

# COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

MISDAADNIEUWS IN DE KRANT • WARNER CABLE : EINDE  
PASSIEVE TELEVISIE • MEDIABELEID • DE KRANT MISSEN  
• GELD VOOR DE PERS • KABELTELEVISIE • LOKALE  
OMROEP • VROUWBEELD IN DE RECLAME • KRONIEK VAN DE  
MEDIWERELD • TIJDSCHRIFTEN • BOEKBESPREKINGEN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

E. VAN EVENSTRAAT 2A

3000 LEUVEN

JAARGANG 8

NR 3

HERFST 1978

## COMMUNICATIE

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.

8ste jaargang nr. 3  
HERFST 1978

**Hoofredacteur :** W. Van der biesen  
**Redactiesecretariaat :** M. Ceulemans  
**Administratie :** M. Mommens, M. De Troy  
**Lay-out :** G. De Meyer

**Redactie :** M. Ceulemans, G. De Meyer, W. De Porte, F. Duchateau, G. Fauconnier, A. Hendriks, W. Van der biesen, L. Van Poecke.

**Abonnementen :** De abonnementsprijs bedraagt 200 fr. voor een jaargang (4 nummers). 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. Voor het buitenland gelieve men per giro over te schrijven op postrekening 890 van de Kredietbank te Leuven (met vermelding van het bovenstaande rekeningnummer).

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 1978.3 :

- 1 **Misdaadnieuws in (Vlaamse) dagbladen** - Greet Berghman - Johan Goethals
- 10 **"Warner Cable" in Columbus, Ohio - Einde van de passieve televisie?** - Karel Huybrechts
- 15 **Mediabeleid als toetssteen voor een veranderende verhouding overheid-massamedia** - Johan Hemels
- 20 **«What «missing the newspaper» means» Revisited** - Gust De Meyer
- 22 **Congresverslagen** - Adriaan Hendriks
- 24 **Het beeld van de vrouw in de reclame van de Nederlandstalige vrouwenbladen : een inhoudsanalyse** - Bernadette Van de Maele
- 26 **Joos Florquin - Een afscheid**
- 27 **Feiten en meningen uit de mediawereld** - Jan Servaes - Wim Van der biesen
- 30 **Uit de tijdschriften**
- 36 **Uit de literatuur**

---

**Verantwoordelijke uitgever :**  
L. Boone, Sneppenstraat 10, 3200 Kessel-Lo

Het hiernavolgende artikel is gebaseerd op de resultaten van de licentiaatsverhandeling in de sociale wetenschappen (richting communicatiewetenschappen) van Greet BERGHMAN.

Drs. Johan GOETHALS is als wetenschappelijk medewerker verbonden aan de afdeling "Strafrecht, strafvordering en criminologie" (forensische en carcerale psychologie) van de Rechtsfaculteit, K.U.Leuven.

## misdaadnieuws in (vlaamse) dagbladen

**greet berghman en johan goethals**

De verslaggeving over zware misdaden vormt in de meeste kranten een specifiek en belangrijk onderdeel van de gerechtelijke rubriek. Welke ook de motieven zijn van journalist en publiek, dit soort nieuws haalt frekvent de voorpagina's, en het wordt door velen verslonden. Een flink pak lezers is gegrepen — soms geïrriteerd, doch veelal geboeid — door een bepaalde schrijfvorm, door een bepaalde voorstelling van feiten, of door een subjectieve beeldende taal. Het zijn immers steeds drama's die worden beschreven, waarin een deel van het lezende publiek zich in een of andere rol herkent, of zich wenst te bevestigen in een ontkenning of afwijzing van het gebeurde.

Velen twijfelen echter aan de kwaliteit van dit soort nieuws. Getuige daarvan de opmerkingen: «Kranten staan vol moord en brandstichting!», «Die moordverhalen zijn steeds zwetsverhaaltjes», of «De kranten zoeken enkel sensatie bij de beschrijving van misdrijven».

Niet alleen de man in de straat is geboeid door misdaadnieuws. Ook wetenschappers, zij het om sterk uiteenlopende motieven, maken zich zorgen over criminaliteit en geweld in de pers: het publiceren van strafbare handelingen, zeker in de vorm waarin het nu gebeurt, zou wel eens erg schadelijk kunnen zijn. Sommige wetenschappers wijzen erop dat misdaadberichtgeving

fungeert als een informatiepool, met het (grote) gevaar dat potentiële delinquenten dergelijke handelingen zullen imiteren (naar analogie met de mogelijke effecten van het kijken naar geweld op film of TV). Onderzoek toonde inderdaad aan dat verschillende vormen van deviant gedrag afnamen gedurende periodes dat kranten niet konden verschijnen (MOTTO, 1967, afname van zelfmoorden; PAYNE en PAYNE, 1970, afname van vermogensdelikten als diefstal, inbraken en autodiefstallen... tijdens krantenstakingen). Andere auteurs waarschuwen voor de negatieve effecten van deze berichtgeving op de delinquenten zelf. De identificatie van verdachten en veroordeelden in de pers zou leiden tot het complexer maken van de leefwereld van betrokkenen (ontstaan van angst en schuldgevoelens, onmogelijk maken van professionele en relationele reïntegratie... GEIS, 1965; GOUDSMIT 1969...) en zelfs tot het bestendigen van de criminele carrière: door de publieke identificatie wordt de delinquent permanent in de rol van deviant geduwd, worden alternatieve rollen voor hem steeds meer onmogelijk gemaakt, en wordt de opgeplakte rol uiteindelijk als een persoonlijkheidstrekk geïnterioresd (stigmatisering, secundaire deviantie, LEMERT 1951). Tenslotte, en dat is een derde effect, kan de pers de aard en de omvang van de delinquentie zelf medebepalen. Een initiële stijging in officiële en aangegeven criminaliteit geeft aanleiding tot bezorgd-

heid en dus tot aandacht in de pers, bezorgdheid die overgaat op het lezende publiek. Dit leidt tot een veranderende houding ten aanzien van misdadigheid, die onder meer inhoudt een grotere bereidheid tot het aangeven van delikten en medewerking met de politie. Daaruit vloeit een verhoging van de misdaadstatistiek voort, en kan het proces zich opnieuw in gang zetten (deviation amplification, WILKINS 1964).

Deze verschillend effect-theorieën worden slechts moeizaam, en dan nog maar partieel, bevestigd. Het lijkt dus nodig, in het licht van deze populaire en wetenschappelijke vragen, empirisch onderzoek naar de inhoud en de effecten van misdaadnieuws op te zetten.

In onderstaand artikel beperken wij ons tot de problematiek van de inhoud van misdaadnieuws (analyse van de boodschap). Onze cijfers en conclusies zijn gebaseerd op een inhoudsanalyse van 7 Vlaamse kranten, en een algemeen literatuuronderzoek (1). De hoofdbedoeling van onze studie lag in de empirische verificatie van een aantal «stereotiepen» m.b.t. misdaadnieuws, met onder meer volgende vragen: «Staan kranten vol misdaadnieuws? Zijn misdaadverslagen gekleurde onjuiste en subjectieve weergaven van objectieve gebeurtenissen? Zijn misdaadjournalisten selectief in de weergave van hun informatie?»...



## §1. Een inhoudsanalyse van misdaadberichten in zeven Vlaamse kranten

### A. Voorstelling van het onderzoek

De grondvragen van ons onderzoek hadden betrekking op de feitelijke hoeveelheid aandacht voor misdaadnieuws, de inhoud van dit nieuws en de objectiviteit ervan in de Vlaamse dagbladers. Verder onderzochten wij mogelijke verschillen tussen de zeven kranten, en verschillende delikttypes. Tenslotte zochten wij naar differentiërende factoren, o.m. de plaats waar het delikt had plaatsgevonden, de politieke opvatting en de oplage van de krant.

Het onderzoek werd uitgevoerd op volgende kranten: DE STANDAARD, GAZET VAN ANTWERPEN, HET LAATSTE NIEUWS, VOORUIT, VOLKSGAZET, HET VOLK en HET BELANG VAN LIMBURG. Deze kranten werden gekozen omdat zij hetzij alleenstaande kranten vormen met een relatief grote oplage, of omdat zij de meest gekende krant vormen uit een trustgroep. (2)

Vier types levensdelikt (moord) werden weerhouden: oudermoord, roofmoord, seksuele moord en kindermoord. (3) Per type werden twee concrete gevallen gekozen. Onze inhoudsanalyse beruiste op 8 moordgevallen. (4)

Voor onze inhoudsanalyse werden alle artikels opgespoord vanaf het ogenblik der feiten tot na de weergave der processen. Dit leverde een oogst van 345 artikels, een gemiddelde van 49 per krant, en van 6,16 per geval/krant.

De aandacht werd gemeten langs volgende indicatoren:

- het aantal artikels aan een moordgeval gewijd
- de redactionele oppervlakte van de artikels
- de relatieve oppervlakte van het artikel ten aanzien van de pagina waarop het verschijnt (pagina-oppervlakte)
- de redactionele oppervlakte van de titel
- de relatieve oppervlakte van de titel i.f.v. de pagina
- het aantal gepubliceerde foto's
- de grootte van de foto's

Wat de inhoud betreft zochten wij naar de inhoudelijke thema's die in het artikel en in de titel konden gevonden worden. Om de objectiviteit te toetsen vergeleken we de verslagen met strafdossiers.

### B. De resultaten van de inhoudsanalyse

#### 1. De (kwantitatieve) analyse van de aandacht

### Aantal artikels

Er worden gemiddeld 6,16 artikels aan een moordgeval gewijd. Tussen de verschillende kranten en delikttypes vinden we echter grote verschillen.

Roofmoorden blijken het meest behandeld te worden. Er worden immers 115 artikels over dit type delikt gepubliceerd. Dit betekent een gemiddelde van 16,4 per type en 8,2 artikels per geval van roofmoord. Voor oudermoord vinden wij resp. 8,2 en 4,07 artikels. Sexuele en kindermoorden liggen tussen beide in.

Er blijken tevens grote verschillen tussen de kranten gevonden te worden. Per geval varieert de aandacht van 5,4 artikels (BELANG VAN LIMBURG) tot 7,1 artikels (HET VOLK), bij een gemiddelde van 6,16. HET VOLK publiceert dus het meeste artikels over levensdelikten, HET BELANG VAN LIMBURG het minst.

Indien een spanningsverhouding 'meeste/minste artikels naar delikttypes' wordt bepaald, blijkt VOORUIT de meest evenwichtige verhouding te vertonen (1,3) terwijl de andere kranten variëren van 1,8 (HET VOLK) tot 3 (GAZET VAN ANTWERPEN). GAZET VAN ANTWERPEN gunt roofmoord driemaal zoveel artikels als oudermoord, verhouding die veel hoger ligt dan bij de

TABEL 1 Kwantitatieve analyse van de aandacht voor misdaadnieuws naar kranten en delikttypes

indicator gemiddeld	kranten							delikttypes				$\bar{X}$
	ST	GVA	LN	VG	VK	VT	BVL	OM	RM	SM	KM	
aantal artikels	5,7	6,5	6,5	5,7	<u>7,1</u>	6,1	<u>5,4</u>	<u>4,1</u>	<u>8,2</u>	6,0	6,4	6,16
paginaoppervlakte van de artikels (%)	20,57	26,41	28,03	<u>49,18</u>	<u>44,34</u>	24,58	<u>14</u>	32,50	23,84	<u>23,41</u>	<u>42,84</u>	30,07
redactionele opp. der artikels (%)	2,16	1,69	2,21	<u>3,07</u>	2,40	<u>3,07</u>	<u>1,65</u>	2,45	<u>1,70</u>	1,72	<u>3,48</u>	2,49
redactionele opp. van de titel (%)	<u>0,54</u>	<u>0,30</u>	0,49	0,52	0,48	0,52	0,44	0,51	<u>0,41</u>	<u>0,41</u>	<u>0,66</u>	0,55
artikeloppervlakte van de titel	24,71	17,83	21,91	<u>17,02</u>	20,52	21,91	<u>27,50</u>	20,79	<u>23,57</u>	<u>23,79</u>	<u>18,26</u>	21,79
aantal foto's i.f.v. aantal artikels (%)	56	92	82	84	<u>145</u>	106	<u>42</u>	96	<u>53</u>	70	<u>134</u>	85
artikeloppervlakte van de foto's (%)	24,13	24,60	22,96	18,02	29,15	<u>29,95</u>	27,78	<u>23,72</u>	<u>27,10</u>	25,44	24,40	25,33
redactionele opp. van de foto's (%)	0,52	<u>0,42</u>	0,51	0,55	0,70	<u>0,92</u>	0,46	0,59	0,46	<u>0,43</u>	<u>0,83</u>	0,62

hoogste score: =====

laagste score: \_\_\_\_\_



andere kranten. Wel blijken alle kranten de roofovermoorden te (over)accentueren, DE STANDAARD uitgezonderd, die meest ruimte besteedt aan kindermoord.

### Proportie paginaoppervlakte

De impact van een nieuwsbericht wordt waarschijnlijk sterk medebepaald door de eerste indruk die het artikel op iemand maakt.

Een artikel dat een volledige pagina inneemt, springt meer in het oog dan hetzelfde artikel over twee pagina's verspreid. Omwille van deze mogelijke impact berekenden wij de relatieve oppervlakte van het artikel ten aanzien van de pagina(s) waarop het werd afgedrukt.

Uit tabel I blijkt dat de moordverslagen gemiddeld 30 % van een pagina innemen, en dat weerom grote verschillen tussen kranten en types delikten gevonden worden.

Kindermoorden springen het meest in het oog. Deze categorie neemt gemiddeld 42,84 % van de oppervlakte van een pagina in beslag, wat ongeveer het dubbel van de categorieën seksuele en roofovermoorden vertegenwoordigt.

Wat de kranten betreft besteedt VOLKSGAZET gemiddeld 49,18 % bladruimte aan dit soort nieuws, HET VOLK 44,34 % en HET BELANG VAN LIMBURG slechts 14 %. Alle andere kranten blijven beneden het gemiddelde. De hoge percentages van HET VOLK en VOLKSGAZET zijn misschien medebepaald door de feitelijke grootte van de bladzijden van deze kranten, doch om dit te staven zou onder meer het lettertype dienen gemeten te worden.

De spanningsverhouding tussen de soorten delikten schijnt ook hier groter dan bij het aantal artikels. De meest gelijkmatige verdeling vinden wij bij HET BELANG VAN LIMBURG (1,53) en verder bij GAZET VAN ANTWERPEN (1,69). De meest ongelijkmatige bij VOORUIT (3,09). Boven het gemiddelde (1,82) liggen DE STANDAARD (2,32), HET LAATSTE NIEUWS (1,85), VOLKSGAZET (2,34) en HET VOLK (2,13). VOORUIT besteedt dus driemaal zoveel paginaruimte aan kindermoord in vergelijking met roofovermoord, al dient gesteld dat deze krant met 16,46 % duidelijk onder het algemeen gemiddelde ligt.

### Redactionele oppervlakte van de artikels

Slechts 2,49 % van de redactionele oppervlakte wordt aan verslagen over levensdelikten gewijd. Dit betekent dat, gezien de reeds uitgevoerde eliminatie van ontspanningsrubrieken, reclame en aankondigingen, slechts een uiterst klein deel van het totale nieuwspakket over misdaden handelt. Met alle artikels (345) zouden wij slechts een achttal kranten kunnen vullen.

Weerom blijken de kranten grondig te verschillen wat betreft de oppervlakte die zij voor levensdelikten voorbehouden. VOLKSGAZET bijt andermaal de spits af, en besteedt gemiddeld, 3,07 % van zijn ruimte aan een moordgeval. Aan het andere uiteinde vinden wij HET BELANG VAN LIMBURG dat amper 1,65 % van zijn redactionele oppervlakte voor moord inruimt. Ook de GAZET VAN ANTWERPEN scoort laag, (1,69 %). Daartussen liggen de andere kranten, DE STANDAARD, HET VOLK en HET LAATSTE NIEUWS met resp. 2,16, 2,40 en 2,21 %.

Splitsen wij de tabel op naar soorten delikten, dan vinden wij de verwachte verschillen terug. Het meest ruimte krijgt kindermoord (3,48 %), gevolgd door oudermoord (2,45 %). Het minst aandacht wordt besteed aan roofovermoord (1,70 %) en seksuele moord (1,72 %). Kindermoord primeert in alle kranten.

### Redactionele oppervlakte van de titels

Titels zijn belangrijk als blikvangers. Een grote titel trekt de aandacht van de lezer, een kleine minder of niet.

Uit onze cijfers blijkt dat 0,55 % van de totale redactionele oppervlakte van de krant, wordt besteed aan de tituluur over moorden. De titels van de artikels over kinder- en oudermoorden springen meer in het oog dan deze die betrekking hebben op roof- of seksuele moorden.

DE STANDAARD drukt titels die 0,54 % van de redactionele oppervlakte innemen, GAZET VAN ANTWERPEN komt slechts tot 0,30 %. De andere kranten situeren zich tussen beide uitersten in. Opmerkelijk is dat alle kranten kindermoord accentueren. Uitzondering is weer DE STANDAARD met oudermoord.

Belangrijk is ook of een grote titel gevolgd wordt door een lang artikel of integendeel door een kort of helemaal

geen. In het laatste geval zouden wij te doen hebben met een duidelijk geval van sensatieberichterijking; waar men enkel aandacht wenst te trekken zonder deze inhoudelijk vorm te geven.

### Artikeloppervlakte van de titels

De cijfers tonen aan dat ongeveer een vijfde van het artikel is voorbehouden voor de titel (21,79 %). Daaruit blijkt dat de auteurs veel belang hechten aan een goede blikvanger. Nergens, d.w.z. bij geen enkele krant, en bij geen enkel type delikt, neemt de verhouding titel/artikel echter overdreven vormen aan (vb. meer dan 50 % titel), zodat wij niet kunnen stellen dat de kranten sensationeel wensen te doen. Bovendien zijn de verschillen tussen de kranten niet zeer groot, en duidelijk minder uitgesproken dan de verschillen die wij qua aantal en grootte van de artikels hebben gevonden. HET BELANG VAN LIMBURG ruimt het meeste plaats in voor de titel (27,5 %), VOLKSGAZET het minste (17,02 %). De overige kranten scoren relatief hoog (ongeveer 20 %)

Bij vergelijking van types delikten blijken roof- en seksuele moord meer in het gezichtsveld van de lezer gebracht te worden. (23,57 en 23,79 %). Deze percentages zijn trouwens opvallend gelijklopend. Tenslotte verschillen de kranten sterk wat betreft de soorten delikten die ze in de verf zetten: DE STANDAARD en VOORUIT seksuele delikten, HET VOLK, HET BELANG VAN LIMBURG en GAZET VAN ANTWERPEN roofovermoorden; de resterende kranten verdelen hun aandacht vrij gelijkmatig over de verschillende delikttypes.

### Aantallen foto's

Gemiddeld worden op 100 artikels 85 foto's afgedrukt. Niet elk artikel wordt dus met een foto geïllustreerd.

HET VOLK illustreert zijn artikels met min. 1 foto (1,45), en ook VOORUIT drukt meer foto's dan artikels. De andere kranten blijven duidelijk onder dit gemiddelde. HET BELANG VAN LIMBURG illustreert zijn artikels het minst: in slechts 42 % ervan wordt een foto bijgevoegd. Ook DE STANDAARD blijft eerder sober.

Qua delikttypes worden kindermoorden het best geïllustreerd, terwijl alle andere types onder het gemiddelde blijven. Twee kranten volgen deze tendens

echter niet ; GAZET VAN ANTWERPEN en HET BELANG VAN LIMBURG publiceren meer foto's bij roofmoorden dan bij kindermoorden (191 en 53 versus 142 en 45). Verder vinden wij opvallend lage scores bij HET BELANG VAN LIMBURG met betrekking tot oudermoord (14 %), BIJ HET VOLK m.b.t. roofmoord (27 %), en bij DE STANDAARD en VOORUIT m.b.t. seksuele moorden (resp. 27 en 38 %). Omgekeerd springen de hoge cijfers van HET VOLK en VOLKSGAZET m.b.t. kindermoorden in het oog (resp. 207 en 200 %) alsook de hoge score van GAZET VAN ANTWERPEN m.b.t. roofmoord (191 %).

### Artikel- en redactionele oppervlakte der foto's

Als laatste kwantitatieve indicator analyseerden we de grootte van de gepubliceerde foto's. Het afdrukken van minder foto's kan immers gecompenseerd worden door het publiceren van grote foto's of grote oppervlaktes aan fotomateriaal. Omgekeerd zou het kunnen dat kranten meerdere kleine foto's publiceren, wat eveneens sterke visuele impressies kan verwekken.

0,62 % van de redactionele oppervlakte wordt besteed aan fotomateriaal bij artikels over levensdelikten. De foto's over kindermoorden nemen meer ruimte in dan deze over oudermoorden (0,83 versus 0,59 %), en deze zijn op hun beurt nog groter dan de foto's over roof- en seksuele moorden. Het algemeen gemiddelde (0,62 %) benadert sterk het gemiddelde van de titels (0,55 %).

De verschillen tussen de kranten zijn groot. VOORUIT bijt weer de spits af (0,92 %) en GAZET VAN ANTWERPEN sluit weer de rij (0,42 %). Ook HET BELANG VAN LIMBURG drukt kleine foto's (0,46 %). Alle kranten zijn echter gelijkwaardig in het benadrukken van kindermoord.

Hoe groot is nu de foto in vergelijking met het artikel waarop zij betrekking heeft? Grote foto's met kleine artikels wijzen op sensatiezucht. Om dit te bepalen werd de verhouding foto/artikeloppervlakte berekend. Daaruit blijkt dat de foto's een gemiddelde verhouding ten aanzien van het artikel vertonen van 1 : 4. Slechts in weinig gevallen neemt

de foto meer dan een vierde van de oppervlakte van het artikel in beslag (VOORUIT en HET VOLK). Bij vergelijking van de types delikten blijken roof- en seksuele moorden de hoogste scores te behalen (resp. 27,10 en 25,44 %). De verschillen tussen deze delikten zijn echter erg klein. Wat de kranten betreft vinden wij weer HET VOLK en VOORUIT op de eerste plaatsen (29,15 en 29,95 %). VOLKSGAZET en HET LAATSTE NIEUWS (resp. 18,02 en 22,96 %) sluiten de rij.

Bij vergelijking van het aantal foto's en de oppervlakte ervan wordt de verwachting dat kranten die weinig foto's afdrukken eerder grote, en kranten die veel foto's afdrukken eerder kleine publiceren niet bevestigd. De kranten die de grootste foto's afdrukken, drukken er ook het meest, en omgekeerd. VOORUIT gemiddeld 1,6 foto's per artikel drukt de grootste foto's af.

HET VOLK met 1,45 foto's per artikel komt op de tweede plaats. Omgekeerd is DE STANDAARD gekenmerkt door kleine fotooppervlaktes en kleine aantallen. De enige uitzondering is HET BELANG VAN LIMBURG, dat een klein aantal compenseert door grote oppervlaktes.

## 2. De analyse van de inhoud der misdaadverslagen

### 2.1. Het moment der verslaggeving

De misdaadberichtgeving verloopt in drie fazen : de verslaggeving van de feiten en de gerechtelijke interventies op het ogenblik van het gebeuren (de moord) ; de verslaggeving van de wedsamenstelling en de berichtgeving rond de Assisenprocessen.

Uit onze cijfers kunnen wij afleiden dat de meeste aandacht gaat naar de verslaggeving rond het proces. 52 % der artikels verslaan de Assisenzittingen, 39 % de feiten zelf, en 8 % de wedsamenstelling. Het overwicht aan Assisenverslagen vinden wij in alle kranten terug, soms sterk uitgesproken (vb. VOORUIT : proces 27, feiten 16, wedsamenstelling 6), soms weinig uitgesproken (vb. HET LAATSTE NIEUWS : 25 versus 23 en 3). Bovendien wordt het overwicht aan procesverslagen ook bij alle delikttypes teruggevonden, roofmoord uitgezonderd. Bij dit type worden

61 verslagen over de feiten gepubliceerd, en slechts 46 over het proces.

### 2.2. De inhoudelijke thema's in de verslaggeving (5)

#### 2.2.1. De verslaggeving op het moment van het gebeuren

Drie groepen nieuwsitems komen frequent terug : de identificatie van de dader (identificatie, burgerlijke stand), de identificatie van het slachtoffer en de beschrijving van de moord zelf (ontdekking, omschrijving, opsporing, motiveering). Deze drie groepen items vormen als het ware standaarditems waaraan de berichtgeving wordt opgehangen. De andere informatie krijgt dan belang als duidingsitems, die gebeuren en verdachte in een verklarende context moeten plaatsen, doch deze ontbreken in een veel grotere mate, en zijn bovendien ongelijk over de verschillende categorieën verdeeld. Deze achtergronditems (fysische toestand van de verdachte, relationeel patroon, (gerechtelijk) verleden en gezinssituatie) komen in max. 15 verslagen aan bod. Over het slachtoffer wordt nog minder achtergrondinformatie gegeven. Wellicht verwijst dit alles naar de moeilijke positie van de verslaggever en zijn gebrek aan kennis, daar hij zich met het oog op een snelle weergave van de informatie dient te beperken tot wat hij als 'betrouwbaar' materiaal kan verzamelen.

De kranten verschillen grondig wat betreft de hoeveelheid informatie die ze brengen. HET VOLK brengt bijna het dubbel aantal nieuwsitems van DE STANDAARD (99 versus 61) terwijl verder VOORUIT hoog en GAZET VAN ANTWERPEN laag scoren.

Differentieert men naar types delikten, dan blijkt de categorie roofmoord het meeste informatie-items te verschaffen (144), oudermoord het minste (111). De andere types liggen tussen beide in (resp. 136 en 136). De verschillen tussen types delikten zijn dus kleiner dan de verschillen tussen de kranten.

#### 2.2.2. De procesverslaggeving

Deze berichtgeving is, van kwantitatief standpunt uit gezien, de meest volledige. Ten aanzien van een aantal cate-



**TABEL 2 Aantal nieuwsitems naar kranten en delikttypes**

kranten	aantallen nieuwsitems bij verslag rond	
	feiten	proces
De Standaard	61	76
Gazet van Antwerpen	67	81
Het Laatste Nieuws	74	80
Volksgazet	77	85
Het Volk	99	94
Vooruit	79	90
Het Belang van Limburg	70 max. 184	75 max. 112

types delikten		
Oudermoord	111	146
Roofmoord	144	134
Sexuele moord	136	153
Kindermoord	136 max. 322	148 max. 196

**TABEL 3 Aard van de nieuwsitems (6)**

**bij verslaggeving van de gebeurtenissen (max. 56)**

<i>meest voorkomende</i>		<i>minst voorkomende nieuwsitems</i>	
<b>DADER</b>			
Identificatie	53	relatieve patroon	7
burgerlijke stand	44	fysische eigenschappen	7
		verleden	11
		gerechtelijk verleden	12
		gezinssituatie	15
<b>MOORD</b>			
ontdekking	49		
omschrijving	48		
opsporing	43		
motivering	40		
<b>SLACHTOFFER</b>			
identificatie	41	relatie met de dader	3
burg. stand	35	fysische eigenschap	3
		verleden	3
		relatie met anderen	4
		gezinssituatie	13

**bij procesverslaggeving**

<i>meest voorkomende</i>		<i>minst voorkomende nieuwsitems</i>	
persoonlijkheid van de dader	55	ontdekking van het gebeuren	19
beschrijving van deskundigen	55	motivering van de daad	31
uitgesproken straf	54	samestelling van het Hof	34
uiteenzetting der feiten	52		
getuigenissen	52		
aanhouding van de dader	45		
algemene houding van de dader	44		

**TABEL 4 Verdeling der titels naar kranten en type delikt**

titels	aard delikt				kranten							
	O.M.	R.M.	S.M.	K.M.	ST	GVA	LN	VG	VK	VT	BVL	TOT
1. feit zelf	9	15	9	8	7	5	10	3	6	6	4	41
2. ernst der feiten	3	6	9	12	1	4	5	7	6	3	4	40
3. morele uitspraak	1	1		1		2					1	3
4. de straf	9	11	10	5	6	5	7	3	5	4	5	35
5. slachtoffer	1	1	4	5	4	1	1	2	2	2	1	11
6. slechtheid van dader	8	11	5	11	9	5	3	4	5	7	2	35
7. probleemsituatie	2	2	8		2	3	1	1	2	2	1	12
8. status en beroep			1		1							1
9. ongewone omstandigheden		8	3	8	5	3	2	3	2	2	2	19
10. wedersamenstelling	2		5	8		4	2	2	3	2	2	15
11. verdiende straf	3	1	4	3		1		5	3	2		11
12. aanleiding	6	10		7	1	1	3	2	6	6	2	23
13. getuigen en publiek	5	4	2	4	1	1	3	2	2	4	2	15
14. onderzoek	88	44	25	17	8	17	16	10	17	11	15	94
<b>totaal</b>	<b>57</b>	<b>115</b>	<b>84</b>	<b>89</b>	<b>46</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>46</b>	<b>57</b>	<b>49</b>	<b>43</b>	<b>345</b>

gorieën (deskundigen, persoonlijkheid van de dader, straf, feiten en getuigenissen) is de verslaggeving quasi volledig, terwijl ook de andere categorieën meer aan bod komen dan bij de verslaggeving van de gebeurtenissen zelf. Hier moet echter rekening gehouden worden met de grotere mogelijkheden van informatiewinning waarover de verslaggever beschikt: de informatie wordt hem gedurende het proces «klaar aangeboden», terwijl uitwisseling en hulp door collega's steeds mogelijk blijft. Dit verklaart wellicht de hoge frekwenties van de verschillende nieuwsitems bij de verschillende kranten, hoewel aan een aantal categorieën (vb. ontdekking, motivering van de moord enz...) toch frekwent voorbijgegaan wordt.

Ook de verschillen tussen de kranten onderling zijn minder groot dan bij de weergave der gebeurtenissen zelf. DE STANDAARD en HET BELANG VAN LIMBURG bieden het minst (76 en 75), HET VOLK en VOORUIT het meest (94 en 90) informatie-items. Deze kleinere verschillen hangen wellicht samen met de grotere toegangsmogelijkheden tot het materiaal. Sexuele moorden krijgen de meeste nieuwsitems (153), roofmoorden de minste (134). Ook deze verschillen zijn eerder gering.

### 2.3. Inhoudsanalyse van de titels

De meeste titels hebben betrekking op het politieonderzoek: 29% verwijzen naar de opsporing, de activiteiten van politie- en opsporingsinstanties, en de resultaten ervan. In tweede orde hebben de titels betrekking op de aard (41) en de ernst (40) van het gepleegde feit, op de uitgesproken straf (35) en de slechtheid van de dader (35). Andere categorieën komen beduidend minder aan bod en twee thema's, «morele uitspraken van de rechter» en «de status en beroep van de verdachte» komen nauwelijks voor. Uit deze cijfers (tabel 4) blijkt dat de verslaggevers zich meestal houden aan «objectieve» gebeurtenissen of elementen van het misdadagebeuren (opsporing, de straf, ...) en zich niet laten verleiden tot «morele» uitspraken (slechtheid van de dader, het omschrijven van een straf als verdiend enz...)

De kranten verschillen vrij grondig in hun keuze van titels. Waar de meeste dagbladen titels publiceren die betrekking hebben op het onderzoek benadrukt DE STANDAARD toch eerder de

slechtheid van de dader en HET BELANG VAN LIMBURG de straf. Ook VOORUIT omschrijft frekwent de slechtheid van de dader, Plaatsen wij «moraliserende» titels tegenover «objectieve» (resp. 2, 6 en 11 versus 1, 4, 7, 9, 10, 12, 13, 14) dan blijkt VOLKSGAZET het meeste en het BELANG VAN LIMBURG het minste moraliserende titels te publiceren. De andere kranten verschillen niet sterk wat deze verhouding betreft.

Verslaggevers gebruiken eveneens verschillende titels naargelang het soort delikten dat zij beschrijven. Waar de meerderheid der titels bij roof-, kinderen sexuele moorden betrekking heeft op het onderzoek, blijken de titels bij oudermoorden frekwenter te verwijzen naar het feit zelf en naar de straf (resp. 9 en 8). Deze verschillen kunnen echter veroorzaakt worden door de «eigenaardigheid» van dit type delikt, gezien de dader vlug gekend, en wellicht ook vlug opgespoord kan worden, terwijl het onderzoek naar verdachten in roof- en sexuele delikten langer kan duren, wat dan het aantal artikels en titels uiteraard beïnvloedt. Verder blijkt de ernst van de feiten blikvanger te zijn bij kindermoord, hoewel daar ook frekwent de slechtheid van de dader wordt onderlijnd. Opvallend is verder de afwezigheid van titels die betrekking hebben op de wederamenstelling bij roofmoorden, en het ontbreken van enige referentie naar de 'oorzaak' bij sexuele delikten.

### 3. De analyse van de objectiviteit in de berichtgeving.

De onderzochte kranten publiceren weinig flagrante onjuistheden in hun verslagen over moorden en moordprocessen. Op een totaal aantal artikels van 345, en een geschat aantal informatie-items van 1200/1300 (sommige items worden twee- tot driemaal toe vermeld) blijken amper 22 fouten voor te komen. De verschillen tussen de kranten en types delikten zijn, gezien de kleine totalen, te klein om er zinvolle conclusies uit te trekken. Vermelden wij enkel dat de meeste fouten betrekking hebben op verslagen over kindermoorden (10), terwijl in de verslagen m.b.t. roofmoorden 6, en ouder- en sexuele moorden 3 fouten gevonden worden. De stereotiepe uitspraak dat kranten bij dit soort berichtgeving een loopje nemen met hun lezers moet dus duidelijk verwerpen worden.

Een blik op de aard der fouten versterkt deze indruk nog. De meeste fouten zijn detailfouten, en hebben betrekking op een onjuiste geboortedatum, een verkeerde weergave van de aard van de straf, en de onjuiste weergave van de wijze waarop een slachtoffer is omgekomen. Slechts in twee gevallen werden onjuistheden gevonden m.b.t. de persoonlijkheid van de dader.

Objectiviteit steunt echter niet alleen op het (opzettelijk) anders weergeven van informatie, doch ook, en misschien vooral, op het weglaten en/of toevoegen, alsook het onderlijnen van bepaalde items.

«Das Problem Objektivität der Berichterstattung liegt nicht in der getreuen Reproduktion oder in der Fälschung einzelner Tatsachen, sondern im Zwang für die Berichterstattung, aus einem Universum von Informationen doppelt auszuwählen was gemeldet wird und was unter den Tisch fällt, was der Medienkonsument erfährt und was ihm verschwiegen wird. Das Problem der Objektivität besteht in der Selektivität der Informationswiedergabe» (L.B.-Institut für Kriminalsoziologie 1976).

Deze selectiviteit bleek reeds zeer duidelijk uit tabel 3. We concludeerden uit deze tabel dat de meeste kranten een aantal standaarditems in hun verslaggeving aan bod lieten komen terwijl de achtergrondinformatie, die bijzonder belangrijk is om het gebeurde te begrijpen, veel minder aangeboden wordt en soms volledig ontbreekt. Zo wordt weinig informatie gegeven over de relatie dader-slachtoffer, de relaties tussen dader en leefgenoten, de psychologische toestand en het verleden van de dader en de eigenheid en het verleden van het slachtoffer. Door het achterhouden van deze «sterk nuanceerende» informatie wordt de mogelijkheid dat het publiek een adequate beeldvorming ontwikkelt sterk gereduceerd.

Vergelijkt men de kranten op deze selectiviteitsaspecten dan blijkt HET VOLK het meest genuanceerd de moordgevallen te beschrijven, d.w.z. over de meeste categorieën informatie te bieden. Toch blijkt HET VOLK ook de fysische eigenschappen van de dader, diens gerechtelijk verleden, de fysische en psychologische eigenschappen van het slachtoffer, alsook de aanhouding frekwent te negeren. De andere kranten





**bijna een eeuw**



**HET BELANG VAN LIMBURG**

Herckenrodesingel 10, 3500 HASSELT - Tel. 011-25.09.11

zijn echter nog veel selectiever in hun verslaggeving, en vermelden weinig over de psychologische karakteristieken van de dader, diens gezinssituatie, zijn relatie met het slachtoffer, zijn jeugdijaren en zijn gerechtelijk verleden. GAZET VAN ANTWERPEN en HET LAATSTE NIEUWS vermelden de burgerlijke stand van het slachtoffer niet, DE STANDAARD, HET LAATSTE NIEUWS en VOLKSGAZET de samenstelling van het Hof bij het verslaan van het proces.

#### 4. Besluit

Twee kranten in Vlaanderen schijnen (althans wat onze steekproef betreft) het meest uitvoerig en volledig misdaadnieuws te schrijven: HET VOLK en VOORUIT. Zij publiceren niet alleen veel en grote artikels, zij bieden de meeste en de meest verscheiden informatie, en houden het minst informatiethema's achter. Op de laatste plaats komt HET BELANG VAN LIMBURG, dat in globaal het minste aandacht aan de onderzochte moorden heeft besteed.

Wat soorten delikten betreft worden kindermoorden het uitvoerigst behandeld. Er worden (relatief) het meest foto's over deze categorie gepubliceerd, en de oppervlaktes van deze artikels, titels en foto's zijn relatief het grootst. Oudermoord verschijnt als tweede belangrijkste categorie.

Tenslotte blijkt van een systematische selectiviteit voor bepaalde deliktvormen geen sprake te zijn. Alle kranten benadrukken nogal unaniem de kindermoord. GAZET VAN ANTWERPEN maakt daarop een lichte uitzondering: deze krant benadrukt nogal sterk roofmoord.

Belangrijk is echter of onze conclusies niet op een artefact berusten. De plaats waar de delikten zijn gebeurd speelt immers een belangrijke rol: de verschillen tussen de kranten kunnen veroorzaakt zijn door het feit dat de betrokken delikten, ongeacht hun aard en ernst, als het ware onder de neus van bepaalde kranten zijn gebeurd. Zo kunnen we veronderstellen dat HET BELANG VAN LIMBURG wel meer aandacht zou ingeruimd hebben voor delikten die in Limburg hadden plaatsgevonden, terwijl GAZET VAN ANTWERPEN vooral de delikten binnen de provincie Antwerpen onderlijnt.

De keuze van de acht gevallen laat ons echter niet toe deze factor adequaat te onderzoeken. Op het ogenblik dat onze deliktengroep werd samengesteld bleken geen delikten in Limburg in aanmerking te komen (d.w.z. ongeveer in dezelfde tijdsperiode gebeurd en beschreven te zijn). Oost-Vlaanderen integendeel nam alle ouder- en kindermoorden voor zijn rekening.

Hoewel we dus geen sluitende conclusies kunnen verwachten, vergeleken we de scores tussen kranten die streekdelikten beschreven met de andere kranten. Daaruit blijkt dat de plaats van het gebeuren soms volledig, soms partieel (voor bepaalde kranten) bepalend kan zijn voor de kwantitatieve voorstelling der delikten (redactionele oppervlakte van artikel en titel ; paginaoppervlakte van het artikel en aantallen artikels en foto's). De geografische factor heeft echter geen impact op de kwaliteit van de berichtgeving, d.w.z. op volledigheid en onjuistheid. (tabel 5)

Het lichte verband dat tussen de politieke kleur van de kranten en de aandacht voor de misdaadrubriek kan vastgesteld worden (o.m. de hoge scores van beide socialistische kranten VOORUIT en VOLKSGAZET) berust wellicht eveneens op de invloed van de geografische factor. Beide socialistische kranten hebben inderdaad heel wat verslagen kunnen publiceren over delikten, die in de eigen provincie zijn gebeurd.

Of tenslotte de oplage van de kranten eventueel van invloed is werd nagegaan door een R-Spearman te berekenen tussen het misdaadkarakter van de kranten en de oplage. Deze R-Spearman bedraagt  $-.04$  ( $p > .05$ ) Beide variabelen blijken dus geen systematische samenhang te vertonen.

## §2. Vergelijkend binnen- en buitenlands onderzoek

Ook in het buitenland werden, zij het verschillend van opzet, plaats van uitvoering, tijdsperiode en methodologie, gelijkaardige onderzoeken uitgevoerd. Deze studies bevestigden in grote lijnen onze eigen bevindingen.

### 1. De aandacht voor misdaadnieuws

Samenvattend kunnen wij stellen dat gelijkaardige onderzoeken eveneens

hebben aangetoond dat de hoeveelheid misdaadnieuws in de dagbladers zeer gering is : de redactionele oppervlakte die werd berekend varieerde van 1 tot ongeveer 5 %. (tabel 6). Bovendien wordt ook daar de grote variabiliteit tussen de kranten en types delikt teruggevonden. Vooral geweld- en vermogensdelikten worden uitgebreid beschreven ; andere delikten komen minder of niet aan bod.

### 2. De objectiviteit

Gerechtigd nieuws is een uitzonderlijk dankbaar type nieuws om in de kranten opgenomen te worden. De aard van het nieuws speelt duidelijk

in op de aard van het medium. Een der belangrijkste redenen van dit gelukte huwelijk ligt in de harmonische samenhang tussen de tijdsstructuur van de gebeurtenissen en de verschijningsfrequentie van de krant zelf. Een dagblad heeft nood aan duidelijk-in-de-tijd te plaatsen gebeurtenissen. Gebeurtenissen met langdurige afloop, structurele veranderingen en graduele ontwikkelingen zijn moeilijker te vatten, en bovendien valt het moeilijker om referentiekaders, commentaren en verrijkende interpretaties in te lassen zodat de dagbladers verkiest eenduidige, op personen gerichte gebeurtenissen te verslaan, die bovendien verwijzen naar wat onverwacht, zeldzaam en negatief is (L-B Instituut ; BOONE 1966 ; BOUVE-

**TABEL 5 Beoordeling van de impact van de geografische factor**

indicator	impact van plaats van gebeuren
aantal artikels	gedeeltelijke bevestiging voor de Oostvlaamse kranten en delikten
redactionele opp. der artikels	duidelijke bevestiging voor alle kranten
paginaoppervlakte van het artikel	duidelijke bevestiging door VOORUIT m.b.t. Oostvlaamse en door VOLKSGAZET m.b.t. Antwerpse delikten
redactionele opp. van de titel	bevestiging door VOORUIT en Antwerpse kranten
aantal foto's	duidelijke bevestiging voor Oostvlaamse en Antwerpse kranten
de grootte van de foto's	geen bevestiging
aantal nieuwsitems	geen bevestiging
objectiviteit	geen bevestiging

**TABEL 6 Proporties van de redactionele oppervlakte in andere onderzoeken**

DAVIS (1952)	4 kranten in Colorado (VSA)	66,74 tot 7,26 C.I. (7)
HAUGE R. (1965)	4 kranten in Oslo	1,6 tot 4,8 %
WARR-KNAPPER (1965)	92 U.K.-dagbladen	2,5 %
BOONE L (1966)	3 Vlaamse kranten	5,7 %
ROSHIER (1973)	5 Engelse kranten	2 tot 5,6 % (8)
ROBERT/MOREAU (1975)	15 Franse kranten	2,4 tot 5,7 %



ROUX 1977, m.b.t. audiovisuele omroep!). Als dusdanig worden in deze rubriek nieuwsitems geselecteerd die betrekking hebben op een beperkt moment, die eenduidig zijn, zeldzaam voorkomen en het lezerspubliek prikkelen. Belangrijk is dan dat geen referentiekader wordt aangeboden waardoor de gebeurtenissen niet in een bevattelijk kader kunnen worden geprecipieerd, en de poort wordt opengezet voor valse beeldvorming en speculatie.

Deze valse beeldvorming wordt verder in de hand gewerkt door een niet-representatieve weergave van kenmerken van delinquenten. In de berichtgeving zijn zware delicten overgerepresenteerd (moord, diefstal, afpersing... ROSHIER 1973). Verder blijkt de hogere klasse in de criminele berichtgeving oververtegenwoordigd (HAUGE 1965), alsook bepaalde geslachts- en leeftijdsgroepen. Een Oostenrijks onderzoek bracht aan het licht dat 32,5 % van alle in de Oostenrijkse dagbladers besproken misdaden betrekking had op vrouwen, terwijl hun aandeel in de reële delinquentie niet meer dan 10 % bedroeg en dat vooral deze gevallen werden gekozen waarin de vrouw op een sexueel-agressieve of intellectuele wijze van haar vrouwelijke rol afweek (GOESSLER-LEIRER en STEINERT 1976). Wat de leeftijdsstructuur betreft zijn jongeren in de verslagen ondervertegenwoordigd, ouderen oververtegenwoordigd (HAUGE 1965, ROSHIER 1973).

### §3. Besluit

Het probleem van de misdaadverslaggeving is niet het probleem van een overdreven aandacht noch van een onjuiste weergave van wat er feitelijk is gebeurd. Uit ons onderzoek blijkt duidelijk dat wij de kranten in binnen- en buitenland niet van sensatiezucht kunnen beschuldigen, daar zij de gebeurtenissen vooral koel en zakelijk, en zeker niet «sensationeel» beschrijven (HAUGE 1965, HEMANUS 1966, ROSHIER 1973). Wij zelf concluderen dat in de verslagen geen onjuistheden of onwaarheden te vinden zijn, op enkele detailfoutjes na. Wel dienen we te constateren dat kranten bepaalde informatie aan hun lezers doorspelen, en andere, minstens even belangrijke informatie achterhouden. De meeste kranten beschrijven zeer volledig de details van de misdaad, de opsporing door de politie of de bur-

gerlijke stand, doch achtergrondinformatie, die als functie heeft de misdaad en de verdachte te «duiden», ontbreken. Objectiviteit is dus eerst en vooral een aangelegenheid van weglaten en/of benadrukken van bepaalde elementen in de berichtgeving. Door het niet verschaffen van deze achtergrondinformatie draagt de verslaggever bij tot het creëren van een vals beeld bij het publiek.

Het is echter niet zo duidelijk of de verslaggever toegang moet hebben tot deskundigheidsverslagen (van psychiater, wetsgeneesheren...) om door deze informatie het beeld van dader en delikt te vervolledigen en te nuanceren. De vraag blijft open of het nuanceren van een verslag met persoonlijke gegevens uit, een deskundigheidsverslag niet een onkiese inbreuk op het privéleven en het recht op privacy vormt van zowel verdachte als slachtoffer. Indien dergelijke nuanceringen echter niet mogelijk zijn, dient men zich dringend te gaan beraden over de zin en de uiteindelijke effecten van dit type berichtgeving.

### NOTEN

(1) Dit vormt een deel van de licentiaatsverhandeling van BERGHMAN G., *Studie van misdaadnieuws in Vlaamse dagbladen: literatuurstudie en inhoudsanalyse*, Fak. Soc. Wetensch., Dept. Communicatiewetenschappen, 1978, pp. 117.

(2) Volgende afkortingen worden gebruikt: ST (DE STANDAARD); GVA (GAZET VAN ANTWERPEN); LN (HET LAATSTE NIEUWS); VG (VOLKSGAZET); VK (HET VOLK.); VT (VOORUIT); BVL (BELANG VAN LIMBURG). Verder staat OM voor oudermoord; RM voor roofmoord; SM voor seksuele moord en KM voor kindermoord.

(3) Dit zijn geen juridische categorieën, doch ze worden door de verslaggevers gehanteerd. Oudermoord verwijst hier naar de moord op ouders en bloedverwanten in opgaande lijn; roofmoord wordt begaan om een vermogensdelikt mogelijk te maken of te vergemakkelijken; seksuele moord om een seksuele aanranding mogelijk te maken of te vergemakkelijken; en kindermoord verwijst naar de moord op een kind.

(4) Daar wij gevallen dienden te kiezen die binnen een zelfde tijdsperiode hadden plaatsgevonden (qua gebeuren en persweergave) bleef de keuze beperkt. Er konden geen moordgevallen in Limburg worden weerhouden, terwijl de steekproef overwegend Oostvlaamse gevallen omvatte (4). Uit West-Vlaanderen weerhielden we 2, en uit Antwerpen en Brabant telkens 1 geval.

(5) Met het oog op het analyseren van de inhoud werd een inhoudsanalyseschema opgesteld. Dit schema, a posteriori na lezing der verslagen opgesteld, omvatte voor de weergave der gebeurtenissen 23 categorieën, voor de procesverslaggeving 14 categorieën. Elke categorie die in de verslagen aan bod kwam werd slechts éénmaal gescoord. Het maximum nieuwsitems per krant bedraagt aldus voor de weergave der gebeurtenissen 23x8 of 184; voor de procesweergave 14x8 of 112. Per delikttype zijn de maximumscores resp. 322 en 196. De maximumscore per categorie (tabel 3) bedraagt 56.

(6) Het aantal artikels m.b.t. de wederamenstelling was te gering om er conclusies uit te trekken.

(7) De oppervlakte van de artikels in het onderzoek van DAVIS werd uitgedrukt in Column-inches.

(8) ROSHIER vond echter wel een «abnormaal» percentage voor NEWS OF THE WORLD (11 %).

### BIBLIOGRAFIE

- BOONE L., *De sociaal-politieke betekenis van de radio-berichtgeving*, Mechelen, 1966. La sélection des informations à la BRT, *Etudes de radiotélévision*, 1977, 22, 31-48.
- BOUVEROUX J., De selectiecriteria inzake buitenlands nieuws van de BRT-radio, een input-output analyse, *Communicatie*, 1976, 6, 2, 1-6.
- DAVIS F.J., Crime news in the Colorado newspapers, *Am. J.Sociol.*, 1952, 57, 4, 325-330.
- GEIS G., Identifying delinquents in the press, *Federal Probation*, 1965, 29, 4, 44-49.
- GOESSLER-LEIRER, STEINERT, vermeld in *Kriminal-Soziologische Bibliografie*, 1976, 4, 52-67.
- GOUDSMIT W., Over het publiceren van strafbare feiten, *Maandblad Ber. Recl.*, 1969, 48, 2, 39-43.
- HAUGE R., Crime and the press, *Scandinavian Studies in Criminology* 1, 1965, 147-164.
- HEMANUS, P. ? Crime and criminality in the Helsinki newspapers, *Acta Univ. Tampere*, 1966, 6.
- LUDWIG-BOLTMANN INSTITUT FÜR KRIMINAL-SOZIOLOGIE, Materialen zur Kriminal- und Sicherheitsberichterstattung, *Kriminal-Soziologische Bibliografie*, 1976, 4, 52-67.
- MOTTO, J.A., Suicide and suggestibility, the role of the press, *Amer. J. Psychiat.*, 1967, 124, 2, 252-256.
- LEMERT, E., *Social pathology*, 1951
- PAYNE D.E., and PAYNE K.P., Newspapers and crime in Detroit, *Journalism Quarterly*, 1970, 47, 2, 233-238.
- ROBERT Ph., en MOREAU Gh., La presse française et la justice pénale, *Sociologia del diritto*, 1975, 11, 33-65.
- ROSHIER R.J., Crime and the press, *New Society*, 1973, 502-506.
- WILKINS L., *Social Deviance*, 1964.
- WARR P., en KNAPPER, C., A content analysis of the English national daily press, *Gazette*, 1965, 2, 3; 139-147.

# «warner cable» in columbus, ohio- einde van de passieve televisie ?

karel huybrechts

## «Two way»-cable.

In de Amerikaanse kabeltelevisie-industrie is vanaf 1 december 1977 mogelijk een nieuw tijdperk aangebroken. Warner Cable Corporation heeft op haar kabelnet in Columbus, Ohio, een **tweerichtingsverkeer** geïntroduceerd. Het bestaande kabelnet, dat langs 90.000 woningen gaat, is nu uitgebreid tot 100.000 aansluitingen. In het nieuwe tweewegkabelsysteem ('two way' of 'interactive cable') hebben de abonnees de mogelijkheid een woordje mee te spreken in de televisieuitzendingen. De programmering en de mogelijke interactie tussen zender en ontvanger worden gedirigeerd en geregistreerd vanuit een centrale computer. Met behulp van een tussen kabel en televisietoestel aangebrachte **'black box'** kan de consument zijn keuze maken.

De vereiste technische uitrusting omvat een centrale computer, het computerprogramma voor individuele programma-afroep en verrekening, alsmede de randapparatuur ('black box terminal'), die ter beschikking staat van de kabelkijker. De technische apparatuur is ontwikkeld in samenwerking met de Pioneer Electronic Corporation in Tokio. Gelet op de vele miljarden dollars die daarmee uiteindelijk zullen gemoeid zijn, zal een beroep op de kapitaalmarkt noodzakelijk zijn. (1)

De 'black box' is een drukknopstelsel, waarbij de kijker zijn programma kan selecteren uit het over dertig kanalen uitgesmeerde programma-aanbod. Het globale programmapakket is uiteindelijk terug te brengen tot drie soorten programma's (off-air-, community- en premiumprogramma's).

1) Een eerste reeks van tien kanalen wordt ingezet voor het normale televisieaanbod dat ook met de gewone antenne kan gecaptureerd worden. Voor deze **off-air programma's** worden door Warner buiten het kabelabonnementsgeld geen bijkomende onkosten in rekening gebracht.

2) Via een andere serie van tien kanalen worden de lokale programma's (**community programs**) verstuurd. Deze producten worden door de kabelexploitant klaargestoomd in een speciaal voor dit experiment opgetrokken studio.

3) De resterende tien kanalen worden voorbehouden voor de betaalprogramma's (**premium of pay programs**), waarbij quasi-uitsluitend wordt gespeeld op de filmbehoefte van de consument.

Het selecteren van de onder 2 en 3 genoemde te betalen programma's wordt door de centrale computer automatisch geregistreerd en verrekend. Voor deze munttelevisieprogramma's is een sleutelsysteem uitgedacht waarbij door het wegnemen van de sleutel niet langer een betaalprogramma kan aangevraagd worden. Het inbouwen van dergelijk blokkeringsmechanisme wil voorkomen dat kinderen bij afwezigheid van hun ouders de kabeltelevisierekening onverantwoord hoog zouden doen oplopen.

Tot zover is er in vergelijking met vroegere experimenten geen wezenlijk verschil merkbaar. Het innoverende van het Warnersysteem zit hem echter in de toevoeging van vijf **'response'-toetsen**. Met behulp van dit feedbacksysteem wordt een tweerichtingscommunicatie

mogelijk tussen zender en ontvanger. De responsetoetsen fungeren als signalen die een tweerichtingsverkeer mogelijk maken bij de premium- en communitykanalen.

Aanvankelijk zal Warner haar geïnvesteerd kapitaal vooral trachten te recupereren door het verdisconteren van de betaalprogramma's, die via de 'per-program' of 'per-view'-kanalen worden verstuurd. Om een ontspannende bioscoopfilm of een belangrijke sportgebeurtenis in de huiskamer te krijgen, zal de televisiekijker een bedrag betalen dat naargelang de kwantiteit en de kwaliteit van het aangevraagde product varieert tussen 1 en 3,5 dollar. (2)

## Kabeltelevisie in de V.S.

Zulke vormen van dienstverlening zijn voor de Amerikaanse kabelindustrie echter niet nieuw. Voor een beter begrip van de eerdere 'pay cable'-experimenten is een beknopt overzicht van de kabelindustrie in de V.S. aangewezen, te meer daar de Amerikaanse kabeltelevisiestructuur niet direct vergelijkbaar is met ons bestaand systeem.

De groei van kabeltelevisie, CATV (Community Antenna Television), is feitelijk begonnen op het ogenblik dat de Federal Communications Commission (FCC), het regeringsorgaan belast met mediazaken, haar fiat gaf om, onder bepaalde voorwaarden, niet ter plaatse te ontvangen televisieprogramma's uit verderaf gelegen gebieden te importeren. Hierdoor werd het aangeboden programmapakket aanzienlijk groter en steeg het aantal kabelnetten tot bijna



3.600. In 1976 ontvangt ongeveer 20 % van de televisiehuishoudingen in de V.S. het beeld via kabel. (3)

De versnelde ontwikkeling van de laatste jaren wordt vooral veroorzaakt door het integreren van kabeltelevisienetten in de stedelijke gebieden. Aanvankelijk was de bekabeling uitsluitend een rurale aangelegenheid, omdat de kijker in de grootstad niet geïnteresseerd was in een kabel-aansluiting, aangezien ter plaatse reeds meerdere televisiestations konden worden ontvangen.

De exploitanten van het gemeenschappelijk antennetelevisiesysteem hebben na enige tijd een nevenindustrie ontwikkeld, die erg goed in de markt schijnt te liggen.

**Pay cable** is de benaming die in de V.S. gegeven wordt aan het systeem waardoor programma's via een afzonderlijk kanaal van de kabel geleverd worden, waarvoor de ontvanger afzonderlijk, naast het kabelabonnement moet betalen. Het pay cable-systeem dient onderscheiden te worden van de **pay TV** of **subscription television** (d.w.z. het

tegen betaling ontvangen van etherprogramma's uitgezonden door televisiestations) (4).

De belangstelling van de kabelkijker voor programma's die niet ingekort en zonder publiciteitsonderbreking worden aangeboden, blijkt erg groot te zijn. Eind 1975 waren 525.000 Amerikaanse gezinnen geabonneerd op het pay cablekanaal; één jaar later zijn reeds 1,6 miljoen gezinnen gewonnen voor de munttelevisieprogramma's. (5)

Tussen de kabelexploitanten enerzijds en de FCC en omroepen anderzijds heeft zich de laatste jaren een grote strijd afgespeeld omtrent de regeling van het soort programma's dat via pay cable mag worden vertoond. De FCC en de omroepindustrie wensen de uitgevaardigde programmabeperkingen voor het pay cable-systeem te handhaven. Door het wegnemen van de programmaresticties zou naar hun oordeel de sociaal-culturele functie van de omroep op een onverantwoorde wijze door de munttelevisie verdrongen worden. De gerechtelijke en overheidsinstanties

zullen echter deze -uitsluitend door commerciële overwegingen ingegeven- verdedigingsreflex van de omroepindustrie niet bijtreden. Zij zijn ervan uitgegaan dat de kabeltelevisie en vooral het pay cable-systeem belangrijke instrumenten zijn om de oligarchie van de drie nationale televisieomroepen te doorbreken en op die manier de concurrentie te stimuleren.

Een stafid van de antitrustafdeling van het ministerie van justitie heeft het standpunt van de overheid hieromtrent als volgt omschreven:

«...Television programming is now concentrated in too few sources-the three national networks-and ... the media are generally too concentrated at the local level. Cable television, however, offers a means of reducing this concentration if it is released from its present confining regulations and is allowed to compete more freely with the powerful, concentrated, and profitable television industry, whose interests these regulations seem to serve». (6)

Th. Guback is echter een totaal andere mening toegedaan. Het feit dat de ka-

(ADVERTENTIE)



Brussel: verkeerswisselaar Reyers (autoweg Brussel-Luik).

## Beter licht voor beter leven.

Research en produktontwikkeling hebben bij Philips altijd centraal gestaan. Want verlichten zonder méér is niet voldoende. Doelmatig verlichten, daar komt 't op aan. Zo moet het licht voor een gezelliger woonsfeer zorgen. Onze wegen veiliger maken. Of afgestemd zijn op de eisen van de wetenschap. Onlangs heeft Philips weer een nieuwe serie verlichtingstoestellen uitgebracht. Toestellen die minder stroom verbruiken en beter op hun taak berekend zijn. U ziet het: ook op dit gebied streeft Philips ernaar de kwaliteit van ons leven te verhogen.

Licht maakt onze wegen veiliger.

# PHILIPS

Europa's grootste lichtfabrikant

beexploitant binnen zijn territorium een **absolute exclusiviteit** verwerft creëert meteen een monopolistische marktstructuur. Een programma-aanbod, dat over meerdere kanalen wordt uitgesmeerd, doet geen afbreuk aan de territoriale exclusiviteitsrechten van de kabelmaatschappij. Bovendien deze inherente monopoliestructuur zorgen de kabelbelanghebbenden ervoor dat door een **toenemende eigendomsconcentratie** de nationale markt gedomineerd en geëxploiteerd wordt door de meest kapitaalkrachten.

39 % van het totale Amerikaanse kabelabonneebestand wordt bevoorrad door de 10 grootste kabelexploitanten van de V.S. ; de daaropvolgende 41 kabelmaatschappijen moeten zich tevreden stellen met 27 % van de Amerikaanse kabelkijkers.

Een nog sterkere concentratiegraad is aanwezig bij de kabelmaatschappijen die het pay cable-systeem exploiteren. 25 % van de Amerikaanse gezinnen die een pay cable-abonnement bezitten, worden bevoorrad door de grootste kabelexploitant van de V.S., Teleprompter Corporation.

Een absolute monopoliepositie bezitten de maatschappijen die de pay cable-exploitanten voorzien van de nodige programma's. De drie belangrijkste programmaleveranciers, Home Box Office (HBO), Telemation Program Service en Optical Systems'Channel 100, distribueren samen 92 % van het globale pay cable-pakket. (7)

Bij de exploitatie van pay cable is de meest voorkomende procedure dat de kabelexploitant een kanaal verhuurt aan een afzonderlijke programma-exploitant. Deze verricht de noodzakelijke investeringen in videospelers en converters, werft abonnees, zorgt voor de programmalevering en voert de abonnee-administratie. Gewoonlijk ontvangt de netexploitant 10 % van de bruto-inkomsten van het betaalde kanaal.

In de praktijk is de methode van de volledige zelfverzorging van het pay cablekanaal beperkt gebleven tot enkele multi-kabelexploitanten (o.a. Warner). Wel komt het nog voor dat de kabelexploitant zelf de exploitatie verzorgt, doch voor de programmatoelevering een contract sluit met een onderneming voor kabelprogramma's. (8)

Het wegnemen van de bestaande belemmeringen zou volgens justitie niet alleen de monopolievorming tegengaan, maar zou eveneens een belangrijke stimulans zijn voor het produceren van programma's voor minderheidsgroepen. («Cable systems...possess the potential of providing a substantial amount of minority-taste programming»). (9)

Hierbij is er blijkbaar niet aan gedacht dat het exploiteren van de kabeltelevisie een pure commerciële aangelegenheid is. Slechts 2 % van de kabelexploitatie is in handen van openbare besturen of van instellingen zonder winstoogmerk. (10) Het beleid wordt hierbij bepaald door de economische wet van de maximale winst.

Voorlopig wordt alle aandacht van de Amerikaanse overheid toegespitst op de controverse tussen kabeltelevisie en commerciële omroep. Guback is er echter van overtuigd dat vooral de bioscoopsector het grote slachtoffer dreigt te worden van de kabeltelevisie. Enerzijds is de filmindustrie nagenoeg volledig in handen van enkele kapitaalkrachtige, multi-mediale ondernemingen (de 'major companies'), die uitsluitend gedreven worden door commerciële overwegingen. Anderzijds is de toenemende expansie van de pay cable voornamelijk verklaarbaar door een programma-aanbod dat voor een groot deel is samengesteld uit attractieve Hollywoodprodukten. De sterke eigendomsconcentratie van de kabelmaatschappijen biedt hen de mogelijkheid als onbereikbare concurrenten voor de filmuitbaters op de markt te verschijnen. Zonder doeltreffende aanpak van de overheid zal volgens Guback deze ongelijke concurrentiestrijd voor vele bioscopen de financiële ondergang betekenen. (11)

#### Vroegere pay cable-experimenten.

Het Warner-experiment in Columbus wordt door alle kabelbelanghebbenden met grote aandacht gevolgd. Bij vorige experimenten is men immers nooit gekomen tot een rechtstreekse communicatie tussen zender en ontvanger via een centrale computer. Eventuele feedback van de ontvanger was enkel mogelijk via de telefoonlijn.

Sedert 1972 heeft één van de drie kabelexploitanten in Columbus, Coax Cable, op zijn kabelnet vier betaalprogrammakanalen geïntroduceerd. 20 % van de 25.000 abonnees van het Coaxkabelnet heeft interesse voor het pay cable-systeem (**Telecinema**) van hun kabelmaatschappij. Zoals bij het Warner-experiment kan de kabelkijker via een druktoetsstelsel afstemmen op één van de vier pay cablekanalen. Zodra de consument zijn keuze gemaakt heeft, wordt de afrekening onmiddellijk geregistreerd via de centrale computer. Kinderprogramma's kunnen bekeken worden mits het betalen van 0,5 dollar. Om een bioscoopfilm in de huiskamer te krijgen betaalt de kabelkijker 3,5 dollar. (12)

Met de afrekeningen van de computer schijnt er nochtans iets mis te lopen. De exploitanten van het Telecinemasysteem ontvangen van hun abonnees regelmatig terugbetalingsvorderingen voor in rekening gebrachte programma's die zij niet zouden aangevraagd hebben.

In Allentown, Pennsylvania, kent een soortgelijk munttelevisie-experiment blijkbaar meer succes. Het **Twin County Cablesysteem**, dat vanaf oktober 1975 wordt uitgetest, functioneert anders dan het Telecinemaproject. De kabelexploitant heeft op zijn net drie betaalprogrammakanalen ingeschakeld. Voor de programma's van één van deze kanalen betaalt de kabelkijker maandelijks een bijkomend forfaitair bedrag.

Het selecteren van een programma op de andere kanalen wordt automatisch verrekend door de centrale computer. De consument is echter niet in het bezit van een drukknopsysteem om zijn keuze te maken, maar hij dient de programma's schriftelijk of telefonisch aan te vragen bij de kabelexploitant. Pas dan treedt het ingebouwde computersysteem in werking. Alhoewel de omslachtigheid van deze procedure sommige consumenten ervan weerhoudt het pay cable-systeem te gebruiken, worden - in tegenstelling met andere experimenten - eventuele afrekeningscomplicaties tot een minimum gereduceerd, waardoor het Twin County Cablesysteem uiteindelijk een onverhoopt succes kent. Niet minder dan 75 % van de 80.000 aangesloten kabelgezinnen is eveneens geabonneerd op de betaalprogrammakanalen. (13)



## 'Talk back' - mogelijkheden met het Warner-systeem.

Bij voorgaande experimenten is geen actieve participatie van de kijker mogelijk. In het Warner-systeem krijgt de consument door de aanwezigheid van vijf 'response'-toetsen de kans een woordje mee te spreken in de televisieuitzendingen. Het 'talk back'-systeem is van toepassing op de kanalen

van de premium en de community-programma's. Vooral bij de **community programs**, die door Warner nagenoeg volledig zelf geproduceerd worden, zal de kabelkijker uitgenodigd worden om mee de show te versieren. De aangesloten kabelgezinnen zullen regelmatig via de 'response'-toetsen kunnen participeren aan door plaatselijke firma's opgezette mini-enquêtes of aan quiz- en spelprogramma's van uiteenlopend al-

looi, waarbij de gelukkige winnaars met het klassieke prijzenpakket worden overstelt.

Momenteel wordt er door Warner druk gezocht naar de mogelijkheid om de aangesloten gezinnen nog meer volksvermaak te bieden door het ene gezin of de ene buurt in allerlei spelprogramma's uit te spelen tegenover de andere. («One part of town could challenge another, or schools could compete») (14)

Het Warner-systeem is zelfs zo geraffineerd dat de abonnees, die het wensen, via de centrale computer automatisch gealarmeerd worden bij brand- of diefstalgevaar.

(ADVERTENTIE)

verschijnt  
6 keer per jaar

opgericht  
1972



### DOEL

het publiceren van wetenschappelijke informatie over het vakgebied massacommunicatie voor wetenschappers en praktijkmensen.

### INHOUD

#### artikelen

bijdragen over theorie, onderzoek en beleid

#### onderzoeksverslagen

korte weergave van lopend en recent afgesloten onderzoek

#### kroniek

verslagen van nationale en internationale bijeenkomsten en gebeurtenissen

#### boekbesprekingen

kritische bespreking en korte signalering van nederlandse literatuur en buitenlandse literatuur

Nieuwe abonnees kunnen zich opgeven bij Drukkerij H. Gianotten B.V. Bredaseweg 61, Tilburg, Nederland. Gewone abonnees (B.frs. 515) vermelden : naam, adres, woonplaats. Studentenabonnees (B.frs. 315) vermelden : naam, adres, woonplaats, universiteit en collegekaartnummer. Betaling geschiedt d.m.v. een acceptgirokaart die abonnees krijgen toegezonden van de firma Gianotten.

Hiermee wordt de verklaring van de Warner Corporation-directie, enkele maanden voordat het nieuwe systeem in werking treedt,- «We are entering the era of participatory, as opposed tot passive, television»- dan ook ten volle bewaarheid.

Het introduceren van dit tweerichtingsverkeer heeft de Warnermaatschappij miljoenen dollars gekost. Hierbij kan men zich terecht afvragen of zulke fabelachtige investeringen kaderen in het commercieel beleid van deze profijitgerichte onderneming. Het is zonder meer duidelijk dat het introduceren van tweerichtingscommunicatie door Warner vooral bedoeld is als een **lokmiddel** om andere, winstophbrengende doelstellingen te kunnen realiseren.

Vooreerst worden de kabelmaatschappijen, die het pay cable-systeem exploiteren, reeds enige jaren geconfronteerd met een tekort aan programmamateriaal. Het aanbod aan betaalprogramma's is enerzijds voor het grootste deel samengesteld uit (hoofdzakelijk nieuwe) bioscoopfilms. Anderzijds is het productiebeleid van Hollywood er de laatste jaren op gericht het jaarlijks produktievolume kwantitatief sterk te reduceren, waarbij alle heil verwacht wordt van enkele, meestal erg dure superhits.

De Warner Cable Corporation zal veel minder dan andere kabelmaatschappijen getroffen worden door een verminderd filmproduktievolume.

Warner Cable is immers een afdeling van het multi-mediale concern «**Warner Communications Inc.**». (15) Via haar twee filialen «Warner Brothers Films» en «Warner Brothers Television» produceert deze maatschappij haar eigen

bioscoop- en televisiefilms, waardoor haar kabeltelevisieafdeling zonder veel moeilijkheden over een voldoende film-aanbod kan beschikken.

De Warnermaatschappij is niet alleen sterk vertegenwoordigd in de film- en televisie-industrie, maar heeft eveneens op andere mediadomeinen belangen te verdedigen. Binnen de Amerikaanse uitgeverwereld heeft het concern zich via «Warner Books» en «Warner Paperback Library» weten te integreren.

«Warner Brothers Records» zou samen met twee door haar opgekochte platenfabrikanten (Electra en Atlantic) aan de top staan van de platenproductie in de V.S. (16)

Het tweewegkabelexperiment in Columbus is door Warner vooral uitgedacht als een mogelijk interessante verkoopstechniek voor haar veelsoortige mediaproducten. Het bestellen van boeken of platen van het Warnerconcern kan door het indrukken van één der 'response'-toetsen meteen geregeld worden, waarbij het te betalen bedrag door de computer op de pay cable-rekening van de abonnee wordt ingeschreven. Enerzijds gaat Warner hierdoor minder aandacht en kapitaal besteden aan de bestaande verkoopkanalen (bestellingen per post, promotie via dag- en weekbladen); anderzijds hoopt men dat de nieuwe verkoopstechniek de kooplust van de consument zal aanwakkeren.

Om de mogelijkheden van dit nieuwe verkoopkanaal optimaal uit te testen, werd doelbewust de regio van Columbus als experimentgebied uitgekozen. De plaatselijke bevolking is door de aanwezigheid van het Telecinema-pay cable-systeem reeds jaren vertrouwd met het verschijnsel van de kabeltelevisie, waardoor zij waarschijnlijk vlugger aan het meer gesofisticeerd Warnerexperiment zal participeren. Bovendien is Columbus omwille van zijn demografische samenstelling door de Amerikaanse marktonderzoekers in de voorbije decennia reeds meerdere malen met succes als testgebied voor nieuwe producten gebruikt.

#### **Besluit : Mediademocratie ?**

Betekent het 'interactive cable' -experiment in Columbus het begin van een ware mediademocratie ?

Tot nu toe wordt de situatie op het gebied van de massamedia - in het bijzonder de televisie - vooral gekenmerkt door een passief, 'consumptief' gebruik. Een aantal wetenschappers hebben in het verleden gepleit voor een deprofessionalisering en voor een tweerichtingsverkeer van de media.

Groombridge is van oordeel dat informeren op het ogenblik frustreren betekent. Shows op de televisie houden de aandacht af van het belangrijke nieuws, en van het nieuws wordt een show gemaakt. De televisie stimuleert volgens deze auteur eerder het proces van de politisering, dan dat zij bijdraagt tot een politiek leerproces. (17)

Ook Enzensberger is een gekend voorstander van het 'tweerichtingsverkeer'. De auteur ziet alle heil in een emanciperend gebruik van de media, dat mogelijk wordt gemaakt door gedecentraliseerde programmatie, een collectieve programmaproductie door organisatie van de ontvangers-zenders. De controle van eigenaars of bureaucraten moet worden vervangen door een maatschappelijke controle van de zelfgevoerde ontvangers-zendersorganisaties. (18) Zender en ontvanger moeten, principieel gelijkwaardig worden en voortdurend van rol kunnen verwisselen. Momenteel is er van een dynamisch rollenspel nog geen sprake. De uitzendingen blijven in handen van enkelen, die niet geneigd zijn hun positieve prijs te geven. Aan de participatiebehoefte wordt nu schijnbaar tegemoetgekomen door het publiek te betrekken bij allerlei radio- en televisiespelletjes. Enzensberger is er echter van overtuigd dat het huidige functioneren van de omroep de communicatie eerder afremt dan wel stimuleert.

De 'talk back'-mogelijkheden van de Warner Cable Corporation blijken uiteindelijk enkel als alibi te fungeren voor een geraffineerd, ééndimensioneel televisiesysteem. Het participeren aan diverse quiz- en spelprogramma's is wel een reële vorm van tweerichtingscommunicatie, die echter uitsluitend bedoeld is om via het nieuwe kabelverkoopkanaal meer koopwaar van het Warnerimperium te kunnen verhandelen. Indien het experiment in Columbus zou resulteren in hogere verkoopscijfers, heeft Warner Communications Inc. meteen de weg vrij om de

nieuwe verkoopsstrategie te introduceren binnen haar 138 kabelnetten, die over 29 staten verspreid zijn en waarbij ongeveer 560.000 Amerikaanse televisiegezinnen betrokken zijn. (19)

Evenzeer als andere industriële ondernemingen, wordt ook de media-industrie uitsluitend gedirigeerd en gedreven door de economische wet van de maximale winst.

Aan de reële behoeften van het publiek wordt enkel tegemoetgekomen op het ogenblik dat mediademocratie economisch rendabel wordt.

(1) Volgens Variety heeft Warner voor het onderzoek en de ontwikkeling van dit project in de voorbije drie jaar reeds 10 miljoen dollar geïnvesteerd, *Variety*, vol. 290, n°2, 15 februari 1978, blz. 58.

(2) *Variety*, vol. 289, n°7, 21 december 1977, blz. 45

(3) DAVIDS, H., *Kabel in de U.S.A.*, in *Kabelvisie*, N°5, mei 1977, blz. 169

(4) *Ibid.*, blz. 171

(5) GUBACK, T., *The impact of pay-cable on motion picture theatres*, The University of Illinois, Urbana, 1976, blz. 11

(6) *Communications-Pay Cable Television Industry*, Hearings before the Subcommittee on Antitrust & Monopoly of the Committee on the Judiciary, United States Senate, 94th Congress, 1st Session, mei-juli 1975, blz. 281.

(7) GUBACK, T., *op.cit.*, blz. 18-19.

(8) DAVIDS, H., *op.cit.*, blz. 171

(9) GUBACK, T., *op.cit.*, blz. 14

(10) BAER, W., *Les récents développements de la télédistribution aux Etats-Unis*, in *Communications*, n°21, 1974, blz. 157.

(11) Het is niet uitzonderlijk dat een zelfde film én in de bioscopen én via de kanalen van de plaatselijke kabelmaatschappij tegelijk vertoond wordt.

(12) MONACO, J., *Talking back to your television set*, in *American Film, Journal of the Film and Television Arts*, Vol. 2, N°7, mei 1977, blz. 58-59

(13) *Neue Zürcher Zeitung*, 28 juli 1977, blz. 24

(14) MONACO, J., *op.cit.*, blz. 59

(15) Volgens Variety heeft Warner Communications Inc. in 1977 een recordwinst geboekt van 70.766.000 dollar, hetgeen een stijging inhoudt van 16 % vergeleken bij 1976, *Variety*, vol. 290, n°3, 22 februari 1978, blz. 3

(16) In 1976 bedroeg de omzet van dit platenconcern 406, 1 miljoen dollar, *Neue Zürcher Zeitung*, 28 juli 1977, blz. 24

(17) GROOMBRIDGE, B., *Television and the people; a programme for democratic participation*, Harmondsworth, Penguin Books, 1972, 254 blz.

(18) ENZENSBERGER, H., *Bouwdoos voor de theorie van de massamedia*; Katernen 2000', Wolters-Noordhoff, Groningen, 1970 blz. 12

(19) *Neue Zürcher Zeitung*, 28 juli 1977, blz. 24



Op 28 februari en 1 maart 1978 gaf dr. Joan HEMELS, wetenschappelijk medewerker aan de Katholieke Universiteit te Nijmegen, op uitnodiging van het Departement Communicatiewetenschappen twee gastlezingen. De eerste lezing vindt men hieronder, terwijl de tweede voor een volgend nummer gereserveerd wordt.

# mediabeleid als toetssteen voor een veranderende verhouding overheid-massamedia

joan hemels

In de periode van 1972 tot 1977 werd 'mediabeleid' in Nederland een veelgebruikt trefwoord voor politici, communicatiewetenschappers en beleidsmedewerkers met opdrachtgevers in de sfeer van de centrale overheid, de massamedia en de belangenorganisaties van uitgevers, beroepscommunicatoren en zendgemachtigden. Via boek, krant, tijdschrift, radio en televisie werd telkens weer aandacht gevraagd voor wat aanvankelijk nog werd aangeduid met programmatische termen als 'geïntegreerd mediabeleid', 'alomvattend mediabeleid', 'structureel mediabeleid', 'algemeen massacommunicatiebeleid', 'multimediabeleid', 'integraal mediumbeleid' en 'samenhangend mediabeleid'.

Nu aan de stroom van rapporten en andere publikaties en aan de vele discussies een einde is gekomen, kan men vragen stellen die een grondiger evaluatie op een later tijdstip kunnen vergemakkelijken.

## Bij de burens

Wie zoals schrijver dezes in een vroeg stadium en nog heel onwennig het nieuwe woord 'mediabeleid' in de mond nam of uit de pen liet vloeien, was niet onwetend van wat er in de Bondsrepubliek aan de hand was. Van de daar al

eerder in zwang geraakte 'Medienpolitik' ging met name een voorbeeldwerking uit, voorzover men de aan de orde te stellen thematiek helder voor ogen wilde krijgen. De 'Themenkatalog' ging ook in de BRD vooraf aan definities van mediabeleid. Het ontwerp voor een 'Presserechtsrahmengesetz' (1974) vormde tegelijkertijd een hoogtepunt en een eindpunt van een inmiddels als heet hangijzer aan te duiden discussie. Het ontwerp ligt nu nog zwaar op de Duitse maag: ook politici weten er geen raad mee. Toen mijn collega van het Ce-CoWe, dr. W. van der Biesen, op 21 december 1976 de Jan en Marie Huygheprijs 1975 in ontvangst mocht nemen, sprak hij in zijn dankwoord vrijmoedig over de discrepantie die er in België zou bestaan 'tussen de theorie en de praktijk, en meer bepaald tussen de verworvenheden van het communicatiewetenschappelijk onderzoek enerzijds en het mediabeleid anderzijds (...) of beter: de afwezigheid van een ernstig mediabeleid'.(1)

Het ontbreken van resultaten van onderzoek dat speciaal is afgestemd op beleidsvraagstukken in de sfeer van massacommunicatie heeft in Nederland, de Bondsrepubliek en België de overheid er niet van weerhouden voor het massamediabestel ingrijpende beleidsbeslissingen te nemen. Op dezelfde

wijze heeft het voorhanden zijn van dergelijke resultaten de overheid in de genoemde landen niet zonder meer geactiveerd. De ratio van het overheidshandelen lag en ligt nog primair in een veranderend en veranderd denken over de relatie overheid-mediabestel. (2) In dit veranderingsproces kon de overheid ook leren door 'trial and error' en wijzer worden van ervaringen die werden opgedaan. Eén 'ontdekking' is mijns inziens illustratief; wanneer een ingrijpen van de overheid een bepaald medium bevoordeelde, maar concurrerende media niet deerde, bleef het ongenoegen beperkt. Voorbeelden hiervan zijn echter door de onderlinge samenhang in het mediabestel vrij zeldzaam. Men kan misschien denken aan de rechtstreekse staatssteun aan de Belgische pers (over 1973 100 miljoen frank, over 1974 185 miljoen frank en over de daarop volgende jaren telkens 200 miljoen frank (3)). Nu recentelijk besloten is de financiering van deze rechtstreekse steun aan de pers veilig te stellen door te putten uit de inkomsten van de aanmerkelijk verhoogde kijk- en luistergelden, raakt de omroep meer dan in het verleden verwickeld in de problematiek van de perssubsidie. De overheid heeft in de periode waarin het mediabeleid een grote, ook politieke interesse genoot, het streven om zo spoedig mogelijk tot een wettelijke re-

geling met betrekking tot vraagstukken van de pers te komen afgewogen tegen de voor- en nadelen van improviseren en experimenteren. In de BRD is niet geïmproviseerd, maar (vergeefs) toegewerkt naar een raamwet. In Nederland is de incidentele steunverlening aan individuele persorganen niet wettelijk, maar statutair in de statuten van de Stichting Bedrijfsfonds voor de Pers (4) geregeld. De rechtstreekse subsidie aan de Belgische dagbladpers heeft door de Wet van 27 december 1974 een voorlopige wettelijke regeling gekregen. Verder is er een toepassingsbesluit dat de criteria en modaliteiten voor de uitvoering van deze 'wet tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers' regelt. De wet is jaarlijks verlengd en in 1977 in die zin gewijzigd, dat ook bepaalde weekbladen met een regionaal karakter voor rechtstreekse hulp in aanmerking komen. Het door J. van Elewijck, lid van de Kamer van Volksvertegenwoordigers, op 9 juni 1977 ingediende 'Wetsvoorstel tot instelling van een Fonds tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers' heeft nog niet tot een wet geleid en daardoor is een definitieve wettelijke regeling van de rechtstreekse steun aan de pers nog niet verwezenlijkt. (5) Uit het jaarverslag over 1977 van de NV Holdingmaatschappij De Telegraaf in Amsterdam blijkt, dat dit concern via de h.a.h.-bladen van de Koerier (overgenomen in 1976) Belgische perssteun zal gaan ontvangen: een gevolg van internationalisering van uitgeversactiviteiten.

#### Karakteristiek van mediabeleid

Een hoge ambtenaar van het ministerie van binnenlandse zaken in Bonn, dr. Bernhard Wilhelm, heeft geprobeerd mediabeleid te omschrijven als het geheel van maatregelen die er op gericht zijn de massamedia die noodzakelijke vrijheidsmarges en onafhankelijkheid van de staat, van andere beïnvloedende maatschappelijke instituties of van particuliere monopolies te garanderen, die ze nodig hebben om hun massacom-municatieve taken naar behoren en ongehinderd te kunnen vervullen. (6) In deze omschrijving zijn mijns inziens twee punten vatbaar voor kritiek. In de eerste plaats wordt nogal sterk de klemtoon gelegd op staatsonthouding -een verworvenheid van de negentiende

eeuw- en het scheppen van vrijheidsmarges. Voorzover met 'particuliere monopolies' bedoeld wordt op de problematiek van de ondernemingsge-wijze produktie en de negatieve gevolgen daarvan voor de verscheidenheid van de pers, is een opening naar de nu aan de orde zijnde problematiek gemaakt. In de tweede plaats wordt mediabeleid in de omhrijving van Wilhelm te eenzijdig beschouwd als beleid van

de overheid ten aanzien van de pers. De massamedia zelf, de organisaties van uitgevers, beroepscommunicatoren en grafici alsmede politieke partijen, vakbonden en kerken kunnen ook een beleid ten aanzien van de massamedia voeren of een bepaald beleid ten aanzien van de massamedia voorstaan. Men hoeft slechts acht te slaan op de reacties naar aanleiding van de Nederlandse **Nota over het massamediabeleid** uit

(ADVERTENTIE)

## BELANGRIJKE BOEKEN

### DE INTELLECTUELEN EN DE STAAT

door Noam Chomsky.

Twee fundamentele kwesties worden ter sprake gebracht in deze aantekeningen. De eerste is vrij abstract, de tweede meer op de actualiteit geënt.

155 Fr.

### HET RECHT OP NUTTIGE WERKLOOSHEID

door Ivan Illich.

In dit essay neemt Illich enkele van de sterkste economische principes onderhanden.

255 Fr.

### DE KEIZER NAAKT

door Frans van Isacker.

Met dit geschrift bewijst Frans van Isacker dat de hedendaagse schrijver zich niet inmetstelt in zijn eigen verbeeldingswereld, dat hij zich ook op zijn maatschappelijke taak moet bezinnen en dat hij, als het werkelijk te gortig wordt, zijn stem mag en moet verheffen.

75 Fr.

### MIJN LAND IN DE KERING 1830-1980

Deel 1/1830-1914

door Karel van Isacker.

Een boeiend en meeslepend verhaal over de jaren wanneer onze vaders en grootvaders nog klein waren

tot 1.1.79 1.600 Fr.

daarna 1.850 Fr.

### THE HISTORY OF BROADCASTING IN THE UNITED KINGDOM

Volume 4 : Sound and Vision

door Asa Briggs, e.a.

This book is profusely illustrated and can be read either as complete in itself or as one phase in the unfolding history of British broadcasting to which Asa Briggs has already devoted three volumes.

2.200 Fr.

## STANDAARD BOEKHANDEL

Naamsestraat 57, 3000 Leuven





1975 (7) en de passages over mediabeleid in de verkiezingsprogramma's van de dertien politieke partijen - de Nederlandse kiezer heeft keuze voor de Tweede Kamer-verkiezingen van 25 mei 1977. (8)

Verstaat men onder 'beleid' een min of meer weloverwogen streven bepaalde **doeleinden** met bepaalde **middelen** in een bepaalde **tijdsvolgorde** te bereiken, dan is mediabeleid niet uitsluitend een zaak van de overheid, maar ook van de massamedia zelf alsmede van andere maatschappelijke instituties die medeverantwoordelijk zijn of willen zijn voor de wijze waarop openbare communicatie in een samenleving zich voltrekt. Daardoor zijn de uitgangspunten en doelstellingen enerzijds en de instrumenten waarmee men wil trachten de gestelde doeleinden te bereiken anderzijds omgeven door in die samenleving bestaande waarden en normen. Bij de interpretatie en toepassing van de regelingen - binnen het kader van de doeleinden die men zich gesteld heeft - en bij de keuze van de middelen spelen de bewuste waarden en normen een rol. Als belangrijkste karakteristiek van mediabeleid zie ik het reageren dan wel het anticiperen op in- of externe probleemsituaties die zich voordoen, ongeacht of dat gebeurt door de overheid of de massamedia zelf.

### Visie van de overheid

Een gezonde democratie en een levende cultuur kunnen niet zonder levensvatbare media. In deze visie van de Nederlandse overheid die in allerlei variaties verwoord is, heeft mediabeleid een zelfstandige, maar bepaald niet geïsoleerde plaats in het cultuurbeleid gekregen. In de politieke sfeer heeft mediabeleid niet alleen een cultureel aspect, waarin normen en waarden bij uitstek een rol spelen. Het economische aspect manifesteert zich ook, met name wanneer niet meer de uitgangspunten en doeleinden, maar de middelen aan de orde zijn. Wat mij in de doelstelling van het mediabeleid van de Nederlandse overheid bijzonder aanspreekt is de bewuste keuze voor het veilig stellen van een **leescultuur**. Daarbij bekommert de overheid zich er niet (meer) om **wat** er gelezen wordt, maar **dat** er gelezen kan worden. (9) In dit verband is het bijvoorbeeld belangrijk, dat de ruim 22 miljoen boeken van de Nederlandse openbare

bibliotheken in 1976 meer dan 128 miljoen uitleningen aan 3.336.374 ingeschreven gebruikers (23,8 procent van de Nederlandse bevolking) mogelijk maakten. Lezen is een inspanning vergende bezigheid die mensen met een minder goede opleiding eerder mijden dan zoeken. Wie een betere opleiding heeft gehad leest gemakkelijker en méér. In de Bondsrepubliek heeft het 'Institut Infratec' het image van het boek onderzocht en als kenmerken gevonden: 'introvertiert', 'nicht aktuell', 'langfristig verwertbar' en 'schwer zugänglich'. De kenmerken van televisie, radio en dagblad zijn er precies het tegendeel van: 'extrovertiert', 'aktuell', 'kurzfristig' en 'leicht zugänglich'. (10) Het image en daarmee de drempel van het boek mag dan hoger zijn dan die van het dagblad, het gevaar dreigt, dat ook het dagblad en het opinieweekblad op de tocht zullen komen te staan door de sterk gestegen prijzen en verschuivingen in het keuzepatroom van lezers. Bij dit laatste denk ik aan de grote belangstelling voor op verstrooiend lezen mikkende weekbladen als Story, Weekend, Privé en -binnenkort- Wereld dat nochtans de pretentie heeft ook te willen informeren. In achterstandsgezinnen is het gratis verspreide huis-aan-huisblad met agenda's, sportberichten en andere nuttige en gewaardeerde rubrieken een vervanging voor dagbladen aan het worden. Tegenover een veranderde instelling van het lezerspubliek kijkt de overheid bepaald moeilijk aan en niet zonder goede redenen. Het resultaat is echter wel, dat het mediabeleid van de overheid steeds meer afgestemd lijkt te worden op een voorwaardenbeleid dat typisch zender-georiënteerd is. Het beleid ten aanzien van de pers is daarmee op hetzelfde spoor gezet als het beleid ten aanzien van de omroep sinds 1965, toen de periode van het open bestel in Nederland begon. Een verschilpunt blijft de in de Omroepwet -in werking getreden op 29 mei 1969- geformuleerde eis dat omroeporganisaties een geestelijke of maatschappelijke stroming moeten vertegenwoordigen.

Door het indienen bij de Tweede Kamer, in januari 1977, van een voorstel tot wijziging van de Omroepwet heeft de overheid duidelijk gemaakt, dat de hier bedoelde kwalitatieve eis door het getalscriterium niet op de achtergrond of in het vergeetboek mag raken. Voor de regionale omroep, door 60 procent van de Nederlanders al te beluisteren, wordt

overigens slechts culturele representativiteit geëist en bestaan geen inhoudelijke criteria. Hij hoeft in tegenstelling tot de Hilversumse omroeporganisaties ook geen zogenaamd totaalprogramma te brengen. Zonder zich inhoudelijk met de omroep te bemoeien, zal de overheid voorwaarden blijven scheppen voor een zo goed mogelijk functioneren ervan. Kijkt men naar de pers, dan moet men opnieuw vaststellen dat in de laatste jaren de overheid een aan de eisen van deze tijd aangepaste visie op de doeleinden van een persbeleid van haar kant heeft ontwikkeld. Wat betreft de middelen is ze tot nu toe echter niet erg gelukkig geweest. Deze discrepantie wordt des te schrijnender, wanneer men ziet dat de middelen specifiek **zender-** en de doelstellingen juist **ontvangergeoriënteerd** zijn. Om de keuzemogelijkheden van de ontvangers van gedrukte, grafische media veilig te stellen, werkt de overheid aan het bevorderen van een pluriform aanbod. Het steunen van individuele persorganen met zachte kredieten e.d. blijft een andere activiteit dan het invoeren van een subsidie op het lezen van bepaalde bladen, ook al wordt in het eerste geval uiteindelijk ook beoogd een bepaald persorgaan ten gerieve van het lezende deel van de natie op de markt te houden.

Om concreet te zijn: de Nederlandse overheid heeft wel laten studeren -tot nu toe overigens zonder enig resultaat- op een werkbaar systeem van advertentiecompensatie, maar wil niets weten van een lezerssubsidie ten gunste van economische zwakkere, maar inhoudelijk meer geprofileerde kranten. De door de overheid gekoesterde strikte scheiding tussen profit- en nonprofitsystemen, waardoor regionale kranten op geen enkele manier bij de exploitatie van regionale omroep betrokken kunnen worden, roept de vraag op, of diezelfde overheid te gelegener tijd niet tegen een hoge prijs de toekomst van de regionale dagbladpers zal moeten veilig stellen. Terugkomend op wat hiervoor over de actoren van mediabeleid gezegd is, zij hier aangetekend dat in de regeringsperiode van het Cabinet-Den Uyl (1973-1977) de Vereniging der Nederlandse Dagbladpers als vereniging van belanghebbende dagbladondernemingen steeds meer buiten de meningsvorming binnen het ministerie van cultuur, recreatie en maatschappelijk werk gehouden is. Het mislukken van het persbeleid zoals dat de overheid voor ogen

stond, is mijns inziens voor een groot deel aan deze afstandelijkheid te wijten.

### Nieuw adviesorgaan ?

Zorgvuldigheid in het overheidshandelen, een alerte en ook in mediazaken deskundige volksvertegenwoordiging, een coöperatieve instelling bij de verschillende massamedia en hun belangorganisaties en daarbij bovendien meer kritische ontvangers van massacommunicatieve boodschappen : aan deze voorwaarden moet voldaan zijn, wil mediabeleid in de komende jaren meer vorm en inhoud krijgen en geen modieus trefwoord blijven. Ieder initiatief kan een stap in de goede richting betekenen. Zo'n lichtpuntje is misschien het bericht van begin 1978, dat de Vereniging De Nederlandse Dagbladpers (NDP) en de Nederlandse Omroep Stichting (NOS) gezamenlijk de problemen gaan inventariseren die zijn verbonden aan de nieuwe technieken op het gebied van de telecommunicatie. Daarbij wordt speciaal gedacht aan **teletext**, waarbij men grafische informatie op het met een speciaal apparaat aangepast televisietoestel zal kunnen oproepen en ontvangen, en aan **viewdata** waarbij het televisietoestel gebruikt wordt als monitor om gegevens af te lezen die met behulp van de telefoon op het scherm geroepen worden. Viewdata en teletext waren mede aanleiding voor de Omroepraad om in een dringende brief met bijlage d.d. 27 januari 1978 (11) bij de nieuwe bewindsvrouw van het ministerie van cultuur, recreatie en maatschappelijk werk, mevr. M. Gardeniers, opnieuw aan te dringen 'op het instellen van een instituut, adviesorgaan of werkgroep, waaraan zou moeten worden opgedragen het adviseren over de coördinatie

tussen de technische ontwikkelingen, de actuele behoeften op het gebied van massa- en telecommunicatie alsmede de maatschappelijke, culturele en economische belangen van ons land en de bevolking'. De commissie of werkgroep, waarin eventueel de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid een rol zou kunnen spelen, zou zo samengesteld moeten zijn, dat de volgende gezichtspunten tot hun recht zouden komen : de omroep en andere media, het onderwijs, 'consumerism', de wetenschappelijke gezichtspunten (technisch en sociaal), het terrein van de productie van hardware en software, het staatsbedrijf der PTT enz.'. Aldus de Omroepraad die hiermee voortborduurde op de in de beginperiode van de discussie over mediabeleid gehouden pleidooien voor een Mediaraad. Intussen is de kans op een nieuw adviesorgaan geringer dan ooit, omdat een sanering van raden en commissies van advies meer prioriteit lijkt te hebben. Dat met pers, radio en televisie jaarlijks veel overheidsgeld gemoed is, blijkt uit de volgende staat. (12). Hierbij zij aangetekend, dat van het grote bedrag dat voor steun aan de pers was uitgetrokken voor 1977, in dat jaar slechts een lening van f 85.000 via het Bedrijfsfonds voor de Pers verstrekt is aan De Streek in Gemert. De Streek is een gratis verspreid huis-aan-huis-blad, uitgegeven door de Stichting De Nieuwe Krant, met het karakter van een wekelijks verschijnend nieuwsblad zonder winstoogmerk.

### Dagbladpers door een dal

In de laatste tien à vijftien jaar zijn **mediuminterne** en **mediumexterne** factoren van verandering en stabilisatie van invloed geweest op de structuur van de Nederlandse pers (dag-, nieuws-, opinieweek- en h.a.h.-bladen alsmede

tijdschriften). Hieronder volgt meer een opsomming dan een bespreking van de verschillende factoren. Voor een uitwerking verwijs ik naar een dit najaar te publiceren boek over de Nederlandse pers in heden en verleden. (13)

### Mediuminterne factoren :

- De invloed op de dagbladpers van veranderingen bij andere grafische media.
- De technische ontwikkelingen ten dienste van de administratieve en grafische sectoren en het duurder worden van de arbeidsintensieve distributie van persorganen.
- De tendens van schaalvergroting, zich uitend in het proces van persconcentratie en te beschouwen in het licht van de ondernemingsgewijze productie van de pers.
- De structurele verbetering van de verhouding tussen abonnementen- en advertentie-opbrengst.
- De hoge vlucht van gratis advertentiebladen met redactionele en commerciële functies en de opkomst van opinieweekbladen in de vorm van magazines met advertenties in diepdruk.
- De uitbreiding van de advertentiecombinaties waardoor dagbladuitgevers onder meer op de regionale markt een volledig produktaanbod van dag-, nieuws- en h.a.h.-bladen alsmede reclaimedrukwerk dat in kranten wordt ingestoken, creëren.
- De versterking van de marktorientatie, mede mogelijk geworden door een verbetering van het management, de planning en de marketing.
- De verzelfstandiging van de redactionele functie van het persorgaan.
- De tendensen van professionalisering en specialisatie in de journalistiek.

### Mediumexterne factoren :

- De bevolkingsaan groei na de Tweede Wereldoorlog en de betere opleidingsmogelijkheden voor meer mensen.
- De sociaal-culturele veranderingsprocessen in de laatste decennia met onder meer de toename van de vrije tijd en de grotere mobiliteit.
- De veranderde instelling van een deel van het traditionele lezerspubliek en de veronderstelde behoeften van de nieuwe lezers.
- De gestegen koopkracht na de Tweede Wereldoorlog en de daarmee samenhangende toename van het advertentievolume.

Beleid in geld	in miljoenen guldens				
	1973	1974	1975	1976	1977
Pers	0.1	0.1	6.1	6.5	25.6
Radio	331.6	484.0	514.1	531.0	577.8
Televisie					
Totaal	331.7	484.1	520.2	537.5	603.4



- De invoering van de etherreclame met een van de pers onafhankelijke exploitatie.
- Het prijsbeleid van de overheid, zowel wat betreft de prijzen van abonnementen als die van advertenties.
- Fiscale tegemoetkomingen en lasten voor de pers.
- De ontwikkeling van het mediabeleid van de overheid ten aanzien van de pers.
- Veranderingen in de sociale en economische sfeer die ook hun invloed hadden op de arbeidsvoorwaarden van journalisten.
- De opkomst van de televisie en de uitbreiding van de radio- en televisiezendtijd.

Zoals uit de globale aanduidingen van de verschillende factoren al blijkt, is het beleid van de uitgevers in verband te brengen met de mediuminterne factoren. De overheid daarentegen heeft er zich niet mee bemoeid. Bij de mediumexterne factoren speelt de overheid zelf een rol of kan zij althans sturend optreden. Van de drie grote groepen uitgeverijen (dagbladen, tijdschriften en boeken) met een gezamenlijke omzet in 1976 van drie miljard gulden en 18000 werknemers, namen de dagbladuitgeverijen anderhalf miljard gulden voor hun rekening en boden zij werk aan 9800 werknemers. Uitgevers van dagbladen, tijdschriften en boeken voeren een eigen beleid, zodat het mogelijk is het beleid van de eerstgenoemde categorie afzonderlijk te beschouwen.

Na een aantal moeilijke jaren voor de dagbladpers -die zich in een proces van herstructurering bevindt- verbeterde haar economische positie zich in 1976. Deze verbetering zette zich in 1977 door. Doordat de dagbladondernemingen op twee markten, namelijk die van de abonnees en die van de adverteerders, werken, ontvangen zij daaruit ook hun inkomsten. Het belangrijkste kenmerk van het beleid van de dagbladuitgevers in de jaren zeventig is de verbetering van de verhouding tussen inkomsten uit abonnementen (incl. losse verkoop) en die uit advertenties. Deze ontwikkelde zich voor dag-, nieuws- en h.a.h.-bladen tezamen van 28 : 72 in 1970 tot 46 : 54 in 1975. Voor uitsluitend de dagbladen ontwikkelde deze verhouding zich van 36 : 64 in 1970 tot 45 : 55 in 1975. In 1976 was de verhouding 43,7 : 65,3 en in 1977 42 : 58. In het licht van het streven van

de dagbladpers naar een groter dekking van haar vaste lasten door de relatief stabiele abonnementsinkomsten lijken de verhoudingscijfers van de laatste twee jaar op een verkeerde ontwikkeling te duiden. De gewijzigde verhouding is echter toe te schrijven aan het feit dat het advertentievolume sterker is gestegen dan de betaalde oplage. Vooral door de zeer geringe advertentieprijsverhogingen zijn de abonnementsinkomsten per verkocht exemplaar sterker omhoog gegaan dan de advertentie-inkomsten per verkochte millimeter. De door de dagbladpers beoogde structurele verbetering wordt hiermee voortgezet. In 1967 waren de dagbladen nog voor bijna 64 % van hun inkomsten afhankelijk van advertenties en daardoor ook conjunctuurgevoeliger. Het prijsbeleid van de overheid en de concurrentie van de etherreclame spelen ook een rol bij het zoeken naar de oorzaken van de stijging van de abonnementsinkomsten sinds 1970 met 161 % en de advertentie-inkomsten sinds hetzelfde jaar met 107 %. In 1970 ligt het begin van het voor de bedrijfstak zo belangrijk gebleken collectieve prijsbeleid. (14). De gemiddelde betaalde oplage van de Nederlandse dagbladen steeg tussen 1970 en 1977 met 3 %, deze stijging ontstond door het gemiddelde van een daling van de landelijke avondbladen van 42 %, een stijging van de landelijke ochtendbladen van 24 % en een stijging van de regionale dagbladen van 9 %.

Naar mijn mening is het herstel van dagbladpers in haar geheel primair te danken aan het beleid van de dagbladondernemingen zelf. Het prijsbeleid, gecorrigeerd of goedgekeurd door de overheid, is hiervoor als voorbeeld genomen. Een ander voorbeeld is de technische innovatie. Het beleid van de overheid ten aanzien van de pers heeft slechts tot het herstel bijgedragen, in zoverre dit gericht was op klimaatverbetering voor de pers. Men kan hierbij denken aan de generieke, voor alle dagbladen gelijkelijk geldende maatregelen en aan het beperken van de zendtijd voor etherreclame. Het op individuele steun aan dagbladen gerichte overheidsbeleid heeft gefaald. Het aantal zelfstandige dagbladondernemingen daalde van 36 tot 27 tussen 1969 en 1978 en in dezelfde periode daalde het aantal dagbladen met eigen hoofdredactie van 56 tot 48. Noch het beleid van de overheid noch het beleid van alle dag-

bladondernemingen tezamen is in staat geweest deze ontwikkeling te keren. Aangezien het aantal verliesgevende dagbladuitgaven nog 'verontrustend groot' (15) is, wordt het hoog tijd dat het beleid van de overheid en dat van de dagbladpers op elkaar afgestemd worden tot een geïntegreerd persbeleid. Deze integratie dient vooraf te gaan aan een afstemming van het overheidsbeleid ten aanzien van de pers op dat ten aanzien van de omroep. En dan nog blijft de pers, als een boer van het weer, afhankelijk van de ongewisse advertentiemarkt die zich -in tegenstelling tot de verwachtingen- in de laatste twee jaar van een zeer goede zijde heeft laten zien. Op een herverdeling van advertentie-inkomsten over de dagbladen afzonderlijk wordt nog steeds gestudeerd.

#### Noten

1. Jan en Marie Huygheprijs 1975, in : *Onze Alma Mater* (Leuven), 31/1977, nr. 1.
2. Zie voor een uitwerking : Joan Hemels, *Persvrijheid ? Antwoord aan uilen en valken*, Amsterdam 1975.
3. Een overzicht van de aan Belgische dagbladen verleende staatssteun in : Stuk 27 (B.Z. 1977), nr. 4, p. 6 (bijlage).
4. Vgl. Joan Hemels, Het Bedrijfsfonds voor de Pers in Nederland. Vergif of medicijn voor een verziekt medium ?, in : *Informatiebulletin* (Leuven), 4/1974, nr. 4, pp. 1-7.
5. Stuk nr. 15/1 van de B.Z. 1977.
6. 'Medienpolitik', in : Peter Schiwj & Walter J. Schütz (Hrsg.), *Medienrecht. Stichwörter für die Praxis*, Neuwied/Darmstadt 1977.
7. Vgl. Joan Hemels, Der Regierungsbericht über die Medienpolitik in den Niederlanden : leichte Dünung oder kräftige Woge ?, in : *Publizistik* (Konstanz), 19-20/1974-1975, nr. 3, pp. 760-769.
8. I. Lipschits, *Verkiezingsprogramma's*, Den Haag 1977.
9. Verder uitgewerkt in : Joan Hemels, De strijd om de leescultuur, in : Ad Kooyma (red.), *Bouwstenen voor een mediabeleid*, Alpen aan den Rijn 1977, pp. 18-38.
10. Meer gegevens in : Ulrich Saxer, *Literatur in der Medienkonkurrenz*, in : *Media Perspektiven* (Frankfurt am Main), 1977, nr. 12, pp. 673-685.
11. Afgedrukt in de Nederlandse Staatscourant d.d. 15 februari 1978 (nr. 33).
12. Ontleend aan : Mediabeleid in het front van de cultuurpolitiek, in : *Trefpunt* (Den Haag), 1977, nr. 4, pp. 126-128, hier p. 128.
13. Hoofdstuk 18 in : Maarten Schneider & Joan Hemels, *De Nederlandse krant 1618-1978*. Van 'nieuwstydinghe' tot dagblad, Baarn 1978 (ter perse).
14. Jaarverslag van de NDP 1977, Amsterdam 1978, pp. 19-25.
15. *Ibidem*, p. 9.

Something is missing in my life.  
I am suffering ! Seriously ! I could not sleep, I missed it so.  
I sat around in the subway, staring, feeling out of place.  
(Reacties van krantenlezers tijdens de krantenstaking in New York, 1945).

## «what «missing the newspaper» means» revisited

gust de meyer

Vanaf 8 februari 1977 gingen in Nederland gedurende maximaal 14 dagen 18 voornamelijk regionale dagbladen in staking. De afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS besloot van deze bijzondere gelegenheid gebruik te maken om de reacties van de krantenlezers op deze staking te onderzoeken (1). 32 jaar voordien is bij een gelijkaardig voorval onderzoek verricht door het Bureau of Applied Social Research van de Columbia University.

Het verslag van het laatstgenoemde onderzoek, van de hand van Bernard Berelson, heeft in het massacommunicatie-onderzoek geschiedenis gemaakt (2). Het intensieve interview van een klein aantal (60) naar economische status gestratificeerde maar naar hogere opleiding oververtegenwoordigde personen in New York, werd afgenomen vanuit de overtuiging dat er een groot verschil bestaat tussen wat mensen zeggen te missen bij gebrek aan een krant en wat een krant missen voor hen werkelijk betekent. Uit de interviews blijkt dat dagbladen door hun lezers gebruikt worden :

- 1) voor informatie over en interpretatie van openbare aangelegenheden,
- 2) als een instrument in het dagelijkse leven,
- 3) als een middel om aan het leefpatroon van elke dag te ontsnappen,

4) om sociaal prestige te verwerven door zich geïnformeerd te tonen en  
5) om een indirect persoonlijk contact te onderhouden met personen die geregeld in de openbaarheid treden.

Verder wordt vastgesteld dat het lezen zelf, afgezien van wat wordt gelezen, een sterke onbewuste voldoening schenkt. Zo komt het dat bij gebrek aan een krant naar iets anders leesbaars gezocht wordt, ongeacht of het nieuwsaarde heeft. Aangezien krantenlezen het aureool van een respectabele bezigheid draagt, is het 'beter' iets te lezen, wat dan ook, dan niets te doen (het laatste is bovendien een immorele gedachte in de puriteinse ethiek). De intensiteit waarmee de krant gemist wordt tenslotte, wordt toegeschreven aan het ermee geassocieerde gevoel van onzekerheid, van losgeslagen zijn, ook aan het ritueel karakter dat het krantenlezen in het leefritme van alle dag gekregen heeft.

In het NOS-onderzoek van 19 februari 1977 werden 364 personen van het NOS-telefoon-enquêtepanel ingeschakeld. Dit panel is een landelijk representatieve steekproef van personen met een minimum leeftijd van 12 jaar. Het kwalitatief georiënteerde karakter van het door B. Berelson beschreven onderzoek naar minder rationele motiveringen voor de

krantenlectuur is daarvoor vertaald in een meer kwantitatieve variant en aangevuld met vragen naar het soort berichten dat gemist werd en het compenserend gebruik van andere media.

Van de 35 % door de staking volledig en gedeeltelijk getroffen krantenlezers heeft de meerderheid (71 %) geen andere krant in huis genomen. 76 % van hen vond het zeer (52 %) of enigszins (24 %) vervelend de krant te moeten missen. Als redenen daarvoor worden vooral gegeven : het gebrek aan informatie, de verstoring van de vaste tijdsbestedingsritmes en - een externe reden - het niet eens zijn met de stakingsacties zelf.

Als voornaamste spontane antwoorden op een open vraag naar wat men vooral gemist had konden worden genoteerd : nieuws (in totaal 58 %), vooral plaatselijk (21 %) en politiek nieuws (15 %), advertenties (15 %) en sport (13 %). Wanneer 12 soorten krantenberichten werden voorgelegd, bleek vooral gemist te zijn : regionaal en plaatselijk nieuws (77 %), sportnieuws (52 %), politiek nieuws en commentaar (49 %), nieuws over misdaad, rampen, ongelukken (46 %), advertenties (41 %), aankondigingen van films, theater, tentoonstellingen (30 %), financieel-econo-



misch nieuws (24 %), overlijdens- en geboorteberichten (24 %), nieuws uit de showwereld, roddelrubriek (21 %), weerbericht (16 %), vervolgverhaal, feuilleton, strips (14 %), recepten (9 %).

De voldoeningen uit het krantenlezen, zoals die bekend zijn geworden door de onderzoeken van B. Berelson, werden, vertaald in 'statements', getoetst aan het oordeel van de getroffen krantenlezers. De verstoorde gratificaties komen in volgende rangorde voor: de verstoring van vaste tijdbestedingspatronen waarin krantenlezen een vaste plaats inneemt (77 %), het gevoel niet goed meer op de hoogte te zijn van wat er gaande is (63 %), de onmogelijkheid om via het krantenlezen de dagelijks besomeringen even te vergeten (45 %), de verminderde mogelijkheid om zich in een gesprek met anderen geïnformeerd te tonen (34 %), het wegvallen van het krantenlezen als tijdsbestedingsmiddel (34 %), het gevoel van onzekerheid (19 %). Als laatste (10 %) kwam de reactie dat de gestoorde krantenlezer eindelijk eens een paar dingen had kunnen doen waar hij anders nooit toe kwam.

Peiland naar een mogelijk veranderd compenserend mediagedrag, konden geen significante verschillen vastgesteld worden tussen getroffen en niet getroffen krantenlezers voor wat betreft het luisteren naar de radio en het kijken naar de televisie. Wel kon vastgesteld worden dat de krantenlezers die meer tijd besteden aan de lectuur van de krant met iets meer aandacht de nieuwsuitzendingen op radio en televisie volgen. Het belangrijkste compensatorisch mediagedrag werd aangetroffen bij de lectuur van tijdschriften, vooral dan opiniebladen, vervolgens damesbladen en 'roddel'-bladen en tenslotte familiebladen.

(1) DE BOCK, H., *Staking, Nog steeds geen Krant*, Hilversum, 1977 (NOS, Afd. Kijk- en Luisteronderzoek).

(2) BERELSON, B., *What «Missing the Newspaper» means*, in LAZARFELD, P.F., STANTON, F.N., *Communications Research 1948-1949*, New York, 1949, blz. 111-129.

(ADVERTENTIE)

## Nieuwe CeCoWe-publikaties

L. VAN POECKE,

### **De taal van de kledij. Een dubbele lectuur van R. Barthes' *Système de la Mode*, voorafgegaan door een Inleiding op de Semiologie.**

In dit boekje vindt de lezer een poging om de semiologische strategie te verduidelijken die door Roland Barthes werd toegepast in zijn in 1967 uitgegeven werk *Système de la Mode*. Nagegaan wordt op welke manier Barthes de modieuze kledij thematiseert als betekenisvolle, d.w.z. systematisch gearticuleerde kledij.

In de bespreking van Barthes' analysemodel wordt er op gewezen hoe er in feite een dubbele tekst in het boek aanwezig is die een tweevoudige lectuur noodzakelijk maakt. Enerzijds is er de orthodoxe semiologische demarche, waarin het teken centraal staat; anderzijds insisteert reeds, in een meer impliciete «tekst», bij Barthes de twijfel aan dit teken. De intuïties uit deze «tweede tekst» maken het mogelijk verwijzingen te maken naar J. Lacans «Logica van de Signifiant» en de band tussen semiologie en politieke economie te verduidelijken.

Dit alles wordt voorafgegaan door een eerste deel waarin een aantal semiologische concepten gedefinieerd worden.

Werkdocument nr. 9,  
132 blz.  
270 B.F.

JAN SERVAES

### **De boekenindustrie in Vlaanderen**

Omslagtekening van GAL.

Het onderzoek naar de werking en de structuur van het boekenvak in Vlaanderen staat nog in zijn kinderschoenen. In tegenstelling tot andere landen is er nog geen synthetiserend en alle aspecten omvattend werk m.b.t. de situatie in Vlaanderen voorhanden.

Jan Servaes poogt, zich baserend op de aanwezige literatuur en de schaarse onderzoeken terzake, een eerste aanzet tot dergelijk structuuronderzoek te geven.

In een eerste deel tracht hij zijn uitgangspunt te omschrijven en af te bakenen. Na enkele terminologische verduidelijkingen en een methodologische verantwoording, verklaart hij het 'sociologische' van zijn benadering. Vervolgens schetst hij in het kort de evolutie van het boekbedrijf in samenhang met de positie van auteur, literatuur en publiek.

In het tweede deel gaat hij de werking en structuur na van de produktie, distributie en consumptie van het boek in Vlaanderen. Omwille van het bepalend belang van de uitgeverij en de distributiesector (o.a. boekhandel en boekenclub) besteedt hij aan beide de meeste aandacht.

218 blz.  
360 B.F.

## GELD VOOR DE PERS

Dit colloquium over de overheidssteun aan de Pers werd ingericht te Brussel op 16 september 1978 door het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de Katholieke Universiteit te Leuven, de perssector van de Landelijke Bedienden Centrale van het Algemeen Christelijk Vakverbond en de Christelijke Centrale der Grafische en Papierbedrijven, eveneens aangesloten bij het Algemeen Christelijk Vakverbond.

Het probleem van de overheidssteun aan de pers is in België actueel in die zin dat, hoewel reeds in 1973 door de overheid beslist werd steun te verlenen aan de dagbladpers, er intussen van verschillende zijden nieuwe voorstellen werden geformuleerd om deze steunverlening te reorganiseren. De belangrijkste initiatieven in dit opzicht waren waarschijnlijk het «Wetsvoorstel tot instelling van een Fonds tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers» (ingediend door de heer Van Elewyck (BSP) en mede-ondertekend door enkele CVP-, PSB- en PSC-volksvertegenwoordigers) (1); «Overheidshulp aan de Pers. Memorandum aan de regering overhandigd door de Beroepsunie van de Belgische Pers» (2); «Voorstel van een decreet ter bevordering van de verscheidenheid in de dag- en weekbladpers van algemene informatie» (3).

Een uitstekend gedocumenteerd overzicht van het ontstaan en de ontwikkeling van de overheidssteun aan de dagbladpers door Dr. Wim Van der Biesen van het Centrum voor Communi-

catiewetenschappen vormde de achtergrond waartegen enkele standpunten (W. Cabus van Het Volk; J. Bresseleers, secretaris van de Beroepsunie van de Belgische Pers) en voorstellen (D. Coens, CVP-volksvertegenwoordiger en mede-ondertekenaar van het wetsvoorstel-Van Elewyck; L. Boone, hoogleraar Centrum voor Communicatiewetenschappen) naar voor werden gebracht.

Uit deze stellingnames en de discussie daarrond bleek duidelijk dat het probleem door verschillende bekommernissen beïnvloed wordt: enerzijds de handhaving van de werkgelegenheid in de grafische sector, anderzijds de vrijwaring van pluralisme in het aanbod van algemene informatie, waarbij het bestendigen van het pluralisme van de huidige feitelijke situatie in Vlaanderen niet zonder meer als synoniem voor realisatie van de persvrijheid kan worden beschouwd.

Een verdere studie over dit laatste als theoretische basis voor een verantwoord standpunt inzake overheidssteun aan de pers lijkt onontbeerlijk.

(1) Verschenen in: *Parlementaire Bescheiden, Kamer van Volksvertegenwoordigers*, Buitengewone Zitting 1977, 9 juni 1977.

(2) Verschenen in: *Unie, Bulletin van de Beroepsunie van de Belgische Pers*, nr. 18, Brussel, mei 1977, p. 2.

(3) Prof. Dr. Luk BOONE, *Krantenpluralisme en informatiebeleid*, Leuven, 1978, p. 207-212.

## STUDIECONFERENTIE «LOKALE OMROEP»

De Bond van Vormings- en Ontwikkelingsorganisaties (B.V.V.O.), overkoepelend orgaan van 51 nationale en regionale organisaties voor volksontwikkeling met volwassenen, richtte op 20-21 oktober 1978 een conferentie in om — aldus voorzitter Bruno Ongena — «de voorwaarden (te) schetsen waarbinnen deze «kleine TV» tot ontwikkeling kan komen. Dit pakket van verwachtingen en voorstellen wil de BVVO voorleggen aan de publieke opinie en aan de overheid».

Guido Fauconnier, hoogleraar aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de Katholieke Universiteit te Leuven, situeerde de lokale televisie met enkele aanverwanten als gemeenschapstelevisie, public access e.d. in de problematiek van de kabeltelevisie en haar «generaties». De reeds vrij algemene verspreiding van de kabeldistributie in Vlaanderen biedt in principe onbegrensde (technische) mogelijkheden voor lokale televisie, maar vormt zeker geen garantie voor een succesvolle ontwikkeling van lokale omroep.

Dit werd concreet toegelicht door Ton Koole, onderzoeker aan de Universiteit van Groningen, en Pierre Gordine, adj. dir. gen. van de Médiathèque de Belgique, die respectievelijk handelden over de experimenten in Nederland en in Wallonië. In Nederland werden eind 1973 6 gemeenten, die een «cultureel representatieve instelling» willen oprichten voor het experiment inzake lo-



kale omroep goedgekeurd en gesubsidieerd voor 2 jaar. De organisaties die de nadruk meenden te moeten leggen op het informeren van de plaatselijke bevolking over het lokale gebeuren, waardoor automatisch meer inzicht, betrokkenheid en activering zou ontstaan, hebben — volgens Koole — dit doel niet bereikt, omdat zulks gebeurde op een wijze die te zeer een afspiegeling vormde van de «grote» omroep. Refererend naar Enzensberger meent Koole dat alleen experimenten met emancipatorische inslag, d.w.z. waarbij de rolwisseling van zender en ontvanger centraal staat, bijdragen tot activering en betrokkenheid van een aanzienlijk deel der bevolking. Het door hem van nabij gevolgde en geanalyseerde experiment te Deventer kan daarvoor ten dele als geslaagde bevestiging dienen.

Voor conclusies op basis van de 12 in Wallonië en Brussel door de overheid in 1975 aanvaarde experimenten is het nog te vroeg volgens Gordine, maar met het oog op de toekomst meende hij toch reeds een onderscheid te moeten maken tussen lokale TV en gemeenschaps-TV. De «kleine TV» is niet in staat om een plaatselijk samenwonende groep tot een gemeenschap om te vormen, maar kan wel een nuttig hulpmiddel zijn voor een reeds bestaande lokale gemeenschap.

In een viertal werkgroepen, gevormd rond specifieke thema's, werden heel wat interessante elementen naar voor gebracht, mede op basis waarvan o.m. volgende conclusies totstandkwamen :

- in een Nota Mediabeleid van de overheid mag de kleinschalige communicatie niet worden vergeten ;
- er dient een overleggroep opgericht om te onderzoeken in welke mate in Vlaanderen experimenten met lokale televisie langs de kabel mogelijk én gewenst zijn, waarbij ook andere mogelijkheden (b.v. de «kleine televisie») niet uit het oog mogen worden verloren ;
- er moeten opleidingsmogelijkheden komen waar agogisch geschoolde mensen deskundig met TV kunnen leren werken ;
- gezien de niet-compatibiliteit van de beschikbare hardware zou er een centrum voor centrale audiovisuele dienstverlening moeten worden opgericht.

## DE TOEKOMST VAN DE KABELTELEVISIE

Op 25 oktober 1978 werd hierover een colloquium georganiseerd door S.V. Integan (Intercommunale voor Teledistributie van het Gewest Antwerpen) bij gelegenheid van het in gebruik nemen van haar nieuw gebouwencomplex, waarin de snelle ontwikkeling van deze maatschappij sinds 1971 concreet zichtbaar wordt. Volksvertegenwoordiger J. Van Elewyck, voorzitter van Integan, op één na de grootste kabelmaatschappij met 139.000 abonnés, d.i. ongeveer 77 % van de gezinnen met TV in dat gewest, stelde dat vooral dank zij de grotere programmakeuze via de kabel de algemene verspreiding van de kleurentelevisie 10 jaar vervroegd werd.

Ir. M. Gewillig, Directeur-Generaal a.i. van de Technische Diensten BRT, besprak de recente evolutie van de productie en de aanvoer van omroepprogramma's geconcretiseerd in volgende items : zal de elektronica de 16 mm en de 35 mm film vervangen respectievelijk voor de televisie-actualiteit en de televisie-productie buiten de studio's ? Hoewel CBS resoluut voor de elektronica gekozen heeft, meent Ir. Gewillig dat in Europa beide systemen voorlopig nog geruime tijd naast elkaar zullen blijven bestaan.

De teletextprocédés zullen wellicht vlugger in Europa dan in de USA algemene toepassing vinden, ook al moeten nog een aantal moeilijkheden worden opgelost en zal Europa en m.n. Vlaanderen waarschijnlijk weer geconfronteerd worden met een dubbel normen-systeem ; nl. het Engelse en het Franse.

De omroepsatellieten voor rechtstreekse ontvangst, nu reeds bedrijfsklaar voor Canada en Japan, zijn voor de relatief kleine, dichtbevolkte Europese landen thans nog een oneconomisch zendsysteem, zodat dit hier niet voor de naaste toekomst zal zijn.

G. Waelbers, Ingenieur-Directeur van Integan, schetste vnl. het hardware aspect van de ontwikkelingsmogelijk-

heden van de kabeltelevisie. Op korte en half lange termijn zag hij dit vooral in kwaliteitsverbetering, bedrijfszekerheid en maximaal gebruik van de netten door toevoeging van twee Britse TV-programma's en lokale programmatie, m.n. uitbreiding van de nationale teletext-programma's met lokale, zoals theater- en bioscoopprogramma's, adressen van dokters en apothekers van wacht e.d. Ook het abonentenniveau kan aanzienlijk worden opgevoerd gezien de stijging van het aantal tweede TV-toestellen per gezin, dat nu reeds de 13 % zou bereikt hebben in België. Het tweerichtingsverkeer zal voorlopig nog wel tot enkele experimenten beperkt blijven.

In de namiddag schetste advocaat Mr. Jan Dyck de nog altijd onduidelijke juridische situatie van de kabelmaatschappijen m.n. op het gebied van de auteursrechten en de publiciteit. Een echte oplossing achtte hij slechts mogelijk in het kader van een alle sectoren van communicatie omvattende wetgeving, geïnspireerd door een duidelijk mediabeleid.

M. De Sutter, voorzitter van de Beroepsvereniging Radio- en Televisiedistributeurs, vroeg een spoedige en ruime herziening van het K.B. van 24-12-1966 die de ontwikkeling tot meer actieve kabel-TV mogelijk moet maken — door o.m. lokale of regionale programma's, desgewenst qua inhoud en realisatie verzorgd door de BRT, bijkomende (heruitzending van) educatieve of andere programma's, teletext, pay-TV, video-distributie van officieel voor algemene distributie goedgekeurde films, experimenteermogelijkheden met twee-richtingssystemen.

Minister De Backer bleef in haar slottoespraak nog terughoudend inzake lokale televisie en achtte verder studiewerk inzake mediabeleid noodzakelijk vóór deze en andere belangrijke beslissingen over de toekomstige culturele en sociale ontwikkeling van het Vlaamse volk kunnen genomen worden.

# licentiaatsverhandelingen

**bernadette van de maele**

## het beeld van de vrouw in de reclame van de nederlandstalige vrouwenbladen : een inhoudsanalyse.

Fac. Soc. Wet., Leuven, 1978, 126 blz.  
(Promotor : Prof. Dr. G. Fauconnier)

Omwille van de steeds groter wordende discrepantie tussen de leefwereld van de reclame en de maatschappelijke realiteit ontstaat een toenemend ongenoegen ten opzichte van de eerste. Het is niet zozeer het principe van de reclame dat in vraag wordt gesteld, dan wel de manier waarop ze gevoerd wordt. Vooral het mensbeeld en meer specifiek het vrouwbeeld dat ze schetst wordt als onjuist en vernederend aangevoeld.

Opzet van deze eindverhandeling is na te gaan welk vrouwbeeld de reclame van de nederlandstalige vrouwenbladen schetst en in hoeverre dit imago al dan niet afwijkt van de realiteit.

Het **eerste hoofdstuk** geeft een theoretische belichting van de inwerking van de reclame op de culturele bagage van de ontvangers, een beschrijving van het acculturatieproces tussen adverteerders en publiek.

Daarnaast worden de culturele inhoud en het waarden-systeem van de reclame besproken.

Reclame-uitingen blijken een belangrijke factor te zijn bij het totstandkomen van opvattingen betreffende mensbeelden door :

- de consistentie in het benadrukken van bepaalde rolpatronen.
- het cumulatieve effect van de reclame
- en haar normatief karakter.

In het **tweede hoofdstuk** wordt de onderzoeksmethodiek uitgewerkt. We geven eerst een bredere situering van het onderzochte medium : het vrouwenblad.

Bij de vergelijking van de definities zien we dat de pers voor de vrouw kan opgedeeld worden in twee grote categorieën :

- de pers voor de vrouw in de brede zin : waaronder vrouwenrubrieken en gemengde pers met een overwegend vrouwelijk lezerspubliek.
- de pers voor de vrouw in de enge zin : alle periodieken die zelf uitdrukkelijk verklaren bestemd te zijn voor de vrouw en die met dit doel opgesteld zijn.

De vrouwenbladen die wij bestuderen vallen onder deze laatste categorie, met uitsluiting van de bewegingsbladen en de feministische bladen.

De bedoeling van de studie is een inhoudsanalyse te maken van het beeld van de vrouw zoals dit in de reclame van de nederlandstalige vrouwenbladen naar voor komt. Daartoe werd een steekproef getrokken uit twee volledige jaargangen van de vier nederlandstalige vrouwenbladen : Libelle/Rosita, Mimo, Ons Volk en Het Rijk der Vrouw. Uit elke jaargang werden de middelste nummers van elk kwartaal gekozen, dit om de seizoenfluctuaties te kunnen weergeven en de vertekeningen die daar het gevolg van zijn te neutraliseren. We vonden het interessant twee tijdsperiodes met elkaar te vergelijken (jrg. 1966 en 1976) omdat dit het ons mogelijk maakte een evolutie te schetsen van het beeld van de vrouw binnen deze termijn.

De inhoud werd zowel kwantitatief als kwalitatief geanalyseerd. De kwalitatieve analyse onderzoekt de algemene sociale omgeving die in de advertentie wordt gecreëerd, waarbij onze aandacht vooral gericht is op de rolsituatie van de afgebeelde reclamemodellen.

Het **derde hoofdstuk** geeft een overzicht van de onderzoeksresultaten.

### A. Kwantitatieve analyse :

De reclamepercentages van de jaargang 1976 liggen algemeen gezien iets hoger dan die van 1966. Daaruit blijkt dat de vrouwenbladen nog steeds een interessant medium vormen voor de adverteerders. Zij bieden immers een homogeen, goed afgelijnd lezerspubliek, dat bovendien over een grote koopkracht beschikt. Deze hoge cijfers duiden ook op de commerciële afhankelijkheid van het medium.

Opvallend voor de vrouwenbladen is dat zij meer advertenties met modellen publiceren dan andere weekbladtypes. Er worden hoofdzakelijk vrouwelijke modellen gebracht. Het globaal aantal advertenties met vrouwelijke modellen daalt in 1976, maar het gemiddeld aantal vrouwen per advertentie stijgt. In beide jaargangen zijn de mannelijke modellen ondervetegenwoordigd.



## B. Kwalitatieve analyse :

1. *Producten* : Uit het produktengamma waarvoor geadverteerd wordt kunnen we afleiden dat de reclame vertrekt vanuit een aantal vooropgestelde ideeën t.a.v. de vrouw :

- haar leefwereld ligt uitsluitend binnen de huishoudelijke en/of gezinsfeer ;
  - alleen haar uiterlijke manier van verschijnen is belangrijk.
- Bovendien maken de adverteerders gebruik van het negatieve zelfbeeld van de vrouw om haar tot consumptie aan te zetten.

2. *Ruimtelijk kader* : Advertenties situeren hun modellen voor de overgrote meerderheid in een ongedefinieerd of fictieel decor. In alle vrouwenbladen is voor de bestudeerde periode een belangrijke verschuiving naar duidelijker situering, vooral naar de situatie binnenshuis toe.

3. *Leeftijd* : Het leeftijdsprofiel van beide jaargangen duidt op een absolute verheerlijking van het jong zijn. In 1976 is er een lichte tendens naar meer gelijkmatige verdeling over de verscheidene leeftijdsgroepen, maar de categorie jong-volwassen blijft abnormaal hoge percentages scoren.

Voor beide jaargangen is de nadruk op de gedwongen jeugdigheid sterker uitgesproken voor de vrouwelijke modellen.

4. *Relatie tot het produkt* : Deze werd in de studie gezien vanuit het standpunt van de functionaliteit : in hoeverre zijn de kleding en houding van de modellen in functioneel verband te brengen met de producten waarvoor zij adverteren ? In 1966 is die relatie overwegend niet functioneel, zowel voor vrouwelijke als voor mannelijke modellen, in 1976 is de balans bijna in evenwicht.

5. *Sociale rollen* : De reclame creëert een vraag naar bepaalde producten door manipulatie van het zelfbeeld van de vrouw. Dit resulteert o.a. in een aantal stereotiepe reclamerollen voor de vrouw die nauw aansluiten bij de alomvattende druk van de reclame tot kopen :

- het huisvrouw-image : vanuit het oogpunt van de reclamemaker is dit de gunstigste vrouwenrol, het is immers in die hoedanigheid dat de vrouw het meest consumeert. Daarbij sluit ook de moederrol aan : reclamemoeders hebben immers bijna altijd een verzorgende of adviserende rol.
- het passieve image : Dit uit zich in het feit dat vrouwen in de reclame nooit zelf belangrijke beslissingen nemen. Zij hebben altijd de raad van een ander, meestal een man nodig, zelfs voor de meest simpele zaken. Volgens de adverteerders kunnen zij blijkbaar ook geen buitenshuiswerk aan.
- het mooi-zijn : Vrouwelijke reclamemodellen geven een soort robotportret van wat algemeen als aardig, lief en vrouwelijk wordt aangenomen. Rollen als persoonlijke verzorging, decoratie, sex-symbool en vrije-tijdsbesteding vallen daaronder.

De sociale rollen die de advertenties brengen zijn dus zeker niet toevallig gekozen maar vormen een belangrijk onderdeel van de reclamestrategie.

Tenslotte de *besluiten*. We toesten de resultaten van ons onderzoek eerst aan het algemeen kader dat Rosemary Scott opstelde op grond van een groot aantal inhoudsanalyses en een uitgebreide literatuurstudie. Vervolgens stellen we het bekomen vrouwbeeld tegenover de dagelijkse realiteit van de consumenten.

Volgens Scott wordt het vrouwbeeld van de adverteerder bepaald door twee kortzichtige stereotypen, die elk weer op verschillende vooroordelen berusten.

Het doel van de reclamevrouw is de man te behagen. Daarom zijn de modellen ook onveranderlijk jong en aantrekkelijk. Ze treden meestal alleen op, want andere vrouwen zijn concurrenten, of in mannelijk gezelschap.

Vrouwen zijn uiteindelijk en van nature huisvrouwen, echtgenotes en moeders. Deze drie rollen zijn essentieel verweven. Er is een dubbele aflijning van de stereotypen terug te vinden : binnen de man-vrouw relatie blijft de vrouw de verantwoordelijkheid voor het huishouden dragen ; in de situatie t.o.v. de buitenwereld is de vrouw quasi uitsluitend op de binnenshuiswereld afgestemd.

Het reclamebeeld van de vrouw dat wij uit onze gegevens distilleerden stemt overeen met het vrouwbeeld dat Scott schetst. We kunnen ons afvragen in hoeverre dit beeld samenvalt met de werkelijkheid van de consument.

Recent onderzoek toont aan dat verscheidene evoluties merkbaar zijn binnen het klassieke rolpatroon naar het ideaalbeeld van gelijkheid tussen de beide sexen toe. Toch blijft de reclame het traditionele rollenpatroon verspreiden en werkt aldus mee aan het in stand houden van een vrouwbeeld dat negatief inwerkt op de persoonlijkheid van de vrouw, en haar beperkt in haar mogelijkheden. De reclame doet dit des te sterker daar zij geen alternatieven biedt in haar advertentiesituaties.

Ook wat de beroepsrol betreft ligt de reclamewereld ver af van de reële situatie. Werkende reclamemodellen zijn zo goed als onbestaand, terwijl de vrouwen in 1972 reeds 33 % van de economisch actieve bevolking uitmaakten.

De reclame vertekent eveneens de realiteit omwille van haar schoonheids- en jeugdige sideaalen. Dit eenzijdig belichten van de uiterlijke verschijning is vernederend voor de vrouw, omdat dit impliceert dat zij zich op geen andere manier waar kan maken.

Uit bovenvermelde gegevens blijkt dat de reclame bepaalde nieuwe evoluties negeert, een fragmentarisch beeld geeft van de werkelijkheid en haar complexiteit miskent. Ze benadert de vrouw op een eenzijdige manier en laat geen alternatieven open.

## BIBLIOGRAFIE

- CEULEMANS, M. : Het vrouwbeeld in de reclame, in *Communicatie* ; tijdschrift voor massamedia en cultuur, jaargang 7, nrs 3 en 4.
- COURTNEY, A. en LOCKERETZ, S. : A Woman's Place, an Analysis of the Roles Portrayed by Women in Magazine Advertising, in *Journal of Marketing Research*, Volume VIII, febr. 1971.
- HENSTRA en PINKAERS : *Het beeld van de vrouw in de reclame* ; Kongres Marketing Genootschap, Erasmus Universiteit, Rotterdam, 25 febr. 1976.
- KATIER, S. : *Zit je goed ? Feminisme als therapie*, Alpha boek uitg. B. Bakker, Amsterdam, 1977.
- KING, J. en STOTT, M. : *Is this your life ? Images of Woman in the Media*, Virago Ltd., Londen 1977.
- LOREE, M. : L' image de la femme dans la publicité Nord-Américaine et Française, in MICHEL, A. : *Femmes, Sexisme et Sociétés*, P.U.F. Parijs, 1977.
- SCOTT, R. : *The Female Consumer*, Associated Business Programmes, Londen, 1976.
- WEIBEL, K. : *Mirror, Mirror, Images of women reflected in Popular Culture*, Anchor Books, New York, 1977.

# joos florquin

## een afscheid



Enkele weken voor het begin van het nieuwe academiejaar overleed onverwacht professor Joos Florquin.

Gedurende meer dan tien jaar doceerde hij aan de vroegere studierichting en het latere Departement Communicatiewetenschap het vak "Taalbeheersing".

Deskundigen en vrienden van de overledene hebben in kranten en tijdschriften Florquins veelzijdige eruditie en zijn talrijke en aantrekkelijke eigenschappen in het licht gesteld. Het is ondoenbaar - en ook de bedoeling niet - om daarvan een overzicht te schetsen.

Diegenen - docenten en wetenschappelijke medewerkers - die het voorrecht hadden met Joos Florquin samen te werken, zullen in hem vooral de stipte en gewetensvolle collega missen.

Uiterst zelden liet hij een les wegvallen. Ook tijdens de laatste jaren, toen zijn gezondheid te wensen overliet, kwam hij stipt en perfect voorbereid zijn colleges doceren.

De oud-studenten en studenten heeft hij laten profiteren van de erg zeldzame en waardevolle combinatie die hij in zich verenigde : een grondige kennis van het geschreven en gesproken Nederlands en een jarenlange ervaring en een continue omgang met het medium televisie.

Tenslotte dient nog de aandacht gevestigd op de hartelijke en vaak "gemütliche" eenvoud die Joos Florquin kenmerkte in zijn omgang met alle leden van het Departement. Niet het minst daarom missen velen hem heel erg en zal zijn nagedachtenis in ere worden gehouden.

Prof. L. BOONE  
Departementsvoorzitter



# feiten en meningen uit de media- wereld

JAN SERVAES  
EN  
WIM VAN DER BIESEN

Voor het eerst in de geschiedenis heeft ELK VAN DE DRIE GROTE AMERIKAANSE TV-NETTEN in 1977 EEN BRUTO-ONTVANGST VAN MEER DAN 1 MILJARD DOLLAR gehad. Het totaal aan inkomsten van advertenties en voortverkoop van programma's bedroeg 3,3 miljard dollar. Volgens het jaarlijkse onderzoek over mediatrends van «Ted Bates and C°», steeg de 'cost-per-thousand' voor TV-producties, tussen 1970 en 1977, met 76 % voor de dagprogramma's en met 68 % voor avonduitzendingen. Dat is een stuk meer dan de stijging van 56 % van de index der consumptieprijzen, maar heel wat minder dan de razendsnelle stijging van de advertentieprijzen, die vooral door de televisie, vanwege de groeiende vraag, naar omhoog worden geduwd. Het kijken blijkt daarentegen te dalen, zodat de strijd om de kijker (m.a.w. het gevecht om de eerste plaats in de 'ratings' of kijkcijfers) harder dan ooit is geworden. De advertentieprijs varieert van 45.000 tot 100.000 dollar per halve minuut naargelang van de plaats op de ratinglijst, waardoor het verschil tussen een eerste en derde plaats per jaar al vlug 100 miljoen dollar meer of minder betekent.

Tijdens de jongste drie jaar gingen in ons land meer dan 8.000 werkplaatsen in de DRUKKERIJSECTOR verloren. Zowel de beroepsfederatie Febelgra als de betreffende vakbondsinstanties spraken hun bezorgdheid uit over de sterke achteruitgang van de tewerkstelling in het drukkerij-, grafische kunst- en dagbladbedrijf.

Op 26 mei 1978 hield de Westduitse bondskanselier HELMUT SCHMIDT in het gezaghebbende weekblad «Die Zeit» een PLEIDOOI VOOR EEN TELEVISIELOZE DAG PER WEEK. Hij kon zich niet van de indruk ontdoen dat de mensen niet meer voldoende met elkaar praten of gezamenlijke activiteiten ondernemen. Volgens hem is de televisie één van de boosdoeners: «Mijn indruk is dat overdreven televisieconsumptie de onderlinge directe menselijke omgang verdringt». Als nadelen van televisie noemt hij: zij fungeert als oppas voor kinderen en heeft een nog gevaarlijker invloed op de opvoeding dan de oorlogstijd. Schmidt is er van overtuigd dat zijn voorstel voor veel

televisiekijkers moeilijk te verteren zal zijn. Maar nog rotsvaster is zijn geloof dat er bij realisering spoedig positieve ervaringen zullen volgen: «Zij zullen vaststellen dat er dingen zijn die nog meer plezier verschaffen dan de televisie. Zoals velen op de autovrije zondag hebben ervaren dat er nog ander plezier bestaat dan autorijden».

In sommige landen wordt het systeem van de T.V.-vrije dag reeds een hele tijd toegepast, o.a. in Hongarije, waar men het iedere maandag zonder televisie moet stellen. Naar men zegt, is die dag er een van de prettigste van de week.

De Antwerpse bankier Van Thillo heeft volgens het marketingblad Pub 50 % van de aandelen van HET LAATSTE NIEUWS overgenomen. De aandelen van deze krant waren door de vroegere eigenaar, Hoste, gelijk verdeeld onder zijn beide dochters. De ene is gehuwd met Vink, één van de huidige aandeelhouders van «Het Laatste Nieuws», de andere met een Belgische ambassadeur in Latijns-Amerika. Deze laatste had haar mandaat aan Martens gedelegeerd, en het zijn haar 50 % aandelen die nu in handen gekomen zijn van Van Thillo. Deze wordt hiermee meteen een van de voornaamste aandeelhouders van «Publicité d'Aujourd'hui», aangezien hij reeds één derde aandelen bezat. Met één zesde van de aandelen hoeft hij nu slechts één der beide andere aandeelhouders — Vink of Brébart — aan zijn zijde te krijgen om een meerderheid te verwerven.

Van Thillo is reeds eigenaar van DE POST en van een met dit blad verbonden drukkerij in Deurne. «De Post» verhuisde onlangs met zijn redactie naar «Het Laatste Nieuws», terwijl de publiciteitsregie ondergebracht werd bij «Publicité d'Aujourd'hui». Dit brengt INTERESSANTE VERSCHUIVINGEN TEWEEG IN DE BELGISCHE PERSWERELD. Er was zich reeds een machtsblok aan het vormen rond Vlerick, Mark Eyskens, de Kredietbank, de Boel-werven en Roelarta. Het tweede blok vormde zich rond Leysen van de VUM die «De Standaard» uitgeeft. Rond de persoon van Van Thillo is zich na het verwerven van de helft van de aandelen van «Het Laatste Nieuws» een derde blok aan het vormen binnen de Vlaams-liberale sfeer.

Sinds 30 mei 1978 kreeg het bekende Franse dagblad «Le Monde» er een broertje

bij : het maandblad LE MONDE DE LA MUSIQUE. Het is de bedoeling om alle muziekrichtingen en soorten in gelijke mate aan bod te laten komen.

Daarnaast geeft «Le Monde» ook nog de maandbladen «Le Monde Diplomatique» en «Le Monde de l'éducation» uit, het wekelijkse «Le Monde Hebdomadaire», en verder uitstekend gedocumenteerde dossiers en jaaroverzichten.

Begin juni 1978 verklaarde directeur-generaal R. WANGERMEE van de RTBF op een internationaal colloquium te Luik zich VOORSTANDER VAN RECLAME OP DE BELGISCHE TELEVISIE. De reclame-opbrengsten zijn volgens Wangermée dringend nodig om te voorkomen dat «De Belgische radio- en televisieuitzendingen in een onderontwikkeld stadium terechtkomen». België, met zijn kabeltelevisie, kan niet langer doen alsof het een eiland binnen Europa is, als men weet dat Belgisch kapitaal een privéstation als het Luxemburgse commerciële RTL overeind houdt, dat zijn reclame niet alleen naar België uitstuurt, maar zijn werving ook speciaal op ons land afstemt.

De vakbonden daarentegen hebben zich nogmaals uitdrukkelijk tegen eterreclame uitgesproken.

De van 1921 daterende wet op het bibliotheekwezen werd op 6 juni 1978 vervangen door een NIEUW BIBLIOTHEEKDECREET. Het decreet streeft vooral een centralisatie en professionalisering na. Bedoeling is om de ruim 1200 Vlaamse bibliotheekjes tot een behoorlijk en rationeel uitgebouwd aantal terug te brengen, zodat over drie jaar elke Vlaamse gemeente een openbare gemeentelijke bibliotheek zal bezitten.

Uit een onderzoek bij de Westduitse televisie ARD blijkt dat gemiddeld 80 LIJKEN PER WEEK op het scherm getoond worden.

Uit een studie van het Belgisch Komitee voor Distributie in verband met de VERDELING VAN DE RECLAME-INVESTERINGEN PER MEDIUM TIJDENS DE JAREN 1972-

1976 blijkt dat ondanks de crisis van de jongste jaren, de reclame-investeringen tijdens 1976 een belangrijke ontwikkeling hebben gekend. In 1976 bedroeg de vooruitgang 8,7 %, een groeiritme dat sedert 1972 niet meer werd bereikt. Het blijkt daarboven dat tijdens de zogenaamde 'slechte jaren' (1974 en 1975) de reclame-investeringen nooit zijn verminderd. Ze stegen zelfs met 5 en 2 %. In 1976 beliep het totaal bedrag van deze investeringen 11.587 MILJOEN FR., TEGEN 10.655 miljoen in 1975 en 9.368 miljoen in 1972. De helft van deze investeringen gaat naar de kranten en tijdschriften (32,4 % naar de kranten, met inbegrip van de 'kleine advertenties'). Radio en televisie kregen in 1976 2,9 % van het totaal der investeringen. Aangezien de BRT officieel geen reclame opneemt, betreft het hier reclame-investeringen in de uitzendingen van buitenlandse omroepen. In absolute cijfers betekende dit 337 miljoen, waarvan 312 miljoen uitsluitend voor de televisie bestemd was. In 1975 was er 199 miljoen, in 1974 185, in 1973 120 en in 1972 100 miljoen voor radio en televisie voorzien.

De buitenreclame gaat met 15,7 % lopen, de directe reclame met 25,4 % en de bioscoopreclame met nauwelijks 1,8 %. In het jaar 1976 bedroeg het totaal van de reclame-investeringen 0,56 % van het Bruto Nationaal Produkt (BNP) en 0,75 % van het totaal bedrag van de privé-consumptie. Het aandeel van de reclame-investeringen per inwoner stijgt : het bedroeg 1.180 fr. in 1976 tegen 963 fr. in 1972. De totale omzet van de 28 belangrijkste reclamebureaus die op de Belgische markt werkzaam zijn, bedroeg in 1977 8.650 miljoen. Ten opzichte van 1976 betekende dit een stijging van de omzet met 21,6 %.

Begin juni 1978 sloot de oudste Vlaamse uitgeverij, de Antwerpse meester-drukker BUSCHMANN, zijn boeken. Dit 136 jaar oude bedrijf was de voornaamste uitgever van het werk van Hendrik Conscience en genoot een grote faam tot ver over de landsgrenzen.

Op 14 juni 1978 werd Toon Van Severen, cultuurredacteur en syndicaal afgevaardigde van de christelijke bediendenvakbond LBC bij het weekblad KNACK, door de directie van de Uitgeversmaatschappij

Roularta op staande voet ontslagen en dit op aanvraag van de hoofdredacteur. In een communiqué van de bediendenvakbonden LBC-BBTK contesteren «de redacteuren en hun vakbonden formeel de professionele tekortkomingen die worden ingeroepen als motieven voor het ontslag en veroordelen de anti-syndikale intimidatie die hier werd aangewend».

Sinds 28 juni 1978 verschijnt het Franse links-liberale dagblad QUOTIDIEN DE PARIS niet meer. Het blad was pas in 1974 opgericht. Als grote oorzaken noemde de directeur het gebrek aan beroepsijver en de té «ideologische» en weinig «journalistieke» aanpak van de meeste journalisten. De oplage bedroeg nog nauwelijks veertienduizend exemplaren.

De beslissing over de verdere toekomst van VERONICA (C-omroep worden of uit de ether verdwijnen) is nogmaals tot 31 maart 1979 uitgesteld. De nieuwe minister van C.R.M., Mevr. Gardeniers, wil eerst de resultaten van het onderzoek over de «commerciële bindingen van Veronica» afwachten. Intussen blijft de V.O.O. aspirant, met een wekelijkse zendtijd van 3 uur radio en 1 uur televisie.

Begin juli 1978 waren er hardnekkige geruchten dat de Antwerpse socialistische krant VOLKSGAZET in ernstige financiële moeilijkheden verkeerde. Zij zou een deficit hebben van ruim 300 miljoen fr. Enkele dagen later (14 juli 1978) werden deze geruchten bevestigd, toen zowel de uitgeverij («Ontwikkeling») als de drukkerij («Exelsior») van Volksgazet IN FALING werden GESTELD door de Antwerpse Rechtbank van Koophandel. Gedurende enkele dagen werd het blad nog uitgegeven door een in der haast nieuw opgerichte vennootschap («De Roos») die ongeveer 180 van de 310 personeelsleden had overgenomen. Doch nadat de beheerder van de N.V. De Roos en een gedeelte van het nieuw aangeworven personeel (vooral de arbeiders en bedienden) geen akkoord konden bereiken over de nieuwe arbeidscontracten, kon de krant niet meer gedrukt worden en verdween definitief op 19 juli. De N.V. De



Roos zou de bedoeling hebben om in het najaar met een geheel nieuw dagblad (van socialistische — niet B.S.P. — strekking) op de markt te komen. Intussen werd de socialistische pers in Vlaanderen herleid tot één titel, nl. de Gentse «Vooruit».

Het Westduitse federaal kartelbureau heeft zijn veto gesteld tegen het feit dat het SPRINGERCONCERN de meerderheid van de aandelen wou verwerven van het Münchner Zeitungsverlag. Het kartelbureau gaf als motivering dat het Springerconcern op die wijze een overheersende positie zou verwerven in de Duitse boulevardkranten. Het Münchner Zeitungsverlag geeft o.m. de «Münchner Merkur» en het boulevardblad «TZ» uit. De Springerdirectie is tegen deze uitspraak in beroep gegaan.

Ook de GROEP BREBART (uitgever van «La Dernière Heure» en van «La Libre Belgique») zou financiële moeilijkheden hebben. Maurice Brébart moest op 17 juli 1978 voor

de Brusselse Handelsrechtbank verschijnen wegens het niet voldoen van een afbetaling en is genoopt de (nieuwe) gebouwen, waarvan de kostprijs de raming overschrijdt te verkopen om z'n krantengroep — voorlopig ? — in leven te houden.

De Nederlandse Bioscoopbond en acht buitenlandse filmaatschappijen hebben in juli 1978 een proefproces tegen de stichting tot exploitatie Centrale Antenne Inrichting Amstelveen (CAI) over het AUTEURSRECHT OP FILMS BIJ DOORGIFTE VIA EEN KABEL verloren. Inzet van deze proefprocedure was de vraag of de 'doorgifte' door een kabeldistributienet aan zijn abonnees van auteursrechtelijk beschermde TV-films een eigen vorm van exploitatie van deze films oplevert. Hiervoor is immers toestemming van de makers vereist, welke doorgaans tegen betaling wordt verleend. De rechtbank oordeelde dat het eerder om een collectieve voorziening ging waarbij de overheid tegemoetkomt aan de belangen van de burgers.

Op 22 juli 1978 richtte de directie van de TIMES-GROEP een brief tot het personeel, waarin werd meegedeeld dat alle publikaties van de groep zullen stopgezet worden indien de sociale vrede in de onderneming niet terugkeert. Wegens een conflict tussen de directie en de arbeiders van de zetterij konden reeds herhaaldelijk verscheidene uitgaven niet verschijnen. Dit betekende op enkele maanden een verlies van 369.000 pond sterling. De groep geeft o.m. «The Times» en «The Sunday Times» uit.

In een vraaggesprek met de «Gazet van Antwerpen» (25 juli 1978) betoogde Mevrouw De Backer, minister van Nederlandse Cultuur, dat de persproblematiek «de nagel van haar doodskist is». Zij vindt deze problemen zo veelomvattend, zo belangrijk en ook zo opslorpend dat zij van mening is «dat wij best een STAATSSECRETARIS kunnen gebruiken die zich speciaal met het MEDIABELEID bezighoudt».

(ADVERTENTIE)

# DELGAY

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

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

# uit de tijdschriften

## JOURNALISM QUARTERLY

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

Jg. 55, nr. 1, lente 1978.

Edmund B. LAMBETH, *Perceived Influence of the Press on Energy Policy Making*, 11.  
Kenneth K. HUR and John P. ROBINSON, *The Social Impact of "Roots"*, 19.  
Lewis DONOHEW, Leonard TIPTON and Roger HANEY, *Analyse of Information-Seeking Strategies*, 25.

Trevor BROWN, *Reviewers on Reviewing*, 32.  
Margaret A. BLANCHARD, *The Fifth-Amendment Privilege of Newsman George Burdick*, 39.  
Clark RIVERA, *Ideals, Interests and Civil Liberty: The Colonial Press and Freedom, 1735-76*, 45.

Harold C. SHAVER, *Job Satisfaction and Dissatisfaction Among Journalism Graduates*, 54.

Edward G. WESTON, *Social Characteristics and Recruitment of American Mass Media Directors*, 62.

T. Joseph SCANLON, Rudy LUUKKO and Gerald MORTON, *Media Coverage of Crises: Better than Reported, Worse than Necessary*, 68.

C. Edward WILSON and Douglas M. HOWARD, *Public Perception of Media Accuracy*, 73.

Philip MEYER, *Models for Editorial Decision Making: The Benefits of Semi-Formality*, 77.  
David H. WEAVER and John B. MAURO, *Newspaper Readership Patterns*, 84.

David S. MYERS, *Editorials and Foreign Affairs in the 1976 Presidential Campaign*, 92.  
Lee B. BECKER, Randy BEAM and John RUSSIAL, *Correlates of Daily Newspaper Performance in New England*, 100.

James E. GRUNIG, *Defining Publics in Public Relations: The Case of a Suburban Hospital*, 109.

M. Neff SMART, *A School/Community Newspaper's Effect on Literacy Development in Ghana*, 119.

John N. RIPPEY, *Business and Economic News in Pennsylvania Daily Newspapers*, 130.

Alan M. RUBIN, *Child and Adolescent Television Use and Political Socialization*, 125.

George M. WINFORD, *Newspaper versus "Newspaper": A Statewide Study of the Weekly*, 135.

Harold A. FISHER, *Broadcast Journalists' Perceptions of Appropriate Career Preparation*, 140.

Judith SOBEL and Edwin EMERY, *U.S. Dailies' Competition as Related to Circulation Size: A Newspaper Data Update*, 145.

Leo W. JEFFRES, *Cable TV and Interest Maximization*, 149.

Fred F. ENDRES, *The Pre-Muckraking Days of McClure's Magazine, 1893-1901*, 154.

Matilda BUTLER and William PAISLEY, *Equal Rights Coverage in Magazines, Summer 1976*, 157.

Robert E. BALON, Joseph C. PHILPORT and Charles F. BEADLE, *How Sex and Race Affect Perceptions of Newscasters*, 160.

David L. ALTHEIDE, *RTNDA News Award Judging and Media Culture*, 164.

Davis FOULGER, *A Simplified Flesch Formula*, 167.

Jg. 55, nr. 2, zomer 1978.

Jay G. BLUMLER, *Purposes of Mass Communications Research: A Transatlantic Perspective*, 219.

Robert TRAGER and Harry W. STONECIPHER, *Gag Orders: An Unresolved Dilemma*, 231.

Claude-Jean BERTRAND, *Press Councils Around the World: Unravelling a Definitional Dilemma*, 241.

Stuart J. KAPLAN, *Current Status of Cable Television in the Top-100 Broadcast Markets*, 251.

Raymond E. RAINVILLE, Al Roberts and Andrew Sweet, *Recognition of Covert Racial Prejudice*, 256.

Vernone M. SPARKES, *The Flow of News Between Canada and the United States*, 260.  
Willard B. GATEWOOD, Jr., Edward E. Cooper, *Black Journalist*, 269.

Judee K. BURGOON, *Attributes of the Newscaster's Voice as Predictors of His Credibility*, 276.

Raymond S. H. LEE, *Credibility of Newspaper and TV News*, 282.

Robert E. BALON, *TV Viewing Preferences as Correlates of Adult Dysfunctional Behavior*, 288.

Michael RYAN, *How Educators, Editors View Aspects of J School's Role in Press Criticism*, 295.

Fred FEDLER and Phillip TAYLOR, *Broadcasting's Impact on Selection of News Stories by Readers*, 301.

David HYATT, Kathy RILEY and Noel SEDERSTROM, *Recall of Television Weather Reports*, 306.

Larry POWELL, *Voter Needs and Evaluations of Satire*, 311.

James A. WOLLERT, *Programming Evident Relative of the Issues of the NCCB Decision*, 319.

Ardyth BROADRICK SOHN, *A Longitudinal Analysis of Local Non-Political Agenda-Setting Effects*, 325.

Mark R. LEVY, *Television News Uses: A Cross-National Comparison*, 334.

Lola M. EGAN, *Children's Viewing Patterns for Television News*, 337.

Sam KUCZUN, *Ownership of Newspaper Increasingly Becoming Public*, 342.

Susan CRAY BORMAN, *Communication Accuracy in Magazine Science Reporting*, 345.  
Stuart W. SHOWALTER, *Sampling from the Readers' Guide*, 346.

Keith SHELTON, *Timeliness in the News: Television VS. Newspapers*, 348.

Karen BROWNE, *Comparison of Factual Recall from Film and Print Stimuli*, 350.

Marquita MOSS, *Reporter Turnover on Texas Daily Newspaper*, 354.

Andy KLEIN, *How Telecast's Organization Affects Viewer Retention*, 356.

## COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven door : Department of Journalism,  
University of Michigan.

Vol. 5, nr. 2, april 1978.

Cecilie GAZIANO, *Relationship Between Public Opinion and Supreme Court Decisions: Was Mr. Dooley right?* 131.

Jan-Erik NORDLUND, *Media Interaction*, 150.

Marilyn M. ROSENTHAL, *Riot News: The Press, the Spread of Opinion, and Demographic Self-Interest*, 176.  
Roger JON DESMOND, *Cognitive Development and Television Comprehension*, 202.

John STAUFFER, Richard FROST, William RYBOLT, *Literacy, Illiteracy, and Learning from Television News*, 221.

Vol. 5, nr. 3, juli 1978.

Paul HIRSCH, *The Relevance of Humanistic Models to Communication Research*, 235.

Albert KREILING, *Toward a Cultural Studies Approach for the Sociology of Popular Culture*, 240.

Horace NEWCOMB, *Assessing the Violence Profile Studies of Gerbner and Gross: A Humanistic Critique and Suggestion*, 264.

John G. CAWELTI, *The Concept of Artistic Matrices*, 283.

Eric J. LEED, *Communications Revolutions and the Enactment of Culture*, 305.

Michael SCHUDSON, *The Ideal of Conversation in the Study of Mass Media*, 320.

Rolf MEYERSOHN, *The Sociology of Popular Culture: Looking Backwards and Forwards*, 330.

Peter GOLDING, Graham MURDOCK, *Theories of Communication and Theories of Society*, 339.

James W. CAREY, *Social Theory and Communication Theory*, 357.



## 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. 22, Heft 4, oktober-december 1977.

Elihu KATZ, *Das Verstehen von Nachrichten*, 359.

Hansjörg BESSLER, Bernward FRANK, *Fernsehnachrichten im Spiegel der kontinuierlichen Zuschauerforschung*, 371.

Karsten RENCKSTORF, *Nachrichtensendungen im Fernsehen. Eine empirische Studie zur Wirkung unterschiedlicher Darstellungsformen von Fernsehnachrichten*, 384.

Ingunde FÜHLAU/Heide WOHLERS, *Tages-schauerliches aus Hamburg. Vom Gebrauchswert der Studie des Hans-Bredow-Instituts zu «Nachrichtensendungen im Fernsehen»*, 397.

Lutz HUTH / Wolfgang JÜNGST / Michael KRZEMINSKI / Reinhold SALZMANN, *Nachrichten sehen - Nachrichten verstehen - Nachrichten verwenden. Zu einem neueren Ansatz der Rezeptionsanalyse*, 403.

Michael ABEND, *Ein kleiner Schritt auf einem langen Weg. Was sich ein «Tagesschau»-Redakteur von der Forschung erhofft*, 419.

Anton SCHALLER, *Tagesschau / Téléjournal / Telegiornale. Zur Anwendung von Forschungsergebnissen in der redaktionellen Praxis der Schweizer Fernsehnachrichten*, 437.

Steffen-Peter BALLSTAEDT, *Eine Inhaltsanalyse zum Filmjournalismus bei «heute» und «Tagesschau»*, 443.

Klaus MERTEN, *Nachrichtenrezeption als komplexer Kommunikationsprozeß. Ein Beitrag zur Theorie der Nachricht*, 450.

Ulrich BUNJES, *Zum Rollenselbstverständnis von Fernsehnachrichten-Redakteuren. Empirische Ergebnisse einer Hamburger Studie*, 464.

Hans FRIEDRICH, *Die Tutzingener Seminare für Fernsehnachrichtenredakteure und Kommunikationswissenschaftler. Eine Zwischenbilanz*, 474.

Jg. 23, Heft 1-2, januari-juni 1978.

Ingunde FÜHLAU, *Untersucht die Inhaltsanalyse eigentlich Inhalte? Inhaltsanalyse und Bedeutung*, 7.

Elisabeth NOELLE-NEUMANN, *Unruhe im Meinungsklima. Methodologische Anwendungen der Theorie der Schweigespirale*, 19.

Udo Michael KRÜGER, *Publizistisch bedeutsame Tageszeitungen im Bundestagswahlkampf 1976*, 32.

Walter J. SCHÜTZ, *Zeitungs-dichte und Zeitungswettbewerb in der Bundesrepublik Deutschland 1976*, 58.

Hans-Wolfgang ROTH, *Entwicklung und Problematik der französischen Tagespresse der Nachkriegszeit*, 75.

Michael BROCKERHOFF, *Zur Wirkung der*

*Sendung «Sesamstraße». Ergebnisse einer Elternbefragung*, 87.

Erik RUPP, *Soziologische Aspekte der Einführung rechner- und bildschirm-gestützter Informations- und Kommunikationsgeräte*, 95.

Hans KRONBERGER, *Anatomie einer Anekdote. Egon Erwin Kisch und die Besetzung der «Neuen Freien Presse»*, 99.

Winfried B. LERG, *Hermann Budziszewski (1901-1978). Eine biographische Miscelle zur Exilpublizistik*, 106.

## JOURNAL OF COMMUNICATION

Uitgegeven door : Annenberg School Press en Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania.

Vol. 28, nr. 2, lente 1978

George COMSTOCK, *The Impact of Television on American Institutions*, 12.

*Diversity in Broadcasting : Harold MENDELSON, Social Need or Sacred Cow ? 8A Sociological Perspective*, 30.

Tracy A. WESTEN, *Barriers to Creativity*, 36.

Bruce M. OWEN, *The Economic View of Programming*, 43.

John D. BACKE, *Size and Competition : The Danger of Negative Thinking*, 48.

Barry R. LITMAN, *Is Network Ownership in the Public Interest ?*, 51.

Benno C. SCHMIDT, Jr., *Access to the Broadcast Media : The Legislative Precedents*, 60.

Lee M. MITCHELL, *Government as Broadcaster : Solution or Threat ?*, 69.

Sol HURWITZ, *The Corporate Role*, 73.

James C. EMERY, *An Electronic Marketplace of Ideas*, 77.

Ronald D. BRUNNER and Kan CHEN, *Is Cable the Answer ?*, 81.

Phil JACKLIN, *Representative Diversity*, 85.

*Social Research on Broadcasting : Elihu KATZ, Looking for Trouble*, 90.

Robert T. FILEP, *Grounds for Optimism*, 96.

Herbert J. GANS, *Some Additional Proposals*, 100.

Gaye TUCHMAN, *Professionalism as an Agent of Legitimation*, 106.

James W. CAREY, *The Ambiguity of Policy Research*, 114.

James D. HALLORAN, *Further Development—or Turning the Clock Back ?*, 120.

Elihu KATZ, *Of mutual Interest*, 133.

*Experiments in Interactive Cable TV : Charles N. BROWNSTEIN, Interactive Cable TV and Social Services*, 142.

Red BURNS and Lynne ELTON, *Reading, Pa. : Programming for the Future*, 148.

Eileen CONNELL, *Reading, Pa. : Training Local People*, 153.

Mitchell L. MOSS, *Reading, Pa. : Research on Community Uses*, 160.

William A. LUCAS, *Spartanburg, S.C. : Testing the Effectiveness of Video, Voice, and Data Feedback*, 168.

Thomas F. BALDWIN, Bradley S. GREENBURG, Martin P. BLOCK, and Nicky STOYA-

NOFF, *Rockford, Ill. : Cognitive and Affective Outcomes*, 180.

Peter CLARKE, F. Gerald KLINE, Hazen SCHUMACHER, and Susan EVANS, *Rockford, Ill. : In-Service Training for Teachers*, 195.

Peg KAY, *Policy Issues in Interactive Cable Television*, 202.

Michael PALLENIK, *A twentieth Century Morality Play (a review essay)*, 209.

Vol. 28, nr. 3, zomer 1978.

Albert BANDURA, *Social Learning Theory of Aggression*, 12.

Carlos F. FERNANDEZ-COLLADO and Bradley S. GREENBERG with Felipe KORZENNY and Charles K. ATKIN, *Sexual Intimacy and Drug Use in TV Series*, 30.

Owen ROBBINS, Shannon DEVOE, and Morton WIENER, *Social Patterns of Turn-Taking : Nonverbal Regulators*, 38.

*Western European Broadcasting in Transition : 47.*

Roberto GRANDI, *Western European Broadcasting in Transition*, 48.

Burton PAULU, *United Kingdom : Quality with Control*, 52.

Lord ANNAN, *United Kingdom : Broadcasting and Politics*, 59.

Patrice FLICHY, *France : "Parallel" Radios and Program Revitalization*, 68.

Jean ROCCHI, *France : Decentralization and Dissension*, 73.

Giuseppe RICHERI, *Italy : Public Service and Private Interests*, 75.

Benno SIGNITZER, *Austria : Media Dependence*, 79.

Alex TOOGOOD, *West Germany : Federal Structure, Political Influence*, 83.

Kees BRANTS and Walther KOK, *The Netherlands : An End to Openness ?* 90.

Olof HULTÉN and Ivar IVRE, *Sweden : Small but Foreboding Changes*, 96.

Vincent PORTER, *Television and the Film Industry : Competition or Cooperation in the EEC ?* 106.

Carol M. THURSTON, *Accountability in Broadcasting*, 112.

*Teleconferencing : A Status Report : 119.*

Ann DE VANEY BECKER, *A Survey and Evaluation*, 120.

Edeyn WILLIAMS, *Social and Psychological Factors*, 125.

Mavis K. MONSON, *Designing for the Participants*, 132.

Lorne A. Parker and Marcia A. Baird, *Teaching by Telephone*, 137.

Sandy HAMMOND, *Tele-education at the Open University*, 141.

the Symphonie Experiment Study Group, *A UNESCO Experiment*, 149.

Starr Roxanne Hiltz, *The Computer Conference*, 157.

*Violence on the Screen : 164.*

Richard J. SEBASTIAN, Ross D. PARKE, Leonard BERKOWITZ, and Stephen G. WEST, *Film Violence and Verbal Aggression : A Naturalistic Study*, 164.

Mallory Wober, *Who Views Violence in Britain ?* 172.

George GERBNER, Larry GROSS, Marilyn JACKSON-BEECK, Suzanne JEFFRIES-FOX, and Nancy SIGNORIELLI, *Cultural Indicators : Violence Profile No. 9*, 176.

Richard CHALFEN, *Which Way Media Anthropology ? a book review essay*, 208.

---

## COMMUNICATIONS

Internationale Zeitschrift für Kommunikationsforschung.

Uitgegeven door : Deutsche Gesellschaft für Kommunikationsforschung en Internationale Vereinigung für Kommunikationswissenschaft, Sankt Augustin, (West-Duitsland).

---

Jg. 3, nr. 3, 1977.

Francesco CAVALLI - SFORZA, Agnese DONATI et Huw EVANS, *Réseaux indépendants de télévision en Italie. De la transmission par câble à la transmission par ondes*, 277

A. RICHARD et J. WESTON, *Théâtre et communication de masse : L'exemple du concert party au TOGO*, 289

Jan KOSCO, *Der Platz des Fernsehens im System der Massenkommunikationsmittel*, 304

Kurt BLAUKOPF, *Senderfärbung und kulturelle Entwicklung*, 315

Karl Erik ROSENGREN, Swen WINDAHL, *Mass media use : Causes and Effects*, 336

Eugene C. WEINER and Agnes G. MEINHARD, *The Theatre as a Strategic Research Site : An Untapped Potential*, 353

D. AURORA, *Communication for Rural Development*, 375

---

## QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

Uitgegeven door : Speech Communication Association, Department of Communication Arts, University of Wisconsin-Madison

---

Vol. 64, nr. 1, februari 1978.

W. Lance BENNETT, *Storytelling in Criminal Trials : A Model of Social Judgment*, 1.

Richard E. CRABLE, *Ethical Codes, Accountability, and Argumentation*, 23.

Roderick P. HART, *An Unquiet Desperation : Rhetorical Aspects of "Popular" Atheism in the United States*, 33.

Michael L. HECHT, *Toward a Conceptualization of Communication Satisfaction*, 47.

David S. KAUFER, *The Influence of Plato's Developing Psychology on His Views of Rhetoric*, 63.

Frank J. D'ANGELO, *An Ontological Basis for a Modern Theory of the Composing Process*, 79.

Ricki MORGAN, *The Multiple Nature of Reality in Pinter's The Caretaker*, 86.

---

Vol. 64, nr. 2, april 1978.

William R. BROWN, *Ideology as Communication Process*, 123.

Michael C. McGEE, *"Not Men, but Measures" : The Origins and import of an Ideological Principle*, 141.

Bruce E. GRONBECK, *The Rhetoric of Political Corruption : Sociolinguistic, Dialectical, and Ceremonial Processes*, 155.

Martha SOLOMON, *Jimmy Carter and Playboy : A Sociolinguistic Perspective on Style*, 173.

John STEWART, *Foundations of Dialogic Communication*, 183.

Brent D. RUBEN, *Communication and Conflict : A System-Theoretic Perspective*, 202.

---

## MASSACOMMUNICATIE

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

---

Jg. 6, nr. 2, april 1978.

Karl-Erik ROSENGREN, *Vertekening in het nieuws : methoden en begrippen*, 37-47.

J. GREVEN, *Korte geschiedschrijving van de kerkelijke omroep in Nederland*, 48-56.

Andries M. OVERSTE, *T.V. als middel tot behoeftenbevrediging*, 57-69.

---

Jg. 6, nr. 3, augustus 1978.

Eldert WILLEMS en Hans PRINS, *Literaire recensies in landelijke dagbladen*, 77-90.

Kees VAN WOERKUM, *Hoe te bezinnen voor men gaat beginnen. De voorbereidingsfase in het werkproces bij massacommunicatie*, 91-105.

---

## PRESSE ACTUALITE

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

---

Nr. 128, mei 1978

Yves L'HER, *L'évolution de la diffusion des quotidiens français*, 9-17.

René PUCHEU, *Les media en campagne électorale*, 18-23.

Henri MENUDIER, *Les élections françaises vues par la presse allemande*, 24-33.

Emmanuel GABEY, *Entretien avec Georges Montaron*, 34-37.

Christian HERMELIN, *Les journaux de mon grenier : mai 1968*, 38-43.

Annie CIPRA en Christian HERMELIN, *Apprendre à lire le journal : compter, mesurer, comparer*, 44-51.

Michel KWIATKOWSKI, *L'informatique à l'Agence France-Presse*, 52-57.

Philippe LAUBREAUX, *Expliquez-vous, Yvan Levai*, 58-62.

---

Nr. 129, juni-juli-augustus 1978.

Olivier JAY, *Entretien avec Alfred Grosser*, 8-13.

René PUCHEU, *Voyage en Ballonie*, 14-21.

Bernard CHEVALIER, *Rencontre avec Edouard Seidler ("L'Equipe")*, 22-27.

Antoine SFEIR, *La presse arabe à Paris*, 28-30.

Dominique GERBAUD, *Entretien avec Nabil Mograbi*, 31-33.

Jacques MOUSSEAU, *"Psychologie" fête son n° 100*, 34-37.

Pierre CHATIGNOUX, *Les correspondants étrangers à Paris*, 38-43.

Anne GAYET, *Le Centre d'Etudes d'Opinion*, 44-45.

Jean-Claude SERGEANT, *Regards sur la BBC*, 46-52.

Jean-Claude TEXIER, *M. Bouzinac, PDG de L'AFP*, 53.

Annie CIPRA en Christian HERMELIN, *Apprendre à lire le journal : les titres*, 54-62.

---

## DE PERS - LA PRESSE

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

---

Jg. 24, nr. 4 (96), december 1977.

L. MEERTS, *In memoriam Prof. Dr. Th. Luyckx*, 1-2.

X., *50 jaar "Grenz-Echo" te Eupen*, 3-4.

X., *Van Gelder Papier*, 5-10.

X., *La presse en Sri Lanka*, 14-22.

X., *Le journal quotidienne d'aujourd'hui et de demain*, 24-26.

---

Jg. 25, nr. 1 (97), mei 1978.

Henri DE KIMPE, *Wij starten onze 25ste jaargang*, 1-3.

E. CAVINET, *Het "Courantenpapier"*, 16-21.

D. DE WOUTERS, *Pour la presse 25 années de progression en publicité*, 22-24.

X., *Jaaroverzicht, statistieken en persprijzen*, 25-26.

X., *Persorganisaties, pers- en publiciteitsonderwijs*, 57-96.

X., *Dagbladen*, 97-210.

X., *Weekbladen*, 211-286.

X., *Erkende beroepsjournalisten, buitenlandse correspondenten, persattachés*, 287-330.

X., *Publiciteit, allerlei organisaties*, 331-350.

---

Jg. 25, nr. 2 (98), juli 1978.

X., *Het industriehout in België*, 1-3.

X., *Le musée de l'imprimerie*, 4-5.

X., *De teleurgang van Volksgazet*, 6-7.

X., *"Plume d'or de la liberté 1978 : Percy Qo-boza en Donald Woods*, 19.

X., *Du nouveau au sujet des "nouveaux media"*, 26-27.

X., *Accord sur l'introduction de "nouvelles techniques"* (République fédérale d'Allemagne), 28-30.

X., *Le gouvernement en tant qu'annonceur*, 32-33.

---



## GAZETTE

International Journal for mass communication studies.

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

Vol. XXIV, nr. 2, 1978.

Sunwood NAM, *Newspapers under tribulation: The present-day Korean Press*, 109  
Sydney W. HEAD and John KUGBLENU, *GBC-1: A survival of wired radio in tropical Africa*, 121.  
Hans Frederik DAHL, *The art of writing broadcasting history*, 130.  
Josef HACKFORTH, *Mass media and their effects: Omnipotence or impotence?* 138.

Vol. XXIV, nr. 3, 1978.

P.G. HOLMLÖV, *Struggles over garbage. A qualitative approach to the study of news reporting on municipal government*, 161.  
David E. PAYNE, *U.S. TV in Iceland: A synthesis of studies*, 173.  
Olfat HASSAN AGHA, *The role of mass communication in interstate conflict: The Arab-Israeli war of October 6, 1973*, 181.  
Sylvanus A. EKWELIEH, *Genesis of press control in Ghana*, 196.  
Frans BERGSMA, *News values in foreign affairs on Dutch television*, 207

## JOURNAL OF BROADCASTING

Uitgegeven door: Broadcast Education Association, School of Journalism, University of Georgia, Athens (U.S.A.)

Jg. 22, nr. 2, lente 1978.

### Cable Television

Thomas F. BALDWIN, Michael O. WIRTH, and Jayne ZENATY, *The Economics of Per-Program Pay Cable Television*, 143.  
Stuart J. KAPLAN, *The Impact of Cable Television Services on the Use of Competing Media*, 155.  
Leo JEFFRES, *Cable TV and Viewer Selectivity*, 167.  
*International Broadcasting*  
Konrad M. KRESSLEY, *EUROVISION: Distributing Costs and Benefits in an International Broadcasting Union*, 179.  
John LENT, *Mass Media in Latin America*, 195.

Mary A. GARDNER, *Central and South America Mass Communication: Selected Information Sources*, 196.

Daniel APPELMAN, *The Mass Media of Latin America: Selected Information Sources*, 217.

### Other Research

Roger D. WIMMER and Richard B. HAYNES, *Statistical Analyses in the Journal of Broadcasting*, 241.  
Louis A. DAY, *A Copyright Dilemma: The TV Format*, 249.

Jg. 22, nr. 3, zomer 1978.

### "Roots"

John HOWARD, George ROTHBART, and Lee SLOAN, *The Response to "Roots": A National Survey*, 279.

K. KYOON HUR, *Impact of "Roots" on Black and White Teenagers*, 289.

Robert E. BALON, *The Impact of "Roots" on a Racially Heterogeneous Southern Community*, 299.

Stuart H. SURLIN, *"Roots" Research: A summary of Findings*, 309.

*Other Research*  
David Paul NORD, *The FCC, Educational Broadcasting, and Political Interest Group Activity*, 321.

Mark R. LEVY, *The Audience for Television News Interview Programs*, 339.

James A. WOLLERT, *The Public Interest Doctrine and Terrestrial Satellite Television Stations*, 349.

Stephen A. RADA, *Ramah Navajo Radio and Cultural Preservation*, 361.

Jonathan GUTMAN and David McCO-NAUGHY, *Ambivalence and Indifference in Preference for Television Programs*, 373.

## RUNDFUNK UND FERNSEHEN

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

Jg. 26, nr. 1, 1978.

Hans BAUSCH, *Rundfunkfreiheit für Jedermann? Alternativen einer künftigen Medienpolitik*, 3.

Hansjörg BESSLER, *Entwicklungsphasen in Angebot und Nachfrage nach Fernsehprogrammen*, 12.

Dietrich SCHWARZKOPF, *Chancen des gegenwärtigen Rundfunksystems in der Bundesrepublik*, 20.

Gert BÖRNSEN, *Rundfunk im Elfenbeinturm. Anmerkungen zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus der Sicht eines Landesparlamentarier*, 24.

Henning DUNCKELMANN, *Planung und Bewertung der Kabelkommunikation. Methodische Ansätze zu ihrer Erprobung*, 31.

Karsten Renckstorf, *Ausländische Arbeitnehmer und Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Anmerkungen zur UNESCO-Studie aus sozialwissenschaftlicher Perspektive*, 50.

Jg. 26, nr. 2, 1978.

Wolfgang HOFFMANN-RIEM, *Programmgrundsätze - Programmverantwortung - Programmkontrolle*, 111.

Karl-Heinz LADEUR, *Rundfunkverfassung und Pluralismus*, 141.

Jan EHRHARDT, *Verletzung des Neutralitätsgebots durch inhaltlich neutrale Sendungen?* 164.

Ulrich SAXER, Heinz BONFADELLI, Walter HÄTTENSCHWILLER, *Die Massenmedien im Leben der Schüler*, 179.

## ETUDES DE RADIO-TELEVISION

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

Nr. 25

### LA FICTION

Martin ESSLIN, *Les dramatiques radiophoniques en Grande-Bretagne*, 1.

Uwe ROSENBAUM, *La pièce radiophonique en République Fédérale Allemande*, 9.

Roger SIMONS, *Le micro-caméra*, 19.

Jacqueline THOVERON-GLANSDORFF, *Les débuts du théâtre radiophonique*, 31.

Shaun SUTTON, *La dramatique télévisée: le point de vue de la B.B.C.*, 41.

Jacques BOIGELOT, *Voilà pourquoi votre "grille" est muette ou constations et banalités à propos des feuilletons et de la télévision belge*, 51.

Etienne SAMSON, *Les dramatiques à la télévision belge*, 67.

Guy MILLIARD, *Récits documentaires et fictions documentées à la télévision*, 73.

Jean-Jacques PÉCHÉ, *Télévision et fiction*, 87.

Pierre MANUEL, *Réalité et fiction*, 93.

Dieter STOLTE, *Le malentendu fondamental*, 101.

François BILLETDOUX, *Aperçus*, 107.

Claude GEERTS, *Le public des émissions de fiction*, 121.

Michel SOUCHON, *La place de la fiction dans la télévision française*, 135.

Genevieve HERMAN et Jacques-Philippe LEYENS, *Le succès des films accompagnés de réserves*, 145.

Gabriel THOVERON, *Théâtre-Théâtre et Théâtre-Télé*, 163.

T.V. et élections - congrès organisé par le secrétariat du Prix Italia, 179.

## SCREEN EDUCATION

Uitgegeven door: Society for Education in Film and Television, London.

Nr. 26, lente 1978.

James DONALD, *Examinations and Strategies*, 3.

Tony STEVENS, *Reading the Realist Film*, 13.

Alan FOUNTAIN, *Regional Film Culture: Problems and Approaches*, 35.

Dave DAVIES, *West Germany and Berufsverbot: The Balance of Repression*, 48.

Graham MURDOCK, *Understanding Television Drama Production*, 59.

Edward BUSCOMBE, *The Workings of British Television*, 68.

Rosalind DELMAR, *Gays and Film: Le Gai Se Voir*, 73.

Mark NASH, *Catalogue of British Film Institute Productions 1951-1976*, 77.

Nr. 27, zomer 1978.

Jim GREALY, *The Politics of Education: A Response to the STA Conference*, 3.  
Jill FORBES, *La Leçon des Choses: French Cinema in Education*, 8.  
Chris RODRIGUES, *Independent Film-making as Educational Process*, 15.  
Kevin ROCKETT, *Constructing a Film Culture: Ireland*, 23.  
Antony EASTHOPE, *Teaching About Television Interviews*, 38.  
Bob FERGUSON, *'Sesame Street': Ideology for the Under 5's*, 52.  
Armand MATTELART and Daniel WAKSMAN, *'Plaza Sesamo'*, 56.  
Keith TRIBE, *Tellyology*, 63.  
Philip SIMPSON, *What is Television History?* 68.  
Cary WHANNEL, *The Corporate Control of Broadcast News*, 78.  
Gill DAVIES, *Review: Drever and Film Theory*, 82.  
Logie BARROW, *Reviewing, Reviewing*, 84.

## AUDIO-VISUAL COMMUNICATION REVIEW

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

Vol. 25, nr. 4, winter 1977.

Gerald M. TORKELSON, *AVCR—One Quarter Century: Evolution of Theory and Research*, 317  
Michael MACDONALD-ROSS, *How Numbers Are Shown: A Review of Research on the Presentation of Quantitative Data in Texts*, 359  
David W. CHAPMAN, Robert HOLLOWAY, and Edward KELLY, *Using Ratings by Students To Predict High and Low Achievers in a PSI Course: A Discriminant Analysis*, 411  
Roger KAUFMAN, *The Prince and the Faceless, Nameless Child*, 423

Vol. 26, nr. 1, lente 1978.

An Analysis of Research Needs in Educational Communication and Technology—Part 1

Kenneth NORBERG, *Perception Theory: Does it Make Any Difference?* 5  
Frank W. WICKER, *Our Picture of Mental Imagery: Prospects for Research and Development*, 15  
W. HOWARD LEVIE, *A Prospectus for Instructional Research on Visual Literacy*, 25  
Gavriel SALOMON, *On the Future of Media Research: No More Full Acceleration in Neutral Gear*, 37  
Harold E. HILL, *Communication Research and Instructional Technology*, 47  
Mary SCELFFORD, *Television for Learning: Future Research Opportunities*, 55

Robert W. WAGNER, *Film Research: The Need for a New Breed*, 65  
Keith A. HALL, *Computer-Based Education: Research, Theory, and Development*, 79

## CRITICAL INQUIRY

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

Vol. 4, nr. 2, winter 1977.

Artists on art  
Kenneth BURKE, *Post-Poesque Derivation of a Terministic Cluster*, 215  
Jean RICARDOU, *Birth of a Fiction*, 221  
Joseph FRANK, *Spatial Form: An Answer to Critics*, 231  
Eric S. RABKIN, *Spatial Form and Plot*, 253  
William HOLTZ, *Spatial Form in Modern Literature: A Reconsideration*, 271  
Marcel FRANCISCONO, *History, Textbooks, and Art: Reflections on a Half Century of Helen Gardner's Art through the Ages*, 285  
Albert William LEVI, *Culture: A Guess at the Riddle*, 299  
Walter BLAIR, *Americanized Comic Brag-garts*, 331  
Tzvetan TODOROV, *The Verbal Age*, 351  
Elder OLSON, *A Conspectus of Poetry, Part II*, 373  
Critical response  
I. Wallace MARTIN, *Literary Critics and Their Discontents: A Response to Geoffrey Hartman*, 397  
II. Geoffrey HARTMAN, *The Recognition Scene of Criticism*, 407

Vol. 4, nr. 3, lente 1978.

Erich HELLER, *The Dismantling of a Mari-onette Theater; or, Psychology and the Mis-interpretation of Literature*, 417  
Heinz KOHUT, *Psychoanalysis and the In-terpretation of Literature: A Correspond-ence with Erich Heller*, 433  
Norman N. HOLLAND, *Human Identity*, 451  
Arthur F. MAROTTI, *Countertransference, the Communication Process, and the Dimen-sions of Psychoanalytic Criticism*, 471  
Peter SZONDI, *Hope in the Past: On Walter Benjamin*, 491  
Fredric R. JAMESON, *The Symbolic Infe-rence; or, Kenneth Burke and Ideological Analysis*, 507  
Cesare SEGRE, *Culture and Modeling Sys-tems*, 525  
Tom SAMET, *The Modulated Vision: Lionel Trilling's "Larger Naturalism"*, 539  
Artists on art  
Joyce Carol Oates, *Lawrence's Götterdäm-merung: The Tragic Vision of Women in Love*, 559  
Critical response  
I. Frank KERMODE, *A Reply to Joseph Frank*, 579

II. James E. Ford, *On Thinking about Aris-totle's "Thought"*, 589  
III. Leon ROSENSTEIN, *Rethinking Aristotle's "Thought": A Response to James E. Ford*, 597

## MEDIEN UND ERZIEHUNG

Vierteljahresschrift für audiovisuelle Kom-munikation.  
Uitgegeven door: Arbeitszentrum Jugend Film Fernsehen e.v.  
Walterstrasse 23, 8000 München 2.

Jg. 22, Heft 1, 1978.

Fernsehen für Jugendliche  
Tyna KLÖPPER, Erich MOHN, Bernd SCHORB, *Jugendliche und Jugendsendun-gen. Eine Untersuchung*, 3  
Rupert NEUDECK, *"Direkt" — Geschichte eines Fernsehprogramms für Jugendliche*, 17  
Wolfgang LÖRCHER, *Jugendliche als Zielgruppe. Jugendmagazine: Programme von und für Jugendliche*, 25  
Hans-Dieter KÜBLER, *Problemfall: Jugend und Fernsehen. Ein Literaturbericht*, 32  
Science Fiction  
Klaus KELLER, *Utopie und Science Fiction. Materialien zur Bewältigung eines neuer-lichen Booms*, 37  
Wolfram KNORR, *Krieg der Sterne*, 46  
Wolfgang J. FUCHS, *Mondbasis Alpha 1*, 49  
Klaus W. VOWE, *Unheimliche Begegnung der dritten Art*, 52  
Science Fiction-Filme im Fernsehen, 57  
Diskussion  
Jörg LÖSEL, *Der Kontext Film — Politik im chinesischen Film. Replik auf H. Martins Ar-tikel in Heft 3/1977*, 59

Jg. 22, Heft 2, 1978.

Medienpädagogik und Kino  
Tyna KLÖPPER, Erich MOHN, Hans PFIT-ZINGER, Erwin SCHAAR, Moni SCHOPP und Bernd SCHORB, *Eine Diskussion über Filme, Wahrnehmung, Beurteilungskriterien, Ver-mittlungsansprüche, anlässlich der Berlinale 1978. Teilnehmer*, 83  
Filminformationen zur Diskussion, 103  
Filmbesprechungen:  
Theda MUFFLER-KLUTH, *Die allseitig redu-zierte Persönlichkeit — Redupers*, 106  
Erich MOHN, *Moritz, lieber Moritz*, 110  
Ulrich KUROWSKI, *Rheingold*, 114  
Beate SEEBLEN-HURLER, *"Kino für Leute ab sechs"*. *Kinderfilme bei der Berlinale*, 117  
Diskussion  
Wolfgang GAST, Uschi FETT, Sabine HEYMANN, Herbert HELLWIG, *Schwierig-keiten der Medienforschung mit ihrem Ge-genstand: zum Beispiel TV-Jugendsendun-gen. Erwiderung auf die Untersuchung des Instituts, vorgestellt in März 1/1978*  
Williy KOGEL, *Randbemerkungen zur Me-dienpädagogik von gestern und heute. Kommentar zum Aufsatz von Hans-Dieter Kübler in merz 2/1977*



## FILM EN TELEVISIE

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

Nr. 254-255, juli-augustus 1978.

Jean-Paul WAUTERS, *Cannes 78 : de vrouw centraal*, 4-10  
Ronnie PEDE, *Cannes : de andere zijde*, 11-13  
Ronnie PEDE, *Oberhausen 78, kortfilmvestival voor de Derde Wereld*, 14-17  
Gaston WEEMAES, *De terugkeer van de Vlaamse volksfilm*, 40-41

Nr. 256, september 1978.

Ronnie PEDE, *The Last Waltz*, 4-5  
Ronnie PEDE, *Paul Mazursky & An Unmarried Woman*, 6-8  
Ronnie PEDE, *I nuovi mostri*, 9-10  
Patrick DUYNLAEGHER, *Beroep scenario-schrijver : Age & Scarpelli*, 10-13  
Michel APERS, *Violette Nozière*, 14-15

Nr. 257, oktober 1978.

Luk BOONE, *Internationale berichtgeving : één richting ?* 6-7  
Ronnie PEDE, Jean-Pierre WAUTERS en Dirk MICHIELS, *Film en Derde Wereld*, 8-25  
Marc HOLTHOF en Jean-Pierre WAUTERS, *F.I.S.T.*, 28-30  
Ronnie PEDE, *Midnight Express*, 32-33  
Maria ROSSEELS, *Und die Bibel hat doch recht*, 34-35  
Ronnie PEDE, *Pete's Dragon*, 36-37

## FILM QUARTERLY

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

Vol. XXXI, nr. 3, lente 1978.

Dan YAKIR, *Ciné-transe : The Vision of Jean Rouch*, 2  
Don WILLIS, *A Singing Blackbird, and Georgian Cinema*, 11  
Bill NICHOLS, *Fred Wiseman's Documentaries : Theory and Structure*, 15  
William MORITZ, *Beyond "Abstract" Criticism*, 29

Vol XXXI, nr. 4, zomer 1978.

Dan YAKIR, *Louis Malle : From The Lovers to Pretty Baby*, 2  
Brian HENDERSON, *Romantic Comedy Today : Semi-Tough or Impossible ?* 11  
William R. and Joan MAGRETTA, *Bertrand Tavernier : The Constraints of Convention*, 23  
Stefan FLEISCHER, *Dying to Be on Television*, 30  
William MORITZ and Beverly O'NEILL, *Fall-out : Some Notes on the Films of Bruce Conner*, 36  
Randal JOHNSON, *Brazilian Cinema Today*, 42

## CAHIERS DU CINEMA

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

Nr. 288, mei 1978

Jean-Louis COMOLLI en François GERE, *La fiction historique : deux fictions de la haine (2)*, 5-15  
Alain BERGALA, Jean-Jacques HENRY en Serge TOUBIANA, *Les machines du cinéma : le maillon central*, 16-21  
Jean-Claude BIETTE en Fabrice ZIOLKOWSKI, *Tod Browning et "Freaks"*, 22-30  
Jean-Claude BIETTE en Serge TOUBIANA, *Le cinéma dans la télévision*, 31-39  
Pascal KANE, *Minorités impudiques : sur quelques films de Comencini*, 48-51  
Caroline CHAMPETIER, *"Les Rendez-vous d'Anna" - Chantal Akerman*, 52-61

Nr. 289, juni 1978.

François ALBERA, *S.M. Eisenstein/W. Reich : correspondance (S)*, 4-11  
Jean-Paul FARGIER en Serge DANEY, *Johan Van der Keuken*, 13-26  
Danièle DUBROUX, Jean-Jacques HENRY en Serge LE PERON, *Rencontres avec des techniciens (III) : Entretien avec Bruno Nuytten, directeur de la photographie*, 27-39  
Yann LARDEAU en Louis MARCORELLES, *John Cassavetes*, 40-48  
Yann LARDEAU, *Cinéma et pornographie - Le sexe froid*, 49-63

Nr. 290-291, juli-augustus 1978.

Michelangelo ANTONIONI, *L'horizon des événements*, 4-11  
Jean-Paul FARGIER, Bernard BOLAND, e.a. *Cannes 78*, 12-31  
Jean-Claude BIETTE en Jean NARBONI, *Le cinéma phénixo-logique d'Adolfo G. Arrieta*, 52-61  
Serge DANEY en Jean-Paul FARGIER, *Johan Van der Keuken*, 62-72  
Jean-Louis GOMOLLI en Serge DANEY, *Cinéma Syriou*, 73-89  
Jean-Louis GOMOLLI en François GERE, *La fiction historique : deux fictions de la haine (3)*, 90-98

nr. 292, september 1978.

Serge DANEY, Yann LARDEAU e.a. *Hitler un film d'Allemagne - Hans-Jürgen Syberberg*, 4-27  
Serge TOUBIANA, *Rencontres avec des producteurs : Jean-Pierre Rassam*, 29-37  
Serge DANEY, Jean HATZFELD e.a., *Le sport dans la télévision*, 38-43  
Serge DANEY, Bernard BOLAND en Jean NARBONI, *L'Empire de la Passion-Oshima Nagisa*, 44-51  
Claude BAIBLE, *Pour une nouvelle approche de l'enseignement de la technique de cinéma : Programmation de l'écoute (1)*, 52-59  
Jean-Pierre OUDART, *La passion de Jeanne-d'Arc - Une peur active*, 60-62

## Adverteren in dit nummer

Het Belang van Limburg	7
Philips	11
Massacommunicatie	13
Standaard Boekhandel	16
Delgay	29
Inelco	41
Luvox	42

# uit de literatuur

## MASSACOMMUNICATIE ALGEMEEN

Hanno BETH & Harry PROSS  
**Einführung in die Kommunikationswissenschaft,**  
Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart, 1976, 127 blz.

Wanneer in een eerste deel gewezen wordt op het feit dat de communicatieonderzoekers met hun resultaten vaak op publieke minachting stoten omdat hun theoriegedreun zover verwijderd is van de werkelijkheid, moet men na het lezen van dit boek concluderen dat de hele uiteenzetting eveneens ver verwijderd blijft van een «inleiding tot de communicatiewetenschap» zoals in de titel naar voren wordt gebracht. Harry Pross blijft zich vastankeren aan een oeverloze uiteenzetting en verdediging van zijn communicatietheorie tegenover de informatiestellingen van Franz Dröge. De laatste bijdrage, waarin dieper ingegaan wordt op de diverse aspecten van het communicatieproces, kan als een voor niet-ingewijden interessante inleiding beschouwd worden.

K.H.

Helga REIMANN & Horst REIMANN (Hrsg)  
**Information,**  
Wilhelm-Goldmann-Verlag, München, 1977, 256 blz.

Het functioneren van de democratie is in sterke mate afhankelijk van de informatiemogelijkheden van de burgers en van de controle over de informatiemiddelen en het informatieproces.

Wetenschapslui van diverse disciplines (mediadeskundigen, PR-beoefenaars, sociologen, politologen en juristen) behandelen de basisproblemen van het maatschappelijk informatie- en communicatiesysteem in zijn culturele, politieke, sociale, economische en juridische aspecten.

K.H.

R.C. KWANT,  
**Gedrang rondom het podium. Problemen van het publiciteitsveld,**  
Wetenschappelijke Uitgeverij, Amsterdam, 1975, 190 blz.

De ondertitel van dit werk is misleidend. Op het eerste gezicht denk je dat je met een werk over de reclame te doen hebt. De auteur vat het begrip 'publiciteit' echter ruimer op. Hij verstaat onder 'publiciteit' «de in materie vastgelegde menselijke expressie die in beginsel voor iedereen toegankelijk is»; het publiciteitsveld zijn dan de massamedia. Aangezien de massamedia dynamische entiteiten zijn die door mensen geconstitueerd worden, maakt hij een onderscheid tussen 'Publishers' (mensen die investeren en or-

ganiserend er voor zorgen dat kranten, tijdschriften en boeken verschijnen, dat er radio- en TV-stations zijn, e.d.), de 'publiciteitsstof' (in de communicatiewetenschappen beter bekend als de 'boodschap'), de 'publicisten' (of de auteurs, journalisten ... zenders) en het 'publiek' of de ontvangers. Deze geleidingen hebben specifieke rollen en problemen, en dus ook een verschillende impact op het geheel. Al deze aspecten worden op filosofische wijze behandeld. Hierbij maakt de auteur gebruik van de theorieën van Marx, McLuhan en De Tocqueville. Het boek bevat tevens een appendix met gegevens over de verschillende massamedia, vnl. m.b.t. Nederland.

J.S.

Ron KAAL,  
**Hiéroglyfen,**  
Uitgeverij De Harmonie, Amsterdam, 1977, 223 blz., geïll.

Een reeks grappige en vlotgeschreven artikels over verschillende soorten beeldmateriaal: over beeldende kunst, films, foto's, cartoons, strips en reclame. Centraal staan de twee belangrijkste bijdragen van Amerika «aan de cultuur van deze eeuw», de film en de strip.

De stukjes werden tussen 1971 en 1976 geschreven en verschenen reeds in tijdschriften als Vrij Nederland, de Haagse Post, Elseviers Magazine en De Revisor.

Kaal schrijft op een onderhoudende wijze soms frappante dingen. Zijn analyse blijft echter te vaak in stijl- en vormelijke aspecten steken. Hij schijnt niet door te hebben dat er achter deze 'schijnwereld' ook een realiteit schuilgaat die dringend aan ontmaskering toe is.

J.S.

## SEKSEROLLEN IN MEDIA

Leslie J. FRIEDMAN,  
**Sex Role Stereotyping in the Mass Media. An Annotated Bibliography,**  
Garland Publishing, New York/London, 1977, 324 blz.

Een geannoteerde lijst van boeken, artikels verschenen in de pers, in feministische publicaties en in wetenschappelijke tijdschriften, speeches, en ander materiaal handelend over de problematiek rond sekserollen in de massamedia. Studenten vormen de primaire doelgroep van dit werk. Maar ook voor wetenschappers en media professionals is deze schat aan waardevolle informatiebronnen niet te versmaden. De annotaties zijn beperkt tot Engelstalige bronnen, voornamelijk Amerikaanse, die overigens het merendeel uitmaken van de literatuur thans beschikbaar op dit domein.

M.C.

## TELEVISIE

Günther H. RUDDIES,  
**Aktiv Fernsehen. Das TV-Übungsbuch zum Mitdenken-Mitschreiben-Mitmachen,**  
Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1976, 141 blz., geïll.

De auteur vertrekt van de (realistische) vaststelling dat de TV niet meer uit ons cultuurpatroon is weg te denken, en dat we er moeten mee leren leven. Zonder belerend of opdringerig over te komen, ontwikkelt hij een aantal praktische richtlijnen die de kijker tot een meer actieve TV-consumptie kunnen aanzetten. Het is er de auteur dus alleen om te doen de kijker meer kijkbewust te maken en de aangeboden informatie en ontspanning met een kritische bril te benaderen.

J.S.

## BOEK - GRAFIEK

D. VAN DER STOEP(red.),  
**Het lam voor de glazen. Opstellen over een eeuw boekbedrijf 1877-1977,**  
Amboboeken, Baarn 1977, 221 blz.

Ter gelegenheid van het honderdjarig bestaan van het literair gezelschap 'De Langste Dag', bevat deze bundel een aantal opstellen over de geschiedenis van het Nederlandse boekenvak. Wij onthouden vooral de bijdrage van Kees Fens over de (toekomstige) waarde van het boek en de relatie tussen auteur en uitgever, het artikel van Dick Dooijes over de artistieke en technische gang van zaken bij de produktie van het boek, en het opstel van Jo van Rosmalen over de economische evolutie binnen boekhandel en uitgeverij.

J.S.

Ronald E. BARKER en Robert ESCARPIT,  
**La faim de lire,**  
UNESCO, Paris, 1973, 169 blz.

Zich basierend op het in 1972 door de UNESCO opgestelde 'Handvest van het boek' pogen de auteurs de verschillende elementen van de mondiale produktie, distributie en consumptie van boeken te duiden. Het boek bevat een schat aan statistische informatie en weet 'het boek' in samenhang met andere media in een realistische maatschappelijke context te plaatsen. Een apart hoofdstuk is ingeruimd voor het auteursrecht, een gewoonlijk grovelijk ondergewaardeerd aspect van het boekenvak.

J.S.



Georg Kurt SCHAUER,  
**Die Einteilung der Druckschriften**,  
Heinz Moos Verlag, München, 1975, 180 blz.

Jörg Michael MATTHAEI,  
**Grundfragen des Grafik-Design**,  
Heinz Moos Verlag, München, 1975, 161 blz.

Matthaei gebruikt de klassieke terminologie van het communicatie-model om grafische design zowel principieel als praktisch te duiden. Naast een hoofdstuk over opleiding en beroepsmogelijkheden als grafisch designer, worden ook theoretische en praktische beschouwingen ontwikkeld. Het boek is van talrijke illustraties voorzien. Schauer beschrijft het probleem van een typologie en classificatie van de vele tientallen lettertypes die doorheen de geschiedenis door drukkers ontworpen werden. Talrijke voorbeelden staan erin afgedrukt. Beide werken zijn fraai uitgegeven.

D.L.

## FILM

Hans Günther PFLAUM (Hrsg)  
**Jahrbuch Film 77/78-Berichte/Kritiken/Daten**,  
Hanser Verlag, München, 1977, 222 blz.

Het eerste nummer van dit jaarlijks periodicum is een aaneenrijgen van artikelen over het actuele (Duitse) filmgebeuren in zijn diverse aspecten. Filmethetische essays (nieuwe trends in de documentaire film, de auteurfilm, het voortleven van de bestaande mythes en ideologieën in de Amerikaanse film) worden afgewisseld met kritische reflecties over gevestigde filmwaarden (Bresson, Fritz Lang, John Wayne) en met meer economisch gerichte bijdragen (filmsubsidiebeleid, vervlechting film-TV). De uitgever is duidelijk in zijn opzet geslaagd zoveel mogelijk bijdragen over zoveel mogelijk cinematografische thema's en onderwerpen in dit compendium samen te brengen. Hierdoor blijft het geheel verankerd zitten in een weinig diepgaande oppervlakkigheid waardoor de waarde van het werk enigszins verminderd wordt.

K.H.

Curt RIESS  
**Das gab's nur einmal. Die grosse Zeit des deutschen Films-Band I**,  
MTV-Molden-Taschenbuch-Verlag, Wien/  
München, 1977, 284 blz., geïll.

In een vlotzende romanstijl brengt de auteur een zoveelste ode aan de glorieuse Duitse film van de jaren twintig, waarbij het oeuvre van Fritz Lang, Pola Negri, Emil Jannings en Ernst Lubitsch grenzeloos verheerlijkt wordt.

K.H.

Ulrich GREGOR,  
**Geschichte des Films ab 1960**,  
C. Bertelsmann Verlag, München, 1978, 576 blz., geïll.

In 1962 brengen Gregor en Patalas hun filmhistorisch standaardwerk «Geschichte des

Films» op de markt. Het nieuwe filmboek van Gregor kan beschouwd worden als een voortzetting van de vernoemde publikatie, waarbij ditmaal de «nouvelle vague»-beweging in Frankrijk als beginperiode gehanteerd wordt.

In het begin van de zestigerjaren valt er in diverse landen een kwalitatief nieuwe filmontwikkeling te constateren, die erg richtinggevend is geweest voor het hedendaagse filmgebeuren.

Centraal in het werk van deze filmhistoricus staan deze nieuwe esthetische en politieke stromingen, die in Frankrijk met het predikaat «nouvelle vague» gezegend worden, die in de Duiste Bondsrepubliek naar voren treden als het «Oberhausener Manifest» en de «Junge Deutsche Film», die in Groot-Brittannië als «Free Cinema» veel ophef maken en die door de «Cinema Novo»-beweging in Brazilië het Zuidamerikaans continent uit de culturele vergetelheid halen.

Op het einde van de zestigerjaren zijn de nieuwe stromingen van het voorbije decennium de rechtstreekse aanleiding tot het ontstaan van de 'politieke film', waarbij de filmmakers hun publiek een politieke bewustwording en emancipatie willen bijbrengen en waarbij ernaar gestreefd wordt de filmbezoeker op te voeren tot een politiek geëngageerd en participierend voorvechter. De nieuwe alternatieve filmstromingen viseren voornamelijk de Derde Wereld. Gregor beperkt zich in zijn historisch overzicht dan ook niet tot de klassieke filmlanden, maar de filmproductie in de Derde Wereld komt genoegzaam aan haar trekken.

Bij zijn overzicht van het internationale filmgebeuren behandelt de auteur niet alleen de belangrijkste regisseurs en filmtrends binnen het betrokken geografisch kader, maar hij analyseert eveneens de economische en de socio-politieke factoren die op het filmproductieproces kunnen inwerken.

Zoals bij zijn vorige werken is ook deze cinematografische geschiedschrijving overvloedig voorzien van bibliografisch materiaal en van aanschouwelijke illustraties.

K.H.

Bruce F. KAWIN,  
**Faulkner and Film**,  
New York, Ungar, 1977, 194 blz.

Meta CARPENTER WILDE en Orin BORSTEN,  
**A Loving Gentleman**,  
New York, Jove publications, 1977, 336 blz.

Geoffrey WAGNER,  
**The Novel and the Cinema**,  
Granbury (NJ), Fairleigh Dickinson, 1975, 394 blz.

Richard CORLISS,  
**Talking Pictures**,  
London, David & Charles, 1975, 398 blz.

De betrekkingen tussen het geschreven woord en het gefilmde beeld zijn steeds problematisch en conflictueus geweest. Dit conflict is zelfs uitgroeit tot een vaste Hollywood-figuur: de intellectuele schrijver in drukkend 'dienstverband' bij de kapitaalcrachtige beeldindustrie. De arbeid van de scenarist en dialoogschrijver werd bovendien, sinds de opkomst van de

'auteurstheorie', ook om meer principiële redenen op de achtergrond geschoven. Maar nu schreef Corliss, hoofdredacteur van de Amerikaanse 'Filmcomment', na zijn bundel 'The Hollywood screenwriters', 'Talking Pictures' waarin het werk van 35 scenario-schrijvers wordt bestudeerd volgens dezelfde hypothesen die de auteurstheorie toelieten om de cineast als volwaardige filmauteur naar voren te schuiven.

Na Fitzgerald is William Faulkner een der aantrekkelijke figuren ter analyse van het verschijnsel: intellectueel-in-Hollywood. Zowel de invloed van film op zijn romans, als de betekenis van zijn werk als scenarioschrijver, worden door Bruce Kawin onderzocht. De geromanceerde memoires van Meta Carpenter over Faulkner in Hollywood vormen een supplementaire achtergrond.

Wagner tenslotte benadert het probleem film/roman vanuit een filologische vorming. Zijn filmische appreciaties lijken ons beperkt en beperkend voor de door hem gestelde problematiek. Descriptief en impressionistisch stelt de auteur geen enkele analytische benadering voor. Ook aan de inderdaad moeilijke problemen van het scenario-schrijven als collectief proces, waagde hij zich niet. De vraag van trouw of ontrouw van de film aan het origineel is ook hier weer het ultieme criterium.

D.L.

Richard KOSZARSKI,  
**Hollywood Directors 1914-1940**,  
New York, Oxford, 1976, 364 blz.

Richard KOSZARSKI,  
**Hollywood Directors 1941-1976**,  
New York, Oxford, 1977, 426 blz.

Het was al geruime tijd, maar slechts vaag op de achtergrond, bekend dat cineasten, ook de vaklui van Hollywood, aspecten van hun werk hadden geboekstaafd. In interviews, maar ook in korte bijdragen voor professionele organen, voor fan-magazines of voor de grote ontspannings-periodieken. Geschreven documenten die er op het eerste gezicht niet erg beloftevol uitzagen en opzoekingswerk vergden om ze te lokaliseren. De samensteller van deze twee volumes heeft deze nog onaangeboorde schat aan materiaal voor ons iets toegankelijker gemaakt. Tientallen cineasten en een breed spectrum aan problemen, stelt hij ons in deze anthologie voor. De bescheiden allures van het merendeel van deze stukken vragen uiteraard een zeer aandachtige lezer, wil hij hier meer dan alleen maar banaliteiten ontdekken. Maar wie aandachtig is kan hier een zeer complex panorama aan professionele en artistieke problemen, aan mentaliteit en ideologie voorbij zien trekken. Vermelden we nog dat de samensteller ieder stukje van een bondige en terzake doende inleiding voorzag en in de index ook thema's en problemen opnam, zodat het boek zeer handig te gebruiken is. Wij betreuren slechts dat de samensteller ons bij deze gelegenheid geen bibliografie opgaf van ieder der opgenomen cineasten.

D.L.

Alexander BLAND,  
Nureyev Valentino,  
Editions du Chêne, Paris, 1977, 128 blz.

Het productie-boek wordt een status-symbool voor de succesvolle film. Dit boek over de film van Russell werd pas tegen het eind der productie geconcipeerd. Het eigenlijke productieverhaal is dan ook zwak. Evenmin kunnen de hoofdstukken over Valentino, Nureyev en Russell overtuigen. Meer dan de helft van het boek bestaat uit de navertelde film. Een overvloed aan zwart-wit en kleurenfoto's leggen de herinnering aan de film vast.

D.L.

Lewis HERMAN,  
**A practical Manual of Screen Playwriting for Theater and Television Films,**  
New American Library, New York, 1974, 294 blz.

Paperback-uitgave van een in 1952 verschenen Amerikaanse handleiding tot het schrijven van scenario's voor film en televisie. Het boek is opgebouwd rondom een reeks technische uitdrukkingen en vuistregels die van commentaar worden voorzien. Het geheel is opgedeeld in drie hoofdstukken: dramaturgie, filmische technieken en het eigenlijke schrijven van het scenario.

D.L.

David CHERICHETTI,  
**Hollywood Costume Design,**  
London, Studio Vista, 1976, 192 blz.

Elizabeth LEESE,  
**Costume Design in the Movies,**  
Bembridge, BCW publishing, 1976, 166 blz.

Dale McCONATHY en Diana VREFLAND,  
**Hollywood Costume,**  
Abrams, New York, 1976, 317 blz.

**Kostum und Mode,**  
Du, Europäische Kunstzeitschrift, nr 446, 4 april 1978, 80 blz.

De tentoonstelling van 1975 in het Metropolitan Museum of Art te New York, ingericht door Diana Vreeland en gewijd aan Hollywood kostumes, heeft een tot nog toe zo goed als ongeëxploreerd domein der filmcreatie binnen de aandacht van een ruim publiek gebracht. Drie belangrijke vulgarisatiewerken verschenen het jaar daarop en legden de basis voor een mogelijke, meer systematische studie van de kostumering in de film.

Deze drie publikaties vullen elkaar wonderwel aan. Het boek van Chierichetti biedt een overzicht per produktie maatschappij, terwijl het werk van McConathy en Vreeland ons een chronologisch overzicht per decennium brengt. Leese tenslotte geeft een gedetailleerde filmografie van enkele honderden kostume-ontwerpers en doet met een titel-index nuttig dienst als naslagwerk. Ook beide andere werken hebben hun lijst met filmografieën. Bovendien is in het boek van McConathy en Vreeland een uitvoerige bibliografie opgenomen. De drie werken bezitten een index.

Conservatrice Diana Vreeland verzorgt de public relations van haar kostume-afdeling

met opmerkelijk succes als men in zo verschillende publikaties als 'Rolling Stone' (11 augustus 1977) en het kunsttijdschrift 'Du' uitvoerige interviews met haar vindt.

D.L.

## REDACTEURS

Günther WALLRAFF,  
**Verslaggever van BILD,**  
Van Gennep, Amsterdam, 1978, 185 blz., geïll.  
(Oorspronkelijke titel: Der Aufmacher. Der Mann, der bei BILD Hans Esser war.)

Na «De Verloren eer van Katharina Blum», waarin Heinrich Böll via een «fiktief waar gebeurd» verhaal de praktijken van BILD aanklaagt, is er nu een tweede boek dat dit zelfde onderwerp echter op een andere, meer directe manier behandelt.

Wallraff kroop, onder de schuilnaam Hans Esser, gedurende 4 maand in de huid van een BILD-verslaggever en heeft alle informatie dus uit eerste hand.

In een reeks welomlijnde hoofdstukken geeft hij ons een hallucinant beeld van de manier waarop BILD zijn (4,5 milj.) lezers «informeert»: de zucht naar sensatie, de halve waarheden en hele leugens, de huichelachtige sociale berichtgeving (als er überhaupt aan sociale berichtgeving gedaan wordt), de manipulatie, de verdraaiingen en interpretaties van interviews, de overdrijvingen, het misbruik van seks, de hetzes en haatcampagnes tegen andersdenkenden (en dat zijn er nogal wat voor BILD) enz.

Angstaanjagend is ook de manier waarop het bedrijf gerund wordt en de artikels geschreven worden en vooral het feit dat de journalisten na een tijd willens nilens in de BILD-machine opgenomen worden.

Een verdienste van dit boek is dat het geen saai opsomming van aanklachten noch een scheldpartij is geworden, maar zich laat lezen als een roman, wat het geheel nog pregnanter maakt. Een pluspunt zijn ook de illustraties en de als voorbeeld dienende opgenomen BILD-artikels.

Het feit dat de Springermachine onmiddellijk na de bekendmaking begonnen is alle mogelijke rotzooi over Wallraff en zijn familie te schrijven en alles geprobeerd heeft om het boek te doen verbieden, maar er slechts in geslaagd is 34 passages te doen verdwijnen of veranderen bewijst duidelijk dat men niet wil dat de publieke opinie weet hoe BILD gemaakt wordt en wat BILD eigenlijk is. De passages waarvan sprake zijn trouwens in de Nederlandse uitgave duidelijk aangegeven. Hoewel heel wat personen niet akkoord zullen zijn met de methode van Wallraff, zal ieder weldenkend mens het erover eens zijn dat dit de enige manier was om BILD te leren kennen zoals het werkelijk is.

M.V.

Roland R. RUECKEL,  
**Lokalredakteure, Eine vergleichende Rollenanalyse,**  
Westdeutscher Verlag, Opladen, 1975, 251 blz.

Met dit werk wordt een stap verder gezet in het onderzoek dat zich de laatste jaren heeft

ontwikkeld aan het Instituut voor Politieke en Communicatiewetenschap van de universiteit van Erlangen - Nürnberg en waarbij vooral de communicator van massacomunicatie in de belangstelling staat.

Deze keer werden de redacteurs op vijf lokale redacties onder de loep genomen. Het gaat om de redacties van een lokale uitgave van een redactiegemeenschap, van een regionale krant, van een nevenuitgave van een lokale krant, van een landelijke krant en van een boulevardkrant.

Eerst worden deze redacties volledig beschreven met de personeelsbezetting, de taakverdeling, de uitgeverij waarmee dient gewerkt te worden, de informatoren en de andere media in de regio. Ook het publiek van deze lokale uitgaven wordt belicht.

Verder wordt voor de vijf verschillende redacties nagegaan of de redacteurs ervan de ideologie van de krant erkennen en bijtreden, in welke mate de journalisten zich identificeren met de redactie, in welke mate ze zich onderwerpen aan de beslissingen van de redactieleiding, of ze de nodige discretie aan de dag leggen voor redactionele aangelegenheden, enzovoort. Het werk besluit met een vergelijking tussen de vijf verschillende lokale redacties.

Veralgemeningen of sluitende conclusies moeten niet verwacht worden. Het gaat om een «case-study» die alleen maar door aanvulling met gelijkaardige studies haar werkelijke waarde zal krijgen.

J.H.

## FOTOGRAFIE

Berthold BEILER  
**Weltanschauung der Fotografie,**  
Darmstadt Verlag, München, 1977, 190 blz., geïll.

Voorliggende publikatie is een verzameling van artikels uit twee vroegere basiswerken («Parteilichkeit im Foto» en «Die Gewalt des Augenblicks») van deze Oostduitse cultuurfunctionaris, die ervan overtuigd is dat de fotografie van vitale betekenis is geweest bij het ontstaan van de socialistische samenleving.

In zijn werken poneert de auteur een marxistisch-leninistische fotofietheorie en tracht hij de lezer duidelijk te maken hoe de fotokunst kan gebruikt worden als een middel tot culturele bevrijding.

K.H.

Peter TAUSK  
**Die Geschichte der Fotografie im 20. Jahrhundert,**  
Dumont Buchverlag, Keulen, 1977, 269 blz., geïll.

De auteur heeft zijn historische schets van de moderne fotografie ingedeeld in drie hoofdkapittels.

Het eerste deel behandelt de periode 1900-1918, waarin de fotografie zich definitief losgerukt heeft van de schilderkunst en daarvoor als een op zichzelf staande kunstrichting erkend wordt.

De fotokunst in de periode tussen beide wereldoorlogen is in het tweede deel van het werk aan de orde. Verklarende essays over de nieuwste fotografische technieken en pro-



cédés (fotomontage, fotogram, kleurenfotografie, live-fotografie) worden afgewisseld met esthetisch-artistieke beschouwingen over de kunststromingen van het ogenblik (surrealisme, Bauhaus, Neue Sachlichkeit) die de verdere evolutie van de fotografische conceptie in sterke mate hebben beïnvloed. De problematiek van de moderne fotografie na 1945 wordt in een laatste hoofdstuk aaneengeschreven met een aantal interessante beschouwingen over de artistieke mogelijkheden van de fototechniek, de sociaalkritische taak van de fotografie, de principes van de beeldjournalistiek en de impact van de abstracte schilderkunst en van andere pop art-richtingen op de fotokunst.

De historie van Tausk wordt bovendien rijkelijk gestoffeerd met aanspouwelijk illustratiemateriaal, waardoor het werk als een goed gestructureerd en overzichtelijk document overkomt.

K.H.

John HEDGECOE en Gert EBELING,  
**Het fotografieboek**,  
Elsevier, Brussel, 1977, 256 blz., geïll.

Derek WATKINS,  
**SLR Photography. A handbook of the Single Lens Reflex**,  
David & Charles, Newton Abbot, 1976, 127 blz., geïll.

René BOUILLLOT en André THEVENET,  
**Het kleinbeeld reflexboek**,  
Elsevier, Brussel, 1976, 240 blz., geïll.

Bruno GAREIS und Theo SCHEERER,  
**Farbfoto-Handbuch**,  
Wilhelm Goldmann Verlag, München, 1977, 157 blz., geïll.

Fotografie is een vertolkend medium van zelfexpressie, net zoals andere beeldende kunsten. Alleen is men hier meer afhankelijk van zijn technische kennis en apparatuur. Uit het enorm aantal boeken over fotografie hebben we er enkele gelicht die een aantal specifiek-technische aspecten behandelen. Het boek van Hedgecoe en Ebeling is waarschijnlijk het meest overzichtelijke en best gedocumenteerde. Zowel technische als artistieke problemen worden aan de orde gesteld.

De werken van Watkins en Bouillot en Thévenet zijn meer gespecialiseerd en vooral van belang voor 'beroeps'-fotografen. Het boek van Gareis en Scheerer vormt een handige en veelzijdige inleiding tot de kleurenfotografie.

J.S.

Roland GÜNTER,  
**Fotografie als Warte**,  
VSA, Hamburg, 1977, 191 blz., geïll.

De auteur heeft de geschiedenis van de fotografie herschreven vanuit een maatschappelijk bewogen esthetiek. Hij gaat na hoe het medium fotografie in samenhang met de industrialisatie evolueerde en stelt een rijkelijk geïllustreerde typologie van de 'sociale fotografie' op: een sociale fotografie die fungeert als aanklacht, de arbeidersfotografie, de fotomontage, de sociale documentatie en de reportage. Daarnaast onderzoekt Günter de mediumspectifieke structuren van de fotografie in vergelijking met andere media en

levert zodoende een bijdrage tot de ontwikkeling van de eigen mogelijkheden van de fotografie als autonoom medium.

J.S.

James DANZIGER, Barnaby CONRAD III,  
**Interviews with master Photographers**,  
Paddington Press, New York/London, 1977, 175 blz.

Acht top-fotografen: Minor White, Imogen Cunningham, Cornell Capa, Elliott Erwitt, Yousuf Karsh, Arnold Newman, Lord Snowdon en Brett Weston, werden door twee piepjonge Yale studenten geïnterviewd. Het boek is verlicht met een port-folio van 25 foto's. Sporadisch wordt belangrijke historische, esthetische, financiële informatie over fotografie gegeven. Teveel van deze gesprekken behandelen evenwel anecdotes, die verschillende geïnterviewden met voelbare irritatie of storende zelftevredenheid debiteren.

D.L.

## THEATER

Hans DAIBER,  
**Deutsches Theater seit 1945**,  
Stuttgart, Reclam, 1976, 428 blz.

Will QUADFLIEG,  
**Wir Spielen immer**,  
Frankfurt, S. Fischer, 1976, 304 blz.

Heinrich SCHWARZ,  
**Johann Nestroy im Bild**,  
Wien, Jugend und Volk, 1977, 175 blz.

Theater, opera en ballet in het na-oorlogse Duitsland worden voorgesteld door Daiber in dit meest overzichtelijke der werken over de Duitse theaterwereld. Zowel het leven der gezelschappen, als de staatsubsidiëring, het artistieke regiebeleid en de keuze der op te voeren stukken, zowel spelers, als dramaturgen en regisseurs komen hier ter sprake. Met een bibliografie en een namenindex.

De memoires van de Duitse theater-acteur Quadflieg belichten de Duitse theaterwereld der voorbije decennia van binnen uit.

Aan de Weense 19de eeuwse comédie-schrijver en -speler Johann Nestroy wijdde Schwarz een iconografie: tekeningen, schilderijen, gravures, foto's die het leven, maar vooral het werk van deze satiricus documenteren.

D.L.

Herbert CLAAS,  
**Die politische Ästhetik Berthold Brechts vom Baal zum Caesar**,  
Frankfurt, Suhrkamp, 1977, 270 blz.

Bertolt BRECHT,  
**Die Stücke von Bertold Brecht**,  
Frankfurt, Suhrkamp, 1978, 1004 blz.

37 'stukken' van Bertold Brecht in één volume gepakt. Kleine tekst, gespreid over twee kolommen per pagina. Beslist geen ideale editie, maar wel praktisch.

Claas wijdt meer dan de helft van zijn studie aan de onvoltooid gebleven roman van Brecht: 'Die Geschichte des Herrn Julius

Caesar'. De ontwikkeling van Brechts 'Politieke esthetiek' tijdens de Weimar-republiek en in ballingschap, wordt door de auteur aan de hand van Brechts eigen reflectie en de historisch-culturele context beschreven.

D.L.

Karin KERSTEN, Caroline NEUBAUER,  
**Grand Guignol**,  
Wagenbachs Taschenbücherei, Berlin, 1976, 127 blz.

Franz-Peter KOTHES,  
**Die Theatralische Revue in Berlin und Wien**,  
Heinrichshofen, Wilhelmshafen, 1977, 159 blz.

Lisa APPIGNANESI,  
**Das Kabaret**,  
Belsar Verlag, Stuttgart, 1976, 182 blz.

Drie marginale (maar daarom niet minder vitale en succesrijke!) vormen van theater. Grand guignol, een Franse specialiteit van het horror-theater. De Revue, waarvan de auteur de periode 1900 tot 1938 bestudeert. Beide boeken zijn pockets. Het boek van Appignanesi is een luxueus prentenboek over de beroemdste Franse en Duitse literaire cabarets van het einde der 19de en de eerste helft der 20ste eeuw. Alle boeken bevatten een bibliografie. Deze van Kothes en Appignanesi hebben ook nog een index achterin.

D.L.

**Metamorfosi del tragico**,  
Guida Editori, Napoli, 1976, 368 blz.

Een nummer van het tijdschrift Sigma integraal gewijd aan het drama, de tragedie, het melodrama. Enkele Italiaanse dramaturgen, maar ook Grieks theater, 15de-eeuws Frans drama, Nietzsche en d'Annunzio zijn onderwerp van essays.

D.L.

Denis BABLET,  
**Le décor de théâtre**,  
Centre National de la Recherche Scientifique, Paris, 1975, 443 blz.

Hans CURJEL,  
**Experiment Krolloper**,  
Prestel Verlag, München, 1975, 504 blz.

Curjel stelde een indrukwekkende studie en documentatie samen over de Kroll-opera in Berlijn tussen 1927 en 1931, een centrum van belangrijke experimenten in opera-opvoeringen. De auteur behandelt zangers, regie, decor, orkest enz. Het boek is bijzonder fraai uitgegeven en voorzien van talrijke illustraties, waaronder vele decor-ontwerpen. Met name werkten leden van Bauhaus geregeld als decorontwerpers aan opvoeringen in de Krolloper mee. Denis Babet bestudeerde het theaterdecor in Europa tussen 1870 en 1914. Hoofdzakelijk het Franse decor wordt beschreven in dit overvloedig geïllustreerde werk. Jammer genoeg heeft de auteur niet, als Curjel, in zijn werk over de Krolloper geopteerd voor een documentair gedeelte, waarin problemen en zelf-appreciaties van toneeldecorateurs direct aan ons zouden voorgelegd worden. Zowel het werk van Babet als dat van Curjel is voorzien van een index.

D.L.

Hans-Jochen IRMER und Wolfgang STEIN (Hrsg.), **Joachim Herz, Regisseur im Musiktheater**, Henschelverlag, Berlin, 1977, 218 blz., geïll.

Het muziektheater, door velen als 'laatburgerlijke kunstuiting' afgedaan, beleeft momenteel in de DDR een ware opbloei. Daar is één man in belangrijke mate medeverantwoordelijk voor, nl. operaregisseur Joachim Herz, de huidige directeur van de Komische Opera van Berlijn. Aan hem is dit boek gewijd. Naast biografische en bibliografische gegevens wordt ingegaan op de regie- en kunststopvattingen van Herz, en worden enkele van zijn creaties uitvoerig belicht.

J.S.

## TAALWETENSCHAP

Lothar HOFFMANN  
**Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung**, Akademie-Verlag, Berlin (DDR), 1976, 498 blz.

Lasar Ossipowitsch RESNIKOW  
**Zeichen, Sprache, Abbild, Aus dem Russischen von Holger und Hannelore Siegel. Mit einer Einleitung herausgegeben von Achim Eschbach**, Syndikat Autoren- und Verlagsgesellschaft, 1977, Frankfurt am Main, 240 blz.

In tegenstelling tot wat de ondertitel suggereert, is Hoffmanns **Kommunikationsmittel Fachsprache** meer dan een inleiding op de studie van de vaktaal geworden. Zowel in het eerste deel, waarin naar een definitie van de vaktaal wordt gezocht, als in het tweede, dat een beschrijving tracht te geven van een aantal specifieke kenmerken van deze talen, gaat de auteur de meer diepgaande discussies niet uit de weg. Tevens biedt het boek de gelegenheid nader kennis te maken met de orthodox-marxistische visie op taal en linguïstiek. Wie na de lectuur niet te zeer door de doctrinaire starheid en bekrompenheid van Hoffmann werd afgeschrikt, kunnen we Resnikows **Zeichen, Sprache, Abbild** aanbevelen en dit vooral omwille van de uitstekende inleiding die door Eschbach aan deze verzameling van artikels werd toegevoegd. Niet alleen schetst Eschbach de geschiedenis van de marxistische taalfilosofie, linguïstiek en semiotiek, doch tevens werpt hij hierbij een verhelderend licht op het grondprobleem van de marxistische taalfilosofie, nl. de (beruchte) weerspiegelingstheorie.

L.V.P.

Roger T. BELL  
**Sociolinguistics. Goals, Approaches and Problems**, B.T. Batsford, Londen, 1976, 252 blz.

In de inleiding legt de auteur er de nadruk op dat, alhoewel zijn boek een algemeen inzicht wil geven in de sociolinguïstiek/sociologie van de taal, het nochtans niet zijn bedoeling was een inleidend handboek te schrijven. Het feit dat in zijn schets van de problematiek en de verworvenheden van de sociolinguïstiek de auteur de epistemologische en methodologische aspecten nooit uit het oog verliest,

maakt dat dit helder geschreven en goed gestructureerd werk inderdaad meer te bieden heeft dan een eerste kennismaking met deze discipline. Signaleren we tevens dat er heel wat aandacht besteed wordt aan de notie van de «communicatieve competentie».

L.V.P.

Hans-Jürgen FUCHS  
**Entfremdung und Narzissmus. Semantische Untersuchungen zur Geschichte der «Selbstbezogenheit» als Vorgeschichte von französisch «amour propre»**, J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung, Stuttgart, 1977, 394 blz.

Bij de 15de eeuwse Spaanse filosoof en theoloog Ramon Sabunde kan men lezen hoe de «amor proprius» een «homo clausus» tot gevolg heeft die, opgesloten in zichzelf, nog nauwelijks tot communicatie in staat is («incommunicabilis»). Aan de hand van deze en andere theorieën tracht Fuchs de genese te schetsen van de egocentrische identiteitsstructuur die zijns inziens zo kenmerkend is voor de moderne mens. Een genese, waarvan de auteur tracht aan te tonen dat ze parallel verloopt met de genese van de burgerlijk-kapitalistische wereld. Een van de sleutelbegrippen bij dit alles is volgens Fuchs de notie «amour propre» zoals die tot in de achttiende eeuw in Frankrijk een centrale plaats bekleedde in het denken. Via een minutieus lexicografisch-semantisch onderzoek schetst Fuchs de voorgeschiedenis van deze notie, waarbij hij vertrekt vanuit de doorbraak van de subjectiviteit in het Griekenland van de 5de eeuw voor Christus.

L.V.P.

Ulrich STEINMUELLER,  
**Kommunikationstheorie. Eine Einführung für Literatur und Sprachwissenschaftler**, Kohlhammer, Urban-Taschenbücher Bd. 257, Stuttgart, 1977, 136 blz.

Steinmüller wenst met dit boek een duidelijk project te formuleren voor het taalonderwijs, dat zijns inziens de laatste jaren al te zeer gekenmerkt werd door een diversiteit aan opinies en experimenten. Volgens hem dient het taalonderwijs in de eerste plaats de communicatieve competentie van de leerlingen te verhogen. In onderhavig boek wordt dan ook een communicatietheorie uitgewerkt die de realisatie van deze stelling zou moeten mogelijk maken en waarin, gezien het uitgangspunt, de taal een centrale plaats krijgt.

Communicatie is hierbij voor Steinmüller een vorm van handelen die steeds verweven is met andere vormen van sociaal handelen. Het effect van de door Steinmüller gebruikte handelingsstheorie is echter dat - en dit door de oerklassieke subject- en bewustzijnsfilosofie - de lezer een sterk instrumentalistische visie op het de taal te verwerken krijgt. Interessanter wordt het wanneer Steinmüller erop wijst dat communicatie gekenmerkt wordt door een onreducerbare diversiteit aan communicatieve bedrijvigheden, die ieder hun eigen regels kennen, en wanneer hij uit deze stelling consequenties trekt voor het onderwijs.

L.V.P.

Rudolf FLESCHE  
**Helder schrijven, spreken, denken. Stap voor stap naar betere communicatie. Vertaald en bewerkt door Margriet Banis, Marcel Huismans, Erwin Klaui**, Van Loghum Slaterus, Deventer, 1977, 323 blz.

Zoals de titel het zo moeiteloos uitdrukt belooft dit boek een meer leesbare schriftuur. Of het werkelijk noodzakelijk was de montage die Flesch zelf van zijn geschriften heeft gemaakt in het Nederlands te vertalen en aan te passen, valt te betwijfelen: het materiaal is niet zelden dertig jaar oud, de auteur is meestal te populairiserend tewerkgegaan en dit in een discipline (het leesbaarheidsonderzoek) die nochtans nooit om populistische uitspraken verlegen is geweest. Dat men in deze bewerking Douma's «aanpassing» van de formule van Flesch aan het Nederlands blijft gebruiken en een interpretatieschaal naar moeilijkheidsgraad hanteert die gebaseerd is op het opleidingsniveau van de gemiddelde Amerikaan in 1950, is onvergeeflijk. Een glad boek voor dito mensen.

L.V.P.

## MUZIEK

Victor JARA  
**His Life and Songs**, Elm Tree Books, Londen, 1976, 127 blz.

Songbook en biografie van een politiek zanger die om zijn overtuiging stierf. Met een voorwoord van Pete Seeger en een aan Jara opgedragen lied van Arlo Guthrie. Uitvoerig geïllustreerd.

G.D.

Carl DAHLHAUS,  
**Grundlagen der Musikgeschichte**, Hans Gerig, Keulen, 1977, 262 blz.

Geen nieuwe geschiedenis van de muziek maar een speurtocht naar de mogelijkheden van een geschiedenisstheorie van de muziek, inzonderheid ten opzichte van een ideologische en een structureel-historische benadering.

G.D.M.

## MEDIAPOLITIEK

John WHALE,  
**The Politics of the Media**, Manchester University Press, Manchester 1977, 176 blz.

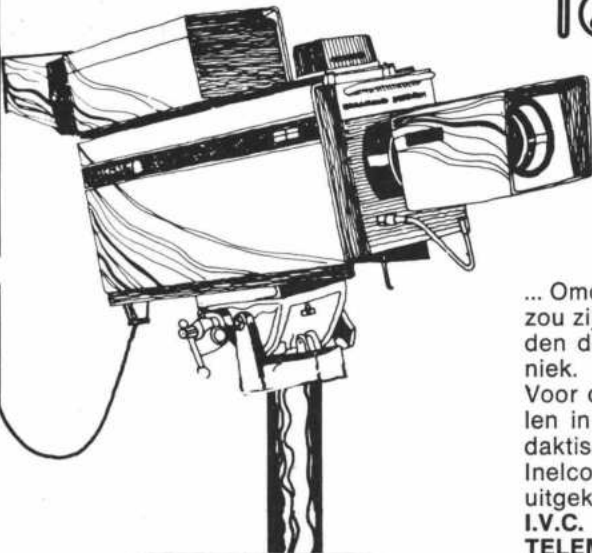
In dit vlot geschreven en goed gedocumenteerd werk onderzoekt de redacteurschrijver van de Sunday Times, John Whale, de relatie tussen overheid en media. In een historisch overzicht ontwaart hij 1945 drie grote perioden waarin deze vaster vormen aannam. Daarna bekijkt hij de relatie vanuit het standpunt van elke belangrijke partij apart, m.n. de eigenaars van de media, de adverteerders, de vakbonden, de uitvoerende en rechterlijke machten. De slotte poneert hij, zich baserend op de A en McGregor Reports, een aantal alternatieven en mogelijke toekomstontwikkelingen.



# 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

# vidiau?

Video, dia èn audio, kortom vidiau :  
dè specialisatie van de Lu - groep.  
Luvox levert aan heel de Belgische  
industrie de betere gamma AV -  
apparatuur, vooral video. Lurent ver-  
huurt dagelijks aan tal van belangrijke  
bedrijven zijn videostudio en AV -

apparatuur naar wens met of zonder personeel. Luteam,  
tenslotte, realiseert als creatieve kern dia- en videopro-  
gramma's die wereldwijd vertoond worden.

Om samen op een vertrouwbare en professionele manier uw audiovisuele problemen op te lossen contacteert u best de Lu - groep.

**totaalservice in klank en beeld**

**LUVOX • LURENT • LUTEAM**

herentalsebaan 122 - 124

2100 deurne - antwerpen

031/22.00.22 - 22.24.24

boulevard st. michel 37 1040 brussel

02/736.58.42

