

# COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

• ROLVERSCHUIVING IN DE GESCHREVEN PERS • RECHT VAN  
ANTWOORD IN RADIO EN TELEVISIE • 100 JAAR TELEFOON  
• VERTROSSING • BBC-INFORMATIE • STER-JOURNALISTEN  
VAN DE VS-TELEVISIE • STIJL VAN TV-VOETBAL • KRO-  
NIK VAN DE MEDIAWERELD • TIJDSCHRIFTEN • RECENSIES

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

E. VAN EVENSTRAAT 2A

3000 LEUVEN

JAARGANG 7

NR 1

LENTE 1977

## 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.**

**7de jaargang nr. 1  
LENTE 1977**

**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 1977.1 :

---

- 1 Rolverschuivingen bij de Uitgevers, journalistiek Kaderpersoneel en Journalisten - Luk Boone
- 5 Het Recht van Antwoord in Radio en Televisie (deel 2) - Jan Dijck
- 8 De Telefoon bestaat 100 Jaar ... Communicatietechnologie en Communicatiebeleid: enkele sociaal-wetenschappelijke Beschouwingen - Guido Fauconnier
- 11 Van Verlossing tot Vertrossing - Hans van den Heuvel
- 14 BBC - Evenwichtige Informatie ook zonder zendgemachtigde Verenigingen - Jan Briers
- 17 A Star is born ... Sterrencultus in de Amerikaanse TV-Journalistiek - Mieke Ceulemans
- 18 De visuele Stijl van Televisie-Voetbal - Herman van Pelt
- 22 Feiten en Meningen uit de Mediawereld - Jan Servaes en Wim Van der biesen
- 26 Uit de Tijdschriften
- 29 Uit de Literatuur

---

**Verantwoordelijke uitgever :**

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

# rolverschuivingen bij de uitgevers, journalistiek kaderpersoneel en journalisten

luk boone

Dit betoog bestaat in feite uit een bundel hypothesen. De verschuivingen die het probeert aan te stippen, te ontleden en te duiden zijn inderdaad tot nog toe weinig onderzocht, laat staan empirisch vastgesteld. Hier en daar werden sommige aspecten van de te schetsen evolutie wel in het licht gesteld of vermoed. Deze uiteenzetting kan dan ook het best worden betiteld als een poging om een aantal van elkaar losstaande onderzoeksresultaten en een stel waarnemingen in een globale diagnose te bundelen (1).

## De uitgever : van journalist tot manager

Tot voor een paar decennia werd de overgrote meerderheid van de dagbladen uitgegeven door traditionele familiebedrijven. Sommige ervan waren weliswaar als N.V. «vermomd», maar dit deed er principieel weinig toe. De dagelijkse leiding werd waargenomen door een (of meer) patriarchale eigenaar(s). Hij verenigde vaak in zijn persoon de functies van directeur en van hoofdredacteur. Hij beschouwde zich als belast met een

«zending», die hij zeer ernstig nam en uit hoofde waarvan hij een absolute macht opeiste en uitoefende.

Sinds een paar decennia komt daarin een min of meer geleidelijke wijziging. De schaalvergroting en de toenemende complexiteit van de hedendaagse krantenbedrijven brengen een groeiende werkverdeling mee tussen commercieel/technisch en redactioneel beleid. De aanpassing van de voortollende technische evolutie stelt financiële eisen, die de mogelijkheden van sommige traditionele krantenfamilies te boven gaan. Deze worden verplicht bij sterkere concurrenten aan te leunen, c.q. samen te werken.

De paternalistische «Schippers naast God» van weleer worden in meer en meer bedrijven opgevolgd door professionele managers. Deze bemoeien zich minder met de ideologische «zending» van de krant; ze laten die aan de hoofdredactie over.

De persconcentratie brengt daarenboven mee, dat sommigen kranten bezitten die op honderden kilometers van hun hoofdkwartier worden gedrukt. De Amerikanen noemen dit het fenomeen van het «**absentee ownership.**»

De Münchense hoogleraar in de com-

municatiewetenschap en zelf uitgever, Otto B. ROEGELE, resumeert de zo juist geschetste evolutie op treffende wijze :

«Bij ons (= in de Bondsrepubliek, L.B.) vindt bijvoorbeeld een duidelijke afwisseling van de wacht plaats bij de uitgeversgeneratie (...). De opvolgers, de erfgenamen, het management dat nu de macht grijpt, zijn niet meer zo door de impulsen van die mensen van het eerste uur bepaald; de meesten beschouwen het ondertussen groot geworden uitgeversbedrijf met dezelfde ogen als de tweede of derde generatie een handelsonderneming kijkt, nl. als een bedrijf. Daardoor worden de economische elementen in de strategie van de uitgeverij steeds belangrijker. Ik zou graag spreken van een nieuw type uitgever, een uitgever die in eerste instantie het rendement voor ogen heeft, die daardoor ook met een geheel andere mentaliteit de redactie tegemoetreedt en ook heel anders staat tegenover de eisen van de redactie wat betreft bijvoorbeeld inspraak. De uitgeverspatriarchen die wij na 1945 weer gerestaurereerd en opnieuw geïnstalleerd hebben, vonden de redactie belangrijk. Zij lazen hun eigen krant. Zij hielden



zich daarom ook vaak bezig met de belangen van de redactie. En ze maakten de redactie met al hun bemoeienissen soms wel eens kregelig. Maar de journalisten waren er in ieder geval altijd van verzekerd dat de bezitter zich liever zou laten scheiden van zijn privé-villa dan van zijn krant. Daarvoor was hij té gepassioneerd. Hiervan kan men bij de jonge generatie, die langzamerhand de overhand krijgt, niet zo zeker zijn. Misschien zullen de aanwijzingen uit het bureau van de uitgever om iets zus of zo te doen zeldzamer worden, maar de journalisten zullen de uitgever niet meer zo vaak zien. Hij is nl. in gesprek met zijn marketing-adviseurs en die rekenen de redactie dan in koele cijfers voor wat de lezer wel en wat hij niet lezen wil. Ik zeg niet, dat de situatie zich al volledig in deze richting heeft verschoven, ik constateer alleen een verschuiving in deze richting». (2)

### **Veranderende en toenemende bevoegdheden van het journalistiek kaderpersoneel**

Zoals in de meeste bedrijven en organisaties speelt het zogenaamde kaderpersoneel ook in de communicatie-ondernemingen een steeds belangrijker rol. Het neemt in toenemende mate sommige functies van het klassieke patronaat aan. Bij de uitoefening van de hun opgelegde taken, waarvoor ze steeds maar beter worden opgeleid, genieten kaderpersoneelsleden vaak een grote zelfstandigheid. Welke positiebekleders precies tot het kaderpersoneel behoren is bijzonder moeilijk uit te maken. In sociologische encyclopedieën en handboeken zoekt men trouwens tevergeefs naar een definitie van «kaderpersoneel». Onder verwijzing naar Max WEBER wordt het doorgaans tot de rationeel-bureaucratische elite gerekend, en soms vindt men een onderscheid tussen lagere, midden- en hogere «kaders». Verder dan deze elementaire classificatie wagen de auteurs zich echter niet. In dit betoog wordt (journalistiek) kaderpersoneel bepaald als leden van de hoofdredactie.

De verschuivingen in de rol van de kranten- en omroepdirecties brengen wijzigingen mee in de taken van het redactioneel kaderpersoneel en m.n.

van de hoofdredacteurs. Tot nog toe worden die wijzigingen, evenals trouwens de globale problematiek van het cultureel (dus : niet technisch en niet commercieel) kaderpersoneel in de communicatiebedrijven, door het empirisch onderzoek (vrijwel) volslagen verwaarloosd. Een aantal redactionele kaderleden wordt wel ondervraagd in het kader van b.v. enquêtes over journalisten, maar het percentage van dergelijke respondenten valt zo gering uit dat hun antwoorden nooit apart worden geanalyseerd. De volgende overwegingen dienen dan ook eerder als min of meer waarschijnlijke hypothesen te worden aangezien dan als empirisch 'bewezen' realiteiten.

De door ROEGELE en ook door Amerikaanse auteurs aangestipte trend naar een toenemende greep van het management op de krantendirecties heeft o.m. tot gevolg dat het redactionele kaderpersoneel gedeeltelijk de traditionele journalistieke functies van de vroegere uitgevers overneemt. Daardoor speelt het in de persbedrijven eeuwenoude conflict tussen (commercieel) profijtdeel en (journalistiek) prestatiedoel zich niet meer binnen de bevoegdheid van de éne uitgever af. De tegenstelling tussen «communicator» en «mercator» (3) verloopt nu tussen management enerzijds en redactie anderzijds.

De vraag is of het rollenconflict in de nabije toekomst niet aan de éne hoofdredacteur of aan de collegiale hoofdredactie zal worden opgedrongen. De werkverdeling en de door de concentratie in de hand gewerkte uitbreiding van vele redacties brengen immers mee dat een aantal hoofdredacteurs tot een soort van redactionele managers of personeelsdirecteurs uitgroeien. Daarbij komt nog dat het topmanagement ook in de redacties bekwame managers wil aanstellen.

Op deze wijze krijgt het ambt van hoofdredacteur een nieuw uitzicht en het risico bestaat dat de aldus gedefinieerde positie nu een ander soort kandidaten gaat aantrekken dan voordien, want «De meest succesvolle professional - die men dan toch in de leiding van de dagbladorganisatie wil zien - voelt doorgaans geen aandrang om bestuurder te worden. Zijn binding aan de professie is zo groot, dat hij veelal niet in staat zal zijn een ten dele bureaucratische (managers-) rol

adequaate te vervullen.» Daarenboven zal de hoofdredacteur die «...geneigd is bureaucratische of gezagsstructuren te ontwikkelen binnen de redactie, gemakkelijk met conflicten geconfronteerd worden. Hij zal moeten bekenen dat hij (...) een grote hoeveelheid bureaucratische oriëntatie in zich heeft ; hij heeft zijn referentiekader meestal in het management. Hij ontwikkelt gemakkelijk de attitude van een bestuurder in plaats van die van een specifieke professional, op welke titel hij doorgaans in de hoofdredactionele positie is gekomen». (4)

De toenemende macht van het journalistiek kaderpersoneel van kranten (en ook van omroepen) blijkt uit volgende lijst van de machtsposities die door hen worden bekleed.

1. Naarmate de directierol een grotere managers-inslag vertoont, zal het journalistieke kader zowel de pers als publicatie en de informatie-uitzendingen van de omroepen beheersen.

2. Veel leden van het kaderpersoneel (vooral uit de geschreven pers) spelen een belangrijke rol als voorzitter of bestuurslid van de beroepsorganisaties van journalisten of journalistensyndicaten.

3. De redactionele inspraakstructuren kennen, vooral in de Westduitse krantenondernemingen, aan de kaderleden een geprivilegieerde inspraak toe, m.n. een, in vergelijking met hun aantal, hoog aantal mandaten in de inspraakorganen.

4. Vergeleken met de redacteurs die geen hiërarchische posities bekleeden, zijn de kaderleden sterk oververtegenwoordigd onder de journalisten die doceren aan de centra voor Communicatiewetenschappen aan de Universiteiten, en aan de Instituten voor opleiding van aspirant-journalisten en voor recyclage van redacteurs.

5. Ze bezetten de sleutelposities, in België m.n. de voorzitterszetels, in de instanties die de titel van beroepsjournalist, de perskaart, enz. toekennen.

6. In de meeste kranten redigeren of althans controleren ze alle informaties en commentaren over de pers, de omroep, enz. kortom alles wat over het communicatiewezen en de communicatiepolitiek verschijnt.

7. Voor het imago van de pers en de omroep naar buiten zijn zij een essentiële factor, omdat :

a. zij uitsluitend of hoofdzakelijk op-



treten in de radio- en televisieprogramma's over de pers, enz. alsmede in politieke of andere debatten met verantwoordelijken voor het beleid ; b. zij, samen met de journalistieke 'vedetten', de markt beheersen van de boeken en tijdschriften over de problemen van de massamedia.

De voorgaande beschouwingen kunnen de indruk wekken, dat een dergelijke concentratie van macht bij het kaderpersoneel door steller als potentieel onrustbarend wordt beschouwd. Een dergelijke interpretatie lijkt, op zijn minst, voorbarig. Gevaarlijk zou een dergelijke evolutie slechts worden wanneer het kaderpersoneel zelf een homogeen blok zou vormen. Of dit zo is, werd voornog niet onderzocht, laat staan vastgesteld. Hoewel het derhalve gewaagd lijkt terzake uitspraken te doen, blijken tekenen voorhanden waaruit af te leiden valt, dat deze homogeniteit nog niet bestaat. Veeleer schijnen drie soorten kaderpersoneelsleden te ontstaan, respectievelijk gericht op de normen van de manageriale directies, op die van het (politieke) establishment en op die van de journalistieke professie. (5) Zolang de evolutie c.q. de concentratie van macht in het voordeel van de derde categorie verloopt, lijkt bezorgdheid niet gewettigd.

### **De journalistenkeuze tussen radicalisering en integratie**

Uit de doorgaans recente, maar snel aangroeiende wetenschappelijke literatuur over de journalisten komen op het eerste gezicht tegenstrijdige 'trends' naar voren. Enerzijds blijkt een onloochenbare onzekerheid te bestaan, zoniet te groeien. Ze wortelt vermoedelijk in een groot aantal factoren waaronder de economische moeilijkheden van de drukpers en de daarmee gepaard gaande bedreiging van de betrekking ; de toenemende bureaucrativering van de journalistische activiteit, die een vermindering meebrengt van de «job satisfaction» ; de technische evolutie die eisen zal stellen waarvan men zich nog geen duidelijk beeld kan vormen ; de ondertussen afgeëbde contestatie, die de journalisten als handlangers van het establishment heeft gebrandmerkt, enz.

Door dit alles hebben de journalisten het gevoel dat ze hun bevoorrechte positie of «splendid isolation» in de persbedrijven zullen moeten opgeven, wat duidelijk tot uiting komt in de onzekerheid om zichzelf sociaal te localiseren, de vrij geringe «alter images».

Daar staat dan weer een toenemende professionalisering en zelfs radicalisering tegenover.

De professionaliseringsgraad van de diverse journalistieke activiteiten en, a fortiori, van de individuele journalisten werd tot nog toe slechts fragmentarisch bestudeerd. Op het eerste gezicht schijnt men evenwel - althans hypotetisch - te mogen aannemen, dat die professionaliseringsgraad min of meer aanzienlijk kan verschillen in tijd en ruimte, bv. van land tot land, van streek tot streek, naargelang het juridisch statuut der media, van concreet bedrijf tot concreet bedrijf, van individuele journalist tot individuele journalist, enz. Empirisch zijn dergelijke differentiële professionaliseringsstadia of -graden natuurlijk moeilijk vast te stellen, en m.n. omdat onderzoek van dit slag slechts zeer recent ter beschikking kwam en derhalve niet geconfronteerd kan worden met vergelijkbare enquêtes van tien, laat staan twintig jaar geleden. Een tweede moeilijkheid is van eerder methodologische aard, nl. de formulering van betrouwbare indicatoren (dit zijn representatieve variabelen) voor de empirische meting van een differentiële in plaats van een dichotomische professionalisering.

Wat meer bepaald de tijdsdimensie aangaat, nemen de meeste bevoegde auteurs aan dat de professionaliseringsgraad van de journalistiek en van de journalisten (of van een groot aantal onder hen) sinds zowat het einde van de Tweede Wereldoorlog aanzienlijk toeneemt, althans in de V.S.A. Als oorzaken van deze evolutie worden genoemd :

- het ontstaan van grotere kranten (meestal via concentratie) ;
- het volwassen worden van het beroepnieuws ;
- de hogere eisen van het publiek t.o.v. de informatiemedia ;
- de aantrekkingskracht van de (veranderingsformule der) media op betere studenten aspirant-journalisten ;
- aanzienlijke stijgingen van de salarissen en de werkzekerheid, met

name ook door toetreding tot beroepsorganisaties en/of vakbonden ;

- de toenemende vraag naar journalistiek talent vanuit andere sectoren.

De toenemende professionalisering van journalistiek en journalisten wordt afgeleid uit factoren zoals :

- de hogere scolariseringsgraad van de journalisten. In een recent onderzoek bij Vlaamse journalisten uit de geschreven pers stelde L. MAES bv. vast, dat 64 % van de respondenten die jonger waren dan 30 jaar hoger onderwijs hadden gevolgd, tegenover slechts 32 % van hen die ouder waren dan 30 jaar (6) ;
- een betere organisatie van de journalisten (massale toetreding tot de beroepsorganisaties) en een efficiënter deontologie («Press Councils») ;
- verbreking van de identificatie met het mediapatronaat. Dit stelt de journalisten in de mogelijkheid om het zgn. «prestatiedoel» te laten prevaleren op het «profijtdoel» ;
- de verwerving van meer professionele autonomie via o.a. inspraakbewegingen («Le Monde» - «Der Stern», enz.)

Uit recent onderzoek blijkt inderdaad een overwicht van professionele over niet-professionele dimensies bij de meerderheid der Amerikaanse en Westduitse journalisten. Een aantal Amerikaanse onderzoekers ondervroegen een representatieve steekproef van journalisten uit dit land over hun beroepswaarden («professional values»). Mediafuncties zoals kritiek op de overheid («Watergate-functie»), analyse en interpretatie van complexe problemen haalden het op de loutere «doorgeefluik»- en ontspanningsfuncties. Indicatoren van een professioneel rollenbeeld bleken te zijn : een hogere formele scolarisering (de belangrijkste van alle variabelen) ; de localisering van de journalist in grote steden, grote media-organisaties en prestige-media ; een hoog inkomen ; intensief lidmaatschap van intra-journalistieke verenigingen ; een op het conflict georiënteerde opvatting van nieuwswaarde.

De aanhangers van een minder professioneel rollenbeeld worden daartegen gekenmerkt door : een lagere scolariteit ; een vorming op de redactie zelf ; een hogere leeftijd en anciënniteit ; het wonen in minder grote

steden ; minder hoge lonen ; het lidmaatschap van extra-journalistieke organisaties ; een meer op consensus gerichte opvatting over nieuwswaarde (7).

De toenemende radicalisering van sommige journalistenverenigingen én individuele journalisten, m.n. in Duitsland en Frankrijk, vindt haar aanhangers vooral bij de eerste categorie van journalisten. Zij zijn het vooral die menen dat hun organisaties moeten aansluiten bij machtiger verenigingen, zoals de vakbonden van drukkers, zettters, enz.

Zij willen de traditionele beroepsorganisaties voor journalisten doen opgaan in of doen vervangen door een globale «mediavakbond».

Of en in welke richting de geschetste ontwikkelingen verder kunnen verlo-

pen, kan niet met zekerheid worden voorspeld. Toch lijkt het noodzakelijk om de evolutie op de voet te laten volgen door aandachtige observatie en wetenschappelijk onderzoek. Het betreft immers verschijnselen die van een nauwelijks te overschatten belang zijn voor een concrete ontwikkeling van een democratisch bestel.

(1) Bij deze uiteenzetting werd gedeeltelijk gebruikgemaakt van : BOONE, L. ; Het kaderpersoneel in een nieuwe rol in kranten en omroepen, in «Kultuurleven» juli 1976, blz. 537-543 ; en van *Professionalisering van de journalist en wijzigende objectiviteitsopvatting*, uiteenzetting van de auteur te Brussel op 8-12-1975 voor de leden van de P.R.-groep van het VBO.

(2) ROEGELE, O.B., *Konzentration und Struktur der Pressebetriebe*, in *Katholiek Instituut voor Massamedia*. Discussieverslag, Nijmegen, 18-12-1973, blz. 7-8.

(3) FISCHER, H.D., *Der Presseverleger zwischen Kommunikator und Mercator*, in FISCHER, H.D. (ed.), *Deutsche Presseverleger des 18 bis 20. Jahrhunderts*, Pöschel/München, Documentation, 1975, blz. 11-39.

(4) WENTINK, A., *De journalist in de dagbladorganisatie: semiprofessionalisme in een bureaucratische structuur*, in *Massa-communicatie*, Jrg. 1, nr. 2, Tilburg, 1972, 97-98.

(5) De heterogeniteit van de identificaties van de journalistieke kaderpersoneelsleden heb ik in mijn artikel in *Kultuurleven* onvoldoende in het licht gesteld.

(6) MAES, L., *De journalisten van de geschreven pers in België. Een sociologisch onderzoek.*, licentiaatsverhandeling, R.U.G., 1972-1973, blz. 87.

(7) JOHNSTONE, J. & SLAWSKI, E. & BOWMAN, E., *The professional values of the American newsmen*, in «*Public Opinion Quarterly*», vol. 36, 1972, blz. 539. Cf. ook HOFFMANN, R., *Rundfunkorganisation und Rundfunkfreiheit*, Berlijn, Volker Spiess, 1975, blz. 159-160

## Nieuwe CeCoWe-publicatie

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

● Verzendingskosten niet inbegrepen

# het recht van antwoord in radio en televisie (deel II)

jan dijck

In een vorige bijdrage (1) bespraken wij de inhoud van het nieuwe wetsontwerp met betrekking tot het recht van antwoord in radio en televisie. Ondertussen is dit ontwerp tot wet geworden. (1)

Het werd uiteindelijk gevoelig verbeterd, zonder dat echter aan enkele vroeger aangehaalde en fundamentele bezwaren verholpen werd.

De vrees voor een toevloed van replieken en polemieken in radio en televisie heeft er de wetgever daarenboven toe geleid in art. 11 iedere commentaar bij het voor te lezen antwoord te verbieden.

In de geschreven pers wordt dergelijke commentaar immers aanvaard en kan zij zelfs de oorzaak zijn van een nieuw recht van antwoord. (3)

De motieven voor een meer beperkt recht van antwoord in radio en televisie vinden vooral hun oorzaak in een ruime interpretatie die men aan het juridisch karakter ervan gegeven heeft. Het is daarom niet onbelangrijk hier even op in te gaan.

## 1. Het juridisch karakter van het recht van antwoord.

Het recht van antwoord is een subjectief recht dat het herstel van een

bepaalde materiële daad tot doel heeft.

Zoals in een vorige bijdrage gesteld behoort het derhalve tot de sfeer der private belangen en is het slechts in de tweede plaats dienstig voor het bekomen van de door Belgische Zendinstituten wettelijk beoogde objectiviteit. Om deze reden kan de wettelijke verplichting van objectiviteit dan ook niet volstaan om het bestaan van een georganiseerd recht van antwoord in radio en televisie te betwisten.

De krenking van een persoonlijkheidsrecht is immers schadeberokkend op zichzelf; het loutere feit volstaat, zonder dat enige schade dient bewezen te worden.

Wanneer de onjuiste of krenkende inlichting werd verspreid tijdens de nieuwsuitzendingen (4) is er supplementaire juridische grondslag om in alle gevallen het recht van antwoord te verantwoorden.

Vermits het instituut in deze uitzendingen tot strikte objectiviteit is verplicht heeft het door de mededeling van de onjuiste of krenkende inlichting immers tevens een wettelijk voorschrift overtreden. (5)

Zekere rechtspraak (6) en rechtsleer (7) heeft het recht van antwoord beschouwd als een middel tot wettige zelfverdediging.

Een in bepaalde vonnissen en arresten soms ongelukkig gekozen terminologie was hieraan niet vreemd. (8) Deze visie dient verworpen te worden; de wettige zelfverdediging is een strafrechtelijk begrip en als dusdanig vreemd aan het burgerlijk karakter van het recht van antwoord.

Het recht van antwoord is dus een recht sui generis dat zich situeert naast en bijkomend aan de regels van art. 1382 en volgende van het B.W. (9) Waar in de gewone aansprakelijkheidsleer echter het bewijs van een bepaalde schade wordt vereist, wordt het belang hier vermoed. Voor zover de aanleiding vaststaat, is de potentiële schade voldoende.

Het is dus helemaal niet zeker dat feiten, die aanleiding kunnen geven tot een recht van antwoord, automatisch ook de aansprakelijkheid, zoals zij vervat is in art. 1382 en volgende van het B.W. zullen doen spelen.

De gemeenrechtelijke aansprakelijkheid vereist immers het bestaan en het bewijs van een bepaalde schade en een anders gekwalificeerde fout dan deze welke aanleiding geeft tot een recht van antwoord.

Ten onrechte werd in de rechtspraak de redenering echter soms te ver doorgetrokken en gesteld dat er voor het ontstaan van het recht van ant-



woord zelfs geen aanleiding meer diende aanwezig te zijn. De vereiste aanleiding bestaat immers in een aanval in de ruimste betekenis, een onjuiste berichtgeving of een aanslag op de eer of de goede naam want als niemand aangevallen of verkeerdelijk vernoemd wordt zou ook niemand een recht van antwoord mogen kunnen vragen. (10)

Voor de wet van 1961 heeft een groot deel van rechtsleer en rechtspraak dit principe aangenomen: het recht van antwoord is afhankelijk van de uitlokking ervan. (11)

Men kon zich afvragen of de wet van 23.6.1961 hierin geen verandering had gebracht.

De in het voorafgaandelijke wetsontwerp aan art. 1 toegevoegde zinsnede als zou het recht van antwoord onderworpen zijn aan de vereiste van een rechtmatig belang, sneuvelde immers in de Senaatscommissie voor Justitie. De vernoemde persoon zou alleen dienen te oordelen over het belang dat hij heeft en de wenselijkheid van een antwoord. Men zag hierin de bevestiging van de theorie als zou het louter citaat een recht van antwoord rechtvaardigen.

Terecht heeft M. Platel aangestipt dat de memorie van toelichting bij de wet van 1961 nochtans geen duidelijke maatstaf vormde. (12)

Het Hof van Cassatie heeft daar op 14.10.1974 (13) anders over geoordeeld en gesteld dat de uitlokking van het antwoord niet door de wet vereist wordt, hierbij verwijzende naar zijn arrest van 3.11.1880.

M.i. was dit arrest echter helemaal niet zo expliciet en kon men er enkel uit afleiden dat wel het belang om het recht uit te oefenen, doch niet de aanleiding tot het ontstaan ervan vermoed wordt (14).

Ook de wet van 1961 spreekt in art. 2 trouwens over de «tekst die het recht tot antwoord rechtvaardigt» en volgens art. 3,1 kan de inlassing worden geweigerd van elk antwoord dat niet onmiddellijk in verband staat met de bestreden tekst.

De Rechtbanken dienen dus niet na te gaan of «de in de zaak betrokken persoon» enig belang heeft, dan wel of het litigieuze bericht aanleiding kon zijn tot enig antwoord. (15)

Er anders over oordelen komt erop neer dat men het recht van antwoord dient toe te kennen aan iedereen die

maar ooit ergens in een krant vermeld wordt, zoals bv. aan voetballers in de sportpagina's op maandagmorgen of aan een minister van wie vermeld wordt dat hij een tentoonstelling heeft geopend. (16)

Deze oplossing is niet aanvaardbaar: indien de bewoordingen van de wet absoluut en algemeen zijn dan kan het recht van antwoord zelf toch bezwaarlijk als een absoluut recht gekwalificeerd worden.

De uitoefening ervan is trouwens wel degelijk aan bepaalde voorwaarden gebonden, weze het dan dat deze niet streng worden gesteld.

De ratio legis van het recht van antwoord is het herstel van een potentiële en vermoede schade: deze specifieke bescherming heeft dan ook slechts betekenis voor zover de normale grenzen der persvrijheid worden overschreden.

## II. Recht van antwoord: voor welke uitzendingen?

Thans zouden wij het willen hebben over de soorten uitzendingen die aanleiding kunnen geven tot een recht van antwoord.

In de nieuwe wet (art. 14) worden bv. de uitzendingen die door de uitzendingsinstituten van Radio- en Televisie worden toegestaan aan erkende verenigingen en stichtingen, hiervan onder bepaalde voorwaarden uitgesloten.

In Turkije bestaat voor de regeringsmededelingen een aparte regeling (17) en in Oostenrijk woden de publicitaire uitzendingen en de regeringsmededelingen uitdrukkelijk uitgesloten. De Italiaanse wet wordt door de meeste auteurs niet van toepassing geacht op de gastprogramma's aangezien de strafrechterlijke aansprakelijkheid van de Directeur der R.A.I. moeilijk kan spelen voor uitzendingen die buiten zijn verantwoordelijkheid en bevoegdheden liggen. (18)

Daar ook in de nieuwe Belgische wet een strafrechterlijke verantwoordelijkheid vervat ligt, komt het mij voor dat een gelijkaardige interpretatie zich hier voor de niet vermelde regeringsmededelingen zou moeten opdringen. Art. 14 van de wet is echter slecht en onvolledig geformuleerd.

In het ontwerp van decreet houdende het statuut van de Belgische Radio en Televisie, Nederlandse uitzendingen

wordt immers een onderscheid gemaakt tussen enerzijds de zendgemachtigde verenigingen en stichtingen, die een erkenning behoeven (art. 26) en anderzijds politieke partijen en verenigingen van beroepsbelangen die, zonder dat enige erkenning voorgeschreven is, over zendtijd kunnen beschikken. (art. 35)

De Raad van State heeft terecht opgemerkt dat art. 14 van de wet houdende het recht van antwoord, aldus gesteld alleen van toepassing is op de eerste groep van verenigingen en stichtingen. Dit betekent strikt genomen dat alle andere uitzendingen van periodieke aard, met inbegrip van regeringsmededelingen en de uitzendingen van politieke partijen en verenigingen voor beroepsbelangen, eventueel aanleiding zouden kunnen geven tot een recht van antwoord.

Waar het Zendinstituut nog verantwoordelijkheid draagt voor de programma's der politieke partijen en verenigingen voor beroepsbelangen daar het over conformiteit ervan aan de wettelijke bepalingen dient te waken (19) geldt dit echter niet voor de regeringsmededelingen.

De aan de regering toegekende zendtijd wordt haar immers rechtstreeks verleend krachtens de wet en zonder dat de Zendinstituten terzake enige inspraak hebben. (20)

Om deze reden had men de regeringsmededelingen van het recht van antwoord dienen uit te sluiten of hiervoor minstens een afzonderlijke regeling dienen uit te werken; het oordeel over deze uitzendingen is bovendien essentieel politiek, zodat in geval van conflict het parlement er zich zal moeten over uitspreken. (21)

Dit betekent natuurlijk niet dat de regeringsmededelingen niet aan bepaalde voorwaarden zouden dienen te voldoen; art. 1 van de wet van 18.2.1977 heeft het vroegere art. 28 § 4 van de wet van 18.5.1960 dienaangaande verduidelijkt en uitgebreid.

De naleving van deze voorwaarden behoort essentieel tot de politieke verantwoordelijkheid van de regering.

Een eventuele overtreding ervan kan aan de oppositie dan ook geen recht van antwoord geven. De ratio legis van regeringsmededelingen of recht van antwoord is immers niet het bewaren van het evenwicht tussen de regeringspartijen en de oppositie in de politieke uitzendingen. De uitvoe-

rende macht wordt enkel de mogelijkheid gegeven de publieke opinie over haar beleid of aangelegenheden van algemeen belang voor te lichten. Niettegenstaande de thans opnieuw in de wet voorziene verplichting dat voor en na de mededelingen moet worden aangekondigd dat zij van regeringswege zijn verstrekt en het aan de personeelsleden der Zendinstituten opgelegde verbod aan de uitzendingen deel te nemen, blijft het risico van verkapte propaganda voor de regeringspartijen en misleiding van de kijker of luisteraar natuurlijk bestaan. (22) Daarenboven werd wettelijk wel een maandelijks maximum (8 uur) doch geen maximum duurtijd per uitzending bepaald.

In dat verband leken ons bepaalde bezwaren welke destijds tegen de regeringsmededeling van Eerste minister Tindemans werden ingebracht wel gefundeerd; ofschoon het als geheel normaal voorkomt dat men de aanwending van allerlei audio-visuele technieken toestaat, moet dit natuurlijk loyaal blijven en niet in misbruik ontaarden.

Een schijntinterview of een gefinancierde reportage zijn methodes die reeds duidelijk te ver gaan. (23)

Een wettelijk vastgestelde maximum duurtijd per uitzending, de verplichting tot overeenstemming van de tekst der mededeling voor de beide Zendinstituten en een op het scherm constant aanwezige tekst «regeringsmededeling» hadden in de nieuwe wet bv. gemakkelijk mede als wettelijke waarborgen kunnen voorzien worden.

Tot slot ziet men niet in waarom de uitzendingen der erkende zendgemachtigde verenigingen en stichtingen niet onder het recht van antwoord vallen, voor zover zij zouden voldoen aan de terzake geldende wettelijke voorschriften.

Het is immers nog niet duidelijk welke instantie over deze conformiteit zal oordelen en daarenboven sluit deze eventuele conformiteit hoegenaamd geen aanleiding tot een recht van antwoord uit.

Aangezien de erkende verenigingen en stichtingen ook zelf instaan voor de door hen verzorgde uitzendingen en zelfs rechtspersoonlijkheid moeten genieten (24) was het niet meer dan normaal geweest hen ook onder de toepassing van het recht van antwoord te laten vallen.

### III. Besluit

Het heeft lang geduurd vooraleer men het recht van antwoord heeft aangepast aan de moderne communicatietechnieken.

Op dat punt vormt de wet van 4.3.1977 dan ook een stap in de goede richting.

Het is echter te betreuren dat de praktische uitwerking ervan in een te eng keurslijf werd gewrongen en dat een slechte formulering van bepaalde artikels opnieuw problemen heeft doen ontstaan.

De toekomst zal uitwijzen of het instrument bespeelbaar is en kan gestemd worden.

(1) *Communicatie*, 1976-77, n° 3-4, blz. 20 e.v.

(2) Wet van 4.3.1977, B.S.B. 15.3.1977

(3) M. Platel, *Het recht van antwoord in de Communicatiemediën*, Brussel 1971, blz. 28

(4) In het nieuwe ontwerp van decreet houdende het statuut van de Belgische Radio en Televisie, Nederlandse uitzendingen, (Cultuurraad, 1975-76, 18.6.1976, n° 165.1) wordt de verplichting van objectiviteit zelfs uitgebreid tot alle uitzendingen en mededelingen van informatieve betekenis. (art. 25)

(5) K. Rimanque, *De vrijheid van informatie en de vrijheid van mening in verband met de uitzendingen van radio en televisie*, R.W. 1969-70, kol. 1657

(6) M. Platel, o.c., blz. 12, noot 3

(7) M. Hanotiau, *Le droit de réponse à la radio et à la télévision*, *Les Cahiers RTB*, n° 18, blz. 33  
Bollecker, *Droit Privé de la Radiodiffusion*, Paris 1934, blz. 225

Cornil, *Droit de réponse et «journal parlé»*, R.G.A.R., 1939, n° 3133,1

(8) Zie bv. Cass. 10.7.1871, Pas. 1872, I, 18 dat sprak over «un droit de défense personnelle»

(9) Niemand is immers verplicht het uit te oefenen en daarenboven doet deze uitoefening geen afbreuk aan de eventuele aanwending van andere rechtsmiddelen. (Wet van 23.6.1961, art. 1, al.1)

(10) M. Hanotiau, o.c., blz. 38

(11) J. Lievens, Een belangrijke uitspraak over het recht op antwoord, *Communicatie*, 1975, n° 1, blz. 25

(12) M. Platel, o.c., blz. 22

(13) Cass. 14.10.1974, J.T. 1975, blz. 10 en Pas. 1975, I, 188

(14) Cass. 3.11.1880, Pas. 1880, I, 300; «Les tribunaux saisis d'une demande en insertion forcée peuvent et doivent examiner si l'écrit, dont l'insertion est demandée, constitue réellement une réponse à l'article incrimé. Que par cela même qu'une personne réclame l'insertion d'une réponse, elle est présumée y avoir un intérêt qu'elle seule apprécie.»

(15) Calewaert, *Het Recht tot antwoord*, R.W. 1961-62, kol. 252

Advokaat-Generaal Plougoum drukte zich als volgt uit; «Nous n'avons jamais songé à livrer le journal à tous les caprices de la fantaisie et les tribunaux auront toujours le droit souverain d'apprécier si ce qu'on leur présente comme une réponse est réellement une réponse.» bij cass. Fr. 8.2.1850, D.P. 1850, I, 69.

(16) J. Lievens, o.c., blz. 25  
Blin, Chavanne et Drago, *Traité du droit de la presse*, Paris 1969, blz. 59  
Hanotiau, o.c., blz. 38

(17) A. Besiroglu, *Le droit de rectification et de réponse dans la législation turque*, *Revue de l'U.E.R.*, sept. 1975, blz. 41

(18) 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. 41 e.v.

(19) Cfr. Het statuut van de huidige gastprogramma's, zoals vervat in art. 28§5 van de wet van 18.5.1960 en het K.B. van 2.7.1964. Zie hierover;

K. Rimanque, o.c., kol. 1631 en 1652  
H. Van Pelt, *De omroep in revisie*, Leuven 1974, blz. 300

A. Namurois, *Revue de l'U.E.R.*, n° 98 B, blz. 50 e.v. en n° 99B, blz. 35 e.v.

Terecht heeft men aangestipt dat het wenselijk ware geweest aan de organisaties die de gastprogramma's verzorgen een verplichting tot het genieten van rechtspersoonlijkheid op te leggen. Dit is thans des te meer het geval daar het eventueel antwoord dient toegezonden aan de producent van de uitzending of de uitgever (art. 8 van de wet). Indien men de BRT nog als verantwoordelijke uitgever kan beschouwen, zal het anderzijds bij gastprogramma's en politieke tribunes dikwijls niet duidelijk zijn welke rechtspersoon de betrokken producent is.

(20) Art. 28§4 van de wet van 18.5.1960, B.S.B. 21.5.1960, thans art. 1 van de wet van 18.2.1977, B.S.B. 2.3.1977

(21) Rimanque, o.c., kol. 1638  
Ganshof Van der Meersch, *Het rechtsstelsel van radio en televisie en de Grondwettelijke vrijheden*, R.W. 1961-62, kol. 2335

(22) Zelfs in de reclamewereld (art. 11 van de Int. Codex voor Eerlijke praktijken inzake Reclame-Int. Kamer van Koophandel 1973) heeft men aangenomen dat publiciteit duidelijk als dusdanig moet waarneembaar zijn om de vermenging tussen de redactionele en publicitaire inhoud van een zelfde blad te vermijden. Dit principe is echter een deontologische regel en niet in onze wet op de handelspraktijken opgenomen, zie hierover;

P. De Vroede en J.-P. Maes, *Het begrip handelspubliciteit*, R.W., 1975-76, kol. 139

(23) A. Namurois, o.c., n° 99 B, blz. 40 en Ganshof Van der Meersch, o.c., kol. 2356 over gelijkaardige incidenten.

(24) Volgens art. 29§1 van het nieuwe ontwerp van decreet dienen zij zelfs verplicht verzekerd te zijn voor het risico van burgerrechtelijke aansprakelijkheid wegens stoffelijke of lichamelijke schade ten laste van de vereniging of stichting en van haar medewerkers.



# communicatietechnologie en communicatiebeleid: enkele sociaal-wetenschappelijke beschouwingen

Tijdens een academische zitting te Brussel op 15 september 1976, herdacht de Regie voor Telegrafie en Telefonie de uitvinding van de telefoon door G. Bell, nu 100 jaar geleden (1876). Hierna volgen enkele passages uit de gelegenheidstoespraak die Prof. G. Fauconnier hield op deze plechtigheid.

guido fauconnier

De eeuweling die hier vandaag op een academische wijze wordt gelauwerd, wordt volgens sommige deskundigen niet alleen te weinig gebruikt, maar ook te weinig wetenschappelijk onderzocht. Het is een opvallend feit - althans wat de menswetenschappen betreft - dat over de telefoon of, beter uitgedrukt, over de relatie tussen dit communicatiemedium en de samenleving zeer weinig te vinden is in de literatuur. Dit geldt niet alleen voor een vak als bv. de sociologie, maar ook voor de communicatiewetenschap.

## a. De telefoon als communicatiemedium

De communicatiewetenschap schijnt zich vergenoegd te hebben met de erkenning dat de uitvinding van de telefoon, na deze van het alfabet en van de boekdrukkunst, een mijlpaal is geweest in de geschiedenis van de interpersonele communicatie. Deze erkenning is uiteraard belangrijk: met de telefoon wordt voor de eerste maal

een toestel in de communicatieketen geplaatst waarbij - in tegenstelling met de drukpers - het initiatief van de ontvanger naar de zender verschuift. Het apparaat, of liever de kracht achter het apparaat, zal voortaan een toonaangevende rol spelen in de bepaling van het tempo van de communicatie, van de herhaling, van de ontvangst zelf. Dit zou trouwens, jaren later, nog duidelijker worden met de uitvinding van de fonograaf en van de filmcamera. Uit communicatief oogpunt mag gesteld worden dat de mensheid sinds 1876 plots over een middel beschikt om:

- zeer snel boodschappen over te brengen over steeds grotere afstanden,
- waarbij het communicatieproces zelf doordrongen is van een realiteitswaarde, een daadwerkelijke aanwezigheid, een emotionele kwaliteit,
- waarbij de mens plots zijn omgeving verwijdt en ook - om in de geest van McLuhan te praten - met deze extensie van de menselijke stem, zijn denkpatronen wijzigt.

Men zou het dus zo kunnen samen-

vatten: als nieuw communicatiemedium heeft de telefoon een ruimtelijke dimensie toegevoegd aan de taal of aan het gesprek, zonder dat daarbij het aanwezigheidsgevoel van de partners, het laterale of horizontale karakter van de verbinding en de feedback-mogelijkheden verloren zijn gegaan.

Voor iemand die zich onledig houdt met de situatie van de massacommunicatie, valt het hierbij wel erg op hoe frequent media als de radio en de televisie deze feedback-mogelijkheden benutten om het éénrichtingskarakter van de massacommunicatie te milderen: via de telefoon betrekken zij het publiek bij een groot aantal programma's.

## b. Maatschappelijke functies

De zuiver maatschappelijke functies van de telefoon zijn beter gekend, o.m. omdat zij als commercieel argument gebruikt worden. Men kan echter niet zeggen dat, op enkele onderzoekingen in de Verenigde Staten, Engeland



en Australië na (althans voor zover mij bekend), deze functies het voorwerp hebben uitgemaakt van ernstige sociaal-wetenschappelijke research. Het moge - in het kader van deze korte uiteenzetting - volstaan om even te wijzen op :

- de socio-professionele functies van de telefonie : de telefoon als hulpmiddel bij het management, de administratie, de politiek, de gezondheidszorg, de journalistiek, het onderwijs, de dienstverlening, enz.
- de psycho-therapeutische functies : hulp bij toestanden van eenzaamheid, hulpeloosheid, depressie, verslaving, e.a.
- de sociaal-psychologische functies : de telefoon als bindmiddel tussen de leden van sociale groepen (gezin, familie, vrienden, minderheids-groepen opgenomen in vreemde culturen, e.a.)

De toenemende mobiliteit van de mensen maakt al deze functies nog belangrijker.

### c. Beleidsaspecten van de telecommunicatie

In een volgend punt van dit betoog willen wij graag even ingaan op enkele maatschappelijke beleidsaspecten van de telecommunicatie in het algemeen. Men hoeft niet eens over technologische hersenkronkels te beschikken om vast te stellen dat de telefoon steeds meer een onderdeel gaat vormen van een globaal netwerk van telecommunicatieve verbindingen. De technologische grondslagen van de huidige telefonie en van de computersystemen liggen niet ver meer van elkaar, gezien beide teruggrijpen naar een geïntegreerde digitale technologie voor het verzenden, het opslaan, het verwerken en het controleren van de informatie. Belangrijker nog is dat belangrijke politieke, economische en technologische factoren de historisch bepaalde scheidingslijnen tussen de verschillende informatiesystemen en informatieindustrieën schijnen te wijzigen of zelfs af te breken.

Sinds de tweede wereldoorlog maken wij een spectaculaire toename mee van de verzending, de stockering en de verwerking van informatie met elektronische middelen en deze toename gaat gepaard met de vermin-

dering van de kostprijs van de elektronische technologie. Wat in de ene informatieindustrie gebeurt (telefonie, satellieten, kabeltelevisie, computers, post, dagbladindustrie, enz.) heeft niet alleen een effect op de andere, maar uiteindelijk ook op het publiek en de samenleving zelf. Dit systeem van relaties, dit globaalbeeld, wordt nog niet algemeen herkend en erkend, en er is in feite ook erg weinig over geweten. Toch begint men er zich in academische kringen vragen over te stellen. Zo loopt thans in de Harvard University (Cambridge, U.S.A.) een nieuw en breed opgevat onderzoeksproject : «Information Technologies en Public Policy», dat gesteund wordt door een 35-tal grote openbare en privé-ondernemingen.

Dit project heeft de volgende oogmerken :

- gegevens verzamelen over wat precies in de informatieindustrieën gebeurt en welke de verbindingslijnen zijn tussen deze industrieën ;
- Formuleren van fundamentele beleidsvragen als :

wie beschikt thans of zal in de toekomst beschikken over welke soort van informatie ?

wie beslist over het gebruik van deze informatie en op basis van welke criteria ?

wat doet men of denkt men te doen met deze informatie en met welke oogmerken ?

wie krijgt toegang tot deze informatie en onder welke voorwaarden ?

Het onderzoeksteam wil deze feiten, opties en vragen voorleggen aan de regering, aan de industrie, en - last but not least - aan het publiek in het algemeen.

Deze vragen zijn, maatschappelijk beschouwd, van het grootste belang en zouden in een zeer nabije toekomst de aandacht van onze openbare gezagsdragers en politici moeten opeisen. Als gevolg van wat nu reeds genoemd wordt «de derde industriële revolutie», m.n. deze in de informatietechnologie, zal de controle van de mens over zijn omgeving nog groter worden, maar meteen ook zijn zwakte tegenover manipulatie door deze omgeving. De informatietechnologie kan - meer dan gelijk welke vroegere uitvindingen - enorm bijdragen tot een open OF tot een gesloten samenleving !

Een programma als dat van de Harvard University kan tot allerlei bedenkingen leiden waarvan wij er maar enkele citeren.

Gegeven de tendens tot verbinding en integratie van vele communicatiesystemen, althans in bepaalde landen, gegeven het feit dat de kosten om informatie op te slaan en te verwerken zullen dalen, wat gebeurt er dan met de gemiddelde burger ? Over welke informatie zal hij kunnen beschikken en ten koste van welke uitgaven ? Zal hij, in het positieve geval, de nodige intellectuele voorbereiding hebben, de nodige mentale bereidheid ook om zich te informeren ? Hoeveel of hoe weinig mensen zullen de nieuwe informatiemogelijkheden kunnen of willen gebruiken ?

In welke mate zal de bijna onvermijdelijke «information gap» tussen de 'decision makers' en het publiek nog toenemen ? En wat zullen de gevolgen zijn voor de machtsmechanismen in deze samenleving ?

Chesterton heeft eens gezegd : «Het menselijk ras, waartoe zoveel van mijn lezers behoren, heeft, sinds zijn bestaan, nooit opgehouden zijn profeten te doen liegen». Wij voelen ons niet helemaal of zelfs helemaal niet een profeet, maar zijn toch overtuigd dat wij geen misbruik maken van deze academische plechtigheid wanneer wij U uitnodigen over de hier geschetste problematiek na te denken.

### Enkele bibliografische gegevens voor verdere studie :

- **Program on Information Technologies and Public Policy**, Annual Report 1974-75, Volumes I, II, Harvard University, Cambridge, Mass.
- Centre d'information sur les techniques avancées des télécommunications, colloque «**Vers une nouvelle société-industrielle par les télécommunications**», 14-16 oct., Paris, 1975.
- IEEE Transactions on Communications, Volume Com - 23, nr. 10, oct. 1975.
- G. GERBNER, L.P. GROSS, W.H. MELODY (eds), **Communications, Technology, and Social Policy**, New York, 1973
- R.T.T., **De geschiedenis van de telefoon**, Brussel z.d.
- M. McLuhan, **Understanding Media**

## CE.CO.WE.-PUBLIKATIES

### WERKDOCUMENTEN

- Nr. 1 : Prof. Dr. J.M. PETERS,  
**Fictioneel Beeldamusement.**  
(Het Amusementskarakter van bioscoop- en televisiefilms).  
50 fr. (Niet meer in voorraad)
- Nr. 2 : Dr. L. BOONE,  
**Massamedia en Interpersonale Communicatie.**  
(Een kritische balans van de rol der zogenaamde 'Opinion Leaders' en van de hypothese van het tweefasig verloop van communicatieprocessen).  
95 fr.
- Nr. 3 : Dr. René LINDEKENS,  
**Inleiding tot een Analyse van Boodschappen volgens Strukturele, Linguïstische Methode.**  
95 fr.
- Nr. 4 : F. VLAEMYNCK - Prof. Dr. G. FAU-  
CONNIER m.m.v. G. DE MEYER,  
**«Het vraagstuk "Leuven" (1968) in de spiegel van de Belgische Pers».**  
80 pagina's, 150 fr.
- Nr. 5 : Drs. G. DE MEYER,  
**Het advertentieblad in België**  
(Een verkennend onderzoek)  
139 pagina's, 250 fr.
- Nr. 6 : Dr. L. VAN POECKE,  
**Het trouweloze Medium. Een onderzoek naar de correctieve retoriek van het leesbaarheidsonderzoek.**  
127 pagina's, 210 fr.
- Nr. 7 : G. FAUCONNIER, M. CEULEMANS  
en H. MEYSSEN,  
**Reclame : Begeleiding, Verleiding of Misleiding ?**  
(Analytisch overzicht van de opiniepeilingen over reclame in Europa en de Verenigde Staten van Amerika).  
Verschijnt binnenkort.

### BUITEN REEKS

- Dirk LAUWAERT,  
**83 Jaren Filmgeschiedenis. Een tijdstabel 1893-1975.**  
15 leporello-vellen, 195 fr.

### DOCTORALE PROEFSCHRIFTEN

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

### CONGRESBROCHURE

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

### CONGRESVERSLAG

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

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

Einde vorig jaar verscheen bij de uitgeverij In den Toren te Baarn in de Anthrosserie een boekje van Gert J. PEELLEN, getiteld «Van verlossing tot vertrassing, de ontwikkeling van het Nederlandse massamedium van emancipatiemechanisme tot eenheidsworst».

De inhoud van deze, wat kan genoemd worden historisch-sociologische studie, werd tegen het licht gehouden door een landgenoot van bovengenoemd auteur, en bijgaande beschouwingen zijn daarvan het resultaat.

## van verlossing tot vertrassing

hans van den heuvel

«Nergens in de Medianota vinden we een verklaring voor de omstandigheden die de stormachtige veranderingen op mediagebied hebben mogelijk gemaakt. Laten we wel zijn: een beleid dat diepere oorzaken van datgene wat bestreden dient te worden - afnemende verscheidenheid, vertrassing - ongemoeid laat, is een beleid dat symptomen bestrijdt».

Als men deze bewering aantreft in de slotbeschouwing (p. 126) van een studie over niet minder dan «De ontwikkeling van het Nederlandse massamedium van emancipatiemechanisme tot eenheidsworst», zou men op zijn minst verwachten dat de oorzaken van het verschijnsel dat met het handzame begrip «vertrassing» wordt aangeduid, worden blootgelegd. De socioloog Gert Peelen, auteur van het boekje **Van verlossing tot vertrassing**, heeft een poging daartoe weliswaar ondernomen, maar de resultaten rechtvaardigen niet een zo pretentieuze uitspraak aan het einde van zijn exercitie.

Peelen is niet de enige die getracht heeft de wortels van het verschijnsel «vertrassing» bloot te leggen. De laatste jaren is een groot aantal kranten- tijdschriftenartikelen over dit onderwerp - zij het tot omroepprogramma's beperkt - verschenen. Een groot gedeelte van die rijke oogst is door de

documentatie- en informatiecentrale van De Horstink in Amersfoort gebundeld en in facsimile opnieuw uitgegeven onder de titel **Televisie en vertrassing**. Daarnaast hebben J. Bardeol en P. Vasterman dit thema in hun VPRO-studie over **Progressiviteit in de omroep** betrokken, terwijl laatstgenoemden samen met J. Bierhoff en B. Manschot **Marges in de media, het verbroken contact tussen omroep en publiek** schreven, een boek waarin een boeiende poging wordt gedaan de ontwikkeling te beschrijven die het Nederlandse omroepbestel in zijn 50-jarige geschiedenis doormaakte: van zuilgebonden beslotenheid naar een open concurrentiestrijd tussen professionele omroepbedrijven om de gunst van de kijker.

### Verzuiling-ontzuiling-vertrassing

Het karakter en de gevolgen van die open concurrentiestrijd worden doorgaans samengevat in het begrip «vertrassing», afgeleid van TROS, de omroeporganisatie die het uitzenden van gemakkelijk te consumeren (amusements) programma's tot hoeksteen van haar beleid maakt. In een van de laatste nummers van het dagblad «De Tijd» werd over het verschijnsel «vertrassing» gezegd dat het is «het opvullen van de leegte die wordt achter-

gelaten door het wegwijnen van de oude levensbeschouwelijke tegenstellingen tussen de 'verticale' zuilen» en dat deze opstelling neerkomt op het verschaffen van kleurloosheid en niet-aanstootbaarheid. Deze laatste omschrijving maakt duidelijk dat het verschijnsel «vertrassing» een typisch Nederlands trekje heeft. Vertrassing is immers het stadium dat volgt op verzuiling en ontzuiling, het is de periode van de open concurrentiestrijd tussen omroepbedrijven. Maar «vertrassing» is niet het produkt van ontzuiling alleen, in die zin dat de TROS, vanaf het moment dat deze omroep in de ether verscheen, kon profiteren van het klimaat waarin de vanzelfsprekende voorkeur voor het georganiseerd-zijn in maatschappelijke en sociaal-culturele organisaties die op de eigen levens- of wereldbeschouwing waren gebaseerd, sterk aan het verminderen was. De ontzuilingstendens in de maatschappij geeft slechts een gedeeltelijke verklaring voor de sterke groei van de TROS en - in ruimer verband - voor het veranderde karakter van ons omroepbestel.

### Het open bestel

Toen in de late vijftiger jaren de aanval op het gesloten omroepbestel werd geopend, geschiedde dit niet vanuit



een anti-verzuilingsmentaliteit, zoals we die na de Duitse bezetting in de strijd om de wederopbouw van ons omroepbestel hebben gezien. In 1945 wilden enkele ministers uit het Kabinet-Schemerhorn-Drees (waaronder premier Schemerhorn en de minister van de O.K. & W. Van der Leeuw) en vooraanstaande lieden in de Nederlandse Volksbeweging een maatschappelijke en geestelijke doorbraak bewerkstelligen. Bij deze doorbraak-poging stond een grondige hervorming van het omroepbestel als hoge prioriteit genoteerd.

Daarentegen werd de aanval tegen 1960 ondernomen vanuit commerciële motieven, waarbij de bedoeling voorlag een bres te slaan in het gesloten «non profit» omroepbestel. Via het uitzenden van televisieprogramma's op commerciële grondslag wilde men de omroepactiviteit tot een winstobject maken. Wellicht zal het succes dat het Engelse bedrijfsleven boekte door het omroepmonopolie van de BBC te doorbreken met het in 1953 gestarte commerciële televisiesysteem ITV, tot inspirerend voorbeeld hebben gediend. In **Marges in de media** wordt er terecht op gewezen dat in ons land het «gevecht om de exploitatie van reclametelevisie een zaak is geweest van enkele, elkaar fel belagende kapitaalsgroepen die winst roken» (p. 37). De belangrijkste organisaties die een krachtmeting aangingen met de gevestigde omroepen en hun steunpunten in regering en parlement, waren de in 1957 opgerichte Onafhankelijke Televisie Exploitatie Maatschappij (OTEM), de stichting Televisie Nederland die nauw gelieerd was aan het weekblad TeleVizier (een geïllustreerd tijdschrift dat uit de «vrije nieuwsgaring» verkregen auteursrechtelijk beschermde omroepprogramma-gegevens publiceerde) en de NV Maatschappij voor Televisiereclame. De twee laatstgenoemde organisaties werden samen als TVN-TER actief in 1963, het jaar waarin het parlement deze aanvallen op het omroepbestel wist af te slaan. Er kwam geen commerciële televisie. Het tweede televisienet werd ter beschikking van de van oudsher bestaande omroeporganisaties gesteld.

Als commerciële uitzendingen binnen het omroepbestel niet mogelijk bleken, dan maar de oplossing - zeevarende natie als wij zijn - buitengaats ge-

zocht. In 1960 was Radio Veronica al met succes met commerciële radio-uitzendingen gestart. Ongeveer 15 jaar zou deze zeezender het voor de kust van Scheveningen uithouden. Enkele jaren later, in 1964, werd dit voorbeeld in volle zee nagevolgd door de Reclame Exploitatie Maatschappij (REM). De REM was mede op initiatief van scheepsbouwer Cornelis Verolme opgericht en financieel gesteund door o.m. het later gestrande bankiershuis Teixeira de Mattos en via een aandelen-emissie voor het grote publiek. De REM kon onder de naam TV-Noordzee vanaf een kunstmatig eiland enkele maanden lang commerciële televisieprogramma's uitzenden, totdat op grond van de inmiddels tot stand gekomen Wet op het Continentaal Plat - in de volksmond de anti-REM-wet - een einde aan deze omroepactiviteit werd gemaakt.

Het omroepbestel bleef door deze tumultueuze ontwikkeling niet onberoerd. Als tegenhanger van de enorm populaire zender Radio Veronica kwam Hilversum III in de lucht. De komst van Hilversum III betekende een breuk met de van oudsher bestaande radioprogrammering: de gehele dag door elk wat wils. Hilversum III bracht voortdurend eenzelfde soort (lichte) muziek en kreeg daardoor de naam: categoriele zender. Het karakter van deze zender - het officiële popstation dat moest concurreren met «etherpiraat» Veronica - liet de omroeporganisaties vrijwel geen ruimte hun eigen stempel op de programma's te drukken. Daarnaast werd, zij het geheel afgescheiden van de programma's en ten bate van de omroep zelf geëxploiteerd, reclame in radio en televisie geïntroduceerd.

Door de eerder besproken acties voor een commerciële omroep, die in enkele gevallen ook gericht waren op het oprichten van een nationale omroeporganisatie, werden nog andere bakens in de omroepwereld verzet. Zo werd in 1965 een «open bestel» geïntroduceerd: nieuwe omroeporganisaties konden onder bepaalde voorwaarden zendtijd verkrijgen. Maar via het «open bestel» werd het - onvermoed - aan commerciële invloeden van buitenaf mogelijk gemaakt zich in de omroep te nestelen. In plaats van een zozeer beoogde toename van verscheidenheid naar maatschappelijke en culturele richtingen, hebben de

wijze waarop de wetgever het omroepbestel voor andere organisaties toegankelijk heeft gemaakt en het systeem van zendtijdverdeling uiteindelijk geleid tot een op massaproductie gerichte tendens in de omroepprogramma's. In 1966 deed de TROS - voortgekomen uit de commercieel opgezette REM - zijn intrede in het omroepbestel en tien jaar later volgde een andere omroep uit hetzelfde milieu, de Veronica Omroep Organisatie, nadat Radio Veronica, krachtens de Europese overeenkomst ter voorkoming van radio-omroep of televisie-uitzendingen door stations buiten nationaal gebied, het zwijgen was opgelegd.

Naast de toetredingsmogelijkheid van nieuwe omroeporganisaties vormde de numerieke aanhang van een omroep als maatstaf voor de zendtijdverdeling een ander wezenlijk element van de vernieuwing.

De leuze 'hoe meer leden, des te meer zendtijd' kon haar intrede doen. De aanhang wordt dan vooral bepaald door het aantal abonnees op het programmabladd van elke omroep. De commercieel geëxploiteerde program-mabladden gaan in het Nederlandse omroepbestel een fundamentele rol spelen. Op dit vlak ontbrandde de strijd door het goedkope TROS-Kompas en door de opzienbarende fusie tussen AVRO en RTN/Televizier (welke laatste combinatie zich indertijd eveneens in de strijd om de commerciële omroep had gestort), waardoor de AVRO in één keer zijn leden-tal kon verdubbelen tot ongeveer 800.000. Uit het onlangs verschenen onderzoeksrapport «Gevolgen ont-koppeling(en) ledenaanhang omroeporganisaties» van het bureau Inter/view blijkt echter - en dat is niet verwonderlijk - dat bij AVRO, TROS en KRO een groot gedeelte van de aanhang zich niet als lid maar slechts als abonnee beschouwt (te verklaren uit de propaganda voor de dikke TeleVizier, het handige TROS-Kompas en de goedkope Mikrogids) en een klein gedeelte zich ook werkelijk met de desbetreffende omroeporganisatie verbonden voelt. Bij VPRO, VOO en EO ligt dat precies andersom. Daar zien we dat een groot gedeelte van de aanhang zich ook als lid van de desbetreffende omroeporganisatie beschouwt en zich daarmee verbonden voelt. De aanhang van VARA en NCRV

blijkt qua verdeling een middenpositie, tussen beide groepen van omroeporganisaties in, in te nemen.

### Omroep en pers : gescheiden ontwikkeling

In het voorgaande zijn alleen markante ontwikkelingen in en rond het omroepbestel aangestipt om te illustreren dat wellicht niet in de eerste plaats de ontzuiling debet is aan het veranderde gezicht van radio en televisie. Daarmee wil alleen maar gezegd zijn dat nader onderzoek vereist is. In de studie van Peelen is dat onderzoek naar de meest waarschijnlijke invloeden en hun uitwerking op de omroep niet verricht. De auteur heeft eenvoudigweg de ondergang van het dagblad De Tijd (op 31 augustus 1974 verscheen het laatste nummer van deze krant) als verklaarende factor genomen voor datgene «wat zich momenteel op mediagebied afspeelt». De gebeurtenissen die zich in het 129-jarig bestaan van deze krant hebben voltrokken, aldus Peelen, «zijn kenmerkend voor vrijwel alle zuilgebonden bladen en omroepen in ons land» (p. 14). Wat zich rond het verdwijnen van het dagblad De Tijd heeft afgespeeld wordt geschetst in combinatie met het verschijnen van de verzuiling en de ontzuiling onder de katholieke bevolking van ons land. De beschrijving van de verschillende omstandigheden die tot de ondergang van dat blad hebben geleid vormt, samen met enkele uitkomsten van het «Mediumonderzoek Dagblad De Tijd» een interessant onderdeel van deze studie. Dat onderzoek werd enkele jaren geleden gehouden om het profiel van de (vroegere) Tijd-lezer, diens houding ten opzichte van het voormalige dagblad, tegenover de Kerk, de politiek en ten opzichte van de mening van anderen te achterhalen. In het voorwoord van dit boek voegt drs. Herman van Run, die als hoofdredacteur indertijd mee de strijd tegen de ondergang van die kranten heeft gevoerd, daaraan overigens nog een virtueuze beschouwing toe.

Het is de vraag of het verschijnen van de verzuiling en de ontzuiling bij de katholieke bevolking en de ontwikkelingen rond het dagblad De Tijd, zonder dat daaruit enige representativiteit blijkt, in hun algemeenheid kun-

nen dienen als verklaring voor veranderingen in het mediabestel. Die veranderingen hebben in het omroepbestel, dat op een van overheidswege bepaalde historisch gegroeide zuilen- diversificatie gebaseerd was, veelal niet dezelfde oorzaak als in de op de vrije ondernemingswijze productie gestoelde pers. Het lijkt mij dan ook onjuist pers en omroep op één hoop te gooien. Juist het commerciële karakter van de (dagblad)pers maakt een vergelijking met de omroep in ons land vrijwel onmogelijk. De moeilijkheden in de (dagblad)pers (het verdwijnen en fuseren van kranten en bedrijven, een vorm van schaalvergroting) vielen weliswaar samen met het zichtbaar worden van de ontzuilings- tendens, maar aan die moeilijkheden lagen vooral specifieke oorzaken ten grondslag: het conjunctuurgevoelige karakter van de krantenbedrijfstak, de sterke loonkostenstijging die in het arbeidsintensieve persbedrijf vrijwel niet door produktiviteitsstijging gecompenseerd kon worden, de keiharde concurrentie op de advertentiemarkt en de strijd om de monopoliepositie op die markt in regionale gebieden en daarmee nauw samenhangend de sterke opkomst en groei van de gratis verspreide advertentiebladen.

### Mislukte poging

Kortom, er is in medialand meer aan de hand dan in het boek van Peelen onderzocht is. Het is een complex van oorzaken en ontwikkelingen waarmee we in radio, televisie en pers te maken hebben en Peelen wekt sterk de indruk daaruit slechts een willekeurige greep te hebben gedaan: het «Mediumonderzoek Dagblad De Tijd» dat in zijn context een te uitvoerige vermelding krijgt, enkele grepen uit de geschiedenis van die krant zonder dat overigens de dissertatie van J. Peynenburg, **Judocus Smits en zijn Tijd** geraadpleegd is, en enkele aspecten van de emancipatie van de katholieke bevolking, terwijl aan die ontwikkeling aan protestantse zijde - met de belangwekkende literatuur op dat terrein - vrijwel voorbijgegaan wordt. In de helft van het boek - als de lezer een aaneenschakeling van stellingen en citaten en een overigens interessante greep uit het Tijd-onderzoek achter de kiezen heeft - komt de auteur la-

coniek mededelen dat alle moeite in feite tevergeefs is geweest:

«Tot een adequate toetsing van in voorgaande hoofdstukken geformuleerde vooronderstellingen, kunnen wij met behulp van de uitkomsten van het Mediumonderzoek Dagblad De Tijd niet komen. (-) Toch vormen de aan het onderzoeksrapport ontleende resultaten in zekere zin aanwijzingen voor de juistheid van deze hypothesen. Dat is een voorzichtige conclusie die wij uit dit alles mogen trekken» (p. 76).

Enkele - even willekeurig gekozen - beschouwingen over de cognitieve dissonantie-theorie, de Frankfurter Schule, ons beschavingspeil, de Medianota en over «massacultuur» («Kunst en wetenschap bijvoorbeeld nemen binnen onze huidige samenleving over het geheel genomen een veel belangrijker plaats in dan voorheen (!) het geval was. Bovendien is er sprake van een gelijkschakeling (!): de ongelijke deelname aan deze cultuuruitingen is voor een goed deel opgeheven») (p. 81) kunnen echter in de tweede helft van deze publikatie de pretentieuze bedoeling om de ontwikkeling van het Nederlandse massamedium te analyseren en te verklaren niet waar maken.

Tenslotte moet hier nog een ernstige misvatting uit de weg worden geruimd. Wanneer Peelen schrijft over de katholieke zuil rond de eeuwwisseling, suggereert hij een eenheid in denken en handelen onder de katholieke bevolking die later in zijn studie in schril contrast komt te staan met de verwarring en de tegenstellingen in mentaliteit en richtingen binnen het katholicisme - en in het bijzonder in de Nederlandse kerkprovincie - die hij illustreert aan de hand van het Tijd-onderzoek en die voor hem een belangrijke verklaring vormen voor het verdwijnen van op leven- en wereldbeschouwing gebaseerde massamedia. Deze vergelijking miskent echter de werkelijkheid van toen. De botsing tussen liberalisme en katholicisme leidde in ons land tot het isolement dat, gecompliceerd als het was, zowel verbittering en angst als triomfgevoel omvatte en tot verschillen inzicht en beleving van het katholieke geloof leidde. De nagestreefde emancipatie kon, zo zou men deze verschillen kunnen typeren, langs de



weg van het gesloten katholicisme of langs die van het open katholicisme bereikt worden. Er was gedurende de periode waarin de katholieken zich vrijwel isoleerden, zich in hun zuil verschansten, sinds zij zich van de liberalen distancieerden, geen sprake van een homogeen katholieke bevolkingsgroep die in gelijke richting dacht. Er was binnen die groep vrijwel voortdurend «een verwarring van

disputen en luide polemieken» met sterke individuele verschillen in de waardering die men voor het isolement had en die tot «progressieve» en «conservatieve» richtingen leidde (L. Rogier en N. de Rooy, *In vrijheid herboren*, p. 314).

Wellicht is het niet zo moeilijk te verklaren wat Arie Kuiper in december 1971 over het voormalige dagblad *De Tijd* schreef: «De Tijd is een merk-

waardige krant. Hij bestaat al 126 jaar en volgens kenners van de geschiedenis staat hij ook al 126 jaar op het punt te verdwijnen». Een kwestie van vertrouwen avant la lettre ?

---

Gert J. Peelen, *Van verlossing tot vertrossing. De ontwikkeling van het Nederlandse massamedium van emancipatiemechanisme tot eenheidsworst*, uitgeverij In den Toren, Baarn, 1976, 136 p., f. 15,-.

---

## bbc : evenwichtige informatie, ook zonder zendgemachtigde verenigingen

jan briers

---

In de grote democratische landen rondom ons, en vooral in Groot-Brittannië en in de Duitse Bondsrepubliek, heeft de wetgever de radio- en televisieomroep toevertrouwd aan publiekrechtelijke instellingen, die over een ruime onafhankelijkheid beschikken en een wereldfaam genieten op het gebied van de objectieve ontvoogde berichtgeving.

Aan de omroepinformatie in West-Duitsland (NDR, WDR en West-Berlijn) die we ter plaatse bestudeerden, hebben we uitvoerige studies gewijd (1) omdat we van oordeel zijn dat ze er heel democratisch en democratiserend functioneert. En het zou wel daarom kunnen zijn dat ze systematisch door politieke leiders van alle strekkingen onder vuur wordt genomen en dat de omroepjournalisten er in de partijpers even geregeld als bij ons van gauchistische en van fascistische afwijkingen worden beschuldigd.

In Frankrijk is er, onder Premier Chaban-Delmas en ORTF-president Arthur Conte, een poging ondernomen om via onafhankelijke concurrerende televisieredacties (met Jacqueline Baudrier en Pierre Desgraupes als

directeurs) een evenwichtige berichtgeving in te voeren. Het heeft niet lang geduurd voor de administratieve pletmolen van de meerderheidspartijen door middel van verdachtmakingen en eenzijdige ingrepen de volledige dienstbaarheid van de omroep had hersteld. De andere partijen zijn trouwens op het gebied der regeringsinsameling in de pre-gaullistische tijd hoegenaamd niet vrij te pleiten.

Ook de Britten met hun eeuwenoude trotse democratische principes zijn getuige geweest van een gelijkaardige strijd achter de schermen: hebben de Conservatieven niet, met een geringe parlementaire meerderheid, eerst de vervlakkende commerciële televisie ingevoerd en daarna de dito-radio? En heeft Labour Premier Wilson niet, eveneens om de gevestigde BBC-onafhankelijkheid af te zwakken, een oud-voorzitter van de commerciële omroep - die voorheen conservatief minister was geweest - benoemd tot voorzitter van de BBC-Raad van Beheer?

Maar zendgemachtigde verenigingen, dat typisch Nederlands voorbijgestreefd verschijnsel, waarvan onze Noorderburen zelf hoe langer hoe

meer afwijken, heeft geen enkel ander land als *deus ex machina* of als dood-eenvoudige machinatie gehanteerd.

Wat later vooral zal betreurd worden is dat ons land de zendgemachtigde verenigingen heeft ingevoerd, omdat de bevoegde verantwoordelijke leiders hebben gehandeld bij volslagen gebrek aan informatie over de totaal tegengestelde evolutie in alle andere democratische landen, waar de tijd van de eenzijdige partijpropagandistische nieuwsopiniëring in de audiovisuele media bijna vergeten is, en vervangen door een steeds groeiend aantal duidingsprogramma's en confrontaties.

De korte studie die hier volgt heeft tot object één enkel facet van het hele complexe verschijnsel «informatie-evenwicht» te verduidelijken: hoe kan de BBC, voorbeeld van rijp nieuwsbeleid voor de moderne wereld, binnen het kader van een statuut waarvan het onze van 1960 was afgetekend, alle strekkingen in correcte verhouding aan bod laten komen, zonder ooit te hebben gedacht aan zendgemachtigde verenigingen?



## Harde wet en milde toepassing.

### Hoe vrij staat de BBC tegenover de centrale overheid ?

Het is de regering die aan de Raad van Beheer van de BBC, aan de Board of Governors, dus aan een «highly responsible Body with an independant status» (1) de taak heeft toevertrouwd om het Omroepwezen in het nationaal belang te behartigen. Ze doet dit door middel van «charters» of handvesten met geldigheid voor enkele jaren, en die later verlengd worden.

1. Het eerste wat opvalt is dat «His Majesty King George the fifth **granted** unto the British Broadcasting Corporation a Charter of Incorporation»: De regering verleent of schenkt dus veel meer dan ze gebiedt of verbiedt. (2)

2. Algemeen wordt «the great value of such services as means of disseminating information, education and entertainment» erkend, wat veel minder zakelijk en sceptisch klinkt dan in onze Belgische wetgeving.

3. Zeer belangrijk vind ik in «The Royal Charter» de zinsnede (4) «that the corporation should continue to provide broadcasting services pursuant to such licenses and **agreements** in that behalf as Our Postmaster General may from time to time **grant** to and **make with the Corporation**». De regering maakt dus overeenkomsten en afspraken met de Omroep, en beperkt zich niet tot bevelen en verbodsbepalingen.

4. Dat dit niet zo maar een verloren zinsnede is in een uitvoerige wettekst blijkt duidelijk uit het groot aantal keren dat deze zinswending in de wettekst voorkomt, en soms wordt zelfs de BBC eerst vermeld vóór de Minister: «... Licenses in such manner or by such means and methods as may from time to time be agreed by the corporation and Our Postmaster General...»

De zelfstandigheid van de BBC komt misschien nog nadrukkelijker tot uiting in de volgende veelzeggende passus van voornoemd royal Charter (5): «The Corporation may at any time... **apply for and accept** a supplemental Charter, or promote a Bill in Parlia-

ment, if it appears to the Corporation that a supplemental Charter or an Act of Parliament is required for». De BBC kan dus op wettelijk vlak initiatieven uitlokken, wat includeert dat grondige wijzigingen aan de omroep, zoals bij ons het invoeren van zendgemachtigde verenigingen bijvoorbeeld, in Groot-Brittannië niet denkbaar zijn zonder dat de BBC toch tenminste geraadpleegd wordt.

5. Sommige opdrachten van de BBC worden veel explicieter in de wet vermeld dan bij ons. Dit is slechts van bijkomstig belang in deze uiteenzetting, maar lijkt mij toch belangrijk om de mentaliteit van de wetgever beter te begrijpen: de BBC mag alle mogelijke soorten drukwerk uitgeven die worden noodzakelijk geacht voor de omroep, mag concerten organiseren, verstrekken en subventioneren en «to collect news and information in any part of the world and in any manner that may be thought fit...» Zou dit de spreekplicht van de ambtenaren in controversiële zaken veronderstellen ?

6. De Board of Governors wordt, niet zoals in België door het Parlement, maar door «The Queen in Council», dus door de regering benoemd, die trouwens ook de voorzitter en ondervoorzitter aanduidt (6). Ze kunnen ook door de regering worden afgezet. Dit betekent dat de voogdijminister een veel nadrukkelijker toezicht kan uitoefenen dan in België en ook veel strenger kan optreden tegen misbruiken. In de praktijk is dit nooit gebeurd en beide betrokken partijen schijnen daar trots op te zijn.

7. Op financieel vlak heeft de Regering dezelfde machten als bij ons. «For the purposes of the Home Services (Radio and Television) the Postmaster General is to pay the Corporation (out of moneys provided by Parliament) during the Licence a sum or sums equal to the whole of the net licence revenue, or to such percentage... thereof as the Treasury may from time to time determine».

8. We constateren dat inzake de informatie in de wet niets wordt gezegd over objectiviteit. Wel kunnen bepaalde algemene voorschriften op de berichtgeving worden toegepast,

bvb. (7) 20.1: «The grant of this our charter is made upon the express condition that the corporation shall **strictly** and faithfully observe and perform and cause to be observed and performed the provisions prescribed therein...». Dus wordt de uitzendingslicentie uitdrukkelijk verleend op voorwaarde dat de regels, opgenomen in het charter en in de Agreement gesloten tussen de Regering en de BBC, streng worden nageleefd.

Artikel 20.2 (8) voorziet trouwens dat eenieder, individu of groep, bij de Minister klacht kan indienen tegen het niet naleven van deze regels. De Postmaster General kan dan van de BBC eisen «to satisfy him that such provisions have been observed» en, mocht dit niet gebeuren binnen een bepaalde tijd, kan hij aan de BBC het charter ontnemen.

9. Alleen de informatie over het Parlement wordt in het charter speciaal vermeld: (9) «The Corporation shall broadcast an **impartial** account day by day prepared by professional reporters of the proceedings in both Houses of the United Kingdom Parliament».

Regeringsmededelingen moeten door de BBC worden opgenomen, (10) met of zonder vermelding dat het om door de Regering opgedragen uitzendingen gaat. Maar in de praktijk deelt ze meestal mede dat ze belangrijk nieuws heeft en dit wordt door de BBC newsrooms in de gewone berichtgeving na gemeenschappelijk overleg opgenomen, en niet als regeringsmededelingen.

Het vetorecht van de voogdijminister, dat ook bij ons in de wet is opgenomen, wordt daar mogelijk dankzij de passus in de Licence and Agreement 13.4: «the Postmaster General may from time to time by notice in writing require the Corporation to refrain at any specified time or at all times from sending any matter or matters of any class specified in such notice». Men zou kunnen stellen dat wij een grotere onafhankelijkheid genieten op dit gebied, gezien artikel 28.1 een berichtgeving voorziet die wordt gegeven in strenge objectiviteit en zonder voorafgaande censuur van de regering. We voegen er onmiddellijk aan toe, dat de Britse Ministers zelden of nooit van deze mogelijkheid tot ingrijpen gebruik maken.

«However, in practice, this (11) has always been treated as a reserve power and the Corporation has enjoyed, and enjoys complete freedom in the handling of its programme activities».

Wel bestaan er inzake informatie zekere restricties via de zgn. Prescribing Memoranda, (12), een soort ongepubliceerde appendix bij Charter en Licence, uitgevaardigd vroeger door de Postmaster General, nu door de Staatssecretaris van binnenlandse zaken. Ze eisen o.a. dat de BBC zich zou onthouden van het uitdrukken van een eigen opinie over actualiteit en algemene politiek.

In hetzelfde memorandum houdt de Staatssecretaris rekening met de verzekering, door de vroegere Voorzitter van de BBC Lord Normanbrook verstrekt in een brief van 19 juni 1964 aan de toenmalige minister, dat het de plicht is van de BBC controversiële onderwerpen met de nodige onpartijdigheid te behandelen, en dat de BBC er over zal waken dat programma's niet indruisen tegen de goede smaak en het fatsoen, en niet aanzetten tot misdaad en wanorde.

(1) Politieke bewustmaking via de ether. Jan Briers, Guido Ros. *De Brug*, nr. 3, 1970, pp. 182-191.

De audiovisuele media in Berlijn: nog steeds koude oorlog via ethergolven. Jan Briers, Guido Ros, Frieda Saeys. *De Brug*, nr. 3, 1974, pp. 178-214.

(2) *BBC Handbook* 1976. p. 276 The Charters of the BBC.

(3) *BBC Handbook* 1976. p. 278 Inleiding. Incorporation betekent «erkenning als rechtspersoon».

(4) *Ibidem*. Inleiding.

(5) *BBC Handbook* 1976. p. 285. 19.1

(6) *BBC Handbook* 1976. p. 280. Constitution 5.1.

(7) *BBC Handbook* 1976. p. 285. General 20.1

(8) *BBC Handbook* 1976, p. 286.

(9) *Ibidem*. p. 290, 13.2

(10) *Ibidem*, p. 290, 13.3 en p. 272

(11) *Ibidem*, p. 272

(12) *BBC Handbook* 1976, p. 273.

## 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 2 A, 3000 LEUVEN, en kost 195 fr.**



# sterrencultus in de Amerikaanse tv-journalistiek

mieke ceulemans

Gedurende de lente- en zomermaanden van 1976 gonsde de Amerikaanse perswereld van min of (meestal) meer kritische commentaren op de aanstelling van Barbara Walters als co-anchor (1) van de ABC-Evening News Show. (2) De term 'show' is hier inderdaad niet misplaatst. De nieuwsprogramma's op de Amerikaanse televisie worden beheerst door dezelfde harde commerciële wetten als de ontspanningsprogramma's: Amerikaanse TV-programma's worden essentieel geconcipeerd voor een massapubliek, dat de reclaimedollars moet aantrekken. Om zich te verzekeren van een trouw en liefst massaal publiek tracht elke nieuwsshow een eigen imago te creëren. Een veelbeproefde en blijkbaar geslaagde formule is het gebruik van een anchorman of -vrouw - een journalist(e) met ster-allures, die het nieuws aan elkaar praat en de stijl van het programma bepaalt. De anchorperson fungeert tevens als identificatiefiguur voor het publiek. Het meest illustere voorbeeld van dergelijke sterreporters is Walter Cronkite van het CBS-Evening News.

Sinds enkele maanden zijn de spaarzaam bevolkte rangen van deze exclusief mannelijke journalistieke elite aangevuld met een vrouw. Het aanbod, waarmee ABC (American Broadcasting Company) Barbara Walters weglakte bij het concurrerende netwerk NBC (National Broadcasting Corporation), beliep 1 miljoen dollar. Hierdoor wordt Walters de duurste TV-anchorwoman en wellicht de meest betaalde journaliste in de VSA. De re-

acties in de pers en van Barbara Walters' mannelijke collega's bleven dan ook niet uit. **Time Magazine** gewaagde van «a violation of the male air». De Long Island krant **Newsday** blokletterde: «The News Starring Barbara Walters. Is Barb worth a million?» (2) Bovenstaande citaten vormen slechts een greep uit de overal opduikende perscommentaren op het gebeuren. Zij illustreren echter de dubbele aanleiding tot de beroering in de perswereld: het feit dat een vrouw het mannelijke heiligdom van de top-journalistiek was binnengedrongen en het ongeëvenaarde super-salaris dat haar was aangeboden.

Vrouwen zijn inderdaad praktisch volledig afwezig op de hoogste niveaus van de omroeporganisaties in de V.S.. Zij zijn wel ruim vertegenwoordigd in de lagere jobcategorieën en beginnen in beperkte mate ook door te dringen tot de zichtbare groep van de on-air reporters. (3) (4)

Barbara Walters is in zoverre een unicum dat zij de eerste permanente anchorvrouw is van een netwerknieuwsprogramma. Vrouwelijke journalisten beschouwen Barbara Walters' aanstelling als een doorbraak, die -naar zij hopen- baanbrekend zal zijn voor vrouwen in de media. Het mannelijke pers-establishment is echter niet overtuigd van Walters' journalistieke competentie en protesteert verontwaardigd tegen de verweving van journalistiek met show-business. Met haar astronomische salaris van 1 miljoen dollar overschreed Barbara Walters blijkbaar de onduidelijke lijn

tussen pure journalistiek en showbusiness. Het is echter twijfelachtig dat de drie network-anchors hun jaarwedde van tussen de 300.000 en 400.000 dollars uitbetaald krijgen louter voor hun kwaliteiten als nieuwslezers. De topjournalisten van de Amerikaanse televisie worden betaald voor het imago dat zij uitstralen. Door hun speciale, zij het ongedefinieerde kwaliteiten slagen zij erin een massaal kijkerspubliek - en dus de grote adverteerders - aan te trekken. Het feit dat ABC bereid is jaarlijks een miljoen dollars neer te tellen voor een journaliste, van wie als enige tegenprestatie verwacht wordt dat zij de ABC Evening News ratings met enkele of zelfs één punt zal doen stijgen bewijst eens te meer dat journalistiek showbusiness is.

Diezelfde commercialisatie van de informatie wordt eveneens scherp aan de kaak gesteld door ex-TV-vedette Sally Quinn in haar autobiografisch boek. (5) In een poging om het CBS-ochtendnieuwsprogramma nieuw leven in te blazen werd Sally Quinn enkele jaren geleden weggehaald bij de prestigieuze krant **The Washington Post**. De eigenlijke bedoeling was de concurrentiepositie van CBS te verstevigen tegenover de gelijktijdig uitgezonden NBC-Today Show, waar Barbara Walters toen success oogstte als gastvrouw. De CBS-managers hadden echter geen rekening gehouden met het feit dat Sally Quinn, een gereputeerde dagbladjournaliste, geen enkele TV-ervaring bezat. De promotie in Hollywood-stijl van haar TV-debuut



was er alleen op gericht een nieuwe TV-vedette te creëren, die de kijkers 'en masse' naar CBS zou brengen. De opgeblazen publiciteit enerzijds en het totaal gebrek aan voorbereiding anderzijds leidde tot de onvermijdelijke anti-climax, die Sally Quinn uiteindelijk terug in de geschreven pers deed belanden. Dit onverkwikkelijke avontuur wijst er nogmaals op dat journalistieke bekwaamheid niet de enige en zelfs niet de eerste vereiste is «to make it» in de TV-journalistiek. Deze sterrencultus is typerend voor de Amerikaanse TV-journalistiek - maar niet exclusief. Ook in Europa, en met name in Frankrijk, is men zich bewust van het belang van de per-

soonlijkheid van de TV-journalist. Jean-Maurice Monnoyer in *Le Monde* spreekt van «une présence plastique du présentateur». (6) In een onderzoek naar de journalistieke stijl van een aantal Franse TV-reporters, stelt hij dat «la performance», de taal, de gedragingen en de fysiek van de journalist deel uitmaken van de boodschap. De journalist kan zelf niet verdwijnen achter zijn rol. Nochtans meent Monnoyer dat er een onderscheid dient gemaakt tussen «l'information à visage humain», die essentieel eigen is aan het TV-medium, en de promotie van een imago. Dat laatste gebeurt in de VSA, maar volgens de auteur evolueert de Franse

TV-informatie niet noodzakelijk in die richting.

(1) anchor = de topjournalist van de TV-nieuwsredactie, die het nieuwsteam domineert en rond wie het ganse nieuwsprogramma is opgebouwd

(2) J. HENNESSEE, *The Press's very own Barbara Walters Show*, in *Columbia Journalism Review*, July/August 1976, vol. 1, 2, blz. 22-25.

(3) E. STRAINCHAMPS (ed.), *Rooms with no view*, New York, 1974.

(4) on-air reporter = reporter die zichtbaar is op het TV-scherm tijdens zijn/haar verslag

(5) S. QUINN, *We're going to make you a star*, New York, 1975

(6) J.M. MONNOYER, *Les 'télé-types' de l'information*, in *Le Monde*, 10-11 oktober 1976.

## de visuele stijl van televisie - voetbal

herman van pelt

Er zijn genoeg redenen aan te geven waarom de wetenschappelijke aandacht ook op het televisievoetbal gericht zou kunnen worden. Ten eerste kan men een onderwerp, waaraan binnen de omroepprogrammaschema's zo'n belangrijke plaats wordt toegedacht, en waar zoveel mensen tevreden naar kijken, moeilijk onbelangrijk noemen. Ten tweede geeft het voetbal een uitstekend voorbeeld van de werking van de televisie als medium. Er zijn maar weinig mensen die beseffen dat ze op televisie niet naar een voetbalwedstrijd kijken, maar naar een met allerlei «middelen» georganiseerd verslag van een voetbalwedstrijd. En dat is heel wat anders. Het volgende is een zeer kort gehou-

den bewerking van een hoofdstuk uit de door het British Film Institute uitgegeven *Television Monograph* nr. 4: «Football on Television» door Tom Ryall.

Het analyseert vanuit het in de taalwetenschappen veel opgang makende structuralisme de visuele stijl van de TV-voetbalwedstrijd Joegoslavië-Schotland tijdens de wereldkampioenschappen van 1974.

Er wordt, schrijft Ryall, gezegd dat de televisiewerkelijkheid gekenmerkt wordt door het feit dat de gebeurtenis die op de beeldbuis wordt gebracht «puur» door het «oog» van de camera aan het publiek wordt gepresenteerd. Deze opvatting gaat volgens hem voorbij aan het feit dat de televisie beel-

den van de werkelijkheid geeft, telkens van een werkelijke gebeurtenis. Deze tekens vormen gezamenlijk de «code» van de televisie, codes die op een heel eigen manier een gebeurtenis kunnen structureren.

Een uitzending van een voetbalwedstrijd probeert te suggereren «hier is een voetbalwedstrijd», maar in feite is het natuurlijk «een bepaalde kijk op een voetbalwedstrijd» of misschien zelfs «een bepaalde kijk op het voetbal».

De kern van het probleem ligt voor Ryall in de uitwerking van de relatie tussen de objectieve werkelijkheid (de voetbalwedstrijd, de sportactualiteit die moet worden overgebracht) en aan de andere kant het «beeld con-

tinuum» waaruit de overdracht bestaat. Bij dit probleem spelen twee moeilijk verenigbare zaken. Ten eerste de sterke overheersing van de werkelijkheid. Ten tweede het evidente verschil tussen de eigenlijke waarneming van een gebeurtenis en de bemiddelende waarneming daarvan door de televisie.

De beperkingen van het televisieproductieproces spelen bij die bemiddeling een grote rol en zullen de overheersing van de werkelijkheid op het beeld verminderen.

De eerste groep van beperkingen betreft het beeldbereik dat mogelijk is bij het uitzenden van televisievoetbal (van de camera in de helicopter die een overzicht geeft van het veld en het stadion, tot de draagbare Vidi-con-camera die een gedetailleerd shot kan geven van één enkele speler) en de mogelijke beeldtypes. Tom Ryall onderscheidt de volgende beeldtypen en -functies.

### 1. Het primaire beeld

Het meest dominerende beeld van de wedstrijd komt meestal van een camera die redelijk hoog op de ere-tribune is geplaatst gelijk met de middenlijn op het veld. Dat is de camera die het verloop van het spel volgt door heen en weer te «pannen», inzoomend op de actie, constant het beeld herformulerend naar aanleiding van de positie van de bal. Deze camera moet voldoende dicht bij het spel zijn om een waarneembaar beeld te vormen en ver genoeg weg van de onmiddellijke actie om een gevoel van de context te geven, van de positie van de spelers die niet direct bij de actie betrokken zijn en de afstand tot het doel bijvoorbeeld.

Het is dit beeld, of «beelden-continuum», dat het «normale» gezicht op het spel op de televisie bepaalt, en het stemt overeen met wat over het algemeen vanaf de duurste plaatsen in het stadion is te zien. De andere beeldtypen, de meer ondergeschikte camera-instellingen, dienen als contrapunt van het primaire beeld en worden meestal alleen gebruikt als het verloop van het spel is onderbroken door incidenten als een uitbal, een doelpunt of een vrije trap.

Het primaire beeld wordt in een bepaald opzicht sterk beheerst door de

actualiteit in zoverre het de handelingen op het veld moet tonen (normaal is dat de positie van de bal met de dichtsbijzijnde spelers). Toch moet, wil het beeld in termen van een voetbalwedstrijd begrijpelijk blijven, de primaire camera-instelling ook de context van de handelingen laten zien. De gehele context wordt gevormd door het totale veld, maar dat is natuurlijk onmogelijk omdat de scherpte van het beeld niet voldoende is om dan nog de handeling te kunnen volgen. Daarom moet een gedeelte van het veld als context fungeren, hoewel dat gedeelte soms belangrijke gedeeltes van de context zal buitensluiten, zoals spelers die om de bal roepen en buitenspel-posities innemen, de voetbalsystemen die gespeeld worden, enz. De context wordt dus niet alleen bepaald door de aard van de gebeurtenis maar ook door de aard van het televisieproductieproces.

### 2. Het secundaire beeld A.

De primaire camera wordt meestal vergezeld door camera's die vanuit ruwweg dezelfde positie de actie van meer dichtbij bekijken.

### 3. Het secundaire beeld B.

Hierbij zijn de camera's gewoonlijk geplaatst achter elk doel om gedetailleerde beelden te geven van acties in de doelmond, met inbegrip van de bekende «herhaling»-sequenties.

### 4. Het secundaire beeld C.

Camera's zijn geplaatst aan de zijlijnen bij de middenlijn om beelden van de trainersbank en reserves e.d. te kunnen leveren.

### 5. Het secundaire beeld D.

Tenslotte kunnen alle genoemde camera-posities gebruikt worden voor het leveren van algemene beelden van het publiek en het stadion.

Met deze verschillende shots kan er een heel scala van perspectieven van de handelingen op het veld gegeven worden. Daarbij worden de beelden in een bepaalde hiërarchie gebruikt,

afhankelijk van de gebeurtenissen op het veld. Zo zal het primaire beeld over het algemeen alleen onderbroken worden door het secundaire beeld A als het spel stopt voor incidenten als vrije trappen, inworpen e.d. Het secundaire beeld B wordt vrijwel alleen gebruikt voor herhalingen van scheidsrechter-beslissingen en schoten op doel af, of niet raak, terwijl de secundaire beelden C en D relatief gespecialiseerd zijn en worden gebruikt als onderdeel van een doelpunt-sequentie of anders als tijdvuller en gatenstopper. Er is dus een aanzienlijke beperking bij de keuze van de beelden en maar hoogst zelden worden de beeldencombinaties vrijelijk gevarieerd, behalve bij het meest dramatische moment; het eigenlijke doelpunt. Daarbij zijn de mogelijkheden voor interventie maximaal, als het drama inherent aan het spel wordt «gecomponeed» voor het publiek door het isoleren van de doelpunten-maker in een close-up, het tonen van het uitzinnige publiek, de teleurgestelde verdedigers, de juichende trainer op de bank, en het doelpunt zelf met een herhaling vanuit verschillende hoeken, in slow motion om het dramatische effect te verlenen.

In ieder geval vormen de beeldsequenties die met deze shots gemaakt worden de «televisietaal» waarmee de voetbalwedstrijd voor de kijker wordt verteld.

### Het commentaar

Over de functie van het commentaar schrijft Ryall:

Het commentaar is een vitaal onderdeel van de directe voetbalwedstrijd-presentatie, speciaal bij een gebeurtenis als de wereldkampioenschappen, waarbij de beelden worden geleverd door een centraal team (in dit geval de Westduitse televisie) en waarbij de uitzending wordt «genationaliseerd» door een per natie verschillend individueel commentaar.

De commentator is in een merkwaardige positie binnen het algemene proces bij een live-uitzending omdat zijn bijdrage door het publiek wordt gerelateerd aan de ontvangen beelden, terwijl het commentaar eigenlijk wordt gevoeld door zowel het persoonlijk



aanwezig zijn bij de wedstrijd als het bemiddelend monitorbeeld in het commentatorhok. De commentator is dus geplaatst in een geprivilegieerde positie en kan bijvoorbeeld informatie geven over spelers die buiten het beeld lopen, en over het algemeen de verborgen context van de handeling aangeven.

Ryall wil echter niet stellen dat de functie van de commentator alleen maar bestaat uit het vullen van gaten. Beelden, zegt hij met een verwijzing naar Roland Barthes, zijn berucht om hun dubbelzinnigheid en kunnen slechts zeer zelden bestaan zonder een vorm van tekstuele steun.

De veelheid van betekenissen die een visueleiteit in zich bergt, wordt meestal beperkt doordat met behulp van de tekst één bepaalde betekenis naar voren wordt gehaald, waarbij de tekst de lezer leidt naar bepaalde markeringen. Roland Barthes duidt dit aan met het woord «verankering».

Anderzijds kan de tekst ook functioneren als een aanvulling van de visuele boodschap, zoals bijvoorbeeld de dialoog in een film of de woordballonnen in een stripverhaal. Barthes noemt dit de «relayering». Ryall treft van beide functies voorbeelden aan bij de linguïstische boodschappen van het voetbalcommentaar. Relayering vooral in de constante stroom informatie over de spelers - lopend van de simpele identificatie tijdens de wedstrijd zelf tot het verstrekken van biografische gegevens als het beroep van de vader, van de speler. Verankering speelt volgens hem vooral bij het interpreteren en evalueren van de wedstrijd een rol. Een goede doelstelling die even goed verijld wordt door de doelverdediger kan bijvoorbeeld gedefinieerd worden als «een prachtig schot van Brenner» of als «een prachtige safe van Maric», afhankelijk van de nationaliteit van de commentator.

Daarbij komt nog dat het spel samengevat wordt door de commentator gedurende en na de wedstrijd, en die samenvatting kan een aanzienlijke invloed hebben op het oordeel van het televisiepubliek over de wedstrijd. Op die manier worden bepaalde incidenten voor het televisiepubliek geïnterpreteerd door de commentator, en wordt ook het algemene beeld van de wedstrijd voortdurend geïnterpreteerd en geherïnterpreteerd.

## De wedstrijd

De wedstrijd die Tom Ryall voor een gedetailleerde beschouwing heeft uitgezocht was de partij tussen Schotland en Joegoslavië tijdens de wereldkampioenschappen van 1974. Het was een sleutelwedstrijd voor de Schotten, zij moesten winnen wilden zij overgaan naar de finalegroep, hoewel een gelijkspel (het uiteindelijke resultaat) voldoende zou zijn als Zaire van Brazilië zou winnen.

De bredere context van de wedstrijd was van tevoren al vastgesteld door deskundigen op de televisie en in de pers. Die context bepaalt de verwachtingen van de teams, vestigt de aandacht op speciale spelers (in dit geval Oblak en Billy Brenner), en formuleert meer in het algemeen wat voor soort wedstrijd men kan verwachten. Het spel wordt dus al voor de kijker geïnterpreteerd voordat er een bal getrapt is.

De analyse van de wedstrijd heeft Ryall beperkt tot een kort fragment van  $\pm 5$  minuten: de openingsminuten. Nadat enige conclusies over de algemene prestatie stijl zijn getrokken, wordt nog eens een belangrijke episode van de wedstrijd geanalyseerd (het Joegoslavische doelpunt). De volgende afkortingen worden gebruikt:

NS (Normal Shot): het normale beeld door de primaire camera geleverd. Het primaire beeld.

CS (Close Shot): Close-ups vanuit ruwweg dezelfde hoek als het normale shot. Het secundaire beeld A.

GS (Goal Shot): het beeld vanachter het doel dat normaal voor de herhaling wordt gebruikt. Het secundaire beeld.

BS (Bank Shot): beelden van trainersbank en zijlijn van de daar opgestelde camera. Secundair beeld C.

## Fragment 1: Shot list

1) CS 30 sec. Middencirkel. Schotse spelers wachten op de aftrap.

2) NS 31 sec. Het spel gaat via de Joegoslavische rechtersvleugel. De bal wordt voorgetrokken, maar gaat achter, doeltrap.

3) CS 13 sec. De Joegoslavische keeper haalt de bal en neemt de doeltrap.

4) NS 10 sec. Bal komt neer op de Schotse helft, eindigend met een terugspeelbal naar de Schotse keeper.

5) CS 4 sec. Harvey wachtend met de bal.

6) NS 7 sec. Harvey naar Jardine naar Brenner.

7) CS 7 sec. Brenner lopend met de bal, alleen in beeld.

8) NS 10 sec. De bal wordt gepasseerd naar Lorimer, die op rechts doorbreekt maar neergehaald wordt.

9) CS 12 sec. Lorimer kronkelend op het veld na de overtreding.

10) NS 7 sec. Voorbereiding van de vrije trap.

11) CS 6 sec. De Joegoslavische «muur».

12) NS 23 sec. De vrije trap wordt genomen, en gaat via een verdediger uit. Schotse ingooi.

13) CS 4 sec. Brenner neemt de inworp.

14) NS 8 sec. Overtreding tegen Brenner.

15) CS 16 sec. Brenner kronkelend op het veld. De Schotse spelers maken zich klaar voor de vrije trap.

16) NS 100 sec. Heen en weer golvend spel, met twee onderbrekingen (vrije trap en inworp), eindigend met nog een overtreding tegen Brenner.

17) CS 7 sec. Brenner ligt op het veld na de overtreding.

18) NS 20 sec. Het strijdtoneel verplaatst zich naar de Joegoslavische linkervleugel, met een corner voor Schotland.

## Analyse

Afgezien van shot 1 constateert T. Ryall in het Duitse televisiewerk een vrij helder presentatiepatroon. De primaire camera geeft de normale kijk op het spel en de close shot wordt gewoonlijk alleen gebruikt als het spel dat rechtvaardigt. Als er een overtreding is (zoals in shot 8), krijgen we een close-up van de man tegen wie de overtreding is begaan. Evenzo krijgen we close shots van spelers die ingooien of vrije trappen nemen.

Er zijn echter ook afwijkingen van dat patroon. Als Buchman terugspeelt op de keeper (shot 4) dan komt de keeper in een close shot (shot 5). Dat was de algemene tendens gedurende de hele wedstrijd, elke keer als een keeper de bal weer in het spel



bracht werd hij in een close shot genomen. Ook werd Billy Brenner, de Schotse aanvoerder, in een close-up geïsoleerd toen hij voor het eerst een bal aanraakte (shot 7). Ryall beschouwt dit als een indicatie voor de rol van Brenner als «ster» in het Schotse team.

Het terugbrengen in het spel van de bal door de keeper heeft volgens hem het effect van het «breken» van het spel op een manier die lijkt op de arbitrale onderbrekingen. Dit betekent echter dat keepers bekender worden dan andere spelers, tenzij deze natuurlijk sterren als Brenner zijn en zo hun deel van de close shots krijgen, aldus Ryall.

Onderbrekingen worden niet altijd aangegeven door close shots. Shot 16 bijvoorbeeld, met 100 sec. de langste van het fragment, bevat twee onderbrekingen van het spel (inworp en vrije trap). Close shots werden gedurende deze onderbrekingen niet gebruikt, waarschijnlijk om een continuïteit in de presentatie aan te brengen, vergeleken met het verbrokkelde effect in de shots 2 - 15, dat toe te schrijven was aan de twee vrije trappen (shots 9 en 15) die naast de normale onderbrekingen nog close werden getoond. Tom Ryall vat dit op als een poging om een algemeen patroon van doorlopende shots te creëren, met als interpunctie de kortere close shots.

Hierdoor ontstaat een ritme van het spel, een ritme dat voortspuit uit de beeldovergangen van de televisie. Waarschijnlijk werd het specifieke gebruik van deze close shots, waar het spel eigenlijk om vroeg tijdens shot 16, overheerst door de behoefte om zo'n ritme te fabriceren, schrijft Ryall.

Tom Ryall geeft toe dat het door hem gesignaleerde algemene patroon ook in andere fragmenten werd aangehouden. Wanneer een reservespeler gaat warmlopen wordt op zich daartoe lenende momenten van het spel het normale shot onderbroken voor close-ups van deze reserve, die dus voor korte tijd een «ster»-behandeling krijgt. Verder kan men ook zien, dat vooral na een langdurige periode van het spel waarin geen aanleidingen voor close shots waren te vinden, het beeldritme wordt voortgezet, met als interpunctie een «willekeurig» close shot, meestal een sterspeler.

## Fragment 2 :

Het Joegoslavische doelpunt :

- 1) NS 18 sec. Joegoslavische aanval over de rechtervleugel, een voorzet en doelpunt van de ingevallen Karasi.
- 2) CS 8 sec. Karasi omringd door Joegoslavische spelers.
- 3) GS 17 sec. «Herhaling» van het doelpunt van achter het doel.
- 4) CS 4 sec. Karasi die hard naar de middenlijn terugloopt met de andere spelers.
- 5) CS 4 sec. Shot van de reactie van het publiek.
- 6) CS 6 sec. Karasi in de middencirkel klaar voor de aftrap.

## Analyse

Van het fragment van het Joegoslavische doelpunt maakt Tom Ryall de volgende analyse :

Het maken van een doelpunt geeft het produktieteam de grootste mogelijkheden voor een «creatieve» interventie. Het spel zelf is natuurlijk gestopt, maar het belang van de gebeurtenis dwingt het team om het drama uit te bouwen en te verlengen door een compositie te maken van de beschikbare beelden. Het openings-shot is een onderdeel van het normale spel continuum en als de bal tegen het net gaat, krijgen we een close shot van de goalgetter. Op verschillende momenten in de wedstrijd werd bij een goed schot op het doel de schutter geïsoleerd in een close shot, en de gelijksoortige behandeling na het maken van een doelpunt stemt met deze conventie overeen.

Een doelpunt echter, HET grootste dramatische moment van het spel, verdient een meer aparte en nadrukkelijke benadering. Shot 3, de herhaling, wordt ook gebruikt voor nearmissers, dus moet de beeldsequentie van normaal shot, close shot en herhaling nog verder worden uitgebreid bij een echt doelpunt, bijvoorbeeld door close ups van de vrolijke spelers en de reactie van het publiek. Shots 4, 5 en 6 die deze speciale reeks completeren, benadrukken het belang van de doelpuntenmaker en maken hem tot het middelpunt van de handeling.

Hoewel de herhaling een televisiekijker de mogelijkheid geeft om het doel-

punt vanuit een ander perspectief te bekijken, en dus informatie geeft functioneert dat shot tevens als introductie voor de volgende close shots van de doelpuntenmaker en levert het een «individualistische» interpretatie van het moment voor de toeschouwer.

## Conclusies

Tom Ryall zegt uit zijn analyses nauwelijks echte conclusies te kunnen trekken ten aanzien van een televisievoetbalstijl. Hij wil zijn analyse alleen gebruiken als een indicatie voor de patronen die de televisie voor voetbal gebruikt. Ten eerste werden de beschikbare perspectief-mogelijkheden en beeldtypes binnen een hiërarchie georganiseerd, met het normale shot als meest dominante instelling. Er blijkt een conventie te bestaan die resulteert in een televisie-ritme.

Daartoe wordt een continu verlopend spel voorzien van interpuncties in de vorm van close shots van vrije trappen, inworpen enz. Dit afwisselende ritme hangt in ieder geval gedeeltelijk af van het natuurlijke ritme van het spel, maar opgemerkt moet worden dat er gevallen zijn dat close shots als interpunctie worden gebruikt, terwijl het spel daartoe geen aanleiding geeft.

Een volgend studieproject zou volgens Ryall moeten bestaan uit een aantal vergelijkende analyses van verschillende produktieteams in verschillende landen, om te zien of een typologie van verschillende televisievoetbalstijlen ontwikkeld kan worden. De stijl van de door hem geanalyseerde wedstrijd noemt hij «realistisch» of «transparant» en lijkt hem eigen aan het Europese vasteland. De Britse TV gebruikt volgens hem een meer «personalistische» stijl. Het gebruik van close shots zou dan kunnen worden opgevat als «minder realistisch». Ze worden dan ook alleen als inlassen gebruikt en niet als alternatieve primaire beelden.

Het zou ongetwijfeld mogelijk zijn om de gehele wedstrijd in close up te laten zien, maar dat zou niet overeenkomen met wat de toeschouwers als een reële kijk op de wedstrijd beschouwen.

# feiten en meningen uit de media- wereld

J. SERVAES  
EN  
W. VAN DER BIESEN

Op 3 maart 1975 besliste E. Emaury, eigenaar van «LE PARISIEN LIBERE», 22 regionale edities van deze krant op te doeken. Dit zou het ontslag met zich brengen van 52 journalisten en 233 arbeiders. Onmiddellijk riepen de vakbonden tot staking op en gingen tot acties over: eerst een beperking van de oplage, daarna een publicatiestop, en tenslotte de bezetting van de twee drukkerijen van de «Parisien Libéré».

De directie van «Le Parisien Libéré» probeerde toch de uitgave van de krant te verzorgen. Aanvankelijk drukte men in België, maar daar werd door een vakbondsactie een einde aan gesteld. Vervolgens werd de krant gedrukt met behulp van niet-gesyndiceerde 'zwartwerkers'. De oplage van «Le Parisien Libéré» viel van 900.000 op 320.000 exemplaren terug.

De andere kranten hebben steeds hun solidariteit met de stakers betoond. Op 5 december 1976, na achttien maanden, heeft de rijkswacht dan op bevel van de justitie de bezetters uit de drukkerijen verdreven. Dit veroorzaakte heel wat deining. Van regeringszijde werd toen een bemiddelaar aangewezen die op 22 februari 1977 met zijn verslag (het rapport-Mottin) klaarkwam. De conclusies van dit rapport werden door de arbeiders met 82,48 % verworpen. De stakingsactie duurt voort.

In de zijlijn van dit conflict is EMILIEN AMAURY op 2 januari 1977 OVERLEDEN, nadat hij bij het paardrijden zwaar ten val was gekomen. Amaury die bekend stond om zijn autoritaire en conservatieve ingesteldheid, was naast «Le Parisien Libéré» ook eigenaar van het sportblad «L'Equipe», dat mede de Ronde van Frankrijk inricht, en het damesblad «Marie-France».

Op 17 november 1976 werd te Gent het BELGISCH ANIMATIEFILM CENTRUM (BAC) opgericht. Initiatiefnemer is Raoul Servais, zowat de enige internationaal gelauwerde Belgische animatiefilmer. Het BAC wil de Belgische, maar vooral de Vlaamse animatiefilmkunst zowel geestelijk als materieel propageren en stimuleren. Het wil de realisatie, de promotie en de distributie van animatiefilms met uitgesproken artistieke of experimentele eigenschappen coördineren. Ook wil het de Vlaamse animatiefilmkunst dichter bij het grote publiek brengen. Verder wil men tot een produktie-eenheid van animatiefilmers komen zoals die reeds in het Joegoslavische Zagreb en in Canada opgang maken. Het BAC huist in de Tweebruggenstraat, 13, te Gent.

Overeenkomstig het advies van de Nederlandse Omroepraad heeft de Minister van CRM, Van Doorn, de aanvraag van de VERONICA-OMROEPORGANISATIE (V.O.O.) om als C-omroep te worden toegelaten, afgewezen. Bij het onderzoek bleek nl. dat 54 % van de Veronicaleden geen omroepbijdrage betalen. Derhalve heeft Veronica ten minste 32.000 leden te weinig om als C-omroep erkend te worden (en meer zendtijd te krijgen). Wet-

telijk zijn hiervoor 100.000 leden vereist die óók de omroepbijdrage betalen. De V.O.O. heeft intussen reeds een nieuwe aanvraag ingediend.

Sinds 22 december 1976 wordt ook het eerste FRANSE TELEVISIEPROGRAMMA door de zender Rijsel in KLEUREN uitgezonden, zodat nu de drie Franse programma's op de Belgische TV-schermen in kleuren kunnen bekeken worden. Daar de uitzendingen volgens het Franse SECAM-systeem gebeuren, is de ontvangst in ons land afhankelijk van het toestel, van de antenne of van de goede wil van de diverse kabelmaatschappijen.

Op 29 december 1976 werd te Brussel het weekblad «SPECTATOR-NIEUW» voorgesteld. Een volledig nieuw blad is het niet geworden, want er werd heel wat overgenomen van de vroegere «Spectator», onder meer het produktie-apparaat, een groot deel van de effectieven, verschillende rubrieken, de naam, en hopelijk ook de lezers.

De redactionele ruimte werd echter uitgebreid en voortaan zal de nadruk vooral op het nieuwselement gelegd worden en minder op de opinies.

«Spectator» verscheen voor het eerst op 29 april 1962, geïntegreerd in het week-eindnummer van «De Nieuwe Gids» en «De Antwerpse Gids». Op 8 november 1971 verscheen dan het eerste nummer op magazineformaat. Spectator-Nieuw is een uitgave van N.V. Het Volk, R. Van Tongerlo is verantwoordelijk uitgever en W. Cabus hoofdredacteur.

Op 31 december 1976 ging MARIA ROSEELS, de gekende journaliste en filmrecensente van het dagblad «De Standaard», officieel met rust. Hoewel ze voor de krant nog regelmatig over films zal schrijven, heeft ze - na meer dan dertig jaar dienst - de redactie verlaten. Van haar zegt men dat «ze de Vlaamse filmkritiek op een hoger niveau heeft gebracht en dat ze de eerste was om voor de vrouw in de Vlaamse journalistiek een vooraanstaande plaats te veroveren.»

Sinds 1 januari 1977 kunnen de uitzendingen van de populaire gewestelijke radio-omroep BRT-2 in STEREO beluisterd worden. Tot dan toe werden alleen de programma's van het ernstige radionet BRT-3 in stereo uitgezonden.

De PRIJS van de TV-KRITIEK 1976 werd toegekend aan het nieuwsmagazine «Panorama», «ter wille van de hoge kwaliteit, de geïnspireerde presentatie en de vinnigheid waarmee de actualiteit kritisch wordt begeleid, zowel in de wekelijkse edities als in de grote enquêtes».



De **GOUDEN KLOKKE ROELAND** voor de radio ging naar producer Edwin Brys (BRT II, Omroep Antwerpen) «voor de indringende stijl van zijn radioprodukties» (o.a. «Het Oorbeest»).

De jaarlijkse **RADIO- en TV-OSCARS** gingen voor 1976 respectievelijk naar producer Tony Van Looy, de verantwoordelijke voor de jeugduitzendingen op de radio, en naar de natuur-cineast Marcel Verbruggen voor zijn TV-documentaire «Waar de Grienden grienen» van de BRT-reeks «Allemaal Beestjes».

De zestiende **BERT LEYSEN-PRISJ** voor Televisie (periode 1975-1976) werd toegekend aan Marcel Duchâteau voor het scenario en de regie van de TV-film «Een voetreis naar Rome» naar het gedicht van Bertus Aafjes.

De Brusselse «**UNIE van de FILMKRITIEK**» verkoos John Cassavetes' film «A woman under the influence» als de opmerkelijkste produktie van het jaar 1976. Een andere grote kanshebber en zelfs favoriet was «Marquise d'O» van Rohmer.

De **UITGEVERIJ ELSEVIER** heeft 85 % van het aandelenpakket van de **EDICOM-GROEP OPGEKOCHT**. Bij de Edicom-groep zijn aangesloten: de school- en kinderboekenuitgeverij G.B. van Goor in Den Haag, de uitgevers van de zgn. 'publieksboeken' uit Parijs en Den Haag, De Boekerij, W. Van Hoeve, A.D. Stock Zuid-Hollandse uitgeverij, De Verkenner en H. Meulenhof, alle in Baarn; een uitgeverij in Djakarta, de wetenschappelijke uitgeverij Mouton en Co in Den Haag en Mantau-Brussel. Verder telt de groep ook drie verkooporganisaties: Colibri in Den Haag, Multiboek in Ridderkerk en Librico in Schelle. In het totaal stelt Edicom een 300-tal mensen te werk. Er is ook een grafische sector met 200 werknemers, maar die wordt niet overgenomen. Deze vormt een aparte vennootschap waarin Edicom en Elsevier gedeeltelijk aan het aandelenkapitaal deelnemen. Met de vakbonden werd overeengekomen dat er de eerstvolgende drie jaren geen wijzigingen in het personeelsbestand zullen komen.

De **RECLAME-UITGAVEN** via gedrukte media, radio en televisie in Frankrijk stegen van 1,2 miljard FF in 1967 naar 3,9 miljard FF in 1976. Het aandeel van de pers in dit bedrag daalde van 75 naar 50 %. Dat van de radio bleef 24 % (met een tijdelijk dieptepunt van 19 % in de periode 1970-73) en dat van de TV steeg van 1 tot 26 %.

Uit een onderzoek in opdracht van het **NOS-bestuur** blijkt dat de **KIJKDICHTHEID** voor het **NOS-JOURNAAL**, zoals de Nederlandse televisie dat sinds 1 oktober 1975 op het scherm brengt, is gedaald, maar de informatieoverdracht is toegenomen. De kijkdichtheid voor de nieuwsuitzendingen daalde vanaf 1974 met 17 %, terwijl de kijkdichtheid voor de actualiteitenrubrieken van de verschillende omroepzuiden van 18 tot 25 % steeg. Anderzijds nam de rol van het journaal als eerste informatiebron toe en wisten aanzienlijk meer mensen (64 tegen 56 %) de informatievragen na journaaluitzendingen goed te beantwoorden.

De zestiende **PERSPRIJS «FRANS THEELEN»** werd op 26 januari 1977 uitgereikt aan Mevrouw Astrid Mikolajczak-Timmerman, studente aan de sectie journalistiek en sociale communicatie van de U.L.B. Haar bekoonde studie heeft als titel: «Le Statut juridique du Journalisme professionnel dans la Presse écrite en France».

Uit een onlangs gehouden enquête over het **RADIO-LUISTEREN IN VLAANDEREN** is gebleken dat slechts 57 % van de Vlamingen dagelijks naar de radio luisteren. Van deze 57 % luistert 80 % naar één van de drie BRT-ketens. Grosso modo is dat amper de helft van Vlaanderen.

De voormalige Amerikaanse Staatssecretaris (voor Buitenlandse Zaken), **HENRY KISSINGER**, is nu journalist geworden en zal voortaan een «column» schrijven die in ruim vierhonderd kranten zal verschijnen. Per artikel zal hij hiervoor meer dan twee miljoen Fr. ontvangen. Ondertussen zal hij ook zijn gedenkschriften schrijven. De New Yorkse uitgeverij Little Brown, die de publikatierchten heeft verkregen, betaalde Kissinger een... voorschot van 1,2 miljoen dollar (vijftig miljoen Fr.). Kissinger zou tevens directeur worden van het Amerikaanse radio- en TV-station CBS (Columbia Broadcasting Station). Hier zou z'n jaarsalaris één miljoen dollar bedragen (37 miljoen Fr.). Als staatssecretaris ontving hij jaarlijks 60.000 dollar (2,2 miljoen Fr.).

Sinds februari verschijnt in West-Duitsland een **NIEUW FEMINISTISCH MAANDBLAD**. De naam «Emma» verwijst naar de heldin uit een roman van Jane Austen en is tevens een woordspeling op emancipatie. Uitgeefster is de feministische Alice Schwarzer, die in 1975 in Duitsland bekendheid verwierf met haar boek «Der kleine Unterschied und seine grossen Folgen», waarin zij de seksuele dominantie van de man bekritiseert. Dit blad 'voor vrouwen door vrouwen' ging van start met een kapitaal van 300.000 DM, dat door Schwarzer en haar team van

drie redactrices werd bijeen gebracht. Het eerste nummer van «Emma» verscheen op 200.000 exemplaren die na twee weken reeds uitverkocht waren. Het tweede nummer werd meteen op 300.000 exemplaren gedrukt. In eigen land voert «Emma» concurrentie met het Berlijnse vrouwenblad «Courage», dat op 55.000 exemplaren verspreid wordt.

Volgens het Franse filmvakblad «Le film français» gingen in 1976 10.330.000 Fransen, d.w.z. 5,87 % van het totaal aantal filmbezoekers, naar **PORNOFILM**. Parijs neemt daarvan 4.731.000 bezoekers of 45,8 % van het totaal voor zijn rekening. De eigen pornoprodukties genieten de voorkeur, want zij werden door 5.956.000 Fransen bekeken. De Amerikaanse porno kon 32 % van de kijklustigen lokken.

De **BELG** geeft per jaar ongeveer 912 fr. uit aan boeken. Daarmee is hij de **BESTE BOEKKOPER VAN DE EEG**, voor de Nederlander (896 fr) en de Fransman (488 fr). De 225 Belgische uitgevers brachten in 1975 5848 nieuwe titels op de markt, waarvan 52 % in het Nederlands en 42 % in het Frans. 62 % van de Belgische boekenproduktie wordt uitgevoerd: 37 % naar Frankrijk en 32 % naar Nederland. Het jeugdboek en het stripverhaal vormen samen 39 % van de totale boekenproduktie.

In de **USSR** is een **NIEUW PROCEDURE** uitgewerkt voor het **OPNEMEN VAN TEKENFILMS**. Een deel van het werk van de tekenaar is overgenomen door een elektronische rekenmachine waarin de begin- en eindfase zijn gestopt van iedere beweging der figuren van de film. De machine berekent zelf alle tussenliggende fases van de tekening en deze worden meteen geprojecteerd op een scherm en op filmband opgenomen. Voor het vervaardigen van 2000 tekeningen - bijna twee maanden werk voor enkele makers van tekenfilms - had de computer slechts vier uur nodig.

Uit protest tegen de krisispolitiek van de regering en tegen het Egmontplan beslisten de vakcentrales van **ABVV** en **ACV** die het personeel uit de grafische sector vertegenwoordigen, op 10 en 11 maart 1977 deel te nemen aan de **BEURTSTAKINGEN VAN HET GEMEENSCHAPPELIJK VAKBONDSFRONT**. De vakbonden (ABVV-boek en papier, BBTK sector pers, de christelijke centrale van boek en papier, en de CSC-RTB) verklaarden dat hun actie niet gericht was tegen de geschreven pers, maar tegen de sociale afbraakpolitiek van de regering, de toenemende fiscale druk op de arbeiders, de weigering tot vermindering van de arbeidsduur tot 36 uren en het uitblijven van een collectieve overeenkomst in de openbare diensten.



Door de val van de regering werden de vakbondsacties opgeschort. Het verenigd Syndicaat van Boek en Papier in Brussel handhaafde echter zijn stakingsparool. Daardoor zijn «Le Soir», «La Dernière Heure», «L'Echo de la Bourse», «Les Sports», «La Libre Belgique» en «Le Rappel» niet verschenen, en werden in andere bedrijven schokstakingen gehouden. Uit solidariteit werden de uitzendingen van de RTB op 10 maart onderbroken. Er werd alleen een kort radiobulletin en een televisiejournaal zonder beelden uitgezonden.

De Australische uitgever RUPERT MURDOCH heeft op korte tijd het enige New Yorkse avondblad «The New York Post», de vrijetijdsmagazines «New York Magazine» en «New West Magazine» en het als cultuurkritisch bekend staande weekblad «Village Voice» aan zijn «News International Ltd.»-persconcern toegevoegd. Daarmee is hij eigenaar geworden van 87 dagbladen, 11 tijdschriften en 7 omroepstations, gespreid over Australië, Engeland en de USA. De «News International Ltd.» kende in 1975 een omzet van 118 miljoen pond en een winst van 13,5 miljoen pond. Men verwacht dat de omzet in 1976 nog is toegenomen. Kenmerkend voor Murdochs redactiebeleid is dat zijn bladen onder zijn leiding afzakken tot een 'sensatie'-niveau.

Deze sensationele aankoop was slechts één van de vele en lang niet de grootste van de tot dusver zelfstandige KRANTEN EN TIJDSCHRIFTEN IN DE USA. Het aandeel van de zelfstandige dagbladen is op 5 jaar gezakt van 50 % tot bijna 40 %. De vier grootste krantenketens (NEWHOUSE, KNIGHT-RIDDER, TRIBUNE CO en GANNET) controleren samen 20 % van de totale Amerikaanse dagbladoplage.

Op een vraag in de Cultuurraad over de TOELAGEN VOOR VLAAMSE FILMS werd geantwoord dat in 1973 voor 25.749.612 fr., in 1974 voor 28.799.677 fr. en in 1975 voor 17.311.487 fr. aan subsidies werden uitgedeeld. Hiervoor kwamen in 1973 7, en in 1974 9 en in 1975 15 films in aanmerking. De grootste toelagen werden verstrekt aan «De Loteling» (R. Verhavert), «De Goden moeten hun getal hebben» (J. Jacobs), «Pallierter» (R. Verhavert), «Het lege huis» (H. Van der Heyden), «Musica» (H. Van der Horst), «De Verbrande Brug» (G. Henderickx) en «In Kluis» (J. Gruyaert).

Op 17 maart werd door de Franse journalistenvakbond CGT een KLACHT ingediend tegen X WEGENS INBREUKEN TEGEN DE VERODENING OVER DE PERS VAN 26 AUGUSTUS 1944. Deze wet bepaalt dat éénzelfde persoon niet van meerdere kranten tegelijk eigenaar mag zijn. Algemeen is geweten dat deze aanklacht vooral gericht is tegen «de omstandigheden waarin de groep Hersant verschillende publikaties, waaronder Le Figaro en

France-Soir, leidt en controleert». Zie ook 'communicatie', jg. 6, nr. 3-4, p. 14)

Op 14 maart werd het eerste nummer van de 20ste jaargang van «ONS ERFDEEL» voorgesteld. Het tijdschrift, dat thans een oplage van 15.000 exemplaren telt, houdt zich vooral bezig met de Vlaamse ontvoeringsstrijd en met het cultureel-integratiestreven tussen de Nederlandstaligen. Hierbij stuurt het aan op een intense culturele samenwerking tussen Nederland en Vlaanderen, op een werkelijke offensieve culturele politiek in de grensgebieden en op een eigen creatief cultuurbeleid voor het buitenland. De stichter, hoofdredacteur en grote bezieler van «ONS ERFDEEL» is Jozef Deleu. De «Stichting Ons Erfdeel» geeft naast dit tijdschrift ook nog een Franstalige editie «Septentrion, revue de culture néerlandaise» uit en het tweetalige jaarboek «De Franse Nederlanden/Les Pays-Bas Français».

In opdracht van de Amerikaanse uitgeverij «Media General» werd een ONDERZOEK NAAR HET KRANTENLEZEN gedaan. Hieruit blijkt o.a. dat mannen ongeveer 20 % van de krant lezen, vrouwen iets minder. Toch beweren de meesten veel meer te lezen dan ze in werkelijkheid doen. Jonge mensen nemen de krant even vaak ter hand als ouderen, maar ze lezen iets minder van de inhoud (ongeveer één-zesde). Vrouwen worden minder dan mannen beïnvloed door dingen als grootte van koppen, tekstlengte en foto's. Voor hen speelt het onderwerp een belangrijker rol. Verder heeft de plaatsing van een verhaal op linker- of rechterpagina weinig invloed op het leesgedrag. Voor nieuwsberichten speelt de lay-out wel een rol: de plaatsing naast een grote advertentie die zich richt tot mannen, brengt met zich dat het bericht veel door mannen en minder door vrouwen wordt gelezen.

Op 16 maart heeft de stichter en uitgever van het Franse weekblad «L'EXPRESS», Jean-Jacques Servan-Schreiber, 45 % van zijn aandelen verkocht aan de Britse financier Jimmy Goldsmith (Agrifurane), die ook het Londens dagblad «Daily Express» bezit. Met de opbrengst van de verkoop, 31 miljoen Fr., wil JJSS nu een nieuwe economische krant oprichten.

Als voorzitter van de nieuwe raad van bestuur van de persgroep Express werd Emilie Servan-Schreiber, de moeder van Jean-Jacques, gekozen. Deze laatste heeft zijn voorzitterschap opgegeven na langdurige wrijvingen met zijn eigen redactie. Vicevoorzitter werd Goldsmith. De oplage van «L'Express» bedraagt 500.000 exemplaren.

Een Britse regeringscommissie, genoemd naar haar voorzitter, Lord Annan, heeft

na twee jaar studeren op 28 maart 1977 een omvangrijk RAPPORT OVER HET OMROEPWEZEN gepubliceerd. De voornaamste conclusie is dat de hegemonie van de BBC en de commerciële ITV dient te worden doorbroken. Een vierde televisiekanaal dient volgens de commissie aan een nieuw te creëren organisatie in beheer te worden gegeven. Dit vierde kanaal moet open staan voor educatieve organisaties zoals de Open Universiteit, het kan programma's van de BBC en de onafhankelijke televisie kopen en het kan free-lancers inschakelen.

Ook adviseert de commissie om de ongeveer 40 lokale radiostations te onttrekken aan BBC en ITV en ze onder te brengen in een nieuwe organisatie. Verder wil de commissie de installatie van een publieke omroepraad die elke zeven jaar een hearing houdt over het functioneren van het hele systeem.

Tegen dit rapport werd reeds geprotesteerd door de Conservatieve Partij omdat zij meent dat het vierde kanaal aan de commerciële ITV moet worden toevertrouwd.

Na de «Evening Sun», de «Mirror», de «World telegram», de «Journal American» en de «Herald Tribune» is nu ook de «LONG ISLAND PRESS», lid van de Newhouse Group, uit de NEW-YORKSE DAGBLADWERELD verdwenen. Deze 156-jarige krant met een weekoplage van 260.000 exemplaren zag op 5 jaar tijd 100.000 abonnees wegtrekken naar haar concurrenten («The New York Times», de «Daily News», de «New York Post» en «Newsday»). Als verdere oorzaken voor het verdwijnen worden genoemd: de uitwijking uit de stad van de middenklasse, de geslonken advertentie-inkomsten en gestegen kosten, gekoppeld aan de nationale economische crisis. Ongeveer 700 mensen komen zonder werk te zitten.

Op 28 maart 1977 werd in Hollywood de OSCAR voor de beste film 1976 toegekend aan «Rocky», het verhaal van een bokskampioen. Deze film, met in de hoofdrol de volslagen onbekende Sylvester Stallone, kreeg ook de Oscars voor de beste regie (John Avildsen) en de beste montage (Richard Halsey en Scott Conrad). De Oscar voor de beste acteursprestatie van 1976 is postuum verleend aan de Brit Peter Finch, voor zijn rol van televisie-nieuwslezer in «Network». De televisieproducer in «Network», Faye Dunaway, kreeg de oscar voor de beste vrouwelijke hoofdrol. Daarnaast kreeg «Network» nog de Oscars voor de beste vrouwelijke bijrol (Beatrice Straight) en het beste oorspronkelijke draaiboek (Paddy Chayevsky).

«All the President's Men», de film over het Watergateafluisterschandaal, werd onderscheiden met de Oscars voor de beste mannelijke bijrol (Jason Robards), de beste artistieke leiding, de beste geluidswegare en het beste scenario voor een verfilmde boek (William Goldman).

De film «In the region of ice» van André Gutfreund en Peter Werner, kreeg de prijs voor de beste korte film. De Oscar voor het origineelste draaiboek is gegaan naar «The Omen» met Gregory Peck. «Ivoirienne de Cinéma» uit Ivoorkust werd de beste buitenlandse produktie. De beste documentaire werd Barbara Kopple's «Harland County USA», over de strijd van mijnwerkers in een dorpje in Kentucky die opkomen voor het recht op vakvereniging. Haskell Wexler's fotografie in «Bound for Glory», het leven van Woody Guthrie, was ook goed voor een Oscar; evenals

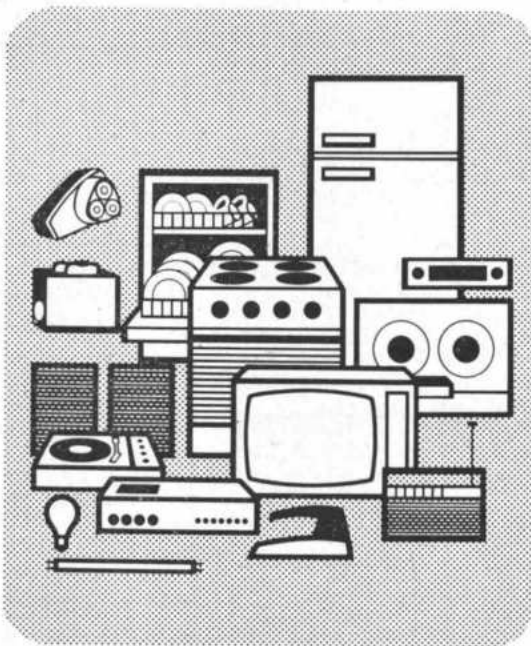
Barbara Streisand en Paul Williams met hun song «A star is born». Tenslotte kreeg Danilo Donati de Oscar voor de kostumering in Fellini's «Casanova».

loze feuilletons à la «Peyton Place») uitgezonden.

Op de Britse commerciële TV-zender ITV is men gestart met een experimenteel ochtendprogramma voor huisvrouwen, «Good Morning Television». Naast regionaal en nationaal nieuws, weer- en wegberichten, en een persoverzicht worden vooral soap opera's (zeemzoete en einde-

In 1976 is het BIOSCOOPBEZOEK in de Verenigde Staten met 9 0/0 verminderd tegenover het jaar voordien. Van de distributiemaatschappijen noteerde Warner Bros de hoogste ontvangsten, nl. 18 0/0. Bij de films bracht «One flew over the cuckoo's nest» het meeste dollars in de kassa, nl. 85 miljoen, gevolgd door «The Omen» met 26,7 miljoen dollar.

(ADVERTENTIE)



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

**PHILIPS**

H14



# uit de tijdschriften

De redactie heeft gemeend de rubriek «Uit de Tijdschriften» te moeten uitbreiden met enkele nieuwe en/of belangrijke periodieken. Anderzijds worden enkele minder relevante tijdschriften niet meer opgenomen in deze rubriek.

De nieuwe tijdschriften die vanaf deze jaargang worden opgenomen zijn: «Communication Research», «Journal of Communication», «Journal of Broadcasting», «Quarterly Journal of Speech», «Critical Inquiry» (alle Verenigde Staten), «Communications» (Internationale Zeitschrift für Kommunikationsforschung), «Fernsehen und Bildung» (allebei Duitsland), «Screen» / «Screen Education» (Groot-Brittannië) en «Presse Actualité» (Frankrijk).

## JOURNALISM QUARTERLY

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

Vol. 53, nr. 4, winter 1976.

Harry W. STONECIPHER and Robert TRAGER, *The Impact of Gertz on the Law of Libel*, 609.

Richard R. MARTIN, John T. MCNELLY and Fausto IZCARAY, *Is Media Exposure Unidimensional? A Socioeconomic Approach*, 619.

Michael B. HESSE, *A Coorientation Study of Wisconsin State Senators*, 626.

Michael RYAN and Dorothea OWEN, *A Content Analysis of Metropolitan Newspaper Coverage of Social Issues*, 634.

Susan H. MILLER, *Changes in Women's Lifestyle Sections*, 641.

Stuart W. SHOWALTER, *American Magazine Coverage of Objectors to the Vietnam War*, 648.

C. Anthony GIFFARD, *South African Attitudes Toward News Media*, 653.

Marvin ALISKY, *Government-Press Relations in Peru*, 661.

Sam G. RILEY, *The Cherokee Phoenix: The Short Unhappy Life of the First American Indian Newspaper*, 666.

Michael W. SINGLETARY, *The New Editorial Voice for Andrew Jackson: Happenstance or Plan?*, 672.

Marilyn A. LASHNER, *Privacy and the Public's Right to Know*, 679.

Paul W. JOHNSON, *The Journalist as Diplomat: E.J. Dillon and the Portsmouth Peace Conference*, 689.

Alan K.O. TAN, *Public Media Use and Preference for Obtaining Weather Information*, 694.

Malcolm B. PARSONS, *A Political Profile of Newspaper Editors*, 700.

Edgar CRANE, Michael S. PARKS and James HAEFNER, *Comparison of Retail Store Images Based on Shopping and Ad Exposure*, 716.

Craig H. GRAU, *What Publications Are Most Frequently Quoted in the Congressional Record*, 716

John DIMMICK, *Family Communication and TV Program Choice*, 720.

Chan Ying KWONG and Kenneth STARCK, *The New York Times' Stance on Nixon and Public Opinion*, 723.

Walter GANTZ, Sarah TRENHOLM and Mark PITTMAN, *The Impact of Salience and Altruism on Diffusion of News*, 727.

Andrew K. SEMMEL, *Foreign News in Four U.S. Elite Dailies: Some Comparisons*, 732.

J.W. CLICK and Guido H. STEMPEL III, *Reader Response to Front Pages with Four-Color Halftones*, 736.

Thomas A. BOWERS, *'Precision Journalism' in North Carolina in the 1800s*, 736.

John R. BITTNER and G. Wayne SHAMO, *Readability of the 'Mini Page'*, 740.

David G. SCHMELING and C. Edward WOTRING, *Agenda-Setting Effects of Drug Abuse Public Service Ads*, 743.

## 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 4, Oktober-december 1976.

Reinhart RICKER, *Kommunikationspolitisch relevante Urteile des Bundesverfassungsgerichtes seit 1967* 411.

Ulrich LOHMANN, *Die Berichterstattung der Tagespresse über die «Materialien zum Bericht zur Lage der Nation» 1972 und 1974*, 435.

Horst-Dieter TOPP, *Die Presse der Volksrepublik Albanien*, 445.

Willi ANDERAU, *Untersuchung der Bildinformation bei Fernseh-Wahlsendungen. Inhaltsanalyse der Werbefilme der schweizerischen politischen Parteien anlässlich der Nationalratswahlen 1971*, 460.

## GAZETTE

International journal for mass communication studies.

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

Vol. XXIII, nr. 1, 1977.

E.Z.R. COHEN, *A short history of Gazette, International Journal for Mass Communication Studies*, 3.

B. STOPPELMAN, *The Dutch magazine market. A description*, 5.

Roland E. WOLSELEY, *The role of magazines in the U.S.A.*, 20.

Nadine TOUSSAINT, *The economic situation of the periodical press in France*, 27.

Ernst BOLLINGER, *The periodical press in Switzerland. Changing outlooks*, 37.

Robert E. KENYON Jr., *U.S. periodicals are healthy, wealthy, and wise*, 43.

Manfred KNOCHE and Axel ZERDICK, *The economic situation of the daily press in West Germany*, 50.

## COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven door: Department of Journalism, University of Michigan.

Vol. 4, nr. 1, januari 1977.

Jack M. McLEOD, Jane D. BROWN, Lee B. BECKER, Dean A. ZIEMKE, *Decline and Fall at the White House: A Longitudinal Analysis of Communication Effects*, 3.

Dennis K. DAVIS, *Assessing the Role of Mass Communication in Social Processes: A Comment on «Decline and Fall at the White House»*, 23.

Jack M. McLEOD, Jane D. BROWN, Lee B. BECKER, Dean A. ZIEMKE, *Decline and Fall at the White House: A Rejoinder to Professor Davis*, 35.

Timothy R. HAIGHT, Richard A. BRODY, *The Mass Media and Presidential Popularity: Presidential Broadcasting and News in the Nixon Administration*, 41.

Robert KRULL, James H. WATT, Jr. *Entropy and Structure: Two Measures of Complexity in Television Programs*, 61.

Larry D. MILLER, *Dyadic Perception of Communicator Style: Replication and Confirmation*, 87.

Robert L. STEVENSON, *Studying Communications Across Cultures*, 113

---

## PRESSE ACTUALITE

Uitgegeven door: Bayard - Presse, 5, rue Bayard, 75380 Paris

Nr. 115, januari 1977

Jules GRITTI, *Miroir de la presse: la mort de Gabin et Malraux*, 12-19.

Claude-Jean BERTRAND, *Le néo-journalisme américain*, 20-31.

Odille NAUDIN, *La presse des adolescents*, 32-39.

Jean-Marie VAN BOL, *Où en est la presse belge*, 40-45.

Daniel BAYLON, *Le «Reader's Digest»: de 1955 à nos jours*, 46-57.

Christian GENICOT, *Rencontre avec Pierre Bellemare*, 58-62.

Nr. 116, februari 1977

René PUCHEU, *De 1976 à 1977: la bipolarisation*, 12-18.

Jean C. TEXIER, *L'héritage d'Emilion Amaury*, 19-21.

Paul HELLEME, *Le PS et la presse*, 22-33.

Dominique Allan MICHAUD, *Vers une nouvelle génération de magazines féminins*, 34-37.

Jacques CHAREYRE, *La SOFIRAD (Société financière de radio-diffusion)*, 38-45.

Anne GAYET, *Les relations publiques dans les entreprises*.

Rogue FARAONE, *Les média en Amérique latine*, 50-57.

Pierre-Yves LE PRIOL, *La presse d'Afrique francophone*, 58-61.

Nr. 117, maart 1977

Jean-Marie DUPONT, *Le Syndicat du Livre*, 10-17.

Michel LASSERRE, *Troyes 1976: le rapt de Philippe Bertrand*, 18-27.

René PUCHEU, *Troyes 1977: les deux procès*, 28-41.

Jacques BUISSON, *La télévision française: après le démantèlement: la privatisation?*, 42-47.

Dominique GERBAUD, *La presse municipale*, 48-62.

---

## RUNDFUNK UND FERNSEHEN

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

Jg. 24, nr. 4, 1976.

Hans Mathias KEPPLINGER, Inge VOHL, *Professionalisierung des Journalismus? Theoretische Probleme und empirische Befunde*, 309.

Siegfried WEISCHENBERG, *Funktionshierarchie und Auto-Stereotyp von Kommunikatoren. Beispiel Rundfunk-Sportjournalisten: Unterhalter fühlen sich nicht anerkannt*, 334.

Holger RUST, *Wissenschaftliche Theorien und die Praxis der Massenkommunikation*, 335.

Manfred RUHL, *Vom Gegenstand der Inhaltsanalyse. Einige Anmerkungen zu traditionellen Denkprämissen*, 367.

Karsten RENCKSTORF, *Zur Wirkung von Darstellungsformen in Fernsehnachrichten*, 379.

Peter STROMBERGER, *Leserbriefe als Feedback? Kurzbericht über eine Pilot-Studie*, 385.

Claus EURICH, Frauke HOBERMANN, Siegfried WEISCHENBERG, *Journalistik in Dortmund. Vorbereitung und Start eines Modellversuchs*, 393.

Ansgar DILLER, *Rundfunkakten im Archiv der Oberpostdirektion München*, 395.

---

## ETUDES DE RADIO-TELEVISION

Uitgegeven door: Bureau d'Etudes de la R.T.B., Cité Reyers, 1040 Bruxelles

Nr. 21, juni 1976

La participation - Congrès de la CIRCOM, 5.

Peter LEWIS, *Le Canal de Bristol*, 9.

Michael BARRET, *L'expérience de Swindon*, 15.

Olivier FOUGERES, *L'Office National du Film Canadien*, 21.

Roger TETREAULT, *Radio Québec*, 27.

René THIERRY, *Qui de droit?*, 37.

Annette SUFFERT, *Les expériences du Service de la recherche de l'ORTF*, 41.

*Quelques extraits du débat final*, 47.

Robin SCOTT, *Une première porte ouverte à la BBC TV*, 59.

Jacqueline SAROLEA, *Radio Porte Ouverte*, 67.

Wilbur LEGUEBE et Jean-François BAS-TIN, *Le principe «d'Entrée Libre»*, 95.

Gilbert PERRIN, *Le jeu Vidéo-Pulsars*, 111.

Gabriel THOVERON, *Video ergo sum*, 145.

Holde LHOEST, *Sésame, Ouvre-toi*, 163. *Quelques publications récentes*, 173.

Axel GRYSPEERDT, *La formation économique et sociale*, 177.

Jacqueline THOVERON, *La télévision éducative et la recherche*, 193.

X, *Quelques publications belges récentes*, 199.

X, *Sommaire des Etudes de Radio-télévision n° 11 à 20*, 205.

Nr. 22, januari 1977.

Hansjörg BESSLER, *Enquête d'opinion sur les émissions culturelles pour les minorités*, 17.

Luk BOONE, *La sélection des informations à la B.R.T.*, 31.

*Elections de 1974 et média en Belgique*, 49.

Gabriel THOVERON, *Qui suit la campagne et pourquoi?*, 51.

Claude GEERTS, *Elections et moyens de communication*, 81.

A.W. BATES, *L'efficacité de la radiotélévision éducative en Europe Occidentale*, 103.

Roselyne BOUILLIN-DARTEVELLE, *Les adolescents face aux média*, 125.

Annette SUFFERT - Georges MEYER, *La télévision en France: autonomie, concurrence et service public*, 151.

Claude GEERTS, *L'enquête permanente sur les programmes*, 175.

Holde LHOEST, *Radio 80 - Quelques perspectives*, 205.

Jean-Louis Janssens, *Les autoportraits télévisés de plusieurs villes belges*, 239.

X, *Travaux de fin d'étude réalisés dans les Universités*, 257.

---

## FILM EN TELEVISIE

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

Nr. 235, december 1976

Jean-Pierre WAUTERS, *Kurt Gloor*, 4-6.

Ronnie PEDE, *Film en Jeugd*, 8-12.

Jules SEGERS, *Mannheim '76*, 13-15.

Karel DEBURCHGRAVE en Jo DAEMS, *Rademakers/Max Havelaar*, 16-18.

Jean-Pierre WAUTERS, *Buurtbioskopen*, 20-21.

Francis BOLEN en Jean-Pierre WAUTERS, *De Belgische Kinema: Verdere pogingen van 1935 tot 1940*, 22-24.

Gaston WEEMAES, *Words and Music*, 29-31.

Marc HOLTHOF, *Bob Rafelson/Stay Hungry*, 32-33.

Nr. 236, januari 1977

Jean-Pierre WAUTERS, Leo MEES en Marc HOLTHOF, *De Vlaamse film*, 4-10.

Marc HOLTHOF, *Brian de Palma's obsessie: voyeurisme*, 12-16.

Jos BURVENICH, *Vicenti/L'innocente*, 18-19.

Jules SEGERS, *Lakhdar-Hamina: Chronique des années de braise*, 20-22.

N.N., *Jaarrepertorium*, 76, 23-29.

Gaston WEEMAES, *Jean Gabin: een halve eeuw Franse Cinema*, 34-36.



Ronnie PEDE, *Film zien in 76 (en 77 ?)*, 4.  
N.N., *The Best Ten 1976*, 5-8.  
Gaston WEEMAES, *Overleden in 1976*, 9-11.  
Daniel VAN AVERMAET en Leo MEES, *King Kong 1933 en 1976*, 12-25.  
Ivo NELISSEN, *Film als synteze (1)*, 26-27.

Nr. 238, maart 1977.

Jean-Pierre WAUTERS, *Thyl Ulenspiegel*, 4-5.  
Jules SEGERS, *Cria Cuervos*, 6-7.  
Marc HOLTHOF en Ronnie PEDE, *Carrie & Brian de Palma*, 8-10.  
Ronnie PEDE, *Hollywood en Blacklisting*, 12-27.  
Ronnie PEDE, *The Front*, 28.  
Ivo NELISSEN, *Film als synteze (2)*, 30-31.  
Gaston WEEMAES, *Henri-Georges Clouzot*, 32-33.

## SIGHT AND SOUND

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

Vol. 46, nr. 1, winter 1976-1977

Jonathan ROSENBAUM, *Regrouping: Reflections on the Edinburgh Festival 1976 2*.  
David Thomson, *All Along the River*, 9  
Paul MARETH, *Public Visions, Private Voices: America's Public Broadcasting Service*, 14.  
Rui NOGUEIRA, Tom MILNE, *Burel and Bresson*, 18.  
Ken MOSKOWITZ, *Clockwork Violence*, 22.  
Gideon BACHMANN, *Films in Australia*, 32.  
John Russell TAYLOR, *Beyond the Taste Barrier*, 37.  
Ross CARE, *Cinesymphony: Music and Animation at the Disney Studio, 1928-42*, 40.  
Elizabeth Grottle STREBEL, *Primitive Propaganda: the Boer War Films*, 45.  
Allan T. SUTHERLAND, *The Yorkshire Pioneers*, 48.  
Gilbert ADAIR, *Wilder Bewildered*, 52.

Vol. 46, nr. 2, lente 1977.

Jonathan LEWIS, *Before Hindsight*, 68.  
David ROBINSON, *Violence*, 74.  
David OVERBEY, *Chabrol's Game of Mirrors*, 78.  
Robert Phillip KOLKER, *The Open Texts of Nicolas Roeg*, 82.  
Charles W. SMITH, *The Two-Eyed Film Comes Back*, 88.  
Dan YAKIR, *Interview with André Delvaux*, 90.  
Tom MILNE, *Indian Gambits*, 94.  
John McGRATH, *TV Drama: the case against naturalism*, 100.  
Graham WADE, *Local Cable Television: alternative or dead end?*, 106.  
Richard COMBS, *Primal Scream: an interview with Steven Spielberg*, 111.  
David THOMSON, *Lang's Ministry* 114.

## CAHIERS DU CINEMA

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

Nr. 271, november 1976

Gilles DELEUZE, *Trois questions sur six fois deux*, 5-12.  
Jean NARBONI, *Le hors-cadre décide de tout*, 14-21.  
Pascal BONITZER, *Les machines e(x)tatiques*, 22-25.  
Jacques AUMONT, *Un rêve soviétique*, 26-44.

Nr. 272, december 1976

Jean-Paul FARGIER, *Histoires*, 5-18.  
Alain BERGALA, *Photographies 4, Le miroir à bascule*, 19-25.  
Louis MARCORELLES, *Rencontre avec E-mile de Antonio*, 35-42.

Nr. 273, januari-februari 1977

Pascal BONITZER, *Voici (La notion de plan et le sujet du cinéma)*, 5-18.  
Danièle DUBROUX, *L'être-ange*, 19-29.  
Nathalie HEINIC, *Notes sur l'hyperréalisme*, 30-32.  
Pierre ROTTENBERG, *Sur une femme influence*, 35-36.  
Serge LE PERON e.a., *Alain Tanner*, 37-50.  
Serge TOUBIANA, *Le signe et le singe (King-Kong)*, 51-54.

Nr. 274, maart 1977

Christian METZ, *L'incandescence et le code*, blz. 5-22.  
Jean-Loup RIVIERE, *La race qua (M. Klein)*, 23-32.  
Serge DANAY, *Un ours en plus (Dersou Uzala)*, 33-40.  
Danièle DUBROUX, *La lumière et l'ombre*, 41-44.  
Pierre BAUDRY, *Economiques sur les media, Remarques sur la télévision, la radio et le cinéma 1*, 48-54.

## CRITICAL INQUIRY

Uitgegeven door: The University of Chicago Press,  
5801 S. Ellis Ave.  
Chicago, Illinois 60637

Vol. 3, nr. 1, herfst 1976.

ARTISTS ON ART  
Josephine MILES, *Values in Language; or, Where Have Goodness, Truth, and Beauty Gone?*, 1.  
Carol and Richard OHMANN, *Reviewers, Critics, and The Catcher in the Rye*, 15.  
John HOLLOWAY, *Supposition and Supersession: A Model of Analysis for Narrative Structure*, 39.

J. Hillis MILLER, *Ariadne's Thread: Repetition and the Narrative Line*, 57.  
Jean RICARDOU, *Composition Discomposed*, 79.  
Philipp FEHL, *Turner's Classicism and the Problem of Periodization in the History of Art*, 93.  
Ralph W. RADER, *The Dramatic Monologue and Related Lyric Forms*, 131.  
Albert William LEVI, *De Interpretatione: Cognition and Context in the History of Ideas*, 153.  
CRITICAL RESPONSE  
I. Douglas BUSH, *Professor Fish on the Milton Variorum*, 179.  
II. Steven MAILLOUX, *Stanley Fish's «Interpreting the Variorum»: Advance or Retreat?*, 183.  
III. Stanley E. FISH, *Interpreting «Interpreting the Variorum»*, 191.  
IV. *Editorial Notes*, 197.

Vol. 3, nr. 2, winter 1976

Geoffrey HARTMAN, *Literary Criticism and Its Discontents*, 203.  
Norman N. HOLLAND, *Literary Interpretation and Three Phases of Psychoanalysis*, 221.  
Dore ASHTON, *No More than an Accident?* 235.  
Leo TREITLER, *Wozzeck and the Apocalypse: An Essay in Historical Criticism*, 251.  
Cesare SEGRE, *Narrative Structures and Literary History*, 271.  
Paolo A. CHERCHI, *Tradition and Topoi in Medieval Literature*, 281.  
Garrett STEWART, *Modern Hard Times: Chaplin and the Cinema of Self-Reflection*, 295.  
Fernando Lázaro CARRETER, *The Literal Message*, 315.  
Leslie HILL, *Flaubert and the Rhetoric of Stupidity*, 333.  
Esther JACOBSON-LEONG, *Place and Passage in the Chinese Arts: Visual Images and Poetic Analogues*, 345.  
Paul HERNADI, *Literary Theory: A Compass for Critics*, 369.  
ARTISTS ON ART, *Wright Morris and Wayne C. Booth: The Writing of organic Fiction: A Conversation*, 387.

### Adverteren in dit nummer

Philips	25
Delgay	31
Standaard Boekhandel	33
Acco	35
Concentra	37
Inelco	38

# uit de literatuur

## PERS

Heinz-Werner STUIBER,  
**Kommunikationsräume der lokal informierenden Tagespresse.**

Nürnberg Forschungsbereiche Band 1, Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung, Nürnberg, 1975, 316 blz.

De communicatiewetenschap heeft zich altijd al ingelaten met de afbakening en de classificering van kranten. Vooral wanneer het om de regionale berichtgeving gaat werden krantenclassificaties vooropgesteld, die gewoonlijk gebaseerd zijn op de grootte van de regio waarin een bepaald dagblad verschijnt.

In het werk van Stuber werd een nieuwe methode uitgeprobeerd om tot een betere indeling te komen van de regionale en lokale bladen in de Bondsrepubliek Duitsland. De vooropgestelde typologie steunt hier op statistische, sociologische en sociografische elementen, waarbij zowel rekening wordt gehouden met de grootte van de verspreidingsregio van een dagblad, als met de plaats van uitgave, het aantal edities, de belangrijkheid van de steden en gemeenten in het betreffende gebied en de inhoud van deze publikaties.

Op basis van al deze elementen wordt een zevendelige classificatie vooropgesteld van de regionale en lokale bladen in Duitsland.

Na de voorstelling en verantwoording van deze typologie wordt voor heel de Bondsrepubliek Duitsland nagegaan of deze typologie hanteerbaar is en beantwoordt aan de realiteit. Uit deze toetsing blijkt dat de inhoudelijke en geografische afbakening van deze kranten wordt gedetermineerd door socio-economische en socio-culturele elementen.

J.H.

Bob WOODWARD en Carl BERNSTEIN,  
**The Final Days,**  
Secker & Warburg, London, 1976, 476 blz.

Carl BERNSTEIN en Bob WOODWARD,  
**All The President's Men,**  
Warner Books, New York, 1974, 382 blz.

'The Final Days' heeft het karakter van een fictieel verhaal. Geen spoor meer van de moeizame journalistieke arbeid bij het ontsluiting van de in-de-dooft pot gestopte feiten, het zoeken naar betrouwbare bronnen, het verifiëren van anonieme getuigenissen, zoals in 'All the President's

Men'. Dit eerste boek van Bernstein en Woodward is het relaas van de Watergate-ontsluiering met de Washington Post-reporters als hoofdfiguren.

'All the President's Men' is in eerste instantie het verhaal van het weinig glamour-achtige, vaak frustrerende 'news gathering'-proces. Deze invalshoek is totaal verdwenen in 'The Final Days'. Wat overblijft is een aaneenrijging zonder onderscheid van historisch belangrijke gebeurtenissen en onbenullige details, die uiteindelijk leiden tot het ontslag van Richard Nixon. In het voorwoord beweren de auteurs dat alle gegevens nauwkeurig ge-'checked' werden en dat alleen data, die door minstens twee bronnen bevestigd werden, in het verhaal opgenomen werden. Nergens in het boek wordt er verwezen naar de herkomst van het feitenmateriaal. Nergens ook zijn er leemtes te bespeuren. Alles past mooi in elkaar, zoals het een suspenseverhaal betaamt.

M.C.

Lee-hsia Hsu TING  
**Government Control of the Press in Modern China 1900 - 1949**  
East Asian Research Center Harvard University, Cambridge, Mass., 1974, 322 blz.

Het doel van deze publikatie is de leemte op te vullen in de kennis omtrent de overheidscontrole op de pers in China gedurende de periode 1900-1949.

Politieke controle over communicatie komt overal ter wereld voor, maar de methode en theorie verschilt veelal van land tot land. Overheidsensuur in China wijkt dan ook enigszins af van deze in de westerse wereld. Dit boek kan daarom reveleerend genoemd worden voor hen die niet zo vertrouwd zijn met dit voor een westerling nogal mysterieus land.

C.L.B.

Dr. J.P.S. VAN NEERVEN,  
**Marketing in het Dagbladbedrijf,**  
Het Spectrum, Utrecht-Antwerpen, 1974, 542 blz.

In dit boek vindt men een vrij diepgaande analyse van het marketing-gebeuren in het dagbladbedrijf alsmede van de voornaamste marketing-instrumenten van het dagbladbedrijf resp. in de abonentensector en de advertentiesector. In het laatste deel van het werk wordt op een zeer uitvoerige wijze ingegaan op de planning en de uitvoering van het marketing-beleid. In bijlage een degelijke bibliografie, heel wat statistisch materiaal uit

Nederland, de Regelen voor het Advertentiewezen 1967 en de vragenlijst met betrekking tot het gebruik en verbruik van produkten ten behoeve van het Nederlands Nationaal Onderzoek Persmedia 1972.

Deze studie vult beslist een leemte in de Nederlandstalige vakliteratuur. Ter overweging van politici en uitgeverij: krantenuitgeverijen die in geldnood verkeren (en ook de andere) kunnen uit een dergelijk boek misschien meer baat halen dan uit overheidssubsidies.

G.F.

Bernd JANSEN en Arno KLONNE (Hrsg.),  
**Imperium Springer. Macht und Manipulation,**  
Pahl-Rugenstein Verlag, Köln, 1968, 272 blz.

De praktijken van de Duitse persmagnaat Springer zijn waarschijnlijk genoegzaam bekend. In dit boek tracht men de specifieke problematiek van het Duitse persconcern te overstijgen en een bijdrage te leveren tot de discussie over de verhouding tussen economische macht en democratie.

Vooral de artikelen van W. Hofmann (Springer als symptoom), E. Spoo (Persconcentratie en Journalisteninspraak) en K.D. Bredthauer (Democratie, informatie en macht) zijn lezenswaard.

J.S.

René FLORIO,  
**Initiation à la pratique du journalisme,**  
l'Ecole Supérieure de Journalisme, Lille, 1975, 148 blz., geïll.

Dit werk is bedoeld als een initiatie in de journalistiek. René Florio stelt ons de technieken ter hand die nodig zijn om een artikel persklaar te maken: thema, titel, schrijfstijl, structuur, lay-out, enz. worden in afzonderlijke hoofdstukken uitgelegd. Alhoewel de auteur toegeeft dat objectieve of neutrale informatie niet bestaat, is hij er zich blijkbaar niet van bewust dat in de wijze van aanwending van deze technieken reeds een waardeoordeel besloten ligt. De vele praktijkvoorbeelden waarmee dit boek gestoffeerd is, zijn te veel gericht op een 'clean' en gestandaardiseerd taalgebruik en willen elke persoonlijke stijl op de achtergrond dringen. Wel interessant zijn de praktische opgaven aan het eind van elk hoofdstuk, die de lezer tot zelfwerkzaamheid aanzetten.

J.S.



Hervé MEVEL,

**La Presse Quotidienne Régionale en cartes et tableaux,**

Inter France Quotidiens, Neuilly-sur-Seine, 1975, 48 blz.

De titel dekt volledig de lading, maar dan ook niets meer. Dit document is daarom interessant als illustratiemateriaal, maar voor achtergrondinformatie en duiding over de 'regionale periodieke pers' zal men in andere werken terecht moeten.

J.S.

Jean-Louis SERVAN-SCHREIBER,

**La presse de qualité en France,**

Groupe Expansion, Paris, 1975, 23 blz.

Naast een aantal meer algemene gegevens is deze publikatie vooral bedoeld om het maandblad 'L'expansion', waarvan Jean-Louis Servan-Schreiber directeur is, op te hemelen.

J.S.

Hilda VAN PRAAG-SANDERS,

**Meedoen. Persoonlijke en niet persoonlijke ervaringen van een journaliste,**

Leopold, Den Haag, 1975, 191 blz.

In deze posthuum verschenen autobiografie werpt de schrijfster, een Nederlandse journaliste, een terugblik op haar rijkgevlude loopbaan. Het oorlogsgebeuren, de eenwording van Europa en de vrouwenemancipatie - waarbij zij als vrouw, jodin en journaliste intens betrokken was - vormen de centrale thema's van het boek. Een interessant tijdsdocument.

M.C.

---

## COMMUNICATIE- THEORIE

---

Ulrich SCHMID & Klaus Detlef R. BREUER, **Volkshochschule und Publizistik. Öffentlichkeitsarbeit und Medienveranstaltungen im Weiterbildungsbereich.**

Studienverlag Dr. N. Brockmeyer, Bochum, 1976, blz. (= Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, dl. 8), DM 24,80.

Siegfried WEISCHENBERG, **Die Aussenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus : Theorie und analyse im Rahmen eines allgemeinen Konzepts komplexer Kommunikatorforschung.**

idem, 386 blz. (= idem, dl. 9), DM 34,80.

Ralf SIEPMANN, **Journalistische Qualifikation und gesellschaftliche Kommunikation. Soziologische Prämissen reformierter Ausbildung für Kommunikationberufe.**

idem, 302 blz. (= idem, dl. 10), DM 29,80. In 'Communicatie' jrg. VI (1976), nr. 2, blz. 14-15, hebben wij de aandacht geves-

tigd op een nieuwe Duitse serie op het gebied van de studie van massacommunicatie onder redactie van de Bochumer hoogleraar H.-D. Fischer. Inmiddels zijn opnieuw drie delen verschenen.

Deel 8, een coproductie van Schmid en Breuer, behandelt de moeilijkheden die volkshogescholen in Rijnland-Westfalen ondervinden bij pogingen om het publiek meer kennis bij te brengen van massamedia. Daarnaast komt aan de orde, of public relations-activiteiten tot voor de volkshogescholen meer bevredigende resultaten kunnen bijdragen. Interessant is het gegeven dat de voordrachten en cursussen worden aangeboden onder aantrekkelijke, maar tegelijkertijd stereotype titels waarin trefwoorden als «manipulatie» en «macht» (van de media) troef zijn. Bovendien blijken de problemen in simplificerende vraagstellingen vertaald te worden. Massacommunicatie blijkt daarenboven geïsoleerd van de rest van het maatschappelijk gebeuren behandeld te worden. Pas wanneer het aanbod van de volkshogescholen beter doordacht is, aldus de auteurs, kan public relations diensten bewijzen bij het interesseren van het publiek voor het produkt van deze vormingsinstituten.

Deel 9, geschreven door Weischenberg, behandelt de structuur, de functie en de plaats van de sportjournalistiek binnen de media en in het grotere geheel van de samenleving. Het betreft een typische communicatorstudie: de resultaten van de sportjournalistiek en de ontvangers van deze boodschappen blijven buiten beschouwing. De sportjournalistiek staat onder kritiek van sportbonden en een kritisch deel van het publiek dat zich ergert aan de heldenverering en de buitensporige aandacht voor topsport. Binnen de zenderorganisaties blijken sportjournalisten ook niet zo stevig op de stoel te zitten. Op grond van een empirisch onderzoek komt de auteur tot een profieltekening en een schets van de visie die sportjournalisten op zichzelf en hun werk hebben. Sportjournalisten blijken hun situatie niet zo rooskleurig te definiëren en men krijgt de indruk dat Weischenberg zelf ook weinig optimistisch is over hun toekomst. De opleiding schiet tekort, het kritischer denken over sport enerzijds en het amusementskarakter van de sportverslaggeving anderzijds maken sportjournalisten onzeker. Hun sociale status is tamelijk laag en er is een discrepantie tussen de massacommunicatieve functie en de plaats binnen de media.

Weischenberg behandelt in tweederde van het boek sport ook als een maatschappelijk verschijnsel met een heel eigen geschiedenis. In een bijlage geeft hij een interessant overzicht in jaartallen van de belangrijkste feiten van de sportgeschiedenis. De lijst begint met het eerste sportverslag (boksen) in de Engelse True Protestant Mercury in 1681 en eindigt met de Olympische Spelen van 1972. De literatuurlijst verwijst voornamelijk naar Duitstalige titels. Typografisch is het boek van Weischenberg beter verzorgd dan de delen 8 en 10.

Deel 10 ten slotte handelt over de journalistieke beroepsopleiding, een thema

waarover in de Bondsrepubliek in de laatste vijf jaar op allerlei niveaus erg veel te doen is geweest. Men kan er bijvoorbeeld ook op nalezen de speciale aflevering van **Publizistik** (nrs. 3 en 4 van 1974 en nrs. 1 en 2 van 1975), de reader **Ausbildungswege zum Journalismus** (Op-laden 1975) van J. Aufermann en E. Elitz en de dit jaar door H.D. Fischer en O.B. Roegele te publiceren reader.

In München en Dortmund heeft de veranderde visie op de opleiding als professionaliseringscriterium voor beroepscommunicatoren al geleid tot nieuwe studieprogramma's binnen nieuwe opleidingsmogelijkheden, terwijl aan de universitaire instituten voor communicatiewetenschap ook meer voorbereiding op een beroepspraktijk wordt gegeven voor wie in die richting belangstelling hebben.

Siepmann heeft in een grondige literatuurstudie eisen geformuleerd die men mag stellen met betrekking tot de geestelijke bagage en het ambachtelijk kunnen van beroepscommunicatoren. Als vertrekpunt neemt hij de maatschappelijke functie van de journalistiek: een ankerpunt dat mijns inziens minder houvast biedt dan men zou wensen. Zijn pleidooi voor een integratie van theorie en praktijk is er echter niet minder overtuigend om. In Nederland en België blijft het overigens merkwaardig stil rond het vraagstuk van de opleiding van een nieuwe generatie medewerkers voor pers, radio, televisie, public relations en reclame. Is dit een stilte voor de storm of een soort struisvogelpolitiek?

JOAN HEMELS

G.N. GORDON, **Communications and media - Constructing a crossdiscipline**, 209 blz.

R.H. BLAKE & E.O. HAROLDSEN, A. **Taxonomy of Concepts in Communication**, 158 blz., Communication, Arts Books, Hastings House Publ., N.Y. 1975.

In een zeer persoonlijke, directe stijl zoekt Gordon naar een antwoord op vragen naar het bestaan, de grenzen en de zin van de zgn. communicatiewetenschap. Een soort kritisch gewetensonderzoek van een academicus die zich wel eens afvraagt met wat voor studie hij eigenlijk bezig is, en daarbij schrijft vanuit een brede wetenschappelijke achtergrond. Een zeer ongewoon en erg boeiend werk, althans voor de theoriegeoriënteerde academici. De andere lezers van dit blad zullen er waarschijnlijk weinig aan hebben.

Ook het werk van Blake en Haroldsen is ongewoon in die zin dat Amerikaanse 'communicatiewetenschappers' zich meestal weinig zorgen maken over de concepten waarmee zij in hun discipline werken. Aan een 60-tal veel voorkomende concepten is telkens een bespreking gewijd van 1 à 2 bladzijden tekst.

De bespreking is niet altijd helder en ook op de keuze van de concepten valt enige kritiek uit te oefenen. Toch een interessant boek, vooral voor kandidatuurstudenten.

G.F.

WULF D. HUND

**Ware Nachricht und Informationsfetisch. Zur Theorie gesellschaftlicher Kommunikation.**

Hermann Luchterhand Verlag, Darmstadt und Niewied, 1976, 336 blz.

Met deze publikatie beoogt Hund een inzicht te geven in de communicatiewetenschap als sociale wetenschap. Vertrekpunt hierbij is de vraag «wat is informatie?» en «hoe wordt informatie sociaal gecommuniceerd?»

C.L.B.

H.J. HOFFMAN,

**Psychologie und Massenkommunikation,** De Gruyter, Berlin, New York, 1976, 248 blz.

Een wetenschappelijk hand- en leerboek voor een geplande en systematische openbare beïnvloeding. Dit sterk psychologisch georiënteerd werk, geschreven door een bekend Duits specialist, vertrekt van een diffusiemodel en behandelt achtereenvolgens de talrijke theoretische en praktische gezichtspunten van de keuze der doelgroep, de boodschap, de ontvangst en het effect. Een erg degelijk boek in zijn soort. Ethische beschouwingen ontbreken. Interessante bibliografie.

Aanbevolen.

G.F.

Seth SIEGELAUB,

**Marxism and the mass media: towards a basic bibliography,**

International Mass Media Research Center, Paris/New York.

Het Internationaal Mass Media Research Center (173, Avenue de la Dhuy, 93170 Bagnolet, France) geeft regelmatig een bibliografisch werk uit: **Marxism and the mass media.**

Hierin zijn alle marxistische publikaties met betrekking tot de massamedia opgenomen die in het Engels, Frans, Spaans, Duits en Italiaans zijn uitgegeven. De opstellers hebben met deze uitgave een duidelijk politiek doel voor ogen: de historische waarde en de rol van de communicatie in al haar aspecten - in het verleden, het heden en in de mogelijke toekomst - beklemtonen, als onderdeel van een sociaal-economische maatschappijstructuur, en dit nationaal en internationaal.

Interessant is dat ten aanzien van het 'marxisme' zo ruim mogelijke criteria gehanteerd worden, en dat de aanwezige landen-, auteurs- en onderwerp-index het gebruik in aanzienlijke mate vergemakkelijkt. In deel 3 van de bibliografie (waarin deel 1 en 2 zijn opgenomen) worden alle publikaties van 1842 tot 1974 aangegeven; in deel 4-5 zijn deze aangevuld tot juni 1976.

Sterk aanbevolen aan eenieder die op de hoogte wil blijven van de marxistische en 'progressieve' visie op de massamedia.

J.S.

Heinz-Dietrich FISCHER & John Calhoun MERRIL (eds.),

**International and intercultural communication.**

Hastings House Publishers, New York (1976), 524 blz. (= Humanistic Studies in the Communication Arts), gebonden \$ 22.50, ingenaaid \$ 12.50.

In 1970 verscheen een even omvangrijke reader van dezelfde auteurs met vruchtbare ideeën, organisatietalent en vaardige pen. De titel was toen: **International communication: media, channels, functions** (tweede druk 1974). Onder een gewijzigde titel is nu een geheel herziene tweede editie met in totaal 45 bijdragen verschenen. Gedeelten van artikelen uit de oorspronkelijke uitgave die snel verouderden, zijn vervallen, terwijl meer nog niet eerder gepubliceerde bijdragen werden opgenomen. De auteurs, onder wie de editors zelf, zijn afkomstig uit de Verenigde Staten en West-Europa. Als enige Nederlandstalige communicatiewetenschapper figureert prof. dr. H.J. Prakke; van hem is afgedrukt een rede die hij

(ADVERTENTIE)

# DELGAY

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

**hitashi - ampex - electrocraft - nivico - barco**

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



in 1971 onder de titel 'Towards a philosophy of publicistics' heeft gehouden tijdens zijn verblijf als gasthoogleraar in Iowa (VS). Door de kritische selectie, de beknopte inleidingen op de verschillende onderdelen van het boek en de inbreng van auteurs van deze en van gene zijde van de Atlantische Oceaan is de reader een handboek bij uitstek geworden voor studenten die zich willen oriënteren in de nationale massamediainstellingen overstijgende processen en structuren van openbare communicatie. Aandacht wordt ook besteed aan de vanuit de communistische ideologie georganiseerde massamediainstellingen, aan propaganda, public relations en reclame, aan massacommunicatie in landen van de Derde Wereld en aan problemen rond de persvrijheid. De literatuurverwijzing bij de meeste artikels is sober, maar terzake. Een uitgebreide index maakt het boek ook als naslagwerk uitstekend toegankelijk.

J.H.

Gerhard MALETZKE,  
**Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation,**  
Verlag Hans-Bredow-Institut, Studien zur Massenkommunikation 7, Hamburg, 1976, 294 + VIII blz.

Het opzet van deze publikatie was een afgerond beeld te geven over hetgeen de communicatiewetenschap heden te bieden heeft. Daarbij richt de auteur zich in de eerste plaats niet tot lezers die reeds vertrouwd zijn met deze materie, maar tot praktici die een beter inzicht willen verwerven in hun werkzaamheden. De auteur slaagt wonderwel in het doel dat hij gesteld heeft. De eenvoudige taal en stijl die G. Maletzke hanteert maken het boek tevens aanbevelenswaardig voor allen die enige kennis willen hebben over de mogelijkheden en grenzen van deze discipline.

C.L.B.

Denise ESCARPIT,  
**Lexik'Elp. Press, radio and television,**  
ELP éditions, Lorrez-Le-Bocage, 1975, 349 blz.

Dit lexicon - in het Engels, Frans, Spaans en Duits opgesteld - is vooral bedoeld als werkinstrument voor al wie zich met communicatieproblemen inlaat. Het geheel is opgesplitst in vier delen. Eerst wordt kort het productieproces van pers, radio en televisie uiteengezet, vervolgens worden 125 van de meest voorkomende communicatiebegrippen gedefinieerd, waarna men in de woordenlijst terecht kan die ingedeeld is naar thema en rubriek. Om het geheel af te ronden en de praktische bruikbaarheid te verhogen is een alfabetische index ingelast. Duidelijk, handig en geschikt voor een directe professionele aanwending.

J.S.

W.W. WILMOT,  
**Dyadic communication,**  
Addison-Wesley, Reading (Mass.), 1975, 196 blz.

S.W. KING,  
**Communication and social Influence,**  
Addison-Wesley, Reading (Mass), 1975, 169 blz.

Beide werken zijn uitgegeven in eenzelfde reeks «Human Communication». Wilmot geeft een uitvoerige analyse van de dyadische (of face-to-face) communicatie, waarbij uitgegaan wordt van de gedachte dat men van communicatie kan spreken wanneer een deelnemer aan de dyade betekenis toeschrijft aan het gedrag van de andere deelnemer. Zo bekeken is communicatie dus bij definitie transactioneel. King vertrekt van dezelfde opvatting en onderzoekt de mogelijke relaties tussen communicatie in de verschillende soorten van 'social influence' (informatieverstrekkend versus normatief). De invloed van Watzlawick in beide boeken is opvallend. Een pluim voor de leesbaarheid van de teksten.

G.F.

## FILM

Michel CIMENT,  
**Le dossier Rosi. Cinéma et politique**  
Stock, Paris, 1976, 372 blz., geïll.

De filmcriticus Michel Ciment heeft zich in dit boek de werkmethode van Francesco Rosi eigen gemaakt. Rosi gaat uit van een levende dialectiek. Zijn films zijn onderzoeken, analyses van een steeds veranderende werkelijkheid. De realiteit is immers niet zo doorzichtig dat je ze met een dogmatische boodschap kan omvatten.

Ciment spreekt daarom van een 'interrogation permanente'. Eerder dan een analyse van elke film apart te brengen, zoekt hij in een kritisch essay naar de esthetische en ideologische problemen die Rosi in zijn films centraal stelt. In een tweede deel gaat hij aan de hand van interviews chronologisch en systematisch de doelstellingen en praktijk van Rosi na. Verder toont hij met een aantal documenten (krantenknipsels, rondetafelgesprekken, uittreksels uit scenario's, officiële teksten,...) de genese en het productieproces van Rosi's belangrijkste films, en de weerklank die ze kregen. Komen aan bod Salvatore Giuliano (1961), Les Mani sulla città (1963), Uomini contro (1970), Il Caso Mattei (1972), Lucky Luciano (1973) en Cadaveri eccellenti (1976). Net zoals Rosi's films, is ook dit boek warm aanbevolen.

J.S.

Ab VAN IEPEREN,  
**Filmster is een vak,**  
Landshoff, Amsterdam, 1976, 231 blz., geïll.

In dit boek zijn een aantal reeds eerder in «Vrij Nederland» en «Filmfan» gepubliceerde interviews opgenomen van Helmut Berger, Dirk Bogarde, Michael Caine, Alain Delon, Gérard Depardieu, Burt Lancaster, Marcello Mastroianni, Malcolm Mc

Dowell, Paul Newman, Jack Nicholson, Michel Piccoli, Robert Redford, Michel Simon en Jean-Louis Trintignant. Interessant is dat Ab van Ieperen de interviews waar nodig geactualiseerd heeft en met biografische gegevens heeft aangevuld.

J.S.

Laura MULVEY, Jon HOLLIDAY, ed.  
**Douglas Sirk,**  
Edinburgh Film Festival, 1972, 120 blz., geïll.

Claire JOHNSTON, Paul WILLEMEN, ed.  
**Frank Tashlin,**  
Edinburgh Film Festival, 1973, 151 blz., geïll.

Phil HARDY, ed.  
**Raoul Walsh,**  
Edinburgh Film Festival, 1974, 155 blz., geïll.

Claire JOHNSTON, Paul WILLEMEN, ed.  
**Jacques Tourneur,**  
Edinburgh Film Festival, 1975, 67 blz.

Phil HARDY, Claire JOHNSTON, Paul WILLEMEN,  
**Psycho-analysis, Cinema, Avant-Garde,**  
Edinburgh '76 Magazine, nr 1, 94 blz.

De filmretrospectieven die het Edinburgh Filmfestival ieder jaar in haar programma opneemt, worden begeleid door voordrachten, discussies en een publikatie. De vier monografieën aan cineasten gewijd behoren tot de onmisbare documenten voor ieder die een dezer filmers wil bestuderen. Bovendien zijn de essays waaruit deze monografieën zijn samengesteld even zoveel treden uit de evolutie van wat de Britse filmsemiologische groep rondom het tijdschrift Screen kan genoemd worden.

Een ingrijpende theoretische accentverlegging noopte de groep recent tot een ander beleid wat onderzoeksthema's, referaten en publikaties betreft. Hun eerste magazine-nummer bevat bijdragen van Metz, Heath, Kristeva en Wollen. Al deze publikaties zijn via het British Film Institute te bekomen. Een filmografie en een bibliografie zijn in ieder nummer opgenomen.

D.L.

Dudley ANDREW,  
**The major filmtheories-an introduction,**  
Oxford University Press, Londen, 1976, 278 blz.

In dit werk wordt een historische schets gegeven van de bestaande filmtheorieën. De auteur vergelijkt de formatieve traditie (Munsterberg, Arnheim, Eisenstein, Balazs) met de realistische filmtheorie (Kracauer, Bazin). In het laatste deel worden de hedendaagse Franse filmtheorieën (Mity, Metz) behandeld binnen de context van ruimere intellectuele bewegingen zoals de Gestalt-Psychologie, het Russisch Formalisme, het Existentialisme. Het boek is een degelijke aanloop om zich verder te verdiepen in de wereld van de filmtheorieën.

K.H.

Raymond DURGNAT,  
**Durnat on Film,**  
Faber & Faber Ltd, Londen, 1976, 238 blz.

Dit boek is een combinatie van een aantal hoofdstukken uit twee vroegere werken van de auteur over filmkritiek: «Films and Feelings» en «The crazy Mirror».  
K.H.

Thomas BOHN en Richard STROMGREN,  
**Light & Shadows. A history of motion pictures,**  
Alfred Publishing Co. Inc., Port Washington, 1975, 537 blz.

Beide auteurs bekijken de evolutie van het filmgebeuren in haar artistieke, sociale, economische en technologische manifestaties.

De hoofdklemtoneel ligt bij het ontstaan en de groei van de filmindustrie in Amerika, alhoewel de ontwikkelingen en veranderingen in andere filmlanden evenmin uit het oog worden verloren.

Het enorm belang van de technologie in de filmwereld wordt sterk benadrukt. In elke crisisperiode werd door de filmboezem steeds uitgekeken naar technologische innovaties als mogelijke redmiddelen.

De korst van de televisie heeft er volgens de auteurs voor gezorgd dat de film de

laatste decennia enkel nog voortleeft als voedingsbron voor dit onverzadelijk medium.

K.H.

William KUHNS,  
**Movies in America,**  
The Tantivy Press, Londen, 1975, 248 blz., geïll.

Eén van de vele werken in de reeks «Gids voor de Amerikaanse film».

Voor elk decennium tracht de auteur de complexe interrelaties aan te geven tussen film en maatschappijgebeuren.

Het gebrek aan diepgang wordt ruimschoots gecompenseerd door de vele illustraties.

K.H.

Claude CHABROL,  
**Et pourtant je tourne...**  
Editions Robert Laffont, Paris, 1976, 372 blz.

Chabrol schrijft zijn ervaringen neer als cineast in dit boek.

Chabrol vertelt niet alleen hoe een film tot stand komt; hij maakt ook het proces van de censuur, handelt over de rol van het geld, over geweld, porno, politiek en televisie.

Hij stelt een totale hervorming voor van

het produktiesysteem. Hij is van oordeel dat elke vorm van moraal uitsluitend een persoonlijke kwestie is en dat men zijn medemens niet mag opsluiten in definities of beoordelingen.

K.H.

Dietrich PICHERT,  
**Kostenprobleme der Filmproduktion,**  
Verlag Dokumentation, Pullach bei München, 1975, 224 blz.

De auteur tracht in dit werk aan te tonen dat de kostenproblemen bij het produceren van films fundamenteel dezelfde zijn als bij het produceren van andere industriële koopwaar.

Via ingewikkelde economische en wiskundige berekeningen en formules tracht hij de lezer duidelijk te maken hoe er bij het produceren van een film aan kostenbesparing kan gedaan worden. Of hij in zijn opzet geslaagd is, blijft voor mij alleszins een open vraag.

K.H.

Jean MITRY,  
**Le Cinéma des origines,**  
cinéma d'aujourd'hui, Paris, 1976, 132 blz., geïll.

Het negende nummer van deze periodiek verschijnende reeks filmstudies is gewijd

(ADVERTENTIE)

## NIEUW BIJ STANDAARD WETENSCHAPPELIJKE UITGEVERIJ

Jan HENDRICKX :

### Een identiteit voor kristelijke democraten ?

met een voorwoord van Wilfried Martens, voorzitter van de CVP.

Een zeer belangrijk boek over het eigen gelaat van de kristelijke democratie.

146 bladzijden, paperback

250 fr.

W. VAN GERVEN & J. LEYTEN :

### Theorie en praktijk van de rechtsvinding

Plaats en functie van regelgeving, rechtspraak en rechtsleer in het kader van de rechtsvorming

82 bladzijden, paperback

225 fr.



NAAMSESTRAAT 57  
3000 LEUVEN



aan de «précurseurs, inventeurs, pionniers» van de film. Voorzien van een bibliografie en een chronologie der 'uitvindingen' die betrekking hebben op de filmtechniek is het een bruikbare collectie teksten plus vele originele illustraties geworden. De bijdragen werden geschreven vanuit de tientallen personaliteiten wier technische en commerciële initiatieven i.v.m. de film ieder enkele pagina's aandacht krijgen.

D.L.

Vincente MINNELLI,  
**I Remember it well**,  
Doubleday, New York, 1974, nu ook als:  
Berkley Medallion Book, New York, 1975,  
400 blz., geïll.

Hugh FORDIN,  
**The World of Entertainment**,  
Doubleday, New York, 1975, nu ook als  
Avon Book, New York, 1976, 566 blz., geïll.

Christopher FINCH,  
**Rainbow**,  
Grosset & Dunlap, New York, 1975, 255  
blz., geïll.

Enkele topfiguren van de Amerikaanse filmindustrie zijn in deze drie boeken bijeengebracht: de star op het scherm, Judy Garland, de man achter de camera, Vincente Minnelli, de man die het allemaal organiseerde: Arthur Freed, MGM-producer van musicals. Minnelli schreef zijn Hollywood memoires, zoals steeds leerrijk betreffende dit toch wel zo bijzondere milieu en vol fascinerende details over het maken zelf van zijn musicals. Fordin ging de carrière na van Freed die in 1973 overleed. De reeks musicals waarin hij als producer betrokken was is verbluffend. De studie is degelijk en rijk gedocumenteerd. Finch, tenslotte, die reeds een Disney-pretentboek-pretentboek op zijn actief heeft, bezorgde ons een bijzonder mooi uitgeven fotoboek gewijd aan Judy Garland, gehuwd met Minnelli en actrice in talrijke musicals. De tekst brengt een carrière-relaas.

D.L.

## RECLAME

Commission Art et Société (Université de Liège), **Significations de la Publicité**, Luik, 1974, 154 blz.

Deze publikatie bestaat hoofdzakelijk uit de teksten van een colloquium gewijd aan «Propagandes et Media» (Luik, 1974). Naast een reeks linguïstisch en semiologisch gekleurde teksten, vindt men in deze publikatie nog een aantal sociaal-wetenschappelijke bijdragen die vrij interessant zijn, ondermeer omdat zij vanuit een,

naar Belgische maatstaven, ongewoon kritische ingesteldheid geschreven zijn.

G.F.

P. HANSON,  
**Advertising and Socialism**,  
MacMillan Press Ltd, London 1974, 171  
blz.

Verslag van een vrij uitvoerig onderzoek naar de aard en de omvang van de reclame in de Sovjet-Unie, Polen, Hongarije en Joegoslavië. In de laatste twee landen, waar de economie minder sterk is gecentraliseerd, is het reclamevolume het grootst. De aard en de functies van de reclame in deze landen is zelfs in menig opzicht vergelijkbaar met de westerse reclame. De auteur toont aan dat, zelfs in de Sovjet-Unie, reclame nochtans niet als onverenigbaar met het socialisme beschouwd wordt. Zo geeft hij ondermeer een lange lijst van (uiteraard door de Staat gecontroleerde) reclame-organisaties. (p. 21 e.v.) Slotconclusie van de auteur: het ziet er naar uit dat men in de westerse consumptie-maatschappij moet leren om de gebreken van de reclame in te zien, en in Oost-Europa om er de charmes van te ontdekken.

G.F.

Y. BROZEN (ed.), **Advertising and Society**,  
New York University Press, N.Y., 1974,  
189 blz.

Het gaat hier om een publikatie in boekvorm van een reeks lezingen aan de Graduate School of Business van de Universiteit van Chicago: negen vrij interessante teksten die de verhouding tussen het fenomeen reclame en de samenleving vanuit socio-economische hoek doorlichten.

Alleen reeds de spirituele inleidende tekst van J. BOORSTIN (*Advertising and American Civilization*) die de reclame beschouwt als 'a centrally organized mass-produced folk culture' maakt het boek lezenswaard.

G.F.

M.E. SPRENGELMEIER,  
**Public Relations für Europa. Die Beziehungen der Kommission der Europäischen Gemeinschaften zu den Massenmedien**.  
Studienverlag Dr. N. Brockmeyer - Bochum, 1976.

Het gaat hier om een publikatiemap in de reeks «Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft». De auteur geeft een analytische beschrijving van de wijze waarop de Europese Gemeenschappen (en meer in het bijzonder de Commissie) hun betrekkingen met de massamedia verzorgen, alsmede een aantal kritische bedenkingen. In het laatste hoofdstuk werd een enquête verwerkt waarin de meningen van de journalisten over het P.R.-werk van de Commissie aan bod komen.

Degelijk maar nogal vlak werk.

G.F.

Anthony RHODES,  
**Propaganda. The art of persuasion : World War II**,  
Angus & Robertson, London, 1976, 319  
blz., geïll.

Als men vertrekt van Laswells algemene stelregel (Wie zegt wat tegen wie en waarom, hoe, met welke gevolgen?) is het belangrijkste onderdeel van de propaganda 'het hoe', de middelen en technieken. De ontwikkeling van de politieke propaganda loopt daarom parallel met de ontwikkeling van de media, de overdracht-instrumenten van woord en beeld. Dat waren eerst de krant, brochure, pamflet, affiche, spotprent; later film, radio en TV. De regels van de propagandatechniek eisen eenzijdigheid, eenvoud (geen lange zinnen, ingewikkelde thema's of beelden), overdrijving, herhaling en eenheidsvorming.

Hoe het volk tijdens de Tweede Wereldoorlog werd beïnvloed kan men lezen in dit boek dat de propagandastrijd van 1933 tot 1945 achtereenvolgens in Duitsland, Italië, Engeland, de Verenigde Staten, de bezette gebieden, de Sovjet-Unie en Japan behandelt. Alhoewel het illustratiemateriaal op zichzelf boeiend genoeg is, vertoont het werk vele gebreken. Anthony Rhodes, die instaat voor de tekst, slaagt er niet in een systematische analyse van het verschijnsel 'propaganda' te geven. Zijn aanpak is vrij anecdotisch en wordt vaak verstoord door ergerlijke fouten. Ergerlijk is ook dat de illustraties (verzameld door Victor Margolin) nergens bij de tekst aansluiten. Ook hier is alle systematiek zoek.

Een troost blijft het essay over de propagandafilm en een filmografie van William Murphy, en het artikel van Daniel Lerner over de psychologische oorlogsvoering van de westerse geallieerden tegen Duitsland.

J.S.

## TELEVISIE

Jef RADEMAKERS,  
**De Broek van Corry Brokken**,  
Synopsisreeks, Arbeiderspers, Amsterdam,  
1975, 151 blz.

Een bundeling televisie-commentaren over het Nederlandse seizoen 1974-1975 gepubliceerd in het weekblad de Haagse Post. Een verademing, dit boekje, voor wie over televisie doorgaans de keuze heeft tussen een groeiende stapel sociologiserende beschouwingen met ontmoedigend voorspelbare conclusies en televisiejournalistiek die het decennia lang heeft gedaan met vliegen van de omroep en zeuren over programma's. Rademakers zeurt niet maar bijt. Een agressiviteit die niet in de weg komt te zitten van subtiele onderscheiden, geraffineerde omschrijvingen van televisie-taal, camera-voering, omroep-mentaliteit en televisie-subversie. De stukjes van Rademakers zijn het resultaat van intensief

(i.p.v. extensief), persoonlijk (i.p.v. examinerend), subjectief (i.p.v. neutraal) televisie-kijken. Eindelijk 'ns iemand die televisie ernstig genoeg neemt om er zich boos over te maken!

D.L.

**DIRECT,**  
**Télédistribution : une autre télévision,**  
Agence de Coopération Culturelle et Technique, Paris, mei 1975, 44 blz., geïll.

«Direct» is een maandblad dat de recente ontwikkelingen op het mediavlak wil signaleren en stimuleren in het onderwijs. Met handige inlegbladen is het uitstekend geschikt voor les- of documentatiemateriaal. Naast een overzicht van verschenen artikels en boeken is elk nummer opgebouwd rond een bepaald thema. Hier wordt de 'TV-distributie' behandeld.

Vertrekkend van Brechts uitgangspunt - elk medium moet omgevormd worden van een distributie-apparaat tot een communicatie-apparaat - wordt nagegaan hoe dit in de huidige technologische wereld realiseerbaar is. Zowel technische, juridische, sociale, culturele als economische hinderpalen komen aan bod. Ook worden enkele experimenten en toepassingen aangehaald.

Tot slot wordt een overzicht gegeven van de ontwikkelingen bij radio en televisie in Quebec.

J.S.

## FOTOGRAFIE

John JONES,  
**Wonders of the stereoscope,**  
Jonathan Cape, London, 1976, 126 blz., geïll.

Als men van 'stereo-effect' spreekt, dan denkt men automatisch aan de suggestie van ruimte in het geluid. Over stereobeelden, de suggestie van drie-dimensionele diepte, wordt nauwelijks gepraat. Dat is niet altijd zo geweest. Omstreeks 1830 uitgevonden heeft de stereoscopie een ware bloei gekend rond het einde van de vorige eeuw. Het principe van de stereoscoop is vrij eenvoudig. Stereoscoopplaatjes bestaan uit twee opnamen van hetzelfde object, één opname gezien door het rechter oog, de andere door het linker. Als men nu door een binoculaire lens naar die twee beelden kijkt, vallen deze over elkaar en krijgt men een driedimensionaal beeld. Dit boek wil deze spoorloos verdwenen uitvinding van de negentiende eeuw in ere herstellen. Na een beknopt overzicht van de ontstaansgeschiedenis, de principes en de variaties van de stereoscopie, wordt aan de hand van overvloedig illustratiemateriaal een beeld opgehangen van dit Victoriaanse 'speelgoed'.

J.S.

**50 jaar persfoto in België,**  
Uitgeverij Lannoo, Tielt, 1976, 104 blz., geïll.

Naast een reizende fototentoonstelling werd het vijftigjarig bestaan van de «Algemene Bond van Fotoreporters van de Belgische Pers» gevierd met dit fotoboek. Ondanks vele geslaagde opnamen, voldoet het toch niet. De foto's worden chronologisch kriskras door elkaar gepubliceerd en per twee bladzijden gegroepeerd rond enkele vrijblijvende themata (vrouwen, oorlog, rampen, sport,...). Essentiële informatie bij de foto's ontbreekt vrijwel volledig. Wel wordt elk onderwerp 'opgesmukt' met begeleidende viertalige spitsvondigheden die slechts zelden gevat zijn.

Alhoewel Johan Struye in een voorwoord - zeer terecht - opmerkt dat de persfoto niet zomaar een aanvulling van het artikel, maar een wezenlijk element van de boodschap moet zijn, worden er in dit fotoboek te weinig echt overtuigende voorbeelden van deze stelling gegeven.

Met alle sympathie voor de feestende fotografen is dit boek een gemiste kans.  
J.S.

**Linda's Pictures, a Collection of Photographs by Linda McCartney,**  
Jonathan Cape Ltd, London, 1976, 148 blz.

Wanneer de echtgenote van een vedette een collectie foto's hoofdzakelijk van ve-

(ADVERTENTIE)

### WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL

**acco** Tiensestraat 134 - 136  
3000 LEUVEN  
tel. 016/23.35.20

#### — JEUGD EN MASSAMEDIA

door Graham MURDOCK / Guy PHELPS  
264 blz., 574 fr.  
(oorspr. titel : Mass Media and the Secondary School)

#### — BELLE EPOQUE EN ANTI-KUNST

de geschiedenis van een opstand tegen de burgerlijke cultuur  
door Jan VAN SPAENDONCK  
305 blz., 644 fr.

#### — STAN & OLLIE

of hoe de twee grootste komieken van deze eeuw opnieuw ontdekt zijn  
door Thomas LEEFLANG  
128 blz., 219 fr.

#### — MUSIK IN DEN MASSEN MEDIEN RUND- FUNK UND FERNSEHEN

Perspectiven und Materialien  
door Hans-Christian SCHMIDT (Hrsg.)  
339 blz., 540 fr.



detten presenteert met deze van haar echtgenoot op de cover, is een beetje kritische ingesteldheid voor het inkijken en de aankoop niet ongewenst, zeker wanneer de vedette in kwestie Paul McCartney en de vedette-fotografe Linda McCartney heet.

De inleiding die deze laatste zich getroost heeft te schrijven biedt een vrij goed houvast bij de interpretatie van de foto's. Wellicht kan men beter spreken van een gewenst (?) gebrek aan interpretatie-mogelijkheid. Wij lezen immers dat Linda eigenlijk bij toeval beroepsfotografe is geworden, de fotografie als een soort tijdverdrijf wil blijven beschouwen, geen lichtmeter of filters gebruikt - het gebruik ervan ook niet wenst aan te leren-, oordeelt dat 'een fijne dag doorbrengen met iemand', een garantie is voor 'goede foto's maken van betreffende persoon'. Interessant om weten is ook dat sommige foto's 'tussendoor-opnamen' zijn van fotoseries voor een magazine, «Madoiselle» genaamd, en waarin fotomodels met popvedettes voor de camera poseren.

Linda's foto-album bestaat uit poserende sterren hoofdzakelijk van de pop-muziek in de zestiger jaren of van momentopnamen uit de popscène van dezelfde periode. Vervolgens, uit recentere tijden, van kiekjes van het McCartney-gezin, aangevuld met enkele met de sterrenfotografie contrasterende 'stilleven's'.

Gemeten aan de pretentie waarmee de foto's genomen zijn en het kijkboek samengesteld, kunnen de opnamen voldoende schenken; bepaalde foto's kan zelfs een artistieke meerwaarde niet ontzegd worden. De vraag is of een foto-amateur met evenveel kans op succes voor zijn foto-album met echtgeno(o)t(e) en kind en selectie uit de best geslaagde reiskiekjes, een uitgever zou vinden.

G.D.M.

---

## CULTUUR- THEORIE

---

Guy DEBORD,  
**De spektakelmaatschappij,**  
Het Wereldvenster, Baarn, 1976, 139 blz.

Lidy VAN MARISSING,  
**De omgekeerde wereld. Leesboek voor de middengroepen,**  
Van Gennep, Amsterdam, 1975, 146 blz.

Guy Debord, lid van de Franse situationisten, wil met zijn werk het gehele maatschappelijke stelsel in vraag stellen. Vandaar dat hij zich niet tot het louter communicatieve terrein beperkt. Toch speelt dit een belangrijke rol in zijn theoretische fundering. Het spektakel is geen geheel van beelden, maar een maatschappelijke verhouding tussen personen door bemiddeling van beelden. Met de algemeen geworden arbeidsdeling gaat iedere eenheid in de visie op de voltooide werk-

zaamheid, iedere directe persoonlijke communicatie tussen de producenten verloren. Terwijl de accumulatie van de gescheiden produkten en de concentratie van het productieproces voortgaan, worden de eenheid en de communicatie dienovereenkomstig het uitsluitende attribuut van de leiding van het systeem. De structuren van deze wezenlijk eenzijdige communicatiestroom poogt Debord historisch te duiden. Hierbij komt hij tot een oorspronkelijke stellingname die als een aanvulling van de revolutionaire theorie mag beschouwd worden. Voorbehoud dient echter gemaakt voor het door Debord gehanteerde begrippenapparaat, dat reeds een zekere vertrouwdeheid met het onderwerp veronderstelt.

Vanuit een andere invalshoek poogt de journaliste Lidy Van Marissing tot dezelfde conclusie te komen. Zonder veel getheoretiseer en op een subtiële wijze wil zij, door middel van korte cursiefjes, de blik richten op de basis van de sociale pyramide. Te veel immers wordt de maatschappelijke constellatie geëvalueerd van boven uit, zonder terdege rekening te houden met de dagdagelijkse wensen van de werkende mensen. Dat ook hier de mediasfeer een belangrijke schakel vormt moge blijken uit volgend citaat: «Helden of anti-helden blijken onontbeerlijk. Alleen, het hoeven geen vorsten of boeven meer te zijn. Filmsterren, voetballers, schilders, zangers en TV-idolen houden ons nu in de ban. Wie zich vandaag als held wil handhaven (president, politicus, predikant) moet zich gedragen als filmster. Het heden wordt steeds belangrijker, zoals ook het besef dat alles vergankelijk is. De held van vandaag kan morgen gekelderd zijn. ('Gaaf de geschiedenis sneller dan iemands hersens kunnen bijhouden?）」

J.S.

Ludo SIMONS,  
**Cultuur en verdraagzaamheid. Blauwdruk voor een praktische tolerantie,**  
Lannoo, Tielt, 1976, 98 blz.

Zoals de ondertitel laat vermoeden, pleit Ludo Simons in een zevental opstellen - die alle van ver of dichtbij iets te maken hebben met de literatuur en de culturele ontwikkeling in Vlaanderen - voor meer onderlinge waardering en grotere verdraagzaamheid.

J.S.

Hans Robert JAUSS,  
**Die nicht mehr Schönen Künste,**  
Wilhelm Fink Verlag, München, 1968, 735 blz.

Dit is het derde volume uit de reeks 'Poetik und Hermeneutik', waarin studies gebundeld worden van een onderzoeksgroep waarvan Blumenberg, Heselhaus, Iser en Jauss deel uitmaken. Aanleiding tot deze bundeling was het in 1966 georganiseerde colloquium rond de problematiek van de 'grensverschijnselen van het esthetische'. De esthetische exploraties van de groep stuiten immers gere-

geld op de paradox van een 'esthetiek van het onesthetische'. In deze bundel een twintigtal rereraten en het verslag van elf discussies. Categorieën als het kitscherige, het politieke, het vervelende, het schrikwekkende, het obscene, het ziekelijke, het belerende komen in studies die reiken van Griekse poëzie tot pop-art ter sprake.

D.L.

Joyse S. MITCHELL (ed.)  
**Other choices for becoming a woman,**  
KNOW, Inc, Pittsburgh, Pa, 1975, 227 blz.

Dit handboek bestemd voor het M.O. wil meisjesstudenten een aantal alternatieven voorstellen die hun zelfontdekking en hun ontplooiing tot geëmancipeerde vrouwen kunnen bevorderen. Een aantal essays verleenend hun medewerking, o. m. een professor journalistiek, een psychotrapeute, een modeontwerper, een gynecologe en de bekende antropologe Margaret Mead. Het voorwoord is van de hand van Wilma Scott Heide, gewezen voorzitter van de National Organization for Woman, de grootste feministische organisatie in de VSA. Het werk werd trouwens gepubliceerd door de feministische uitgeverij KNOW, Inc.

M.C.

Peter G. FILENE,  
**Him/her/self ; Sex Roles in Modern America,**  
Harcourt Bruce Jovanovich, N.Y./London, 1975, 351 blz.

Uitstekende analyse van de geschiedenis van de vrouwenbeweging in de V.S.A. Voor elke fase van de geschetste historische evolutie fungeren de massamedia - kranten, tijdschriften en vooral vrouwenbladen - als spiegels, die de sociale toestanden en het psychologisch klimaat van de tijd reflektieren.

M.C.

Anselm MALER,  
**Der exotische Roman,**  
Ernst Klett Verlag, Stuttgart, 1975, 112 blz.

Dagmar DESKAU,  
**Der aufgelöste Widerspruch,**  
Ernst Klett Verlag, Stuttgart, 1975, 105 blz.

Maler brengt een vooral uit citaten bestaand verslag uit van het 19de eeuwse genre der 'exotische roman' waarin zowel vlucht voor als kritiek op de bestaande burgerlijke samenleving gespuid kan worden.

Dit kon zowel via idealiserende exotische utopieën als via realistische beschrijvingen van een daadwerkelijk «te verbeteren» wereld.

Deskau analyseert de poëzie van Bobrowski (1917-1965) in een tekst die aanvankelijk als universitaire verhandeling werd geschreven. Beide studies verschenen in de reeks 'Materialien und Untersuchungen zur Literatursoziologie'.

D.L.

Wij zijn de best gedrukte krant van 't land; zuiver, op kwaliteitspapier, met uiterst verzorgde vormgeving en perfecte foto's. Alleen wij verschijnen in 4-kleurendruk. Ook wij geven dus voorkeur aan het beste. Natuurlijk zijn wij maar één onder de vele, toch zijn wij in alle opzichten superieur... onze krant wordt gemaakt voor de alles-eisers.

**BENT U  
ER ZO  
EEN?**



De grootste regionale krant in België  
**HET BELANG VAN LIMBURG**

Dagelijks meer dan 300.000 lezers

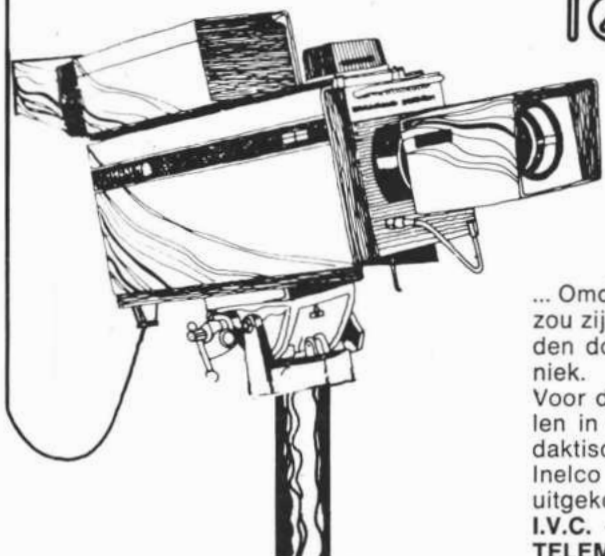
Redactie en administratie:  
Herckenrodesingel 10, 3500 Hasselt Tel. 25.09.11



# 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