek. Het boekje van Grazzini is goed verzorgd: iedere film wordt van een gedetailleerde generiek-informatie voorzien. Een titel- en namenregister maakt het mogelijk tussen die vele tientallen stukjes wegwijs te geraken. Helaas ontbreekt een dergelijke elementaire apparatuur in de bundel van Seguin. De stukjes zijn er niet chronologisch (zoals bij Grazzini) maar thematisch gerangschikt, rondom elf hoofdstukken waar telkens een inleiding werd bijgeschreven. Een inhoudstafel en index ontbreken.

D.L.

J. DUDLEY ANDREW, **The Major Film Theories**, Oxford University Press, London, 1976, 278 blz.

Andrew TUDOR, **Theories of Film**, Secker and Warburg, London, 1974, 168 blz., geïll.

Wat men de «klassieke» filmtheorieën is gaan noemen, hebben hier en daar nieuwe lezers en nieuwe interpretaties gevonden. Het werk van Eisenstein wordt bv. in het Frans en het Duits (door diverse redacties) vertaald. Het werk van Bazin en Kracauer wordt heruitgegeven en nieuwe overzichten en inleidingen verschijnen. Het werk van Andrew is beschrijvend en het uitvoerigst: het behandelt talrijke auteurs en is van een bibliografie en een index voorzien; dat van Tudor is minder omvangrijk, maar polemiseert met de besproken auteurs vanuit een eigen theoretische bekommernis.

D.L.

Alan LOVELL, Jim HILLIER, **Studies in Documentary**, Secker & Warburg, London, 1972, 175 blz., geïll.

Erik BARNOUW, **Documentary**, Oxford University Press, London, 1974, 332 blz., geïll.

Alan ROSENTHAL, **The New Documentary in Action**, University of California Press, Berkeley, 1971, 287 blz., geïll.

De studie van Lovell en Hillier beschrijft de grote Britse documentaire traditie (Van Grierson tot Jennings) en sluit met de Britse «free cinema». De studie van Rosenthal beperkt zich tot de hedendaagse Amerikaanse documentarist (met uitschieters naar Groot-Brittannië en Israël). Voor een globale introductie van dit toch wel karig behandelde hoofdstuk der filmgeschiedenis moeten we naar Barnouws studie waarvan de ondertitel luidt: «A History of the Non-Fictionfilm». Barnouw zorgde voor een bibliografie en een namende zakenregister.

D.L.

Les Cahiers de la Cinémathèque. **La Révolution du Parlant**, nr 13/14/15, 1974, Perpignan, 226 blz., geïll.

**10 ans de confrontation**, n° hors série, Perpignan, 1976, 144 blz. geïll.

**Mémoire d'une Nation**, nr 18-19, 1976, Perpignan, 152 blz., geïll.

**Hollywood**, nr 20, 1976, Perpignan, 96 blz., geïll.

Wij signaleerden hier reeds de twee thema-nummers die de Cahiers de la Ciné-

mathèque aan Griffith wijdden. Hier enkele van hun recente thema-nummers. Dit provinciale, on-Parijse (anti-Parijse) tijdschrift van filmhistorische studie en documentatie brengt bijzonder eigenzinnig schoolse, vaak verouderde en onhandige studies en documentaties. Verscheidene van hun thema's worden nochtans elders nauwelijks geëxploreerd en maken de nummers van deze Cahiers dan ook onmisbaar. Wij denken aan Griffith, aan «La Révolution du Parlant» en aan «Mémoire d'une Nation» waarin 100 jaren Franse geschiedenis gezien doorheen de film, gepresenteerd worden.

D.L.

## RECLAME

David CORKINDALE, Sherril KENNEDY, **Measuring the effect of advertising**, Saxon House/Lexington Books, Westmead (UK)-Lexington, Mass. (USA), 1975, 241 blz.

Op basis van empirisch onderzoek worden richtlijnen geformuleerd voor het opstellen van een operationeel onderzoeksplan. Alle beschikbare - meestal statistische - methodes voor de studie van reclame-effecten worden uitvoerig beschreven en geëvalueerd. De auteurs leggen sterk de nadruk op het belang van een duidelijk omschreven en meetbaar reclaimedoel, waaraan het uiteindelijke effect van de reclamecampagne kan getoetst worden. Een interessante technische handleiding voor reclame-mensen in wetenschap en management.

M.C.

Trevor MILLUM, **Images of woman; Advertising in women's magazines**, Chatto & Windus, London, 1975, 206 blz.

Grondige analyse van de reclame in Britse vrouwenbladen. Opzet van deze studie was na te gaan welk beeld de reclame geeft van de vrouw, en welke de betekenis daarvan is voor de positie/rol van de vrouw in de Britse samenleving. De inhoudsanalyse is degelijk uitgevoerd en het ontworpen classificatiesysteem kan een nuttige basis vormen voor verder onderzoek van reclame- en andere visuele boodschappen. Teleurstellend evenwel is de besluitvorming. Het vrouw- en vrouwelijkheidbeeld, dat in de geanalyseerde reclameboodschappen tot uiting komt, bevestigt de vrouw in haar traditionele rollen van huisvrouw, moeder en sex-object, een patroon dat trouwens ook door andere parallelle studies wordt gereveleerd. De auteur knoopt hieraan algemene beschouwingen vast over de socialiseringsfunctie van de reclame. Hij laat echter na de onderzoeksresultaten aan de concrete sociale realiteit te toetsen. Nergens ook wordt nader ingegaan op de betekenis van vrouwenbladen voor de vrouw - en de adverteerder.

M.C.

Shirley POLYKOFF,  
**Does She... Or Doesn't She ?**  
Doubleday & Company, Inc., Garden City,  
New York, 1975, 131 blz.

Autobiografie van een vrouw, «who made it» in de Amerikaanse reclame business. Geboren uit een immigrantenfamilie, klom ze op tot de top van de succesladder. Kleurrijk en anecdotisch beschrijft zij haar loopbaan, die bekroond werd met haar verkiezing tot «Advertising Woman of the Year» - een prestigieuze onderscheiding voor haar als reclame-expert en als vrouw.

M.C.

Peter ROBERTS,  
**Any color so long as it's black... The first fifty years of automobile advertising**  
David & Charles, 1976, 144 blz., geïll.

Een rijkelijk geïllustreerd boek over de eerste vijftig jaar van publiciteit rond het leukste grote-mensen-speelgoed van de twintigste eeuw: de auto. Aangetoond wordt hoe de reclametechnieken in de loop van die jaren - zowel in hun grafisch-esthetische uitwerking als in de «appeal»-functie van de reclameboodschappen - geëvolueerd zijn.

J.S.

---

## TAAL

---

Helmut HENNE  
**Sprachpragmatik. Nachschrift einer Vorlesung,**  
Tübingen, Niemeyer, 1975, 120 blz.

Gilbert HOTOIS  
**La philosophie du langage de Ludwig Wittgenstein**  
Brussel: E. de l'Univ. de Bruxelles, 1976, 220 blz.

Het boekje over taalpragmatiek van Henne dient - zoals de ondertitel het trouwens aanduidt - gelezen te worden als een verzameling van achteraf uitgewerkte colleges. Een dergelijke procedure vertoont zonder enige twijfel nadelen (de auteur dient bondig te zijn en toch heel wat dingen aan te raken), doch heeft anderzijds het grote voordeel dat, wanneer de competentie en het synthetiserend vermogen van de spreker/schrijver bevredigend is, men een didactisch overzichtelijke en niet al te lange schets krijgt van een bepaalde problematiek. Het zijn nu juist deze kwaliteiten die men in het werk van Henne terugvindt.

Ook na de lectuur van dit werk blijft het ons opvallen hoe moeilijk het wel is om de pragmatiek te definiëren als zijnde bepaald door één specifieke, globale methode. Men dient dan ook veeleer te zeggen dat de pragmatiek, d.w.z. een bepaalde benadering van de taalproblematiek veel-er een verzamelnaam is voor een aantal disciplines die zich afzetten tegen de al

te grote homogenisatie en het doorgevoerde reductionisme dat de moderne linguïstiek kenmerkt. Daar waar in de linguïstiek de taalprocessen los van hun communicatieve situatie bestudeerd worden, zal de pragmatiek radicaal de andere weg inslaan en het spreken bestuderen in een communicatieve situatie, waarbij de interactie tussen taal, maatschappij en subject de problematiek zal uitmaken. De pragmatiek kan dan ook een schapestal genoemd worden waarin een aantal disciplines die bovengenoemde invalshoek hebben gekozen elkaar terugvinden, zoals sommige communicatietheorieën, de sociolinguïstiek, de retoriek, alerhande taal filosofieën, de psychoanalyse, de semiologie/semiotiek, vele teksttheorieën... De pragmatiek verschijnt dan als een overkoepelende discipline die de diverse theorieën tracht te ordenen, verbanden poogt te leggen, meer algemene modellen dient op te stellen.

Het boekje van Henne nu doet geen afbreuk aan bovengeschetst beeld. In een achttal hoofdstukken worden een aantal typische pragmatische problemen aangesneden waarbij de lezer voortdurend geconfronteerd wordt met wisselingen in invalshoek en theoretische pertinentie. Een uitstekend hoofdstuk over de typologie van de verbale communicatie wordt hierbij b.v. gevolgd door een o.i. minder interessante uiteenzetting over de semiotiek. De relatie tussen spreken en schrijven wordt behandeld, waarbij een aantal zinnige (want weinig orthodoxe) dingen worden gezegd. De taalhandelingsfilosofieën van Austin en Searle komen eveneens kort aan bod, terwijl tevens - en dit vormt een van de meest interessante hoofdstukjes - op de affiniteit wordt gewezen tussen de vroegere retoriek en de moderne taalpragmatiek.

Klassiek voor een werk over pragmatiek - en ook Henne maakt hierop geen uitzondering - is tevens de grote interesse voor de taal filosofische opvattingen van Ludwig Wittgenstein, en dan meer in het bijzonder voor diens notie van het taalspel en de daarbij horende regel. Wie dit thema uit de pragmatiek verder wil uitwerken dient onderhand reeds een overvloedige literatuur te doorworstelen. De studie van Hotois, **La philosophie du langage de Ludwig Wittgenstein**, voegt aan deze overvloed nog een werk toe, waarbij precies de notie van de aan regels gebonden taalspelen centraal wordt gesteld.

Over de intrinsieke waarde van dit, niet steeds makkelijk leesbaar boek, kunnen we, gezien onze beperkte kennis van de Wittgensteiniaanse taal filosofie, geen oordeel vellen. Wat we wel kunnen zeggen is dat onze eerste grondige kennismaking met Wittgenstein fascinerend kan genoemd worden. De thema's en grondideeën die door Hotois in zijn analyse van Wittgensteins taal denken (de evolutie (of breuk?) vanaf de **Tractatus** tot de **Philosophical Investigations** wordt onderzocht) naar voren worden gehaald zijn ongemeen rijk te noemen. De relatie tussen de taal en de problematiek van de waarheid en de valsheid; het afwijzen van de, de waarheid sprekende, metataal en het probleem van de twijfel binnen de taal; de nadruk

die gelegd wordt op het aan regels gebonden spel karakter van de taal; de stelling dat de verschillende, niet tot elkaar te reduceren taalspelen niet samen de taal uitmaken; de primauteit van de regel op de consensus; de taalimmanentie, de intertekstualiteit zonder diepte; de radicale pluraliteit; de evacuatie van het subject... het zijn alle zeer moderne ideeën waarbij men voortdurend geneigd is parallellen te trekken met wat er in Frankrijk de laatste jaren in het structuralisme een poststructuralisme rond de taal gezegd is.

Terecht waarschuwt de auteur echter voor deze en soortgelijke recuperatiepogingen. Immers, eveneens en wellicht met meer recht zou men Wittgenstein in verband kunnen brengen met het logisch positivisme of met de analytische filosofie, terwijl ook de hermeneutiek en de fenomenologie voortdurend interesse verdienen. Een van de grootste kwaliteiten van het werk van Hotois lijkt ons dan ook dat hij in dit verband de onrecupereerbare specialiteit van Wittgenstein in de pragmatische problematiek heeft aange-toond.

L.V.P.

---

## OMROEP

---

Judith GELFMAN,  
**Women in television news**  
Columbia University Press, New York/  
London, 1976, 184 blz.

Basismateriaal voor dit boek bestond uit een reeks interviews met een dertigtal vrouwelijke TV-journalisten in de V.S.A. Hieruit wordt dan een profiel gedistilleerd van de succesvolle TV-nieuwsvrouw. Enkele aspecten die daarbij aan bod komen zijn: de weg naar de top, discriminatie in het televisiemilieu, professionele loopbaan vs. privé-leven. Voor lezers, die enigszins vertrouwd zijn met de Amerikaanse televisie, is het boek interessant als nadere kennismaking met enkele bekende gezichten. Ook voor niet-ingewijden kan een blik op de Amerikaanse TV vanuit een aparte invalshoek boeiend zijn.

M.C.

Bernward WEMBER,  
**Wie informiert das Fernsehen ?**  
List, München, 1976, 176 blz., geïll.

Wembers televisie-essay over televisie-informatie ligt nu in een nauwgezette reconstructie in boekvorm voor. De integrale tekst van de uitzending is erin opgenomen en het visuele element wordt met een overvloed van afbeeldingen uit het programma opgeroepen. In kleine tekst is zelfs het precieze verloop van deze beelden nauwkeurig beschreven. Aan deze reconstructie zijn een zestigtal pagina's di-

dactische voorstellen toegevoegd om vanuit de televisie-uitzending eigen analyses in klas of werkgroep uit te voeren. Tot slot zijn een aantal Duitse commentaren op de uitzending afgedrukt. Wemmers aanpak van televisie-informatie wordt hiermee gecanoniseerd tot een klassieke televisie-studie en verdient daardoor uitvoerige aandacht.

D.L.

Ad KOOYMAN en Max VAN ROOY

**De potentie van een Dwerg,**

Contact, Amsterdam, 1976, 247 blz., geïll.

Een halve eeuw VPRO, dit jaar gevierd, werd met een aardig feestboek herdacht. Essays van Blokker, Kooyman, Rademakers, Vogelaar, Hofstede, Drupsteen, e. a. vormen echter geen geheel, noch een goede mozaïek. Samengesteld vanuit de feestvierende omroep zelf, ontbrak dat evaluerende accent over de omroep en zijn geschiedenis die men juist van de VPRO wel zou verwachten. Het essay van Haakman over film en het gesprek met Hoffland over journalistiek zijn belangwekkende uitschieters. Het boek is fraai geïllustreerd.

D.L.

Nederlandse Omroep Stichting

**Omroep dicht bij huis - de regionale omroep**

Omroepodium nr 1

NOS, Hilversum, september 1976, 72 blz.

«Omroep dicht bij huis» is de eerste brochure uit een serie die de Nederlandse Omroep Stichting onder de naam «Omroepodium» hoopt uit te brengen. Met de serie beoogt de redactie het licht te werpen op zaken die de omroep raken, die actueel zijn of gaan worden, en waarbij ook andere dan de directe omroepingen betrokken zijn. Het is tevens de bedoeling om op het omroepodium anderen de gelegenheid te geven hun kritisch licht op een bepaald onderwerp te laten schijnen.

Het eerste, nu voorliggend, nummer bevat een bundel opstellen over regionale omroep. De brochure opent met een reeks kanttekeningen van professor dr. Henk Prakke bij het begrip «regionale cultuur». Het is bij mijn weten voor het eerst dat in een Nederlandstalige publikatie op een dergelijke informatieve wijze aandacht wordt gevraagd voor het verschijnsel van de regionale omroep als zodanig. Dat is een erg goed ding. Want het zou best eens kunnen zijn dat de relokalisering van de omroep de grootste ontwikkeling op het gebied van de radio en de televisie in deze decade zal zijn

H.V.P.

Hans VAN DEN HEUVEL

**Nationaal of verzuild.**

**De strijd om het Nederlandse omroepbestel in de periode 1923-1947.**

Ambo, Baarn, 1976, 389 blz., 27,50 gulden.

In zijn aan de Nijmeegse Universiteit verdedigde dissertatie «Nationaal of ver-

zuild» beschrijft dr. Hans van den Heuvel de strijd om de organisatorische opzet van het Nederlandse omroepbestel in de periode 1923-1947. In concreto laat de auteur daarin fris leesbaar zien, wat de wortels van het Nederlandse omroepbestel waren en vooral hoe de omroepverenigingen zich tijdens en direct na de Duitse bezetting met succes hebben verzet tegen alle pogingen om het «zuilenbestel» op te blazen.

Vooraf vanwege de vernieuwingsgeest die na de oorlog ook in Nederland op maatschappelijk, sociaal, politiek en religieus terrein heerste, heeft het er naar uitgezien, dat toen zou worden afgerekend met de vooroorlogse omroepstructuur. Wat zich in die korte periode tussen 1944 en 1947 voltrok, was een keiharde strijd waarin de voorstanders van de nationale omroep - een onduidelijk kartel van vaak hooggestemde bestuurders uit Londen, van achtergebleven hoofdmannen in Den Haag, van nogal wat progressieve intellectuelen en kunstenaars en van oude aanhangers van de V.P.R.O. - werden vermalen. Dat proces maakt Van den Heuvel goed zichtbaar. De omroepen die bij het uitbreken van de oorlog vast in het zadel zaten, keerden er nadien weer even stevig in terug.

Pas twintig jaar later werd als gevolg van de totstandkoming van de Omroepwet met de openheid van het bestel (TROS, EO, VERONICA) en de omvangrijke samenwerking in de NOS, iets merkbaar van een «ander» omroepbestel. Maar het grondstramien ervan - pluriformiteit, openheid, vrijheid van meningsuiting en onafhankelijkheid van de staat - bleef ongewijzigd. Sommigen zijn intussen uiterst sceptisch over de resultaten ervan. Hun kritiek heeft ook hier niet meer toelichting dan het vloekwoord «vertrossing». Velen in Nederland lopen dan ook al weer rond met plannen voor een nieuwe structuur die meer recht zou doen aan de oorspronkelijke uitgangspunten van het bestel. De strijd om het omroepbestel lijkt weer op te laaien.

H.V.P.

---

## LITERATUUR - THEORIE

---

Walter KROLL en Aleksandar FLAKER (Hrsg.),

**Literaturtheoretische Modelle und kommunikatives System,**

Scriptor Verlag, Kronberg Ts., 1974, 418 blz.

De uitgeverij Scriptor maakt zich o.m. verdienstelijk met Duitse vertalingen van talrijke Poolse en Russische publikaties, o.a. op het terrein van de literatuurwetenschap, de communicatiewetenschap en de semiotiek. In het onderhavige boek krijgen wij, aan de hand van een aantal recente studies uit het brede gebied van de literatuurwetenschap, een goed over-

zicht van de stand van de actuele discussies in de genoemde disciplines. Naast een zeer kritische studie over de problematiek van de literatuursociologie (van Roman Zimand) en een overzicht van de marxistische theorieën over de maatschappelijke gedifferentieerdheid van de literatuur (van Henryk Markeiwicz) bevat deze bundel o.a. een bijdrage over de taal als modellerend systeem (van Jerzy Faryno), over informatietheorie en literaire genres (van Jan Trzynadlowski), over roman en waarheid (van Michal Glowinski), over de semantiek van het gebaar op het toneel (van Stefania Skwarczynska) en over de toneelvoorstelling als cybernetisch systeem (van Edward Balcerzan en Zbigniew Osinski).

J.M.P.

Peter André BLOCH (Hrsg.),

**Gegenwartsliteratur. Mittel und Bedingungen ihrer Produktion,**

Francke Verlag, Bern und München, 1975, 416 blz.

Een groot aantal schrijvers en uitgevers uit het Duitse taalgebied discussiëren hier, reagerend op een voordrachtencyclus van Otto F. Walter, over de literair-technische en uitgevers-economische voorwaarden van hun literair werk. Nagenoeg alle facetten van de productie, de uitgave en de verkoop van boeken komen hierbij uitvoerig ter sprake. Het tweede deel van het boek geeft de resultaten weer van een enquête die door een werkgroep van studenten van het seminarie Duits aan de universiteit van Basel gehouden werd onder een groot aantal auteurs uit Zwitserland, West- en Oost-Duitsland, Oostenrijk en Frankrijk, een enquête die eveneens uit was op het verzamelen van gegevens over de middelen en werkvoorwaarden van hun werk als schrijver. Een derde deel bevat de resultaten van een enquête bij negentien uitgeverijen.

J.M.P.

Joachim BARK (Hrsg.),

**Literatursoziologie. I.: Begriff und Methodik; II.: Beiträge zur Praxis,**  
Kohlhammer, Stuttgart, etc., 1974, resp. 170 en 194 blz.

Deze literatuursociologische «reader» geeft een goed beeld van de verwarrende veelheid van probleemstellingen, methoden en toepassingsgebieden van de boeiende maar nog altijd weinig houvast biedende wetenscyap van de literatuursociologie. Hij bevat een groot aantal zeer uiteenlopende bijdragen van bekende en minder bekende auteurs zoals Adorno, Goldman, Fügen, Silbermann. Een aantal van deze bijdragen waren nog niet elders gepubliceerd. In de drie delen waarin de eerste band is opgedeeld komen achtereenvolgens de standpunten van de literatuurtheoretici, de Frankfurter Schule en de empiristisch-positivistische richting aan bod. In de drie afdelingen van de tweede band worden een aantal resultaten van de literatuursociologische praktijk afgedrukt, waarbij elk van de drie gebieden

waarin de literatuursociologie meestal wordt opgedeeld: dat van het literaire produkt, dat van de verspreiding van literatuur en dat van de receptie, vertegenwoordigd is.

J.M.P.

## VARIA

H. van PRAAG en Frits STOEPMAN, **Drukwerk en communicatie. Oorsprong en perspectief**, Koninklijk Nederlands Verbond van Drukkerijen in samenwerking met de Vereniging van Grafische Reproductie-Ondernemingen, z.p.l., z.j. (1975), 103 blz.

De «encyclopedist» Prof. H. van Praag geeft in deze p.r.-uitgave van bovengenoemde organisaties een boeiend en zeer leesbaar overzicht van de geschiedenis en toekomst van het boek. Frits Stoepman zorgde voor een prachtige lay-out met talrijke interessante illustraties. Hier en daar verlaat Van Praag de weg die in de titel gesuggereerd wordt om uit te wijden over vele andere zaken die op het eerste gezicht slechts in een ver verwijderd verband staan met het eigenlijke

onderwerp. Zo besteedt hij nogal wat ruimte aan de audiovisuele communicatiemogelijkheden en aan de didactische principes die daaraan volgens hem ten grondslag moeten liggen. Waar hij zich o.a. in verband met deze audiovisuele media, met de toekomst van het drukwerk bezighoudt, lukt hij vaker tegenspraak uit dan in de historisch georiënteerde hoofdstukken.

J.M.P.

J. F. VOGELAAR, **Konfrontaties, kritieken en commentaren**, SUN, Nijmegen, 1974, 190 blz.

Een bundeling van Vogelaars literaire essays, waaronder een reeks over «Hollands Realisme» en een andere over «Socialisties Realisme». De bundel besluit met studies over de boekindustrie: uitgever, bibliotheken, boekhandelaar, bestsellerlijsten e.d.m. De meerderheid van de bijdragen verschenen in het weekblad De Groene tussen 1971 en 1974.

D.L.

Jean Louis SCHEFER, **L'invention du corps chrétien**, Editions Galilée, Parijs, 1975, 321 blz.

De auteur van «Scénographie d'un tableau» brengt een eigenzinnige herwerking en bewerking van de klassieke tek-

sten van het Latijnse christendom, inzonderheid de teksten van Augustinus. Franse tekst en onvertaalde Latijnse citaten vloeien in elkaar over in deze associatieve reflexie over de theologische problematiek van de Drieuldigheid. Een tekstanalyse van de augustiaanse worsteling met een theologisch probleem.

D.L.

Berthold BRECHT, **Teaterexperiment en politiek**, SUN Nijmegen, 1972, 204 blz., geïll.

Boeiende kennismaking met de figuur van Brecht rond en door de opkomst en verdediging van het episch theater. Langs anecdotes, commentaren, brieven en krantenreacties groeit de figuur van de auteur, de draagwijdte van zijn werk en de tijd waarin hij leefde tot een levendig en vooral menselijk beeld. Zowel Brecht als zijn werk worden hierbij teruggebracht tot meer dan een geïdealiseerd politiek exponent en de aangebrachte nuances doen het allemaal meer levensecht en menselijk overkomen dan vaak gebeurt. Afgezien van een aantal herhalingen - feit inherent aan de verzamelende manier waarop het werk is samengesteld - zeker boeiend voor wie zich voor alternatieven in de communicatie interesseert en nog meer voor wie dat niet doet.

P.I.

# Nieuwe CeCoWe-publikatie

Als nr. 6 in de reeks «Werkdocumenten» van het Centrum voor Communicatiewetenschappen is verschenen:

Dr. L. Van Poecke,

**Het Trouweloze Medium. Een onderzoek naar de correctieve retoriek van het leesbaarheidsonderzoek.**

Deze tekst van 127 blz. kan tegen de prijs van 210 fr. (●) besteld worden bij het Centrum voor Communicatiewetenschappen

E. Van Evenstraat 2A  
3000 Leuven  
Tel : 016/22.10.70

● Verzedingskosten niet inbegrepen

# Berichten

## Centrum voor communicatiewetenschappen

### Voordrachten :

Op 5 oktober 1976 hield Prof. G. FAUCONNIER, op uitnodiging van de Rijksuniversiteit Utrecht en het Nederlands Genootschap voor Public Relations, de slotvoordracht in de lessencyclus Post-Akademiaal Onderwijs.

Thema van de voordracht : Veranderingen in public relations uit communicatiewetenschappelijk oogpunt.

«Communicatietechnologie en communicatiebeleid : enkele sociaal-wetenschappelijke beschouwingen», was de titel van de lezing die Prof. G. FAUCONNIER, als gastspreker gaf op de viering van het 100-jarig bestaan van de telefonie. Deze viering had plaats in het Paleis der Academiën te Brussel en werd ingericht door de R.T.T. op 15 december 1976.

### Studiedagen :

Van 30 augustus tot 4 september 1976 nam Prof. J.M. PETERS te Leicester (Groot-Brittannië) deel aan het tiende congres van de 'International Association for Mass Communication Research' (IAMCR). Het thema van het congres luidde : «Mass Media and Man's View of Society».

### Studiereizen :

Op uitnodiging van het Department of State van de Verenigde Staten van Amerika bezocht Prof. G. FAUCONNIER tijdens een studiebezoek van 6 november tot 5 december 1976 de communicatiewetenschappelijke departementen van volgende universiteiten : University of Pennsylvania (Philadelphia), Harvard University (Cambridge), University of Michigan (Ann Arbor), Kent State University (Kent), University of Wisconsin (Madison), University of South California (Los Angeles), University of California (Berkeley).

Hij besprak met de voorzitters van al deze departementen de inhoud van de onderwijsprogramma's en de stand van het communicatiewetenschappelijk onderzoek, zowel in Europa als in de Verenigde Staten.

Aan de universiteiten van Wisconsin en Berkeley gaf hij een gastcollege over «Omroepsystemen en kabeltelevisie in Europa».

Hij besprak tijdens dit studiebezoek ook problemen van massacommunicatie met o.m. de Federal Commission of Communications (Washington D.C.) ; de United States Information Agency (id.) en de American Association of Advertising Agencies (New York).

Van 14 tot 18 december 1976 brachten 18 studenten van de tweede licentie o.l.v. Prof. L. BOONE en L. BRAEKEN een studiebezoek aan London. Zij bezochten een aantal Engelse massamedia-instellingen zoals : de British Broadcasting Corporation, het Central Office of Information, de «Daily Mail», de Independant Broadcasting Authority en Pitman's Publication Company.



## Afgestudeerden Communicatiewetenschap :

Tijdens het academiejaar 1975-1976 beëindigden 34 studenten hun studies van het tweede licentiaat Politieke en Sociale Wetenschappen, richting Communicatiewetenschap :

1. BERGHMANS Mark (Mol)
2. BILTEREST Willy (Sterrebeek)
3. BOLLEN Julius (Genk)
4. CAMMAERTS Marc (Wezembeek-  
Oppem)
5. DEBUYSERE Marc (Poperinge)
6. DECOUTERE Marleen (Zonhoven)
7. DE GEEST Marleen (Merchtem)
8. DE SAEDELEER Annita (Dender-  
leeuw)
9. FAES Eddie (Herentals)
10. GEUKENS Frederik (Herenthout)
11. HANSEN Johan (Tongeren)
12. HEMELAERS Anne-Marie (Hever-  
lee)
13. LOOSE Frans (Roeselare)
14. MACHIELS Jean-Marie (Diepen-  
beek)
15. MATHIJS Marleen (Heverlee)
16. PEETERS Michel (Merksem)
17. ROBBERECHT Dirk (Opwijk)
18. SCHOEPS Erik (Hasselt)
19. SIPS Werner (Mechelen)
20. SLEGERS Hildegard (Poppel)
21. VAES Karel (Schaffen)
22. VAN DE MAELE Bernadette (Jab-  
beke)
23. VANDERSCHOMMEN Lucas  
(Turnhout)
24. VANDERWEYEN Christiaan (Bon-  
heiden)
25. VAN DE VOORDE Rita (Wachtebe-  
ke)
26. VAN HOOFF Doni (Keerbergen)
27. VAN MOLKOT Hendrik (Heverlee)
28. VAN THIELEN Stefaan (Kessel-lo)
29. VERCAMMEN Daniel (Diepenbeek)
30. VERHELLE Anthony (Sterrebeek)
31. VRANCKEN Ludo (Boutersem)
32. VRANCKX Francis (Heverlee)
33. WEUTS Godelieve (Itgem)
34. WOUTERS Eduard (Bocholt)

Tien studenten behaalden het «Bijzonder Diploma in de Audio-Visuele Communicatiemediën» :

1. BEKAERT Marc (Borsbeek)
2. COPS Guido (Zolder)
3. GRYSEELS Guido (Alsemberg)
4. LANGERAERT Wouter (Hansbeke)
5. MEVIS Louis (Nijmegem)
6. PIECK Lucien (Testelt)
7. SIMOEN Jan (Middelkerke)
8. STOCKMANS Georges (Hoegaar-  
den)
9. VERBEKE Dirk (Waregem)
10. VIDTS Linda (Strombeek-Bever)

## Nieuwe publikaties :

Luk BOONE, **Het kaderpersoneel in een nieuwe rol in kranten en omroepen**, in «**Kultuurleven**», jg. 43, nr. 6, juli 1976, blz. 537-543.

Dirk LAUWAERT, **83 Jaren Filmgeschiedenis. Een tijdstabel (1893-1975)**, Leuven, 1976.

L. VAN POECKE, **Het trouweloze medium. Een onderzoek naar de correctieve retoriek van het leesbaarheidsonderzoek**, reeks «Werkdocumenten» Nr. 6, Leuven, 1976, 127 blz.

## Prijzen :

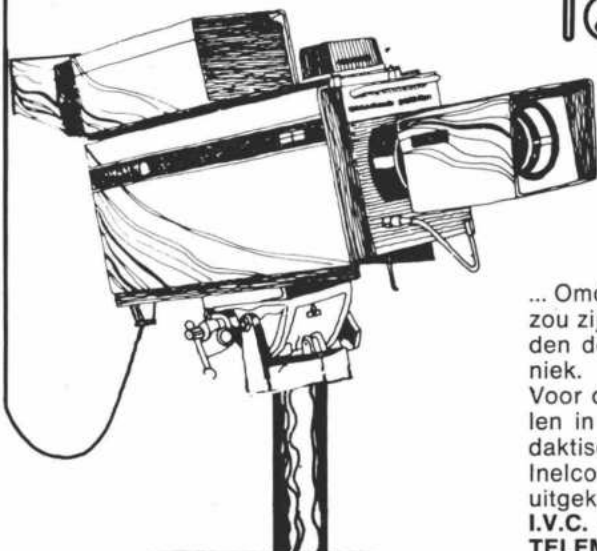
Prof. Antoon BREYNE ontving op 7 december 1976 de Europese Prijs voor Journalistiek. Deze prijs werd aan de oud-hoofdredacteur van «De Nieuwe Gids» toegekend door de Vereniging van Europese Journalisten. Tijdens z'n 42-jarige loopbaan van journalist was de laureaat een actief verdediger van de Europese idee, waaraan hij ook een groot aantal artikels wijdde.

De driejaarlijkse Jan en Marie Huyghe-Prijs voor Humane Wetenschappen werd toegekend aan Dr. WIM VAN DER BIESEN voor z'n doctoraatsthesis «De Verkiezingspropaganda in de democratische Maatschappij». De prijs werd op 21 december 1976 te Leuven uitgereikt door de Heer L. ROPPE, gouverneur van de provincie Limburg.

# de video... een middel een techniek

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

# ambiorix

advertising

het zakelijkste van de jongere, creatieve reclamebureau's



**Proeven!**

Beet een lekker glaasje in twee  
handen die het Ginder Ale is.  
Een ambiorix reclame voor  
de vroege generatie.

Een lekker glaasje in twee  
handen die het Ginder Ale is.  
Een ambiorix reclame voor  
de vroege generatie.

**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**

Wilt u helpen? Bij het informatiebureau van de dienst  
E3 onder kabinet 17  
Molenveld  
Eindstraat 90, 1050 Brussel  
tel 02 733.91.02 of 513.37.98



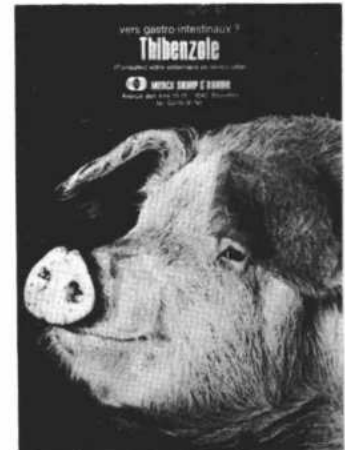
de beroeps  
die hebben  
't goed!

LENING 74

**E3**

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

Een veilige weg Een veilige belegging Een veilige aanwerving



MENS + RUIMTE  
MERCK SHARP & DOHME  
MIN. VAN NED. KULTUUR  
MIN. VAN LANDSVERDEDIGING  
MONSANTO  
MOLLER  
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.*

advertising  
**Columbia**

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